IHK Offenbach am Main Stadt und Kreis

11 – 12 | 2026

Offenbacher WIRTSCHAFT

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



shoppen, entspannen, genießen

KI-modifiziert

Nachrichten: Konjunktur – der Wirtschaft geht es etwas besser, aber noch nicht gut **| Bildung:** Ausbildungs-Scouts werben in Schulen für die duale Ausbildung **| Veranstaltungen:** Recht kurz – Recht einfach

Der Outlander.

MITSUBISHI MOTORS

Gewichtet kombinierte Werte:

16
kWh/100 km Strom**

&

2,7
l/100 km Benzin**

60
g/km CO_2-Emission**

B
CO_2-Klasse**

Bei entlad. Batterie:

6,8
l/100 km Benzin**

E
CO_2-Klasse**

BIS ZU
4.500 €
STAATLICHE FÖRDERUNG MÖGLICH*



ab
39.990 EUR*

Jetzt Probefahren!

*gilt für den **Outlander Plug-in Hybrid Diamant**, Abbildung zeigt Sonderausstattung.

Die nach PKW-EnVKV angegebenen offiziellen Werte zu Verbrauch und CO_2-Emission sowie ggf. Angaben zur Reichweite wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren WLTP ermittelt. Die tatsächlichen Werte zum Verbrauch elektrischer Energie / Kraftstoff, ggf. zur Reichweite und den CO_2-Emissionen hängen ab von individueller Fahrweise, Straßen-, Verkehrs- und Wetterbedingungen, Klimaanlageneinsatz etc. **Dies und zusätzliche Ausstattungen sowie Zubehör können zu höheren als den angegebenen Verbrauchs- sowie CO_2-Werten sowie ggf. einer geringeren als der angegebenen elektrischen Reichweite führen. Gewichtete Werte sind Mittelwerte für Kraftstoff- und Stromverbrauch von extern aufladbaren Hybridelektrofahrzeugen bei durchschnittlichem Nutzungsprofil und täglichem Laden der Batterie.

Pittlerstr. 53,
63225 Langen

www.goebel-autohaus.de

Autohaus Heinrich Göbel

Mit allen Sinnen erleben



Foto: privat

Shoppen, entspannen, genießen ist einfach etwas Schönes, und das tut man am besten mit allen Sinnen. Riechen, schmecken, sehen, fühlen, hören – das alles macht aus einem „ich gehe mal in die Stadt“ im besten Fall ein emotionales Erlebnis.

Es ist zum Beispiel die Stärke eines stationären Modehauses wie dem unseren, Mode erlebbar zu machen, kreative Outfit-Ideen zusammenzustellen, einfühlsam, kompetent zu beraten und so ein emotionales Shoppingerlebnis zu kreieren. Aktuell sind die Zeiten für den Handel allerdings sehr herausfordernd. Neue Studien belegen, dass die Kaufzurückhaltung der Menschen schon lange nicht mehr so hoch war wie jetzt. Die Gründe dafür sind vielfältig und treffen den Handel mit voller Wucht.

Die Konzepte für die Offenbacher Innenstadt sind da, aber sie brauchen entweder noch Zeit oder sie verändern die Gegebenheiten noch nicht so stark, dass sich schon eine positive Entwicklung für den Handel einstellen würde. Leider schließen immer wieder Fachgeschäfte in der Innenstadt und die Testraumallee, sicher ein sehr gutes Tool für Neuansiedlungen, kann die entstehenden Lücken so schnell nicht schließen.

Selbstverständlich stellen auch wir uns den Herausforderungen aus mangelnder Frequenz und extremer Kaufzurückhaltung. Auf verschiedenen Plattformen bieten wir unsere Mode bereits an und ein eigener Onlineshop geht demnächst an den Start.

Trotzdem bleibt es unser Kerngeschäft, Mode vor Ort erlebbar zu machen, und das tun wir mit ganz viel Herzblut und Freude. Das Heimat-shoppen-Wochenende hat gezeigt, um was es für Offenbach und alle Innenstädte geht. LOKALES SHOPPEN! Es ist natürlich wichtig, den Handel, die Gastronomie, einfach alle Angebote direkt vor der Haustür zu unterstützen, denn sonst ist dieses Angebot irgendwann – DANN MAL WEG! Die Verantwortung dafür hat jeder Einzelne von uns.

Wir sollten uns bewusst machen, dass wir mit unserem Konsumverhalten darüber mitbestimmen, ob es in Zukunft noch lebendige Innenstädte geben wird, die wir mit allen Sinnen erleben können.

Ihre



Petra Klein
Leitung Marketing Modehaus M. Schneider, Offenbach



TITELTHEMA
SHOPPEN,
ENTSPANNEN,
GENIESSEN

14

Attraktive Ortskerne und Stadtzentren bedeuten Lebensqualität. Dort können wir uns nicht nur mit allem, was wir brauchen, versorgen. Sie inspirieren uns und geben uns Gelegenheit, anderen Menschen zu begegnen. Wir brauchen sie.

NACHRICHTEN
5 Der Wirtschaft geht es etwas besser, aber noch nicht gut
6 Berufliche Bildung und Weiterbildung sind keine Nebensache

NACHRICHTEN
7 Arbeitsjubiläen
8 Gründen in der Schule lernen
10 Kurz notiert
10 Menschen und Wirtschaft
12 Gemeinschaftliches Wohnen in der alten Fabrik
13 Neu-Isenburger Start-up Mamaye im Finale

TITELTHEMA
14 Die Innenstadt ist zurück.Aber anders.
18 Vom leeren Laden zum beliebten Innenstadt-Treffpunkt
20 Seligenstadts attraktives Zentrum ist kein Selbstläufer
22 Gute Küche reicht nicht mehr aus
26 Orte der Begegnung
30 Gastgeber mit Herz und Haltung
34 Offenbachs neue Generation im Einzelhandel
36 Gewerbevereine fit für die Zukunft
37 Gemeinschaft, Begegnung und lokale Vielfalt

RATGEBER
38 Neue Regeln für Darlehensvermittler
39 Wann gilt die KI-Kennzeichnungspflicht?

BEKANNTMACHUNG
40 Änderung der Gebührenordnung der IHK Offenbach am Main

BILDUNG
41 IHK. Die Weiterbildung
42 Ausbildungs-Scouts werben in Schulen für die duale Ausbildung

NETZWERKE
42 Jetzt in ein Unternehmen einsteigen
43 Internationale Geschäftspartnerschaften entdecken
44 Mehr als Kontakte: Wo die junge Wirtschaft gemeinsam wächst
46 Unternehmerische Expertise für die Justiz

VERANSTALTUNGEN
47 Online sicher und erfolgreich
48 „Viele Elefanten im Raum wurden ignoriert“
49 Viel Neues über und gegen Cybergefahren
49 Recht kurz – Recht einfach
50 KI & Open Source Summit

IHK-Konjunkturklimaindex steigt

Der Wirtschaft geht es etwas besser, aber noch nicht gut

Das Ergebnis der Konjunkturumfrage der IHK Offenbach am Main zeigt: Die konjunkturelle Entwicklung in der Region Offenbach fällt im Herbst 2026 stärker aus als erwartet. Der IHK-Konjunkturklimaindex steigt deutlich von 80,1 auf 95,3 Punkte. Er liegt damit aber weiter unter der Wachstumsschwelle von 100 Punkten. Viele Unternehmen beurteilen die aktuelle Geschäftslage besser als bei der Befragung im Frühsommer und blicken weniger pessimistisch in die Zukunft. Was Investitionen und Einstellungen angeht, bleiben sie vorsichtig.

Erholungssignale kommen aus fast allen Branchen. Besonders kräftig fallen sie in der Industrie aus. Auch im Einzel- und Großhandel sowie bei den Dienstleistern verbessert sich das Konjunkturklima. Die Exporterwartungen erreichen wieder einen positiven Saldo.

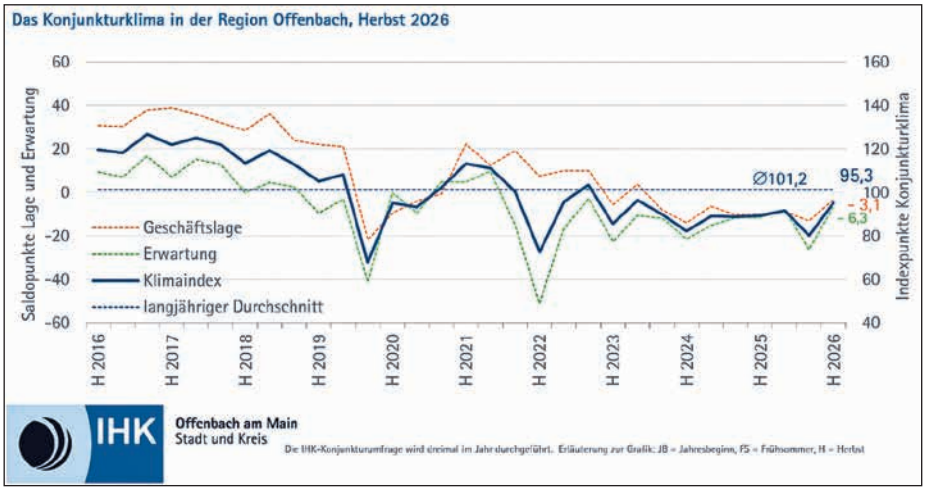
Preise und Politik verzögern Erholung

Die regionale Wirtschaft arbeitet sich aus ihrem Stimmungstief heraus. Aber nach wie vor blockieren konjunkturelle und strukturelle Herausforderungen einen nachhaltigen Aufschwung: Mit 69 Prozent stehen die Energie- und Rohstoffpreise an der Spitze der Geschäftsrisiken. Es folgen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen mit 62 Prozent, die Arbeitskosten mit 58 Prozent und die Inlandsnachfrage mit 56 Prozent. Die Arbeitskosten belasten die Betriebe immer stärker. Das schlägt sich auch in den Ergebnissen der Sonderfragen der IHK-Konjunkturumfrage nieder: Knapp 63 Prozent der Unternehmen geben an, dass niedrigere Sozialversicherungsbeiträge es ihnen ermöglichen würden, mehr Personal einzustellen.

Reformen endlich umsetzen

„Die regionale Wirtschaft erholt sich trotz hoher Energie- und Arbeitskosten. Aber ein Großteil des Aufschwungs ist lediglich auf staatliche Ausgaben zurückzuführen. Damit die Erholung dauerhaft trägt, muss die Bundesregierung die Reformvorhaben jetzt konsequent umsetzen. Dies entlastet die Unternehmen und erhöht ihre Investitionsbereitschaft“, sagt Markus Weinbrenner, Hauptgeschäftsführer der IHK Offenbach am Main.

Alle Ergebnisse unter:
www.ihkof.de/konjunktur



Grafik: IHK

Anzeige

ZUKUNFT BRAUCHT BEWEGUNG.
www.agotrans.de

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

agotrans LOGISTIK
Teil der Geis Gruppe
Geis Global Logistics

IHK-Vollversammlung diskutiert Situation des Arbeits- und Ausbildungsmarkts

Berufliche Bildung und Weiterbildung sind keine Nebensache

In ihrer Sitzung am 3. September 2026 befassten sich die Mitglieder der IHK-Vollversammlung schwerpunktmäßig mit dem Thema „Arbeits- und Ausbildungsmarkt im Umbruch“. Zu Gast waren daher Carmen Giss, Vorsitzende der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Offenbach, sowie Gamze Alimoradian und Duygu Pfaffmann von der Initiative „Joblinge“. Diese begleitet junge Menschen mit schwierigen Startbedingungen auf dem Weg in die Ausbildung.

IHK-Vizepräsident Robert Glaab, der die Sitzung in Vertretung für die verhinderte IHK-Präsidentin Kirsten Schoder-Steinmüller leitete, skizzierte die Situation im Arbeits- und Ausbildungsmarkt: „Viele Unternehmen stehen unter erheblichem Kosten- und Veränderungsdruck und agieren bei Neueinstellungen und Ausbildungsangeboten zurückhaltender. Gleichzeitig fehlen in vielen Bereichen weiterhin qualifizierte Fachkräfte.“ Er betonte: „Berufliche Bildung und Weiterbildung sind gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten keine Nebensache. Sie sind eine zentrale Investition in die Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen und in die Zukunft unseres Standorts.“

Zu wenige Ausbildungsstellen, zu wenige passende Bewerbungen

Carmen Giss gab zunächst einen Überblick über die aktuellen Arbeitsmarktzahlen für den Bezirk der Agentur für Arbeit Offenbach. Ihre Auswertung zeigte: Seit 2022 ist die Anzahl Arbeitsloser kontinuierlich gestiegen. Wie in ganz Deutschland ging die industrielle Beschäftigung auch in Stadt und Kreis Offenbach zurück, zudem nimmt die Anzahl gemeldeter Arbeitsstellen seit 2022 kontinuierlich ab.

Anschließend stellte sie zusammen mit Frank Hofmann, Mitglied der Geschäftsführung der IHK Offenbach am Main, die Situation des Ausbildungsmarkts im Bezirk Offenbach vor. Statistisch gesehen gibt es deutlich mehr Ausbildungsinteressierte als -stellen. Gleichzeitig geben jedoch etliche Betriebe an, dass sie vorhandene Ausbildungsplätze mangels passender Bewerbungen nicht besetzen können. Gründe hierfür sind aus Sicht der Unternehmen mangelnde schulische Basiskenntnisse im Lesen, Schreiben und Rechnen sowie mangelnde soziale Kompetenzen, beispielsweise Zuverlässigkeit, Leistungsbereitschaft und Konfliktfähigkeit.

Um eine bessere Datenbasis zu vorhandenen Ausbildungsstellen zu gewinnen und offene Stellen im Ausbildungsatlas der Industrie- und Handelskammern sichtbar zu machen, sei es dringend erforderlich, dass Betriebe ihre Ausbildungsstellen an die Agentur für Arbeit melden, appellierte Giss.

Die IHK Offenbach am Main wird im Rahmen einer „Qualitätsoffensive Bildung“ den Austausch mit Betrieben, Berufsschulen und Auszubildenden verstärken und in Zusammenarbeit mit der Agentur für Arbeit Maßnahmen zur Stärkung der beruflichen Ausbildung entwickeln.

Fotos: Sommer/IHK



Carmen Giss (M.), Vorsitzende der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Offenbach, und Frank Hofmann (l.), Mitglied der Geschäftsführung der IHK Offenbach am Main, diskutierten mit IHK-Vizepräsident Robert Glaab (r.) und der IHK-Vollversammlung die Situation des Ausbildungsmarkts im Bezirk Offenbach. Zudem stellten sie ihre Analysen und Maßnahmen vor.

Stipendium über 5.000 Euro für zusätzlichen Platz im Joblinge-Programm

Wie die Vermittlung junger Menschen ins Berufsleben gelingen kann, stellten schließlich Gamze Alimoradian, Team Lead Offenbach, und Duygu Pfaffmann, Project Lead Gamechanger, von der Joblinge gAG FrankfurtRheinMain vor. Die Initiative bringt Unternehmen, Einrichtungen der öffentlichen Hand und engagierte Privatpersonen zusammen, um Jugendliche mit unterschiedlichen Schwierigkeiten auf dem Weg zur Ausbildungs- oder Arbeitsstelle zu unterstützen.

Glaab informierte die Mitglieder der IHK-Vollversammlung, dass über die von der IHK verwaltete Offenbacher Stiftung für Berufsbildung ein Stipendium in Höhe von 5.000 Euro bereitgestellt wurde, um einen zusätzlichen Teilnehmerplatz im Joblinge-Programm zu finanzieren.

Arbeitsjubiläen

30 Jahre

Adam Zagorski
MKU-Chemie GmbH

25 Jahre

Senol Ibraimi
Köba-Sewifa GmbH

10 Jahre

Tanja Erben
Dental-Union GmbH

Schöne Anerkennung für Jubilare

Ihre langjährigen Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter verdienen zu ihren Arbeitsjubiläen besondere Auszeichnungen. Deshalb stellt Ihnen die IHK Offenbach am Main personalisierte Urkunden zur Verfügung, auf Wunsch kombiniert mit einer Veröffentlichung hier im IHK-Magazin „Offenbacher Wirtschaft".

Wenn Sie auf diese Weise zeigen möchten, wie sehr Sie die Zusammenarbeit mit den Jubilaren schätzen, teilen Sie uns bitte folgende Informationen mit:

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

Die Kosten für eine gerahmte Urkunde betragen 40,00 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer.

www.ihkof.de/jubilare

Kontakt
IHK-Kundenservice
069 8207-0 | Fax -149
service@offenbach.ihk.de

Anzeige



- Dreieich liegt zentral in der Region Frankfurt Rhein-Main: in nur 15 Minuten erreichen Sie den Flughafen und die Frankfurter Innenstadt.
- Mehrere Autobahnanschlüsse, Busse und Bahnen bieten ideale Verkehrsanbindungen.
- Die erstklassigen Bildungs- und Betreuungsangebote umfassen sämtliche Schultypen sowie das Haus des Lebenslangen Lernens mit angeschlossener Internationaler Schule.
- Die Immobilienpreise und Steuerhebesätze sind günstiger als in den Großstädten.
- Attraktive Gewerbegebiete bieten ein breites Spektrum an Flächen und Immobilien.

Kontaktieren Sie uns. Wir liefern Ihnen gute Argumente und weitere Informationen.

Der Wirtschaftsstandort Dreieich – Basis für Ihren Erfolg

DREIEICH

Magistrat der Stadt Dreieich · Wirtschaftsförderung · Hauptstr. 45 · 63303 Dreieich · Tel: +49 (0) 6103 - 601-681 · E-Mail: wirtschaft@dreieich.de · www.dreieich.de



Foto: IHK

Gründen in der Schule lernen

Wie viel Innovationskraft in jungen Köpfen steckt zeigte erneut der Start-up-Wettbewerb an der Georg-Kerschensteiner-Schule (GKS) in Obertshausen. Das Gemeinschaftsprojekt von GKS, Die Wirtschaftspaten e. V., Bruchköbel, und der IHK Offenbach am Main weckt das Interesse von Jugendlichen an beruflicher Selbstständigkeit und Unternehmensgründung. Unterstützt von den Wirtschaftspaten entwickelten diesmal acht Schülerteams Konzepte und präsentierten sie einer Jury aus Wirtschaftsvertretern, Lehrkräften und regionalen Partnern. Es siegte das Team mit der App „Safemyfood“, die Lebensmittelvorräte im Blick behält. Platz zwei vergaben die Juroren für die „Multifly Drohne“, eine Lösung zur Früherkennung von Waldbränden. Den dritten Platz belegte das Team, das sich den Automaten Snackfit ausdachte, der mit gesunden Lebensmitteln gefüllt ist. „Mit dem Businessplanwettbewerb erleben Schülerinnen und Schüler, wie aus einer Idee Schritt für Schritt ein Geschäftskonzept wird. Dabei lernen sie, wirtschaftliche Zusammenhänge besser zu verstehen, Chancen zu erkennen und ihre eigenen Ideen weiterzuentwickeln. Diese Erfahrungen sind wertvoll, ganz gleich, welchen beruflichen Weg sie später einschlagen“, sagt Holger Winkler, Teamleiter Unternehmensförderung der IHK Offenbach am Main.

BESSER.WEITER.BILDUNG.
IHK Offenbach am Main
ihkof.de/weiterbildung



Bereit für alles, was kommt.

Die Märkte ändern sich. Ihr Unternehmen bleibt stark.

Mit der Sparkasse an Ihrer Seite sind Sie für kommende Herausforderungen bestens aufgestellt: jederzeit und überall.

Weil's um mehr als Geld geht.

