

Offenbacher WIRTSCHAFT

Das Magazin der Industrie- und Handelskammer Offenbach am Main für die Region



TITELTHEMA

**Worte und
Werbung**

100 % SPORTLICH 100 % ELEKTRISCH



ŠKODA
SIMPLY CLEVER



iV

Abbildung zeigt Sonderausstattung gegen Mehrpreis.

Ab sofort bestellbar

Das Neue ŠKODA ENYAQ COUPÉ RS iV

So sieht ein nachhaltiger Begleiter bei Arbeit und Freizeit aus: Das **Neue ŠKODA ENYAQ COUPÉ RS iV** ist ebenso innovativ wie dynamisch. Zu 100 % elektrisch und mit einer Vielzahl von Sicherheits-, Komfort- und Konnektivitätsfunktionen ausgestattet, ist er ideal für alle, die nicht auf die Zukunft warten möchten und Wert auf einen rundum sportlichen Auftritt legen. Positiver Nebeneffekt: mehr Leistung, mehr Sportlichkeit und mehr Attraktivität. Seien wir ehrlich: Die meisten anderen Autofahrer werden Ihnen hinterherschauen. Ab sofort bestellbar!

ŠKODA ENYAQ COUPÉ RS iV 220 kW (299 PS Systemleistung¹): Stromverbrauch in kWh/100 km, kombiniert: 17,5; CO₂-Emission in g/km, kombiniert: 0; Effizienzklasse: A+++².

¹ Verfügbarkeit der Systemleistung und tatsächliche Reichweite können begrenzt und abhängig von verschiedenen Faktoren wie z.B. Ladezustand, Alter und Temperatur der Batterie, Umgebungstemperatur etc. sein.

² Ermittelt im neuen WLTP-Messverfahren, umgerechnet in NEFZ-Werte zwecks Pflichtangabe nach Pkw-EnVKV. Nähere Informationen erhalten Sie bei uns oder unter skoda.de/wltp.



AUTOHAUS BRASS VERTRIEBS GMBH & CO. KG

Hanauer Landstr. 263 – 265, 60314 Frankfurt am Main, T 069 405005 - 0

Ihr Ansprechpartner: André Möbius, Teamleiter Verkauf ŠKODA, T069 405005 - 50

weitere ŠKODA Brass Betriebe: Aschaffenburg, Gießen, Großheubach, Hanau, Lohr am Main

www.brass-gruppe.de/skoda.html

brass
Geh't ums Auto, geh' zu brass.

„Ich schreibe dir einen langen Brief, für einen kurzen habe ich keine Zeit.“



Foto: Seippel & Weihe Kommunikationsberatung GmbH

Dieses Zitat wird neben Goethe den unterschiedlichsten Autoren zugeschrieben. Gleichwohl der Ursprung nicht geklärt werden kann, ist doch der Inhalt aktueller denn je. Denn auch im Zeitalter des schier übermächtigen Bildes und der schnellen Social-Media-Postings gilt: Gehaltvoller Textinhalt ist Arbeit und damit Zeit.

So dreht sich das Titelthema dieser Ausgabe der Offenbacher Wirtschaft „Worte und Werbung“ um Worte im weiteren Sinn: Von Verlagen und Übersetzungen zu Weiterbildung und Trends in der Unternehmenskommunikation werden verschiedene Aspekte von Sprache und Werbung beleuchtet.

In meiner täglichen Arbeit als Markenaktivist taucht immer wieder die Frage auf: Wieso ein Texter – das können wir auch schnell selbst schreiben. Kann man schon. Allerdings bilden gut gewählte Worte das Rückgrat erfolgreicher Unternehmenskommunikation. Gerade diese kann man oft aus der Innensicht heraus nicht finden. Wer wird im realen Leben sein Schicksal einer zusammengezimmerten Brücke anvertrauen, wenn man nebenan über ein solides Bauwerk gehen kann? So sind Spezialisten notwendig, die mit Kundensicht genau hinschauen und passende Texte sowohl im Hinblick auf Inhalte als auch – in neuerer Zeit – auf zum Beispiel SEO (Suchmaschinenoptimierung) verfassen.

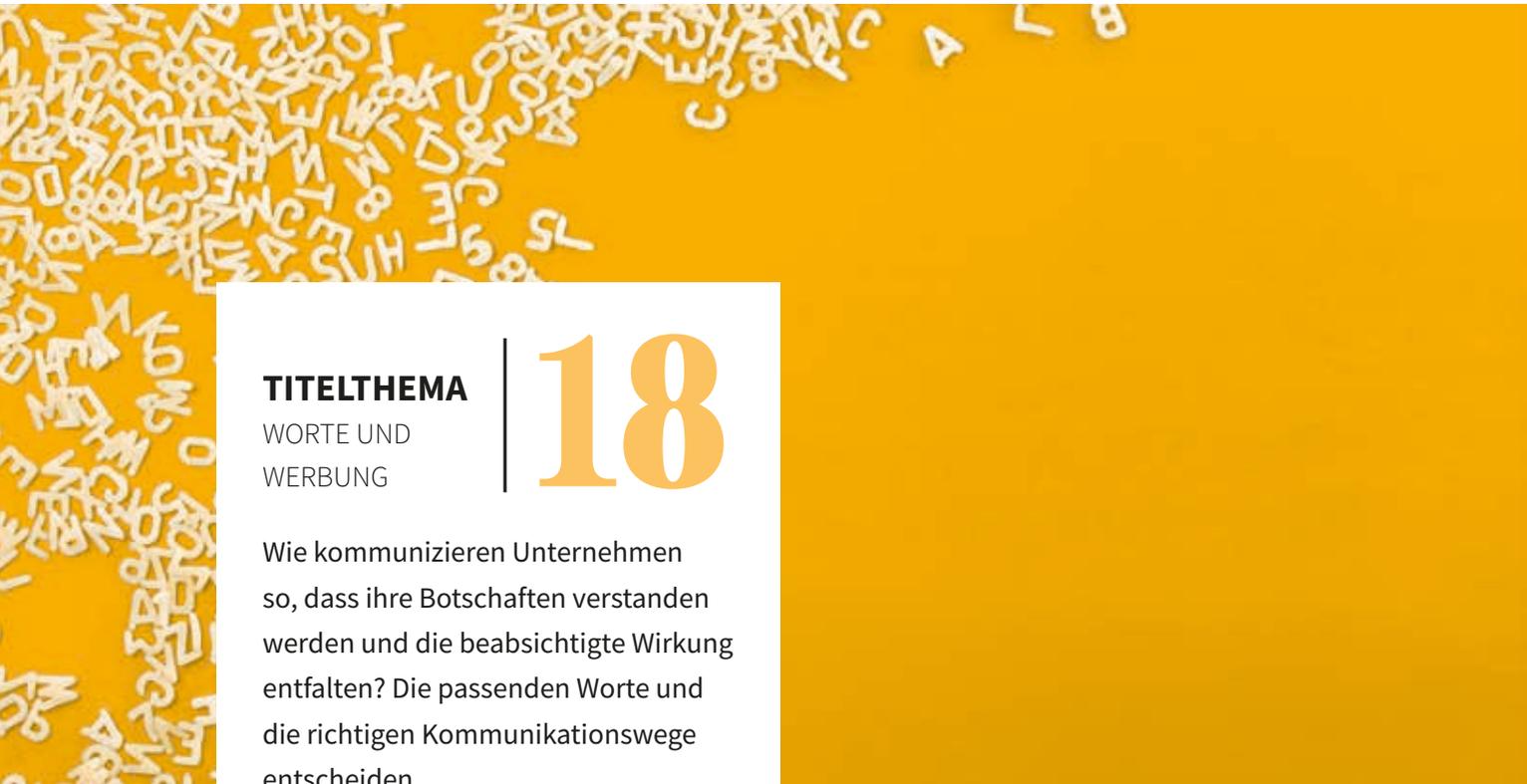
Wo man als Unternehmer solche Dienste findet? Da sei als Erstes das von der IHK Offenbach am Main initiierte hessenweite Kreativ-Netzwerk „Design to Business“ genannt. Hier finden Unternehmer Ansprech- und Sparringspartner, deren tägliches Brot die Unternehmenskommunikation in jeglicher Ausprägung ist. Vom Text über Markenbildungsprozesse – wie bei uns – bis hin zu digitalen Lösungen und Industriedesign werden alle Aspekte moderner Kommunikation abgedeckt und ausgelotet.

Obwohl wir Sprache von Kindesbeinen an benutzen, weiterentwickeln und verfeinern, ist es eine Kunst, Texte gezielt mit Inhalten aufzuladen. Und jede Kunst erfordert neben dem gehörigen Talent vor allem Hingabe, Fleiß und nicht zuletzt Zeit. Zeit, die am Ende zu einer prägnanten Aussage führt, die nur die nötigsten Worte braucht.

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, heißt es. Aber versuchen Sie das einmal mit einem Bild zu sagen (nach Wilfried S. Bienek).

Rainer Weihe

Kreativchef und Geschäftsführer
Seippel & Weihe - Die Markenaktivisten, Mitglied der IHK Vollversammlung
und des IHK-Expertenrates Kommunikation, IHK-Prüfer Mediengestaltung



TITELTHEMA

WORTE UND
WERBUNG

18

Wie kommunizieren Unternehmen so, dass ihre Botschaften verstanden werden und die beabsichtigte Wirkung entfalten? Die passenden Worte und die richtigen Kommunikationswege entscheiden.

NACHRICHTEN

- 5 Unternehmen brauchen Innovationen
- 6 Der Zukunft der Innenstädte Raum geben
- 7 Ideal für Fachkräfte
- 8 Arbeitsjubiläen
- 9 Elektroinstallationsmaterial made in Mainhausen
- 10 Preisler Group findet in Langen perfekte Bedingungen
- 11 VDE und IHK im Dialog
- 12 DHL Packstation auf dem Firmengelände
- 12 Nachhaltig erfolgreich
- 13 Kurz notiert
- 14 Kurz notiert
- 14 Messe bekommt eigenes Parkhaus
- 15 Menschen und Wirtschaft
- 16 „Ein großes Lob und ein echter Vertrauensbeweis“

TITELTHEMA

- 18** Experten für die Unternehmenskommunikation finden
- 22** Digitaler, individueller, authentischer
- 24** Wer will schon einen Mist-Lockenstab kaufen?
- 26** Weiterbildung und Wissensmanagement als Wirtschaftstreiber
- 28** Birgit Arens hat in die Buchhandlung Litera reingeschaut
- 30** Werbung, die wirkt

RATGEBER

- 32 Wege aus der Energiekrise
- 34 Mehr Rechtssicherheit im Onlinevertrieb

35 VERLAGS-SPECIAL

BEKANNTMACHUNGEN

- 44 Zwischenprüfung/Abschlussprüfung Teil 1 in anerkannten Ausbildungsberufen im Frühjahr 2023

BILDUNG

- 43 Live-Berufsorientierung in Offenbacher Ausbildungsbetrieben
- 44 IHK. Die Weiterbildung

NETZWERKE

- 45 Inspirationen für die Offenbacher Stadtbibliothek gesammelt
- 46 Training Day in der IHK Offenbach am Main
- 48 Heimat shoppen – unsere Innenstädte sind lebendig

VERANSTALTUNGEN

- 50 Konferenz für Digitalisierung in Berlin

Dr. Andreas Widl, Samson AG, war Gastredner beim Offenbacher Dialog

Unternehmen brauchen Innovationen

Beim Offenbacher Dialog am 12. Juli 2022 in der IHK Offenbach am Main standen die Transformation der Unternehmen und die Entwicklungschancen für den Standort Region Offenbach im Mittelpunkt.

Foto: IHK



Dr. Andreas Widl, Vorstandsvorsitzender der Samson AG, gab mit seinem Vortrag in der IHK Impulse für die anschließende Diskussion.

Dr. Andreas Widl, Vorstandsvorsitzender der Samson AG, sprach vor 120 Gästen darüber, wie Innovationen die nachhaltige Entwicklung der Wirtschaft vorantreiben und damit die Zukunft von Unternehmen und Standort sichern können.

IHK-Präsidentin Kirsten Schoder-Steinmüller sagte in ihrer Begrüßung: „Wir bewegen uns in turbulenten Zeiten. Mit Mut und Kreativität Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft zu gestalten, das ist die DNA für uns als Unternehmerinnen und Unternehmer. Die Fülle an aktuellen Tagesanforderungen zusammen mit unsicheren und nicht planbaren geopolitischen Rahmenbedingungen – wie dem Ukrainekrieg und der Coronapandemie, Lieferkettenproblemen, rasant steigenden Energiepreisen – stellen unser unternehmerisches Handeln auf eine harte Probe.“

Parallel laufe die Transformation der Wirtschaft im großen Maßstab im Spagat zwischen kleinen und großen Anforderungen in der Umsetzung. Schoder-Steinmüller spannte den Bogen zwischen Digitalisierung, demografischem Wandel und Dekarbonisierung. „Unternehmerinnen und Unternehmer müssen die Luft zum Handeln behalten. Hier ist die Politik gefordert, auf stabile Rahmenbedingungen hinzuwirken“, hob sie hervor. Das gelte beim Bund mit der ernsthaften Beschleunigung von Planungs- und Genehmigungsverfahren oder technologie-

offenen und marktwirtschaftlich ausgestalteten Zielvorgaben und Anreizen zur CO₂-Reduzierung. Vom Land fordert die IHK, innovative Lösungen bei der Transformation zu unterstützen. Hierbei komme der Start-up-Förderung eine wichtige Rolle zu. „Eine gemeinsame Kraftanstrengung mit einer angemessenen Lastenverteilung muss der Weg in die Zukunft sein“, fasste die IHK-Präsidentin zusammen.

Dr. Andreas Widl skizzierte die Vision und die Strategie für die Fabrik der Zukunft der Samson AG am Standort Offenbach und betonte: „Energien müssen gelenkt werden, wenn sie sinnvoll wirken sollen.“ In der Diskussion wurde die Flächenverfügbarkeit in den Kommunen angesprochen. Freie Flächen für die Ansiedlung und Expansion von Unternehmen sind im Ballungsraum Rhein-Main sehr begrenzt. Die Kommunen seien gefordert, Schlüsselflächen zu entwickeln sowie eine aktive und strategische Flächenpolitik zu betreiben. Weiterhin wurde die Bedeutung des Austauschs und der Vernetzung mit Partnern deutlich, um die eigene Innovationskraft der Unternehmen durch externe Impulse zu stärken. „Wir sehen in der Weiterentwicklung der noch verfügbaren Flächen auf dem Innovationcampus Offenbach auf Basis der Ideen aus dem Designpark-Projekt ein hervorragendes Potenzial, kreative Prozesse und Netzwerke anzustoßen, von denen alle beteiligten Partner am Standort und in der Region profitieren werden“, resümierte Schoder-Steinmüller.

Gemeinden aus der Region erhalten Fördergelder

Der Zukunft der Innenstädte Raum geben

Das Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ unterstützt hessische Kommunen, ihre Innenstädte und Ortskerne zukunftsfähig zu gestalten. Nach seiner zweiten Ausschreibung im April 2022 überreichte Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir am 26. Juli 2022 in der IHK Offenbach am Main die Förderbescheide an 41 Städte und Gemeinden, darunter vier aus der Region Offenbach.



Foto: IHK

V. l. n. r.: IHK-Geschäftsführer Frank Achenbach, Anna-Maria Rose, Stadt Offenbach am Main, Gerhard Dreyer, Stadt Langen, Melanie Großmann, Stadt Dreieich, Wolfgang Hayer, Stadt Langen, Laura Becker, IHK, Sylvie Angersbach, Stadt Dreieich, Till Böttcher und Daniel Tybussek, Stadt Mühlheim am Main.

Unter dem Motto „Geben Sie der Zukunft Ihrer Innenstadt Raum“ hatten 97 Kommunen einen Antrag eingereicht. Nun freuen sich unter anderem Dreieich, Langen, Mühlheim und die Stadt Offenbach über bis zu 300.000 Euro Fördermittel zur Umsetzung von Maßnahmen in ihren Ortskernen und Zentren.

„Wir begrüßen, dass die Landesregierung weiter in die Stärkung der hessischen Innenstädte investiert. Unsere Zentren brauchen eine gute Nutzungsmischung. Dafür stehen Hessens Betriebe bereit und unterstützen in all ihren Wirtschaftszweigen die Kommunen vor Ort.“

Uns alle eint das Ziel, Hessens Innenstädte attraktiv und lebendig zu halten“, erklärte Kirsten Schoder-Steinmüller, Präsidentin des Hessischen Industrie- und Handelskammertags (HIHK).

Der HIHK ist Teil des Bündnisses für die Innenstadt. Die insgesamt 15 Bündnispartner tauschen sich in regelmäßigen Abständen aus. Gemeinsames Ziel ist es, Hessens Innenstädte für die Zukunft zu stärken. Das Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ wird gemeinsam mit den Bündnispartnern entwickelt und umgesetzt.

**IHR LOGISTIK- UND
TRANSPORTDIENSTLEISTER
WELTWEIT, SEIT 50 JAHREN.**

www.agotrans.de

agotrans Logistik GmbH
Behringstraße 1 · 63110 Rodgau
Tel.: +49 (0) 6106 - 28 38 - 0 · info@agotrans.de

1972–2022
50 JAHRE
agotrans
LOGISTIK

IHK-Vizepräsidentin bringt Qualitätszeichen nach Seligenstadt

Ideal für Fachkräfte

Seligenstadt ist ein „Ausgezeichneter Wohnort für Fachkräfte“ inmitten der Metropolregion FrankfurtRheinMain. Dieses IHK-Qualitätszeichen überreichte Violetta Reimelt, Vizepräsidentin der IHK Offenbach am Main, am 14. Juli 2022 an Bürgermeister Dr. Daniell Bastian.

Die Auszeichnung unterstützt bei der Analyse der bestehenden Wohnqualität und gibt Anreize für nachhaltige Strategien der zukünftigen Stadtentwicklung. Seligenstadt weist in den relevanten Bereichen „Strategische Zielsetzung“, „Zuzug leicht gemacht“, „Beruf und Familie“, „Ausländische Fach- und Führungskräfte“ sowie „Lebensqualität“ besonders hohe Potenziale auf. Dank vielfältiger Kultur-, Freizeit- und Sportangebote, Betreuungsmöglichkeiten und einer ausgereiften Willkommenskultur ist es ein optimaler Wohnstandort sowohl für Familien, Neubürgerinnen und Neubürger als auch für internationale Fachkräfte. Neben der Überarbeitung der Neubürgerbroschüre stehen in der Bewertung die vielen

Angebote im Bereich Mobilität, aber auch in der Kinder- und Seniorenbetreuung hervor.

