

# REGION KOBLENZ MITTELRRHEIN

Eine Anzeigenonderveröffentlichung  
der Initiative Region Koblenz-Mittelrhein e.V.

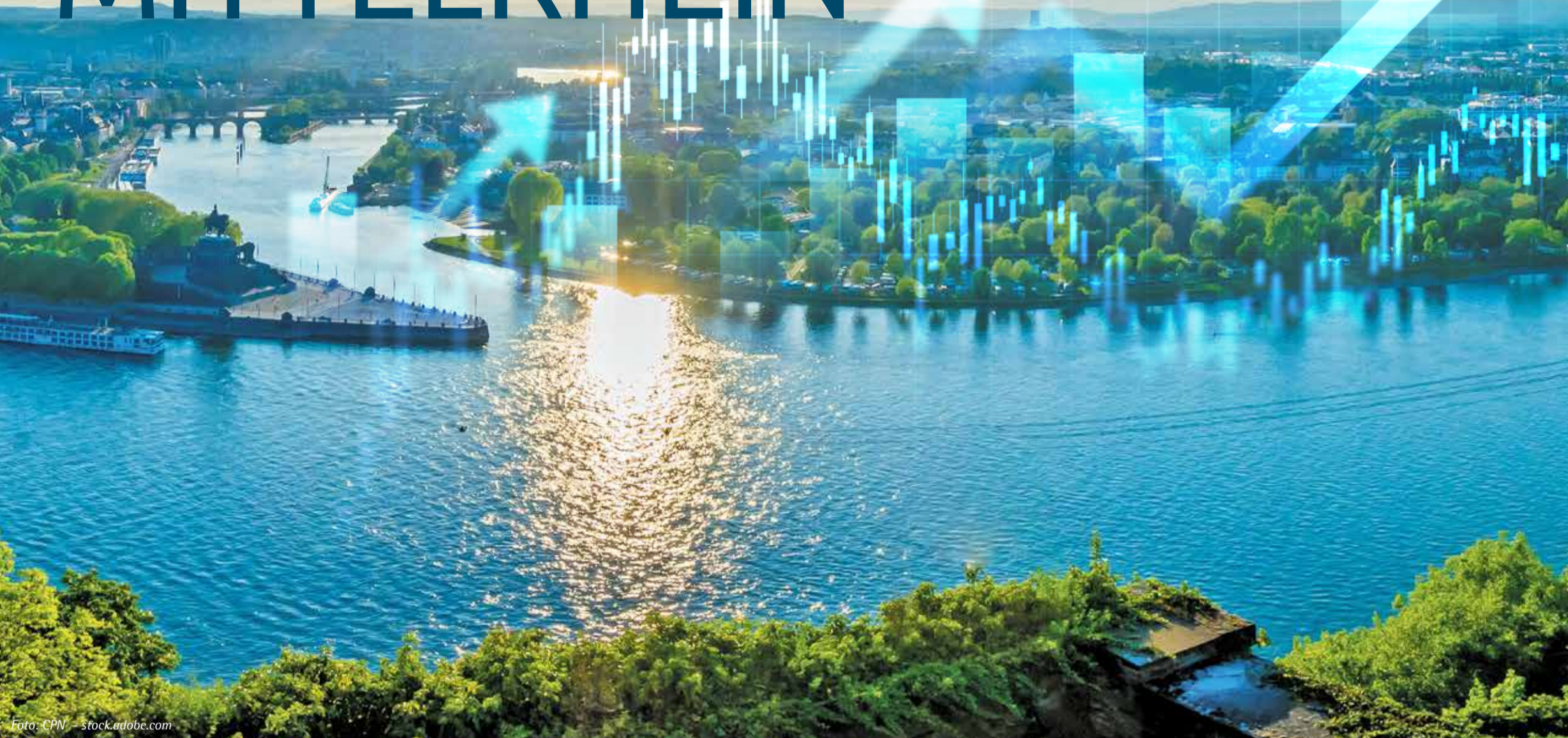


Foto: CPN - stock.adobe.com

## Wirtschaftskraft im Spiegel des Welterbes

Dichte schafft Tempo, Geschichte schafft Profil

Der Wirtschaftsraum Koblenz-Mittelrhein lässt sich nicht mit einem einzigen Bild erklären. Das Tal mit seinen Hängen gehört dazu, genauso die Rheinschiene mit ihren Städten, Häfen, Gewerbegebieten und Forschungseinrichtungen. Zwischen Remagen und Bingen verdichtet sich am Fluss ein Raum, in dem vieles gleichzeitig passiert. Die Landschaft ist präsent, die Infrastruktur ist es auch. Wer hier unterwegs ist, merkt schnell: Romantik allein trägt diese Region nicht. Sie lebt von Arbeit, von Bewegung, von Verbindungen.

Der Rhein fungiert dabei als Achse, die seit Jahrhunderten Ordnung in den Raum bringt. Handel und Verkehr liefen hier früh zusammen, es folgten Industrie und Logistik. Heute liegen an dieser Linie weiterhin die Knotenpunkte, an denen Warenströme, Pendlerwege und Wertschöpfung aufeinandertreffen. Das prägt Mentalität und Arbeitsweise. Entscheidungen haben hier selten nur einen Zuständigkeitsbereich. Ein Projekt am Ufer berührt Mobilität, Hochwasserschutz, Gestaltung und Nutzung zugleich. Eine neue Anlage im Gewerbegebiet betrifft Verkehrsführung, Netze, Lieferketten, Fachkräfte. Der Raum zwingt dazu, in Zusammenhängen zu denken. Genau daraus entsteht eine besondere Stärke.

Welterbe als Qualitätsfilter

Diese Stärke ist eng mit dem Welterbe verbunden. Das kulturelle Erbe wirkt hier wie ein Maßstab, nicht wie ein Museumsrahmen. Wer im engen Tal plant oder in historischen Ortslagen investiert, braucht Präzision. Standardlösungen passen seltener, weil Topografie, Sichtachsen, Denkmalschutz und Nutzung dicht beieinanderliegen. Das klingt nach Einschränkung, in der Praxis entsteht daraus häufig eine Kultur der besseren Idee. Planung wird genauer. Abstimmung wird verbindlicher. Qualität wird schneller sichtbar, weil der Raum nicht ausweichen lässt. Das Welterbe arbeitet als Filter. Was bleibt, muss passen.

Gleichzeitig ist die Region groß genug, um wirtschaftlich breit aufgestellt zu sein. Der Kern liegt oft im Speziellen. Vieles wächst hier über Können, Prozessdisziplin und Verlässlichkeit. Das fällt besonders in Bereichen auf, in denen Fehler keine Option sind. Medizintechnik und medizinische Infrastruktur gehören dazu, ebenso hochwertige Industrieanwendungen, die zertifizierte Abläufe voraussetzen. Auch neue Energiethemen haben entlang der Rheinschiene eine natürliche Heimat, weil Industrie, Logistik und Netzinfrastruktur nah beieinanderliegen. Wasserstoff taucht in der Region nicht als Modewort auf. Er

erscheint dort, wo Produktion, Umschlag und Anwendung zusammenpassen müssen. Das ist weniger Show, mehr Systemarbeit.

Innovation entsteht aus Nähe

Zu diesem System gehören Orte, an denen Neues überhaupt erst in die Welt kommt. Inkubatoren und Technologietransfer sind in der Region keine Inszenierung, sie folgen eher Werkstattlogik. Eine Idee wird geprüft, ein Modell wird geschärft, ein erster Markt wird gesucht. Scheitern bleibt möglich, ohne dass es als Makel gilt. Gelingen bleibt bodenständig, weil am Ende Zahlen, Kunden und Prozesse entscheiden. Dieses Klima entsteht auch durch die Struktur der Region. Wege sind kurz. Kontakte entstehen schnell. Ein Gespräch lässt sich zügig in einen Termin übersetzen. Aus dem Termin kann ein Test werden. Aus dem Test wird im besten Fall ein Produkt, eine Dienstleistung, ein Projekt.

Identität aus Schichten und Alltag

Die Identität des Raums ergibt sich aus seinen Schichten. Das klingt nach Geschichte, im Alltag ist es spürbar. Der Mittelrhein war Handelsroute, Grenzraum, militärischer Schauplatz, Verwaltungslandschaft, später Industrieraum und Verkehrsraum. Viele Rollen wechselten, der Rhythmus blieb: anpacken, umstellen, weitergehen. Daraus kommt ein Ton, der selten pathetisch ist. Große Erzählungen stehen hier nicht im Vordergrund. Es zählt, ob etwas funktioniert. Ein solcher Pragmatismus schützt vor Übertreibung. Er hilft auch, Innovation im richtigen Maß zu denken. Nicht jedes Neue muss radikal wirken. Oft reicht eine Verbesserung, die im Alltag trägt.

Ein Vorteil der Region liegt in ihrer Dichte. Arbeit, Ausbildung, Freizeit und Kultur liegen eng beieinander. Das ist kein Werbesatz, das ist eine Alltagserfahrung. Wer am Nachmittag einen Termin beendet, verliert nicht automatisch den ganzen Abend im Weg. Ein Abstecher ans Wasser ist möglich, ohne dass daraus eine Reise wird.

Kultur ist erreichbar, ohne dass sie exklusiv wirkt. Das entlastet den Kopf. Es bindet Menschen, oft still und langfristig. In Zeiten, in denen Fachkräfte stärker wählen können, gewinnt genau dieser Alltag an Gewicht. Bindung entsteht dann weniger durch Versprechen, mehr durch die Frage, ob das Leben rund um die Arbeit stimmig ist.

BUGA 2029 als Taktgeber für den Raum

Der Blick nach vorn bekommt mit der BUGA 2029 zusätzlichen Takt. Interessant bleibt weniger das Ereignis. Entscheidend ist, was es auslöst. Planungen werden konkreter, Abstimmungen werden verbindlicher, Prioritäten werden sichtbarer. Uferbereiche rücken stärker in den Fokus. Verbindungen zwischen Orten werden neu bewertet. Öffentliche Räume sollen besser nutzbar werden. In einer Region, die so eng am Fluss organisiert ist, kann eine kleine Verbesserung viel verändern. Ein neuer Wegabschnitt, eine bessere Anbindung, eine aufgewertete Fläche wirken so fort, weil sie von vielen genutzt werden.

Die Region Koblenz-Mittelrhein ist ein Wirtschaftsraum entlang einer europäischen Achse,

DAS WELTERBE WIRKT  
ALS MASSSTAB, DIE  
WIRTSCHAFT ALS  
MOTOR – DAZWISCHEN  
ENTSTEHT EINE REGION,  
IN DER NÄHE ZUR  
STÄRKE WIRD.

geprägt durch ein Welterbe mit internationaler Strahlkraft. Identität, Freizeitwert und Arbeitswelt fallen hier zusammen. Die Region wird dadurch nicht automatisch glänzend. Sie wird belastbar. Sie wird anpassungsfähig. Sie bleibt zugleich unverwechselbar, weil Geschichte als sichtbarer Rahmen besteht, in dem Gegenwart gestaltet wird. Wer in diesen Raum hineinschaut, erkennt ein System, das leise arbeitet und dennoch präzise wirkt. Nähe wird hier zur Stärke. Aus Dichte entsteht Tempo. Aus Geschichte entsteht Profil.



Foto: pusteflower9024 / stock.adobe.com



INITIATIVE REGION  
KOBLENZMITTELRRHEIN

Zwischen Rhein, Höhenzügen und Vulkaneen spannt sich ein außergewöhnlicher UNESCO-Raum, der Kulturgeschichte und Erdgeschichte auf engstem Raum vereint. Rund um die Region Koblenz-Mittelrhein verdichten sich internationale Auszeichnungen in ungewöhnlicher Nähe.

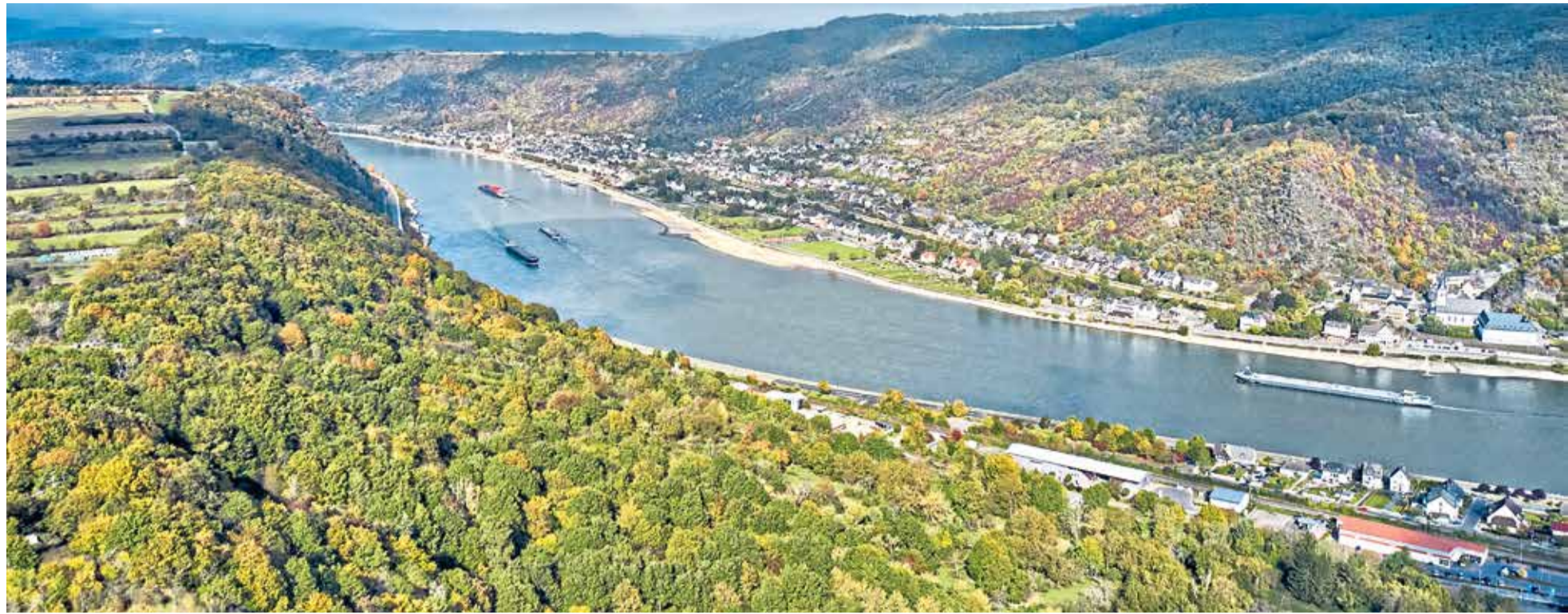


Foto oben: Das Rheintal bei Bad Salzig bietet Spaziergängern und Wanderern viele besondere Momente. Foto: Florian Trykowski / Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH  
Bild unten links: Der rekonstruierte Wachturm des Obergermanischen Limes stellt den Beginn des berühmten römischen Grenzwalls gegenüber Germanien dar. Foto: Florian Trykowski / Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

## Oberes Mittelrheintal

### Das prägende Welterbe der Region

Seit 2002 steht der Abschnitt zwischen Bingen und Koblenz auf der Welterbeliste. Prämiert wurde kein einzelnes Bauwerk und kein markanter Felsen. Gewürdigt wird eine gewachsene Kulturlandschaft. Burgen, Weinberge und Orte stehen in enger Beziehung zum Fluss, der das Tal formte und nutzbar machte. Der Rhein war Handelsroute und Machtfaktor – und prägt die Region bis heute.