Kurz notiert

Zusätzliche Kapazitäten für Antriebswellen

OFFENBACH. Die GKN Driveline Deutschland GmbH (seit Februar 2026 Teil des US-Konzerns Dauch Corporation) baut ihren Standort in Offenbach aus. Das Unternehmen hat mehr als 5.200 Quadratmeter Fläche im künftigen Panattoni Park Offenbach angemietet und wird dort ab Juni 2027 Antriebswellen für die Automobilindustrie lagern. Mit dem neuen Logistikstandort schafft das Unternehmen zusätzliche Kapazitäten in unmittelbarer Nähe zum bestehenden Produktionsstandort. Die Flächen entstehen auf dem Gelände der ehemaligen Clouth-Lackfabrik in Bieber-Waldhof. Der vom Industrie-, Logistik- und Gewerbeimmobilien-Entwickler Panattoni Germany Properties GmbH entwickelte Industrie- und Logistikpark soll im zweiten Quartal 2027 fertiggestellt werden. Für GKN Driveline ist es der dritte Standort in Offenbach. Das Unternehmen verspricht sich von den zusätzlichen Flächen effizientere Logistikprozesse und weitere Wachstumschancen.
www.gknautomotive.com/de/offenbach/

Neues Café in Langener Altstadt

LANGEN. In der Wassergasse 11 hat Anfang Oktober das „Café einundsechzig“ eröffnet. Damit werden die Räumlichkeiten, in denen bis November 2025 das Kreativ-Café Jenefea ansässig war, nach Renovierungsarbeiten nun wieder gastronomisch genutzt. Das „Café einundsechzig“ war zuvor rund 30 Jahre in Weiterstadt ansässig, die vergangenen neuneinhalb Jahre unter Leitung der heutigen Betreiberin Melanie Mechthold. Nach der Kündigung ihres dortigen Pachtvertrags hat sie den Standort nach Langen verlegt. Zum Angebot des Cafés gehören verschiedene Frühstücksvarianten, hausgemachte Kuchen, Kaffeespezialitäten sowie ein kleiner Mittagstisch mit wechselnden Speisen.
www.instagram.com/cafe_einundsechzig

Küchenstudio bietet Beratung, Planung, Umsetzung

OBERTSHAUSEN. In der Kapellenstraße 6 bietet „Küchen Pur“ seit September 2026 umfassende Dienstleistungen rund um die Planung und Realisierung individueller Küchen an. Zum Angebotsportfolio des neu eröffneten Küchenstudios zählen auch Möbel und die Einrichtungsplanung für Esszimmer, Bad und Hauswirtschaftsraum. Inhaber Fatih Tekan verfügt nach eigenen Angaben über mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Küchenbranche. Computergestützte Küchengestaltung und Entwurfspräsentationen in 3D oder als Virtual-Reality(VR)-Darstellung ermöglichen es den Kunden, Raumwirkung, Farben und Materialien ihrer geplanten Küche schon vor der Umsetzung zu beurteilen.
www.kuechenpur.de

Menschen und Wirtschaft

Foto: privat



Neue Geschäftsführerin bei Schoder

LANGEN. Larissa Teichmann ist im September 2026 zur neuen Geschäftsführerin der Schoder GmbH in Langen bestellt worden. Gemeinsam mit ihrer Mutter Kirsten Schoder-Steinmüller führt sie damit das Familienunternehmen in vierter Generation. Teichmann ist seit 2016 im Unternehmen tätig und war zuvor Prokuristin. Mit ihrem Eintritt in die Geschäftsführung setzt die Familie die über 100-jährige Unternehmensgeschichte fort. Schoder wurde 1924 gegründet.
www.schoder.com

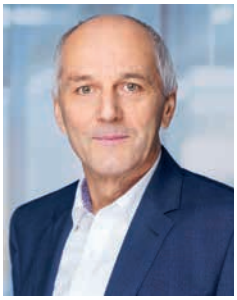
Foto: HfG Offenbach/Haben Ghebregziabher



Neuer Präsident der HfG Offenbach

OFFENBACH AM MAIN. Prof. Adrian Nießler ist seit Oktober 2026 Präsident der Hochschule für Gestaltung (HfG) Offenbach am Main. Nießler lehrt seit 2020 Kommunikationsdesign an der HfG und war seit 2024 Dekan des Fachbereichs Kunst. Der 1978 geborene Designer studierte selbst an der Hochschule und gründete 2006 gemeinsam mit Catrin Altenbrandt das Studio Pixelgarten in Frankfurt am Main. Als Präsident möchte er Kunst und Design, Handwerk, Forschung und wissenschaftliche Reflexion enger verbinden und neue Formen des Arbeitens und Lernens fördern.
www.hfg-offenbach.de

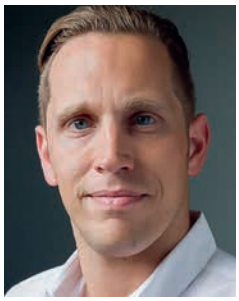
Foto: privat



EVO trauert um Günther Weiß

OFFENBACH AM MAIN. Die Energieversorgung Offenbach AG (EVO) trauert um ihren ehemaligen Technikvorstand Günther Weiß. Der langjährige Vorstand des Unternehmens ist bei einem Bergunfall in Tirol tödlich verunglückt. Günther Weiß war von 2015 bis März 2026 Mitglied des Vorstands der EVO und hatte zuvor bereits seit 2006 verschiedene Führungsaufgaben im Unternehmen übernommen. Während seiner langjährigen Tätigkeit prägte er die technische Entwicklung des Regionalversorgers maßgeblich und leistete wichtige Beiträge für die sichere und nachhaltige Energieversorgung der Region.
www.evo-ag.de

Foto: Dr. Beckmann Group



Sascha Klein wechselt zu Dr. Beckmann Group

FRANKFURT AM MAIN. Sascha Klein verstärkt seit September 2026 die Dr. Beckmann Group als Global Senior Manager Consumer & Brand Experience. Bei dem Hersteller von Reinigungs- und Gesundheitsprodukten entwickelt der erfahrene Digital- und Marketingexperte die Markenerlebnisse entlang der Consumer Journey. Zuvor war er unter anderem Head of Digital bei Nestlé. In seiner neuen Funktion berichtet Klein an Global Director Brand Experience & Growth André Paetzel.
www.drbeckmanngroup.com

Foto: Stadtwerke Offenbach



Führung neu aufgestellt

OFFENBACH AM MAIN. Die Stadtwerke Offenbach stellen die Führung im Geschäftsfeld Immobilien neu auf. Seit Oktober 2026 übernehmen Melanie Gessner und René Weber zusätzliche Geschäftsführeraufgaben in mehreren Tochtergesellschaften. Beide Führungskräfte stammen aus den eigenen Reihen und bringen langjährige Erfahrung im Stadtwerke-Konzern mit. Künftig verantwortet Gessner insbesondere technische und operative Themen wie Bau-, Sanierungs- und Entwicklungsprojekte, während Weber die kaufmännischen Aufgaben in den Immobiliengesellschaften übernimmt.
www.offenbach.de/stadtwerke

Kuhlmann und Zürnstein verstärken Expertenrat

Foto: Hyundai Motor Deutschland GmbH



Foto: EY GmbH & Co. KG



OFFENBACH AM MAIN. Zwei Führungspersönlichkeiten aus der Region ergänzen den Expertenrat Wirtschaftsförderung der Stadt Offenbach: Bärbel Kuhlmann, Regional Lead Partner, EY Frankfurt/Central, und Andreas Zürnstein, President & CEO von Hyundai Motor Deutschland und Genesis Motor Deutschland. Beide wurden vom Magistrat berufen und von Oberbürgermeister Dr. Felix Schwenke persönlich für das ehrenamtliche Engagement gewonnen. Sie ersetzen zwei Mitglieder, die aufgrund beruflicher Veränderungen ausgeschieden sind. Der Expertenrat begleitet die Stadt bei der Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts und gibt fachkundige Impulse von außen. Das Gremium wirkte unter anderem an den Projekten „Soul OF Hessen“ und der „Testraumallee“ mit.
www.offenbach.de

Newcomers Award für Standort Plus

FRANKFURT/OFFENBACH. Standort Plus, das gemeinsame Wirtschaftsförderungskonzept des Kreises Offenbach, der 13 Kommunen, der IHK Offenbach am Main sowie der Kreishandwerkerschaft Stadt und Kreis Offenbach, ist mit dem Newcomers Award ausgezeichnet worden. Der undotierte Preis würdigt das Serviceangebot von Standort Plus rund um die Integration von Fachkräften aus dem Ausland. Das Newcomers Network Germany mit Sitz in Frankfurt vergibt den Award an Personen, Unternehmen und Institutionen, die sich in besonderer Weise dafür einsetzen, ausländischen Fachkräften in der Rhein-Main-Region den Start am neuen Lebensmittelpunkt zu erleichtern. Standort Plus unterstützt sowohl Unternehmen als auch qualifizierte Fachkräfte unter anderem durch beschleunigte Antrags- und Genehmigungsverfahren („Fast Lane“) sowie mit umfassenden Beratungs- und Vernetzungsangeboten.
www.standortplus.de

Picard bleibt in Familienhand

OBERTSHAUSEN. Der Obertshausener Lederwarenhersteller hat zum 1. Oktober 2026 sein Sanierungsverfahren in Eigenverantwortung abgeschlossen. Martin Picard übernimmt die wesentlichen Vermögenswerte der deutschen Gesellschaften und führt das Unternehmen nun als alleiniger Geschäftsführer weiter. Mit dem Abschluss des Verfahrens sichert Picard den Standort Obertshausen inklusive Outlet Store sowie die Markengeschäfte an den Flughäfen Frankfurt und München. Die Sanierung geht mit einem Stellenabbau einher: Rund 30 der etwa 90 Arbeitsplätze fallen weg. Das Unternehmen will die begonnenen Anpassungen bei Marke, Produkten und Vertrieb fortsetzen. Picard hatte bereits während der Coronapandemie ein Sanierungsverfahren durchlaufen. Als Grund für die erneute Krise nannte das Traditionsunternehmen die schwache Konsumstimmung.
www.picard-fashion.com



IHK-Magazin bestellen oder abbestellen

Wer Mitglied in der IHK Offenbach am Main wird, erhält drei Printausgaben des IHK-Magazins Offenbacher Wirtschaft per Post. Eine kurze Nachricht per E-Mail mit Angabe des Unternehmensnamens und der Mitgliedsnummer (ID) genügt und das kostenlose Print-Abonnement wird fortgesetzt. Genauso einfach wird das Abonnement der gedruckten Ausgabe per E-Mail abbestellt.
E-Mail: redaktion@offenbach.ihk.de

Die Online-Ausgabe der Offenbacher Wirtschaft finden Sie unter
www.offenbacher-wirtschaft.de



Foto: Arens/IHK

Neben dem Haupthaus (l.), in dem sich die meisten Wohnungen und Gemeinschaftsräume befinden, ist das Caféhaus eingezogen.

Creativhäuser eG hat zweites Projekt in Offenbach realisiert

Gemeinschaftliches Wohnen in der alten Fabrik

Lange stand das Gebäude der ehemaligen Maschinenbaufabrik Gebr. Hau in Bürgel leer. Dann kaufte es die Creativhäuser eG aus Offenbach und baute es um. Sie hat dort bezahlbaren, nachhaltigen Wohnraum geschaffen und ermöglicht gemeinschaftliches Wohnen.

Die Initiative nutzt bewusst Bestandsimmobilien, statt durch Neubau weitere Flächen zu versiegeln. Ihr erstes Projekt verwirklichte sie 2023 in der ehemaligen Ricker-Fabrik in der Bieberer Straße in Offenbach. Im April 2026 zogen 20 Männer und Frauen mit vier Hunden und zwei Katzen in die 16 Wohnungen der Hau-Fabrik ein.

„Vier Jahre hat es gedauert, sämtliche Genehmigungen zu bekommen“, berichtet Christina Preuss vom Vorstand der Creativhäuser eG. Aber nun habe die Initiative weitgehend umgesetzt, was auf dem Plan stand: Neben Wohnungen sind das unter anderem ein großer Gemeinschaftsraum mit Küche und außerdem eine Dachterrasse sowie ein Wellness- und Fitnessbereich für alle Bewohner. In einem Nebengebäude bereichert das Kulturcafé Caféhaus den Stadtteil.

Die aufwändigen Umbauten begleitete das Mühlheimer Architekturbüro Konzept-Werkstatt Frank Andres – wie schon beim ersten Projekt. Die Wohnungen entsprechen modernen Standards und verfügen unter anderem über Fußbodenheizungen und Lüftungsanlagen.

Einige Schätze aus der Fabrik hat die Genossenschaft, die viel Eigenarbeit geleistet hat, bewahrt: Große, alte Fensterrahmen dienen nun als Rankhilfen. Metallpfosten wurden als Träger integriert.

Beim Umbau hat die Initiative reichlich Erfahrungen gesammelt und neue Kompetenzen erworben. Die will sie auch zukünftig einsetzen. „Wir bauen gerne weitere Bestandsimmobilien um“, sagt der Aufsichtsratsvorsitzende Ulf Pallad. Er appelliert an Eigentümer von Immobilien, die für eine solche Nutzung in Frage kommen, sich bei der Creativhäuser eG zu melden.

www.creativhaeuser.de

Hessischer Gründerpreis 2026

Neu-Isenburger Start-up Mamaye im Finale

205 Unternehmen hatten sich um den Hessischen Gründerpreis 2026 beworben, nun stehen zwölf von ihnen im Finale. Mit dabei ist das 2023 gegründete Start-up Mamaye – The Taste of Africa, das selbst hergestellte afrikanische Gerichte verkauft. Das Unternehmen mit Sitz in Neu-Isenburg überzeugte die Jury beim Halbfinale in der Kategorie „Gründung aus der Hochschule".

„Wir hatten uns angesichts der starken Konkurrenz zunächst keine großen Hoffnungen aufs Weiterkommen gemacht", berichtet Bahleby Tewelde, der Mamaye zusammen mit seiner Frau Yemi Desalegn und seiner Schwägerin Hiwot Desalegn gegründet hat.

Das Start-up bringt authentische afrikanische Gerichte in Bioqualität in deutsche Supermärkte. Rund 1.000 Rewe-Märkte bieten die Produkte inzwischen an. Ebenso betreibt das Team einen Onlineshop, in dem es neben den verschiedenen Linsengerichten und Soßen im Glas auch Gewürzmischungen zu kaufen gibt.

Die Jury zeigte sich von der starken Marke, dem überzeugenden Team, der klaren Biostrategie und dem großen Skalierungspotenzial so beeindruckt, dass sie das Mamaye-Team am 6. November 2026 im Finale des Hessischen Gründerpreises wiedersehen will. Die Veranstaltung findet im Capitol in Offenbach statt.

Unabhängig davon, wie das Ergebnis in der letzten Runde ausfällt, profitiere Mamaye jetzt schon von der medialen Aufmerksamkeit, sagt Tewelde. Seine Strategie für das Finale: „Wir werden uns nicht mit anderen vergleichen, sondern uns ganz auf unsere Stärken konzentrieren, auf das, was uns besonders macht."

www.mamaye.de

Ihr Unternehmen im IHK-Magazin

Die Offenbacher Wirtschaft berichtet in jeder Ausgabe über Aktuelles aus den Unternehmen in der Region: Wir stellen Betriebe vor, die sich neu am Wirtschaftsstandort angesiedelt haben, berichten von wichtigen personellen Veränderungen, großen Jubiläen und zündenden Geschäftsideen. Schicken Sie uns Ihre Pressemitteilung oder rufen Sie einfach an, damit die Leser des IHK-Magazins erfahren, was sich in Ihrem Unternehmen tut!





Kontakt
Birgit Arens
069 8207-248
arens@offenbach.ihk.de

Foto: IHK

Anzeige

SOLUTION PARTNER
Microsoft
IQ SOLUTIONS
Generative KI für Unternehmen.
IQ Managed GPT
Sicher. In Deutschland gehostet.
Bereit für Ihr Team.
iq-solutions.de/ki
Jetzt informieren und einen kostenfreien Beratungstermin buchen!

IST DAS DIE RENAISSANCE IN NEUER ROLLE?

Die Innenstadt ist zurück. Aber anders.

Wie das Citymanagement Neu-Isenburg neue Anforderungen an Frequenz, Aufenthalt und Standortqualität zusammenbringt.



Der Wochenmarkt ist ein Anlass, zu dem viele Menschen die Innenstadt von Neu-Isenburg bewusst aufsuchen.



Foto: IG City

Die Innenstadt ist zurück! Das zeigen die Ergebnisse der aktuellen cima.monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2026/27. Nach Jahren, in denen vor allem über Frequenzverluste, den Onlinehandel und die Krise des stationären Einzelhandels gesprochen wurde, zeichnet sich
ein anderes Bild ab: Innenstädte werden wieder häufiger besucht. Aber was Menschen dazu motiviert und was sie von einer Innenstadt erwarten, hat sich geändert. Und es reicht nicht, dass Menschen in die Innenstadt kommen. Entscheidend ist, was passiert, wenn sie da sind: Bleiben sie? Nutzen sie die Angebote? Fühlen sie sich wohl? Kommen sie wieder?

Nun liegen auch erstmals Antworten für Neu-Isenburg vor. Der Fragebogen mit 36 Fragen orientierte sich an der deutschlandweiten Studie, um Vergleiche zu ermöglichen. Zwischen dem 1. Juli und 1. September 2026 wurden 686 vollständige und bereinigte Interviews erhoben. Es wird sichtbar, wie die Bevölkerung Neu-Isenburg bewertet und wo die Stadt im Ranking mit anderen deutschen Städten rangiert.

Ansätze fürs Citymanagement

Neu-Isenburg hat eine große Stärke: Die Innenstadt wird intensiv genutzt. Rund 85 Prozent der Befragten halten sich dort mindestens einmal pro Woche auf. Außerdem sind die Wege kurz. Fast 30 Prozent der Teilnehmer der Studie erreichen das Zentrum in weniger als fünf Minuten, weitere 57 Prozent brauchen zwischen fünf und 15 Minuten. Bewertet wird die Innenstadt aber kritisch: Sie erhält im Durchschnitt die Schulnote 4,2. Im Vergleich mit Städten ähnlicher Größe schneidet Neu-Isenburg hier schlecht ab. Hohe Frequenz bedeutet also keineswegs Zufriedenheit.

Im Rahmen des Stadtumbauprozesses „Vom Alten Ort zur Neuen Welt“ des Förderprogramms „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ ist die cima Beratung + Management GmbH für das Citymanagement zuständig. Auftraggeberin ist die Stadt Neu-Isenburg. Das Fördergebiet erstreckt sich vom Alten Ort im Norden über die Frankfurter Straße und die Fußgängerzone in der Bahnhofstraße bis zum Stadtquartier Neue Welt im Süden.

Das Citymanagement arbeitet an der Schnittstelle von Wirtschaft, Stadtentwicklung und Stadtgesellschaft. Es bringt einzelne Gewerbetreibende, den Gewerbeverein IG City e. V., Eigentümerinnen und Eigentümer, Wirtschaftsförderung und Verwaltung zusammen. Außerdem beobachtet und analysiert es, wie der Standort sich verändert, und schafft Grundlagen für Entscheidungen. Als Werkzeuge nutzt es neben der Citystudie Frequenzmessung, Leerstandserhebung, Gewerbestammtische oder temporäre Projekte im Stadtraum.

Erst verstehen, dann verändern

Wie das funktionieren kann, zeigt sich anhand der Frankfurter Straße. 2025 wurden Bürgerinnen und Bürger gefragt, wo ihre Lieblingsorte in Neu-Isenburg liegen und welche Orte sie negativ wahrnehmen. 185 Teilnehmende setzten insgesamt 250 Markierungen auf einer digitalen Mitmachkarte. Dabei ging es weniger

um „gut“ oder „schlecht“, sondern vor allem um „warum?“.

Damit Orte positiv wahrgenommenen werden, sind Atmosphäre, Grünflächen, Gastronomie, Sitzgelegenheiten und Begegnungsmöglichkeiten wichtig. Bei negativ wahrgenommenen Orten zeigen sich Defizite bei Sauberkeit, Gestaltung, Verkehr, Klimaresilienz und Nutzungsmischung. Die Frankfurter Straße taucht als wichtiger Alltagsort auf, aber auch als Bereich mit deutlichem Verbesserungspotenzial.

Die Konsequenz aus den Antworten war nicht, sofort die nächste langfristige Planung zu starten. Stattdessen diente die Frankfurter Straße vom 1. Juli bis zum 31. Oktober 2026 als Reallabor. Im Rahmen des Projekts „Straßen neu entdecken“ der Arbeitsgemeinschaft Nahmobil Hessen (AGNH) wurden temporär Stadtmöbel, Sitzgelegenheiten, Begrünung und Fahrradabstellmöglichkeiten getestet. Die Auswertung wird einige Fragen beantworten: Wurden die neuen Angebote genutzt? Blieben die Menschen länger? Veränderte sich die Wahrnehmung des Straßenraums? Und welches Verhalten beobachteten die ansässigen Betriebe bei ihren Kundinnen und Kunden?

Kommen und bleiben

Eine weitere Perspektive liefert die Passantenfrequenzmessung in der Fußgängerzone in der Bahnhofstraße in Neu-Isenburg. Sie dokumentiert, wann und wo die Menschen unterwegs sind, erklärt aber nicht, warum sie in die Innenstadt kommen. Nach gut einem Jahr der Messungen zeigte sich: Die Randbereiche der Fußgängerzone sind stärker besucht als ihre Mitte. Gleichzeitig lässt sich erkennen, welchen Effekt konkrete Besuchsanlässe haben. So gehört der von Neu-Isenburger Gewerbetreibenden neu initiierte Pfingstmarkt im Frühjahr 2026 zu den zehn frequenzstärksten Tagen des betrachteten Zeitraums.