Dank vielfältiger Kultur-, Freizeit- und Sportangebote, Betreuungsmöglichkeiten und einer ausgereiften Willkommenskultur ist es ein optimaler Wohnstandort

„In Zeiten eines akuten Fach- und Arbeitskräftemangels ist es für Städte und Kommunen einmal mehr von entscheidender Bedeutung, sich im Bereich der Fachkräftesicherung zu engagieren und zu positionieren“, erklärte die IHK-Vizepräsidentin. Dies sei Seligenstadt mit der

Auszeichnung durch die IHK bestens gelungen, ergänzte Reimelt.

Das Zertifikat „Ausgezeichneter Wohnort für Fachkräfte“ ist ein Projekt der IHKs der Metropolregion FrankfurtRheinMain (IHKs Aschaffenburg, Darmstadt Rhein Main Neckar, Frankfurt am Main, Gießen-Friedberg, Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern, Limburg, Mainz (Rheinhessen), Offenbach am Main und Wiesbaden angehören). Es wird an Kommunen aus dem jeweiligen Bezirk verliehen. Zuvor werden gemeinsame Entwicklungsziele vereinbart, die innerhalb des Geltungszeitraums von drei Jahren umgesetzt werden sollen. Die Auszeichnung Seligenstadts ist bis April 2025 befristet. Anschließend wird überprüft, ob die Stadt, die im Rahmen der Auszeichnung vereinbarten Entwicklungsziele umgesetzt hat. Es geht um nachhaltige Maßnahmen und Strategien, damit in- und ausländische Fach- und Führungskräfte ein bedarfsgerechtes Angebot vorfinden und sich in der Region heimisch fühlen.

www.ausgezeichneter-wohnort.de

www.seligenstadt.de/wirtschaft

Foto: IHK



Seligenstadts Bürgermeister Dr. Daniell Bastian (r.) nahm die Urkunde zur Auszeichnung aus den Händen von IHK-Vizepräsidentin Violetta Reimelt und IHK-Geschäftsführer Frank Achenbach (l.) entgegen.

Arbeitsjubiläen



45 Jahre

Tobias Heß,
Thomas Rachor
GEFINAL Blech- und
Stahlbau GmbH

40 Jahre

Renaldo Hampel
Zeppelin Systems GmbH

35 Jahre

Torsten Franke
Hohmann & Sohn GmbH

Thorsten Gotta,
Dirk Graupe,
Bernd Hubenthal,
Hans-Werner Kunz,
Uwe Schrod,
Rudolf Wagner
Zeppelin Systems GmbH

30 Jahre

Marceli Borys,
Thorsten Rebel,
Wolfgang Ritzert,
Caren Wagner,
Eike Zechner
Zeppelin Systems GmbH

25 Jahre

Sylka Bermoser
Alfred Clouth Lackfabrik
GmbH & Co. KG

Dr. Thomas Kühn
Arno Arnold GmbH

Ruth Bender
abass GmbH

Stefan Semmler,
Cornelia Till
Zeppelin Systems GmbH

20 Jahre

Volker Assion,

Frank Braun,
Francesco Cipriani,
Hans-Michael Diller,
Joachim Gamer,
Daniel Ganz,
Roy Gehrisch,
Markus Kipping,
Leander Kunkel,
Robert Liller,
Volker Noll,
Sandy Pfannschmidt,
Volker Pirscher,
Bruno Raimondi,
Tanja Zahn-Kipping
ASSION KG
(Nachtrag aus Januar 2022)

Arno Schubert
GEFINAL Blech- und
Stahlbau GmbH

Ilona Olesen,
Daniela Reblitz
Picard Lederwaren GmbH & Co.
KG (Nachtrag aus August 2022)

Alexander Jerat
Templet Deutschland GmbH

15 Jahre

Julian Mertz
abass GmbH

Anja Basta
DVPT – Deutscher Verband für
Post, Informationstechnologie
und Telekommunikation e. V.
(Nachtrag aus Juni 2022)

Martin Schroth
GEFINAL Blech- und
Stahlbau GmbH

Katrin Eppler
Picard Lederwaren
GmbH & Co. KG
(Nachtrag aus August 2022)

10 Jahre

Marc-Florian Rohde
abass GmbH

Valentin Sadovskij
Arno Arnold GmbH

Eva Böhm,
Lisa Fritsche,
Dennis Lazar
ASSION KG

Kevin Brand,
Jan Imgram,

Michael Jesenko,
Stefanie Misselhorn,
Ibrahim Pinar,
Szabolcs Norbert Szerémy
Herth & Buss Fahrzeugteile
GmbH & Co. KG

Tobias Bluhm
Imtradex Hör- und
Sprechsysteme GmbH

Ralf Korger
MKU-Chemie GmbH

Schöne Anerkennung für Jubilare

Überreichen Sie Ihren langjährigen Mitarbeitern zu deren Arbeitsjubiläum als sichtbare Anerkennung eine Urkunde der IHK Offenbach am Main. Das Jubiläum wird auf Wunsch zusätzlich im IHK-Magazin „Offenbacher Wirtschaft“ veröffentlicht. Bei Interesse teilen Sie uns bitte mit:

- Name des Jubilars
- Jubiläumsdatum
- genaue Firmierung des Unternehmens (entsprechend Eintragung in Handelsregister bzw. Gewerbeanmeldung)

Die Kosten für eine Urkunde mit Rahmung betragen 30 Euro inkl. MwSt. Weitere Informationen unter www.offenbach.ihk.de/P2863/

Kontakt

IHK-Kundenzentrum
Telefon 069 8207-0 | Fax -149
service@offenbach.ihk.de

Elektroinstallationsmaterial made in Mainhausen



Foto: Ehmann

Geschäftsführer Daniel Placzek (l.) und Jonas Glaab (r.), Business Process Analyst, gaben IHK-Hauptgeschäftsführer Markus Weinbrenner Einblick in die Bodo Ehmann GmbH in Mainhausen. Mit 50 Mitarbeitern entwickelt und produziert das Unternehmen Elektroinstallationsmaterial wie LED-Dimm-Technologien und kundenspezifische Steckdosenleistensysteme. Die Ehmann GmbH bildet selbst aus. Produktideen generiert und entwickelt das Team gemeinsam bei Innovationstreffen. Mit Blick auf ökologische Nachhaltigkeit setzt Ehmann auf Ökostrom, erste Produkte aus Biopolymeren, hergestellt aus nachwachsenden Rohstoffen, und die Mitarbeiterinitiative „Mit dem Rad zur Arbeit“. Eine Stromtankstelle wurde für Mitarbeitende und Kunden installiert. Die Zertifizierung der Ehmann GmbH nach der Umweltnorm DIN EN 14001 ist in Vorbereitung.

www.ehmann-gmbh.de

Baustellenüberwachung

VIDEO – Safety – Guard – Tower



- Schnelle und professionelle Sicherung Ihres Objektes innerhalb von 48 Stunden
- Kostengünstig mieten

Sichern Sie Ihr Eigentum

Unkomplizierte Sofortmontage einer mobilen Einbruchmeldeanlage jederzeit möglich.



Funkalarmanlagen
Vermietung - Verkauf

Wir beraten Sie gerne individuell in allen Fragen rund um Ihre Sicherheit. Besuchen Sie unser Sicherheitscenter.

Dem Ernstfall einen Schritt voraus

BWS
Sicherheit

Heinrich-Krumm-Straße 9
63073 Offenbach
www.bws-offenbach.de
Telefon: 069/888 145

Wir fahren mit **Ökostrom** aus Eigenproduktion!

Orthopädie- und Reha-Zentrum wechselt den Standort

Preisler Group findet in Langen perfekte Bedingungen

Die Unternehmen der Preisler Group GmbH – das Neuron-Therapiezentrum sowie die Orthopädietechnik-Spezialisten Optimus und Pro Walk – ziehen zum Jahreswechsel von Egelsbach ins Langener Wirtschaftszentrum Neurott.

Das Bürogebäude in der Paul-Ehrlich-Straße 3–5 mit einer Fläche von 2.879 Quadratmetern ist im Besitz der Stadtwerke Langen. Es wird ab dem 1. August komplett an die Preisler Group GmbH vermietet und bis Jahresende für deren Bedürfnisse umgebaut.

„Wir sind froh, in Langen ein Gebäude gefunden zu haben, das perfekt ist für unser Unternehmen“, freut sich Geschäftsführer Benedikt Preisler. Die Unternehmen der Gruppe seien gewachsen, aber die Räumlichkeiten in Egelsbach nicht mehr erweiterbar. Das Therapiezentrum erhält mehr Räume. Auch die hauseigenen Werkstätten der Orthopädie- und Rehabilitationstechnik und der Patienten- und Kundenbereich werden deutlich mehr Platz haben. Das werde die Arbeitsabläufe nachhaltig beschleunigen und effizienter machen. Vorteile sieht er auch in der zentralen Lage, der guten Verkehrsanbindung und den 100 Parkplätzen, die auf dem Gelände zur Verfügung stehen.

Am neuen Standort sollen darüber hinaus berufsbezogene Weiterbildungen angeboten werden, sowohl hausintern als auch mit Kooperationspartnern von Berufsverbänden.

Die Immobilie erlaube es der Preisler Group, problemlos weiterzuwachsen und Patienten noch besser zu versorgen. „Und selbstverständlich bieten wir Physio- und Ergotherapeuten, Orthopädie- und Reha-Technikern damit einen noch attraktiveren Arbeitsplatz“, resümiert Benedikt Preisler.

„Wir als Stadtwerke Langen sind froh, dass wir mit der Preisler Group einen Mieter gefunden haben, der lokal verwurzelt ist, in einem spannenden, zukunftsreichen Feld unterwegs ist und dadurch großes Potenzial hat“, betont Manfred Pusdrowski, scheidender Geschäftsführer. Bei einem gemeinsamen Besuch vor Ort sicherte Joachim Kolbe, städtischer Fachbereichsleiter für Stadtentwicklung, Wirtschaft, Kultur und Sport, der Preisler Group die Unterstützung der Langener Wirtschaftsförderung zu.

www.preisler-group.de

www.langen.de/de/wirtschaft.html

Foto: Schabbe/Stadtwerke Langen



Besiegelten die Partnerschaft: Peter Ellmauer, Projektmanager Relocation der Preisler Group, Stadtwerke-Prokurist Juan Lopez Schnecker, Langens Wirtschaftsförderer Joachim Kolbe, Stadtwerke-Geschäftsführer Manfred Pusdrowski und Geschäftsführer Benedikt Preisler.

VDE und IHK im Dialog



Foto: IHK



IHK-Präsidentin Kirsten Schoder-Steinmüller und IHK-Hauptgeschäftsführer Markus Weinbrenner (r.) tauschten sich mit Ansgar Hinz (l.) aus. Er ist Vorstandsvorsitzender des VDE (Verband der Elektrotechnik Elektronik und Informationstechnik e.V.) sowie Geschäftsführer des VDE Prüf- und Zertifizierungsinstituts in der Geschäftsstelle in Offenbach. Themen waren die Anforderungen des Unternehmens an den Wirtschaftsstandort Offenbach sowie die allgemeinen Rahmenbedingungen in Deutschland und der EU für eine erfolgreiche Innovationspolitik. Handlungsfreiräume für Unternehmen und Bildung seien entscheidend für die Zukunft. Der VDE investiere in die Forschungs- und Nachwuchsförderung und wieder verstärkt in die berufliche Bildung. Als weltweit operierende Technologieorganisation mit 2.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an 49 Standorten steht VDE seit 125 Jahren für Innovation und technologischen Fortschritt.

www.vde.com

Gefahrstoff - Logistikzentrum 63533 Mainhausen

Lagerung von Gefahrstoffen der Lagerklassen:

2B, 3, 8a, 8b, 10, 11, 12, 13 und WGK 1 – 3

Gefahrguttransporte



National Transport Service GmbH

☎ Tel. 06106/6002-0

✉ info@nts.services

🌐 www.nts.services



Wenig Aufwand, Komfort fürs Team

DHL Packstation auf dem Firmengelände

Was bringt es Unternehmen, eine Packstation aufzustellen? Sie erleichtern ihrem Personal ein bisschen das Leben, schonen die Umwelt und sie erhalten eine Standmiete.

Foto: DHL



Dass Packstationen im Trend liegen, belegt der Paketdienstleister mit Zahlen: Bereits über 16 Millionen Kundinnen und Kunden sind bei DHL registriert und nutzen regelmäßig Packstationen.

An einer solchen Packstation können Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Pakete rund um die Uhr abholen und zurücksenden. Der Arbeitgeber profitiert vom Imagegewinn, erklärt DHL. Die Poststelle kann entlastet werden, falls sie bisher Sendungen der Mitarbeitenden entgegennimmt. Zudem verringert eine gut erreichbare Packstation den CO₂-Ausstoß, da doppelte Wege für

die Zustellenden wie für die Abholenden entfallen.

Eine Packstation aufzustellen bedeutet laut DHL für Unternehmen keinerlei zusätzlichen Aufwand. Voraussetzung ist, dass eine wenige Quadratmeter große Fläche in einem jederzeit frei zugänglichen Bereich des Firmengrundstücks – zum Beispiel vor dem Eingang

– zur Verfügung steht. Planung, Umsetzung sowie Wartung übernimmt DHL. Im Betrieb sind Packstationen autark, da die Stromversorgung in der Regel über integrierte Solarpaneele erfolgt. Zusätzliche Kosten entstehen nicht und DHL zahlt für jede Packstation eine Standmiete an den Grundstückseigentümer.

www.dhl.de/eigene-packstation

www.facebook.com/jeansexpressooffenbach/

Nachhaltig erfolgreich



Foto: IHK



Wilma Schindler (l.) und Steffi Schubert feiern dieses Jahr das 50-jährige Jubiläum ihres Fachgeschäfts Jeans Express in der Großen Marktstraße in Offenbach. Sie haben sich auf Kleidung spezialisiert, die nach europäischen Standards unter fairen Bedingungen produziert wird. Neben Nachhaltigkeit liegt ihnen die Beratung der Kundinnen und Kunden besonders am Herzen. IHK-Geschäftsführer Frank Achenbach überreichte den beiden Geschäftsfrauen eine Urkunde der IHK Offenbach am Main.

[www.facebook.com/](https://www.facebook.com/jeansexpressooffenbach/)

[jeansexpressooffenbach/](https://www.facebook.com/jeansexpressooffenbach/)



Kurznotiert

| Outlet wieder geöffnet

OBERTSHAUSEN. Das Outlet der Picard Lederwaren GmbH & Co KG in der Friedensstraße 22 bietet nach Umbau und Renovierung wieder klassische und modische Taschen, Kleinlederwaren sowie Reisegepäck zu vergünstigten Preisen.

www.picard-lederwaren.de

| 2.500 Quadratmeter für Showrooms

MAINHAUSEN. Die ANWR Group eG wird das bestehende Ordercenter O1 auf dem Campus Mainhausen um einen Neubau erweitern. Baubeginn für das viergeschossige Gebäude soll im Oktober 2022 sein. Auf einer Nutzfläche von 2.500 Quadratmetern werden Showrooms in Größen von 100 bis 500 Quadratmeter angeboten. Der für das Vorhaben verantwortliche Vorstand Fritz Terbuyken ist mit dem Interesse potenzieller Mieter sehr zufrieden. Bislang sind 70 Prozent der geplanten Fläche bereits vermietet. Die Unternehmensgruppe investiert in den Neubau und damit in die Zukunftsfähigkeit des Orderstandorts Mainhausen rund sieben Millionen Euro.

www.anwr-group.com

| Bankenfusion beschlossen

OFFENBACH/DREIEICH. Die Mitglieder beziehungsweise Vertreter der Raiffeisenbank eG Offenbach/M.-Bieber und der Volksbank Dreieich eG haben rückwirkend zum 1. Januar 2022 die Fusion zur neuen VR Bank Dreieich-Offenbach eG beschlossen. Stephan M. Schader, Vorstandsvorsitzender der Volksbank Dreieich eG verspricht: „Eine Bank, die die richtige Antwort ist für die Chancen unseres Lebens- und Wirtschaftsraums.“ Im Verschmelzungsvertrag ist eine mindestens zehnjährige Standortsicherung für Bieber festgehalten.

www.vobadreieich.de

Das Herz der Metallbearbeitung schlägt in Stuttgart!