Die Besonderheit beginnt mit dem Gelände. Das Tal ist eng, die Hänge steil. Nutzung war hier nur mit großem Aufwand möglich. Stein für Stein entstanden Terrassen, die dem Hang Halt gaben. Auch die Burgen folgen dieser Logik. Ihre Standorte wirken selbstverständlich. Tatsächlich sichern sie Engstellen und überragen alte Verkehrswege. Von oben ließ sich kontrollieren, wer sich näherte. Das Gelände erklärt die Architektur.

Genau diese Verbindung macht den außergewöhnlichen Wert aus.

## Niedergermanischer Limes

### Der Rhein als Grenze des Imperiums

Seit 2021 gehört der Niedergermanische Limes zum UNESCO-Welterbe. Am Rhein bildete der Fluss selbst die Grenze des Römischen Reiches. Entlang des Stroms entstanden Militärstandorte, die den Verkehr überwachten. Er erstreckte sich als „nasser Limes“ entlang des Rheins über etwa 400 km von der Nordseeküste bei Katwijk aan Zee (Niederlande) bis zum Vinxtbach bei Bad Breisig/Bad Hönningen, wo die Grenze zwischen den römischen Provinzen Nieder- und Obergermanien verlief.

In Remagen bestand mit dem Kastell Rigomagus der südlichste Kastellstandort des Niedergermanischen Limes, der den Strom sicherte und die Verbindung zu den benachbarten Militärplätzen hielt. Beide Orte waren Teil eines eng abgestimmten Sicherungssystems entlang des Rheins.

Der Rhein war Verkehrsweg und Grenze zugleich. Kastelle kontrollierten den Strom. Geschützt ist dieses Grenzsysteem in seiner Gesamtheit.

## Obergermanisch-Raetischer Limes

### Die römische Linie über den Höhen

Der zweite römische Grenzabschnitt beginnt bei Rheinbrohl. Seit 2005 gehört auch er zum UNESCO-Welterbe.

Hier verlief die Grenze über Land. Von Rheinbrohl zog sich eine künstlich angelegte Linie ins Landesinnere. Wälle und Wachtürme markierten den Verlauf. Sichtkontakt zwischen den Posten war Teil des Systems.

Geschützt ist das Grenzkonzept in seiner Gesamtheit. Am Rhein bestimmte der Fluss die Grenze. Auf den Höhen entstand eine künstliche Linie. Zwei unterschiedliche Konzepte – in unmittelbarer Nachbarschaft.

## Vulkaneifel

### Erdgeschichte mit UNESCO-Status

Westlich des Mittelrheins beginnt die Vulkaneifel. Seit 2015 trägt sie den Status eines UNESCO-Global-Geoparks.

Im Mittelpunkt stehen geologische Prozesse. Die Region zählt zu den jüngsten Vulkanfeldern Mitteleuropas. Maare und Basaltkegel sind sichtbare Spuren dieser Ausbrüche.

Der Laacher See ist das bekannteste Relikt dieser Vergangenheit. Auch Maare wie das Pulvermaar gehen auf gewaltige Eruptionen zurück.

Ein Global-Geopark setzt andere Akzente als das klassische Welterbe. Neben dem Schutz steht die Vermittlung von Erdgeschichte im Mittelpunkt.

## Bad Ems

### Kurstadt mit Welterbe-Glanz

Zwischen Lahn, Kurviertel und historischem Glamour spannt sich in Bad Ems ein Welterbe, das die große Bühne der europäischen Bädergeschichte erzählt. Seit 2021 gehört die Kurstadt an der Lahn zu den „Great Spa Towns of Europe“ – einem seriellen UNESCO-Welterbe, das elf bedeutende Kurorte in sieben Ländern verbindet. Ausgezeichnet wird hier kein einzelnes Bauwerk, sondern ein einzigartiges Ensemble aus Architektur, Infrastruktur und Kulturlandschaft, das die europäische Kurkultur des 18. und 19. Jahrhunderts beispielhaft widerspiegelt.

Im Mittelpunkt steht das historische Kurviertel von Bad Ems. Prachtvolle Badehäuser, Kursaal und Marmorsaal, die Villen entlang der Lahn und die Promenaden erzählen von einer Zeit, in der hier gekrönte Häupter, Künstler und Politiker verkehrten. Thermalwasser, Trinkbrunnen und Bäderanlagen bilden die gesundheitliche Grundlage, die dichte Abfolge repräsentativer Gebäude bildet die Bühne. Die Stadt ist damit ein Schaufenster für jene Epoche, in der Kuraufenthalte zum europäischen Gesellschaftereignis wurden.

Der UNESCO-Titel ist Anerkennung und Auftrag zugleich. Bad Ems muss die historische Bausubstanz bewahren und zugleich behutsam weiterentwickeln – zwischen Denkmalschutz, Tourismus, Gesundheit und modernem Alltagsleben. Mit Veranstaltungsreihen wie dem „Sommer im Welterbe“, Führungen und kulturellen Formaten rückt die Stadt ihr Erbe sichtbar in den Fokus.

## Ein Raum mit Verpflichtung

Schutz und Entwicklung müssen immer wieder austariert werden. Infrastruktur und Tourismus treffen hier auf Denkmalschutz.

Die Region Koblenz-Mittelrhein definiert sich nicht über ein einzelnes Monument. Ihr Profil entsteht aus der Nähe unterschiedlichster Epochen. Flussgeschichte, römische Grenzräume und vulkanische Erdzeit liegen hier dicht beieinander. Das verleiht dem Raum seine besondere Stellung.

ANZEIGE

IM AUFTRAG DER ZUKUNFT

Für Sightseeing gibt es  
in der Region bessere Plätze,  
für die Kreislaufwirtschaft nicht.

Abfallentsorgung // Wertstoffhöfe // Containerservice

REMONDIS Mittelrhein GmbH  
Koblenz // Nickenich // Altenkirchen  
remondis-mittelrhein.de



Bild links oben: Die aus dem 12. Jahrhundert stammende Marksburg liegt oberhalb der Stadt Braubach. Sie ist die einzige nie zerstörte mittelalterliche Höhenburg am Mittelrhein und Teil des UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal. Foto: Frederic Kruff / Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH  
 Bild unten links: Zu den drei Dauner Maaren gehören das Schalkenmehrener Maar, das Weinfelder Maar und das Gemündener Maar (von links nach rechts). Foto: Dominik Ketz / Gesundland Vulkaneifel GmbH  
 Bild oben rechts: Seit 2021 gehört die Kurstadt an der Lahn zu den „Great Spa Towns of Europe“. Ausgezeichnet wird das einzigartige Ensemble aus Architektur, Infrastruktur und Kulturlandschaft. Foto: Dominik Ketz / Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH  
 Bild unten rechts: Am Startpunkt des Limes in Rheinbrohl lädt die „RömerWelt“ zum Entdecken ein. Foto: Florian Trykowski / Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH

ANZEIGE



*Persönlich. Kompetent. Nah.*

**Wir sind für Sie da.**

Unser Verkaufsteam der rz media steht Ihnen mit voller Kraft zur Seite – ob Anzeige in der Printausgabe der Rhein-Zeitung, digitale Kampagne oder crossmediale Lösung inklusive Online, Social Media und Events.

Gemeinsam analysieren wir Ihre Ziele, wählen das passende Format, berücksichtigen Ihr Budget und bringen Ihre Botschaft in die Region.

Dabei profitieren Sie von unserer starken regionalen Präsenz, langjähriger Erfahrung und individuellen Beratung – damit Ihre Werbung nicht nur läuft, sondern spürbar wirkt.

**Kontakt**

**Christoph Link**  
 Leiter strategische Key Accounts  
 ☎ 0261 - 892 515  
 ✉ christoph.link@rhein-zeitung.net

**Heike Leuters**  
 Leitung regionale Märkte  
 ☎ 0261 - 892 664  
 ✉ heike.leuters@rhein-zeitung.net



**Wirtschaft**

**rzmedia**

**Rhein-Zeitung**  
 und ihre Heimatausgaben

**DIE INITIATIVE FÜR UNSERE REGION**

**Stark.  
 Vernetzt.  
 Visionär.**



**Mitglied werden!**



**INITIATIVE REGION KOBLENZMITTELRHEIN**

Initiative Region Koblenz-Mittelrhein e. V.  
 Stresemannstr. 3-5  
 56068 Koblenz  
 Tel.: 0261 120-2028  
 www.region-koblenz-mittelrhein.de

**in** linkedin.com  
 @initiative-region-koblenz-mittelrhein-e-v  
**f** facebook.com/  
 regionmittelrhein  
**ig** instagram.com/regionkoblenzmittelrhein

# Kultur als Pulsbeschleuniger für Stadt und Land

## Bühne frei für die Region

Kultur lässt sich schwer in Tabellen pressen. Sie taucht in keiner Bilanz als Posten auf, sie steht in keinem Schichtplan. Und doch entscheidet sie darüber, wie eine Region klingt und wie sie sich anfühlt. Besonders im Spannungsfeld zwischen Welterbe und Wirtschaft wird das deutlich: Das

Erbe liefert die Kulisse und erzählt von früher – die Kultur aber macht die Gegenwart daraus.

Für die Region Koblenz-Mittelrhein ist das weit mehr als nur ein „nettes Extra“. Ein Ort wird nicht allein durch glatten Asphalt und sichere Arbeitsplätze attraktiv. Man braucht Gründe, um gerne zu bleiben. Anlässe, die Menschen

zusammenbringen, ohne dass es sich nach „offiziellstem Termin“ anfühlt. Für die junge Fachkraft ist der Feierabend-Gig im Hinterhof oft der Punkt, an dem sie sich zuhause fühlt. Für Rückkehrer ist das kleine Festival der Weg zurück ins alte Netzwerk. Und für Gäste? Für die ist es der Moment, in dem aus einem flüchtigen „ganz hübsch hier“ eine echte Erinnerung wird.

Kultur und Wirtschaft sind keine Gegenspieler, sie sind Komplizen. Wo abends das Licht brennt, bleiben die Menschen in der Stadt. Wo sie bleiben, entstehen Gespräche, Umsatz und echtes Leben. Und genau dort wachsen sie dann: die neuen Ideen, die Initiativen und die kreative Unruhe, die eine Region voranbringt. Das alles ist die Substanz, die die Region zusammenhält. red

## Wo Geschichte auf erstklassigen Klang trifft

### Symbiose zwischen Architektur und Akustik

Die Region zwischen Rhein, Mosel und Lahn ist ein lebendiger Resonanzraum für erstklassige Kultur. Das Spektrum reicht von prunkvollen Sälen, die einst Komponisten wie Jacques Offenbach inspirierten, über geschichtsträchtige Felsplateaus unter freiem Himmel bis hin zu modernen Technik-Wundern mit ökologischem Fußabdruck. Vier außergewöhnliche Veranstaltungsorte verdeutlichen auf eindrucksvolle Weise, wie Architektur und Akustik eine vollkommene Symbiose eingehen können.