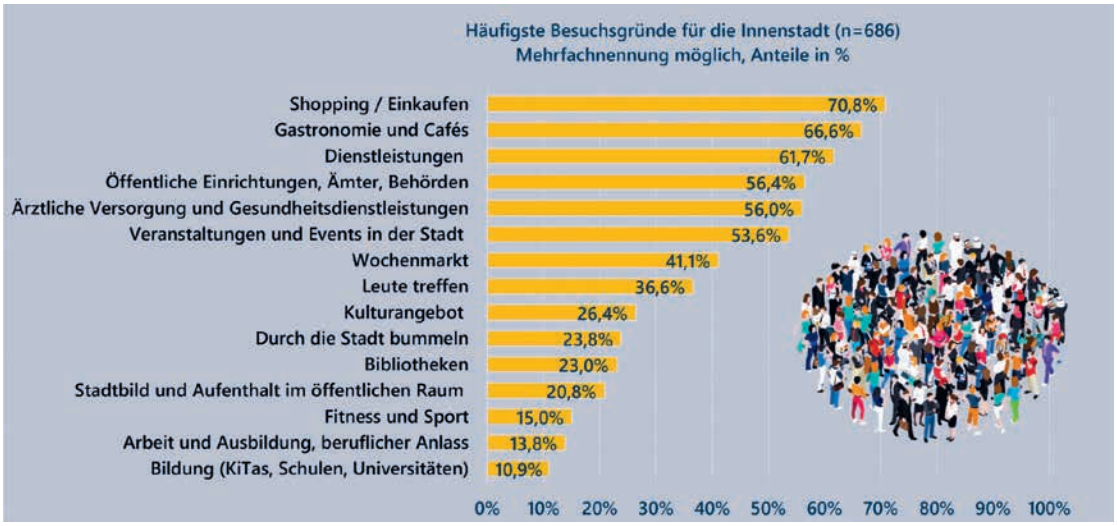
Wie also kann der Standort von einem hohen Besucheraufkommen profitieren? Was bringt Menschen dazu, nicht nur von A nach B zu gehen, sondern anzuhalten, einzukaufen oder einen Kaffee zu trinken? Welche Rolle spielen dabei Gastronomie, attraktive Erdgeschosse inklusive einladender Schaufenstergestaltung, Veranstaltungen oder Angebote auf Zeit?

Einkaufen ja, aber nicht nur

Die Citystudie Neu-Isenburg zeigt: Einkaufen ist mit 71 Prozent weiter der häufigste Besuchsgrund. Aber Gastronomie und Cafés folgen mit rund 67 Prozent, Dienstleistungen mit rund 62 Prozent. Auch Arzttermine, Behördenanliegen, Veranstaltungen oder Verabredungen bringen Menschen in die Innenstadt. Sie funktioniert als System unterschiedlicher Angebote. Je besser sie zusammenspielen, desto größer ist die Chance, dass aus einem einzelnen Besuchsanlass mehr wird.

Sauberkeit ist keine Nebensache

Wie wirksam einfache Maßnahmen sein können, hat die Sauberkeitsoffensive 2025 gezeigt. In einer Gemeinschaftsaktion wurde die Fußgängerzone gereinigt. Dabei wuchs das Bewusstsein, dass ein attraktives und nachhaltiges Stadtbild eine Aufgabe für alle ist. Die Aktion soll deshalb regelmäßig wiederholt werden. Hier ist nicht allein die öffentliche Hand gefragt. Auch private Anlieger, Eigentümerinnen und Eigentümer sowie Gewerbetreibende tragen mit ihren Gebäuden, Eingangsbereichen und dem unmittelbaren Umfeld ihrer Betriebe zum Erscheinungsbild des Standorts bei. Der öffentliche Raum und private Flächen werden von den Besucherin-



Quelle Grafik: Citystudie Neu-Isenburg 2026, cima Beratung + Management GmbH.

nen und Besuchern nicht getrennt wahrgenommen. Zusammen ergeben sie das Bild der Innenstadt.

Leben statt Leerstand

Leere Schaufenster wecken den Eindruck, dass eine Innenstadt verödet. Ähnlich wirken gewerblich genutzte Flächen, deren Schaufenster intransparent, abgeklebt oder unattraktiv gestaltet sind. Der Blick auf die Erdgeschosszonen ist wichtig. Sie sind die Visitenkarte einer Innenstadt.

Der Gestaltungsleitfaden der Stadt Neu-Isenburg, der im Rahmen des Förderprogramms „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ entstanden ist, vermittelt, wie Schaufenster, Werbeflächen und Ladenbeschriftungen ansprechend gestaltet werden können.

Gemeinsam die Innenstadt entwickeln

Bei aller Analyse bleibt der direkte Austausch zentral. Gewerbestammtische bringen Handel, Gastronomie, Dienstleistungen und weitere Akteure zusammen. Dort geht es um Fragen des Alltags: Was funktioniert? Wo hakt es? Was lässt sich gemeinsam verändern? Welche Idee soll ausprobiert werden?

Die Renaissance der Innenstadt bietet Chancen. Sie bedeutet allerdings nicht die Rückkehr zur Innenstadt von gestern. Neu-Isenburg braucht eine Innenstadt, in der Unternehmen erfolgreich sein können und Menschen sich gerne aufhalten. Ein Patentrezept dafür gibt es nicht. Aber die Citystudie zeigt viele Stellschrauben, an denen die Beteiligten gemeinsam drehen können.

www.cima.de/deutschlandstudie-innenstadt/



Foto: cima

Bei der Sauberkeitsoffensive 2025 wurde die Fußgängerzone in Neu-Isenburg gründlich entmüllt.



Kontakt
Ingeborg Maria Lang
0152 21 81 06 83
lang@cima.de

Anzeigen







Fotos: Arens/IHK

Wer am Pop-up-Store an der Ecke Hauptstraße/Offenbacher Straße vorbeigeht, schaut durch die großen Schaufenster, bekommt Lust hineinzugehen und ist willkommen. Die Stadt Dreieich legt großen Wert auf gute Konzepte und Abwechslung.

Beispielhaftes städtisches Engagement in Dreieich

Vom leeren Laden zum beliebten Innenstadt-Treffpunkt

Im Ortskern von Dreieich-Sprendlingen hat die Stadt eine Immobilie gekauft und die anteilige Gewerbefläche renoviert. Seit Oktober 2025 stellt sie das frühere Fahrradgeschäft in der Offenbacher Straße 1 als Pop-up-Store zur Verfügung: Unternehmen, Kreative, Initiativen, Vereine oder Einzelpersonen mit überzeugenden Konzepten können die 170 Quadratmeter großen Räumlichkeiten auf Zeit nutzen. Die Stadt vermeidet so nicht nur Leerstand, sondern sie eröffnet Chancen, bereichert das Angebot im Zentrum und bringt Menschen miteinander in Kontakt.

„Der Pop-up-Store liegt mitten in der Stadt bei höchster Sichtbarkeit und kann ganz unterschiedlich genutzt werden“, berichtet Citymanagerin Sylvie Angersbach vom Fachbereich Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing. Viele spannende Anfragen von Interessenten hat die Stadt noch auf ihrer Liste. Das zuständige Team wählt sorgsam unter ihnen aus, denn der Stadt ist ein ansprechendes, abwechslungsreiches Angebot wichtig: Bisher gab es Kunstausstellungen, Mode- und Fahrrad-Einzelhandel sowie ein Kaffee- und Barista-Konzept.

Nach den Sommerferien 2026 zog die Volkshochschule (VHS) Kreis Offenbach für sechs Wochen in den Laden. „Für den Pop-up-Store haben wir zuerst 40 Veranstaltungen eingeplant, zusätzlich zu unserem normalen Betrieb“, berichtet VHS-Leiter Frank Roters. „50 sind es geworden. Die Nachfrage war gut, egal, ob es sich um Vorträge, Sprachkurse oder Bewegungsangebote handelte. Wir haben Interessenten dazugewonnen und neue Formate getestet, zum Beispiel einen Spieleabend.“ Manchmal seien Menschen ohne



Nach den Sommerferien bot die VHS Kreis Offenbach in den großzügigen Räumlichkeiten zusätzliche Veranstaltungen und neue Formate an. VHS-Leiter Frank Roters, neben Citymanagerin Sylvie Angersbach, überzeugt das Konzept des Pop-up-Stores, und er kann sich vorstellen, dass die VHS gelegentlich wieder dort präsent sein wird.

Anmeldung spontan hereingekommen und einfach geblieben. „Diese ‚Open-Door-Qualität' ist ein entscheidender Teil unseres Konzepts", sagt Angersbach: Wer am Laden entlanggeht, soll hineinschauen, neugierig werden, eintreten und mitmachen. Auf die VHS folgte eine Einzelhändlerin mit einem Outlet für hochwertige Designermode, die bis Mitte November bleibt. Die Nachbelegung ist im Abstimmungsprozess.

Das Konzept kommt bei allen gut an

„Die Resonanz auf den Pop-up-Store ist durchweg positiv", schließt die Citymanagerin aus den Rückmeldungen der Dreieicher Bevölkerung, den Presseberichten und den Erfahrungen der Mieterinnen und Mieter: Helen Taylor, eine etablierte Sprendlinger Boutique-Inhaberin, hat mit ihrem Instinct-Outlet vom ersten Tag an ein hohes Interesse verzeichnet. Dean Szczuka von threeoak bicycles erregte mit einer Fahrradbörse auf dem Platz vor dem Laden viel Aufmerksamkeit und meldete einen guten Verkaufsstart. „Bei den Kunstprojekten standen stärker die Sichtbarkeit und die direkte Begegnung mit den Menschen im Mittelpunkt. Die Belegung und Belebung wiederum bringen neue Anfragen zum Pop-up-Store", sagt sie und begrüßt, dass fließende Übergänge stattfinden: Die Nutzerinnen und Nutzer des Ladens übernehmen Einrichtungsgegenstände voneinander und inspirieren sich gegenseitig.

So bespielten die Künstlerin Tanja S. F. Hoffmann und der Unternehmer Andreas Hebeis mit seinem Kaffee- und Barista-Konzept die Fläche teilweise gleichzeitig. Hebeis war auch zuständig fürs Catering bei der Finissage von Hoffmanns Ausstellung „Breathtaking". Das Schienensystem, an dem Exponate aufgehängt werden können, hat die Stadt übernommen. Weitere Ausstellungen sind nun unkompliziert realisierbar.

Ein städtisches Experimentierfeld

„Die Stadt setzt zunächst weiterhin auf das Pop-up-Prinzip und nicht auf eine dauerhafte Festvermietung", erklärt Angersbach und präzisiert: „Die Fläche soll in wechselnden Zeiträumen von idealerweise zwei bis drei Monaten für unterschiedliche Konzepte zur Verfügung stehen. Interessierte können nach wie vor ihre Bewerbungen einreichen."

Das übergeordnete Ziel der Stadt gehe aber über die einzelne Immobilie hinaus: „Das Pop-up-Projekt zeigt, wie sich leerstehende Gewerbeflächen auch kurzfristig aktivieren lassen und wie neue, differenzierte Angebote die Innenstadt beleben können. Zugleich möchte die Stadt privaten Immobilieneigentümern Alternativen zu dauerhaftem Leerstand aufzeigen. Der Dreieicher Pop-up-Store ist nicht nur als klassische Ladenfläche, sondern eher als städtisches Experimentierfeld zu verstehen: Er ist ein Raum für unterschiedliche Ideen. Aus den Erfahrungen soll sich zeigen, welche (Geschäfts-) Konzepte in der Innenstadt funktionieren und welche Impulse langfristig weiterverfolgt werden können", beschreibt Citymanagerin Angersbach die Vision für das Projekt. Im nächsten Jahr ist eine ganz besondere Belegung in Planung: Anlässlich des 50-jährigen Stadtjubiläums zieht eine Ausstellung in die Räumlichkeiten, bei der sich alles um die 70er-Jahre und besonders um das Gründungsjahr 1977 dreht. *Birgit Arens*

www.dreieich.de/popup

Kontakt
Sylvie Angersbach
06103 601-684
citymanagement@dreieich.de

Anzeige





Foto: Fotolyse – AdobeStock

Der Weihnachtsmarkt in Seligenstadt ist ein Besuchermagnet und wäre ohne den ehrenamtlichen Einsatz vieler Bürgerinnen und Bürger nicht realisierbar.

„Gemeinsam an die Zukunft glauben“

Seligenstadts attraktives Zentrum ist kein Selbstläufer

Fachwerkhäuser, der kopfsteingepflasterte Marktplatz, Basilika und Kloster prägen das Seligenstädter Zentrum. Neben den historischen Sehenswürdigkeiten machen auch die vielen inhabergeführten Einzelhandelsgeschäfte und eine lebendige Gastronomie die Stadt für Besucher attraktiv. Doch wie lässt sich dieses Angebot im Zuge des Generationenwechsels erhalten?

Christian Gabler und Wolfgang Pachali, die neuen ehrenamtlichen Geschäftsführer der Seligenstadt Marketing und Tourismus GmbH, betrachten den proaktiven Austausch mit Immobilienbesitzern und Firmeninhabern derzeit als ihre zentrale Aufgabe. Denn in vielen Betrieben steht die Nachfolge an und Häuser in der Innenstadt, die oft seit vielen Jahrzehnten in Familienbesitz sind, gehen an die nächste Generation über. „Ob die junge Generation bereit ist, in die traditionsreichen Gebäude zu investieren, ist für Seligenstadt eine der entscheidenden Zukunftsfragen“, sagt Pachali, der die Stadtmarketinggesellschaft vor 20 Jahren mitgegründet hat. Denn der finanzielle Aufwand für den Erhalt und die oft erforderlichen Modernisierungsmaßnahmen der denkmalgeschützten Häuser ist erheblich. Kommt es zu einem Verkauf und Eigentümerwechsel, stellt sich die Frage, ob – und zu welchen Konditionen – ein ansässiges Gewerbe weiterhin im Haus bleiben kann.

Auch in den Betrieben ist die Nachfolge ein großes Thema. Gabler, hauptberuflich Geschäftsführer einer deutschen Einkaufskooperation im Autoteilegroßhandel, kennt

die Herausforderungen von Familienunternehmen aus dem Tagesgeschäft. Nicht nur die Suche nach geeigneten Nachfolgerinnen und Nachfolgern gestaltet sich oft schwierig. Darüber hinaus belasten die aktuellen wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen die Unternehmer. „Immer neue gesetzliche Vorgaben, Berichtspflichten und steigende Kosten machen alles komplexer und aufwändiger“, betont Gabler. „Dabei sind die Kapazitäten, insbesondere in kleineren Betrieben, einfach begrenzt. Nach Ladenschluss werden noch Buchhaltung und Inventur gemacht, hinzu kommen Personalthemen, die ebenfalls vielen Kopfzerbrechen bereiten.“

Einfache Patentrezepte gibt es für diese Herausforderungen nicht. Gerade bei Nachfolge und Immobilien müsse jeder Fall individuell betrachtet werden, betont Gabler. Pachali berichtet von einem Gespräch mit einer Familie, die ihr Haus, in dem ein Einzelhandelsgeschäft untergebracht ist, aus Altersgründen verkaufen will. „Wenn ein Käufer gefunden ist, stellt sich die Frage: Wie gelingt es, dort auch künftig Einzelhandel oder Gastronomie in der Qualität zu halten, die wir für die Stadt gerne hätten“, beschreibt Pachali die Problematik.

Gemeinsames Zielbild entwickeln

Um ein möglichst genaues Bild der Lage zu gewinnen, führen Gabler und Pachali Gespräche mit zahlreichen Eigentümern und Gewerbetreibenden. Ebenso gibt es Planungen für ein Netzwerk der Immobilieneigentümer, in dem übergreifende Fragen frühzeitig diskutiert werden können. „Kommunikation ist das A und O“, betont Gabler. „Wir müssen miteinander sprechen und ein gemeinsames Zielbild entwickeln: Wo stehen wir heute? Wie soll unsere Stadt künftig aussehen? Und wie kommen wir dorthin?“ Pachali weist darauf hin, dass Stadtentwicklung, Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismusförderung als Einheit verstanden werden müssen. „Um ein städtisches Zielbild effizient und nachhaltig zu erreichen, ist es in der heutigen Zeit unerlässlich, diese Disziplinen aufeinander abzustimmen.“

Ein derartiges Zielbild betrifft auch die Entwicklung des öffentlichen Raums. Ein Beispiel hierfür ist die Bahnhofstraße: Das renovierte Bahnhofsgebäude und das im Frühjahr von einem jungen Gründungsteam eröffnete Lokal Dalles haben bereits eine Aufwertung ihres Umfelds bewirkt. Ein Zukunftskonzept soll die Straße als Verlängerung von Marktplatz und Freihofplatz weiterdenken. „Es geht darum, Entwicklungspotenziale zu identifizieren und dann Schritt für Schritt umzusetzen“, erläutert Pachali.

Die Seligenstadt Marketing und Tourismus GmbH nimmt dabei eine besondere Rolle ein. Sie gehört zu 51 Prozent dem Gewerbeverein und zu 49 Prozent der Stadt und verbindet damit unterschiedliche Perspektiven. „Es nützt nichts, die Dinge nur verwaltungstechnisch oder nur kommerziell zu sehen. Wir brauchen eine Brücke. Und die GmbH ist diese Brücke“, erläutert Pachali.

Ehrenamtliches Engagement zählt

Doch Organisationen und Netzwerke allein reichen nicht. Entscheidend ist, dass sich Menschen finden, die sich engagieren. Denn traditionelle Märkte, Feste und Fastnacht gehören ebenso zu Seligenstadt wie das historische Zentrum. „Die Seligenstädter gehen gern feiern. Und sie sind hervorragende Gastgeber“, sagt Pachali über die Menschen in seiner Heimatstadt. Das entfalte Anziehungskraft, auch weit über die Stadtgrenzen hinaus.

Die beliebten Märkte und Feste wären ohne den ehrenamtlichen Einsatz vieler Bürgerinnen und Bürger undenkbar, so Pachali. Gabler betont: „Man muss jedes Jahr dankbar sein, dass unsere Veranstaltungen in dieser Form stattfinden können.“ Das gelte vor allem vor dem Hintergrund steigender Anforderungen und Kosten, etwa durch aufwändige Sicherheitskonzepte. „Das ehrenamtliche Engagement geht inzwischen weit über organisatorische Fragen wie ‚Wer grillt, wer schenkt aus?‘ hinaus“, sagt Gabler. „Es braucht Kreativität und Zusammenhalt, und es ist beeindruckend, wie gut das in Seligenstadt funktioniert.“

Diesen Zusammenhalt wollen die beiden Geschäftsführer weiter festigen und die rund 70 Förderer der Seligenstadt Marketing und Tourismus GmbH – darunter Unternehmen, Vereine und Privatpersonen – verstärkt einbinden. Zugleich möchten Gabler und Pachali vor allem die junge Generation der Unternehmer und Immobilieneigentümer dafür gewinnen, Verantwortung zu übernehmen und den besonderen Charakter von Seligenstadt zu erhalten und weiter zu pflegen. „Die Leute sollen spüren, dass wir an die Zukunft glauben und dass sie mit uns gemeinsam an die Zukunft glauben können“, sind sich die beiden einig. *Esther Mahr*

www.unser-seligenstadt.de



Foto: Seligenstadt Marketing und Tourismus GmbH

Christian Gabler (r.) und Wolfgang Pachali (l.) sind seit August 2026 die neuen ehrenamtlichen Geschäftsführer der Seligenstadt Marketing und Tourismus GmbH.

Wie die Gastronomie sich neu erfindet

Gute Küche reicht nicht mehr aus

Steigende Kosten, zurückhaltende Gäste und immer neue Anforderungen: Gastronomiebetriebe im Kreis Offenbach müssen sich einiges einfallen lassen, um am Markt zu bestehen. Wie unterschiedlich die Ansätze ausfallen können, zeigen uns exemplarisch Gastronomen aus Seligenstadt, Langen und Mühlheim am Main.

