



Die regionalen Wirtschaftsverbände fordern Kostenentlastung, Bürokratieabbau und mehr Anreize für Investitionen.

Von unseren Redakteuren
Jürgen Paul und Christian Gleichauf

Der regionalen Wirtschaft steht ein schwieriger Herbst bevor. Und die Aussichten für das kommende Jahr machen wenig Hoffnung auf Besserung. Lange Zeit haben sich die hiesigen Unternehmen erfolgreich gegen den deutschlandweiten Abwärtstrend gestemmt. Doch Lage und Stimmung in Industrie, Dienstleistung und Handwerk haben sich in den zurückliegenden Wochen deutlich verschlechtert.

Die exportorientierten Industrieunternehmen leiden unter der schwächelnden internationalen Nachfrage, die vor allem im Inland tätigen Dienstleister und Handwerker spüren die Zurückhaltung der Verbraucher aufgrund der nach wie vor hohen Inflation. Und alle kämpfen mit gestiegenen Energiepreisen, Personalengpässen und überbordender Bürokratie. Einen Hauptschuldigen für die Misere haben die regionalen Wirtschaftsvertreter längst ausgemacht: Die Ampel-Koalition in Berlin.

„Gerade die kleinen und mittleren Unternehmen verlieren das Vertrauen in die Politik“, sagt Elke Döring, Hauptgeschäftsführerin der IHK Heilbronn-Franken. Sie fühlen sich gegängelt, über Gebühr belastet und im Regen stehen gelassen. „Sie vermissen echte Perspektiven und befürchten, keine Lobby mehr zu haben“, sagt Döring.

Die Geschäftslage und die Geschäftserwartungen haben sich sowohl bei den Mitgliedsunternehmen der IHK als auch bei jenen der Handwerkskammer Heilbronn-Franken in den jüngsten Konjunkturumfragen verschlechtert. Vor allem die Bauwirtschaft liegt am Boden, weil nach wie vor hohe Preise bei deutlich steigenden Zinsen die Nachfrage ausbremsen. „Gestiegene Rohstoffpreise und die Zinswende machen insbesondere dem Bausektor immer mehr zu schaffen“, sagt Ulrich Bopp, Präsident der Handwerkskammer Heilbronn-Franken. Aber auch andere Branchen hätten zu kämpfen. „Die hohe Inflation drückt nicht nur die Kauflaune, sondern macht sich auch im Handwerk bemerkbar.“

„Es sind Zeiten des Umbruchs“, sagt Hans-Jörg Vollert, Vorsitzender der Südwestmetall-Bezirksgruppe Heilbronn/Region Franken. Vor wenigen Wochen hatte die regionale Wirtschaft Alarm geschlagen. Als Vizepräsident der IHK und Südwestmetall-Vertreter wird er nicht müde darauf hinzuweisen, welche



Fehlentwicklungen es seiner Meinung nach gibt. Als Beispiel nennt er das Lieferkettengesetz, das für sein Unternehmen mit gut 300 Mitarbeitern eigentlich noch nicht gelte. Im kommenden Jahr greift es ab 1000 Mitarbeitern. Doch weil größere Kunden die lückenlose Dokumentation benötigen, sei man schon jetzt dazu gezwungen. „Der Komplexitätsgrad steigt in allen Bereichen“, fasst Vollert zusammen.

Auch die hohen Energiekosten machen dem Weinsberger Unternehmer große Sorgen. Er fordert von der Politik schnelle Entlastung, idealerweise durch ein Absenken oder Aussetzen der Stromsteuer. Von einem staatlich subventionierten Industriestrompreis für energieintensive Unternehmen hält Vollert nichts.

„Das ist immer eine teure und ungerechte Lösung“, sagt er. Zudem macht ihm das „wirtschaftsfeindliche Klima“ in Deutschland zunehmend Sorgen. Die Industrie etwa sehe Künstliche Intelligenz als Riesenchance. „Die Bevölkerung, hat man das Gefühl, sieht nur die Gefahren.“ Die Gewerkschaften und viele Arbeitnehmer träumten von der Vier-Tage-Woche, während man als Unternehmer nicht mehr wisse, wer die Arbeit erledigen kann. „Da klappt vieles auseinander“, sagt Vollert.

„Nicht nur reden, sondern einfach mal machen“, rät Jörg Ernstberger der Politik. Der regionale Geschäftsführer von Südwestmetall fordert vor allem einen raschen und konsequenten Bürokratieabbau, den die Politik immer wieder

verspricht. Das von Kanzler Olaf Scholz propagierte „Deutschlandtempo“ müsse auch in diesem Bereich gelten, so Ernstberger. Nur wenn die Betriebe massiv entlastet würden, hätten sie wieder mehr Spielraum für Investitionen.

Wie sich die Stimmung und die Lage in der heimischen Wirtschaft in den nächsten Wochen und Monaten entwickeln werden, hängt also zum großen Teil von der Politik ab. Kommt es möglichst rasch zum von Scholz vorgeschlagenen „Deutschland-Pakt“ mit umfassenden Entlastungen und Investitionsanreizen für die Unternehmen, könnte der Schalter wieder umgelegt werden. So richtig daran glauben mag in der Wirtschaft derzeit aber niemand.