**JETZT
TICKET
SICHERN!**



Internationale Ausstellung für Metallbearbeitung

**13. - 17.09.2022
Messe Stuttgart**



Spitzen-Hosting für den Mittelstand

OFFENBACH. Das Marktforschungshaus ISG hat 250 Cloud-Anbieter in der DACH-Region analysiert, die Adacor Hosting GmbH mit ihrer Private Cloud unter den Top 20 positioniert und als einen von drei „Product Challengern“ im Managed-Hosting-Segment für den Mittelstand ausgezeichnet. „Adacor bietet umfangreiche Expertise über den gesamten Cloud-Lebenszyklus – von Beratung, Konzeption, Design und Migration bis hin zu kontinuierlicher Betreuung und Optimierung. Dabei schafft es Adacor, die mittelstandsrelevante Technologieentwicklung für seine Kunden im Blick zu behalten“, erklärte Ulrich Meister, Lead Analyst der ISG und führender Autor der Studie. Sie hat ermittelt, dass die Nachfrage nach Cloud-Services für Unternehmen in Deutschland von heute 30 Prozent bis 2025 auf 50 Prozent der verfügbaren Rechenzentrums-Kapazitäten ansteigen wird.

www.adacor.com

Wasserstoff-Lkw im Einsatz

OFFENBACH. Hyundai Motor hat bekannt gegeben, dass sieben deutsche Unternehmen aus den Bereichen Logistik, Produktion und Handel insgesamt 27 Brennstoffzellen-Lkw der Baureihe Xcient Fuel Cell in ihre Fuhrparks aufnehmen werden. Das Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) fördert den Einsatz der umweltfreundlichen schweren Nutzfahrzeuge. Mit sieben Wasserstofftanks bietet der Xcient Fuel Cell eine kombinierte Speicherkapazität von rund 31 Kilogramm Wasserstoff. Ein 72-kWh-Batteriesatz aus drei Hochleistungsbatterien fungiert als zusätzliche Energiequelle. Die maximale Reichweite liegt bei rund 400 Kilometern. Die sieben Wasserstofftanks lassen sich abhängig von der Umgebungstemperatur in etwa acht bis 20 Minuten wieder vollständig auffüllen. Der 2020 auf den Markt gebrachte Xcient Fuel Cell ist laut Hyundai der weltweit erste in Serie gefertigte wasserstoffbetriebene Elektro-Lkw für den Schwerlastverkehr.

www.hyundai.de

Messe bekommt eigenes Parkhaus



Foto: Messe Offenbach

Mit einem symbolischen Spatenstich hat der Bau für ein neues, messeeigenes Parkhaus im Offenbacher Hafenviertel begonnen. „Der heutige Tag ist ein wichtiger Tag für den Wirtschaftsstandort Offenbach (...), denn die Messe ist mit ihren jährlich 100.000 Besuchern ein wichtiger Faktor für die Wirtschaft in Offenbach“, sagte Dr. Felix Schwenke (3. v. l.), Oberbürgermeister und Vorsitzender des Verwaltungsrates der Messengesellschaft. Messe-Geschäftsführer Arnd Hinrich Kappe (2. v. r.) erklärte begeistert: „Wir sind sehr glücklich darüber, dass es jetzt endlich losgeht. Künftig können wir als Gastgeber unseren Ausstellern und Besuchern ein gutes und vor allem ausreichendes Angebot an Parkmöglichkeiten bieten. Dies sichert uns eine langfristige Entwicklungsperspektive.“ Während der diesjährigen Herbst-ILM vom 3. bis 5. September 2022 nutzen Aussteller und Besucher noch den Parkplatz am Mainufer.

www.messe-offenbach.de



Menschen und Wirtschaft

Starkes Engagement für die berufliche Bildung

Am 19. Juli 2022 ist Raimund Kirschner (r.) als Schulleiter der August-Bebel-Schule (ABS) in Offenbach in den Ruhestand eingetreten. 40 Jahre lang war er in der ABS tätig. Insgesamt 35 Jahre lang hat er sich in der IHK Offenbach am Main als ehrenamtlicher Prüfer und im Berufsbildungsausschuss eingesetzt. Anlässlich seiner Verabschiedung verlieh IHK-Teamleiter Thomas Süßer (r.) Kirschner die goldene Ehrennadel der IHK Offenbach am Main und bedankte sich für dessen außergewöhnliches Engagement. Als jüngstes Beispiel für die gute Kooperation nannte Süßer das Pilotvorhaben, Fachinformatiker in Kooperation mit der ABS und den Gewerblich-technischen Schulen der Stadt Offenbach am Main (GTS) auszubilden, um den IT-Support in den Schulen voranzubringen. Damit treten die IHK und die beruflichen Schulen in Vorleistung. Sie erwarten jedoch, dass die flächendeckende Finanzierung des IT-Supports an beruflichen Schulen von Land und Schulträgern zeitnah gelöst wird.

www.abs-of.de



Foto: ABS

Pollich repräsentiert Dahler & Company in Hainburg

Der Hamburger Premium-Immobilienmakler Dahler & Company baut mit einem sechsten Standort seine Präsenz in Hessen aus: Thomas Pollich startete im Juni 2022 als Lizenzpartner für die Regionen Hanau und Offenbach mit einer Repräsentanz in Hainburg im Landkreis Offenbach. Sein Sohn Dennis Pollich übernimmt die Büroleitung im Familienunternehmen. „Mit dem neuen Standort für Hanau und Offenbach können wir den hiesigen Kunden ein vielseitiges Immobilienangebot bieten, das geprägt ist von historischen Bauwerken sowie modernen Neubauprojekten und trotz der Nähe zu Frankfurt am Main sowie dem Taunus-Gebirge noch vergleichsweise moderate Preise zu bieten hat“, kommentiert Annika Zarenko, Geschäftsführerin der Dahler & Company Franchise GmbH und Co. KG., und fährt fort: „Es freut uns, mit Thomas Pollich und Dennis Pollich Partner gefunden zu haben, die als Makler vor Ort bereits aktiv sind und den Immobilienmarkt entsprechend gut kennen.“

www.dahlercompany.com



Foto: Dahler & Company



IHR PARTNER IN SACHEN ETIKETTEN

Für jeden Etikettenbedarf die passende Lösung.
Individuell in Form, Farbe, Material und Haftung.

Herderstraße 8
63073 Offenbach am Main
Tel 069 89993-0
Fax 069 89993-45
info@of-etiketten.de
www.of-etiketten.de



**OFFENBACHER
ETIKETTENFABRIK**
Joachim Siebert

Kundinnen und Kunden stimmten für Nemius

„Ein großes Lob und ein echter Vertrauensbeweis“

Das Beratungshaus für Medizin- und Pharmatechnik Nemius in Offenbach hat den TOP Consultant Award der Compamedia GmbH erhalten.



Foto: TOP Consultant

Der ehemalige Bundespräsident Dr. Christian Wulff (M.) gratulierte den Nemius-Geschäftsführern Martin Senger (l.) und Thorsten Schmitt zu der Auszeichnung mit dem TOP Consultant Award.

Im Rahmen des Wettbewerbs untersuchte die Wissenschaftliche Gesellschaft für Management und Beratung (WGMB) aus Bonn die teilnehmenden Firmen im Auftrag von Compamedia. Basis war eine Befragung mittelständischer Unternehmen, die zuvor mit den Beratungshäusern zusammengearbeitet haben. Die Befragten gaben unter anderem Auskunft darüber, wie zufrieden sie mit der Beratungsleistung sind und auch, ob sie das Unternehmen weiterempfehlen würden.

„Mit der Teilnahme wollten wir herausfinden, was wir besser machen könnten, da es keinen eigentlichen Mess- oder Vergleichswert für uns als im Hintergrund agierendes Unternehmen gibt“, berichtet Nemius-Geschäftsführer Thorsten Schmitt. „Die Auszeichnung ist für unser Team ein wirklich emotionaler Moment, ein großes Lob und ein echter Vertrauensbeweis.“

Seit zehn Jahren sorgt Nemius mit seinen Experten dafür, dass Medizin- und Pharmaprodukte unter allen wissenschaftlichen, rechtlichen und technischen Zulassungsaspekten auf den Markt kommen können. „Unser Team aus Ingenieuren, Medizinern und Naturwissenschaftlern prüft und berät, um Medizin- und Pharmaprodukte marktreif zu entwickeln – immer fair, professionell, progressiv und gemeinsam mit den Kunden“, versichert Schmitt.

www.nemius.com

Ihr Vorteil: Alles aus einer Hand

www.aplus.it/
ueber-uns

Wir kümmern uns um Ihre IT!

☎ **Rufen Sie uns gleich an**
(06027) 40 39 50

MEHR ZEIT FÜRS WESENTLICHE
COMPUTER . SOFTWARE . SERVICE

A+ GmbH | 63811 Stockstadt | E-Mail: info@aplus.it | www.aplus.it

Stark in Stahl

BIEBER + MARBURG bietet ein umfangreiches Lieferprogramm und vielfältige Möglichkeiten

Das Familienunternehmen ist Spezialist für Stahl, Röhren und Bauprodukte. Sein Vertriebsgebiet erstreckt sich auf Hessen und die angrenzenden Bundesländer. Das breitgefächerte Leistungsspektrum, die umfangreiche Lagerkapazität und die prompte Lieferfähigkeit zeichnen das Unternehmen ebenso aus wie die kompetente Beratung seiner qualifizierten Mitarbeiter.

Leistungsspektrum:

Vom Stahlhandelsstandort in Gießen wird das komplette Stahlsortiment – Formstahl und Träger, Stabstahl, Bleche, Blankstahl, Qualitätsstahl, Edelstahl und NE-Metalle geliefert. Darüber hinaus bietet BIEBER + MARBURG das volle Programm an Röhren – Handelsrohre, Konstruktionsrohre, Profilrohre, Stahlbauhohlprofile und Präzisionsstahlrohre. Die Anarbeitungsmöglichkeiten umfassen einen Biegebetrieb, einen Brennschneidbetrieb mit Fasenbearbeitung sowie moderne Sägeanlagen für Profile. Und schließlich: Das Unternehmen verfügt über zwei eigene Strahlanlagen, zwei eigene Säge-Bohr-Anlagen, eine

3D-Laser-Anlage sowie über kurzfristige Grundierungs- und Verzierungsmöglichkeiten.

Lagerkapazität:

Am Standort Gießen entstand in den letzten Jahren ein großes Stahlhandels- und -Logistikzentrum mit breitem Vorratsprogramm. Heute lagern am Standort Gießen ca. 28.000 Tonnen Stahl, Röhren, Edelstähle und NE-Metalle auf einem Gesamtgrundstück von 55.000 qm in 20 Hallen, die Gesamt-Hallenfläche beträgt 42.000 qm. In vier vollautomatischen Hochregalen bevorratet das Unternehmen in 6.000 Fächern die unterschiedlichsten Abmessungen, Güten und Legierungen. Mithilfe von insgesamt 12 Profilsägen werden alle Stahl- und NE-Profile nach Maß (auch Gehrungszuschnitte) mit engsten Toleranzen und in Serie gefertigt. Es werden 27 Portal-Kräne mit Lasten bis zu 23 Tonnen eingesetzt.

Jährlich werden bis 80.000 Tonnen an Kunden in Industrie, Handel und Handwerk in einem Umkreis von etwa 250 Kilometer ausgeliefert.

Lieferfähigkeit + Service:

Die Kunden können bis 16.00 Uhr ihre Bestellung aufgeben und werden bereits am Folgetag im Rahmen des Tourenplans ab 7.00 Uhr beliefert.



Stahl • Röhren • Bauprodukte

Stark in Stahl

Nutzen Sie die Breite und Vielfalt unseres Sortiments. Auftragsannahme bis 16.00 Uhr zur Lieferung am Folgetag im Rahmen unseres Tourenplans. Eingesetzter Fuhrpark: 46 eigene LKW sowie weitere Speditionsfahrzeuge. Überzeugen Sie sich von unseren Leistungen!

für Sie auf Lager.

Walzstahl

Formstahl, Breitflanschträger, Stabstahl, Flachprodukte, Betonstahl, Betonstahlgewebe

Röhren

Handelsrohre, Konstruktionsrohre, Profilrohre, Stahlbauhohlprofile

Anarbeitung

Brennschneid-, Säge-, Strahl- + Biegebetrieb, Säge-Bohr-Anlagen, 3D-Profil-Laser

Qualitätsstahl, Blankstahl, Edelstahl und NE-Metalle

Ihr
Stahllieferant
in der Region
Offenbach

DESIGN TO BUSINESS BRINGT UNTERNEHMEN UND AGENTUREN ZUSAMMEN

Experten für die Unternehmenskommunikation finden

Die erfahrenere Agentur muss nicht die kreativere sein, die teurere nicht unbedingt die bessere. Welche Dienstleister im Bereich Unternehmenskommunikation sind also die richtigen und wo findet man sie? Zum Beispiel im IHK-Netzwerk Design to Business.

Ob im Videocall oder bei der Präsentation vor Ort, Unternehmen und Agentur sollten sich Zeit nehmen, um sich kennenzulernen, Ideen auszutauschen und zu prüfen, ob „die Chemie stimmt“.





Foto: Adobe Stock – inäta_photos

Ganz egal, ob es um einen besseren Internetauftritt, Posts in Social Media, klassische Pressearbeit oder ein komplett neues Corporate Design geht, es lohnt sich, die Agentursuche sorgfältig anzugehen. „Das Ergebnis wird immer ein kritisches Abwägen sein. Lassen Sie sich keinesfalls vom Preis allein leiten“, warnt Frank Irmscher, Netzwerkmanager von Design to Business. Er ist überzeugt: „Sie wollen nicht möglichst wenig Geld ausgeben, sondern eine maximale Rendite Ihrer Investition erreichen.“ Als Anhaltspunkte für eine Vorauswahl nennt er das Know-how von Agenturen, ihre personellen Kapazitäten, Informationen zu bisherigen Kunden sowie Erfolge früherer Projekte. „Lassen Sie sich einen Referenzkontakt nennen“, regt er an.

Ein gutes Briefing ist ein Muss

Wie so oft gilt auch hier: Je präziser die Vorstellungen formuliert sind, desto klarer sind die Kriterien für die Auswahl des Partners. Formuliert werden sie im Briefing. Es muss das Ziel der Maßnahmen und die Anforderungen benennen. Deutlich zeigt es auf, was der Dienstleister übernimmt und was das Unternehmen selbst leisten will. Auch Zeitvorgaben und Budgetgrenzen gehören ins Briefing. Außerdem enthält es Angaben zu sämtlichen Stakeholdern, die involviert sind. Wenn alle Informationen gesammelt sind, lassen sich daraus ein Briefingdokument, ein Lastenheft oder eine Wertungsliste erstellen.

Nach dieser Vorbereitung können relevante Agenturkontakte aktiviert werden. Sind diese nicht vorhanden, hilft der Blick auf die Agenturliste der Design-to-Business-Website. Oder eine kostenfreie Beratung, die das Netzwerk anbietet: Es hilft bei der Orientierung am Agenturmarkt, unterstützt bei der Vorauswahl und begleitet auf Wunsch auch erste Gespräche.

Für kleinere Vorhaben empfiehlt Irmscher, eine Vorauswahl von zwei bis drei Agenturen zu treffen. Für größere Projekte können es mehr sein. Eventuell kommt ein Pitch infrage. Um einen Kunden oder eine Kundin für sich zu gewinnen, präsentieren Agenturen dabei ihre Ideen und treten gegeneinander an. „Ein Pitch bedeutet Aufwand und Kosten, denn gute Agenturen nehmen nur gegen Vergütung teil. Für die meisten Vorhaben kleiner und mittlerer Unternehmen ist ein Pitch im Verhältnis zum Projektbudget zu teuer, zeitaufwendig und damit aus unserer Erfahrung in der Beratung der IHK nicht zu empfehlen. Vereinbaren Sie einen Videocall oder ein persönliches Treffen. Es hat zum Ziel, sich menschlich kennenzulernen, um ein Gefühl für die Zusammenarbeit zu bekommen“, erklärt der IHK-Experte.

Passt das Angebot?

Auf das Briefing antworten die Agenturen mit einem möglichst konkreten, strukturierten Feedback. Im Idealfall präsentieren sie auch Beispiele von aktuellen, eigenen Projekten, die zum Kontext passen. „Stellen Sie Fragen, um exakt zu verstehen, wie eine Agentur an neue Aufgaben herangeht. Lassen Sie sich sagen, wer Ihr Projekt betreuen soll“, schlägt Irmischer vor. Es sei spannend, mit Dienstleistern zu sprechen. Oft führe schon das Erstgespräch zu guten Ideen und Inspirationen.

Ist das Kennenlernen positiv verlaufen, liefern die Agenturen detaillierte Angebote und Kostenkalkulationen. Selbstverständlich müssen hier die Vorgaben aus dem Briefing berücksichtigt werden. „Wir empfehlen Ihnen, stark nach unten oder oben abweichende Kalkulationen kritisch zu hinterfragen. Schauen Sie genau darauf, welcher Arbeitsaufwand kalkuliert wurde. Möglicherweise orientieren sich alle angefragten Agenturen am Budgetrahmen – rechnen aber mit einem unterschiedlichen Arbeitsaufwand“, bemerkt er.

Schließlich bleibt für das Unternehmen die Herausforderung, das eigene Gefühl, die Erkenntnisse aus persönlichen Gesprächen und die Referenzen in Relation zu dem Angebot und den Kosten zu setzen. Irmischer rät, Punkte zu vergeben und in eine Wertungsliste einzutragen. „Das macht es deutlich einfacher, die Agenturen zu vergleichen“, versichert der Netzwerkmanager.

**Kontakt**

Frank Irmischer
Telefon 069 8207-342
irmscher@offenbach.ihk.de
www.design-to-business.de

Zu klein, um trendy zu sein?

Modernes Marketing ist keine Frage der Betriebsgröße.

Da brummt schnell der Kopf, wenn man sich heute als Unternehmer in Handwerk, Produktion oder Dienstleistung in einer ruhigen Stunde (haha, guter Witz!) mit dem Trend-Thema Marketing befasst. Eine Hölle von Fachausdrücken bricht über einen herein.

„Das muss nicht sein“, beruhigt Christian Grulke, Geschäftsführer der kolumbus gmbh in Dietzenbach, „Wenn wir mal in Ruhe erklären können, was alles möglich ist, mit einem Mailing-Spezialisten wie uns an der Seite, ist das Staunen meistens groß: ‚Wenn ich das früher gewusst hätte... ‚Wann können Sie für uns loslegen?‘“

Wie wär's mit „Sofort!“? Marketing beginnt ja schon mit der sauberen Abwicklung von Routineaufgaben wie Rechnungs-

versand, Sonderangeboten oder Vertragsunterlagen. Niemand muss bei Ihnen selbst Adressieren, Kuvertieren oder Frankieren! Mit Ihren Kundendaten macht ein seriöser Mailinganbieter das vertraulich, präzise und automatisch. Meist genügt eine vernünftig angelegte Excel-Datei und es geht los. Inklusive Portospaaren.

„Wir verkleinern nicht nur Portokosten, sondern auch Ihren ökologischen Fußabdruck bei allen Drucksachen“ verspricht Grulke. Seit über 50 Jahren im Mailing-Geschäft, kennt seine Firma die Trends mit den ganzen Pros und Contras. „Wenn Sie wollen, erklären wir Ihnen auch alles mit trendy Buzzwords ;-) Vor allem aber wollen wir Ihnen zeigen, dass Sie keinen multinationalen Konzern haben müssen, um zeitgemäß Marketing zu machen. Auch als regionaler Unternehmer, Start-Up oder Nischen-Experte mit wenig Personal können Sie sich viel organisatorischen Freiraum verschaffen, wenn es um wiederkehrende Standards geht oder besondere Aktionen wie Rechnungen, Preislisten, Sonderangebote, Seminarunterlagen, Messe-Events...“

Mit der Anzeige unten hat die kolumbus gmbh schon mal eine kleine „Medienbrücke“ vorbereitet – als Beweis, wie einfach „Multichannel“-Marketing sein kann, um Sie aus der anfassbaren, haptischen Welt der „Offenbacher Wirtschaft“ ins Digitale zu locken. Und Sie dann in echt zu treffen und mit allen Möglichkeiten des Digitaldrucks vertraut zu machen. Bei einem fairtrade-Kaffee, während ihr E-Auto an der kolumbus Steckdose hängt, die mit Sonnensaft vom Firmendach gespeist wird – wär das nicht schon ziemlich trendy?