Genuss auf Weltklasseniveau bietet die mehrfach ausgezeichnete Konditorei mit integriertem Café „Der Süsse Löwer“ in Seligenstadt. Konditormeister Florian Löwer und sein Team verkaufen Törtchen, Pralinen, Backwaren und Schokolade hinter der Theke. 2024 wurde der aufstrebende Unternehmer zum Weltkonditor des Jahres gekürt. Auch 2026 steht sein Name für preisgekröntes Können, beste Zutaten und Konditorhandwerk auf internationalem Niveau. „Das zieht natürlich Kundschaft an, auch wenn Qualität und echtes Handwerk ihren Preis haben“, schmunzelt Florian Löwer.

Produziert wird in der Backstube in Hösbach, ohne Zusatz von Konservierungsstoffen oder vorgefertigte Lebensmittel, aber mit viel Handarbeit. Im Mittelpunkt stehen frische, hochwertige und möglichst regionale Zutaten. Selbst Biskuitböden entstehen traditionell: Eier werden zusammen mit Zucker und Gewürzen „warm-kalt geschlagen“ und schließlich das Mehl und flüssige Butter vorsichtig untergehoben. Das braucht Zeit. Maschinen wären schneller, hier macht die sorgfältige Verarbeitung den kleinen Unterschied.

Auch Firmen können diese Haltung kennenlernen. Seit vergangenem Jahr bietet Löwer Pâtisseriekurse als Teamevent an. Rund vier Stunden lang stellen Mitarbeitende eigene Törtchen und Pralinen her. Je nach Gruppengröße beginnen die Kurse bei 1.500 Euro. So verbindet das Angebot Handwerk, Genuss und Teamgeist.

Kostendruck und Bürokratie

Die Zukunft sieht der Unternehmer positiv, auch wenn er sehr wohl merkt, dass Leute sparen. „Seit Anfang 2026 ging der Umsatz um fünf bis acht Prozent zurück. Der größte Posten sind Personalkosten. 56 Prozent von jedem Euro gehen drauf“, erklärt der Konditor. Kritisch sieht er den steigenden Mindestlohn, die hohen Abgaben und die überbordende Bürokratie sowie realitätsfremde Regulierungen der Lebensmittelhygiene. Hier nennt er auch konkrete Beispiele: „Nachhaltigkeit wird zwar großgeschrieben, aber die Zehn-Liter-Eimer, in denen wir unsere Milch vom Milchbauern bekommen, dürfen wir nicht weiterverwenden“, beschwert sich der Unternehmer. Oder die EU-Verpackungsverordnung (PPWR), die für Löwer Mehraufwand produziert. Seit August 2026 gilt er im Sinne der PPWR als Erzeuger und Hersteller zugleich, da er Serviceverpackungen mit eigenem Namen, Logo, Marke einkauft. Das bedeutet für ihn: Er muss nicht nur die Finanzierung des Recyclings dieser Verpackungen tragen, er ist auch für deren technische Dokumentation und die Konformitätserklärung zuständig. „Die Ziele unterstütze ich“, betont Löwer. „Weniger Verpackungsmüll? Ja. Mehr Recycling? Ja. Aber kleine Betriebe für Verpackungen in die Verantwortung zu nehmen, deren Material und Gestaltung sie kaum beeinflussen können, ist aus meiner Sicht der falsche Weg.“

Qualität setzt sich durch

Trotzdem glaubt er fest daran, dass seine Geschäfte auch nächstes Jahr gut laufen werden. Der hohe Qualitätsanspruch wird sich auszahlen, davon ist der Inhaber überzeugt. „Meine Produkte sind genau der kleine Luxus für den Gaumen, den man sich weiterhin noch leisten wird.“ Zudem sei Seligenstadt ein außergewöhnlicher Ort, der mit Kloster und wunderschöner Altstadt viele Touristen und Wochenendausflügler anzieht. Florian Löwer ist mit dem Stadtmarketing zufrieden und schätzt den attraktiven Standort am Main sehr.

Das Bewusstsein, in der Region mit gutem Gewissen einkaufen zu können, müsse man weiter stärken. Nur so blieben die Innenstädte lebendig. Er fordert mehr Einsatz von der IHK und eine Mobilisierung der Branchenverbände. Man müsse sich für die kleinen Unternehmen viel mehr starkmachen, und zwar bevor solche Bürokratiemonster wie die Verpackungsverordnung entstehen.

www.der-suesse-loewer.de



Florian Löwer hinter der Theke mit Kunde Siegfried Franz, der sich regelmäßig den kleinen Luxus für den Gaumen gönnt. Auch die Torte zu seiner Hochzeit stammt vom „Süssen Löwer“.

Ein Familienbetrieb erfindet sich neu

Weiter geht die Reise nach Langen. Hier gibt es seit mehr als 100 Jahren das Restaurant „Zum Haferkasten“. 1920 kaufte Heinrich Schäfer das Haus und gab ihm seinen heutigen Namen. Mittlerweile führt Koch Mathias Schäfer den Familienbetrieb am Wilhelm-Leuschner-Platz in vierter Generation. Gemeinsam mit seiner Frau Julia hat er dem Traditionslokal in den vergangenen Jahren ein neues Gesicht gegeben.

Der Kurswechsel brauchte Mut. Die neue, urig poppige Dekoration, Veränderungen an der Speisekarte und hochwertigere Weine sorgten zunächst für Skepsis bei den Langenern. „Das erste halbe Jahr war die Hölle“, berichtet die Wirtin. „Manche sabotierten lange das Lokal.“ Das Vertrauen der Gäste mussten sich die Gastronomen hart erarbeiten. Etwa zwei Jahr habe es gedauert, bis das Neue langsam angenommen wurde.

Teil einer Geschichte sein

Heute verstehen die Schäfers den Haferkasten als sozialen Treffpunkt, der seine Geschichte bewahrt und sich dennoch immer wieder neu erfindet. Julia Schäfer macht dafür eine Ausbildung zur Sommelier-Assistentin. Weinverkostungen gehören ebenso zum Konzept wie Motto-Partys, Techno-Sessions mit DJs aus der Region oder Stand-up-Comedy-Events. Über soziale Medien macht sie auf die Veranstaltungen aufmerksam. „Allein mit guter Küche kannst du nicht mehr punkten“, sagt die ehemalige Friseurmeisterin. „Die Gäste wollen Teil einer besonderen Geschichte sein.“

Bei aller Veränderung dürften gute alte Traditionen niemals fehlen, betont die Wirtin: „Eines der großen Ereignisse hier ist das Ebbelwoifest. Der Mittelpunkt ist unser Brunnen vor der Tür.“ Während des Festes wird der historische Vierröhrenbrunnen besonders präpariert und bekommt damit eine sehr hessische Sonderfunktion: Aus seinen Röhren fließt Ebbelwoi (Apfelwein) statt Wasser. Das heutige Fest wird seit 1974 vom Verkehrs- und Verschönerungsverein Langen (VVV) veranstaltet.

Nur eine Stunde mehr

Für Schäfer endet Gastronomie nicht an der eigenen Haustür. Sie engagiert sich als Vorstand im Gewerbeverein 1877 Langen e. V. und setzt sich dafür ein, dass Langener Unternehmen gut vernetzt bleiben. „Eigentlich sind wir hier am Wilhelm-Leuschner-Platz mit dem Irish Pub Shamrock und dem Café-Bar-Restaurant Tiepolo der ideale Mittelpunkt zum Ausgehen. Doch leider werden wir von den Öffnungszeiten ausgebremst“, klagt die Wirtin. „Um 22 Uhr müssen wir den Platz räumen.“ Die Regularien seien hart. Die Bürokratie mache zu schaffen. Es reiche eine einzige Person, die sich beschwert. „Dabei würde eine einzige Stunde Lockerung, wenigstens am Wochenende, enorm helfen“, erklärt die lösungsorientierte Unternehmerin. „Gerade in unserer digitalisierten Zeit sind soziale Orte, an denen sich Menschen wirklich treffen, rar. Gastronomiebetriebe und regionale Feste fördern den sozialen Zusammenhalt und der ist wichtig.“ An ihrer nächsten Veranstaltungsidee tüftelt sie bereits: Um Tischgesprächen wieder mehr Raum zu geben, denkt sie über einen handyfreien Tag im Restaurant nach.

www.haferkasten.de/



Julia und Mathias Schäfer führen gemeinsam das Restaurant „Zum Haferkasten“ in Langen. Das Haus ist seit vielen Jahren für seine gutbürgerliche Küche und selbst gekelterten Apfelwein bekannt.



Vasilios Votsis hinter der alten Theke, umringt von Bembeln, Gläsern und Geldscheinen, die Kunden zum Einzug geschenkt haben. Nach alter griechischer Tradition sollen sie Glück bringen. Die neue Küche glänzt rechts im Hintergrund.

Bewahren, was Gäste schätzen

Vorsichtiger mit Veränderungen gehen die beiden Pächter der „Alten Wagnerei" in Mühlheim am Main vor. Seit einem Jahr betreiben die Brüder Vasilios und Konstantinos Votsis die Wagnerei. Ihr Ziel ist es, den gewachsenen Charme des Hauses zu bewahren. Daher sehen die Gasträume noch wie früher aus. Die alten Holzmöbel und die urige Einrichtung sind geblieben. Die Gaststätte gilt in Mühlheim als Kultlokal und ist eng mit der örtlichen Gastronomiegeschichte verbunden.

Das Neue offenbart sich in der Küche. „Moderne Geräte, Abzugshaube und der neue Lava-Stein-Grill waren notwendig, damit wir gut für unsere Gäste kochen können", erklärt Vasilios Votsis. Neben hessischen und deutschen Klassikern sorgen griechische Spezialitäten für Abwechslung auf der Speisekarte. „Das wurde von unseren Kunden sehr gut angenommen und macht uns Mut für ein größeres Experiment", resümiert der gebürtige Offenbacher. Die Arbeiten draußen laufen schon in vollem Gange. Hier soll zur Freude seiner Gäste ein kleiner eigener Weihnachtsmarkt entstehen.

Preis-Leistungs-Verhältnis muss stimmen

Das Geld sitze nicht mehr so locker, das merkt Vasilios auch in seinem anderen Lokal. Bereits seit 2019 betreibt er mit seinem Bruder das Vereinslokal „Zur Gärtnerruh" in Offenbach-Bieber. Es liege zwar etwas abseits, versteckt im Grünen, sei aber mittlerweile eine kleine Institution. „Es läuft so gut, dass wir keinen einzigen Ruhetag dort haben", schwärmt der Gastronom. „Offenbacher, Heustenstammer und Obertshausener pilgern dahin, weil das Preis-Leistungs-Verhältnis einfach stimmt."

Ob er angesichts der steigenden Kosten die Preise halten kann, weiß er noch nicht. Zuversichtlich schaue er dennoch in die Zukunft und weiß aus eigener Erfahrung: „Wenn man sich die Treue seiner Kunden erst erarbeitet hat, hält diese auch in schwierigen Zeiten."

www.altewagnerei.de



Autorin
Viktoria Schaab
069 8207-403
schaab@offenbach.ihk.de

Anzeige

45 Jahre DEUTSCHE INDUSTRIEBAU
DIE UNTERNEHMENSGRUPPE
– Jahres-Mietrückläufer -50% –
Erst günstig chartern - dann kaufen

PRESTIGE MODULBAU
Kauf ab 950 €/m²
Miete ab 9,95 €

PREMIUM BÜROCONTAINER
Kauf ab 950 €/m²
Miete ab 9,95 €

INNOVATIVER HALLENBAU
Kauf ab 199 €/m²
Miete ab 4,95 €

DESIGNER PAVILLONS
Kauf
ab 495 €/m²

Büro Rhein-Main/Brühl 02942 - 9880-128
Herr Joachim Wetter Mobil 0172 - 549 76 60
E-Mail: Vertrieb@deu-bau.de
www.deutsche-industriebau.de

MAZDA
CROSSOVER WOCHEN

ENTDECKEN SIE DIE PERFEKTEN TEAMPLAYER FÜR IHR BUSINESS – ZUM BEISPIEL DEN MAZDA CX-60.



382 € [1)]
netto mtl. Leasingrate für den Mazda CX-60 Diesel

0 € [2)]
Anzahlung für alle Mazda Crossover Modelle

6 JAHRE [3)]
Mazda Garantie inklusive

CRAFTED WITH JAPANESE SOUL

Energieverbrauch kombiniert für den Mazda CX-60 2026 e-Skyactiv D 200 Prime-Line: 5,1 l/100 km. CO_2-Emissionen kombiniert: 132 g/km. CO_2-Klasse: D. Weitere Informationen zur elektrischen Reichweite, Energiekosten, KFZ-Steuer und CO_2-Kosten finden Sie unter www.mazda.de/energieverbrauch

1) Monatliche Rate zzgl. Mehrwertsteuer für ein gewerbliches Leasingangebot (Kilometer-Leasing) der Mazda Finance – ein Service der Openbank Deutschland AG (Leasinggeber), Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach – bei 0,00 € Leasing-Sonderzahlung, 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtfahrleistung für einen Mazda CX-60 2026 e-Skyactiv D 200 Prime-Line | 3,3l Diesel 147 (200) kW (PS). Inklusive einer GAP-Vereinbarung gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Regelungen für Kilometerleasingverträge mit gewerblichen Kunden. Beinhaltet Kundenrabatt teilnehmender Mazda Vertragshändler. Das Angebot ist gültig für Gewerbekunden, Freiberufler oder Selbstständige und jeweils zzgl. Überführungs- und Zulassungskosten. Bei der gezeigten Abbildung handelt es sich um ein Beispielfoto eines Mazda CX-60 2026, die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeuges sind nicht Bestandteil des Angebotes.
2) 0 € Leasing-Sonderzahlung.
3) 6 Jahre Garantie gemäß den Mazda Garantiebedingungen. Mehr Informationen finden Sie unter www.mazda.de/garantie

Inhabergeführter Einzelhandel

Orte der Begegnung

Die Bücherstube in Hainburg, Spielzeugladen Nowak in Rödermark-Ober-Roden und Blumenbinder Brokmeier in Dietzenbach: drei Einzelhändler mit unterschiedlichen Sortimenten an verschiedenen Standorten. Was alle verbindet, ist die persönliche Beziehung zu ihren Kunden, die Begeisterung für ihr Angebot und das große Engagement, mit dem sie immer wieder besondere Einkaufserlebnisse schaffen.

Durch Bücherregale stöbern oder sich für eine spontane musikalische Einlage ans Klavier setzen, Spiele testen und Sammelkarten tauschen oder zwischen Blumen die Gemälde örtlicher Kunstschaffender betrachten: In den Geschäften der drei Händler geht es um mehr als nur den Verkauf ihrer Waren. Es gibt die Möglichkeit, zu entdecken, auszuprobieren und sich im persönlichen Gespräch auszutauschen – mit den Ladeninhabern ebenso wie mit anderen Kundinnen und Kunden. Für Eva Mauser, Jürgen Nowak und Arne Brokmeier liegt darin die besondere Stärke des stationären Handels.

Bedürfnis nach Austausch

„So eine Buchhandlung ist ja ein sehr sinnlicher Ort. Man kann Bücher anfassen, darin blättern, man kann sie riechen“, sagt Eva Mauser, die – nach 15 Jahren als angestellte Mitarbeiterin – die Bücherstube in Hainburg im Frühjahr 2024 übernommen hat. „Ich glaube, das war die beste Entscheidung meines Lebens“, erzählt sie lächelnd. Besonders wichtig ist ihr der persönliche Kontakt: „Wir sind da, wir sehen die Leute, wir kennen sie und sprechen die Menschen mit Namen an.“

Wer sich im Laden aufhält, erlebt schnell, wie individuell und persönlich das Verhältnis zu den Kundinnen und Kunden ist. Eine Schülerin, die eine Bestellung abholt, wird gebeten, ihrem Bruder auszurichten, dass auch für ihn ein Buch bereitliegt. Einem weiteren Mädchen gibt Mauser einen Manga-Katalog mit dem Hinweis, dass bald Neuerscheinungen eintreffen. Wieder andere Besucher verschwinden direkt zum Stöbern in die obere Etage, wo die Kinder- und Jugendbücher ausliegen. Und einige Mütter holen sich bei Eva Mauser einfach nur einen Kaffee, mit dem sie sich in den Garten hinter dem Haus setzen. Dort warten sie auf ihre Kinder, die in der gegenüberliegenden Musikschule Unterricht haben. „Die Menschen haben ein Bedürfnis nach Austausch, Begegnung und Beziehung“, ist die Buchhändlerin überzeugt. „Und wir sind ein Ort, der genau das bietet.“

Auch der Spielzeugladen von Jürgen Nowak in Rödermark-Ober-Roden ist für viele Kunden längst mehr als ein Ort zum Einkaufen. „Die Leute tauchen bei uns gerne in ein Stück heile Welt ab, wo sie ein bisschen abschalten können“, erzählt der gelernte Schreinermeister.

1999 richtete er zunächst eine kleine Ecke mit zum Teil selbst hergestelltem Holzspielzeug in der vom Vater übernommenen Schreinerei ein. Die Nachfrage nach Spielzeug wuchs. Er erweiterte das Sortiment und eröffnete 2004 den Spielzeugladen in den heutigen Räumlichkeiten. Die Regale für die Innenausstattung hat Nowak selbst geschreinert. Sein Gesellenstück, ein aufwändig gearbeiteter Holztisch, bietet Besucherinnen und Besuchern heute Platz, um Spiele aufzubauen und zu testen.

Über die Jahre haben er und seine Frau Bettina, die das Geschäft mit ihm gemeinsam führt, eine treue Stammkundschaft aufgebaut, die inzwischen mehrere Generationen umfasst. „Heute kommen junge Eltern mit ihrem Nachwuchs zu uns, die selbst schon als Kinder hier gestöbert und gespielt haben“, berichtet Nowak.

Geschäfte als Kommunikationspunkte

Dass es im lokalen Einzelhandel nicht allein ums Einkaufen geht, sieht auch Arne Brokmeier so. „Wir sind Kommunikationspunkt

Foto: Mahr/IHK Offenbach am Main



Für Eva Mauser (li) ist ihre Bücherstube in Hainburg nicht nur eine Buchhandlung, sondern auch ein Ort, an dem Menschen sich begegnen und austauschen können. Für spontane musikalische Darbietungen steht sogar ein Klavier im Laden.

für ganz viele Menschen“, sagt der Dietzenbacher Blumenhändler über die kleinen Geschäfte vor Ort. „Durch den Austausch mit Kundinnen und Kunden sind schon Freundschaften entstanden und immer wieder auch neue Ideen.“

Blumenbinder Brokmeier gibt es seit 1982 in Dietzenbach. Arne Brokmeier führt den Betrieb in zweiter Generation. Seit 2021 befindet sich das Geschäft in der Bahnhofstraße, mitten in der Altstadt. Dort verbindet Brokmeier inzwischen Floristik und Kunst: Örtlichen Kunstschaffenden stellt der Blumenhändler seine Räumlichkeiten für wechselnde Ausstellungen zur Verfügung. Dadurch kommt es immer wieder zu neuen Begegnungen und manchmal zu ungeplanten Käufen: „Einige Besucher kommen wegen der Kunst und nehmen dann auch Blumen mit, andere wollen eigentlich einen Strauß und entdecken dabei ein Bild“, berichtet Brokmeier.



Foto: Mahr/IHK Offenbach am Main

Arne Brokmeier führt Blumenbinder Brokmeier in Dietzenbach in zweiter Generation. Der Blumenhändler stellt örtlichen Kunstschaffenden seine Räumlichkeiten für wechselnde Ausstellungen zur Verfügung.

Hohe Arbeitsbelastung für Händler

Ihren Kundinnen und Kunden ein positives Einkaufserlebnis mit kompetenter persönlicher Beratung zu bieten, bedeutet für die Einzelhändler vor allem eines: hohen Arbeitseinsatz.

„Ich bin üblicherweise zehn Stunden pro Tag im Laden“, berichtet Eva Mauser. Wenn die Bücherstube schließt, stehen für sie noch Buchhaltung, Einkauf, Fortbildung sowie die Planung und Organisation von Veranstaltungen auf der To-do-Liste. „Das bedeutet viel Arbeit, viel Einsatz, viel Kraft“, sagt sie. Trotz aller Begeisterung gehöre deshalb auch Erschöpfung zum Alltag. Außerdem müsse sie gesetzliche und regulatorische Entwicklungen im Blick behalten, die ihren Betrieb unmittelbar betreffen könnten – von der Verpackungs- und Entwaldungsverordnung bis zur Digitalisierung von Unterrichtsmaterial und einem möglichen Wegbrechen des Schulbuchgeschäfts.