### Marmorsaal Bad Ems: Kultur in historischer Pracht

*Welcher Klassikfan würde nicht gerne mal ein Konzert in einem Saal hören, in den es den berühmten Komponist Jacques Offenbach jährlich zog. Denn dort muss der Klang schon einmalig sein, sonst hätte er dort nicht immer wieder an seinen Welterfolgen gearbeitet. Und er hätte nicht acht seiner Welterfolge dort uraufgeführt. Die Rede ist vom Marmorsaal in Bad Ems.*

*Er gehört zu einem der schönsten Veranstaltungsorte der Region. Er ist das Kernstück des vor knapp 200 Jahren erbauten Kurstaals und liegt mitten im historischen Kurviertel. Vorbild des Baus war eine römische Villa. Insider sprechen deshalb auch von „Klein Rom“.*

*Sechzehn Säulen aus rötlichem Lahnmarmor tragen das Galeriegeschoss, über dem sich die schöne Kassettendecke mit 49 Feldern erhebt. Der Rankenfries und die Dekorationsmalerei sind ebenfalls an Vorbilder der Renaissance angelehnt. Die Medallions zeigen Göttermotive der Antike.*

*Der Marmorsaal ist immer noch ein lebendiger Ort der Kultur. Er bietet Raum für Konzerte, Lesungen, Festveranstaltungen und bietet auch Hochzeiten, Firmenfeiern und Tagungen eine unverwechselbare Kulisse. Ob klassische Musik, Kammerkonzerte oder besondere Anlässe – das Ambiente des Marmorsaals bleibt dabei stets beeindruckend und stilvoll.*



Eingang zur Freilichtbühne Loreley. Foto: Frank – stock.adobe.com

### Loreley: Einzigartige Freiluftbühne Deutschlands

Die Freilichtbühne Loreley ist weit mehr als nur ein Konzertort – sie ist eine Mischung aus Naturdenkmal, Rock-Geschichte und architektonischem Erbe. Hier sind die Punkte, die sie so besonders machen:

1932 begann der Bau der Freilichtbühne auf dem Felsplateau der Loreley, eingeweiht wurde sie im Juni 1939. Zunächst lag der Veranstaltungsschwerpunkt bei der Aufführung klassischer Theaterstücke wie Stücke von Schiller, Goethe oder Shakespeare. Seit 1976 werden auf der Loreley Freilichtbühne auch Rock- und Popkonzerte veranstaltet, das erste Rockkonzert gaben am 3. Juli 1976 Genesis. Seither sind viele bekannte Künstler und Künstlerinnen aufgetreten.

Das Spektakuläre ist jedoch die Lage. Die Freilichtbühne im Amphitheaterstil mit 15.000 Plätzen liegt 132 Meter über den Rhein. Während der Konzerte blickt man direkt in den Sonnenuntergang. Kein Wunder, dass die Bühne auch bei Weltstars wie U2, Red Hot Chili Peppers, Joe Cocker oder Metallica beliebt ist. Auch in diesem Jahr haben sich schon zahlreiche Künstler diese einzigartige Freiluftbühne gesichert.

### Rhein-Mosel-Halle: Grüne Technik, gewaltiger Klang

Die Rhein-Mosel-Halle ist ein modernes Tagungszentrum für die unterschiedlichsten Veranstaltungen. Eine der beeindruckendsten technischen Leistungen der Halle ist ihr ökologisches Konzept. Über 85 % des Energiebedarfs für Heizung, Lüftung und Kühlung werden aus regenerativen Quellen gedeckt. Dies geschieht durch: Geothermie und Wärmepumpen. Und auf dem Dach ist eine Photovoltaikanlage installiert.

Eine absolute Besonderheit jedoch ist die Kemper Orgel, da Konzertsaal-Organen in Deutschland relativ selten sind. 1963 baute der Lübecker Emanuel Kemper die Orgel mit 71 Registern und insgesamt 5.676 Pfeifen. Damit ist sie einer

der größten Konzertsaal-Organen Deutschlands. Die größte Pfeife ist etwa vier Meter lang, die kleinste gerade einmal vierzig Millimeter. Dass ein solches Instrument in einer multifunktionalen Halle fest eingebaut ist, ist für einen modernen Bau dieses Typs sehr ungewöhnlich.

Leider wurde sie kurz nach ihrem Einbau von einer Sprinkleranlage geflutet. Und dieses Missgeschick ereignete sich einige Jahre später nochmals. Die Orgel war lange Zeit unspielbar. Im Zuge der Generalsanierung der Rhein-Mosel-Halle im Jahr 2012 wurde dann auch die Orgel für rund 350.000 Euro umfassend restauriert. Bei der Reinigung wurde sogar Konfetti aus dem Inneren der Pfeifen gefischt. Heute wird die Orgel wieder regelmäßig für Klassikkonzerte, aber auch für moderne Crossover-Projekte genutzt.

### Schloss „Burg Namedy“: Spiegelsaal mit besonderer Akustik

Schloss „Burg Namedy“ in Andernach ist heute eine feste Größe im Kunst- und Kulturprogramm der Region. Das imposante Bauwerk mit seinen festlichen Sälen, stimmungsvollen Salons und seiner bezaubernden Gartenanlage dient ganzjährig als Kulisse für zahlreiche Kulturevents, von Musikkonzerten bis Freilichttheater.

Das sich das Anwesen zu solch einem Kleinod entwickelt hat, liegt an Godehard Prinz von Hohenzollern und seiner Frau Heide. Als Ilse von Hohenzollern 1988 verstarb, hinterließ sie das Anwesen ihrem Sohn Godehard, der seinerzeit mit seiner Familie in München wohnte. Da das Schloss aber stark renovierungsbedürftig war, wollte die Familie es für eine Auktion herrichten. Heide von Hohenzollern begann den Spiegelsaal zu entrümpeln, der bis unter die Decke zugemüllt war. Es dauerte drei Monate, aber dann kam der alte Glanz des Saales wieder zum Vorschein – und seine sensationelle Akustik. Godehard von Hohenzollern organisierte sofort ein Probekonzert mit Riesenerfolg. In dem Moment war klar – Burg Namedy wird nicht verkauft.

Petra Dettmer



Regelmäßig – wie hier beim MittelrheinMusikFestival – finden Konzerte im Innenhof der Burg Namedy statt. Foto: Uwe Hüwer / Romantischer Rhein Tourismus GmbH

Aus dem edlen Lahn-Marmor errichtet, ist der Marmorsaal eine beliebte Kulisse für kulturelle Veranstaltungen, Tagungen und private Feiern. Foto: Peter Kierzkowski/Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH



ANZEIGE



## weiter:denken

Der Podcast der Universität Koblenz

**Forschung, die Sie betrifft.  
Ideen, die weiter:denken.  
Gespräche mit Perspektive.**

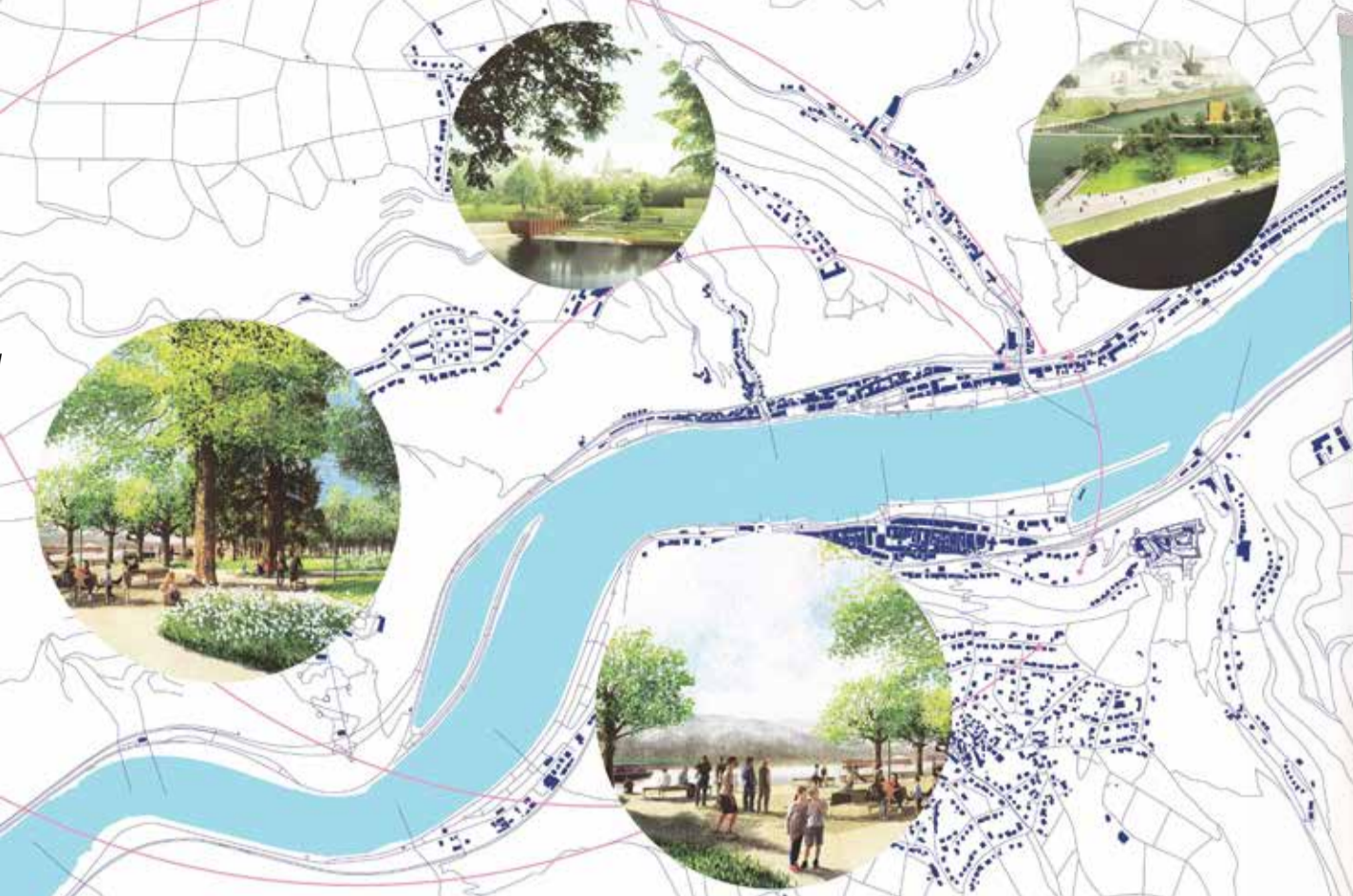
Christoph Asche & Dr. Inka Engel sprechen mit Expert\*innen aus Universität und Gesellschaft.

Jetzt Reinhören.



uni-ko.de/podcast



Fünf Hauptstandorte im Oberen Mittelrheintal sind durch ein gemeinsames Konzept verbunden – Visualisierungen zeigen geplante Parks und neue Aufenthaltsorte entlang des Rheins. Foto: BUGA gGmbH



Wiebke Neumann, Leiterin Kommunikation der BUGA gGmbH, begleitet die Bundesgartenschau 2029 kommunikativ durch alle Planungsphasen. Foto: Petra Dettmer

## Eine Gartenschau für ein ganzes Tal

Wie die BUGA 2029 das Mittelrheintal neu verbindet

Die Bundesgartenschau 2029 wird keine Gartenschau wie jede andere. Kein einzelner Austragungsort, kein abgeschlossener Park, kein kurzer Spaziergang von Beet zu Beet. Stattdessen: eine ganze Region. „Wir haben eine dezentrale Bundesgartenschau – und das unterscheidet uns deutlich von allen BUGAs der letzten Jahre“, sagt Wiebke Neumann, Leiterin Kommunikation der BUGA gGmbH. Fünf Hauptstandorte, verteilt über das Obere Mittelrheintal, sollen zeigen, was die Region kann – landschaftlich, kulturell und gesellschaftlich.

Diese Dezentralität ist Chance und Herausforderung zugleich. „Die Menschen in alle Orte zu bekommen und die Region als Ganzes zu denken, das ist eine riesige Aufgabe“, gesteht sie offen. Genau das aber sei auch der klare Auftrag aus Bevölkerung, Politik und Wirtschaft gewesen. Deshalb wird die Dezentralität konsequent in jedem Planungsschritt mitgedacht: bei Parks, Ausstellungen, Mobilität und sogar beim Ticketing. „Wir bespielen nicht eine Stadt – wir bespielen ein ganzes Tal.“

### Mitnehmen statt überrollen

Zentral für das Projekt ist die Beteiligung der Menschen vor Ort. „Wir schaffen das nicht alleine als BUGA gGmbH. Wir brauchen die Unterstützung des gesamten Tals – bis hin zu jeder einzelnen Bürgerin und jedem Bürger“, betont Neumann. Formate wie Bürgerprojekte, BUGA-Wanderevents oder das eigens gegründete BUGA-Orchester sollen genau das ermöglichen.

Das Orchester ist dabei ein Symbol für den Ansatz der BUGA29: regional, offen, verbindend. Musikerinnen und Musiker aus dem gesamten Mittelrheintal konnten sich bewerben – inzwischen gibt es einen Pool von rund 120 Personen. Gespielt wird projektweise, mit intensiven Proben kurz vor den Auftritten. „Das sind wichtige BUGA-Botschafter“, sagt Neumann. Der große Traum: ein gemeinsamer Auftritt bei der Eröffnungsfeier 2029 auf der Loreley.

### Akzeptanz wächst – trotz Baustellen

Natürlich bringt ein Projekt dieser Größenordnung Einschränkungen mit sich. Baustellen, Sperrungen, Umwege. „Die Sorgen der Menschen sind oft ganz konkret – wo gehe ich künftig mit dem Hund spazieren, wie lange ist ein Park gesperrt?“ Genau deshalb war die BUGA29 mit dem Bugamobil in den Orten unterwegs, um zuzuhören und zu erklären. Die Bilanz: „Die kritischen Stimmen sind deutlich weniger geworden. Die Stimmung ist heute eher neutral bis positiv.“

Das Ziel dahinter ist klar: Es geht nicht nur um sechs Monate Blumen und Events, sondern um bleibende Effekte. „Wenn wir uns darauf konzentrieren, was nach der BUGA29 bleibt – in Tourismus, Infrastruktur und Grünanlagen – dann lohnt es sich, gemeinsam durchzuhalten.“

Fünf Parks, ein Leitthema – viele Geschichten

Bis Ende dieses Jahres soll erstmals das vollständige Bild der BUGA29 stehen. Jeder Park erhält ein eigenes Subthema und eine eigene Erzählung – keiner wird dem anderen gleichen. Inspiration, Poesie, Zukunft und Gesundheit sind zentrale Leitmotive. „Gesundheit heißt für uns nicht nur Medizin, sondern auch Bewegung, Genuss, Entspannung und Work-Life-Balance“, erklärt Wiebke Neumann.