Christian Grulke, Geschäftsführer der kolumbus gmbh in Dietzenbach

„porto sparen“ klingt ihnen nicht trendy genug? dann „konsolidieren“ wir gerne für sie.

testen sie doch einfach, wie kolumbus ihnen mit digitaldruck und personalisierten mailings viel arbeit spart und zeitgemäßes marketing ermöglicht: qr-code scannen, um auf www.kolumbus-gmbh.de/kolumbus-testen einen termin auszumachen.



kolumbus gmbh · max-planck-str. 14 · 63128 dietzenbach
telefon: (06074) 85 03-0 · e-mail: zentrale@kolumbus-gmbh.de
www.kolumbus-gmbh.de



kolumbus
qualitäts-mailings. seit 1971.

Impulse für eine integrierte B2B-Kommunikation

Digitaler, individueller, authentischer

Kommunikation ist vielschichtiger und komplexer geworden: immer mehr Kanäle, anspruchsvollere Kunden, eine immense Informationsflut, digitale Tools und nicht zuletzt ein unsicheres Wirtschaftsklima fordern heraus. Es gilt, die eigene Marke authentisch und konsistent zu präsentieren und Interessenten bei ihrer Kaufentscheidung individuell zu begleiten.

Foto: Möller-Horcher



Dr. Venera D'Elia ist Leiterin Business Development und Senior Consultant bei Möller Horcher Kommunikation in Offenbach. Die Kommunikationsagentur steht für langjährige Erfahrung und umfassendes Know-how in den Bereichen PR, Content-Marketing und Lead-Marketing. Ihre Spezialität sind die komplexen Themen in der Business-to-Business-Kommunikation von IT- und Hightech-Unternehmen. Die Agentur fokussiert sich auf die vertriebsunterstützende Kommunikation und unterhält sehr gute Kontakte zu Fach- und Branchenmedien.

Die folgenden Impulse zeigen, worauf es heute bei der Unternehmenskommunikation ankommt:

1. Impuls:

Unternehmenskommunikation, PR und Marketing werden eins

Mittlerweile ist der Grundsatz „Content first“ unumstritten. Um diese Content-Marketing-Maxime umzusetzen, braucht es einen integrierten Ansatz. Dies ist allein dadurch bedingt, dass es immer mehr Möglichkeiten gibt, mit der Zielgruppe in Kontakt zu treten. Kunden und Interessenten sind über die komplette Customer Journey hinweg mit konsistenten Botschaften zu begleiten. Hierfür ist ein Umdenken in der Kommunikation wichtig: Es gilt, ehemalige Grenzen zwischen einzelnen Abteilungen zu überwinden und kommunikativ an einem Strang zu ziehen. Daher ist es ratsam, im Unternehmen eine zentrale Stelle für die externe Kommunikation zu etablieren oder sich von einer Kommunikationsagentur unterstützen zu lassen.

2. Impuls:

Die Kundenreise verläuft immer individueller

Weil die Customer Journey fast immer online beginnt, verläuft sie aufgrund der Vielfalt an Kanälen und Touchpoints höchst individuell.

Um Kunden und Interessenten tatsächlich zu erreichen, bedarf es maßgeschneiderter Inhalte, die entlang der einzelnen Kontaktpunkte bereitstehen. Dabei bedeutet „maßgeschneidert“ gleich zweierlei: Zum einen positionieren sich Unternehmen als verlässlicher Partner, der die Bedürfnisse von Kunden und Interessenten kennt und die passende Lösung präsentiert. Zum anderen sind Firmen gefordert, jeden einzelnen Interessenten möglichst individuell zu begleiten, denn keine Kundenreise verläuft wie die andere.

3. Impuls:

Authentische Kommunikation stärkt die Marke

Gerade der Generation Z (zwischen 1997 und 2010 Geborene) ist es zu verdanken, dass Werte wie moralische, soziale und ökologische Verantwortung in die Geschäftswelt einziehen. Wie Kunden eine Marke bewerten, hängt eng mit der Authentizität und dem Handeln einer Firma zusammen. Die Studie „Truth about Gen Z“ der McCann Worldgroup (Quelle: <https://truthaboutgenz.mccannworldgroup.com/p/1>) zeigt, dass 57 Prozent der Befragten mehr für Produkte eines Unternehmens zahlen würden, das ihre Werte teilt. Dabei belegen soziales Engagement, Diversität und Umweltschutz die vordersten Plätze. Auch B2B-Unternehmen sind gut beraten, sich über ihren Purpose (Zweck) klar zu werden und diesen authentisch zu kommunizieren.

4. Impuls:

Kommunikationscoaching für größere Expertise

Die Kommunikations- und Marketingbranche ist immer schnelllebiger. Marketer sind gefordert, stets auf dem Laufenden zu bleiben. Sich über rechtliche Aspekte (zum Beispiel DSGVO, Cookies), neue Formate und Kanäle oder digitale Tools umfassend zu informieren, ist aus Zeitgründen oft nicht möglich. Externe Sparringspartner wie Agenturen können wichtige Impulse geben. Dabei profitieren beide Seiten, wenn ein wertschätzender Austausch auf Augenhöhe stattfindet und wenn ein Unternehmen seine Agentur nicht nur als verlängerte Werkbank betrachtet. Agenturen müssen bereit sein, ihr Wissen zu teilen und sich auf die individuellen Herausforderungen des jeweiligen Kunden einzustellen.

Das Fazit

Die aktuellen Entwicklungen in der B2B-Kommunikation sind stark durch Content Marketing und einen Wertewandel getrieben: Um mit den eigenen Produkten und Services im Wettbewerb zu bestehen, ist eine Haltung gefragt, die von sozialer Verantwortung, nachhaltigem

Handeln und Diversität geprägt ist. Diesen Purpose gilt es, authentisch zu kommunizieren. Die B2B-Kommunikation ist nicht nur vielschichtig und komplex, sie eröffnet auch so viele Möglichkeiten wie nie zuvor. Die Maxime kann darum nur lauten: Sei digitaler, individueller und authentischer.

Kontakt

Dr. Venera D'Elia
Telefon 069 809096-48
venera.delia@moeller-horcher.de
www.moeller-horcher.de

ALLE MEDIEN AUS EINER HAND!



| EINFACH

Preisübersichten für eine Recruitingkampagne | Mediaplanung für die jährliche Imagewerbung | Objektive Medienempfehlung

| SCHNELLER

Kurze Reaktionszeiten | Individuelle Beratung | Anbieterunabhängige und medienübergreifende Buchung

| SCHALTEN

Print und Online | Kino und Radio | Out-of-Home und „In-the-shop“ | Regional und bundesweit

DIE BRÜCKE | Anette Fechter

M 0178-564 3165

E a.fechter@diebruecke.com

W www.diebruecke.com



Individuelle Mediaunterstützung: mit Worten UND Taten!

Erfolgreiche Werbung in den geeigneten Medien

Anzeigen wirken – wenn sie gut geplant sind und in den passenden Medien platziert werden. Ideal, wenn man dafür einen Partner hat, der sich seit 30 Jahren am Markt auskennt.

Es gibt viele Anlässe für eine Werbekampagne – eine Neueröffnung, ein neues Produkt, Recruiting oder schlicht, die Präsenz des Unternehmens sichtbar zu machen. Aber wie packt man diese Vorhaben am besten an? Welche Medien sind die passenden, wie sind die Preise? Wann ist der beste Zeitpunkt für die Umsetzung? Die Planung, das Verhandeln mit Verlagen und anderen Anbietern, die textliche und grafische Gestaltung für den optimalen Werbeeffect und die Buchung: All dies kostet Zeit und braucht Know-how. Genau hier setzt das Konzept von Anette Fechter an: „Ich helfe meinen Kunden dabei, ihre Werbung schnell und kostengünstig in den relevanten Medien zu platzieren. Dabei erhalten sie von der Beratung bis zur Realisierung alles aus einer Hand. Ich lasse nicht nur Worte sprechen, sondern auch Taten folgen! Denn die Zufriedenheit meiner Kunden ist der Garant für eine erfolgreiche und langfristige Zusammenarbeit.“

Und das gilt nicht nur für Printmedien: Anette Fechter unterstützt ebenso bei der Planung und Umsetzung von Online-Werbung wie z. B. Werbeanzeigen, inkl. der zum Produkt und zur Zielgruppe passenden Platzierung auf strategisch wichtigen Websites. Radio- und Kinowerbung, Außenwerbung mit Großflächenplakaten und Verkehrsmittelwerbung gehören ebenfalls zum Angebot. Im Rahmen eines durchdachten Mediaplans behalten Kunden von Anette Fechter dabei Kosten und Termine immer übersichtlich im Blick.

www.diebruecke.com

Kein Raum für Missverständnisse in der internationalen Kommunikation

Wer will schon einen Mist-Lockenstab kaufen?

Daniela Gotta fertigt Fachübersetzungen an und ist gerichtlich ermächtigte Diplom-Übersetzerin, Dolmetscherin und ausgebildete Mikrofonsprecherin. Sie unterstützt Unternehmen bei der internationalen Kommunikation. Im Interview macht sie deutlich, wie wichtig dabei eine professionelle Herangehensweise ist.



Foto: Daniela Gotta

Daniela Gotta unterhält ihr Büro in Rödermark und kooperiert mit Kollegen weltweit.

Wo findet internationale Unternehmenskommunikation statt?

Sie kann überall dort stattfinden, wo internationale Zusammenarbeit stattfindet und Kunden gewonnen werden sollen. Sie gehört also schon in die Geschäftsanbahnung – auf die Unternehmenswebsite, auf Messen, in

Posts in sozialen Medien wie LinkedIn. Finden Sie heraus, wo sich die Zielgruppe aufhält. Aber auch sonst in der Unternehmenskommunikation ist Internationalität allgegenwärtig, von der täglichen Korrespondenz bis hin zu Vertragswerken, bei multinationalen Firmen einfach überall.

Für welche Unternehmen ist es wichtig, mehrsprachig zu kommunizieren, und warum?

Es ist für alle Unternehmen Pflicht, die nicht ausschließlich im DACH-Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) tätig sind. Doch selbst innerhalb des DACH-Raums ist es bereits wichtig, denn alleine die Schweiz hat vier Landessprachen. Und auch innerhalb Deutschlands gibt es Unternehmen, in denen fast ausschließlich Englisch gesprochen wird. Wer außerhalb der deutschsprachigen Länder Kunden, Partner oder Zulieferer hat oder

gewinnen will, muss mehrsprachig kommunizieren. Für Firmen, die von einem ausländischen Unternehmen aufgekauft wurden und sich in eine multinationale Dachorganisation eingliedern, ist das ebenfalls unerlässlich. Dann wechselt auch die interne Kommunikation in die Fremdsprache.

Im Marketing und besonders im Online-marketing spielt Internationalität eine große Rolle. Wer heute verstanden hat, dass er auf moderne Marketingmethoden nicht nur zurückgreifen kann, sondern muss, der weiß, dass er mit internationalen Untertiteln (YouTube, Facebook etc.) automatisch die ganze Welt über die drei wichtigsten Suchmaschinen erreicht.

Ist es für manche Branchen ein Muss, mehrsprachig zu kommunizieren?

Ja, es gibt Branchen wie die IT, dann natürlich Zweige, die typischerweise international arbeiten, wie Schwerindustrie, Maschinenbau, Automotive- und Schienenfahrzeugbau oder Rechenzentren- und Kraftwerksbau, aber auch deutsche Mittelständler, deren Produkte im Ausland eine Nische bedienen. Ich habe einen Kunden, den ich als „urdeutsch“ bezeichnen würde. Er stellt in Bayern Industrieprodukte her. Dieses Unternehmen hat bei Danilingua Dokumente in acht Sprachen bestellt. Wenn ich Zulieferer für ein multinationales Unternehmen sein will, dann ist internationale Kommunikation vorgeschrieben.

Wie steigt ein Unternehmen in die mehrsprachige Kommunikation ein?

Mein Rat für den ersten Schritt lautet: Setzen Sie auf einen professionellen Übersetzer/

So gelingt internationale Unternehmenskommunikation

- Erfahrene und mit dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens vertraute Sprachmittler buchen.
- Ein klares Briefing geben und regelmäßigen, konstruktiven Austausch während der Zusammenarbeit sicherstellen.
- Gemeinsam mit dem Profi auf das angestrebte Ergebnis hinarbeiten.
- Treu bleiben! Lieber in die Beziehung zu den Experten investieren, zum Beispiel durch Einladen ins Unternehmen. Gute Übersetzer sind schwer zu finden „and are worth their weight in gold“, sagt Daniela Gotta.

Berater, der sich auskennt. Holen Sie sich den Profi an die Seite, denn Sie können in Teufels Küche kommen, wenn Sie es ohne das erforderliche Know-how versuchen.

Möglicherweise gibt es jemandem im eigenen Team, der einige Jahre in England, den USA oder einem anderen Land verbracht hat, in dem die aktuell benötigte Fremdsprache Amtssprache ist. Vielleicht bietet er oder sie Hilfe an. Das ist nett gemeint, hat aber meist nichts mit professionellem Übersetzen zu tun, schon gar nicht, wenn es um Fachsprache (Recht, Marketing etc.) geht. Das kann zu gravierenden Missverständnissen führen, mit denen man sich zum Gespött macht – schlimmstenfalls weltweit!

Das Magazin Brandeins hat ein paar Flops gesammelt: Der US-amerikanische Haarspezialist Clairol hat in Deutschland einen Lockenstab namens „Mist Stick“ auf den Markt gebracht und dabei übersehen, dass das englische Wort für „Nebel“, „mist“, auf Deutsch für tierische Fäkalien verwendet wird. Der schwedische Konzern Electrolux wollte seine Staubsauger in den USA mit dem Slogan „Nothing sucks like an Electrolux“ bewerben. Die Werber wussten offensichtlich nicht, dass „suck“ nicht nur saugen bedeutet. In der Alltagssprache steht der Slogan nämlich ungefähr für „Nichts ist so scheiße wie ein Elektrolux“.

Wir kennen auch die unzähligen automatisierten Übersetzungen für Produktbeschreibungen, die nicht den geringsten Sinn ergeben. Und dann wundert man sich, dass der internationale Absatz stockt. Im Extremfall können Fehlübersetzungen zu kostenintensiven Klagen, Körperverletzung und sogar zum Tod führen. Übersetzer sind also durchaus auch „Katastrophenverhinderer“.

Wenn es Unternehmen versäumen, sich hier professionell beraten zu lassen, drohen Verluste und Imageschäden. Und ein Imageschaden ist nur sehr, sehr schwer wieder zu beheben, wenn überhaupt. Wie gering ist dagegen die Investition im Vorfeld, damit so etwas erst gar nicht passiert! Wir Übersetzer sind dafür ausgebildet, diese Fallen zu erkennen und sie von vornherein zu vermeiden. Außerdem liest niemand Ihren Text so genau

wie ein Übersetzer, der auch Sinnfehler im Original erkennt und kommuniziert.

Aber wie entsteht nun ein Konzept für die gesamte mehrsprachige Unternehmenskommunikation?

Das muss man individuell planen, am besten gleich gemeinsam mit dem professionellen Sprachmittler, der als Berater fungieren kann. Ziele und Zielgruppen müssen klar definiert sein. Darauf wird das Konzept ausgerichtet und schließlich umgesetzt.

Für welche Sprachen sollte man sich entscheiden?

Die Auswahl ist davon abhängig, wo das Unternehmen tätig ist oder welche Märkte es erschließen will. Wenn ich in Rumänien aktiv bin, benötige ich natürlich kein Finnisch. Englisch sehe ich als erste Wahl, dann die Sprache des Zielpublikums.

Wann kommt es infrage, ein Übersetzungstool zu verwenden?

Ein Übersetzungstool kann nützlich sein, wenn eine Anfrage eingegangen ist und schnell verstanden werden muss, worum es geht. Aber die Risiken sind hoch. Die KI erkennt wohl hin und wieder Rechtschreib- oder Grammatikfehler im Original, hat jedoch Schwächen mit Umgangssprache, „Teekesselchen“ und kreativem Ausdruck. Das kann in konfusen Übersetzungen enden. Probieren Sie es selbst und geben einmal „da wird doch der Hund in der Pfanne verrückt“ ein. Auch der Kontext wird nicht immer erkannt. Wörter werden im falschen Zusammenhang übersetzt. Bei medizinischen oder juristischen Texten ist das besonders gefährlich. Marketingtexte hingegen folgen wieder ganz eigenen Regeln, die definitiv einen kreativen Kopf erfordern, um Ihre Botschaft an die im Ausland geltenden Regeln anzupassen. Der Fachbegriff hierfür ist „Lokalisieren“. Im asiatischen Raum kommt es ganz besonders auf Fingerspitzengefühl an. Erst vor Kurzem hatte ich einen Text, worin das Unternehmen einen spezifischen Bezug auf ein Bundesland genommen hat. In Deutschland wird das verstanden. Im übrigen DACH-Raum wird es schon schwieriger. Treu ins Englische übersetzt, würde dies beim Leser Fragezeichen aufwerfen, weil ihm der soziokulturelle Hintergrund fehlt. Hier ist es unsere Pflicht,

das Unternehmen auf diese Falle hinzuweisen und für den ausländischen Leser eine andere Metapher zu finden.

Die KI ist noch weit davon entfernt, den menschlichen Übersetzer zu ersetzen. Sie kann dennoch ein nützliches Werkzeug sein, um ein erstes Textverständnis zu erlangen. Das Ergebnis von MT (machine translation) durch einen professionellen Linguisten nachbearbeiten zu lassen, könnte eine Option sein. Dennoch bleibt es fraglich, ob diese Methode schneller oder sparsamer ist, als gleich einen erfahrenen Übersetzer zu beauftragen. Wer will schon automatisierte und mechanische Botschaften als Ausdruck seiner individuellen Marke?

Was macht eine gute mehrsprachige Unternehmenskommunikation aus?

Sie darf dem Unternehmer keine zusätzliche Arbeit verursachen. Er muss damit seinen Umsatz steigern und nicht durch Fehlübersetzungen riskieren. Übersetzer sollten so in die Firmenstruktur integriert werden, dass Prozesse automatisch ablaufen, ohne den Ablauf zu stören. Die Absatzmärkte sollen sich sogar noch vergrößern. Eine solide mehrsprachige Unternehmenskommunikation ist unsichtbar, läuft im Hintergrund mit und fällt nicht durch Fehler auf. Sie ist in der Umsatz- und Gewinnsteigerung direkt messbar. Und zu guter Letzt verhindern wir Übersetzer das Hineintappen in Sprachfallen. Ein sehr gutes Beispiel ist das seit einiger Zeit bei Vortragenden so gern verwendete „am Ende des Tages“. Am Ende des Tages ist es im Deutschen nämlich nur eines: dunkel. Die englische Metapher „at the end of the day“ bedeutet „letzten Endes“, „schließlich“. Für die meisten Deutschen ist das „Ende des Tages“ also keine rhetorische Figur, sondern nichts anderes als der Abend. Die Verwendung im Sinne von „schließlich“ ist ein Anglizismus.