LBBW warnt vor teuren Folgen

Der Klimawandel wird Baden-Württemberg in den kommenden Jahren stark zu schaffen machen, ergab eine Studie.

Nach Einschätzung des LBBW Research in der aktuellen Studie „BW Quaterly“ setzen dem hochindustrialisierten Bundesland langfristige Veränderungen wie die Energie- und Verkehrswende sowie schadenreiche Naturkatastrophen gleich von zwei Seiten zu. „Die volkswirtschaftlichen Auswirkungen des Klimawandels sind eindeutig negativ“, sagt LBBW-Chefvolkswirt Moritz Kraemer.

Je nach Verlauf werden sich die durch den Klimawandel verursachten Kosten bis 2050 gegenüber den 2000 bis 2020 verzeichneten Schäden mindestens verdoppeln, im schlimmsten Fall sogar versechsfachen. Dann wären es deutsch-

landweit knapp eine Billion Euro. „Da Baden-Württemberg überdurchschnittlich von der Erwärmung betroffen sein dürfte, werden die Kosten hier vermutlich noch schneller steigen“, sagt Kraemer voraus.

Wie für die meisten Länder bringe der Klimawandel auch Deutschland keine Vorteile. „Die Belastung der Wirtschaft dürfte Baden-Württemberg überproportional treffen, da sich hier das Klima nach dem heutigen Stand der Wissenschaft besonders stark verändern wird“, urteilt der Chefvolkswirt. Wie stark und wie genau, wisse jedoch noch niemand vorherzusagen. Zum einen liegen für eine wirklich belastbare Prognose noch viel zu wenig Daten vor. Zum anderen werde die Klimaerwärmung alles andere als ruhig und gleichmäßig verlaufen. Für Deutschland sagt die größte europäische Ratingagentur Scope voraus, dass der Klimawandel bis 2030 drei Prozent Wirtschaftswachstum jährlich kosten wird.

Zu den Herausforderungen der wirtschaftlichen Transformation zählt die Ab-

teilung Research der LBBW vor allem das sogenannte „Verbrenner-Aus“. Die Antriebswende mache immense Anstrengungen in der Automobilindustrie notwendig. Zugleich Sorge der Wechsel zu erneuerbaren Energieträgern im Rahmen der Energiewende zunächst für steigende Rechnungen. Außerhalb der Industrie leide die Land- und Forstwirtschaft darunter, dass ihre Betriebsrisiken durch niedrigere Erträge und Kosten der Anpassung an den Klimawandel steigen.

Spektakulärere Bedrohungen der Wirtschaft durch die Klimawende seien Extremwetterlagen wie Starkregen. Solche Naturkatastrophen könnten den Straßen- und Schienenverkehr, aber auch Flughäfen zeitweise lahmlegen, wie sich im August in Stuttgart und Frankfurt erst wieder zeigte. Demgegenüber sei die Schifffahrt auf Rhein und Neckar bei Trockenperioden durch Niedrigwasserstände bedroht. Lieferverzögerungen und höhere Kosten des Warentransports seien dann die Folge. Niedrigwasserstände

können aber auch die Produktion von Atomenergie in Frankreich beeinträchtigen, was wiederum die französischen Energieexporte nach Baden-Württemberg belasten würde. In der Folge sei mit steigenden Elektrizitätspreisen zu rechnen. Sich häufende Extremwetterereignisse im Ausland könnten darüberhinaus immer wieder die internationalen Lieferketten belasten. Das treffe zwar andere Bundesländer ebenso, aber kein Flächenland sei derart vom grenzüberschreitenden Handel abhängig wie Baden-Württemberg.

Obwohl der Klimawandel für die Wirtschaft Baden-Württembergs alles in allem eine Belastung darstellt, kann er für einzelne Unternehmen auch eine große Chance sein, meint der Chefvolkswirt: „Die Nachfrage nach Klimaanpassungstechnologien steigt. Hier kann sich die Südwest-Industrie als Anbieter technischer Lösungen neuer, klimabezogener Probleme positionieren“, erklärt Moritz Kraemer.

Aus dem Inhalt

Quirliges Duo

Zwei Schwestern leiten den Fensterbau-Familienbetrieb Abel in Bad Rappenau-Heinsheim.

Seite 3



Heilbronner Hotel-Riese

Die Plaza Hotelgroup verfügt 21 Jahre nach ihrem Start über 50 Hotels vor allem in Deutschland.

Seite 4



Prezero recycelt Rasen

Die Autogrammkarten des Bundesligisten 1899 Hoffenheim sind aus Grünschnitt hergestellt.

Seite 8



Neuer Dresscode

Tschüss Krawatte, hallo Sneaker: Die Kleidungs Vorschriften in Firmen haben sich gelockert.