Die aktuelle Geschäftslage stimmt Mauser dennoch zuversichtlich: „Ich kann mich im Gegensatz zu vielen anderen in der Branche gerade nicht beschweren. Bei uns ist Aufwind.“ Für das Weihnachtsgeschäft wünscht sie sich deshalb vor allem Kontinuität: „Das darf so bleiben wie die letzten Jahre, aber natürlich auch gerne mehr werden.“

Auch für Jürgen und Bettina Nowak gehört hoher persönlicher Arbeitseinsatz zum Alltag. „Ich bin sechs Tage die Woche im Laden. Viele Jahre habe ich auch sonntags durchgearbeitet“, erzählt er. Seine Frau beantworte per WhatsApp eingehende Kundenanfragen teilweise auch noch spätabends und sonntags. Weitere Belastungen seien die gestiegenen Energiepreise, die mehrfach erhöhte Grundsteuer in Rödermark und unerwartete Rückzahlungen von Coronahilfen, die er als unfair empfindet.

Auch die rückläufige Kaufkraft seiner Kundinnen und Kunden sei zu spüren. „Höhere Ausgaben für Kraftstoff, Heizung und Lebensmittel lassen vielen Familien weniger Spielraum für andere Anschaffungen. Das schlägt sich natürlich auch im Einkaufsverhalten nieder“, berichtet er. Insgesamt bezeichnet Nowak die Geschäfte zwar als stabil, blickt aber verhalten auf das Weihnachtsgeschäft. „Meine Erwartungen schraube ich nicht so hoch.“

Mehr kämpfen für weniger Geld

Dem Blumengeschäft von Arne Brokmeier hat die langanhaltende Hitze in diesem Sommer zu schaffen gemacht. Gleichzeitig empfindet er die immer neuen Krisen und Herausforderungen seit den Coronajahren als Dauerbelastung für den Einzelhandel. „Wir sind alle



Foto: Mahr/IHK Offenbach am Main

Über die Jahre haben sich Jürgen und Bettina Nowak mit ihrem Spielzeugladen in Rödermark-Ober-Roden eine treue Stammkundschaft aufgebaut, die inzwischen mehrere Generationen umfasst.

müde“, sagt er. „Man muss immer wieder neu organisieren. Das bedeutet viel Aufwand und dafür ist der Ertrag manchmal nicht so, wie man sich das wünscht.“

Immerhin: Bei seinen Kundinnen und Kunden beobachtet er bislang keine grundsätzliche Kaufzurückhaltung: „Die eine gibt mal 50 Euro aus, der andere nur zehn. Je nach Anlass reicht die Nachfrage vom kleinen Blumengruß für den kranken Nachbarn bis zum großen Strauß für einen Geburtstag.“ Seine Bilanz für den eigenen Betrieb fällt dennoch ernüchternd aus: „Wir müssen mehr kämpfen für weniger Geld.“

Attraktive Angebote schaffen

Viele äußere Bedingungen können die drei Händler kaum beeinflussen. Also konzentrieren sie sich darauf, ihren Kundinnen und Kunden attraktive Angebote zu machen.

Eva Mauser setzt dabei bewusst auf das, was sich digital nicht ersetzen lässt: Neben persönlicher Beratung bedeutet das für sie, immer neue Anlässe zu schaffen, damit Menschen in die Bücherstube kommen. Manche Ideen, wie ein regelmäßiger Stricktreff, sind auf Anregung von Kunden entstanden. Auch die Lesetreffen für Kinder sind ein Erfolg. „Die Handys bleiben in der Tasche, wir drehen eine Sanduhr um und jeder liest eine halbe Stunde in seinem Buch. Danach erzählen wir uns, was wir gerade lesen. Die Erfahrung zeigt: Oft wollen die Kinder sogar mehr Lesezeit“, berichtet Mauser. Bei Autorenlesungen probiert sie auch gerne neue Formate aus, etwa eine kulinarische Lesung, bei der Literatur, Essen und Unterhaltung verknüpft werden.

Jürgen Nowak hat sich bereits 2013 gemeinsam mit seiner Frau bewusst gegen einen Onlineshop und für die Konzentration auf den stationären Handel entschieden. „Wir haben uns gefragt: Was kann ein Laden, was der Onlinehandel nicht kann?“ Die Antwort: „Produkte testen, sich hinsetzen und sie vor dem Kauf ausprobieren.“ Daher haben sie Platz geschaffen, damit Besucher neue Spielwaren unverbindlich im Laden aufbauen, testen und sich bei Bedarf erklären lassen können. Außerdem veranstaltet Nowak regelmäßig Tauschbörsen vor Ort, etwa für Sammelkarten.

Digitale Kanäle nutzt das Ehepaar vor allem für die Kundenkommunikation und den persönlichen Service. Über einen WhatsApp-Kanal stellt Bettina Nowak neue Produkte vor, beantwortet Fragen und schickt bei Bedarf

auch kurze Erklärvideos, wenn etwas mal nicht funktioniert und Kunden Hilfe brauchen.

Arne Brokmeier setzt neben wechselnden Kunstausstellungen und Aktionen wie Adventsausstellungen vor allem auf handwerkliches Können und Erfahrung. Sein wichtigstes Erfolgsrezept bringt er selbst auf eine knappe Formel: „Fachwissen, Fachwissen, Fachwissen". Seine Erfahrung sorge bereits beim Einkauf dafür, dass nur qualitativ hochwertige Blumen ins Geschäft kommen. Das zahle sich aus: „Kunden sagen zu mir: Die Blumen halten wirklich sehr, sehr lange", berichtet er.

> **Es braucht Kundinnen und Kunden, die bewusst vor Ort einkaufen, sowie Unterstützung durch Kommunen und Politik.**

Dazu kommt ein individueller floristischer Stil. „Jeden Strauß, den wir verkaufen, sehen wir als Visitenkarte und Werbung für uns an", sagt Brokmeier und betont, dass seine Arbeit über Dietzenbach hinaus auch Kundschaft aus Heusenstamm, Rödermark, Dreieich und Neu-Isenburg anziehe.

Gesamtgesellschaftliche Aufgabe

Für einen starken Einzelhandel sind engagierte Unternehmerinnen und Unternehmer aber nur einer von vielen Faktoren. Eva Mauser sieht im Erhalt des stationären Handels vor Ort eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. „Es braucht Kundinnen und Kunden, die bewusst vor Ort einkaufen, sowie Unterstützung durch Kommunen und Politik", sagt die Buchhändlerin. In Hainburg erlebe sie positive Ansätze wie regelmäßige Netzwerktreffen für Gewerbetreibende oder das Unternehmerinnenfrühstück. Auch eine Stempelrallye, organisiert von der Inhaberin des Modehauses Blumör in Hainstadt, habe spürbar mehr Besucherinnen und Besucher in die Geschäfte gebracht. Für die Heimatshoppen-Aktionstage hingegen hätte sie sich mehr Werbung und Sichtbarkeit im Ort gewünscht.

In Rödermark-Ober-Roden sieht Jürgen Nowak die Entwicklung des Ortszentrums mit Sorge: „Die meisten Läden im Ort stehen leer, Ober-Roden ist inzwischen fast eine Geisterstadt." Zwar habe die Stadt Maßnahmen ergriffen, um gegenzusteuern, doch es gab wenig Resonanz seitens potenzieller Mieter. Nowak wundert das nicht: „Die Frage ist, ob heute noch jemand die Energie und die Zeit aufbringt, kontinuierlich über eine lange Zeit ein stationäres Geschäft aufzubauen." Bei ihm selbst habe es rund zehn Jahre gedauert, bis der Laden etabliert gewesen sei und sich eine Stammkundschaft entwickelt habe, die das Geschäft trägt.

Arne Brokmeier beschäftigt in Dietzenbach vor allem die Erreichbarkeit. „Wir kämpfen hier in der Altstadt um jeden einzelnen Parkplatz", sagt er mit Blick auf sein großes Einzugsgebiet. Ebenso wünscht er sich, dass Stadt und Stadtmarketing ein klares Innenstadtkonzept entwickeln und dabei die Erfahrungen der verbliebenen Einzelhändler stärker einbeziehen. Zudem ließe sich die Abstimmung zwischen Stadt und Gewerbetreibenden ausbauen: „Es müsste einfach mal mehr miteinander gesprochen werden", so seine Einschätzung.

Ob Bücher, Spielzeug oder Blumen: Ein lebendiger Einzelhandel gedeiht dort, wo Menschen nicht nur Waren finden, sondern auch individuelle Beratung und persönliche Begegnungen. Um dies zu erhalten, braucht es Händler mit Ideen und Ausdauer ebenso wie Kunden, Kommunen und Politik, die ihren Teil dazu beitragen.

www.buecherstube.net

www.nowak-moebel.de

www.instagram.com/blumenbinderbrokmeier



Autorin
Esther Mahr
069 8207-234
mahr@offenbach.ihk.de

Anzeige



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



Fotos: Arens/IHK

Marcel Bischoff hat unterschiedliche Konzepte ausprobiert und schließt sein Gasthaus und Hotel inzwischen übers Wochenende.

Von Fachwerk, Familienbetrieben und frischen Ideen

Gastgeber mit Herz und Haltung

Die Hotels und Gasthäuser in Stadt und Kreis Offenbach sind gefragte Orte der Entspannung in der Metropolregion. Ob Dienstreisende, Touristen oder Besucher von Veranstaltungen: Wer hier übernachtet, trägt zur Belebung der Städte und Gemeinden bei, macht vielleicht einen Einkaufsbummel oder nimmt andere interessante Angebote wahr. Aber auch für die Beherbergungsbranche sind die Zeiten schwierig. Wer erfolgreich sein will, braucht Durchhaltevermögen und gute Ideen.

GASTHAUS UND HOTEL BISCHOFF, RODGAU-JÜGESHEIM

Den eigenen Weg gefunden

Ein großer gemütlicher Gastraum mit Bar, eine von Bäumen beschattete Terrasse, zehn frisch renovierte Gästezimmer – das Gasthaus und Hotel Bischoff in Rodgau-Jügesheim lädt zum Entspannen und Genießen ein und liegt nur einen Katzensprung vom Bahnhof entfernt. „Wir haben keinen Aufzug, keine Wellnessoase und auch nicht fünf Sorten Müsli auf dem Frühstücksbüffet“, räumt Marcel Bischoff ein. „Trotzdem ist unser Hotel gut gebucht und das Restaurant beliebt.“ Über Nacht blieben vor allem Dienstreisende oder Teilnehmer an Weiterbildungsveranstaltungen, berichtet er.

„Rodgau ist zusammengewürfelt und jeder Stadtteil kocht irgendwie sein eigenes Süppchen. Wir haben hier dieselben Probleme wie überall. Es gibt kaum noch Einzelhandel. Die Kneipenkultur ist praktisch tot. Die Stadt versucht mit der Rodgau-Card, Förderangeboten und Unternehmerfrühstücken gegenzusteuern“, beschreibt er, wie er die Situation vor Ort wahrnimmt.

Bischoff erinnert sich an die fünf, sechs Bäcker, die es einmal in Jügesheim gab, an das Haushaltswarengeschäft und den Fahrradladen, die aufgegeben haben. „Aber was kann man machen, um den Ort zu beleben? Was lässt sich hier noch verkaufen? Hanau hat sich toll entwickelt und Offenbach finde ich auch gut“, lobt er nahegelegene Stadtzentren, in denen sich etwas bewegt.

Konsumverhalten im Wandel

Einzelne Geschäftsleute seien in Rodgau mit ausgefallen Konzepten erfolgreich, zum Beispiel mit einem Mix aus Café, Weinbar und Laden mit regionalen Produkten. Auch Bischoff hat sein eigenes Konzept mit Themenabenden, zu denen er gelegentlich einlädt. Teil des Konzepts ist auch, dass das Hotel und das Restaurant am Wochenende zu bleiben.

„Samstag und Sonntag zu öffnen, war nicht mehr wirtschaftlich. Gerade die Wochenendgäste, oft Familien, sehen sehr auf den Preis“, beobachtet der Unternehmer. Fürs Wochenende hat er schlecht Personal gefunden. Die jetzigen Öffnungszeiten machen ihn als Arbeitgeber attraktiv und verschaffen ihm eine Atempause.

Seit dem 1. Oktober 2026 sollen eine höhere Grundsteuer B und eine Übernachtungssteuer von fünf Prozent helfen, die Haushaltslage der Stadt Rodgau zu verbessern. Die Übernachtungssteuer müssen die Beherbergungsbetriebe erheben. „Das geht nicht auf dem Bierdeckel!“, scherzt Bischoff über den zusätzlichen bürokratischen Aufwand.

Gutes Personal zu finden und zu halten, koste ebenfalls Zeit und Geld. Inklusive Aushilfen arbeiten 40 Menschen im Gasthaus Bischoff, einige mit Wurzeln in der Ukraine, Pakistan und anderen Nationen. Nun hat der Chef Kontakt zu einer Vietnamesin aufgenommen, die in Deutschland arbeiten möchte. „Wenn sie kommt, stellen wir ihr kostenlos ein Zimmer zur Verfügung. Aber noch wartet sie auf ihre Papiere“, bedauert er die komplizierten Einreisemodalitäten und ergänzt: „Ich habe Glück, dass mein Sohn viele Freunde ins Geschäft bringt, die aushelfen.“ Überhaupt kann Bischoff auf seine Familie zählen. Sogar seine Mutter bügelt weiter die Hotelwäsche.

Als ungerecht empfindet er, dass die „Schattenwirtschaft“ nicht stärker bekämpft wird. „In manchen Betrieben heißt es andauernd: ‚Das Kartenlesegerät ist kaputt.‘ Es wird bar am Finanzamt vorbei kassiert. Die betrügen nicht nur die Behörde, sondern auch die ehrlichen Geschäftsleute und die Gesellschaft. Der Staat muss aktiver dagegen vorgehen und prüfen, auch wenn es nicht viel zu holen gibt“, fordert er.

Lebendig, aber lautlos

Alle wollen lebendige Ortszentren. Aber wenn für Hotels und Gaststätten Waren angeliefert werden, Gäste Parkplätze belegen oder noch spät unterwegs sind, klagt so mancher. „Um 22 Uhr soll alles still sein. Events von Seiten der Gastronomie, die länger dauern, wünscht die Stadt nicht. Für Vereine gibt es Ausnahmen, und die bezahlen keine Steuern“, gibt Bischoff zu bedenken und sagt: „Unser Gasthaus ist schon seit 100 Jahren hier. Alles rundum kam später. Aber auch wenn es schwierig ist, bleiben wir. Unsere Arbeit gefällt uns immer noch!“

www.gasthaus-bischoff.de

RESTAURANT UND HOTEL ZU DEN DREI KRONEN, SELIGENSTADT

Die Balance im Gewerbemix muss stimmen

„Seligenstadt ist die Perle von Rhein-Main“, steht für Kadri Akdag fest. Er ist Inhaber und Geschäftsführer im Restaurant und Hotel „Zu den Drei Kronen“, einem Traditionshaus gegenüber dem Kloster. Von der Anlegestelle der Mainschiffe ist es ein kurzer Spaziergang bis zu dem schmucken Fachwerkgebäude. Es verfügt über 23 Zimmer und ein Restaurant mit reichlich Plätzen im Innen- und Außenbereich.

Die Anziehungskraft von Seligenstadt ist groß. Trotzdem gingen Akdags Geschäfte schon besser. „Wir haben nach der Pandemie auf Aufschwung gehofft. Dann kamen die Kriege und Krisen. Das Vor-Corona-Niveau haben wir nicht wieder erreicht“, sagt er. Der Sprit für die Fahrt nach Seligenstadt sei manchen Ausflüglern zu teuer, die Preise im Gastgewerbe zu hoch. „Dabei gebe ich nicht alle Kosten an die Gäste weiter. Eigentlich müsste ich tagesaktuelle Preise machen, denn auch für uns steigen sie ja laufend“, erlebt der Hotelier und Gastronom.

Lob für die Stadt

Akdag ist seit seiner Kindheit in der Branche tätig. 2009 hat er das Gasthaus „Zu den Drei Kronen“ übernommen. „Es ist meine eigene

Anzeige



Immobilie, aber die Hypothek zahle ich noch ab. Ich habe das Gebäude entkernen lassen und viel investiert. Die Stadt erkennt das an und setzt sich für uns ein“, ist ihm bewusst.

Besonders lobt er das Veranstaltungsprogramm mit Festen und Märkten, die rund ums Jahr Menschen anziehen. „Wir haben hier einen der schönsten Weihnachtsmärkte weit und breit“, steht für ihn fest.

Seine Mitarbeiterin Monika Weber war früher beim Stadtmarketing tätig. Sie bringt das Seligenstädter Geleit am 21. und 22. August 2027 ins Gespräch. Das große Heimatfest wird nur alle vier Jahre gefeiert und bringt viele Besucher. Die Vorbereitung und die Kommunikation sind aufwändig. „Wir freuen uns, dass wir ein neues Stadtmarketing haben, das mit den Gegebenheiten vor Ort vertraut ist. Nur eine Hochglanzbroschüre von Seligenstadt zu drucken reicht nicht. Die Gewerbetreibenden hier brauchen jemanden, der ihnen zuhört und ihre Bedürfnisse kennt“, sagt sie.

Handicaps und Vorteile

Wegen des Hotelbetriebs verzichtet Akdag auf einen Ruhetag. Neben Touristen übernachten bei ihm vor allem Handwerker, Vertreter sowie Messebesucher, die beispielsweise zum ANWR-Campus in Mainhausen wollen.

Sein größtes Problem sei das Thema Fachkräfte. „Letztes Jahr habe ich einen Azubi eingestellt. Seine Deutschkenntnisse waren schlecht und er ist nicht in die Schule gegangen. Ich wollte einen Koch herholen, ein Spezialist für die türkisch-kurdische Küche, um ausgefallene mediterrane Speisen anzubieten. Spaghetti und Pizza gibt es ja überall. Der Kreis Offenbach hilft zwar, wenn Fachkräfte aus dem Ausland einreisen wollen. Aber es war kompliziert, den Abschluss des Kochs anerkennen zu lassen. Ich habe aufgegeben. Der Gesetzgeber verhindert, dass Fachkräfte kommen“, ist sein Eindruck.

> **Die Gewerbetreibenden hier brauchen jemand, der Ihnen zuhört und ihre Bedürfnisse kennt.**

„Unsere Situation ist trotz allem außergewöhnlich in der Region. Kollegen in anderen Städten haben es schwerer. Aber wir müssen aufpassen. Die Balance zwischen Einzelhandel und Gastronomie muss stimmen“, warnt Akdag. Er sieht es gerne, wenn seine Gäste Tüten vom Kaufhaus Mittl, dem Schuhhaus Franz oder vom Haushaltswarengeschäft Wilhelm Link E. K. in der Hand halten. „Ohne Einzelhandel kommen wir nicht weiter“, ist für ihn klar.

www.zudendreikronen.de



Kadri Akdag (l.) und Restaurantleiter Boyko Ivanov wissen, dass die Bedingungen in Seligenstadt besser sind als andernorts. Allerdings muss das Angebot in der Altstadt ausgewogen und attraktiv bleiben.

HOTEL HERRNBROD UND STÄNDECKE, DREIEICH

Investitionen lohnen sich

„Die Ursprünge unseres Hotels reichen weit zurück. Apfelwein haben meine Vorfahren in der Wetterau schon 1662 hergestellt. 1882 wurde die Gaststätte gegründet. 1972 und 1985 entstand dieser Gebäudekomplex“, berichtet Jonas Derlich. 1986 wurde er selbst geboren. Inzwischen führt er das Hotel Herrnbrod und Ständecke in der Hauptstraße in Dreieich-Sprendlingen mit seiner Mutter und seinem Onkel. Gerade hat er es umfassend renovieren lassen.

Anders als die moderne Rezeption im Erdgeschoss, knüpft das Restaurant im ersten Stock an die Apfelweintradition an. „Unser Spagat zwischen Moderne und Tradition kommt gerade bei unseren internationalen Gästen gut an“, sagt Derlich. Weil der Flughafen nah ist, buchen Menschen aus aller Herren Länder das Hotel. „Der Bus zum Airport braucht 35 Minuten. Das Ticket für vier Euro kann man jetzt per Karte bezahlen. Leider sind Bus und Bahn nicht zuverlässig und gerade in Messezeiten wäre eine bessere Taktung für die Verbindungen nach Frankfurt wichtig“, meint er. Deshalb bietet er mit einem Kooperationspartner vor Ort einen kostenpflichtigen Shuttledienst an.

Den Menschen, dem Haus und der Stadt verbunden

Im Erdgeschoss hat das Gebäude drei extern verpachtete Gewerbeeinheiten. Rechts vom Hoteleingang befinden sich das Café Goldstück und ein Elektrofachgeschäft. Das Geschäft links vom Eingang wurde im Spätsommer zum Pop-up-Store einer Modehändlerin. Durch die Zwischennutzung hat er einen Leerstand in der Hauptstraße vermieden.