Die Fragen stellte

Birgit Arens, IHK Offenbach am Main

Kontakt

Daniela Gotta
Telefon 0171-7877311
gotta@danilingua.de
www.danilingua.de

loads sind im Buch mit Icons markiert und einem QR-Code versehen – das ist Mehrwert pur für einen schnellen und nachhaltigen Lernerfolg.

Von Print bis Digital

Die Ratgeber, Praxisbücher und Standardwerke greifen in zwei jährlich wechselnden Programmen aktuelle Herausforderungen aus Wirtschaft, Gesellschaft und Persönlichkeitsentwicklung auf und liefern Antworten auf die wichtigsten Fragestellungen unserer Zeit. Moderne Contentformate flankieren das Buchprogramm: Audiobooks, E-Books, Podcasts, Newsletter, ein neues Printmagazin, die lebendige Onlineplattform www.gabal-magazin.de mit fast täglich neuen Impulsen und Aktionen sollen die Lust auf lebenslanges Lernen für die Community pushen.

Heute bietet der Verlag auf seiner Website relevanten und aktuellen Content zu Management und Führung, zu Marketing, Kommunikation und Vertrieb, zu Wirtschaft und Gesellschaft oder zu Karriere- und Finanzthemen an. Auch das große Feld Training, Coaching und Beratung bildet einen weiteren Schwerpunkt des Programms.

Gerade den Unternehmen und Organisationen kommt heute eine große Bedeutung für die Weiterbildung zu. Neben flexiblen Modellen für Arbeitszeiten und Arbeitsort, attraktiven Gehältern und einer fairen Unternehmenskultur werden die Aspekte Weiterentwicklung und Aufstiegsmöglichkeiten regelmäßig als wesentliche Hebel für eine Arbeitsplatzentscheidung genannt. Nach einer großen Umfrage von StepStone liegt allerdings an dieser Stelle auch besonders viel im Argen: „Bei keinem anderen Faktor klafft die Lücke zwischen Wunsch und Realität weiter auseinander“, fiel das ernüchternde Urteil von StepStone aus. Demnach wünschten sich 91 Prozent der Befragten, dass ihr Arbeitgeber Karriere- und Weiterbildungsmöglichkeiten bietet. Bei lediglich 17 Prozent war das auch gegeben.

Vom Content zum Event

Der Gabal Verlag unterstützt daher Unternehmen in besonderer Form beim Ausbau ihres Wissensmanagements. Ob in Form von individuellen und gebrandeten Buchausgaben als Firmen- oder Kundengeschenk, ob über Bücher-Abos für Unternehmenskunden, ob über E-Books, Inhouse-Trainings, Workshops oder ganze Medienpakete – das Offenbacher Verlagshaus möchte umfangreiche Lösungen für die Partner aus der Wirtschaft bieten. Viele der Autoren und Autorinnen stehen auch für interne Veranstaltungen zur Verfügung. Ob Business-Frühstück, Impulsvortrag, Signierstunde oder Kamingsgespräch: Eine

Inhouse-Veranstaltung mit den renommierten Experten und eloquenten Rednern kann die persönliche Interaktion mit Mitarbeitern und Kundinnen bereichern.



Kontakt

Bettina Schmidt
Telefon 069 830066-46
bettina.schmidt@gabal-verlag.de
www.gabal-verlag.de
www.gabal-magazin.de

HALLEN

Industrie | Gewerbe | Stahl



PLANUNG

PRODUKTION

MONTAGE



Wolf System GmbH
94486 Osterhofen
Tel. 09932 37-0
gbi@wolfsystem.de
www.wolfsystem.de



Birgit Arens hat in die

Buchhandlung Litera

reingeschaut



An einem glühend heißen Mittwochmorgen im Juli herrscht Kommen und Gehen in der Litera. Ein Ehepaar sucht eine Geburtstagskarte. Einen ganzen Stapel an Bilderbüchern trägt eine junge Frau zur Kasse. Zwei Spiele hat sie noch ausgesucht. Beate Neiß, die Chefin, begrüßt eine weitere Dame namentlich. Die Litera gibt es seit 1979 in Langen. Die erste Adresse war im Stresemannring. 2003 öffnete die Filiale in der oberen Bahnstraße. Zehn Jahre später beschloss die Geschäftsführerin, sich ausschließlich auf diesen Laden zu konzentrieren. „Das war vor allem eine Folge der Stadtentwicklung. Das Einkaufsgeschehen hat sich in die Bahnstraße verlagert“, erklärt sie.

Neiß ist gelernte Verlagskauffrau und hat Informatik studiert. „Mit zwei Kindern wurde es schwierig, in der IT-Branche auf dem Laufenden zu bleiben. 2004 hat mich die damalige Geschäftsführerin Gisela Thierolf angestellt und ich konnte mich langsam in das Geschäft einarbeiten. Sie hat sich in den darauffolgenden Jahren langsam aus dem Geschäft zurückgezogen. Ich habe immer mehr Aufgaben übernommen. Die Kunden konnten sich an den Inhaberwechsel gewöhnen.“ 2009 trat Neiß die Nachfolge an. „Eine Buchhandlung zu führen, war immer mein Traum. Es ist mehr als Glück, dass es passiert ist“, findet sie nach wie vor.

Foto: Arens/HK

Beate Neiß (M.) mit ihren Mitarbeiterinnen
Kirstin Richter (l.) und Monika Laier (r.)

Belletristik sowie Kinder- und Jugendliteratur sind zwei Schwerpunkte, zu denen das Litera-Team intensiv beraten kann. Am liebsten finden die Mitarbeiterinnen im persönlichen Gespräch heraus, was ihren Kundinnen und Kunden gefallen könnte.



Natürlich sei es in der Pandemie hart gewesen. „Mit dem Lockdown habe ich zuerst alle nach Hause geschickt und versucht, alleine einen kostenlosen Lieferservice anzubieten“, erinnert sich Neiß. Zwei feste Mitarbeiterinnen, eine Auszubildende und vier Aushilfen sind bei der Litera beschäftigt. Bald gab es so viele Bestellungen, dass sie das Team zurückrief. So musste sie niemanden entlassen.

Die Anfragen kamen telefonisch, per E-Mail, über den Onlineshop, Facebook, Instagram und Whatsapp. Das Litera-Team entwickelte seinen eigenen Prozess – Ware aufnehmen, sortieren, Rechnungen schreiben, Routen nach Stadtgebieten planen, Auslieferung zu Fuß, per Fahrrad oder Vespa. „Wir haben alles getan, um den Kunden ihre Bestellung so schnell wie möglich zukommen zu lassen“, sagt sie. „Ich habe die Routenplanung von Google Maps schätzen gelernt und weiß jetzt, wie wichtig gut sichtbare Hausnummern sind. Die Kontakte im privaten Bereich haben die Beziehungen zu den Kunden verändert.“ Zugleich seien die Menschen in der Pandemie dünnhäutiger geworden – so empfindet sie es.

Click and collect verbesserte die Situation. „Aber es war schlimm, dass niemand in den Laden durfte“, meint sie rückblickend. Die Litera kooperierte mit dem Geschäft Bentrup Tee & mehr, das geöffnet bleiben konnte, und bekam dort eine Abholstation. „Die Kunden haben uns gefehlt. Beratung am Telefon ist etwas völlig anderes. Als wir

öffnen durften, haben die Kunden es genossen, wieder zu stöbern, in Bücher hineinzulesen, sich inspirieren zu lassen“, berichtet sie.

Seit dem Wegfall der strengen Vorgaben kann bewährtes Zusammenarbeiten wieder stattfinden: Bei Veranstaltungen in der Stadthalle ist Litera von Zeit zu Zeit mit Büchertischen vertreten. 35 Kinder im Grundschulalter nahmen an der Aktion „Lesekiste“ mit der Langener Stadtbücherei teil. Beim Dekanatsklimatag in Dreieich präsentierte die Buchhandlung Literatur rund um die Programmpunkte und Vorträge. „Ich habe ein gutes Team, das auch mal zum Einsatz am Wochenende bereit ist“, betont die Geschäftsführerin.

Auf einen Büchertisch legt Beate Neiß zwei Neuerscheinungen und erklärt: „Am 10. September stellt Anna Yeliz Schentke aus Frankfurt ihren Roman ‚Kangal‘ bei uns vor. Im Oktober kommt Christine Drews mit ihrem Buch ‚Freiflug‘.“ Solche Veranstaltungen werben für die Autorinnen und ihre Werke und natürlich auch für die Litera. Nicht zuletzt bereichern sie Langens Kulturangebot. Im Winter sei die Machbarkeit von Veranstaltungen noch nicht klar überschaubar: „Im Augenblick bin ich noch vorsichtig mit der Planung“, bedauert sie, da niemand sagen kann, wie es mit Corona weitergeht. <https://litera-langen.buchkatalog.de/>

Kleine Geschenke wirken wie Türöffner

Werbung, die wirkt

Werbung kann Menschen bewegen und Werte schaffen, Images erzeugen und Marken bilden. Im schlimmsten Fall kann sie – weil zu undifferenziert und einfältig – langweilen. Werbung entscheidet über Wohl und Wehe, ob Top oder Flop. Im Idealfall ist sie Alleskönner: einzigartig, Botschafter des Absenders, Herzenswärmer und punktgenau.



Foto: Heinz

Thomas Heinz führt in zweiter Generation die gleichnamige Werbemittelagentur in Rödermark. Unter anderem berät und betreut er Energieversorger, Banken, Versicherungen, Behörden und Industrieunternehmen. Sein fünfköpfiges Team schmiedet passende Konzepte für den Einsatz gegenständlicher Werbeartikel – vom pfiffigen Give-away für wenige Cents bis zu elektronischen Highlights, Textilien, Lederwaren oder edlen Einzelpräsenten.

Wie aber gelingt das? Mitentscheidend ist die Wahl der richtigen Werbeform. Klassische Werbemedien wie Radio und TV beispielsweise treten mehr und mehr in den Hintergrund. Sie sind zu Zweitmedien geworden, die genutzt werden, während die Menschen arbeiten oder mit anderen Dingen beschäftigt sind. Aber auch Onlinewerbung oder per Post versandte Mailings wecken nicht immer das erwünschte Interesse.

Multisensorische Ansprache

„Haptische Werbung hingegen fördert und fordert die Aufmerksamkeit der Umworbene. Werbeartikel bringen die Empfänger allein schon aufgrund ihres Zweitnutzens dazu, sich mit ihnen und ihren Botschaften zu beschäftigen. Dass die Recall-Werte für Werbeartikel bei vergleichenden Studien regelmäßig einen Spitzenplatz gegenüber

anderen Werbemedien einnehmen, wundert bei dem Potenzial dieser Werbeform nicht“, erläutert Thomas Heinz, Inhaber der gleichnamigen Agentur mit Sitz in Rödermark. Er ist sicher: „Haptische Werbung kommt einfach an. So ablehnend wir auf uns langweilende, als Belästigung oder Zeitverschwendung empfundene Werbung reagieren, so euphorisch ist die Reaktion auf Werbung, die uns bereichert und kommunikativ erreicht.“

**Haptische Werbung
kommt einfach an**

Genau das vermögen Werbeartikel zu leisten, ist seine Erfahrung: „Ihr Facettenreichtum und ihr Wirkungspotenzial ermöglichen es, Zielgruppen weitestgehend konkurrenzlos und treffsicher multisensorisch zu erreichen. Gemessen an anderen Werbeformen gehören Werbeartikel zu den kosteneffizientesten Werbemedien überhaupt und sind in der

Wirkung unschlagbar, wie in validen Studien zur Wirkungsweise mehrfach belegt wurde. So konnte nachgewiesen werden, dass Werbeartikel häufig länger als zwei Jahre im Besitz des Empfängers sind. Schon die einmalige Übergabe eines Werbeartikels transportiert die Werbebotschaft somit vielfach und längerfristig. 62 Prozent der Empfänger von Werbeartikeln benutzen diese länger als ein Jahr. Nicht minder interessant: 78 Prozent der Empfänger von Werbeartikeln empfehlen das werbende Unternehmen gerne weiter.“

Emotionen wecken

Werbeartikel können laut Heinz aber noch viel mehr: Sie berühren emotional und wecken alle Sinne. Wie sehr, das hat ein Forschungsinstitut im Auftrag des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft, kurz GWW e. V., jüngst wissenschaftlich gemessen (Quelle: <https://werbeartikel-wirken.gww.de/>).

Demnach schaffen Werbeartikel eine positive Grundstimmung zwischen Empfänger und Werbendem, sind also sympathische „Türöffner“. Entscheidend für die Intensität und Qualität ihrer Wirkung ist letztlich, ob der Werbeartikel dauerhaft berührt.

„Das gelingt allerdings nur dann, wenn ein stimmiges Konzept zugrunde liegt. Nur so lässt sich die beabsichtigte Wirkung auch erzielen“, sagt Heinz. Um sicherzugehen, das schier unerschöpfliche Kreativpotenzial von Werbeartikeln auch zu nutzen, empfiehlt sich die professionelle Beratung eines geschulten Werbeartikelspezialisten. Er entwickelt in Abstimmung mit den Unternehmen die zur Botschaft und zum Produkt passende Kampagne, um die Zielgruppe treffsicher zu erreichen. Sich diesem Kundenservice auf Höchstniveau zu verschließen, führe in den seltensten Fällen zum gewünschten Ergebnis und Erfolg. „Eine gute Beratung und qualitativ

hochwertige Produkte haben ihren Preis. Wer am falschen Ende spart, darf sich über mangelnde Beratung oder schlechte Qualität nicht wundern“, sagt der Fachmann.

Untaugliche Werbung aber fällt auf den Werbungtreibenden zurück. Oftmals sind es unbeachtete Details, die Mittelmäßigkeit und Perfektion unterscheiden. „Die im Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft organisierten Unternehmen wissen, worauf es ankommt, wenn Werbung beeindrucken soll“, versichert Heinz.

Kontakt

Thomas Heinz
Telefon 06074 2116425
info@heinz-werbemittel.de
www.heinz-werbemittel.de

STANDORTVORTEIL GLASFASER.

Glasfaser für Ihr Unternehmen.

Wir bieten Geschäftskunden symmetrische Internetprodukte auf Basis von reinen Glasfaser-Leitungen – gemeinsam Großes gestalten.



deutsche-glasfaser.de/business

Jetzt für
Glasfaser
entscheiden!



**Deutsche
Glasfaser**

Wege aus der Energiekrise

Seit zehn Jahren berät die Hessische Initiative für Energieberatung im Mittelstand (HIEM) kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Peter Sülzen, Kompetenzfeld Nachhaltigkeit der IHK Offenbach am Main, und Sasa Petric, Projektleiter der HIEM, skizzieren im Interview, was KMU in der aktuellen Energiekrise unternehmen können.

Wie schätzen Sie die aktuelle Energiekrise und ihre Auswirkungen auf die KMU ein?

Sasa Petric: Die Energiepreise steigen seit Jahren. Vor allem bei Gas erleben wir durch den Angriffskrieg Putins auf die Ukraine einen enormen Preisanstieg. Das führt zu einer Verunsicherung in KMU. Viele sind besorgt, ob sie im Winter noch Gas erhalten. Ich gehe davon aus, dass die Bundesregierung

Foto: HIEM



Sasa Petric, Projektleiter der HIEM.

genügend Gas beschaffen kann. Es ist aber eine Frage des Preises, und das ist für KMU bei geringen Margen ein Problem.

Was können KMU kurzfristig unternehmen?

Peter Sülzen: Kurzfristig sollten sie prüfen, ob sie durch einen Fuel-Switch Gas substituieren können. Für den Fall, dass Gas rationiert wird, sollten Unternehmer jetzt mit ihrem Versorger sprechen, ihren Gasbedarf anmelden. Hilfreich sind Notfallpläne. Denn die Vorlaufzeit, mit der die Gaszuteilung limitiert würde, beträgt nur wenige Tage. Um einen gasbasierten Industrieprozess abzustellen, sollten Personal, Ressourcen und Know-how bereitstehen. So können die Betriebe schnell

handeln und ihre Maschinen ohne Schaden herunterfahren.

Auf welche langfristigen Perspektiven müssen sich KMU einrichten?

Sasa Petric: Fossile Energien sind ein Auslaufmodell. Angesichts des Klimawandels sind sie nicht mehr zu verantworten. Hier müssen auch KMU mitziehen und ihre Prozesse entlang der technischen Entwicklung von fossilen Energieträgern unabhängig machen. Deshalb wurde übrigens vor genau zehn Jahren die HIEM ins Leben gerufen. Wir unterstützen KMU, ihren Weg in eine klimaneutrale Zukunft und für die nächste Generation sicher zu gestalten.

Peter Sülzen:

Die Unabhängigkeit von fossilen Energien ist ein Entwicklungspfad, der auf drei Säulen basiert: Energieeffizienz, erneuerbare Energien sowie die Elektrifizierung – also die Sektorkopplung mit dem Wärmemarkt, der auch die industrielle Prozesswärme beinhaltet. Vor allem bei der Energieeffizienz und der Elektrifizierung hat sich in den letzten Jahren technologisch viel getan. Deshalb sollten Unternehmerinnen und Unternehmer immer wieder nach Effizienzpotenzialen fahnden und optimieren.

Foto: IHK



Peter Sülzen, Kompetenzfeld Nachhaltigkeit bei der IHK Offenbach am Main.

Energiespar-Infos im Überblick

Die IHK Offenbach am Main bietet Beratung und Information zum Thema Energie. Es geht um

- ▮ das betriebliche Energiemanagement
- ▮ das Förderprogramm Energiepreisbeihilfen
- ▮ kostenlose Impulsgespräche zur Energieeffizienz
- ▮ Energie-Scouts – Qualifizierungsmaßnahme für Auszubildende
- ▮ das deutschlandweite Unternehmensnetzwerk Klimaschutz

Alle Angebote im Überblick unter:
www.offenbach.ihk.de/P5734

Wie spart Ihr Unternehmen Energie?

Die IHK Offenbach am Main sucht Best Practice-Beispiele und fördert den Austausch zum nachhaltigen Energiemanagement. Berichten Sie uns davon!