Seite 20



Tipp

Elevator Pitch

Am Donnerstag, 16. November, richten die IHK Heilbronn-Franken und die Campus Founders wieder den Elevator Pitch Region Heilbronn-Franken aus. Zum zehnten Mal startet der Wettbewerb um die beste Geschäftsidee, gepitcht wird diesmal bei der IHK im Heilbronner Haus der Wirtschaft. Eine Jury wählt aus den Bewerbungen zehn aus, die beim Elevator Pitch vorgestellt werden. Wer sich qualifiziert hat, kann bereits eine Woche vor der Präsentation an einem Pitch-Coaching der Campus Founders teilnehmen. Beim Regionalentscheid müssen die Teams dann in drei Minuten die Experten-Jury von ihrer Idee überzeugen. Der Erstplatzierte sichert sich die Teilnahme am Landesfinale des Start-up BW Elevator Pitch. Bewerbungsschluss ist Freitag, 3. November.

Weitere Informationen:
www.ihk.de/heilbronn-franken

Seifriz-Preis

Der Seifriz-Preis für Innovation und Technologietransfer startet in eine neue Runde. Auf die Gewinners Teams warten Preisgelder von bis zu 25.000 Euro. Handwerksmeister, Praktiker und Partner aus der Wissenschaft können zukunftsweisenden Projekte einreichen. Prämiert werden auch innovative Geschäftsmodelle, wegweisende Strategien, effiziente Organisationsstrukturen. Für nachhaltige Innovationen gibt es erstmals einen Sonderpreis. Bewerbungen bis 31. Oktober unter www.seifriz-preis.de

Türen auf mit der Maus

Die Blanc & Fischer Ausbildungsakademie in Oberderdingen beteiligt sich am bundesweiten Aktionstag des WDR „Türen auf mit der Maus“ und lädt am Dienstag, 3. Oktober, von 9.30 bis 11.30 Uhr wissbegierige Besucher im Alter von vier bis acht Jahren zu verschiedenen Mitmachaktionen ein. Die Teilnehmeranzahl ist auf maximal 40 Kinder plus jeweils eine Begleitperson begrenzt. Teilnahmeberechtigt ist nur, wer eine Anmeldebestätigung von der Ausbildungsakademie erhalten hat.

Weitere Informationen:
www.wdrmaus.de/
tuer_oeffner_tag/2023/index.php5?detail=726408

Impressum
WirtschaftsStimme

Wirtschaftszeitung für die
Region Heilbronn-Franken

Die WirtschaftsStimme liegt der Heilbronner Stimme, Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme bei.

Chefredaktion: Uwe Ralf Heer

Redaktionelle Koordination: Heiko Fritze

Redaktion: Ranjo Doering (rad), Heiko Fritze (frz), Christian Gleichauf (cgl), Philipp Simon Klein (psk), Jürgen Paul (jüp), Ulrike Plapp-Schirmer (rik), Alexander Rülke (arü, PR), Tanja Weilemann (tawe, PR)

Tel. 07131 615-365

Fax 07131 615-373

E-Mail: redaktion@wirtschaftsstimme.de

Anzeigen: Martin Küfner (verantw.)

Tel. 07131 615-570

E-Mail: anzeigen-hn.stimme@stimme-mediengruppe.de

Verlag und Druck:

HEILBRONNER STIMME GmbH & Co. KG
Allee 2, 74072 Heilbronn

Internet: www.wirtschaftsstimme.de

Riesige Tunnel-Belüfter



Boxberg Ein besonderes Projekt hat der Ventilatorenhersteller Systemair GmbH in Boxberg in den vergangenen Monaten abgewickelt: Seit Beginn des Jahres produzierte der Hersteller für Klima- und Lüftungstechnik insgesamt 114 Tunnelventilatoren. Jeder einzelne sogenannte Jeffan ist 4,6 Meter lang, 2,1 Meter hoch und wiegt 1800 Kilogramm. Die Tunnelventilatoren werden zur Belüftung in 27 Bahntunneln auf der Strecke

zwischen Kassel und Fulda eingesetzt. Die Bewetterungsventilatoren sind steckerfertig mit einem zehn Meter langen Kabel zum Einsatz für vorübergehende Baustellenbelüftungen geeignet. Die Drehzahl kann der Luftanforderung im Tunnel angepasst werden. Geschäftsführer Stefan Fischer (Mitte) freut sich über das tolle Projekt mit den Projektverantwortlichen Arthur Palmer (links) und Reiner Kelch (rechts). Foto: Systemair

Firmen von A bis Z

Abel Fensterbau	3
Audi	3
Bausch + Ströbel	16
Bausparkasse Schwäbisch Hall	5
Bechtle	5, 20
Behringer	17
Beyerdynamic	20
Blanco	9
Continental	11
CS-Gruppe	6
Dieffenbacher	13
EBM-Papst	5, 7
Fibro	16
Groninger	17
Hofmann Fördertechnik	4
IDS	9
Illig	17
Kärcher	10
Klinik Hohenlohe	5
Körber Supply Chain Automation	14
Kreissparkasse Heilbronn	5, 20
Kurtz Ersa	12
Layher	14
Leonhard Weiss	18
Lidl	11, 20
Microchip	12