Jonas Derlich hat International Hospitality Management studiert, in Thailand gearbeitet und später eine feste Stelle in China aufgegeben, um ins Familienunternehmen zurückzukehren. „Für mich stand fest, dass ich hier einsteige“, sagt er. Jetzt leitet er ein Team von 30 Personen. „Ich kenne alle Aufgaben und mache bei Bedarf auch mal ein Zimmer. Wir sind ein familiärer Betrieb und wertschätzen einander“, versichert er.

Alle Zimmer modernisiert

Beim Blick in eins der frisch renovierten 57 Hotelzimmer wird deutlich, dass hier kräftig investiert wurde. „Türen, Fenster, Bäder, Einrichtung – wir haben alles erneuert, und zwar in Zusammenarbeit mit Handwerkern aus der Umgebung. Unsere Wasch- und Spülmaschinen, aber auch die Kompressoren haben wir ausgetauscht. Auf dem Dach ist eine Photovoltaik-Anlage installiert worden“, zählt Derlich auf.

Obwohl er Energie einspart, muss er die in vielen Bereichen steigenden Kosten teilweise an die Kundschaft weitergeben. Die reagiert, wie es auch andere Vertreter des Gastgewerbes beschreiben. „Essen gehen ist für viele nicht mehr die Regel, sondern etwas Besonderes. Die Gäste bestellen zurückhaltend. Firmen senken ihre Budgets für Dienstreisen, so dass die Aufenthalte kürzer werden. Wir spüren auch, dass die Messen nicht mehr so stark besucht sind“, bedauert er. Dennoch sei 2026 bisher ein gutes Jahr für sein Unternehmen. Er führt das auf die Renovierung und die sehr guten Bewertungen im Internet zurück.

Die bisherigen Bemühungen der Politik zur Unterstützung des Gastgewerbes sieht er skeptisch: „Von der Mehrwertsteuersenkung bleibt zum Beispiel nicht viel hängen. Die Buchhaltung ist umfangreicher geworden. Am meisten haben die Steuerberater davon“, vermutet er.

Der junge Unternehmer wünscht sich Ruhe und Sicherheit, damit er sich auf sein Geschäft konzentrieren kann: „Wir sollen klatschen, wenn es wieder Änderungen und neue Regeln gibt. Was wir tatsächlich brauchen, ist Beständigkeit, damit wir langfristig planen können.“

www.herrnbrod-staendecke.de



Autorin
Birgit Arens
069 8207-248
arens@offenbach.ihk.de



Jonas Derlich ist froh, dass die Renovierungsarbeiten erfolgreich abgeschlossen sind. Die Gäste schätzen die moderne Ausstattung und bewerten das Hotel mit Bestnoten.

Junge Geschäftsfrauen mit Mut und Ideen

Offenbachs neue Generation im Einzelhandel

Wer heute ein Ladengeschäft eröffnet, braucht neben einem guten Konzept vor allem Mut und Durchhaltevermögen. Steigende Kosten, Konsumzurückhaltung und wenig einladende Straßen machen es Gründerinnen und Gründern nicht leicht. Umso bemerkenswerter ist die neue Generation im Offenbacher Einzelhandel: Sie wagt den Schritt in die Selbstständigkeit, entwickelt eigene Ideen für die Innenstadt und zeigt, wie Offenbach in fünf Jahren aussehen könnte.

2025 hat Tanja Ronaghi als erste Nutzerin den Offenbacher Testraum bespielt, den die Stadt zum Ausloten neuer Geschäftsideen zur Verfügung stellt. Mittlerweile hat sie ihren eigenen Laden eröffnet. Sie führt das Geschäft Ninone weiter, das sie von ihrer Mutter übernommen hat. Die junge Geschäftsfrau hat das Sortiment um neue Mode und Accessoires erweitert und damit gleichzeitig die Zielgruppe vergrößert. Die Boutique am Hugenottenplatz ist jetzt ein Treffpunkt für Stammkundinnen, aber auch für Frauen und Männer mit Interesse an trendiger, nachhaltiger Mode.

Gleich nebenan befindet sich seit August dieses Jahres 12Quadratmeter. Der Name ist Programm: Auf kleiner Fläche kreiert Andreja Radatovic fantasievolle Gestecke, Sträuße und Blumengeschenke. Inspiriert von der Ninone-Neueröffnung hat die Gründerin in dem überschaubaren Geschäft ein Raumwunder geschaffen. Ihr ist bewusst, dass es in diesen Zeiten der Konsumzurückhaltung nicht einfach wird, den Laden auf solide Füße zu stellen. Sie nimmt die Herausforderung engagiert an.

Um den Hugenottenplatz aufzuwerten und sichtbarer zu machen, laden Radatovic und Ronaghi alle 14 Tage nach dem Offenbacher Wochenmarkt dorthin ein. Ihr „Aftermarket“ lockt mit wechselnden kulinarischen und musikalischen Angeboten.

Seit September 2026 bereichert Celina Ali die Große Markstraße mit ihrem Store mada. Er liegt gleich neben dem Testraum. Dort hat sie ihre Idee, permanenten Schmuck zu verkaufen, zuvor ausprobiert. Ihr Fazit nach der Testraum-Phase: „Ein eigener Laden macht viel Spaß und motiviert zu neuen kreativen Aktivitäten.“ Deshalb hat sie ihre Shop-in-Shop-Fläche im Main-Taunuszentrum zu Gunsten von Offenbach aufgegeben. In der Innenstadt fühlt sie sich mit ihrem Konzept gut aufgehoben. Zum Laden gehört ein Workshopbereich, in dem sie auch mit anderen Geschäftsleuten ins Gespräch kommen und gemeinsame Events veranstalten will.

Wie sieht eure Offenbacher Innenstadt in fünf Jahren aus?

Tanja: Ich wünsche mir eine lebendige Innenstadt mit vielen individuellen Geschäften, guter Gastronomie, Kultur und einem vielfältigen Angebot, für das die Menschen ganz bewusst nach Offenbach kommen. Ich hoffe, dass wir wieder mehr Wert darauf legen, vor Ort einzukaufen, anstatt immer mehr online zu bestellen. Denn Einkaufen kann viel mehr sein als nur ein Klick: Es geht um Qualität, persönliche Beratung, echte Begegnungen und darum, die Menschen und Geschäfte in der eigenen Stadt zu unterstützen. Ich wünsche mir eine Innenstadt, in der man gerne Zeit verbringt, aber eben auch gerne einkauft – bewusst, persönlich und mit einem Blick für Qualität statt Massenware.

Andreja: Eine vielfältige Innenstadt wird es nur geben, wenn alle Verantwortung übernehmen. Daher wünsche ich mir mehr Offenheit bei den Eigentümern von Gewerbeflächen. Gerade in Zeiten, in denen sich der klassische Einzelhandel schwertut, müssen neue Ideen eine Chance bekommen. Wer heute bereit ist, kreativen Konzepten eine Fläche zu vermieten, investiert letztlich auch in den Wert und die Zukunft seiner eigenen Immobilie. Ich hoffe, dass wir das in Offenbach schaffen und in fünf Jahren ganz viele besondere Geschäfte neu eröffnet haben.

Celina: Ich wünsche mir eine Innenstadt, in die man ganz bewusst fährt, weil es dort etwas zu entdecken und zu erleben gibt. Mit mehr individuellen Läden, schönen Cafés, Gastronomie, Veranstaltungen und Konzepten, die man nicht überall findet. Ich glaube, dass eine Innenstadt heute mehr sein darf als nur ein Ort zum Einkaufen. Es geht genauso um Erlebnisse, Begegnungen und darum, gerne Zeit dort zu verbringen. Ich würde mich freuen, wenn Offenbach diesen Weg weitergeht und noch mehr Menschen den Mut haben, hier ihre Ideen umzusetzen. In fünf Jahren sehe ich mada. als festen Teil einer lebendigen Offenbacher Innenstadt, die wir mit unserem Konzept ein Stück weit mitgestalten dürfen.

Die Geschichten von Tanja Ronaghi, Andreja Radatovic und Celina Ali zeigen: Eine lebendige Innenstadt entsteht nicht von allein. Sie braucht Menschen mit Ideen, Eigentümer mit Weitblick und Kundinnen und Kunden, die bewusst lokale Angebote nutzen. Die neue Generation im Offenbacher Einzelhandel ist bereit, Verantwortung zu übernehmen – und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Offenbach.

Fotos: Vlada Shcholkina





Foto: Hannah von Guionneau/IHK



Offenbach hat Potenzial

Tanja, was macht die Offenbacher Innenstadt für Ninone attraktiv?
Die Offenbacher Innenstadt ist für Ninone spannend, weil hier unglaublich viele unterschiedliche Menschen zusammenkommen. Genau diese Vielfalt passt zu meinem Laden und zu meiner Mode. Gleichzeitig sehe ich hier großes Potenzial für individuelle, inhabergeführte Geschäfte, die etwas Besonderes anbieten und sich bewusst von großen Ketten und Massenware unterscheiden. Ich möchte zeigen, dass man auch mitten in Offenbach hochwertige, besondere Mode finden kann und dafür nicht in eine andere Stadt fahren oder online bestellen muss. Denn für mich gehört zu Mode auch das persönliche Einkaufserlebnis – Kleidung anfassen, anprobieren, sich beraten lassen und miteinander ins Gespräch kommen.

Celina (auf dem Foto in der Mitte), warum ist Offenbach eine gute Stadt für mada.?
Offenbach fühlt sich für mich einfach richtig an. Die Stadt ist unglaublich vielfältig, lebendig und hat ihren ganz eigenen Charakter. Genau das passt auch zu mada. Bei uns kommen ganz unterschiedliche Menschen zusammen und genau diese Mischung liebe ich. Gleichzeitig merke ich, wie viel Potenzial in der Offenbacher Innenstadt steckt. Ich wollte bewusst einen Ort schaffen, für den man gerne in die Stadt kommt, sich Zeit nimmt und nicht einfach nur schnell etwas kauft. mada. soll ein Laden sein, in dem man sich wohlfühlt, Neues entdeckt, kreativ sein kann und vielleicht auch einfach ein bisschen länger bleibt.

Andreja, wieso passt Offenbachs Hugenottenplatz so gut für 12Quadratmeter?
Für mich ist der Hugenottenplatz der ideale Ort für mein Blumengeschäft, da der Platz zentral in der Innenstadt liegt und gut erreichbar ist. Dennoch geht es hier etwas ruhiger zu als auf der Frankfurter Straße. Hier kann man beim Bummeln auch einmal durchatmen.



Kontakt
Hannah von Guionneau
069 8207-251
vonGuionneau@offenbach.ihk.de
www.offenbach.ihk.de/standortpolitik

Die Testraumallee

Der **Testraum** ist eine voll ausgestattete Ladenfläche in der Großen Marktstraße 39 und kann zum Ausprobieren von Handelskonzepten für ein bis drei Monate kostenfrei gemietet werden. Für 2027 sind noch viele Slots verfügbar. **Jetzt bewerben!**

Der **Testraum-Fonds** ist ein städtisches Förderprogramm für neue Ladenkonzepte in der Offenbacher Innenstadt. Die Stadt Offenbach stellt insgesamt 383.000 Euro zur Verfügung, vorbehaltlich der Haushaltsgenehmigung für 2027, um etwa sechs Ladenkonzepte mit Hilfe des Förderprogramms langfristig in Offenbach anzusiedeln.

Das Förderprogramm umfasst:
- Mietkostenzuschuss von 500 Euro pro Monat im ersten Jahr,
- Ausstattungszuschuss von 5.000 Euro zur freien Verwendung
- Architektur- und Kommunikationsberatung
- sowie Unterstützung bei der Flächensuche.



Foto: Becker/IHK

V. l. n. r.: IHK-Referentin Hannah von Guionneau moderierte die Gesprächsrunde, an der Stefan Becker, Wirtschaftsförderung Obertshausen, Isabelle Breit, Jacques' Wein-Depot und Gewerbeverein Langen, sowie Maike Ovens, 1. Vorsitzende des Vereins für Tourismus und Wirtschaftsförderung Bad Soden-Salmünster, teilnahmen.

Austausch, Impulse und neue Perspektiven

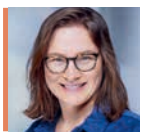
Gewerbevereine fit für die Zukunft

Wie können Gewerbevereine auch künftig Menschen zum Mitmachen bewegen und ihre Rolle als starke Netzwerke vor Ort ausbauen? Diese Frage stand im Mittelpunkt des Frühstücksevents „Gewerbevereine fit für die Zukunft" der IHK Offenbach am Main. Rund 25 Vertreterinnen und Vertreter von Gewerbevereinen, Kommunen und Wirtschaftsförderungen beteiligten sich.

Für den fachlichen Impuls sorgte Maike Ovens, 1. Vorsitzende des Vereins für Tourismus und Wirtschaftsförderung Bad Soden-Salmünster. Sie zeigte auf, wie sich die Vereinsarbeit weiterentwickeln kann und warum klare gemeinsame Ziele, persönliche Gespräche und eine aktive Einbindung der Mitglieder entscheidend für den Erfolg lokaler Netzwerke sind. Dabei machte sie deutlich, dass Veränderungen oft mit dem Mut beginnen, neue Wege einfach auszuprobieren.

In der anschließenden Diskussionsrunde berichtete Isabel Breit, Inhaberin von Jaques' Wein-Depot und Vorstandsmitglied im Langener Gewerbeverein, über die erfolgreiche Neuaufstellung des Vorstands und die enge Zusammenarbeit mit der Stadt. Stefan Becker, Vorsitzender des Stadtmarketingvereins Obertshausen und Vertreter der Wirtschaftsförderung, gab Einblicke in gut laufende Formate wie After-Work-Veranstaltungen und die Initiative heimat shoppen. Eine klare Erkenntnis lautet: Aktive Gewerbevereine sind ein Gewinn für jede Kommune und für die Gemeinschaft. Sie bündeln Kräfte, um etwas zu bewegen, und sind wichtig für Lebensqualität und Lebendigkeit vor Ort.

Das Fazit des Vormittags: Zukunftsfähige Netzwerke entstehen durch Engagement, Kooperation und den Willen, gemeinsam anzupacken und etwas auszuprobieren. Die IHK Offenbach am Main wird diesen Dialog weiterhin aktiv begleiten und fördern.



Kontakt
Laura Becker
069 8207-246
becker@offenbach.ihk.der

heimat shoppen 2026

Gemeinschaft, Begegnung und lokale Vielfalt

Wenn Innenstädte und Ortskerne zu Treffpunkten werden, Geschäfte ihre Türen besonders weit öffnen und Bürgerinnen und Bürger die Vielfalt vor ihrer Haustür neu entdecken, dann ist wieder heimat shoppen.

Auch 2026 beteiligten sich zahlreiche Gewerbevereine, Stadtmarketingorganisationen, Wirtschaftsförderungen und Unternehmen in Stadt und Kreis Offenbach an den Heimatshoppen-Aktionstagen im September. In Langen, Hainburg, Mühlheim, Obertshausen, Offenbach, Offenbach-Bieber, Rodgau, Dreieichenhain und Seligenstadt luden besondere Angebote, Gewinnspiele und Veranstaltungen dazu ein, vor Ort zu genießen, lokal einzukaufen und die Zentren der Städte und Gemeinden zu erleben.

Die bundesweite Initiative macht auf die Bedeutung des örtlichen Handels, der Gastronomie und der Dienstleister aufmerksam. In Hessen beteiligen sich mehr als 120 Kommunen an der Aktion und setzen damit ein starkes Zeichen für regionale Wertschöpfung und lebendige Ortszentren. Denn lebendige Innenstädte entstehen nicht von allein. Sie leben von engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern sowie von Menschen, die die Angebote vor Ort bewusst nutzen. Die IHK Offenbach am Main unterstützt heimat shoppen gemeinsam mit ihren Partnern seit mehreren Jahren.

In diesem Jahr beteiligten sich neun Initiativen aus Stadt und Kreis Offenbach. In Offenbach-Bieber organisierte der Gewerbeverein einen Malwettbewerb für Kinder. „Wir haben drei Gewinnerbilder gekürt, eines davon wird die Titelseite des Bieberer Einkaufs- und Terminplaners 2027 schmücken. Und natürlich gab es tolle Preise zu gewinnen“, berichtet Gabriele Ring, Vorsitzende des Bieberer Gewerbevereins.

Stefan Becker, Vorsitzender des Stadtmarketing Obertshausen e. V., berichtet: „Mehr als 40 Geschäfte, Gastronomen und Dienstleister haben an zwei Tagen gezeigt, was Obertshausen zu bieten hat. Unsere Stadt lebt von diesen Betrieben vor Ort. Jeder Einkauf hier hält Obertshausen lebendig, sichert Arbeitsplätze und sorgt dafür, dass wir auch in Zukunft eine Stadt mit kurzen Wegen und persönlichem Service bleiben. Daran wollen wir gemeinsam weiterarbeiten.“

Nach den Aktionstagen im September steht fest: Auch im Jahr 2027 soll heimat shoppen die Vielfalt in Stadt und Kreis Offenbach sichtbar machen.

Kontakt
Laura Becker
069 8207-246
becker@offenbach.ihk.der

Foto: IHK







Eindrücke vom heimat shoppen 2026 in der Region. In Langen, Hainburg, Mühlheim, Obertshausen, Offenbach, Offenbach-Bieber, Rodgau, Dreieichenhain und Seligenstadt zeigten Initiativen und Gewerbetreibende, wie vielfältig die Angebote vor Ort sind.

Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie (EU) 2023/2225

Neue Regeln für Darlehensvermittler

Ab dem 20. November 2026 gelten für die Vermittlung von Allgemein-Verbraucherdarlehen und entsprechenden Finanzierungshilfen neue Regeln.

Mit der Umsetzung der Verbraucherkreditrichtlinie (EU) 2023/2225 soll ein höheres und europaweit harmonisiertes Verbraucherschutzniveau geschaffen werden. Der deutsche Gesetzgeber hat die Vorgaben mit § 34k Gewerbeordnung (GewO) umgesetzt. Die Darlehensvermittlung wird damit aus der bisherigen Erlaubnis nach § 34c GewO herausgelöst.

Wer ist betroffen?

Der neuen Erlaubnispflicht nach § 34k GewO unterliegen gewerbliche Vermittler von Allgemein-Verbraucherdarlehensverträgen und entsprechenden Finanzierungshilfen mit Ausnahme von Immobiliar-Verbraucherdarlehensverträgen im Sinne von § 34i GewO.

Was sind die Erlaubnis-Voraussetzungen?

Voraussetzungen für die Erlaubnis sind, wie bisher, der Nachweis der Zuverlässigkeit sowie geordneter Vermögensverhältnisse. Neu sind insbesondere Sachkundenachweis, Registrierung und Weiterbildungspflichten. Parallel tritt am 20. November 2026 die Darlehensvermittlungsverordnung (DarlVermV) in Kraft.

Besonders wichtig für Altvermittler: Frist nicht verpassen!

Wer bereits über eine § 34c-Erlaubnis verfügt und weiterhin Verbraucherdarlehen vermitteln möchte, muss bis 31. Mai 2027 die neue § 34k-Erlaubnis beantragen. In der Regel erfolgt keine erneute Prüfung der Zuverlässigkeit und der geordneten Vermögensverhältnisse. Mit bestandskräftiger Entscheidung über den Erlaubnisantrag erlischt die bisherige Erlaubnis nach § 34c GewO als Darlehensvermittler, spätestens mit Ablauf des 19. November 2027.

Für seit dem 1. Januar 2021 ununterbrochen tätige Vermittler ist eine „Alte-Hasen-Regelung“ vorgesehen. Der Sachkundenachweis kann entfallen, wenn die Erlaubnis nach § 34k GewO bis 31. Mai 2027 beantragt und die ununterbrochene Tätigkeit nachgewiesen wird.

Achtung Warenkreditvermittler: Neue Erlaubnispflicht!

Die Erlaubnispflicht gilt ab 20. November 2026 auch für Vermittler, die Darlehen zur Finanzierung eigener Warenverkäufe oder Dienstleistungen vermitteln. Ausgenommen sind Kleinstunternehmen sowie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) im Sinne der Empfehlung 2003/361/EG.

In Hessen ist vorgesehen, dass künftig die Industrie- und Handelskammern für Erlaubniserteilung und Registrierung zuständig sein werden.

Jetzt informieren

In kostenlosen Webinaren informieren wir über die wichtigsten Änderungen, Fristen und Übergangsregelungen sowie die Anforderungen an Erlaubnis, Registrierung und Sachkundenachweis.