Kontakt

Peter Sülzen
Telefon 069 8207-244
suelzen@offenbach.ihk.de

Welche mittel- und langfristigen Strategien sollten KMU entwickeln?

Sasa Petric: Meine Kolleginnen und Kollegen von der HIEM und ich finden bei unserer Impulsberatung in allen Betrieben Effizienzpotenziale von 20 bis 30 Prozent. Wichtig

ist angesichts der aktuellen Energiekrise, in Zukunftstechnologie zu investieren. Auch haben viele Betriebe ungenutzte Dächer oder Freiflächen, auf denen sie Fotovoltaikanlagen errichten könnten. Ebenso ist die Abwärmennutzung ein großes Thema. Wärmeenergie aus industriellen Prozessen sollte viel häufiger als bisher weiterverwendet werden, anstatt sie in die Atmosphäre abzuführen. Industrielle Wärmepumpen werden zudem immer leistungsfähiger.

Und was ist mit Unternehmen, die eine Investitionsförderung benötigen?

Sasa Petric: Förderprogramme sind reichlich vorhanden. Gerade erst hat das Land Hessen eine neue Runde von PIUS-Invest gestartet. PIUS steht für Produktionsintegrierten Umweltschutz und besteht aus Beratungs- und Investitionszuschüssen. Die HIEM berät KMU für eine optimale Fördermittelkombination und -beantragung – auch bei der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW), dem Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) und der WIBank. Bei PIUS sind Zuschüsse von bis zu 500.000 Euro oder 40 Prozent der förderfähigen Summe möglich. Auch die Konzepterstellung und Beantragung wird mit bis zu 13.000 Euro gefördert. Wir begleiten unsere Kunden durch den gesamten Prozess.

Peter Sülzen: Wenn es die HIEM nicht seit zehn Jahren gäbe, müssten wir sie spätestens jetzt erfinden. Ihr Vorzug ist, dass sie unsere hessischen KMU produktneutral und unabhängig berät. Hier gibt es keine versteckten Interessen.

Die Fragen stellte

Christian Gasche, Sigma Communication, Frankfurt



Info-Hotline 06107 96593-70
www.energieeffizienz-hessen.de

Impact Festival – gemeinsam klimafreundlich wirtschaften

Lieferketten, Energieeffizienz, Ökobilanz, Nachhaltigkeitsreporting – selten waren diese Themen dringlicher als aktuell. Das Impact Festival am 5. und 6. Oktober 2022 bei Fredenhagen in Offenbach bietet Kontakte und Lösungen.

Die IHK Offenbach am Main ist dieses Jahr offizieller Partner des Impact Festivals. Auf der zweitägigen Veranstaltung treffen sich Innovatoren, Unternehmen, Investoren und Vordenker:

- Ausstellung zu nachhaltigen Technologien, Innovationen, Businessmodellen
- Green Start-ups präsentieren Produkte und Services
- Experten-Workshops zu nachhaltiger Transformation in Unternehmen mit Best-Practice-Beispielen
- Vorträge und Panel-Diskussionen
- Matchmaking und Pitches für Unternehmen, Innovatoren, Investoren
- IHK-Experten beraten am IHK-Meetingpoint und bieten Guided Tours an
- Kostenfreie Tickets (begrenzt) und vergünstigte Tickets erhältlich

Programm und zur Anmeldung:
www.offenbach.ihk.de/E13371



Kontakt

Samantha Fiedler
Telefon 069 8207-243
fiedler@offenbach.ihk.de

MIT SICHERHEIT
GUT VERPACKT –
DANK **70 JAHREN**
ERFAHRUNG.

Kathrin Hildebrand
Geschäftsführerin

Tillmann
GUT VERPACKT

tillmann-verpackungen.de 0800-TILLMANN

Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung wurde reformiert

Mehr Rechtssicherheit im Onlinevertrieb

Seit dem 1. Juni 2022 gelten die neue Vertikal-Gruppenfreistellungsverordnung (GVO) und die erläuternden Vertikalleitlinien. Die überarbeitete Verordnung und die Leitlinien berücksichtigen die technischen Entwicklungen im Vertrieb und sollen Unternehmen eine aktuelle Orientierungshilfe bieten. Insbesondere sollen sie kleinen und mittleren Unternehmen dabei helfen, ihre vertikalen Vereinbarungen in ihrem Geschäftsalltag zu bewerten.



Foto: Adobe Stock – insta_photos

In Bezugs- oder Lieferverträgen sind Einschränkungen zu den Vertriebswegen nicht mehr zulässig.

Die Vertikalregeln betreffen Vereinbarungen zwischen Unternehmen, die auf unterschiedlichen Ebenen agieren, also typischerweise nicht im direkten Wettbewerb zueinander stehen. Dies umfasst insbesondere Abmachungen im Rahmen von Bezugs- und Lieferverträgen.

Eine wichtige Neuregelung betrifft den Onlinevertrieb. Zunächst wird der Grundsatz des sogenannten effektiven Internetvertriebs hervorgehoben. Das heißt, jedem Händler soll ein effektiver Internetvertrieb frei von Beschränkungen ermöglicht werden. Einschränkungen dieses Grundprinzips gelten als kartellrechtliche „Kernbeschränkung“ und sind insofern grundsätzlich nicht erlaubt. Hierunter fallen sämtliche Online-Verkaufsbeschränkungen, die bezwecken sollen, dass Abnehmer oder ihre Kunden unmittelbar oder mittelbar daran gehindert werden, das Internet für den Absatz von Waren oder das Anbieten von Dienstleistungen zu nutzen. Ein Hersteller kann folglich in Zukunft seinem Abnehmer nicht mehr verbieten, Waren auch über das Internet zu vertreiben. Eine Pflicht zum alleinigen Absatz der bezogenen Waren im stationären

Handel ist damit als Kernbeschränkung verboten.

Grundsätzlich verboten sind aber auch Vereinbarungen, die direkt oder indirekt darauf abzielen, Händler daran zu hindern, das Internet als Vertriebskanal zu nutzen, so beispielsweise das Verbot der Nutzung von Preisvergleichsportalen oder das Verbot, Daten an Preisvergleichsportale weiterzugeben. Hingegen sollen Qualitätsanforderungen bei der Nutzung von Preisvergleichsdiensten erlaubt sowie Anforderungen hinsichtlich der Onlinewerbung möglich sein. In Bezug auf die Qualitätsanforderungen dürfen diese von den Produzenten geforderten Standards jedoch nicht dazu führen, dass die Verwendung von Preisvergleichsdiensten faktisch ausgeschlossen wird.

Doppelpreissysteme, sogenanntes dual pricing, also die unterschiedliche Bepreisung für Online- und Offlineverkäufe, können in Zukunft erlaubt sein, wenn sie darauf zielen, Investitionen in dem jeweiligen Bereich zu fördern. Der Preisunterschied muss allerdings in einem angemessenen Verhältnis zu den unterschiedlichen Kosten oder Investitionen

zwischen den Online- und Offline-Vertriebskanälen stehen. Eine besonders aufwendige, hochwertige und kostenintensive Präsentation eines Produkts in einem Laden oder Showroom kann insofern einen höheren Preis rechtfertigen.

Nach der Reform der Vertikalregeln sollen auch die Horizontalregeln überarbeitet werden, also die Regeln, die das Zusammenspiel zwischen Akteuren auf einer Ebene, also aktuellen und potenziellen Wettbewerbern, betreffen. Die neuen Horizontalleitlinien werden voraussichtlich Anfang 2023 in Kraft treten.



Autoren
Nicholas Brakhage (Referendar)



Dr. Martin Gegenwart
Telefon 069 8207-221
gegenwart@offenbach.ihk.de

Weitere Informationen unter
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/ip_22_2844

VERLAGS Special

9/10
2022



Weiterbildung und Seminare

www.zarbock.de

Impressum: Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Sontraer Straße 6, 60386 Frankfurt am Main, Telefon 069/42 09 03-75
Die Textbeiträge in diesem Verlagsspecial wurden von den werbenden Unternehmen verfasst.

Trends und Perspektiven der Weiterbildung

Im Juni 2022 wurde der nationale Bildungsbericht „Bildung in Deutschland 2022“ veröffentlicht. Alle zwei Jahre informiert er über Entwicklungen in sämtlichen Bildungsbereichen – von der frühkindlichen Bildung bis hin zur Weiterbildung.

Das Weiterbildungsangebot wird digitaler

Die Corona-Pandemie hat das digitale Angebot, aber auch die Beteiligung an digitalen Formaten nochmals deutlich verstärkt. Dies liegt zum einen daran, dass Anbieter während der Corona-Pandemie dazu gezwungen waren, ihr Angebot kurzfristig umzustellen. Andererseits sind mit digitalen Angeboten viele Vorteile verbunden, die künftig insbesondere auf dem Arbeitsmarkt von größerer Bedeutung sein dürften: zeitliche und örtliche Flexibilität, bessere Einbindung in individuelle Arbeitsabläufe und mobiles Arbeiten oder die Stärkung digitaler Kompetenzen. Kürzere und digitale Formate sind gefragter als in den Vorjahren. Etwa jede vierte Veranstaltung (24 %) wurde 2020 überwiegend oder vollständig online durchgeführt. Zwischen verschiedenen Anbietern von Weiterbildung bestehen jedoch deutliche Unterschiede: Während an (Fach-) Hochschulen knapp jede dritte Veranstaltung rein online durchgeführt wurde, waren es an Volkshochschulen nur 3 Prozent. Seit 2015 hat sich die Beteiligung am Online-Lernen unter der Erwerbsbevölkerung verdoppelt. Grenzen der Digitalisierung in der Weiterbildung liegen insbesondere in der Verfügbarkeit digitaler Endgeräte und Infrastruktur sowie bei den Medienkompetenzen von Lehrenden und Lernenden.

Beteiligung an Weiterbildung bleibt hoch – trotz deutlicher Einbrüche während der Corona-Pandemie

Zu Beginn der Corona-Pandemie ist das Weiterbildungsangebot anbieterübergreifend eingebrochen: Unternehmen schränkten ihre Weiterbildungsaktivität ein, Volkshochschulen mussten einen großen Anteil ihrer geplanten Veranstaltungen absagen oder aber zumindest verschieben und Integrationskurse konn-



ten zeitweise gar nicht durchgeführt werden. Dennoch blieb die Weiterbildungsbeteiligung im Jahr 2020 hoch: Unter den 18- bis 69-Jährigen bildeten sich 57 Prozent non-formal und sogar 69 Prozent informell weiter. Das ist die höchste bislang gemessene Beteiligung an informellem Lernen. Der Bedarf an Weiterbildung blieb ungebremst: einerseits kurzfristig, um im Home-Office digitale Kommunikationstools nutzen zu können, andererseits langfristig, um mit den allgemeinen technologischen Entwicklungen sowie dem Strukturwandel Schritt halten zu können.

Die Teilnahmechancen sind für Erwachsene weiterhin ungleich verteilt

Betriebe sind weiterhin der größte Anbieter von Weiterbildung – gemessen an der Anzahl der Aktivitäten und dem Volumen. Dennoch haben nicht alle Beschäftigten die gleichen Chancen, an Weiterbildung teilzunehmen. Beschäftigte in Teilzeit und mit geringerem Tätigkeitsumfang sowie Beschäftigte in kleinen und mittleren Unternehmen erhalten mit geringerer Wahrscheinlichkeit Weiterbildung durch ihren Arbeitgeber als Beschäftigte in Großunternehmen. Gravierende Unterschiede in der betrieblichen Weiterbildungsaktivität bestehen auch für Beschäftigte in unterschiedlichen Branchen: Das betrifft z. B. die Weiterbildungsaktivität von Betrieben in den Branchen „Erziehung und Unterricht“ sowie „Öffentliche Verwaltung“ (je 64 %) einerseits und „Beherbergung und Gastronomie“ (10 %) oder „Nahrung und Genuss“ (18 %) andererseits.

Der nationale Bildungsbericht „Bildung in Deutschland 2022“ ist vollständig und kostenlos abrufbar:

www.bildungsbericht.de

Duales Studium: Wie funktioniert das eigentlich genau?

Studieren und gleichzeitig praktische Erfahrung für den Traumberuf sammeln: Das ermöglicht ein duales Studium. Doch wie funktioniert das genau? Hier die wichtigsten Infos auf einen Blick.

So gut wie alle Studiengänge lassen sich heute dual absolvieren (eine Übersicht findet man unter www.wegweiser-duales-studium.de). Das heißt: Neben dem Studium an der Hochschule, Fachhochschule oder einer Berufsakademie arbeiten die Studierenden in einem Betrieb mit. Dabei gibt es unterschiedliche Zeitmodelle. Die Arbeitsphasen können entweder blockweise in den Semesterferien oder im Drei-Monats-Wechsel absolviert werden. Dritte Möglichkeit: Im Wochenmodell werden jeweils zwei oder drei Tage in der Woche an der Uni, die anderen Tage im Betrieb verbracht.

Beim dualen Studium unterscheidet man außerdem zwischen „ausbildungsintegrierendem“ und „praxisintegrierendem“ Studium. Bei der ersten Variante wird das Studium mit einer vollständigen Ausbildung verbunden. Absolventinnen und Absolventen verfügen nach den entsprechenden Prüfungen also

sowohl über einen Studienabschluss als auch über eine abgeschlossene Lehre. Das praxisintegrierende Modell endet dagegen ohne eine formelle, abgeschlossene Berufsausbildung.

Job-Bewerber mit einem dualen Studium beider Varianten sind bei Arbeitgebern begehrt. Es fallen allerdings Studiengebühren an, die normalerweise zwischen 300 und 600 Euro monatlich liegen (Quelle: www.wegweiser-duales-studium.de). Manche Arbeitgeber – aber nicht alle – übernehmen diese Gebühren. In jedem Fall erhalten Studierende für ihre Arbeit im Praxisbetrieb ein Gehalt. Inwieweit die Gebühren dadurch gegenfinanziert werden können, sollte im Einzelfall vorher durchgerechnet werden.

Nach einer Studiendauer von sechs bis acht Semestern endet das duale Studium in der Regel mit einem Bachelor-Abschluss. Auch ein Master-Studiengang ist möglich. Dazu benötigen Studierende aber einen ersten akademischen Abschluss oder eine bereits absolvierte Berufsausbildung. Aktuelle Studienangebote nach Regionen sortiert:

www.azubiyo.de/duales-studium/



Das Leben ist zu kurz für irgendwann ...

Starte noch dieses Jahr in Deine Zukunft!

- Aufstiegsfortbildung
- Weiterbildung
- Umschulung
- Prüfungsvorbereitung



kaufmännische Berufe · Weiterbildung für die Sicherheitsbranche
Coaching und Bewerbungstraining (alle Berufsgruppen)
Angebote für Migrant*innen

**Deutsche Angestellten-Akademie
DAA Frankfurt am Main**

Walter-Kolb-Straße 5–7
60594 Frankfurt am Main

☎ 069 972002-0

✉ info.frankfurt-main@daa.de

daa-frankfurt-main.de



Bildung schafft Zukunft.



Fachkräfte aus den eigenen Reihen qualifizieren

Die Agentur für Arbeit Offenbach fördert Berufsabschlüsse und Anpassungsweiterbildungen von Beschäftigten in Unternehmen und berät Arbeitnehmer/innen zu beruflicher Weiterbildung

Die Suche nach qualifiziertem Personal wird immer schwieriger. Unternehmen stehen in hartem Wettbewerb um Fachkräfte, die immer weniger zur Verfügung stehen. Umso wichtiger ist es, auch in den eigenen Reihen nach Mitarbeiter/innen Ausschau zu halten, die Potenzial haben.

Für Arbeitgeber:

Beratung durch den Arbeitgeber-Service

Auf der Grundlage des Qualifizierungschancengesetzes (QCG) kann die Agentur für Arbeit den Erwerb anerkannter Berufsabschlüsse und Anpassungsweiterbildungen von Beschäftigten fördern. Die Qualifizierungsoffensive WEITER.BILDUNG! beinhaltet:

- umfassende Beratung
- erweiterten Zugang zu Weiterbildungsförderungen
- Förderung der Lehrgangskosten
- Arbeitsentgeltzuschüsse

Für Beschäftigte:

Berufsberatung im Erwerbsleben

Beschäftigten bietet die Agentur für Arbeit Offenbach die ‚Berufsberatung im Erwerbsleben‘. Arbeitnehmer/innen werden individuell dabei begleitet, sich beruflich weiterzuentwickeln und ihren künftigen Berufsweg zu entwerfen. Dabei werden die persönlichen Voraussetzungen, Fähigkeiten und Kenntnisse zugrunde gelegt.

Arbeitgeber und Personalverantwortliche sollten dieses neue Instrument kennen und im Bedarfsfall ihren Mitarbeitern/-innen empfehlen.



Mehr Informationen gibt es hier:

Chancen ergreifen!

Aus Beschäftigten Fachkräfte machen

Wir informieren und beraten auch Ihr Unternehmen individuell rund um die Möglichkeiten des Qualifizierungschancengesetzes (QCG).

Rufen Sie uns an.

Wir freuen uns auf das Gespräch mit Ihnen.

Agentur für Arbeit Offenbach

www.arbeitsagentur.de/offenbach

Tel.: 06106 844933

offenbach.arbeitgeber@arbeitsagentur.de



Bundesagentur für Arbeit

Agentur für Arbeit Offenbach

bringt weiter.

Sicherheit hat goldenen Boden

Fachkräfte für Video-Sicherheitstechnik sind gefragter denn je

Wachsen durch Weiterbildung: Der IHK-Zertifikatslehrgang „Fachkraft für Video-Sicherheitstechnik“ macht Quereinsteiger und Profis fit für Ihr Unternehmen

Sicherheit hat Zukunft. Der Markt wächst stetig und insbesondere die Video-Sicherheitsbranche beeindruckt regelmäßig mit starken Umsatzsteigerungen. Denn in Verbindung mit Analyse-Software liefern digitale Videosysteme über Sicherheit hinaus kommerzielle Mehrwerte für den Endkunden. Doch so vielfältig und zahlreich die Einsatzgebiete der Technik sind, so rar sind die Fachkräfte, die diese Systeme planen, installieren und warten können. Und während mit der fortschreitenden Digitalisierung einerseits die Anforderungen an die Mitarbeiter steigen, verschärft sich andererseits die branchenübergreifende Konkurrenz um qualifiziertes Personal. In dieser Situation sind Sicherheitsfachhelfer zunehmend auf Quereinsteiger mit einschlägigen Kenntnissen angewiesen, um ihren Personalbedarf zu decken.