In den Unternehmen der Region ist weiterhin viel Betrieb. Foto: Archiv/Gleichauf

Mlog	14
Olymp	20
Optima	16, 18
Philipp Architekten	18
Plaza Hotelgroup	4
Prezero	8
Provinztour	6
Rommelag	16
Rüdinger	4
RW Messen & Events	5
Schubert	16
Solvay	19
Stackit	5
Stahl Cranesystems	14
Syntegon	13, 16, 20
Südzucker	3
Systemair	2
TII Group	16
Trumpf	19
Vollert	17
VR-Bank Heilbronn-SHA	5
Weber Hydraulik	19
Weinig	16, 17
R. Weiss	17
Wiesheu	16
Wildbakers	10
Wittenstein	20
Würth IT	18
XXXLutz	17

Senderepublik Deutschland in der Dekadenz?

Der Sport ist in vielerlei Hinsicht ein Spiegel der Gesellschaft, der Wirtschaft und der Politik. Er zeigt oft, was fehlt.

Gastautor

Von Steffen
Linsenmaier



Der Auftritt der deutschen Nationalmannschaften der Männer und Frauen bei den Fußball-Weltmeisterschaften war symptomatisch. Ihre Auftritte waren peinlich und lustlos. Ihr vorzeitiges Ausscheiden war vollkommen verdient. Und auch in der Wirtschaft sind wir heutzutage oft nicht wirklich vorbereitet, um nachhaltigen Erfolg zu haben. Häufig fehlt es an der professionellen Einstellung sowie an durchdachten und zusammenhängenden Aktionen. Häufig führen diverse Player unbestimmte Alleingänge durch.

Wir sind meist nicht wirklich präsent und aufmerksam; wir reagieren mehr, als dass wir agieren, und sind dadurch nicht selten zu spät. Es fehlt an Weitblick und Strategie, an Innovationen und somit an Zukunftsorientierung. Nach Rückschlägen hinterfragen wir vieles nicht mehr selbstkritisch. Im Zweifel erklären wir lieber andere – auch Unbeteiligte – bei eigenem Scheitern für schuldig.

Wir chatten im Internet, posten und kommentieren unablässig in den sozialen Medien. Der zu Beginn der 2010er Jahre aufgekommene Politikstil der „Politik des Gehörtwerdens“ manifestiert dies. Heutzutage wird über einige Themen endlos im Kreis diskutiert und vieles zerredet. Klare Aussagen – vielfach Fehlanzeige.

Jeder „darf“ mitreden, egal ob Experte oder Laie – wir sind gefühlt ständig am Senden. Leben wir zwischenzeitlich in einer „Senderepublik“ von mehr als 80 Millionen „Dauersendern“? Effiziente Kommunikation besteht aus informativen Sendern und interessierten Zuhörern. Doch lassen wir uns noch ausreden? Lassen wir unterschiedliche Meinungen zu, respektieren und akzeptieren wir diese? Eher nein.

Deutschland ist durch die wirtschaftliche Erfolgswelle der vergangenen Jahre erneut fett und satt geworden. Es geht und ging uns zu lange zu gut. Die Vollkasko-Mentalität hat Deutschland in der „dekadenten Dekade“ fest im Griff.

Vier gesellschaftliche Trends verdeutlichen dies: Erstens sind in zahlreichen Themenfeldern zunehmende Ideologien erkennbar; etwa in der Energiepolitik, in der Genderisierung der Sprache, in den Diskussionen über Unternehmen, die durch die gestiegenen Energiepreise in die Insolvenz getrieben wurden.

Zweitens wirft die Regierung mit Entlastungspaketen und Geld um sich. Wir benötigen eine Zeitenwende, allerdings anders, als sie der Bundeskanzler versteht. Es bedarf eines Wechsels von einer Verwaltung der schuldenfinanzierten Gießkannenpolitik hin zu auf Effizienz und Effektivität beruhender Sparsamkeit. Notleidenden Menschen, das sei hier ausdrücklich betont, muss selbstverständlich unter die Arme gegriffen werden.

Drittens gewinnt innerhalb der „Work-Life-Balance“ der Begriff „Life“ dramatisch an Überhand. Zweifelsohne sind Familie und Freunde als soziale An-

Editorial

Von Heiko Fritze



Eine Quelle an Ideen

Maschinenbau wirkt auf viele wie ein großes Rätsel. Irgendetwas Nerdiges, etwas für Bastler, ein bisschen geheimnisvoll – man erinnert sich da an Comicfiguren wie Daniel Düsentrieb oder Doktor Snuggles, die in einem Chaos von Werkzeugen und Teilen verblüffende Apparate zusammenschrauben.