28. Oktober 2026 | 13:00–14:30 Uhr | IHK Wiesbaden
www.event.ihk-wiesbaden.de

5. November 2026 | 10:00–11:30 Uhr | IHK Kassel-Marburg
www.ihk.de/kassel-marburg

17. November 2026 | 15:00–16:30 Uhr | IHK Offenbach am Main
www.offenbach.ihk.de/E15581



Kontakt
Marianna Kartziou
069 8207-222
vermittler@offenbach.ihk.de

Anzeige



Was Unternehmen jetzt beachten müssen

Wann gilt die KI-Kennzeichnungspflicht?

Seit August 2026 gilt in der EU eine Transparenzpflicht für den Einsatz künstlicher Intelligenz (KI). Unternehmen müssen KI-generierte Inhalte oder den Einsatz von KI-Systemen nun in bestimmten Fällen kennzeichnen.

Innerhalb der Europäischen Union regelt der EU AI Act den Einsatz von KI. Ziel dieses weltweit ersten umfassenden Gesetzes seiner Art ist es, KI im Einklang mit den Grundrechten der EU-Bürgerinnen und -Bürger einzusetzen.

Die Kennzeichnungspflicht (geregelt in Artikel 50 des EU AI Act) gibt aktuell zwei Bereiche vor, in denen Unternehmen gegenüber Außenstehenden den Einsatz von KI deutlich machen müssen: KI-generierte Inhalte und die Interaktion von Menschen mit künstlicher Intelligenz. Dabei gilt zunächst keine generelle Kennzeichnungspflicht für KI-generierte Inhalte. Allerdings muss der KI-Einsatz sichtbar gemacht werden, wenn es sich um Deep Fakes und KI-generierten oder -manipulierten Text handelt.

Deep Fakes

Unter die Kennzeichnungspflicht für Deep Fakes fallen KI-generierte Inhalte, die zum Beispiel echte Personen, Orte oder Objekte darstellen oder manipulieren. Anders gesagt: Deep Fakes geben eine Realität vor, die in der dargestellten Form nicht existiert.

KI-Text

Mit Hilfe von KI erstellter Text ist nicht grundsätzlich kennzeichnungspflichtig. Die Pflicht tritt nur dann ein, wenn ein Text Angelegenheiten von öffentlichem Interesse betrifft und zudem nicht zusätzlich menschlich überprüft wurde. In diesen Bereich fallen unter anderem insbesondere die nachrichtliche Berichterstattung und politische Informationen. Das schließt auch KI-generierte Zusammenfassungen derartiger Inhalte mit ein.

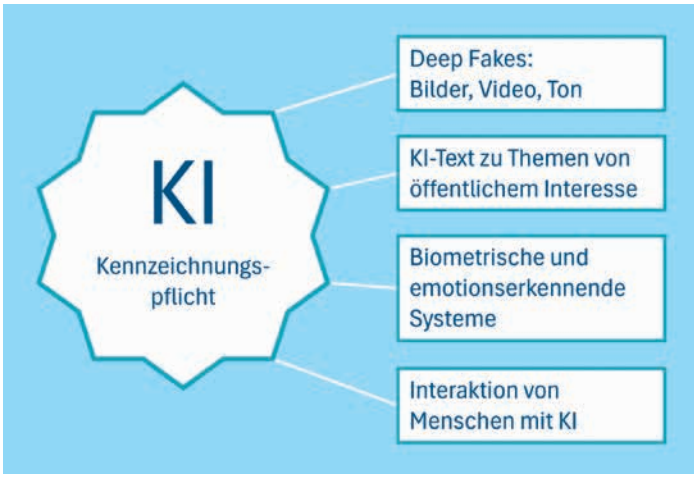
Die Europäische Kommission bietet zur Kennzeichnung solcher Inhalte spezielle EU-Icons an. Sie können lizenzfrei verwendet werden. Aber mit dem Einsatz ist ein Verhaltenskodex verknüpft. Die EU-Icons sind in Artikel 50 nicht vorgeschrieben, so dass Unternehmen auch andere Formen der Kennzeichnung verwenden können.

Interaktion von Menschen mit KI-Systemen

An vielen Stellen interagieren Menschen in ihrem Alltag mit unterschiedlichen KI-Systemen, beispielsweise mit Chatbots auf Websites oder künstlich generierten Zusammenfassungen in Suchmaschinen.

Nicht immer war für Nutzerinnen und Nutzer erkennbar, dass es sich bei ihrem Gegenüber nicht um einen echten Menschen handelt. Artikel 50 des EU AI Acts schreibt eine deutliche Erkennbarkeit einer solchen Interaktion mit KI vor. Gleiches trifft beim Betrieb von Systemen zu, die Emotionen von Menschen erkennen können oder biometrische Daten wie beispielsweise Gesichtszüge erfassen.

www.artificialintelligenceact.eu/de/article/50



Grafik: IHK Gesellschaft für Digitalisierung mbH GDi

Anzeige



Änderung der Gebührenordnung der IHK Offenbach am Main

Die Vollversammlung der IHK Offenbach am Main hat in ihrer Sitzung vom 3. September 2026 folgenden Beschluss gefasst:

Die Vollversammlung der IHK Offenbach am Main beschließt die Ergänzung der Gebührenordnung der IHK Offenbach am Main um folgende Gebührentarife:

14. Darlehensvermittler, § 34k GewO

14.1 Registrierung

14.1.1	Registrierung von Darlehensvermittlern ((§ 34k Abs. 8 Satz 1 Nr. 1 Alt. 1 GewO)	**62,00 €**
14.1.2	Änderung der Registerdaten (§ 11a GewO)	**62,00 €**
14.1.3	Schriftliche Auskunft aus dem Vermittlerregister (§ 11a Abs. 2 GewO)	**20,00 €**
14.1.4	Registrierung von leitenden Angestellten (§ 34k Abs. 8 Satz 1 Nr. 1 Alt. 2 GewO)	**41,00 €**

14.2 Erlaubnis

14.2.1	Erlaubnis für Darlehensvermittler (§ 34k GewO)	**324,00 €**
14.2.2	Ersatz- oder Zweitbescheinigung der Erlaubnis (§ 34k GewO)	**31,00 €**
14.2.3	Verfahrensbeendigung vor abschließender Entscheidung über den Erlaubnisantrag	**20,00 € – 251,00 €**
14.2.4	Nachträgliche Überprüfung der Erlaubnisvoraussetzungen (§ 34k Abs. 3 i.V.m. § 34k Abs. 1 GewO)	**94,00 € – 251,00 €**
14.2.5	Gleichwertigkeitsprüfung (§ 5 DarlVermV)	**62,00 € – 503,00 €**
14.2.6	Widerruf/Rücknahme einer Erlaubnis als Darlehensvermittler (§ 34k Abs. 3 GewO)	**62,00 € – 503,00 €**
14.2.7	Überprüfung der Berufspflichten (§§ 10, 12 DarlVermV sowie § 34k Abs. 5 und Abs. 6 GewO)	**62,00 € – 3.500,00 €**
14.2.8	Erlaubnis als Darlehensvermittler im vereinfachten Verfahren (§ 162 Abs. 2 GewO)	**167,00 €**

14.3 Weiterbildungsverpflichtung

14.3.1	Überprüfung der Einhaltung der Weiterbildungspflicht (§ 34k Abs. 6 Satz 2 GewO i. V. m. § 13 DarlVermV)	**62,00 € – 3.500,00 €**

Offenbach am Main, den 21. September 2026

Robert Glaab
i. V. Vizepräsident

Markus Weinbrenner
Hauptgeschäftsführer

Der Beschluss der Vollversammlung ist mit Bescheid vom 30. September 2026 vom Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr, Wohnen und ländlichen Raum (Geschäftszeichen: 0458-III-041-d-18-00011#2026-00001) genehmigt und am 8. Oktober 2026 ausgefertigt worden und wird hiermit bekanntgemacht.

Offenbach am Main, den 8. Oktober 2026

Robert Glaab
i. V. Vizepräsident

Markus Weinbrenner
Hauptgeschäftsführer

IHK. **Die Weiterbildung**

BESSER.WEITER.BILDUNG.

Ausbilder

19.11.2026 | Starke Ausbildung – starke Zukunft | Der innovative Praxistag für alle Ausbilder, https://www.offenbach.ihk.de/E14823/, IHK Offenbach am Main, 8 U.-Std. ..... 249 Euro

Außenhandel

17.11.2026 | Export – Auftragsabwicklung, https://www.offenbach.ihk.de/E15018/, online, 8 U.-Std. ..... 249 Euro

Büromanagement

01.12.2026 | Das erfolgreiche Business | Strategien für Ihren beruflichen Erfolg, https://www.offenbach.ihk.de/E14834/, online, 8 U.-Std. ..... 249 Euro
02.12.2026 | Büromanagement | Wie Sie erfolgreich Ihren Büroalltag gestalten, https://www.offenbach.ihk.de/E14832/, online, 8 U.-Std. ..... 249 Euro

Führung & Leadership

17.11.2026 | Mit Wertschätzung führen | Motivation und Teamgeist nachhaltig stärken, https://www.offenbach.ihk.de/E14846/, IHK Offenbach am Main, 16 U.-Std. ..... 249 Euro

Marketing & Vertrieb

23.11.2026 | Reklamationen als Chance: Professionelles Beschwerdemanagement für mehr Kundenbindung, https://www.offenbach.ihk.de/E14848/, IHK Offenbach am Main, 8 U.-Std. ..... 249 Euro
24. – 25.11.2026 | Vom Kunden zum Fan: Begeisterung als Erfolgsstrategie im Verkauf, https://www.offenbach.ihk.de/E14869/, IHK Offenbach am Main, 16 U.-Std. ... 449 Euro

Personalmanagement

26.11.2026 | Künstliche Intelligenz im Recruiting | ChatGPT & Co. erfolgreich nutzen, https://www.offenbach.ihk.de/E14811/, online, 8 U.-Std ..... 219 Euro
18.01.2027 | Aktuelles zum Jahreswechsel im Lohnsteuer-, Sozialversicherungs- und Arbeitsrecht – alle Änderungen für 2027, https://www.offenbach.ihk.de/E15524/, online, 8 U.-Std ..... 349 Euro

Softskills

18.11.2026 | Souverän und selbstbewusst auftreten – wirkungsvoll kommunizieren im Business, https://www.offenbach.ihk.de/E15001/, IHK Offenbach am Main, 8 U.-Std. ..... 249 Euro

Starke Ausbildung – starke Zukunft

Der eintägige Workshop vermittelt aktuelle rechtliche Neuerungen und innovative Trends in der Ausbildung. Die Teilnehmenden lernen die Vorteile der Lernprozessbegleitung sowie kreative Unterweisungsmethoden kennen und erfahren, wie die Digitalisierung die Ausbildung verändert. Weitere Schwerpunkte sind der Umgang mit den Generationen Z und Alpha, geeignete Feedbacktechniken, die objektive Beurteilung von Leistungen sowie professionell vorbereitete und geführte Ausbildungsgespräche.

Büromanagement

Wer berufliche Ziele erreichen und sich im Büromanagement erfolgreich behaupten will, erhält in diesem Webinar die Gelegenheit, Fähigkeiten zu optimieren und nachhaltig voranzukommen. Mi den richtigen Techniken wird der Büroalltag organisierter und stressfreier.

KI im Recruiting

Das Seminar führt in die Rolle von KI in der modernen Personalbeschaffung ein und vermittelt Einblicke in verschiedene Anwendungsgebiete. Wer teilnimmt, erfährt, was es bei der KI-Nutzung zu beachten gilt und welche Fallstricke drohen. Unter anderem geht es darum, wie KI bei der Lebenslaufauswahl und der Kandidatensuche helfen kann und welche ethischen und rechtlichen Aspekte relevant sind. Darüber hinaus gibt es konkrete Tipps für den optimierten Einsatz von ChatGPT zur Erstellung von Stellenbeschreibungen, Social-Media-Beiträgen und weiteren Veröffentlichungen.

Alle Weiterbildungsangebote der IHK Offenbach am Main:
www.ihkof.de/weiterbildung

* U.-Std. = Unterrichtsstunden



Kontakt
Claudia Albert
069 8207-330
albert@offenbach.ihk.de

Auszubildende helfen bei der Berufsorientierung

Ausbildungs-Scouts werben in Schulen für die duale Ausbildung

Auszubildende erreichen Jugendliche besser als Broschüren. Deshalb qualifiziert die IHK Offenbach am Main engagierte junge Menschen zu Ausbildungs-Scouts und sendet sie als Botschafterinnen und Botschafter ihrer Ausbildung in Schulen.

Die Ausbildungs-Scouts erklären den Jugendlichen, warum sie sich für eine Ausbildung entschieden und wie sie den Ausbildungsplatz gefunden haben. Sie geben authentische Einblicke in ihren Arbeits- und Berufsschullalltag, beantworten Fragen, zum Beispiel zu Verdienst- und Entwicklungsmöglichkeiten, und helfen den Schülerinnen und Schülern so bei der Berufsorientierung. Gleichzeitig stellen die Ausbildungs-Scouts den potenziellen Nachwuchsfachkräften ihre Ausbildungsunternehmen vor.

Die IHK Offenbach am Main übernimmt die Organisation, schult die Scouts für ihre Einsätze und begleitet sie bei den Schulbesuchen.

Vorteile für Ausbildungsbetriebe:

- Hoher Bekanntheitsgrad bei jungen Menschen an Schulen in Stadt und Kreis Offenbach
- Stärkung des Ausbildungsmarketings und der Arbeitgebermarke
- Weiterentwicklung der eigenen Auszubildenden
- Kostenfreie Schulung der Ausbildungs-Scouts durch die IHK Offenbach am Main
- Organisation und Begleitung der Schuleinsätze durch die IHK Offenbach am Main
- Auszeichnung mit dem Signet „IHK Ausbildungs-Scouts“
- Für IHK-Mitgliedsunternehmen kostenlos

Wer kann IHK Ausbildungs-Scout werden?

Gesucht werden Auszubildende, die:
- ihre Ausbildung in Stadt oder Kreis Offenbach absolvieren
- im zweiten oder dritten Lehrjahr sind
- sich persönlich weiterentwickeln möchten
- Freude daran haben, Wissen und Erfahrungen weiterzugeben

Jetzt anmelden!
Die eintägige Präsenzschulung in der IHK Offenbach am Main bereitet die Auszubildenden auf ihre Einsätze an Schulen vor. Nächster Schulungstermin ist der 27. November 2026.



Kontakt
Thomas Hofferberth
069 8207-315
hofferberth@offenbach.ihk.de

Hier werden Nachfolger gesucht

Jetzt in ein Unternehmen einsteigen

Über die bundesweite Unternehmensnachfolgebörse www.nexxt-change.org können Unternehmen zur Übergabe angeboten und Übernahmegesuche veröffentlicht werden.

Eine Unternehmensnachfolge eröffnet Chancen auf beiden Seiten: Wer seinen Betrieb übergeben will, sucht einen fähigen, zuverlässigen Nachfolger. Wer sich selbstständig machen möchte, kann dazu ein bestehendes, gut aufgestelltes Unternehmen übernehmen. nexxt-change bringt beide Seiten zusammen.

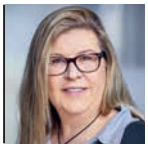
Aktuelle Angebote aus der Region

OF-09/26-A
Laufsportfachgeschäft nahe Frankfurt abzugeben

OF-10/26-A
Nachfolger/-in für Textileinzelhandel (ohne Abstand) im Kreis Offenbach am Main gesucht

OF-11/26-A
Nachfolger/-in gesucht – etablierte Franchise-Filiale Gastronomie zur Übernahme bereit

Mehr Inserate und Informationen:
www.nexxt-change.org



Kontakt
Ulrike Henschel
069 8207-146
henschel@offenbach.ihk.de

Die Profildatenbank des Enterprise Europe Network (EEN)

Internationale Geschäftspartnerschaften entdecken

Der EEN-Online-Marktplatz listet mehr als 10.000 Firmenprofile und lässt sich nach Suchbegriffen und Regionen filtern.

Die aktuellen Top-Profile der EEN-Profildatenbank bieten spannende Möglichkeiten, um Kontakte für das internationale Geschäft zu knüpfen. Schauen Sie sich jetzt um und finden Sie Ihr Perfect Match!
https://een.ec.europa.eu/partnering-opportunities

Sie möchten eine Nachricht erhalten, sobald ein passendes Profil online ist? Sie möchten Ihr eigenes Suchprofil erstellen? Wir beraten Sie gerne persönlich!



Kontakt
Mirjam Pai
069 8207-256
pai@offenbach.ihk.de

GREEK RENEWABLE ENERGY COMPANY SEEKS COMMERCIAL AND OUTSOURCING AGREEMENTS

A Greek renewable energy company specializing in photovoltaic and energy storage projects offers engineering, procurement and construction, and long-term operation and maintenance services for commercial, industrial and utility-scale applications. The SME seeks commercial and outsourcing partnerships with renewable energy developers, investors and industrial stakeholders for the implementation of photovoltaic and energy storage projects across Europe and other international markets.

Request more information: BOGR20260729002

INNOVATIVE TECHNOLOGIES SOUGHT TO REDUCE THE WEIGHT AND IMPROVE THE UV AND HEAT RESISTANCE OF ROTATIONALLY MOULDED HDPE PARTS

A Latvian organisation is seeking research institutions, universities, technology centres, and industrial companies offering innovative solutions for reducing the weight of large rotationally moulded HDPE components while maintaining or improving their mechanical strength, durability and recyclability. Relevant solutions may include advanced HDPE blends, recycled-HDPE formulations, lightweight fillers, fibres, reinforcement meshes, multilayer structures, foamed-core systems, additives and other.

Request more information: TRLV20260720032

POLISH ENGINEERING SOFTWARE STUDIO OFFERS CAD-ERP-CNC AUTOMATION AND SECURE 3D WEB PLATFORMS FOR MANUFACTURING, MEDTECH, AND AEROSPACE

A Polish engineering software studio active since 2015. The company specializes in writing automated geometry algorithms based on clients' proprietary engineering knowledge. The company solves hard geometric problems for MedTech, Additive Manufacturing, and Furniture sectors, wiring digital design directly to the physical shop floor and ERP systems. The company is seeking commercial partners for dedicated, long-term R&D engagements.

Request more information: BRPL20260807009

SPANISH BIOTECHNOLOGY COMPANY SEEKS BIOGAS PLANT OPERATORS AND INDUSTRIAL PARTNERS FOR REAL-SCALE VALIDATION AND INTERNATIONAL DEPLOYMENT

A Spanish biotechnology company with a microbial inoculant already on the market seeks biogas and biomethane plant operators, engineering companies, distributors and strategic investors to validate the product under real operating conditions and support international deployment. Cooperation is envisaged through commercial or investment agreements, with shared trial protocols, operational data and market-development activities.

Request more information: BRES20260805017

SLOVAK COMPANY IS SEEKING BUSINESS PARTNERS, CONTRACTORS, DISTRIBUTORS AND PROJECT PARTNERS

A Slovak company focused in design, engineering, production and installation of structural insulated panel (SIP) constructions is looking for foreign business partners, contractors, distributors and project partners. The company offers precise, fast and reliable prefabrication supported by modern production technologies.

Request more information: BOSK20260422018



Fotos: WJ Offenbach am Main e.V.

Eine gute Tradition: das Sommerfest der WJ Offenbach.

Begegnungen, die weiterwirken

Mehr als Kontakte: Wo die junge Wirtschaft gemeinsam wächst

Unternehmerinnen, Unternehmer sowie Fach- und Führungskräfte brauchen Orte, an denen sie Erfahrungen teilen, neue Perspektiven gewinnen und Verantwortung erproben können. Die Wirtschaftsjunioren (WJ) Offenbach verbinden genau das: ein persönliches Netzwerk, praktische Einblicke und die Freiheit, eigene Ideen umzusetzen.

Bei den WJ Offenbach treffen Menschen aus unterschiedlichen Branchen, Unternehmen und Funktionen aufeinander. Sie sprechen offen über Herausforderungen, teilen Erfahrungen und entwickeln Ideen gemeinsam weiter. Es geht nicht um das schnelle Sammeln von Visitenkarten, sondern um Beziehungen, die durch persönlichen Austausch und gemeinsames Engagement wachsen.

Das Netzwerk richtet sich an Unternehmerinnen und Unternehmer, Selbstständige sowie Fach- und Führungskräfte unter 40 Jahren aus Stadt und Kreis Offenbach. Sie verbindet die Bereitschaft, voneinander zu lernen und die junge Wirtschaft der Region aktiv mitzugestalten.