Parallel entsteht die detaillierte Ausstellungsplanung: von Blumenhallen und Wechselflor über Hausgartenbeispiele bis hin zu nicht-gärtnerischen Ausstellungen, etwa zu Verbraucher- oder Zukunftsthemen. Ende des Jahres soll klar sein, „wo Bühnen stehen, wo Gastronomie ist, wo Blumen blühen – bis ins Detail.“

### Ab 2026 wird es konkret

Ein emotionaler Meilenstein steht bereits fest: die ersten Spatenstiche. Noch in diesem Jahr sollen sie in Rüdesheim, auf Burg Rheinfels und in Lahnstein erfolgen. „Dann wird die BUGA endlich sichtbar – erst als Baustelle, aber genau darauf haben viele lange gewartet.“

Gleichzeitig startet die Vernetzung mit Tourismus und Wirtschaft. Erlebnispartner, Hotellerie und Gastronomie sollen eingebunden werden, damit aus dem BUGA-Besuch ein kompletter Aufenthalt wird. „Wir wollen sagen können: Nach dem Parkbesuch – hier können Sie essen, hier übernachten, hier noch etwas erleben.“

### Unterwegs im ganzen Tal

Damit das funktioniert, spielt Mobilität eine Schlüsselrolle. Das Konzept setzt auf Shuttleparkplätze, Bus, Bahn und Fähren – alles im Kombi-Ticket enthalten. „Das Auto bleibt stehen, der Rest des Tages gehört dem ÖPNV“, hofft Neumann. Die BUGA ist bewusst auf Mehrfachbesuche ausgelegt: Zwei Parks an einem Tag sind möglich – aber nur dort, wo es kurze Anfahrten gibt. „Niemand soll glauben, man schafft das ganze Tal an einem Nachmittag.“

### Mehr als eine Veranstaltung

Neben Blumen und Bühnen will die BUGA29 langfristige Impulse setzen. Mit den sogenannten BUGA-Dialogen bringt sie Wirtschaft, Forschung und Bürgerschaft zusammen – etwa zu Tourismus, Biodiversität oder zukunftsfähigen Campingplätzen. „Wir sind 2029 vorbei – aber die Projekte sollen bleiben.“

Am Ende ist die BUGA29 mehr als eine Gartenschau. Sie ist ein Gemeinschaftsprojekt für das Mittelrheintal. Oder, wie es das Team formuliert: „Wenn wir das Glas immer als halb voll sehen und zusammenhalten, kann diese BUGA das Tal nachhaltig verändern.“

Petra Dettmer

WIR BESPIELEN NICHT EINE STADT – WIR BESPIELEN EIN GANZES TAL.

WIEBKE NEUMANN

ANZEIGE

**KOCH** Robotersysteme

MIT UNS WIRD IHRE AUTOMATION ZUM ERFOLGSREZEPT

FLEXIBLE ROBOTERLÖSUNGEN FÜR JEDEN FABRIKBEREICH

SMARTE DIGITALISIERUNG FLEXIBLE ROBOTIK CLEVERES ENGINEERING

QR Code

KOCH Robotersysteme • D-56307 Dernbach

www.koch-roboter.de

# Wirtschaftliche Stärke

Unternehmen, die das wirtschaftliche Rückgrat der Region bilden und Zukunft gestalten

Manche Namen sind in der Region so vertraut, dass man kaum noch darüber nachdenkt, was hinter ihnen steckt. Produkte aus dem Supermarktregal, Technik aus dem Hintergrund, Lösungen, die anderswo eingebaut, weiterverarbeitet oder genutzt werden. Erst beim zweiten

Blick wird klar: Vieles, was nach Alltag aussieht, hat hier seinen Ursprung. Und vieles, was nach „irgendwo“ klingt, ist in Wahrheit eng mit der Region Koblenz-Mittelrhein verbunden.

Diese Unternehmen sind nicht nur Teil der Wirtschaftsstatistik, sie prägen Lebensläufe. Wer in der Region aufwächst, kennt oft jemanden, der dort gelernt hat, arbeitet oder schon lange im

Betrieb ist. Das schafft Bindung und Verlässlichkeit. Gleichzeitig bleibt der Blick nach vorn zwingend. Märkte ändern sich, Kosten steigen, Anforderungen an Qualität, Tempo und Nachhaltigkeit wachsen. Wer über Jahrzehnte bestehen will, muss sich immer wieder neu sortieren. Manchmal leise, Schritt für Schritt. Manchmal mit einem klaren Schnitt, wenn neue Produkte, neue Technik oder neue Strukturen gebraucht

werden. „Stark verwurzelt“, das sind Betriebe, die aus der Region heraus groß geworden sind und ihren Standort als Basis behandeln. Um Arbeitgeber, die ausbilden, modernisieren, investieren. Um Unternehmen, die mit ihrem Erfolg auch Zulieferer und Handwerk in der Umgebung mittragen. Und um Beispiele, bei denen wirtschaftliche Stärke sichtbar wird, ohne dass sie laut ausgestellt werden muss.

# Vielfalt als Erfolgsfaktor

Wie ein Mittelständler Diversität ganz selbstverständlich lebt

Diversität Eine starke Strategie für Diversität und Inklusion ist für Unternehmen ein zunehmend wichtiger Erfolgsfaktor. Studien – unter anderem von McKinsey – zeigen, dass Unternehmen mit vielfältigen Teams höhere Rentabilität und mehr Wertschöpfung erzielen. Besonders auf Führungsebene steigert ethnische und geschlechtliche Vielfalt signifikant die Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittliche finanzielle Ergebnisse zu erreichen.

In Zeiten, in denen Diversität in vielen Unternehmen noch als strategische Herausforderung gilt, zeigt ein mittelständisches Unternehmen aus der Agrarbranche, dass Vielfalt auch ohne große Programme ein gelebter Teil der Unternehmenskultur sein kann – und sogar ein echter Wettbewerbsvorteil ist.

Für Dr. Viktor Eckel, Geschäftsführer der Dr. Eckel Animal Nutrition in Niederzissen, ist Vielfalt sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Leben selbstverständlich. „Ich kenne es von Kind an gar nicht anders“, sagt er. „Meine Mutter hat die Firma vor über 30 Jahren gegründet. In einer Zeit, in der weibliche Unternehmerinnen nicht so üblich waren und dann auch noch in einer sehr männerdominierten Branche. Deshalb ist Geschlechtergleichstellung auch heute für meine Mutter und mich immer noch ein wichtiges Thema.“

Die mittlerweile 80 Mitarbeitenden des Unternehmens kommen aus 20 Nationen. Sie entwickeln und vertreiben phyto gene Futtermittelzusatzstoffe in über 50 Ländern weltweit. Vielfalt war dabei nie ein Ziel auf dem Papier, sondern entstand aus Überzeugung – und ganz praktischer Notwendigkeit: „Wenn man global arbeitet, braucht man Menschen, die die Kulturen, Sprachen und Denkweisen der Märkte verstehen“, sagt Dr. Viktor Eckel.

### Vielfalt nicht geplant – sondern praktiziert

Gendergerechtigkeit sei im Unternehmen nie durch Quoten geregelt worden, trotzdem sind heute rund die Hälfte der Mitarbeitenden Frauen – auch in Führungspositionen. „Es war nie ein Thema, das wir explizit gesteuert haben, aber es war immer wichtig“, betont Dr. Viktor Eckel. „Aber dennoch eine Herzensangelegenheit, weil es auch gleichzeitig die Vereinbarkeit von Karriere und Care-Arbeit betrifft. Es gibt immer individuelle Lösungen. Ich selber lebe es vor: Jeder im Haus weiß, dass ich zwei Mal die Woche früher gehen muss, weil ich die Kids vom Kindergarten abhole.“

Ähnlich selbstverständlich geht man mit anderen Diversitätsaspekten um: Mitarbeitende mit unterschiedlichen Bildungswegen arbeiten gemeinsam an Produktentwicklungen – ganz bewusst, denn: „In vielen Teams achten wir gezielt darauf, dass wir verschiedene Bildungshintergründe in die Teams holen. Ein homogenes Team bringt selten neue Ideen. Gerade in kreativen Prozessen profitieren wir extrem von Perspektivenvielfalt.“

### Team-Guidelines statt Strategiepapier

Eine ausgearbeitete Diversity-Strategie sucht man hier vergeblich. Stattdessen gibt es Team-Guidelines mit klaren Werten: Offenheit, Respekt, Zuhören. Diese Leitlinien prägen das tägliche Miteinander – ob bei der Arbeit im Labor, im Vertrieb oder beim interkulturellen Austausch, der besonders am Deutschen Diversity-Tag gelebt wird. Der bundesweite, in Unternehmen stattfindende Aktionstag wurde von der Charta der Vielfalt e. V. initiiert.



Kulturelle Vielfalt beginnt beim Mittagessen

das es so viele Varianten von Kohlrouladen gibt“, sagt Eckel lachend.

Seit drei Jahren feiert das Unternehmen den Diversity-Tag mit einem gemeinsamen Mittagessen. Jeder bringt eine kulinarische Köstlichkeit mit: Gerichte aus der Heimat oder einfach etwas, worauf man Lust hat. Alle sind begeistert von der neuen Tradition. So entsteht ein buntes Buffet – und Gesprächsstoff gleich dazu. „Essen ist Ausdruck von Kultur, man kommt leicht ins Gespräch. Und manchmal ist man überrascht, wie ähnlich sich Gerichte aus völlig unterschiedlichen Regionen sind – ich hätte nicht gedacht,

ES WAR NIE EIN THEMA, DAS WIR EXPLIZIT GESTEUERT HABEN, ABER ES WAR IMMER WICHTIG.  
DR. VIKTOR ECKEL

### Bürokratische Hürden als echte Herausforderung

Trotz aller Erfolge gibt es auch Schattenseiten. Gerade bei der Einstellung internationaler Fachkräfte stößt das Unternehmen immer wieder auf bürokratische Grenzen. „Wir konnten tolle Leute gewinnen, aber haben auch welche verloren, weil sie an der deutschen Bürokratie gescheitert sind – obwohl sie hochqualifiziert waren“, bedauert Eckel.

Petra Dettmer



ANZEIGE

## Debeka-Firmenwelt

GEMEINSAM GEHEN WIR IHREN WEG.





WIR UNTERSTÜTZEN AN UNSEREN DREI STANDORTEN IMMER WIEDER GERNE VEREINE UND VERANSTALTUNGEN.

DANY SCHMIDT

## Starke Marke, feste Wurzeln

### Der stille Riese hinter der Prinzen Rolle

Wer in Deutschland an Kekse denkt, denkt fast automatisch an die Prinzen Rolle. Kaum eine Marke erreicht bei uns einen Bekanntheitsgrad von 97 Prozent. Weniger bekannt ist dagegen das Unternehmen dahinter: Griesson – de Beukelaer – einer der erfolgreichsten Hidden Champions der europäischen Lebensmittelindustrie mit Hauptsitz in Polch, im Landkreis Mayen-Koblenz. Rund 2000 Mitarbeitende produzieren an drei Standorten in Deutschland Süß- und Salzgebäck für den deutschen und internationalen Markt.

### Wachstum mit Weitsicht

Gegründet wurde das Unternehmen 1924 von Hans Gries in Kobern an der Mosel mit einer Lebkuchenfabrik. Das Fortschrittliche: Erstmals ersetzten Maschinen die schwere Handarbeit jener Zeit. Die entscheidende Weichenstellung erfolgte jedoch ab den 1960er-Jahren unter Heinz Gries. 1969 eröffnete er eine Fabrik in Polch, machte sich 1977 durch die Einführung der Griesson Soft Cakes vom Weihnachtsgeschäft unabhängig und stellte auf ein Ganzjahressortiment um. Mit dem Bau eines weiteren Werkes 1993 in Thüringen entstand eine der modernsten Keksfabriken Europas.

„Ein Meilenstein war die Fusion im Jahr 1999 mit den Danone-Töchtern General Biscuits Deutschland und Österreich zur Griesson – de Beukelaer“, sagt Dany Schmidt, Vorsitzender der Geschäftsführung. Mit der Fusion wurde die Prinzen Rolle Teil des Unternehmensportfolios – eine Marke, deren Geschichte bis ins Jahr 1885 zurückreicht und die heute das bekannteste Produkt von Griesson-de Beukelaer ist, neben weiteren wie Soft Cake, Leicht & Cross oder Cereola.

### Die Prinzen Rolle: Ikone mit Zukunft

Was als „Prince Fourré“ in Antwerpen begann, ist heute ein hochmodern gefertigtes Produkt. Im thüringischen Kahla, in einer der modernsten Keksfabriken Europas, laufen täglich rund drei Millionen Prinzen-Rolle-Kekse vom Band. Vom Teig bis zur Verpackung vergehen nur etwa 90 Minuten.

### Verantwortung über das Produkt hinaus

Was Griesson – de Beukelaer zudem besonders macht, ist der Blick über das Tagesgeschäft hinaus. 2008 übernahm Griesson – de Beukelaer auch noch die Wurzener Dauerbackwaren. Im selben Jahr beendete Heinz Gries sein Wirken im operativen Geschäft und übertrug 2014 seine Unternehmensanteile an die Gottlieb Anton-

Stiftung. Ziel: die langfristige Sicherung der Unabhängigkeit, stabile Arbeitsplätze und die Förderung gesellschaftlicher Projekte.