Dabei sind es handfeste Probleme, die von den Tüftlern und Konstrukteuren angepackt werden: Wie etwas in eine Verpackung kommt oder überhaupt die Verpackung erst einmal in Form kommt. Wie Teile zerkleinert werden können. Wie aus Blech Autotüren werden. Oder aus Kunststoffkörnchen ein Joghurtbecher. Natürlich ist das jeweils komplex – so sehr, dass es schon lange keinen Maschinenbauer mehr gibt, der Anlagen für alle Anwendungen herstellen kann. Die Branche ist fein verästelt, viele Unternehmen sind hochspezialisiert, haben eine Nische ausgemacht und konsequent besetzt. Daraus kann dann durchaus die Weltmarktführerschaft entstehen – wie etwa bei Weinig in Tauberbischofsheim, an denen in Sachen Holzbearbeitung kein Weg vorbeiführt. Und rund um Schwäbisch Hall ist gleich eine ganz Ansammlung von Unternehmen entstanden, die Verpackungsmaschinen herstellen. Für Kartons, Kunststoffbehälter und Glasfläschchen, für Lebensmittel und – gerade in den vergangenen Jahren enorm gefragt – Medikamente sowie Impfstoffe. Der Verein Packaging Valley hat dies in eine Organisation geführt, die inzwischen weit über den Landkreis Schwäbisch Hall hinausreicht.

In Zeiten wie diesen sind solche Kooperationen aber auch bitter nötig. Nicht überall boomt es noch. Steigende Inflation, steigende Energiepreise, steigende Arbeitskosten lassen immer häufiger die Frage aufkommen, wo die nächste Produktionslinie aufgebaut wird – hierzulande oder doch in Übersee? Die Notschreie aus den regionalen Kammern werden immer lauter, die Reaktionen der Landesuns vor allem der Bundespolitik sind jedoch allenfalls in homöopathischen Dosen vernehmbar. Immerhin scheinen auch die strammsten Verfechter des reinen klimaneutral-ökologischen Kurses zu bemerken, dass sie mit zu schneller Transformation die Wirtschaft und damit die wichtigste Steuer-Einnahmequelle des Staates lahmzulegen drohen. Wenn alle wohlfeilen Versprechen wie Industriestrompreis oder Klimageld bereits an der Einnahmefrage zu scheitern drohen, werden auch Nicht-Ökonomen wach.

Noch ist die Lage ja auch nicht hoffnungslos. Messen und Tagungen finden wieder wie vor Corona statt, die Deutschen haben sich das Reisen in den Corona-Jahren nicht abgewöhnt. Die Unternehmen suchen wieder den Kontakt zum Kunden, und wer von einer Messe zurückkommt, meldet viele Abschlüsse.

kerpunkte essenziell. Allerdings wird „Work“ zunehmend zum Anti-Begriff. Es gilt das Leben zu genießen, bei gleichbleibend hohen Gehaltsstrukturen. Der Leistungsgedanke ist zunehmend passé.

Viertens sorgt der Arbeitskräftemangel für Debatten rund um das Experiment Vier-Tage-Woche. Effiziente Leistung ist bei diesem Modell möglich, erfordert allerdings einheitliche und klare Abläufe. Von Beschäftigten wird ein hohes Maß an Selbstdisziplin, Vertrauen sowie professionelle Fähigkeiten eingefordert.

Diese Eigenschaften kommen in der Praxis immer weniger vor. Dafür bewegen wir uns in eine dekadente, leistungsunfähige und -unwillige Gesellschaft. Wohlstand ist kein Naturgesetz, er muss verdient und erarbeitet werden. Wenn wir nicht umsteuern, wird es wirtschafts- und gesellschaftsschädigend. Wir benötigen in Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Sport ein wirkungsvolles „Reverse Engineering“. Teamarbeit muss sich wieder lohnen.

Steffen Linsenmaier ist Vertriebsleiter bei einem Engineering-Dienstleistungsunternehmen im Raum Stuttgart



Der Fenster- und Türenbauer Abel beschäftigt in Heinsheim 20 Mitarbeiter. Geführt wird das Unternehmen von den Familien Ries und Klauzar. Foto: Fensterbau Abel

Tradition und Moderne: Die Frauen von Fensterbau Abel

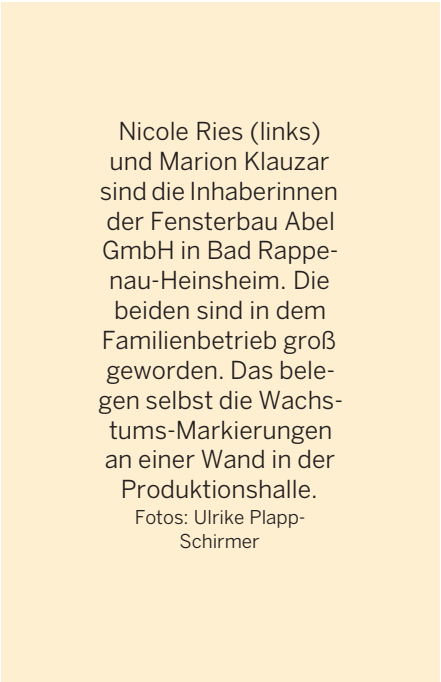
Seit 1990 produziert die Fensterbau Abel GmbH in Heinsheim Kunststofffenster und Türen. Seit 2015 sind hier zwei Frauen am Ruder: Nicole Ries und Marion Klauzar führen das Werk ihrer Eltern fort.