Hier setzt der IHK-Zertifikatslehrgang „Fachkraft für Video-Sicherheitstechnik“ an, den die IHK Offenbach am Main in Kooperation mit der VIDEOR Academy anbietet. In zehn kompakten Modulen erwerben die Teilnehmer das Fach- und Praxiswissen, das für eine Karriere in der Video-Sicherheitsbranche nötig ist.



VIDEOR Academy-Leiter Thorsten Reichegger (2.v.r.) mit den Absolventen des letztjährigen IHK-Lehrgangs „Fachkraft für Video-Sicherheitstechnik“

10 Module | Start: 13.9.2022 | Ende: 12.10.2022

Jetzt anmelden zum

IHK-Zertifikatslehrgang „Fachkraft für Video-Sicherheitstechnik“



QR Code scannen oder im Browser diese URL aufrufen:
<https://tinyurl.com/yckwncb2>



in Kooperation mit der VIDEOR E. Hartig GmbH



SO WEIT SO GUT

Ortsunabhängige Weiterbildungen vom Zertifikat bis zum Master Professional mit unseren Online-Kursen:

- Ausbildung der Ausbilder/-innen
- Geprüfte/-r Betriebswirt/-in (Master Professional)
- Geprüfte/-r Fachwirt/-in im Gesundheits- und Sozialwesen
- Geprüfte/-r Industriefachwirt/-in
- Geprüfte/-r Personalfachkaufmann/-frau
- Geprüfte/-r Wirtschaftsfachwirt/-in
- Personalbetriebswirt/-in (IHK)
- Personalentwickler/-in (IHK)
- Recruiter/-in (IHK)

Beratung und weitere Informationen finden Sie hier:



D I S T A N C E
L E A R N I N G

IHK Akademie Koblenz
Ausgezeichnet weiterkommen.

ihk-akademie-koblenz.de

Checklisten und Ratgeber zur beruflichen Weiterbildung

Angesichts der Vielfalt an Weiterbildungsangeboten ist es schwierig, den Überblick zu bewahren. Checklisten bieten hier Orientierung und unterstützen bei der Wahl einer qualitativ hochwertigen Weiterbildung. Um mit den dynamischen Veränderungen der Arbeitswelt schritthalten zu können, ist eine kontinuierliche Weiterentwicklung von Kompetenzen und Qualifikationen erforderlich – also lebenslanges Lernen. In diesem Zusammenhang gewinnt berufliche Weiterbildung stetig an Bedeutung.

Bekanntermaßen weist die Weiterbildungslandschaft eine große Vielfalt an Weiterbildungsangeboten auf, die von sehr verschiedenen Weiterbildungsanbietern angeboten werden. Diese Angebote unterscheiden sich in ihrem jeweiligen Format, ihrer Dauer, ihrer Zielgruppe ihren Kosten – und ihrer Qualität. Angesichts dieser Unübersichtlichkeit können Weiterbildungsinteressierte leicht den Überblick verlieren und damit in die Gefahr geraten, eine Weiterbildung zu wählen, die unwissentlich gar nicht den eigenen Erwartungen und Qualitätsansprüchen genügt.

Damit die Weiterbildungslust nicht zum Weiterbildungsfrust wird, bieten verschiedene Checklisten erste Orientierung. Sie unterstützen bei der Entscheidung für eine qualitativ hochwertige und passgenaue Weiterbildung. Mit ihnen ist es möglich, Angebote und Anbieter nach individuellen Präferenzen und Qualitätskriterien zu suchen und auszuwählen.

„Qualität beruflicher Weiterbildung“ vom Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)

Die Checkliste bietet seit über 20 Jahren Weiterbildungsinteressierten Orientierung und Unterstützung bei der Entscheidung für eine fachlich und individuell geeignete Weiterbildungsmaßnahme an. Sie wendet sich hauptsächlich an jene, die sich bereits grundsätzlich darüber informiert haben, welche Art von Weiterbildung für sie infrage kommt, ersetzt aber kein persönliches Beratungsgespräch.

Die Inhalte und Leitfragen des Wegweisers sollten Sie nutzen, um Informationen bei Anbietern von Weiterbildungen oder bei Ihrer Arbeitsagentur einzuholen, die Auskünfte zu vergleichen um schließlich Ihre Entscheidung zu treffen. Der Aufwand lohnt sich!

Zur leichteren Handhabung werden wichtige Begriffe am Ende der Checkliste in einem Glossar alphabetisch aufgeführt und erläutert. Zudem umfasst der Wegweiser eine Übersicht von Fördermöglichkeiten sowie eine Prüfliste zum Vergleich von Weiterbildungsanbietern.

Hier geht's zur Checkliste:
www.bibb.de/de/14260.php

„Wie finde ich die richtige Weiterbildung?“ vom Deutschen Institut für Erwachsenenbildung (DIE)

Je nachdem, welches Ziel mit einer Weiterbildung verfolgt wird, sind unterschiedliche Aspekte für die Auswahl eines Kurses wichtig. Die Checkliste gibt eine erste Orientierung hinsichtlich der persönlichen Motive, Ziele und Möglichkeiten. Sie nennt Quellen, die einen Überblick über Weiterbildungsangebote geben und bei speziellen Fragen hilfreich sind. Vor allem aber nennt und erläutert sie die wichtigsten Kriterien, die bei der Auswahl eines Weiterbildungskurses beachtet werden sollten. Dies sind

- die Qualität des Angebots,
- die Qualität des Anbieters,
- die Kosten der Weiterbildung und
- die Möglichkeiten der Förderung.

Hier geht's zur Checkliste:

www.die-bonn.de/id/9394

„Ratgeber für Fernunterricht und Fernstudium“ von der Staatlichen Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU)

Der Ratgeber richtet sich an alle, die sich für Fernunterricht interessieren. Die Broschüre

- gibt Ihnen Auskunft über Ziele, gesetzliche Grundlagen und die didaktischen Besonderheiten des Fernunterrichts;
- klärt Sie über Teilnahmevoraussetzungen, Kosten und die Möglichkeiten der finanziellen Förderung auf;
- erleichtert Ihre Entscheidungen durch praktische Hinweise und Empfehlungen;
- bietet Ihnen einen Überblick über alle derzeit zugelassenen Fernlehrgänge mit einer Auflistung aller Veranstalter (Fernlehrinstitute) und
- informiert über die Adressen der Stellen, die Ihnen für weitere Auskünfte und Beratungen zur Verfügung stehen.

Hier geht's zum Ratgeber:

www.zfu.de/ratgeber.html

180°

Upgrade: Stärken Sie die internationale Qualifikation ihrer Mitarbeiter.
Mit einem dualen oder berufsbegleitenden internationalen **BWL** oder **MBA Studium**.

www.management-darmstadt.de



h_da

HOCHSCHULE
DARMSTADT

Zwischenprüfung/Abschlussprüfung Teil 1 in anerkannten Ausbildungsberufen im Frühjahr 2023

Die IHK Offenbach am Main informiert bis Ende Oktober 2022 alle Ausbildungs-
betriebe schriftlich, welche Auszubildenden für die Zwischenprüfung/Abschluss-
prüfung Teil 1 im Frühjahr 2023 vorgesehen sind. Für die in diesem Aufforderungs-/
Anmeldeschreiben genannten Auszubildenden ist eine Anmeldung zur Zwischen-
prüfung nicht mehr erforderlich. Für die Anmeldung zur Abschlussprüfung Teil 1 ist
der Anmeldeschluss der **13. November 2022**.

Auszubildende, die im Schreiben nicht genannt sind, aber an dieser Zwischen-
prüfung/Abschlussprüfung Teil 1 teilnehmen sollen – wie auch Auszubildende, die
im Schreiben genannt sind, jedoch nicht an der Prüfung teilnehmen sollen, müssen
der IHK Offenbach am Main bis **13. November 2022** schriftlich gemeldet werden.
Spätere Meldungen können für diese Prüfung nicht mehr berücksichtigt werden.

Die Teilnahme an der Zwischenprüfung/Abschlussprüfung Teil 1 ist Zulassungsvor-
aussetzung für die Abschlussprüfung/Abschlussprüfung Teil 2.

Zur Zwischenprüfung/Abschlussprüfung Teil 1 im Frühjahr 2023 werden von der IHK
Offenbach am Main eingeplant:

Für die industriell-technische Zwischenprüfung/Abschlussprüfung Teil 1:

- alle Auszubildenden in 3- und 3 1/2-jährigen Ausbildungsberufen, deren Aus-
bildung in der Zeit vom 01.04.2021 bis 31.03.2022 begonnen hat.
- alle Auszubildenden in 3- und 3 1/2-jährigen Ausbildungsberufen, die unter Berück-
sichtigung der Berufsgrundbildungsjahr- und Berufsfachschul-Anrechnungsverord-
nung ihre Ausbildung in der Zeit vom 01.10.2021 bis 30.09.2022 begonnen haben.

Für die kaufmännische Zwischenprüfung/Abschlussprüfung Teil 1:

Alle Auszubildenden in kaufmännischen und kaufmännisch-verbundenen
Ausbildungsberufen, deren Ausbildungsdauer

3 Jahre beträgt	Ausbildungsbeginn 01.08.2021
verkürzt 2 ½ Jahre beträgt	Ausbildungsbeginn 01.03.2022
verkürzt 2 Jahre beträgt	Ausbildungsbeginn 01.08.2022

Verkäufer/-in, Fachlageristen, Servicefahrer, Servicefachkraft für Dialogmarketing und
Kaufleute für Dialogmarketing:
Ausbildungsbeginn 01.03.2022

Gastronomieberufe:

3 Jahre	Ausbildungsbeginn 01.03.2022
verkürzt 2 + 2 ½ Jahre	Ausbildungsbeginn 01.08.2022

Alle Auszubildenden, die vor den genannten Terminen ihre Ausbildung begonnen
und noch keine Zwischenprüfung/Abschlussprüfung Teil 1 abgelegt haben.

Für Auszubildende, die zum Zeitpunkt der Zwischenprüfung das 18. Lebensjahr noch
nicht vollendet haben, ist gem. § 35 Abs. 2 BBiG der Ausbildungsbetrieb verpflichtet,
die ärztliche Bescheinigung über die erste Nachuntersuchung gem. § 33 Abs. 1
JArbSchG vorzulegen. Bitte reichen Sie eine Kopie der Bescheinigung ein.



GESUND^x – DIE EXTRAPORTION GESUNDHEIT

bKV – die intelligente Gehaltserhöhung

So einfach geht's: Ihre Mitarbeitenden
erhalten ein jährliches Gesundheits-
budget von 900 EUR. Ihre Investition:
lediglich 29,90 EUR im Monat!

Noch mehr Möglichkeiten
mit der **betrieblichen
Krankenversicherung (bKV)**
der Allianz finden Sie unter:
→ [www.allianz.de/angebot/
gesundheit/bkv](http://www.allianz.de/angebot/
gesundheit/bkv)



Oder sprechen Sie Ihren Vermittler an!

Live-Berufsorientierung in Offenbacher Ausbildungsbetrieben



Foto: IHK



Zum dritten Mal hat die IHK 2022 zu „Deine Nacht der Ausbildung“ eingeladen. Ein Shuttlebus brachte die Teilnehmer zu neun verschiedenen Betrieben, wo Mitarbeiter und Auszubildende Einblicke in ihre Arbeitswelten gaben, unter anderem ins Sheraton Offenbach Hotel. Direktorin und Ausbildungsleiterin Julia Hellmann erklärte die Motivation: „Wir bieten abwechslungsreiche Ausbildungen und attraktive berufliche Perspektiven. Das können wir den jungen Menschen am besten vor Ort und im direkten Gespräch demonstrieren. Deshalb ist ‚Deine Nacht der Ausbildung‘ für uns ein ideales Veranstaltungsformat.“ V. l. n. r.: Simon Varga, Besucher aus Offenbach, Arun Philips, Restaurantmanager Sheraton Offenbach Hotel, und IHK-Hauptgeschäftsführer Markus Weinbrenner beim Cocktail-Mixen.

www.offenbach.ihk.de/ausbildung-weiterbildung

www.deine-nacht-der-ausbildung.de



Weiterbildungsprogramm 2022 IHK Offenbach am Main

ihkof.de/weiterbildung



IHK. Die Weiterbildung

Seminare und Workshops

Ausbildung

- IHK-Seminar „Die vier neuen Standardberufsbildpositionen – wie bilde ich sie aus“ 05.09.2022 (32 U.-Std.) | 585 Euro
- IHK-Prüfungslehrgang „Ausbildung der Ausbilder (IHK) – Vollzeit-Block“ 05.09.2022 (60 U.-Std.) | 729 Euro

Außenwirtschaft – IHK-Exportakademie

- IHK-Lehrgang „Nachhaltiges Lieferkettenmanagement (IHK)“ 06.09. – 09.12.2022 (38 U.-Std.) | 2.190 Euro
- IHK-Seminar „Export – Ausfuhrverfahren“ 07.09.2022 (1 Tag) | 249 Euro
- Internationales Vertragsrecht für Praktiker – Modul 2: „Vom Anwender zum Experten“ 20.09.2022 (5 U.-Std.) 199 Euro
- IHK-Seminar „Export – Grundlagen des Präferenzrechts“ 27.09.2022 (1 Tag) | 249 Euro

Betriebswirtschaft & Rechnungswesen

- IHK-Seminar „Buchführung intensiv“ ... 26.09. – 30.09.2022 (40 U.-Std.) | 650 Euro

Immobilienmanagement

- IHK-Seminar „Tipps zum (rechtlichen) Umgang mit schwierigen Mietern“ 06.09.2022 (1 Tag) | 225 Euro
- IHK-Seminar „Einführung in die Mietverwaltung“ ... 25.05.2022 (1 Tag) | 245 Euro

Marketing & Vertrieb

- IHK-Zertifikatslehrgang „Social Media Manager“, eLearning in Kooperation mit der DTP 23.09. – 25.11.2022 (80 U.-Std.) | 1.960 Euro
- IHK-Zertifikatslehrgang „Online-Marketing Manager“, eLearning in Kooperation mit der DTP“ 30.09.– 02.12.2022 (80 U.-Std.) | 1.960 Euro
- IHK-Zertifikatslehrgang „eCommerce Manager“, eLearning in Kooperation mit der DTP“ 30.09.– 02.12.2022 (1 Tag) | 1.960 Euro

Personalmanagement & -führung

- IHK-Seminar „Arbeitszeugnisse rechtssicher gestalten und interpretieren“ 13.09.2022 (4 U.-Std.) | 99 Euro

Sicherheit

- IHK-Zertifikatslehrgang „Fachkraft für Video-Sicherheitstechnik“ 13.09. – 12.10.2022 (64 U.-Std.) | 2.200 Euro

* U.-Std. = Unterrichtsstunden

Die neuen „Standardberufsbildpositionen“ ausbilden

Digitalisierte Arbeitswelt, Organisation des Ausbildungsbetriebes, Berufsbildung sowie Arbeits- und Tarifrecht, Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit sowie Umweltschutz und Nachhaltigkeit sind die neuen Standardziele in Ausbildungsordnungen. Das bedeutet zwei DIN-A-4 Seiten mehr Richt- und Grobziele, die Ausbildungsbetriebe vermitteln müssen. Hier bereiten Sie sich darauf vor.

| www.offenbach.ihk.de/E13212

Nachhaltiges Lieferkettenmanagement online

Mit dem 2023 in Kraft tretenden Sorgfaltspflichtengesetz müssen Unternehmen im eigenen Geschäftsbereich und in den Lieferketten mehr Verantwortung für Menschenrechts- und Umweltrisiken übernehmen. Wie diese Anforderungen zum Nutzen aller umzusetzen sind, ist Inhalt dieser Qualifizierung.

| www.offenbach.ihk.de/E13377

Buchführung intensiv

Quereinsteiger in der Buchhaltung haben es zuweilen schwer. Zwar beherrscht man die praktische Anwendung, aber das Verständnis der Hintergründe könnte optimiert werden. Doch häufig fehlt die Zeit, fehlende oder verschüttete Kenntnisse zu erwerben oder wieder aufzufrischen. Hier setzt die fünfzügige IHK-Intensivschulung an.

| www.offenbach.ihk.de/E12976



Alle Weiterbildungsangebote der IHK Offenbach am Main:

www.ihkof.de/weiterbildung



Kontakt

Alessia Savoca
Telefon 069 8207-175
weiterbildung@offenbach.ihk.de

Steckdosen gibt es nie genug

Inspirationen für die Offenbacher Stadtbibliothek gesammelt

Eine Exkursion des von der IHK initiierten Vereins Offenbach offensiv eröffnete Einblicke in die Bibliotheksprojekte von Köln-Kalk und Hofheim am Taunus.



Foto: IHK

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der Offenbach-offensiv-Exkursion sahen sich zuerst in der Stadtteilbibliothek in Köln-Kalk um.

Ziel war es, Anregungen für die Umsetzung der „Station Mitte“ zu sammeln. Dabei handelt es sich um ein Projekt aus dem Zukunftskonzept Offenbach: Die Stadtbibliothek soll in ein modernes Wissenshaus und öffentliches Wohnzimmer in der Mitte der Innenstadt umgewandelt werden.

17 Personen aus Offenbach nahmen teil, darunter Akteure aus der Verwaltung, vom Verein Offenbach offensiv sowie einige Stadtverordnete. Zunächst erkundeten sie die Stadtteilbibliothek in Köln-Kalk selbstständig. Sie zeichnet sich durch verschiedene Sitzbereiche mit Möglichkeiten zum Spielen und fürs Gaming aus. Verantwortliche aus dem Haus standen für Gespräche zur Verfügung. Anschließend ging es weiter nach Hofheim. Die dortige neu errichtete Stadtbücherei am Kellereiplatz wurde erst kürzlich eröffnet und spielt für die Stärkung der Innenstadt eine wichtige Rolle.

Die Exkursion sollte Denkanstöße für das Offenbacher Projekt geben. Vor Ort war die Stimmung zu spüren und die Teilnehmer tauschten sich mit den dort Verantwortlichen aus. Die Überzeugung wuchs, dass die Station Mitte ein Anker in der Innenstadt und in der Mitte der Stadtgesellschaft werden kann. Eine weitere Erkenntnis aus der Exkursion: Steckdosen kann es nie genug geben!