### Hidden Champion mit Haltung

Griesson – de Beukelaer steht exemplarisch für eine Form des Wirtschaftens, die leise, aber wirkungsvoll ist. Kein börsennotierter Konzern, kein globaler Markenauftritt um jeden Preis – sondern ein familiengeprägtes Unternehmen, das Markenikonen weiterentwickelt, Innovation vorantreibt und Verantwortung übernimmt sowie regionales Engagement zeigt. „Wir unterstützen an unseren drei Standorten immer wieder gerne Vereine und Veranstaltungen. Eine überregionale Ausnahme ist der Koblenzer Karneval. Mit der Prinzen Rolle unterstützen wir traditionell seit Jahren Prinz und Confluentia“, sagt Dany Schmidt.

Petra Dettmer



## Die Prinzen Rolle

Anfänge eines Klassikers: Bereits 1885 entwickelt Edouard de Beukelaer in seiner Keksfabrik in Antwerpen das erste Sandwichgebäck, bei dem die Creme von Hand aufgetragen wird. Um 1946 wird die Produktion vollständig auf Maschinen umgestellt und die runden

Doppelkekse kommen auf den Markt: Zu Ehren des belgischen Prinzen heißt die Neuheit „Prince Fourré“, der gefüllte Prinz, und eine prinzliche Geschichte startet. Seit 1955 wird der beliebte Doppelkeks in Deutschland produziert und heißt seit 1964 Prinzen Rolle.

ANZEIGE

!SOKOTHERM®

DIE HEIZUNG DER ZUKUNFT. SOKOTHERM

ENERGIESPARNIS ca. 20%\*

\*Energiesparnis gegenüber Heizkörper laut Bericht des Fraunhofer-Instituts für Bauphysik IBP (HTB-01/2022) bei Beheizung eines Testraums auf 21°C. Energiesparnis 20% bei Außentemperatur 5°C (bei -5°C 18,7%, bei -10°C 11,3%).

www.sokotherm.eu





## Unsichtbar verlegt, strategisch entscheidend



Bei der Eröffnung des Technologie-Campus betonte Bundeskanzler Merz die Bedeutung von Familienunternehmen wie der Niedax Group. Von links nach rechts: Bruno Reufels (CEO, Niedax Group) und Friedrich Merz (Bundeskanzler der Bundesrepublik Deutschland, MdB) eröffnen im Beisein von Gordon Schnieder (CDU-Fraktionsvorsitzender im Landtag Rheinland-Pfalz, MdL) und Patrick Schnieder (Bundesminister für Verkehr der Bundesrepublik Deutschland, MdB) das Experience Center „Synnoscape“ der Niedax Group am Technologie-Campus in Neustadt/Wied-Rahms (Rheinland-Pfalz).  
Fotos: Niedax/Dieter Klaas.

### Niedax stellt die Infrastruktur für die digitale Welt zur Verfügung

Man findet sie in der Hamburger Elbphilharmonie, im Gotthard-Basistunnel, in Kraftwerken, Industrieanlagen, Krankenhäusern oder Sportarenen – die Kabelverlegesysteme der Firma Niedax aus Linz am Rhein. Überall dort, wo Energie und Daten sicher geführt werden müssen, kommen Produkte von Niedax zum Einsatz. Meist unsichtbar, aber unverzichtbar, sorgen die Kabelverlegesysteme des Unternehmens dafür, dass Elektroinstallationen und Infrastruktur sicher funktionieren.

Aktuell größtes Projekt ist der Aufbau eines sicheren Glasfasernetzes entlang des gesamten Schienennetzes in Deutschland. Zusammen mit Partnerunternehmen werden 33.000 Kilometer

Bahnschiene gegen Sabotage und Manipulation abgesichert. Im Innern der massiv abgesicherten Kabelkanäle befinden sich die Glasfaserkabel samt faseroptischer Sensorik, die auf jegliche Veränderungen reagiert und Alarm schlägt. Niedax trägt so dazu bei, digitale Netze effizient, wartungsarm und zukunftssicher zu realisieren.

„Neben dem Aufbau eines resilienten, hochleistungsfähigen Glasfasernetzes entlang von rund 33.000 Kilometern Bahnschiene wollen wir gemeinsam mit weiteren Unternehmen die Entwicklung kleiner und mittelgroßer Datenzentren als Herz und Hirn der digitalen Infrastruktur vorantreiben“, beschreibt Bruno Reufels, CEO der Niedax Group, die Zukunft des Unternehmens.

Um unter anderem dieses neue Großprojekt zu entwickeln, eröffnete die Niedax Group im Februar einen neuen Technologie-Campus in Neustadt/Wied-Rahms sowie das dazugehörige Experience-Center „Synnoscape“. Perspektivisch sollen am Technologie-Campus bis zu 500 Arbeitsplätze entstehen. Damit schafft das Familienunternehmen einen zentralen Ort, an dem moderne Technologien für bundesweite Infrastrukturprojekte ganzheitlich geplant werden können. Auf dem Campus werden Lösungen rund um die digitale Infrastruktur, vor allem für Rechenzentren, erlebbar gemacht.

„Mit dem ‚Synnoscape‘ haben wir einen Ort geschaffen, an dem moderne Infrastruktur greifbar und erlebbar wird. Gemeinsam verknüpfen wir hochwertige, innovative Lösungen, die es für eine sichere, resiliente und zukunftsfähige digitale Infrastruktur braucht. Dieses gebündelte, interdisziplinäre Know-how ist einzigartig in Deutschland“, weiß Reufels. „Kunden und politischen Entscheidungsträgern wird hier ein prä-

zisnaher Einblick in die Planung und Umsetzung moderner Infrastrukturlösungen geboten.“

### Vom Spezialanbieter zum Systemlieferanten

Die Wurzeln des Unternehmens liegen im industriellen Mittelstand. Aus einem spezialisierten Anbieter für Kabelverlegesysteme entwickelte sich Niedax über Jahrzehnte zu einem international tätigen Systempartner für anspruchsvolle Infrastrukturprojekte. Wachstum entstand dabei nicht durch kurzfristige Trends, sondern durch technische Präzision, hohe Qualität und Fertigungstiefe und eine konsequent langfristige Strategie.

Heute ruht das Unternehmen auf vier strategischen Säulen: dem Kerngeschäft Kabelverlegesysteme, dem Vertrieb, zwei eigenen Stahl-Service-Centern sowie dem neu aufgestellten Bereich Infrastrukturprojekt.

Für die Niedax Group ist es ein entscheidender Wettbewerbsfaktor, einen Großteil der Wert-

schöpfungskette in eigener Hand zu halten. Beispiel Stahl-Service-Center: Der dort veredelte Stahl fließt nicht nur in die eigenen Produkte ein, sondern wird auch an produzierende Unternehmen, etwa aus der Automobilindustrie, geliefert. Dies verschafft Niedax ein hohes Maß an Unabhängigkeit und Liefersicherheit.

### Hidden Champion mit Verantwortung

Niedax steht für eine Form industrieller Stärke, die oftmals nicht direkt sichtbar, aber wirkungsvoll ist. Das Unternehmen, das 2024 erstmals die Umsatzschwelle von einer Milliarde Euro erreichte, verbindet technisches Know-how, nachhaltige Materialstrategien und langfristiges Denken – und übernimmt Verantwortung für zentrale Zukunftsaufgaben. Ein Hidden Champion, dessen Produkte man selten sieht, dessen Bedeutung für moderne und sichere Elektroinstallation jedoch von hohem Wert ist.

Petra Dettmer



## „Wir sind die Pioniere im Bereich der Diodenlaser“

### Von einer technischen Nischenidee zum international tätigen Unternehmen

Mit Beharrlichkeit, Visionen und kluger Wirtschaftsförderung kann aus einem Start-up eines der führenden Laser-Technologieunternehmen der Welt werden. So geschehen mit dem Unternehmen Laserline GmbH in Mülheim-Kärlich nahe Koblenz. Die Erfolgsgeschichte begann 1997. Dr. Christoph Ullmann und Dipl.-Ing. Vol-

ker Krause hatten einen Diodenlaser für die Industrie entwickelt – eine Idee, die viele für kühn, manche sogar für naiv hielten. Sie setzten auf eine neue Technologie, die ohne verstärkendes Medium auskommt und Laserstrahlung direkt aus Strom erzeugt. In der Branche wurde die Idee zunächst belächelt. „Was wollt ihr mit dieser besseren Taschenlampe?“, lautete ein häufig gehörter Kommentar.

Heute ist klar: Die „Taschenlampe“ hat die Industrie verändert. Der neue Diodenlaser war um das Zwanzigfache kleiner und um das Zehnfache effizienter als andere Laser auf dem Markt. So hat Laserline im Laufe der Zeit den Diodenlaser fest im industriellen Einsatz etabliert und ist inzwischen Weltmarktführer für maßgeschneiderte Diodenlasersysteme etwa zum Schweißen, Beschichten und für den 3D-Metalldruck.

Der Start war bodenständig. Ullmann und Krause mieteten sich im Technologiezentrum (TZK) Ko-

blenz ein. „Wir haben hier durch die Kommunen und das Land sehr viel Unterstützung erfahren“, ist Dr. Ullmann heute noch begeistert. Innerhalb von sechs Monaten wurde das Unternehmen hochgezogen. Beim ersten Messeauftritt 1997 in München übernachtete das Team bei Freunden, im Schlafsack auf dem Boden. „Morgens ging es dann im Anzug auf die Messe“, erinnert sich Dr. Ullmann lachend. Kurz darauf folgte die erste große Anerkennung:

Beim allerersten Startup-Wettbewerb von McKinsey, Stern und dem Sparkassenverband belegte Laserline Platz 1 auf Landes- und Platz 3 auf Bundesebene. „Ein toller Erfolg für so ein kleines Unternehmen wie uns.“ Und Laserline wuchs. Schon bald wurden die Räumlichkeiten im TZK zu klein. „Mit außerordentlicher Unterstützung der Wirtschaftsförderung konnten wir auf der grünen Wiese in Mülheim-Kärlich ein eigenes Gebäude bauen lassen.“ Der entscheidende Durchbruch kam mit der Automobilindustrie. Gemeinsam mit Audi wur-

de die Technologie für die Serienfertigung weiterentwickelt, etwa beim Schweißen von Heckklappen. Nach rund zehn Jahren war klar: Laserline hatte sich etabliert. Heute ruht das Geschäft auf drei starken Säulen: Automotive, Halbleiterindustrie sowie Cladding und additive Fertigung.

Laserline ist inzwischen international aufgestellt, mit Niederlassungen weltweit. Entwicklung und Produktion bleiben jedoch bewusst am Hauptstandort Mülheim-Kärlich.

Aus einer Zwei-Mann-Gesellschaft ist so ein Technologieunternehmen mit rund 440 Mitarbeitenden geworden – getragen von einer klaren Vision, technologischer Beharrlichkeit und der Überzeugung, dass man mit Mut und Ausdauer selbst aus einer „besseren Taschenlampe“ eine Welttechnologie machen kann. „Man muss beharrlich bleiben“, ist das Erfolgsrezept von Dr. Ullmann.

Laserline profitiert bis heute von einer Förderpolitik, die in den 1990er-Jahren gezielt auf Schlüsseltechnologien setzte. „Die westliche Lasertechnologie ist noch immer in Deutschland führend“, so Dr. Ullmann. Laserline zählt zu den wenigen großen unabhängigen Anbietern.

Petra Dettmer

Dr. Alexander Arndt (li.), einer von vier Geschäftsführern, und Dr. Christoph Ullmann, Gründer und Geschäftsführer von Laserline, erklären an einer Bearbeitungsoptik die Nutzung des Diodenlasers. Aus vier kleinen Öffnungen in der kupferfarbenen Düse tritt Metallpulver aus. Durch die Mitte kommt der Laserstrahl, der dieses Pulver verschmilzt.  
Foto: Petra Dettmer



DIE WESTLICHE  
LASERTECHNOLOGIE  
IST NOCH IMMER IN  
DEUTSCHLAND  
FÜHREND.  
DR. ULLMANN



## Hidden Champion mit sozialem Engagement

Die Bopparder Firma Sebapharma ist stark verwurzelt in der Region

Wer an Hautreinigung ohne Seife denkt, denkt sofort an sebamed, das erste seifenfreie Waschstück. Weit weniger bekannt ist jedoch: Entwickelt wurde es ab dem Jahr 1952 von dem Mediziner Dr. Heinz Maurer aus Boppard. Mit dem Waschstück, dessen pH-Wert dem der gesunden Haut entspricht und das 1967 auf den Markt gekommen ist, entstand ein komplett neuer Markt für medizinische Körperpflege. Die Arbeit von Dr. Maurer führte auch dazu, dass das damals in der Medizin gebräuchliche Waschverbot bei Hauterkrankungen aufgehoben wurde. Man dachte komplett um. Und das war noch nicht alles: Sein kleines, aber feines Unternehmen im idyllisch gelegenen Bad Salzig, einem Stadtteil von Boppard, mauserte sich zu einem angesehenen Weltmarktführer – einem sogenannten Hidden Champion. Und hier mitten im Weltkulturerbe, sitzt die Sebapharma GmbH & Co. KG auch heute noch! Wie das möglich ist? Ganz einfach – und in der Branche nicht unüblich. Während der Firmensitz mit Forschung und Entwicklung, Marketing und Verwaltung in Boppard sitzt, wird an verschiedenen Standorten in Deutschland produ-

ziert. Über viele Jahrzehnte bediente man sich dazu verschiedener Lohnhersteller, die in Abhängigkeit vom jeweiligen Produkt ausgesucht wurden. Inzwischen ist man dazu übergegangen, die Fertigung weitgehend selbst in die Hand zu nehmen. In zwei eigenen Werken werden über 80 Prozent der abgesetzten Mengen selbst hergestellt. Besonders stolz ist man im Unternehmen auf die Produktion der Waschstücke, des ersten Produktes des Unternehmens, das weltweit nach wie vor sehr erfolgreich ist. Die Produktionsanlagen wurden zusammen mit den Anlagenbauern entwickelt und dafür am Standort in der Nähe von Boppard ein eigenes Werk gebaut.