Von unserer Redakteurin
Ulrike Plapp-Schirmer

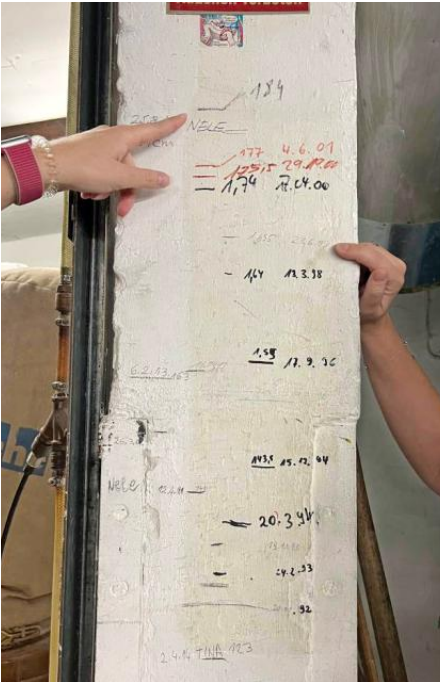
Mit stattlichen 1,83 und 1,80 Metern Körpergröße sind die beiden nicht zu übersehen. Und wenn sie erzählen, muss man schnell sein beim Zuhören und Mitschreiben. Leidenschaft pur steht hinter allem, was Nicole Ries (44) und Marion Klauzar (37) machen: ob als Inhaberinnen der Fensterbau Abel GmbH in Bad Rappenau-Heinsheim, als Töchter, Ehefrauen und Mütter, oder wie – Nicole Ries – im Ehrenamt als Wirtschaftsjuniorin.

„Allein wollten wir nicht sein. Vor allem nicht im Geschäft.“ Marion Klauzar

Und ja, das funktioniert. „Allein wollten wir nicht sein, vor allem nicht hier im Geschäft“, sagen die beiden Schwestern. „Wir sind froh, dass wir einander haben.“ Vor allem jetzt, wo die Auswirkungen der Pandemie im Handwerk immer noch spürbar sind. „Wo immer noch nicht alles normal läuft“, wie Ries sagt, und Fragen im Raum stehen wie: „Bekommen wir genug Material? Wie verhalten sich die Preise? Und läuft es bei den Lieferanten rund?“ Auf der anderen Seite stünden immer häufiger Kunden, denen es nicht schnell genug gehen könne. Doch bei einer Manufaktur, die ihre Produkte selbst herstellt, heißt es manchmal eben auch: ein bisschen warten. „Lieferzeiten wie bei Amazon können wir nicht anbieten“, sagt Nicole Ries. Aber wenn eine Scheibe zerbricht oder die Tür nicht mehr schließt, wird die Außenhaut zeitnah gesichert: „Zur Not schicken wir unsere Männer.“ Bei Nicole Ries und Marion Klauzar dreht sich alles um die eigene Firma. „Familie“ ist ein Wort, das immer wieder fällt, wenn die Unternehmerinnen von ihrem Alltag erzählen. Ihre Männer, Markus Ries ist seit zwanzig Jahren im Betrieb, Tobias Klauzar seit zehn Jahren, sind die Geschäftsführer von Fensterbau Abel. Die Kinder kommen zum Essen in den



Betrieb. Wer Hausaufgaben machen muss, bleibt da – wie es die Mütter in dem 33 Jahre alten Familienbetrieb einst auch gemacht haben. In der Produktionshalle an einer Wand finden sich Markierungen, wer wann wie groß war. „Ein Gefühl der Geborgenheit“ verbinden die beiden Frauen mit ihrer Firma.



„Bei Abels war immer was los“, erzählen sie. Und das gehört zu ihren schönsten Kindheitserinnerungen. Beruf, Familie und Ehrenamt unter einen Hut zu bringen: Das gelingt Nicole Ries und Marion Klauzar scheinbar mühelos. Tatsächlich ist das Netzwerk dicht, das sie gewoben haben – und das sie

trägt. „Von Anfang an war die ganze Familie involviert“, erzählen die beiden. Helmut Abel, gelernter NSU-Maschinenschlosser, fing am 1. Juli 1990 in einer alten Heinsheimer Konservenfabrik mit damals 37 Jahren an, Fenster zu produzieren: „Wir haben sogar noch ein funktionierendes Kühlhaus“, erzählen die Töchter schmunzelnd: Den Dillgeruch der viele Jahre lang gelagerten Kräuter bekommt man nicht mehr raus. „Treue“ ist noch so ein Wort, das Nicole Ries und Marion Klauzar mehr als einmal verwenden: Treue zur Hausbank, der Volksbank Kraichgau, die dem Vater finanziell immer den Rücken gestärkt hat – „ohne Businessplan: Das würde heute keiner mehr machen“. Treue zu Lieferanten. Kundentreue: „Manche von ihnen kommen seit 33 Jahren zu uns.“ Dank dieser Treue könne man auch schlechte Zeiten überstehen, sind sich die Unternehmerinnen sicher: 20 Männer und Frauen arbeiten bei Fensterbau Abel, „und ja, tatsächlich begleiten uns viele schon über lange Jahre und stehen immer an unserer Seite“, betont Marion Klauzar. Betriebswirtschaftlich sei man gerade so an einer magischen Grenze, meint Nicole Ries. Als Manufaktur könne man leichter überleben, in Material, Größe und Farbe auf jeden Kundenwunsch eingehen. Man verfüge über ein großes Lager, kurze Wege und viel Know-how: „Individuelle Lösungen fallen uns leicht“, so Klauzar. „Wir versuchen, was möglich ist, regional abzudecken“, ergänzt Ries: „Durch die lange Verbundenheit mit unseren Lieferanten machen die für uns auch mal was geschwind. Das haben wir von unseren Eltern genau so gelernt.“ Mutter Agnes ist gelernte Industriekauf-