Kontakt

Laura Becker
Telefon 069 8207-246
becker@offenbach.ihk.de
www.offenbach-offensiv.de

<p>ZÄUNE · GITTER · TORE</p> <p>Draht-Weissbäcker KG Steinstr. 46-48, 64807 Dieburg Tel. (06071) 988 10 · Fax (06071) 51 61</p> <p>Internet: www.draht-weissbaecker.de Email: draht@weissbaecker.de</p>	<p>DRAHT WEISSBÄCKER</p> <ul style="list-style-type: none"> · Draht- und Gitterzäune · Tore · Schiebetore · Drehkreuze · Türen · Schranken · Gabionen · Pfosten · Sicherheitszäune · Mobile Bauzäune · Alu-Zäune · sämtliche Drahtgeflechte · Alu-Toranlagen · Rankanlagen · auch Privatverkauf
---	---

Goldhaus
Obertshausen

**SCHAFFEN SIE AUS ALTEN WERTEN
NEUE MÖGLICHKEITEN**

Ankauf von:
Schmuck | Gold | Münzen | Uhren | Antiquitäten

Tel. 0 6104 9 53 13 15 | www.goldhaus-obertshausen.de

Holger Honig | Heusenstammer Straße 3 | 63179 Obertshausen
Für mehr Zeit & Diskretion - Termine nach Vereinbarung

Ein Tag voll Weiterbildung und Netzwerken

Training Day in der IHK Offenbach am Main



Netzwerken und dabei neue Skills erlernen? Die Wirtschaftsjuvenen (WJ) Offenbach machen es (wieder) möglich. Nach den coronabedingten Absagen in den vergangenen beiden Jahren laden sie zum Training Day am Samstag, den 29. Oktober 2022 in die IHK in Offenbach am Main ein.



Foto: Stock Adobe - kasto

Das eigene Unternehmen vorstellen und bekannter machen, neues Know-how gewinnen, Menschen aus der Wirtschaftswelt in der Region kennenlernen – das alles geht beim Training Day der WJ Offenbach.

Ob als Unternehmerin oder Führungskraft – fast täglich stehen wir vor großen Herausforderungen. Kontinuierliche Weiterbildung und Selbstentwicklung helfen dabei, diese zu meistern. Getreu dem Jahresmotto „Booster22 – Wir starten durch!“ bietet der Training Day eine Vielzahl an Workshops und Vorträgen aus den Bereichen Marketing & Vertrieb, Finanzen und Persönlichkeitsentwicklung.

Was bringt der Training Day?

Wir wollen mehr erfahren! Daher haben wir ein Interview mit der Projektleiterin, Sandra Hug, selbstständige Steuerberaterin und Schatzmeisterin des Vorstandes, geführt:

Was hat dich motiviert, die Leitung für den Training Day zu übernehmen?

Als Teilnehmerin war ich beim Training Day 2019 dabei. Ich konnte von diesem Tag viele Anregungen in den Punkten Führung und Persönlichkeitsentwicklung mitnehmen. Für meine Praxis wurden mir neue Wege durch die Trainer aufgezeigt. Beim Netzwerken konnte ich Kontakte zu anderen jungen Führungskräften knüpfen, die mir seither mit Rat zur Seite stehen. Es ist mir daher ein großes Anliegen, dieses Projekt fortzuführen.

Welche Wünsche oder Erwartungen hast du für den Tag?

Ich freue mich, auch in diesem Jahr wieder viele junge, motivierte Menschen zu treffen, die an sich und gegebenenfalls an ihrem Unternehmen arbeiten wollen. Die Workshops sollen ihnen neue Denkanstöße und Ideen mit auf den Weg geben.

Was sollten Interessierte noch wissen?

Unser Rahmenprogramm bietet außerdem einen Spieleraum für Kinder, Frühstück und Mittagessen, viele Möglichkeiten zum Netzwerken, auch zum After-Work-Networking. Die Karten gibt es ab sofort unter www.wj-offenbach.de. Die Anzahl ist limitiert. Also schnell anmelden!

Es gibt übrigens die Möglichkeit, uns finanziell zu unterstützen und das eigene Unternehmen beim Training Day einem breiten Publikum zu präsentieren. Bei Interesse bitte direkt bei mir melden!

Wir freuen uns auf einen Training Day, von dem alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer viel neues Wissen, jede Menge Anregungen und gute Kontakte mitnehmen!

Die Fragen stellte

Gino Scalinci, Präsident der WJ Offenbach



Kontakt

Sandra Hug
Schatzmeisterin WJ Offenbach / Projektleiterin Training Day
hug@wj-offenbach.de

WJ-Kalender September/Oktober 2022

20.09.2022	WJ-Stammtisch: Arbeitsrecht – teure Fehler vermeiden! Mit Axel Brodehl
24./25.09.2022	WJ-Schnupperfliegen – das Steuer selbst übernehmen!
07./08.10.2022	WJ auf der Bildungsmesse Offenbach
18.10.2022	WJ-Stammtisch & Unternehmensbesichtigung: Apotheke zum Löwen Offenbach
29.10.2022	WJ-Training Day

Alle Infos und Termine
www.wj-offenbach.de



Kontakt

Gino Scalinci
scalinci@wj-offenbach.de

Den WJ Offenbach folgen und wissen, was für junge Führungskräfte wichtig ist

LinkedIn www.linkedin.com/company/wj-offenbach/
 Instagram www.instagram.com/wjoffenbach/
 Facebook www.facebook.com/wjoff/




INDUSTRIEBAU

KOMPETENT PLANEN

Bührer + Wehling bietet Ihnen gesamtplanerische Kompetenz bei Projekten jeder Größenordnung. Sollten Sie bereits über eine Planung verfügen, prüfen wir diese gerne in Hinblick auf zusätzliche Potenziale und Optimierungen.

www.buehrer-wehling.de

Handel, Gastronomie und Dienstleister gehören in vitale Zentren

Heimat shoppen – unsere Innenstädte sind lebendig

Mit der Aktion Heimat shoppen setzen die hessischen IHKs ein Zeichen für lebenswerte Innenstädte und Ortskerne. Über 100 Gewerbevereine, Wirtschaftsförderungen und Initiativen aus Hessen beteiligen sich am Aktionswochenende am 9. und 10. September 2022. Dem hessischen Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir ist Heimat shoppen ein besonderes Anliegen. Im Interview erklärt er, warum das so ist.



Foto: HMWEW

Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir ist Schirmherr der Aktion Heimat shoppen. Er schätzt „das ganze bunte Leben“ in den Innenstädten.

Herr Minister Al-Wazir, Sie haben die Schirmherrschaft für die hessische IHK-Aktion Heimat shoppen übernommen.

Worin sehen Sie den Beitrag von Heimat shoppen für die Stärkung der Innenstädte?

Innenstädte und Ortskerne sind von jeher Zonen der Begegnung, des öffentlichen Lebens – weil dort Geschäfte sind und Märkte, Kinos und Theater, Restaurants und Kneipen, die Menschen anziehen. Handel, Gastronomie und Dienstleister sind einfach nicht wegzudenken aus einem vitalen Zentrum, und das gibt es nicht online. Darauf weist Heimat shoppen hin. Es ist eine Gelegenheit für die lokalen Unternehmen, deutlich zu machen, welchen Beitrag sie zur Attraktivität einer Innenstadt und für die Gesellschaft allgemein – etwa als Ausbildungsbetriebe – leisten.

Als Wirtschaftsminister haben Sie die Auswirkungen der Coronapandemie für die innenstadtaffinen Branchen deutlich erlebt. Kann Heimat shoppen hier unterstützen?

Unbedingt. Nach einer langen Zeit der Einschränkungen zeigen die Gewerbetreibenden: „Wir sind (wieder) da“, und die Innenstädte

zeigen, was sie zu bieten haben. Das ist ein wichtiges Signal. Aber eins muss klar sein: Heimat shoppen ist eine Antwort auf strukturelle Entwicklungen, aber keine Kompensation für die finanziellen Folgen der Pandemie. Dafür hat es die Überbrückungshilfen und andere Unterstützungsprogramme gegeben.

Was brauchen die hessischen Innenstädte, um lebendige und attraktive Zentren zu bleiben?

Klar ist: Die Uhr lässt sich nicht zurückdrehen, das Einkaufsverhalten und die Lebensgewohnheiten der Vor-Internet-Zeit sind Vergangenheit. Wir müssen deshalb einen neuen Nutzungsmix über den Handel hinaus entwickeln und auf diese Weise neue Anziehungspunkte schaffen. Ein Besuch in der Innenstadt muss eben etwas bieten, was man online nicht bekommt.

Das kann die Begegnung mit anderen Menschen sein, ein Konzertbesuch oder einfach ein gutes Eis –

Ein Besuch in der Innenstadt muss eben etwas bieten, was man online nicht bekommt.



viele solcher Momente werden am Heimat-shoppen-Wochenende zu erleben sein. Man kann sozusagen einen Vorgeschmack bekommen auf das, was wir strukturell mit dem Bündnis für die Innenstadt und dem angelehnten Förderprogramm Zukunft Innenstadt in den Kommunen anstoßen und unterstützen wollen. Zusammen mit den Bündnispartnern werden wir einen Zukunftsplan für Hessens Innenstädte mit vielen Antworten und guten Beispielen entwickeln.

Der Landeswettbewerb „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ hat dieses Jahr 20-jähriges Bestehen gefeiert. Sie waren bei der Preisverleihung in Bebra und haben die Preise überreicht, aber auch Neuerungen angekündigt. Wie sehen diese aus?

Ab in die Mitte! ist ein Erfolgsprojekt, das wir fortsetzen werden. Wir erleichtern zukünftig die Abwicklung der Fördermittel und reduzieren den administrativen Aufwand. Das macht die Teilnahme noch attraktiver, und wir hoffen, dass wir damit weiterhin auch viele private Akteure ansprechen. Denn die Innenstadtentwicklung ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Dafür muss man Akteure zusammenbringen, und dazu leistet Ab in die Mitte! einen wichtigen Beitrag. Dasselbe versprechen wir uns von Heimat shoppen – auch dabei werden neue Netzwerke entstehen, wie sie für eine zukunftsfähige Ausrichtung der Innenstadt unerlässlich sind.

Zum Abschluss: Was lockt Sie in die Innenstädte in Hessen?

Dass man dort unter Leuten ist. Man trifft dort die ganze Vielfalt unserer Gesellschaft, alle Altersklassen, alle sozialen Schichten, das ganze bunte Leben. Das finde ich einfach anregend.



Kontakt

Laura Becker
Telefon 069 8207-246
becker@offenbach.ihk.de
www.heimat-shoppen.de



Gemeinsam Ideen zum Leuchten bringen!

IHK-GRÜNDERTAGE
13. - 15. September 2022

digital.

Sie möchten ein Unternehmen gründen oder ein Unternehmen übernehmen, haben aber noch einige Fragen? Praxisorientierte Informationen und Tipps rund um das Thema Existenzgründung und Selbständigkeit geben Ihnen einen Überblick darüber, was Unternehmen für einen guten Start und ein gesundes Wachstum brauchen.

Profitieren Sie von dem Know-how unserer Experten und dem Erfahrungsschatz eines erfolgreichen Unternehmers bei den Webinaren unserer IHK-Gründertage. Die Teilnahme ist kostenfrei.

Das komplette Programm für die digital stattfindenden IHK-Gründertage finden Sie unter ihkof.de/gruendertage.

Sonderkonditionen für IHK-Mitglieder

Konferenz für Digitalisierung in Berlin

Die Digital Experience Days (DXD) finden am 26. und 27. September 2022 in Berlin statt. Die Veranstalter bieten IHK-Mitgliedsunternehmen vergünstigte Teilnahme-Konditionen an.

Die DXD versteht sich als praxisorientierter Termin für Digitalverantwortliche, die ihre Webprojekte und ihr digitales Business optimieren wollen.

Zu den Schwerpunkten gehören unter anderem digitales Marketing, Digital Experience, New Work, agile Organisationsstrukturen und künstliche Intelligenz. Unter anderem sprechen Gabriele Horcher, Geschäftsführerin der Agentur Möller Horcher in Offenbach, über „Künstliche Intelligenz – (R)Evolution in der Kommunikation“ und Professor Wolfgang Henseler, Creative Managing Director bei Sensory-Minds in Offenbach, zu „Customer Centricity bei der Entwicklung von digitalen Produkten und im Marketing“. Am zweiten Tag der Veranstaltung werden die Inhalte in Intensivseminaren vertieft.

Um einen 50-prozentigen Rabatt auf die Tickets zu erhalten, geben IHK-Mitglieder den Rabattcode MP50JRDxD22 in das entsprechende Feld im Ticketshop ein. www.justrelate.com/de/konferenz/anmeldung

VORSCHAU | 11-12



Titelthema | Besser heute als morgen

Anzeigenschluss für die Ausgabe November/Dezember 2022 ist der 10. Oktober 2022.

Redaktionsschluss für die Ausgabe Januar/Februar 2023 ist der 01. Dezember 2022.

Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass sich die Themen aus aktuellen Anlässen ändern können.

IMPRESSUM

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer
Offenbach am Main

Postfach 100853
63008 Offenbach am Main
Frankfurter Straße 90
63067 Offenbach am Main
Tel. 069 8207-0 | Fax -199
redaktion@offenbach.ihk.de
www.offenbach.ihk.de

Verantwortlich

Markus Weinbrenner,
Hauptgeschäftsführer
der IHK Offenbach am Main

Redaktion

redaktion@offenbach.ihk.de
Birgit Arens (Chefredakteurin)
Tel. 069 8207-248
arens@offenbach.ihk.de

Erscheinungsweise

6 Ausgaben pro Jahr
(jeweils am 1. des Monats)

Ausgabedatum

1. September 2022

Titelbild

iStock - gerisima

Das Magazin wird auf umweltfreundlichem FSC®-Papier klimaneutral gedruckt.

Designkonzept, Gestaltung,

Titelbild, Verlag und Druck

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, 60386 Frankfurt
www.zarbock.de
Verlagsleitung: Ralf Zarbock

Anzeigendisposition

Anette Kostrzewa
Tel. 069 420903-75
anette.kostrzewa@zarbock.de

Anzeigenpreisliste

Gültig ab 1. November 2021

Mediadaten

www.offenbach.ihk.de/P460

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der IHK-Mitgliedschaft und kann jederzeit per Hinweis an den Herausgeber beendet oder wieder aufgenommen werden.

Wir nutzen in der IHK Offenbach am Main eine Sprache, die gerecht ist und niemanden bevorzugt oder benachteiligt, jeden anspricht und niemanden ausschließt.

Unsere Sprache respektiert die aktuellen Rechtschreibregeln und ist gleichzeitig verständlich, eindeutig und gut lesbar. Da wir im Sinne der Gleichbehandlung immer alle Geschlechter meinen, verwenden wir zum Beispiel Doppelnennungen, geschlechterneutrale Begriffe, Pluralformen, Funktionsbezeichnungen oder abwechselnd die männliche und die weibliche Form. Wenn gelegentlich nur eine Form genannt wird, um bessere Lesbarkeit zu erreichen oder weil es übergeordnete Vorgaben erzwingen (z. B. Prüfungsordnungen), gilt diese im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter und Personengruppen. Mit dieser Vorgehensweise beabsichtigen wir keinerlei Wertung.

Auf Zusatzzeichen und Binnengroßbuchstaben verzichten wir, weil diese die Barrierefreiheit, den Lesefluss und die Auffindbarkeit durch Suchmaschinen beeinträchtigen.

Derzeit gibt es in Deutschland keine einheitlichen Regeln für eine geschlechtergerechte Sprache. In der IHK Offenbach am Main nehmen wir an der Diskussion zum Thema teil und entwickeln auch im Netzwerk der deutschlandweiten IHK-Organisation weitere praxisnahe, akzeptable Lösungen dazu.

Sie haben Fragen, Hinweise oder Anregungen zur geschlechterneutralen Sprache? Dann schreiben Sie uns: redaktion@offenbach.ihk.de



MARKTPLATZ

Business to Business

Ihr direkter Kontakt zum Marktplatz: 0 69/42 09 03-75 oder per E-Mail verlag@zarbock.de

Apartmenthotels

Apartments-Seligenstadt.de
Die preiswerte Hotelalternative
Eine Nacht oder ein ganzes Jahr
Preisfrage 06182-827120

Datenschutzbeauftragter

www.all-in-media.com

Immobilien

NEUE PERSPEKTIVEN ERÖFFNEN



Wir bieten kostenfreie, innovative Bewertungskonzepte für Wohnimmobilien durch unsere Dekra-Sachverständigen.

Sie planen eine Immobilie zu verkaufen – nehmen Sie hier in Zeiten variabler und volatiler Entwicklungen die Hilfe von Experten an. Informieren Sie sich über den optimalen Verkaufswert.

adler-immobilien.de
Tel. 069. 955 22 555



ADLER IMMOBILIEN

Industrienähmaschinen

Ihr Partner für Industrienähmaschinen
Verkauf, Service und Zubehör-Sonderlösungen aller gängigen Fabrikate

Tel. 06105-923083 - tec-team@t-online.de
www.tec-team.de

Kamine



Kamine · Öfen · Schornsteine

Lagertechnik

**Palettenregale
Fachbodenregale
Kragarmregale
Lagerbühnen...**

www.REGATIX.com
Tel. 07062 23902-0

Präsentationsmappen

mappenmeister.de
[GEDRUCKTE QUALITÄT ZU SUPER PREISEN]

Sicherheit

Mobile Einbruchmeldeanlage
Zur Miete und Kauf
Sofortmontage jederzeit

Dem Ernstfall einen Schritt voraus

BWS Sicherheit

www.bws-offenbach.de

Softwareentwicklung

THOMAS ULLRICH
COMPUTERTECHNIK

Verwaltungssoftware
für kleine Unternehmen.

www.eurofakt.de
Tel. 06182/29611

Stahlhallenbau

STAHL HALLEN BAU

02651. 96200

Andre-Michels.de

Übersetzungen

Beglaubigte Übersetzungen DE-EN
und mehr vom qualifizierten Profi.

www.linguakraft.com

LinguaKraft
Language Services

Zeitarbeit

Koch & Benedict GmbH

Personal-Service.
Ihr zuverlässiger
Partner bei Personalbedarf.

Tel. 08 00/2 04 01 00 (kostenfrei)
www.kochundbenedict.de



Mit einer Anzeige in der **Offenbacher Wirtschaft** erreichen Sie 24.000 Entscheider in Stadt und Kreis Offenbach.

Wir beraten Sie gerne:

Marion Stumpp
069/42 09 03 55
marion.stumpp@zarbock.de





Weil Grün mehr als nur eine Farbe für uns ist –
ZARBOCK, die klimaneutrale Druckerei



ZARBOCK



AR1

www.blauer-engel.de/uz195



Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG
team@zarbock.de · www.zarbock.de