Die Produktpalette hat sich seit dem ersten Waschstück enorm erweitert: Über 120 medizinische Produkte zur Haut- und Körperpflege gehören mittlerweile zum Sortiment. Mit ihren Produkten, deren pH-Wert dem der gesunden Haut entspricht, hat sich die Gründerfamilie Maurer einen Weltruf in über hundert Ländern erobert. Dennoch bleibt sie Rheinland-Pfalz treu. Nie dachte man daran, Bad Salzig zu verlassen. Ganz im Gegenteil – die Sebapharma GmbH & Co. KG ist tief verwurzelt in der Region und engagiert sich sozial für viele Pro-

jekte, zu denen sie einen Bezug hat – meist ohne groß Aufhebens davon zu machen.

Besonders das Bopparder Krankenhaus hat davon schon sehr profitiert. Das Unternehmen hält ständig Kontakt und unterstützt etwa Anschaffungen von Geräten, die sonst nicht möglich wären.

Auch die Bopparder Tafel darf sich immer wieder über Körperpflegeprodukte aus dem Hause Sebapharma freuen. Für Schulen und Kindergärten werden Workshops angeboten, in denen die kleinen Hautforscher selbst Cremes oder Duschgels herstellen können. Seit 2010 unterstützt die Firma die rheinland-pfälzische Benefiz-Radtour „Vor-Tour der Hoffnung“. Besonders am Herzen liegen der Unternehmerfamilie aber auch hygienische Projekte in Krisengebieten. So wurde eine

sechsstellige Summe gespendet, um zusammen mit dem DRK sanitäre Anlagen in Flüchtlingscamps im Sudan oder in Togo zu bauen. Auch Ärzte ohne Grenzen wird regelmäßig unterstützt.

Häufig kommen Organisationen auf die Sebapharma GmbH & Co. KG zu mit der Bitte um Unterstützung. Wenn die Projekte zum Haus und natürlich ins Budget passen, hilft man gerne. *Petra Dettmer*



### IMPRESSUM

**Herausgeber:**  
Initiative Region Koblenz-Mittelrhein e.V.,  
Stresemannstraße 3 - 5,  
56068 Koblenz,  
Geschäftsführer:  
Sandra Hansen-Spurzem

**Anzeigen:**  
rz-Media GmbH,  
Geschäftsführer:  
Evangelos Botinos

**Satz:**  
sapro GmbH  
Gesellschaft für Satzproduktion

**Druck:**  
rz-Druckhaus,  
Mittelrheinstraße 2-4,  
56072 Koblenz

ANZEIGE

Reden können viele.  
Wir hören zu.  
Und liefern Ergebnisse.

IHR PARTNER FÜR PROFESSIONELLEN KUNDENDIALOG  
EFFIZIENT. FLEXIBEL. KUNDENORIENTIERT.

WIR FREUEN  
UNS AUF IHREN  
ANRUF.  
0261 9836-103



### UNSERE LEISTUNGEN FÜR SIE:

- **Kundenservice & Hotline-Betreuung:** Annahme von Service- und Bestell-Hotlines, Helpdesk- und Sekretariatsservices – zuverlässig und professionell.
- **Aktive Telefonie:** Von Kundenrückgewinnung über Marktbefragungen bis hin zu Akquise, Terminvereinbarung und Sales – wir schaffen Kontakte, die wirken.
- **Lettershop:** Druck und Versand von Mailings, alles aus einer Hand.
- **KI-gestützte Kundenkommunikation**
- **Nearshoring:** Kapazitätssicherung und Flexibilität.

Seit 25 Jahren realisieren wir erfolgreich Service-Kampagnen und bieten Ihnen passgenaue Telefonmarketing-Lösungen. **Unser Anspruch:** Exzellenter Service, der Sie und Ihre Kunden begeistert.

Verwurzelt in Koblenz, im Einsatz in ganz Deutschland – regionale Nähe trifft bundesweite Kompetenz.

rz\_kundenservice.de  
www.rz-kundenservice.de

rz kundenservice



ALLE DETAILS  
FINDEN SIE HIER!

BRIEFVERSAND NEU GEDACHT  
digital. einfach. kostensparend.

DIGITALISIEREN SIE IHREN POSTVERSAND – OHNE  
INVESTITION IN DRUCKER, PAPIER ODER PORTO.

Mit unserem innovativen Digitalpost Portal wird Ihr Briefversand so einfach wie eine E-Mail.

JETZT BERATEN LASSEN:  
TELEFON: 0 261 892 - 874  
SERVICE@MITTELRHEIN-LASTMILE.DE

### IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK:

- ✓ **Kosten sparen:** Versand ab 0,90 € inkl. Druck und Material. (günstiger als das klassische Briefporto)
- ✓ **Einfach & schnell:** Dokumente hochladen – wir drucken, kuvertieren, frankieren und versenden.
- ✓ **Sicher & zuverlässig:** Verarbeitung auf zertifizierten Servern in Deutschland (DIN ISO/IEC 27001) mit modernster Verschlüsselung (256-Bit-SSL-Verschlüsselung).
- ✓ **Flexibel & jederzeit verfügbar:** Postversand rund um die Uhr, ohne Mindestmengen oder Vertragsbindung.
- ✓ **Nachhaltig:** Druck auf Recyclingpapier und CO<sub>2</sub>-Reduktion durch zentrale Produktionsstandorte.

Rhein-Zeitung  
und ihre Heimatausgaben

Mittelrhein  
**DIGITALPOST**

# Ideen, die wirken

## Pragmatismus als Antrieb für Innovation

Innovation beginnt in der Region Koblenz-Mittelrhein oft mit einem Satz, der nach Alltag klingt: „Das müsste doch besser gehen“. Was folgt, ist Arbeiten, Testen, Anpassen, noch einmal von vorn. Wer hier entwickelt, denkt schnell in Anwendung, weil die Praxis nie weit weg ist. Zwischen Campus, Gewerbegebiet und Werkhalle liegen oft nur kurze Wege. Das verändert den Blick. Eine Idee muss nicht nur klug sein, sie muss funktionieren. Der Mittelrhein ist Welterbe, das stimmt. Gleichzeitig ist er ein Arbeitsraum mit vielen sehr unterschiedlichen Anforderungen. Genau diese Mischung erzeugt Reibung, aus der Neues entstehen kann. Forschung und Entwicklung treffen auf Unternehmen, die klare Lösungen brauchen. Es wird gefragt, ob es hilft, ob es Zeit spart, ob es verlässlicher macht. Diese Nüchternheit wirkt manchmal unscheinbar. In Wahrheit ist sie aber ein Vorteil.

Damit aus einem innovativen Ansatz ein belastbares Modell wird, braucht es jemanden, der sortiert, und nachfragt. Genau hier hat die Region ihre Stärken. An Universität und Hochschule gibt es Stellen, die Gründung und Transfer begleiten. Inkubatoren und Technologiezentren wie das Technologiezentrum Koblenz (TZK) geben Raum, um zu testen. Dazu kommt etwas, das gern übersehen wird: die Nähe zu erfahrenen Unternehmern. Wer mit ihnen spricht, merkt schnell: Es zählt, ob ein Konzept skalierbar ist und ob Kunden es wirklich wollen.

Es geht um Beispiele, bei denen Wirkung sichtbar wird. Und damit schließt sich der Bogen zum großen Ganzen. Das Welterbe sorgt für Ausstrahlung, die Wirtschaft für Stabilität. Dazwischen liegt die Arbeit, die beides verbindet: Ideen, die den Sprung schaffen und hier zu Wertschöpfung werden.

# Sportevents weltweit einzigartig in Szene gesetzt

Von den Olympischen Winterspielen Mailand/Cortina bis zum DFB-Pokalfinale: APA Brands Events Solutions aus Neuwied gestaltet die großen Bühnen des Sports

Als bei den Olympischen Winterspielen in Mailand und Cortina d'Ampezzo die besten Athletinnen und Athleten der Welt um Medaillen kämpften, sorgte ein Unternehmen aus Neuwied dafür,



Im Hintergrund entsteht die große Bühne des Sports: APA Brands Events Solutions verleiht internationalen Großveranstaltungen mit maßgeschneidertem Branding und innovativen Lösungen ihren unverwechselbaren Auftritt. Fotos: APA

dass Team Deutschland den passenden Rahmen erhielt: APA Brands Events Solutions, ein seit 40 Jahren international tätiger Spezialdienstleister für Großevents. Im Golfclub Cortina hatten sie das Deutsche Haus samt Team-D-Fan-Zone im Deutschland-Look gestaltet. Der Welcomebereich, die Bühnen und Banden, VIP-Lounges, die komplette Fan-Zone – überall erblickte man die Farben und das Design von Team Deutschland und seinen Sponsoren.

## Begegnungsort und Aushängeschild

„Olympische Winterspiele sind etwas Besonderes“, sagt Peter Adelfang, Mitinhaber des Neuwieder Unternehmens. „Die Anforderungen sind extrem hoch: Funktionalität, Design und Atmosphäre müssen perfekt zusammenspielen

und das unter oft anspruchsvollen klimatischen Bedingungen.“

Genau hier liegt die besondere Stärke der APA, Sportevents nicht nur auszustatten, sondern sie unverwechselbar zu machen.

Das Deutsche Haus für Team Deutschland ist dabei weit mehr als ein Gebäude. Es ist Bühne, Begegnungsort und Aushängeschild zugleich. Fassaden, Innenräume, Wegeführungen, VIP- und Medienbereiche wurden von APA komplett gestaltet, passgenau auf das Erscheinungsbild von Team D und seine Partner abgestimmt. Ziel war ein stimmiges Gesamtbild, das nationale Identität transportiert und zugleich den olympischen Geist widerspiegelt.

Nach den zurückliegenden Sommerspielen in Paris, bei denen APA ebenfalls das Deutsche Haus realisierte, richtete sich der Fokus nun ganz auf den Wintersport. „Jede Olympischen Spiele sind anders“, erklärt Adelfang. „Gerade bei Winterspielen spielen Material, Licht und Logistik eine entscheidende Rolle. Unsere Aufgabe ist es, dafür Lösungen zu finden, die es so vorher noch nicht gab.“

## Innovationen für den Wintersport

Dass APA genau dafür steht, zeigt ein Blick auf frühere Projekte. So entstand aus einem Wunsch eines Wintersportvermarkters eine echte Weltneuheit. Eine dimmbare LED-Leuchtbande, die in der Dämmerung sichtbar ist, ohne zu reflektieren. Vier Jahre später wurde mit der LED-Softbande eine weitere Weltneuheit im Ski-Alpin-Weltcup von APA vorgestellt. „Wir hören unseren Kunden sehr genau zu“, sagt Adelfang. „Und wir setzen ihre Ideen mit unserer Kompetenz um, auch dann, wenn sie zunächst unmöglich erscheinen.“

## Großevents auf der ganzen Welt

Rund 400 Veranstaltungen betreut APA jedes Jahr, dafür sind etwa 1.000 Arbeitstage im Einsatz. Zum Leistungsspektrum gehören Fassaden- und Hallenverkleidungen, Tribünen-Brandings, LED-Leuchtwerbung, Beschilderungen, Vollfolierungen, Endlosbanden, Videowalls, Fahnenmasten und individuelle Sonderkonstruktionen.

WIR SETZEN IHRE IDEEN MIT UNSERER KOMPETENZ UM, AUCH DANN, WENN SIE ZUNÄCHST UNMÖGLICH ERSCHEINEN.

PETER ADELFANG

Auch bei der Fußball-Europameisterschaft prägte APA das Erscheinungsbild entscheidend mit. Vom Bärenpark im Spreebogenpark über die Gestaltung der Host Cities und VIP-Bereiche in allen Stadien bis hin zu spektakulären Verkleidungen wie dem Glockenturm an der Gedächtniskirche oder den Molecule Men auf der Spree.

Aber auch die Digitaloffensive des BVB trägt die Handschrift des Neuwieder Spezialdienstleisters. Hier wurden und werden tausende Quadratmeter an hochwertigster LED-Technologie verbaut, die in der Liga einzigartig sein.

## Perfekte Optik für das DFB-Pokalfinale

Zu den namhaften Kunden zählt der Deutsche Fußball-Bund. Für ihn ist APA jährlich rund 100 Mal im Einsatz. Besonders aufwendig ist jedes Jahr das DFB-Pokalfinale in Berlin. Innerhalb weniger Tage werden dort bis zu 1.200 Quadratmeter Folien faltenfrei verklebt und rund 11.000 Quadratmeter Stoff, PVC, Mesh und Steckederrahmen produziert, für einen komplett neuen Look des Olympiastadions. Für kurzfristige Anpassungen ist stets ein mobiler Drucker vor Ort.