Einblicke hinter sonst verschlossene Türen

Regelmäßige Stammtische bieten Raum für zwanglose Gespräche über Unternehmen, Führung und aktuelle wirtschaftliche Fragen. Darüber hinaus stehen Besichtigungen und Gespräche bei verschiedenen Unternehmen und Einrichtungen auf dem Programm, bisher zum Beispiel das Polizeipräsidium Südosthessen, das Energiewerk Offenbach sowie die Offenbach-Post.

Gemeinsame Veranstaltungen wie Sommerfest, Tischkicker-Turnier, Frühlingswanderung oder die Beteiligung am Lichterfest stärken den persönlichen Zusammenhalt. Der eigene Podcast macht Erfahrungen und Positionen der jungen Wirtschaft für ein größeres Publikum hörbar.

Führung praktisch erleben

Die WJ-Mitgliedschaft bedeutet nicht nur die Teilnahme an Veranstaltungen. Wer eine Idee hat, kann ein Projekt initiieren, eine Veranstaltung organisieren oder andere für ein soziales Vorhaben gewinnen.

Dazu passt das Prinzip „One Year to Lead“: Bei den WJ wird die Führungsverantwortung regelmäßig neu vergeben. Jedes Jahr übernimmt eine neue Präsidentin oder ein neuer Präsident das Amt. Alle Mitglieder erhalten dadurch die Gelegenheit, Teams zu koordinieren, Entscheidungen zu treffen und Vorhaben umzusetzen. Führung bleibt nicht abstrakt, sondern wird praktisch gelebt.

Über Offenbach hinaus vernetzt

Über die WJ Hessen und die WJ Deutschland ist der Offenbacher Kreis in landes- und bundesweite Strukturen eingebunden. Konferenzen, Akademien und der Know-how-Transfer mit Abgeordneten in Berlin und Wiesbaden erweitern den Blick über die Region hinaus. Die internationale Organisation Junior Chamber International (JCI) eröffnet zusätzliche Kontakte.

Entwicklungsraum für Talente

Auch Arbeitgeber können von diesem Engagement profitieren: Nachwuchsführungskräfte arbeiten außerhalb der Unternehmenshierarchie bei den WJ Offenbach mit Menschen anderer Branchen zusammen, übernehmen Verantwortung und trainieren Kommunikation, Organisation und Zusammenarbeit.

Für Personalverantwortliche kann eine Mitgliedschaft deshalb ein praxisnaher Baustein der Führungskräfteentwicklung sein. Die WJ sind allerdings kein Seminaranbieter, sondern sie bieten ein praktisches Erfahrungsumfeld, das sie selbst organisieren.



Nicht immer geht es bei den WJ Offenbach um Diskussion, Unternehmensbesichtigung und Weiterbildung. 2026 stand zum Beispiel auch ein Tischkicker-Turnier auf dem Programm.

Wer sich bei den WJ Offenbach engagiert, wird Teil einer Gemeinschaft, in der aus Austausch nachhaltige Beziehungen, aus Ideen erfolgreiche Projekte und aus Verantwortung wertvolle persönliche Entwicklungen entstehen.

www.wj-offenbach.de



Kontakt
Maximilian Kaps
Geschäftsführer WJ Offenbach
069 8207-247
kaps@offenbach.ihk.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



Foto: Jens Steingässer/IHK Darmstadt Rhein Main Neckar

Frank Richter (r.), Präsident des Landgerichts Darmstadt, überreichte Suat Karakuz (M.), SK Unternehmensberatung, Dietzenbach, eine Jubiläumsurkunde im Beisein von Robert Lippmann (l.), Hauptgeschäftsführer der IHK Darmstadt Rhein Main Neckar.

Handelsrichterinnen und Handelsrichter im Ehrenamt

Unternehmerische Expertise für die Justiz

Wenn wirtschaftliche Erfahrung auf juristische Entscheidungen trifft, sind Handelsrichterinnen und Handelsrichter gefragt. Sie bringen ihre unternehmerische Praxis ehrenamtlich in die Kammern für Handelssachen ein und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Rechtsprechung.

Auch 2026 setzen vier Handelsrichter aus Stadt und Kreis Offenbach ihr Engagement fort: Martin Deiß, MaD-Event Veranstaltungstechnik, Mühlheim am Main, Markus Demuth, Junker Immobilien GmbH & Co. KG, Rodgau, Suat Karakuz, SK Unternehmensberatung, Dietzenbach, und Peter Walther, Stadtwerke Offenbach Holding GmbH, Offenbach am Main, wurden für weitere fünf Jahre wiederernannt.

Langjähriges Engagement stand auch im Mittelpunkt der diesjährigen Handelsrichterehrung am 28. September 2026 im Haus der Geschichte in Darmstadt. Geehrt wurden Handelsrichterinnen und Handelsrichter aus den Kammerbezirken Darmstadt, Hanau und Offenbach.

Für zehn Jahre ehrenamtliche Tätigkeit wurde Peter Walther ausgezeichnet. Auf jeweils 20 Jahre blicken Peter Horn, Systemhaus Horn, Rödermark, und Suat Karakuz, SK Unternehmensberatung, Dietzenbach, zurück. Seit 25 Jahren engagieren sich Kirsten Schoder-Steinmüller, Schoder GmbH, Langen, Olaf Michael Mayer, L-U-T Luft- und Umwelttechnik GmbH, Offenbach am Main, und Martin Möller, K & K Getränke GmbH, Offenbach am Main.

Die IHK Offenbach am Main dankt allen Handelsrichterinnen und Handelsrichtern für ihren ehrenamtlichen Einsatz und gratuliert den Geehrten zu ihren Jubiläen.

BIEG Hessen

Online sicher und erfolgreich

Das BIEG Hessen ist das Online-Marketing-Beratungszentrum
der IHKs Offenbach am Main, Frankfurt und Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern.

Die BIEG-Experten informieren und beraten mittelständische Unternehmen während Präsenzveranstaltungen, in Webinaren und Expertengesprächen. Antworten auf viele Fragen und Checklisten zum Download gibt es auf der BIEG-Website.

Die Teilnahme an den Onlineseminaren ist für Mitglieder der IHK Offenbach am Main kostenlos.

4. November 2026, 15:00 bis 16:30 Uhr
Conversion-Optimierung: Wie Besucher zu Kunden werden

Viele Unternehmen investieren Zeit und Geld in ihre Website. Die Zugriffszahlen stimmen, doch Anfragen, Kontakt zu potenziellen Kunden oder Abschlüsse bleiben oft hinter den Erwartungen zurück. Im Live-Webinar zeigt Kathleen Höller, COO der InnoONE GmbH, Hamburg, und LinkedIn Certified Marketing Expert, wie Unternehmen erkennen, an welchen Stellen Interessierte abspringen, und welche Maßnahmen tatsächlich zu mehr Anfragen und Abschlüssen führen können.

Die Teilnehmenden erfahren:

- warum Website-Besucher häufig nicht zu Kundinnen und Kunden werden,
- wie sie typische Hürden und Abbruchpunkte in der Customer Journey erkennen,
- welche Rolle Inhalte, Nutzerführung und Vertrauen für die Conversion spielen,
- wie sie Optimierungsmaßnahmen datenbasiert bewerten und priorisieren.

18. November 2026, 15:00 bis 16:30 Uhr
Barrierefreie Website: Praktische Lösungen ohne großes Budget

Barrierefreie Websites helfen dabei, mehr Menschen zu erreichen und digitale Angebote besser nutzbar zu machen. Im Live-Webinar zeigt Eric Eggert, Experte und selbstständiger Berater für barrierefreie Websites und Apps, wie Unternehmen Barrierefreiheit schrittweise und mit überschaubarem Aufwand umsetzen können.

Die Teilnehmenden lernen:

- welche Anforderungen und gesetzlichen Vorgaben für digitale Barrierefreiheit gelten,
- wie Unternehmen Barrierefreiheit erfolgreich in ihre Produkte und digitalen Angebote integrieren,
- wie sich Websites Schritt für Schritt inklusiver gestalten lassen,
- welche Tools, Techniken und Hilfsmittel dabei unterstützen, vorhandene Barrieren zu erkennen und abzubauen.

25. November 2026, 15:00 bis 16:30 Uhr
Pinterest, Snapchat & Twitch: Neue Chancen jenseits der Klassiker

Viele Unternehmen konzentrieren ihr Social-Media-Marketing auf etablierte Plattformen wie Instagram, TikTok oder LinkedIn. Meggy Schäfer, Gründerin der Social-Media-Agentur Socialize in Taunusstein, zeigt im Live-Webinar, welche Potenziale Plattformen wie Pinterest, Snapchat und Twitch bieten und für welche Zielgruppen und Anwendungsfälle sie sich eignen.

Die Teilnehmenden erfahren:

- warum sich ein Blick auf alternative Social-Media-Kanäle lohnen kann,
- worin sich die wichtigsten Plattformen im Hinblick auf Nutzungsszenarien und Zielgruppen unterscheiden,
- welche Besonderheiten Pinterest, Snapchat und Twitch auszeichnen,
- wie Content- und Algorithmus-Logiken der einzelnen Plattformen funktionieren,
- für welche Unternehmen sich der Einsatz welcher Kanäle lohnt.

Jetzt auf der BIEG-Website anmelden:
www.bieg-hessen.de

Angemeldete Personen erhalten den Link zum Livestream vor Seminarbeginn per E-Mail.

BIEG
Neutrale Online-Marketing-Beratung

Offenbacher Dialog

„Viele Elefanten im Raum wurden ignoriert“

„Staat im Stau: Wie reform(un)fähig ist Deutschland?“ Um diese Frage geht es beim Offenbacher Dialog am 11. November 2026. Zu Gast ist Peer Steinbrück (SPD), ehemaliger Bundesfinanzminister und Mitinitiator der Initiative für einen handlungsfähigen Staat. Er fordert: „Der Maschinenraum unseres Staates muss renoviert werden.“

Herr Steinbrück, nicht die Bundesregierung oder das Parlament haben die Initiative für einen handlungsfähigen Staat angestoßen, sondern Persönlichkeiten außerhalb des aktuellen politischen Betriebs. Warum kommt ein solcher Impuls von außen?
Alle Bundesregierungen der letzten zehn bis 15 Jahre unterlagen mehr oder weniger einem Phänomen, das man als „Beschreibungsangst“ bezeichnen kann. Um die Wählerschaft nicht herauszufordern oder gar Zumutungen in Aussicht zu stellen, wurden viele Elefanten im Raum ignoriert, die nicht nur eine klare Ansprache, sondern auch Konsequenzen erfordert hätten, darunter: die Verteidigungsfähigkeit, der demografische Druck auf soziale Sicherungssysteme und die Finanzlage der Kommunen.

Unsere Initiative für einen handlungsfähigen Staat hatte nach der Lektüre des Koalitionsvertrags von CDU/CSU und SPD den Eindruck, dass es kein Erkenntnisproblem mehr gibt, sondern man sich endlich auf die Umsetzung notwendiger Reformen verständigt hat. Es wurde mehr auf den Weg gebracht als wahrgenommen wird, aber zu wenig angesichts dessen, was nötig ist.

Die Ergebnisse der kürzlichen Landtagswahlen zeigen, dass die demokratische Mitte an Zustimmung verliert. Was muss geschehen, damit Menschen den Staat wieder als handlungsfähig wahrnehmen und das Gefühl haben, Probleme werden nicht nur diskutiert, sondern gelöst?
Bürgerinnen und Bürger haben das Vertrauen in die staatliche Handlungs- und Funktionsfähigkeit verloren. Viele sind durch steigende Abgaben und Lebenshaltungskosten belastet und haben den Eindruck, dass sie benachteiligt werden, während andere durch staatliche Transfers bevorteilt werden.

Die radikalen politischen Ränder surfen auf der Welle ungelöster Probleme. Werden die Probleme gelöst, entzieht man ihnen den Boden. Also muss der Maschinenraum unseres Staates renoviert, die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit gesteigert und dem Gerechtigkeitsgefühl der gesellschaftlichen Mitte stärker Rechnung getragen werden.

Wenn Sie morgen zwei Reformen umsetzen könnten: Welche wären das?
Es geht eigentlich nicht um zwei Prioritäten. Die 35 Empfehlungen unserer Initiative verstärken sich gegenseitig. Zusammen ergeben sie ein Konzept, das große Kraft entfalten kann.

Dennoch zur Frage: Ich halte zum einen die Einrichtung einer bundesweiten digitalen Plattform für vordringlich, auf der alle Antragsberechtigten ein einziges Mal ihre Daten eingeben und auf die alle beteiligten Verwaltungen Zugriff haben, um soziale Regelleistungen pauschaliert abzuwickeln. Das würde den Sozialstaat effizienter machen und zu deutlichem Bürokratieabbau führen.

Kommunen sollten da von Bundes- und Landesregelungen abweichen dürfen, wo es nicht um die Sicherheit der Bürger geht. Das würde kommunale Selbstverwaltung stärken und zu einer schnelleren, innovativeren Verwaltung führen. Zudem sollten alle Bundesgesetze vor ihrer Verabschiedung auf Praxistauglichkeit getestet werden.

Die Fragen stellte Esther Mahr, IHK.

Jetzt anmelden!
www.ihkof.de/ofd



Foto: Superbass/ CC BY-SA 4.0 (via Wikimedia Commons)

Peer Steinbrück (SPD), ehemaliger Bundesfinanzminister und Mitinitiator der „Initiative für einen handlungsfähigen Staat“.

IHK-Sicherheitstag 2026

Viel Neues über und gegen Cybergefahren

Der IHK-Sicherheitstag am 9. November 2026 in der IHK Darmstadt informiert zu aktuellen Risiken und wirksamen Wegen, um die digitale Sicherheit und Widerstandsfähigkeit von Unternehmen zu stärken. Expertinnen und Experten aus Sicherheitsbehörden, Wissenschaft und Wirtschaft geben Einblicke anhand von Beispielen aus der Praxis, zeigen Lösungen und beantworten Fragen.

Auf dem Programm stehen:

- Wirtschaftsspionage: aktuelle Methoden, reale Fallbeispiele und wirksame Prävention
- Digitale Resilienz: handlungsfähig bleiben bei Blackouts, Krisen und Ausfällen
- Resiliente Kommunikation: alternative Kommunikationswege für den Ernstfall
- Cybersecurity in der Praxis: KI-gestützte Penetrationstests und reale Schwachstellen erkennen
- Digitale Souveränität: Abhängigkeiten von Big Tech reduzieren und Datenhoheit stärken
- Praxislösungen für Unternehmen: konkrete Ansätze und Erfahrungen von Sicherheitsbehörden, Wissenschaft und Wirtschaft

www.ihk-hessen-innovativ.de/lehrgaenge-events

IHK-Webinarreihe informiert zu aktuellen Rechtsthemen

Recht kurz – Recht einfach

Ob aktuelle Gesetzesänderungen oder praxisrelevante Fragestellungen: In unseren kompakten Webinaren geben Expertinnen und Experten verständliche Einblicke in die Themen, die Unternehmen bewegen. So bleiben Sie informiert und bekommen wertvolle Impulse für Ihren Unternehmensalltag.

Die Teilnahme ist kostenlos. Mit einer einzigen Anmeldung erhalten Sie Zugang zu allen Veranstaltungen der Webinarreihe und werden automatisch über alle Termine und Inhalte informiert.

- 4. November 2026: M365 & Datenschutz: Risiken minimieren, Referent: Rechtsanwalt Dr. Olaf Koglin, LegalCheck
- 11. November 2026: KI-Verordnung: Informations- und Kennzeichnungspflichten einfach erklärt, Referentin: Rechtsanwältin Sabine Heukrodt-Bauer, LL.M., Bette Westenberger Brink Rechtsanwälte

Jetzt anmelden:
www.offenbach.ihk.de/recht-und-steuern/recht-kurz-recht-einfach



Konferenz für kleine und mittelständische Unternehmen

KI & Open Source Summit

Beim KI & Open Source Summit für den Mittelstand 2026 am 18. November in der IHK Offenbach am Main Informieren sich Unternehmerinnen und Unternehmer zu aktuellen Entwicklungen und erfahren, wie sich KI wirksam und Daten sicher nutzen lassen.

Auf dem Programm:

- KI in Hessen: aktuelle Entwicklungen, Zahlen und wirtschaftliche Einordnung
- Digitale Souveränität: Daten, Systeme und technologische Abhängigkeiten
- Open Source AI: Chancen und Einsatzmöglichkeiten für mittelständische Unternehmen
- Sichere Unternehmensdaten als Grundlage für wirksame KI-Anwendungen
- KI in der Praxis: Recht, Gaming und Personalsuche
- Open Source in Wirtschaft und öffentlicher Verwaltung
- Erfahrungsaustausch, Networking und regionale Zusammenarbeit

Termin: 18. November 2026, 9:30 bis 16:30 Uhr

www.ihk-hessen-innovativ.de/lehrgaenge-events

VORSCHAU 01-02

TITELTHEMA
Beraten, fördern, finanzieren

Anzeigenschluss für die Ausgabe Januar/Februar 2026 ist der 3. Dezember 2026.

Redaktionsschluss für die Ausgabe März/April 2027 ist der 29. Januar 2027.

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

IMPRESSUM

Herausgeber
Industrie- und Handelskammer Offenbach am Main

Postfach 10 08 53
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
Esther Mahr
Tel. 069 8207-234
mahr@offenbach.ihk.de
Viktoria Schaab
Tel. 069 8207-403
schaab@offenbach.ihk.de

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

Ausgabedatum
3. September 2026

Titelbild
Foto: Arens/IHK, KI-modifiziert
Das Magazin wird auf umweltfreundlichem FSC®-zertifizierten 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
Anja Bäumel
Tel. 069 420903-75
anja.baeumel@zarbock.de

Anzeigenpreisliste
Gültig ab 1. November 2025

Mediadaten
www.offenbach.ihk.de/P167

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

Teilbeilage
Honda Center GmbH Frankfurt

Vollbeilage
Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main

FSC www.fsc.org MIX Papier | Fördert gute Waldnutzung FSC® C003425

MARKTPLATZ

Business to Business

Ihr direkter Kontakt zum Marktplatz: 069/42 09 03-75 oder per E-Mail verlag@zarbock.de

Handtücher mit Logo

HANDTUCH-FABRIK
Handtücher mit
LOGO / Namen
BESTICKEN
EINWEBEN
handtuchfabrik.de

Heizung und Sanitär

Bühring GmbH
Heizung, Sanitär & Solartechnik
Ihr Fachbetrieb für Haustechnik
- Neuinstallationen
- Modernisierungen
- Instandhaltungen
- Wartungen

63512 Hainburg • Tel. 06182-5462
Ihr Partner seit 50 Jahren
www.buehring-gmbh.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
DEKRA
ADLER IMMOBILIEN

Sicherheit

Mobile Einbruchmeldeanlage
Zur Miete und Kauf
Sofortmontage jederzeit
24/7
Dem Ernstfall einen Schritt voraus
BWS Sicherheit
www.bws-offenbach.de

Stahlhallenbau

STAHL HALLEN
Andre-Michels.de
02651.96200

Übersetzungen

Beglaubigte Übersetzungen DE-EN
und mehr vom qualifizierten Profi.
www.uebersetzungsbuero-linguakraft.de
LinguaKraft
Language Services.

Umzüge und Lagerung

Frankfurter Packer
Umzüge und Lagerung
06106-283 660
info@frankfurter-packer.de
confern Umzugspartner

Zeitarbeit

Koch & Benedict GmbH
K&B seit 1995
Personal-Service.
Ihr zuverlässiger
Partner bei Personalbedarf.
Tel. 08 00/2 04 01 00 (kostenfrei)
www.kochundbenedict.de

Anzeigenschluss für die Januar/Februar-Ausgabe:

3. Dezember 2026

Sichern Sie sich Ihre Platzierung unter

069/420903-51

verlag@zarbock.de

Mit einer Anzeige in der **Offenbacher Wirtschaft** erreichen Sie 20.000 Entscheiderinnen und Entscheider in Stadt und Kreis Offenbach.



Wir beraten Sie gerne:
Anja Bäumel
Telefon 069 / 42 09 03-75
anja.baeumel@zabock.de

IHK Offenbach am Main Stadt und Kreis

WIR UNTERNEHMEN DAS
DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT

Sagen Sie uns, was Sie bewegt!

Bewerten Sie die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Ihrer Kommune. Ihre Antworten zeigen den Verantwortlichen in Politik und Verwaltung, wo in der Region Offenbach Handlungsbedarf besteht.

STANDORT UMFRAGE

1. bis 30. November 2026

Jetzt teilnehmen!

ihkof.de/standortumfrage