„Das haben wir von unseren Eltern genau so gelernt.“ Nicole Ries

frau. Sie sei mit ins Unternehmen eingestiegen, habe dem Vater den Rücken freigehalten und nebenbei noch aus zwei kleinen Mädchen zwei große Frauen gemacht. Und doch ist nicht alles so geblieben wie es war, als Helmut und Agnes Abel 2019 ausgeschieden sind. In die Firma gedrängt worden seien sie nie. Nicole Ries und Marion Klauzar wissen genau, was sie tun, und bleiben auch dann halbwegs gelassen, wenn sie wieder mal gefragt werden, ob sie „einen Mann holen könnten, der sich auskennt“. Wer wessen Chef ist, wer der Chef: Bei Fensterbau Abel ist das gar nicht so wichtig. Viel wichtiger ist der familiäre Zusammenhalt, die Aufgabenteilung und die Authentizität: „Man bekommt uns nur so, wie wir sind“, betont Nicole Ries. Füreinander seien sie immer erreichbar, nennt sie ein Geheimnis der gemeinsamen Unternehmensführung. Aber beide würden sie auch versuchen, die jeweils andere nicht zu stören, wenn es nicht sein müsse. „Die heutigen Medien machen vieles möglich“, ergänzt Markus Ries, der zwischenzeitlich zusammen mit Tobias Klauzar zum Gespräch dazugekommen ist. Aber: „Ich bin schon eher derjenige, der am Sonntag keine Mails abrufft. Meine Frau kann das nicht.“

Köpfe

Finanzvorstand geht

Thomas Kölbl (61), Finanzvorstand bei Europas größtem Zuckerhersteller Südzucker, wird seinen am 31. Mai 2024 auslaufenden Vorstandsvertrag nicht verlängern. In einer persönlichen Mitteilung an die Mitarbeiter schrieb er: „Ich arbeite mit großer Freude und Einsatz für ‚unsere‘ Südzucker. Im 62. Lebensjahr angelangt, bin ich zu der festen Überzeugung gelangt, dass es für unser Unternehmen im aktuellen Umfeld als auch für mich und meine Familie ein guter Zeitpunkt ist, den Stab im Finanzbereich in jüngere Hände zu übergeben.“



Thomas Kölbl
Foto: Südzucker

Der gebürtige Heilbronner wurde nach verschiedenen Funktionen bei der Südzucker AG im Juni 2004 Mitglied des Vorstands. Dort verantwortet er bis heute die Ressorts Controlling, Finanzen, Investor Relations, Recht, Einkauf, Liegenschaften und Versicherungen sowie Steuern. „Nach fast 34 Jahren bei Südzucker, davon knapp 20 Jahre als Mitglied des Vorstands, respektieren wir mit großem Bedauern die Entscheidung“, sagte Stefan Streng, Aufsichtsratsvorsitzender der Südzucker AG. „Wir werden die kommenden Monate nutzen, um die Nachbesetzung zu regeln.“ „Im Vorstandsteam schätzen wir Thomas Kölbl nicht nur wegen seiner enormen Erfahrung und hohen fachlichen Qualifikation, sondern auch aufgrund seiner menschlichen und überaus kollegialen Art“, ergänzte Niels Pörksen, Vorstandsvorsitzender der Südzucker AG. *frz*

Firmen

Audi qualifiziert

Durch die Elektrifizierung und Digitalisierung treten mechanische Vorgänge für viele Produktionsbereiche immer öfter in den Hintergrund, während die Bedeutung der Mechatronik zunimmt. Die Audi AG möchte ihre Beschäftigten darauf vorbereiten und sie befähigen, komplexe Arbeitsprozesse umzusetzen. Daher bietet das Unternehmen für den betroffenen Teil seiner Belegschaft eine modulare Qualifizierung zum „Inbetriebnehmer“ an. „Es gilt, die enorme Erfahrung unserer Mitarbeiter auf neue oder sich verändernde Bereiche anzupassen. Durch passende Qualifizierung und Weiterbildung bieten wir ihnen die Möglichkeit, ihr Wissen zu festigen und sich auf künftige Anforderungen vorzubereiten“, sagt Christian Hacker, Leiter Aus- und Weiterbildung am Audi-Standort Neckarsulm. Durchgeführt wird die Qualifizierung gemeinsam mit dem Bildungswerk der Baden-Württembergischen Wirtschaft und Train4tec. Gefördert wird sie durch die Agentur für Arbeit Heilbronn im Rahmen des Qualifizierungschancengesetzes. Sie endet im Frühjahr mit einer Prüfung. *red*