„Wenn alles fertig ist und der Vorhang aufgeht, dann sind wir weg“, beschreibt Peter Adelfang die Arbeitsweise seines Teams. „Wir stehen nicht im Rampenlicht. Wir arbeiten im Hintergrund – damit der Sport und unsere Kunden glänzen können. Ob bei Olympischen Winterspielen oder einem Pokalfinale.“

Petra Dettmer



# Ausgezeichnete Forschung

## Biotechfirma Doderm startet durch

Eine Biotechfirma in Koblenz? Selbstverständlich. Auch das ist möglich! Und zwar sehr erfolgreich im Technologiezentrum Koblenz. Die Doderm GmbH hat bereits mehrfach große Preise gewonnen. Jüngst sogar den Gründerinnenpreis Rheinland-Pfalz. Worum geht's? Dr. rer. nat. Beatrix Förster hat ein Antikörpergel für die Haut als Antibiotika-Alternative entwickelt. Die Antikörper gewinnt sie aus dem Kolostrum der Kuhmilch, der Erstmilch für neugeborene Kälber.

Blicken wir zurück: Dr. Beatrix Förster forscht in einem Biotechunternehmen zum Einsatz von Antikörpern bei der Krebstherapie. Dort bekam sie mit, dass viele Krebspatienten an einer Lungenentzündung durch multiresistente Keime starben. Ihre Idee: Weshalb nicht mit Antikörpern Keime bekämpfen? Schließlich benutzt das eigene Immunsystem auch Antikörper, um Krankheitserreger wie Bakterien und Viren zu neutralisieren.

Die Idee ließ sie nicht mehr los. „Man könnte Antibiotika einsparen und hätte eine Alternative ohne Nebenwirkungen.“ Sie begann zu forschen und fand heraus, dass die schützenden Antikörper aus dem Kolostrum der Kuhmilch auch menschliche Haut schützen können. Ihre Forschung wurde durch das Förderprogramm EXIST-Forschungstransfer gefördert, das herausragende, forschungsbasierte Gründungsvorhaben, die mit aufwändigen und risikoreichen Entwicklungsarbeiten verbunden sind, fördert.

Förster entwickelte ein spezielles Verfahren, in dem die Antikörper aus der Molke der Erstmilch isoliert werden können. Die Erstmilch wird deshalb verwendet, weil sie vermehrt Antikörper als Immunschutz für das Kalb beinhaltet. „Wir nehmen aber nur die Erstmilch nach dem dritten Tag, die der Bauer wegschmeißt, weil es kein Lebensmittel ist“, erklärt Dr. Beatrix Förster

und ihr ist wichtig: „Wir nehmen keinem Kalb die Milch weg.“

Zur Forschung gehören jedoch auch Tierversuche. Da die Mikroflora der Hundehaut mit der Menschenhaut vergleichbar ist, wandte sich die Forscherin an Tierärzte. Die waren sofort begeistert. „Wir haben viele unbehandelte Hunde, die multiresistent gegen Antibiotika sind und begleiten gerne Ihre Forschung“, hieß es sofort. Schon nach den ersten Tests waren die Hundebesitzer begeistert und wollten das Produkt kaufen.

2020 gründete Dr. Beatrix Förster im heimischen Westerwald ihre Firma Doderm. Der Zusporn ließ nicht nach. Auf Wunsch der Tierärzte entwickelte sie das Gel weiter, arbeitete an einer Antijuckreizkomponente und fügte für die Behandlung bei Pferden noch Lavendel gegen Insektenbefall hinzu. „Und dann hörte ich immer häufiger, dass Hundebesitzer das Gel für sich selbst kauften und begeistert waren“, erzählt Förster lachend. Das war der Ansporn, die humane Anwendung zu forcieren.

Doch Forschung ist kapitalintensiv. Sie konnte zwei Business Angels aus Koblenz für sich gewinnen und damit stand auch der Ent-

schluss fest, den Standort nach Koblenz zu verlegen. „Das TZK ist für mich ein Glücksfall.“

Es ist sehr inspirierend, unter so unterschiedlichen Gründern zu arbeiten.“

Mittlerweile gibt es unter dem Namen „Holiko“ eine Antikörpercreme gegen Neurodermitis und ein Fluid für die Kopfhaut. Doch das soll

noch nicht das Ende der Forschung sein. Die Antikörper stabilisieren das Mikrobiom und verdrängen die Bakterien, dort wo sie Probleme verursachen. Und das kann vielerorts sein. Aktuell wird an einer Anwendung im Mund gearbeitet. Mundgeruch und Parodontitis sind ursächlich auch bakterielle Entzündungen.

Absolute Zukunftsvision ist, ein Nahrungsergänzungsmittel mit Antikörpern anzubieten, das das Mikrobiom im Darm unterstützt. Denn, wussten Sie? Unser Darm ist eine unserer größten Hautoberflächen, nur nach innen gestülpt.

Petra Dettmer

Das Antigengel hilft bei multiresistenten Hautkeimen. Problemlos reibt Dr. Beatrix Förster das Gel auf die entzündete Haut des Hundes. Den Dackel stört es nicht. Ganz im Gegenteil. Er ist froh, dass der Juckreiz aufhört. Foto: Petra Dettmer





Hoch über dem Rhein wird die Kulisse zur interaktiven Route, die App führt durch Kaubs Geschichte. Fotos: Uni Koblenz

## Digitale Zeiterlebnisreisen am Mittelrhein

### Eduventure verbindet Kulturgeschichte mit einer spielerischen Route

Wer heute am Rheinufer in Kaub steht, sieht die malerische Burg Pfalzgrafenstein und die vorbeiziehenden Schiffe. Doch wer sein Smartphone zückt und das „Mittelrhein Eduventure“ der Universität Koblenz startet, sieht mehr: Auf dem Display spannt sich eine virtuelle Pontonbrücke über den Strom, und das winterliche Szenario lässt erahnen, welche Wucht der Rheinübergang am Jahreswechsel 1813/14 hatte, als Blücher hier mit seiner schlesischen Armee den Schritt nach Westen vorbereitete.

### Bildung trifft Welterbe

Der Name „Eduventure“ führt die Begriffe Education (Bildung) und Adventure (Abenteuer) zusammen. Der Ansatz wurde am Interdisziplinären Zentrum für Lehre (IZL) der Universität Koblenz unter der Leitung von Dr. Peter Ferdinand entwickelt. Die Idee dahinter: Wissen soll nicht nur passiv über Infoblätter konsumiert werden, sondern sich aktiv „erspielen“ lassen. So wird aus einem Spaziergang eine geführte Erkundung in Etappen.

„Das Eduventure ist keine klassische Führung und kein Audioguide“, sagt Ferdinand. „Es ist eine digitale Spurensuche: Aufgaben führen von Station zu Station und verknüpfen Fakten mit Szenen, Perspektivwechseln und kurzen Auswahlmomenten.“ Gespielt wird vor Ort – im Gelände und auf den Wegen, wo sich das Geschehen damals verdichtete.

### Mixed Reality im Welterbe

Die Schauplätze des Pilotprojekts liegen in Kaub direkt am Rheinufer und in der rund 300 Meter höher gelegenen Gemeinde Weisel. Beide Orte markieren Schlüsselpunkte des Winters 1813/14: In Kaub wird die riskante Rheinüberquerung mittels Pontonbrücke greifbar, auf dem Plateau bei Weisel lag ein wichtiger Sammelpunkt der Armee.

Über die App „Actionbound“ begleiten die Nutzer zwei fiktive Protagonisten durch die Wirren dieses Manövers. Dabei kommen moderne digitale Elemente zum Einsatz: Augmented-Reality-Visualisierungen lassen die verschwundene Pontonbrücke auf dem Display wieder an der ursprünglichen Stelle ihrer Errichtung erschei-

nen, virtuelle 360-Grad-Räume und Panoramen ermöglichen Rundumblicke in rekonstruierte Szenen und bieten ergänzende Informationen für Interessierte.

Gleichzeitig lenkt die Tour den Blick auf das, was damals wie heute jeder Militäreinsatz bedeutet: Leid, Alltag und Folgen für Menschen in der Region und für die Soldaten. „Das Eduventure wäre ohne die Leute vor Ort so nicht möglich gewesen“, sagt Ferdinand. „In Kaub und Weisel haben sich mehrere Ehrenamtliche engagiert eingebracht. Deren Orts- und Detailwissen hat maßgeblich dazu beigetragen, dass die Geschichte lebendig erzählt werden kann.“

### Nutzung bleibt dauerhaft möglich

Das Pilotprojekt wurde Ende 2023 abgeschlossen. Die beiden Touren in Kaub und Weisel bleiben dennoch dauerhaft nutzbar. Hinweise finden sich unter anderem im Blüchermuseum und an den beiden Blücherdenkmälern in Kaub und Weisel. Dass das Angebot langfristig nutzbar bleibt, hängt insbesondere mit der Zusammenarbeit mit dem Projekt „KuLaDig Rheinland-Pfalz“ zusammen. Über die Einbindung in das gleichnamige Portal wird die Nutzung niedrigschwellig gehalten und die Touren sind dauerhaft abrufbar.

Für eine Ausweitung auf weitere kulturhistorische Plätze oder auch Eduventures zu anderen Themenbereichen wie Mobilität oder Klimawandel wären Investoren oder Fördermittel gefragt. Der praktische Nutzen liegt auf der Hand: Bildung wird vor Ort erlebbar, regionale Kulturvermittlung gewinnt ein zeitgemäßes Format, und touristische Angebote können um eine digitale Route ergänzt werden, die ohne festen Guide funktioniert.

### Potenzial im Welterbe, das noch kaum ausgeschöpft ist

Gerade hier liegt ein Punkt, der im Mittelrheintal besonders ins Gewicht fällt: Kaum eine Region verfügt auf engem Raum über ein so dichtes kulturelles Erbe – Burgen, Sagenstoffe, historische Handelswege, Technik- und Industriegeschichte, politische Zäsuren. Gleichzeitig suchen viele Destinationen nach Formaten, die über den klassischen Blick vom Aussichtspunkt hinausführen. Das



Unterwegs in Weisel: Die App weist den Weg zur nächsten Station und spielt Inhalte direkt vor Ort aus.

Eduventure zeigt, wie sich dieses Erbe spielerisch und trotzdem seriös vermitteln lässt: als Route, die Orte miteinander verbindet und Wissen in Handlung übersetzt.

Für Schulklassen kann das ein Zugang sein, der im Unterricht anknüpft, aber draußen passiert. Für Kulturreisende ist es eine zusätzliche Lesart der Landschaft. Und für Gäste einer BUGA 2029 wäre es – bei entsprechender Ausstattung – ein denkbarer Hebel, um neben den zentralen Parks auch weniger bekannte Orte erlebbar zu machen. Konkrete BUGA-Planungen gibt es zwar nicht. Als Idee zeigt das Pilot jedoch, was möglich wäre: ein innovatives Format, das Landschaft und Geschichte so miteinander verbindet, dass aus einem Ausflug eine erzählte Route wird.

Anika Tilemann

Das Eduventure zeigt Macht, Mühsal und Folgen des Rheinübergangs.



## So funktioniert das Eduventure

- Startpunkte: Kaub (Blücherdenkmal) und Weisel (Blücherdenkmal)
- Technik: Kostenlose App „Actionbound“ (iOS/Android)
- Erlebnis: Interaktives Storytelling rund um Blüchers Rheinübergang 1813/14 mit Mixed-Reality-Elementen
- Weitere Infos: [eduventure.de](http://eduventure.de)

## Regionaler Arbeitgeber im Mittelrheintal – SEBAMED

Wir suchen neue Kolleginnen und Kollegen und freuen uns auf Ihr Interesse / Ihre Bewerbung.



Schauen Sie auf unsere Karriereseite:



[karriere.sebamed.de/jobs](http://karriere.sebamed.de/jobs)

### Drei Perspektiven auf eine Region, die aus Verwurzelung Zukunftskraft gewinnt

Was bedeutet eigentlich Identität? Gibt es mehrere Identitäten? Und wieso ist Identität für eine Region so wichtig? Diese spannenden Fragen beantworteten uns Dr. Gabriele Wolff, Vorsitzende des Vereins der Freunde der Benediktinerabtei Maria Laach e. V., Dr. Helmut Rönz, Leiter des LVR-Instituts für Landeskunde und Regionalgeschichte an der Universität Bonn, sowie Peter Hack, Vorstandsvorsitzender der HACK AG, die Deutschlands größter Anbieter von frischen und tiefgekühlten Konditorei- und Backwaren ist.

### Wenn Sie jemand fragt: „Wofür steht die Region Koblenz-Mittelrhein, was ist ihre Identität?“ – was würden Sie antworten?

**Rönz:** Eine feste Identität gibt es so nicht. Wir bestehen vielmehr aus zahlreichen fluiden Teilidentitäten. Der Mittelrhein als Bewusstseinsraum steht jedoch durchaus für eine besondere Verdichtung von Geschichte, Sprache, Landschaft und Kultur. Identität entsteht hier aus dem Zusammenspiel von historisch geprägten Strukturen und den alltäglichen Lebensweisen der Menschen. Regionale Identität ist also immer auch ein fortlaufender Aushandlungsprozess zwischen gestern und heute.

**Wolff:** Identität kann nicht von außen definiert werden. Identität ist die richtige Antwort auf die Frage wer ich bin? Der Terminus bedeutet also eine explizit individuelle Antwort auf die innere Verortung von Menschen zwischen Zugehörigkeit und Abgrenzung. Die gegenwärtige lebensweltliche Realität, in der das „Ähnliche“ als zusammengehörig empfunden wird, schafft Identität durch Dialekte, Brauchtum, signifikante Architektur und Städte, kulturelle Eigenheiten und Naturräume.

### Herkunft der Identität – Geschichte als Fundament

#### Welche historischen Erfahrungen haben die Region geprägt – und warum wirken sie bis heute?

**Rönz:** Die Region Mittelrhein wurde unter anderem durch die Umbrüche nach 1794 geprägt. Mit dem Ende Kurtriers und der Eingliederung unserer Region als Teil des Rhein-Mosel-Departements – mit Koblenz als Hauptstadt – in den französischen Staat begann eine Phase tiefgreifender Modernisierung: Gleichheit vor dem Gesetz, Gewerbefreiheit und die Versteigerung kirchlicher und adliger Güter förderten eine wettbewerbsorientierte bürgerliche Gesellschaft. Diese Reformen verschafften dem Westen Deutschlands im 19. Jahrhundert einen Entwicklungsvorsprung und prägten ein Selbstverständnis zwischen Selbstbewusstsein und Provinzialität.

Wichtig war in der Folge die Zeit der Zugehörigkeit zu Preußen ab 1814/15. Gerade Koblenz profitierte davon als Verwaltungs- und Militärstandort, etwa als Sitz des preußischen Oberpräsidiums. Diese historisch gewachsenen Funktionen wirken bis heute nach in der Selbstwahrnehmung der Menschen nach.

#### Welche historischen Erfahrungen prägen diese Identität bis heute – bewusst oder unbewusst?

**Rönz:** Ich denke, der über Jahrhunderte zwischen Deutschland und Frankreich mal trennende, mal verbindende Rhein und die Grenzlage der Region haben uns bewusst gemacht, wie wichtig Westbindung und europäische Einigung sind.

#### Identität im Alltag – Kultur als Vermittler

**Maria Laach ist ein Ort mit großer Geschichte und Ausstrahlung. Wie wird der Ort heute genutzt und gelebt? Und was trägt er aus Ihrer Sicht zur Identität der Region bei?**

**Wolff:** Maria Laach ist heute ein lebendiger spiritueller und kultureller Anziehungspunkt mit mehreren hunderttausend Besuchern jährlich. Für die Region ist Maria Laach weit mehr als ein Ausflugsziel: Für Generationen von Menschen ist der Ort mit Lebensereignissen wie Taufen, Hochzeiten oder Beerdigungen verbunden. Trotz historischer Einschnitte blieb die Abtei ein verläss-

licher sozialer und geistlicher Anker. Durch ihr kulturelles, soziales und religiöses Engagement ist sie tief im regionalen Leben verwurzelt und prägt die Identität der Region bis heute.

### Viele verbinden Kulturgüter vor allem mit Bewahren. Wo sehen Sie die Rolle Ihres Fördervereins in diesem Zusammenhang?

**Wolff:** Der circa 1700 Mitglieder starke Verein der Freunde der Benediktinerabtei Maria Laach e. V. bemüht sich seit über 20 Jahren erfolgreich um die bauliche Unterhaltung und Pflege der Abtei Maria Laach. Der Konvent erhält keine Zuwendungen aus der Kirchsteuer und ist somit auf Spenden angewiesen. Zudem fördern wir die dazugehörenden Kunstwerke und Kunstschätze, wie auch die vor Ort angebotenen kulturellen, wissenschaftlichen und religiösen Seminare und Projekte ideell und finanziell.

### Aus Ihrer Erfahrung: Was fehlt einer Region, wenn ihre kulturellen Orte an Bedeutung verlieren?

**Wolff:** Es fehlt ein wichtiger Anker für Identität und emotionale Orientierung. Historische Orte stiften Kontinuität in einer sich schnell wandelnden Welt: Sie verbinden Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft und geben Menschen ein Gefühl von Beständigkeit und Zugehörigkeit. Werden sie jedoch nur museal bewahrt und nicht lebendig in die Gegenwart eingebunden, verlieren sie ihre Relevanz für die Menschen – und damit ihre identitätsstiftende Kraft. Entscheidend ist daher, dass solche Orte erfahrbar und zeitgemäß gestaltet bleiben, um nicht bedeutungslos zu werden. Und damit tot. Maria Laach wird dieses Schicksal nicht ereilen. Durch die Einsetzung von Abt Dr. Mauritius Wilde wird der Konvent der spirituellen Lebendigkeit des Ortes eine zukunftsorientierte Gestalt geben können.

#### Wirtschaft als Verstärker

**Herr Hack, Ihr Unternehmen ist stark regional verwurzelt. Wo zeigt sich Identität im wirtschaftlichen Alltag ganz konkret – jenseits von Marketing?**

**Hack:** Gelebte Verantwortung für Menschen vor Ort. Langfristige Bindung von Mitarbeitenden aus der Region. Generationsübergreifende Strategie. In unserem positiven Umgang miteinander. In unserer Verlässlichkeit. Kunden, Partner und Mitarbeiter spüren, ob unsere Haltung echt ist oder nur eine Marketing-Idee.

#### Spüren Sie bei Mitarbeitern oder Kunden, dass regionale Identität Vertrauen und Bindung schafft?

**Hack:** Ja. Echte Verwurzelung schafft Nähe, Loyalität und Glaubwürdigkeit – intern wie extern.

#### Wie wird regionale Identität heute zu einem wirtschaftlichen Faktor – für Unternehmen, Fachkräfte und Innovation?

**Hack:** Sie schafft Bindung, Orientierung und Stabilität. Das hilft bei Fachkräften, Innovation und Krisenresilienz.

#### Gibt es Beispiele, in denen Verwurzelung konkret Innovation, Resilienz oder Fachkräftebindung gestärkt hat?

**Hack:** Verwurzelte Teams bleiben länger, denken nachhaltiger und übernehmen Verantwortung. Sie sind Veränderungsprozessen gegenüber wesentlich aufgeschlossener.

#### Aus unternehmerischer Sicht gefragt: Was braucht die Region, damit Identität auch wirtschaftlich eine Stärke bleibt?

**Hack:** Es braucht neben dem unternehmerischen Mut vor allem weniger Bürokratie und bessere Rahmenbedingungen für den Mittelstand. Der Stolz auf die Unternehmen und die Unternehmerschaft ist in der Gesellschaft leider etwas verloren gegangen.

#### Gegenwart & Zukunft – Identität als Ressource

**Warum ist regionale Identität heute – in Zeiten von Transformation, Globalisierung und Standortwettbewerb – eine harte Ressource?**

**Rönz:** In Gesellschaft, Wirtschaft und Politik laufen große Veränderungsprozesse ab. Gerade in

Zeiten globaler Fragen – die oft im Regionalen beantwortet werden müssen – lässt sich ein steigendes Interesse vieler Bürgerinnen und Bürger für die historischen Ursprünge ihres Ortes und dessen Umgebung beobachten. In diesem Zusammenhang stiftet die regionale Identität Sinn und Zugehörigkeit. Auch für Unternehmen ist regionale Identität, ein gewachsenes kulturelles und ehrenamtliches Angebot ein wichtiger Faktor. Sie bindet die Menschen und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit über die Region hinaus.

**Hack:** Und weil sie Vertrauen schafft. Vertrauen ist in aktuellen Zeiten der schnellen Veränderungen die wichtigste Zutat für ein erfolgreiches Zukunftszerept.

#### Nicht jede Tradition trägt automatisch in die Zukunft. Was sollte bewahrt werden – und was darf sich ruhig verändern?

**Hack:** Bewahrt werden sollten Haltung, Werte und Verantwortungsbewusstsein. Verändern dürfen sich Formen, Strukturen und Arbeitsweisen.

**Rönz:** Das sind gesellschaftliche Aushandlungsprozesse, die wir lediglich begleiten können. Die Bewertung erfolgt durch die Menschen selbst.

**Wolff:** Das ist ein zu erarbeitender Prozess, der regionale Akteur auf breiter Basis einbinden muss. Was als identitätsgefährdend empfunden wird, ist ein hochkomplexes, emotionales und individuelles inneres Geschehen.

#### Welche Stärken der Region sind heute besonders zukunftsfähig?

**Hack:** Verlässlichkeit, Infrastrukturkompetenz, Bildungstradition und kulturelle Tiefe.

**Rönz:** Das kann und will ich nicht beurteilen. Ich persönlich halte das geistige, kulturelle und kulinarische Angebot der Region für bewahrenswert, mitunter zukunftsfähig und für einen wichtigen Standortfaktor. Aber auch das ist ein Aushandlungsprozess in der Gesellschaft, der weder gesteuert noch geplant werden kann.

**Wolff:** Die Erfahrung, als Wirtschaftsraum und Durchgangsregion mit zahlreichen historischen Einflüssen in Kontakt zu sein und über ein anpassungsfähiges Mindset zu verfügen. Die UNESCO Weltkulturerbe-Klassifikation generiert Tourismus und Innovation. Für junge Familien bietet die Region ein attraktives Umfeld.

#### Reibungspunkt – bewahren vs. verändern

#### Was muss bewahrt werden, um Identität zu stärken – und was muss sich verändern, damit sie nicht erstarrt? Wo liegt die Grenze zwischen Stärke und Abschottung?

**Hack:** Bewahrt werden muss das, was Orientierung gibt. Verändern muss sich das, was Entwicklung bremst. Die Grenze ist dort erreicht, wo Identität zur Abschottung wird. Tradition ist daher zwar wichtig, aber ohne ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell mit der Offenheit für zum Beispiel KI wird es nicht funktionieren.

**Rönz:** Identität ist ständigem Wandel unterworfen. So sind Tradition und Offenheit gleicher-

maßen wichtig und immer wieder auszutariieren, sie bedingen einander. Insofern sind die Grenzen fließend und situationsbedingt.

#### Gemeinsame Perspektive

#### Welche Verantwortung tragen Institutionen und Akteure, Identität nicht nur zu bewahren, sondern aktiv weiterzuentwickeln?

**Hack:** Sie müssen Identität aktiv gestalten und teilweise neu beschreiben – nicht nur verwalten oder konservieren.

**Rönz:** Institutionen wie etwa mein Institut haben eine Verantwortung, regionale Identität, also, historische Orte und Fakten, Erzählungen, regionale Sprachentwicklungen und kulturelle Praktiken einzuordnen und zu dokumentieren, zum anderen aber auch zu vermitteln. Sie leisten so einen Beitrag für das gesellschaftliche Miteinander, das Wissen um die eigene Herkunft. Damit dienen sie auch demokratischen Prozessen. Starke und reflektierte regionale Identitäten sind eine Voraussetzung dafür, dass Menschen sich verantwortlich und konstruktiv in die Gesellschaft einbringen können.

**Wolff:** Subsidiarität in allen Bereichen stärken. Weg vom politischen Dirigismus hin zur Verantwortung der Akteure vor Ort – Vertrauen statt Kontrolle. Unterstützung von diskursorientierten und gemeinschaftlichen Formaten, möglichst in Gemeinden und ländlichen Regionen. Debattenkultur aktiv stärken. Der Zugang zu Förderprogrammen sollte erleichtert und die damit verbundene Bürokratie reduziert werden.

#### Wenn Sie einen Wunsch frei hätten: Was sollte die Region heute konkret tun, um ihre Identität zu stärken – und daraus Zukunft zu machen?

**Hack:** Mehr gemeinsames Handeln über Einzelinteressen hinaus. Identität als Zukunftsprojekt verstehen – wirtschaftlich, kulturell und gesellschaftlich. Weg von einer reinen einseitigen, politischen Parteien-Diskussion

**Rönz:** Mein Wunsch wäre, dass die Region ihre Geschichte und Kultur stärker als kulturelle Ressource und Chance begreift. Dazu gehört, historische Orte und regionale Geschichte für alle erfahrbar zu machen. Das gelingt am besten vor Ort: Die Städte und Gemeinden als Träger einer unserer größten demokratischen Traditionen – der kommunalen Selbstverwaltung – sind doch jene Orte, an denen Identität ganz konkret vermittelt und ausgehandelt wird. Das ist aktueller denn je. Denn wer weiß, woher seine Identität kommt, kann Veränderungen besser einordnen, anderen Meinungen offener begegnen und sich eher für das Gemeinwesen engagieren. In diesem Sinne ist Stärkung regionaler Identität eine Investition in eine lebendige Demokratie.

**Wolff:** Zukunft kann man nicht „machen“ – man kann aber antizipatorisch mit dem Begriff umgehen. Die historische Kulisse (UNESCO Weltkulturerbe, Kulturräume der Regionen) in ein überregionales Konzept fassen, um sie in eine innovative und moderne Kulturregion zu verwandeln. Und natürlich Maria Laach als herausragendem Kulturort die gebührende politische und finanzielle Aufmerksamkeit zukommen zu lassen.

Petra Dettmer

HISTORISCHE ORTE STIFTEN KONTINUITÄT IN EINER SICH SCHNELL WANDELNDEN WELT.

DR. GABRIELE WOLFF



Peter Hack, Vorstandsvorsitzender der HACK AG. Foto: HACK AG



Dr. Gabriele Wolff, Vorsitzende des Vereins der Freunde der Benediktinerabtei Maria Laach e. V. Foto: BLFOTO-Team



Dr. Helmut Rönz, Leiter des LVR-Instituts für Landeskunde und Regionalgeschichte an der Universität Bonn. Foto: Dr. Helmut Rönz



## Buchtipps

### Die Sakristei der Abteikirche von Maria Laach. Historie – Spiritualität – Bedeutung

Autorin: Gabriele Wolff

Der Bildband dokumentiert die Sakristei der Abtei Maria Laach als einen kunsthistorisch bedeutenden Ort der spirituellen Vorbereitung, der eine Brücke zwischen Funktionalität und Theologie schlägt. Im Fokus stehen dabei die Wandgemälde aus den Jahren 1908 bis 1924, welche die Einflüsse der Beuroner Schule sowie das spezifische Kunstverständnis des Konvents illustrieren.

ISBN 978-3-98790-102-7

Erschienen am 15.10.2025