Audi schult Mitarbeiter zu „Inbetriebnehmern“. Foto: Audi

Buchkritik

Vertrauen lernen

Andreas Fürsattel wagt einen interessanten Versuch. Sein Führungsratgeber erscheint in Form eines „Business-Romans“. Um was es geht: Eine Unternehmertochter steigt in der Firma ein und erlebt die verkrusteten Führungsstrukturen ihres Vaters, die auf strenger Kontrolle basieren. Beschrieben wird nun die Umwandlung der Unternehmenskultur von Kontrolle zu Vertrauen. Große Literatur darf dabei nicht erwartet werden. Der Stil ist doch eher schlicht – das sorgt auch für manche Länge. Denn der „Roman“ ist nur bedingt unterhaltsam. Die beschriebenen Mechanismen der Veränderung sind zwar oft sehr brauchbar, gehen aber manchmal unter. Am besten ist das Buch daher dann, wenn die Form des Romans immer mal wieder verlassen wird.



Andreas C. Fürsattel: Die Vertrauens-Strategie
Der erfolgreiche Weg zu einer modernen Führungskultur. Wiley VCH, 224 Seiten, 21,99 Euro.

Firmen

Stapler-Cup

Patrick Reppert aus Wiernsheim siegte bei der Regionalmeisterschaft des Stapler-Cups in Neckarsulm und sicherte sich die Teilnahme bei der Deutschen Meisterschaft im Staplerfahren im Oktober in Aschaffenburg. Auf dem Gelände von Hofmann Fördertechnik in Obereisesheim traten 71 Fahrer und zwei Fahrerinnen gegeneinander an. Zunächst galt es, zwei Vorrundenparcours zu bewältigen. Die zehn besten Fahrer und zwei Lucky Looser bestritten die Finalparcours. Hinter Reppert belegten Tobias Weißmann aus Forchtenberg Platz zwei und Roman Naumov aus Bad Rappenau Platz drei. Bestes Team war die Mannschaft von Konrad Hornschuch AG/Continental aus Weißbach, beste Fahrerinnen Jessica Neleßen aus Germersheim.



Beim Stapler Cup gab es knifflige Aufgaben. Foto: Hofmann Fördertechnik.

Aus dem Nichts zur großen Kette

Ihsan und Yonca Yalaz übernahmen 2002 ein insolventes Heilbronner Hotel. Heute sind daraus 50 Standorte in Mitteleuropa geworden.

Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Es war immer ihr Traum, in die Hotellerie zu gehen. Dabei stammten sie gar nicht direkt aus der Branche: Yonca Yalaz arbeitete zuvor als Pharmareferentin für Dentaltechnik, ihr Mann Ihsan Yalaz hatte nach der Ausbildung zum Industriemechaniker Betriebswirtschaft an der Hochschule Heilbronn studiert, dann ein Hotel an der Mosel geleitet. Als 2002 das Hotel Kastell in Heilbronn-Böckingen pleite ging, entschlossen sich die beiden zum Sprung ins kalte Wasser: Sie übernahmen den Betrieb und machten sich daran, ihn wieder rentabel zu machen. Damals waren sie gerade mal 34 und 28 Jahre alt. Heute lässt sich sagen: Es ist ihnen gelungen. Das Hotel Kastell mit anfänglich 64 Zimmern stellten sie rasch wieder auf die Beine. „Wir haben eine Analyse gemacht, was das Hotel braucht und welches Potenzial es hat“, erzählt Ihsan Yalaz. „Wir waren dadurch wohl das erste Hotel in Heilbronn mit WLAN.“ 2009 wurde zum Gebäude mit ausschließlich Einzelzimmern ein Bau mit Doppelzimmern hinzugefügt. „Das war, was gefehlt hat“, sagen sie heute. „Wir haben die Banken überzeugt mit unseren Zahlen. Und wir haben viele Stammgäste aufgebaut.“

„Wir waren wohl das erste Hotel in Heilbronn mit WLAN.“ Ihsan Yalaz

Es folgte der Ansporn, sich für Krisen zu wappnen. Für das Ehepaar Yalaz hieß das: weitere Standorte hinzugewinnen, um bei einer Flaute in Heilbronn mit anderen Regionen ausgleichen zu können. So kam es 2009 zur Anpachtung von zwei insolventen Betrieben in Ditzingen und Filderstadt. 2012 ging es nach Braunschweig, 2014 an den Kurfürstendamm in Berlin. Im selben Jahr übernahmen sie die Mietverträge von gleich zwölf Hotels der Amedia-Gruppe in Österreich. Die Heilbronner traten da schon längst unter der eigenen Marke Plaza Hotel auf. 2016 war die Gruppe auf 24 Häuser angewachsen. 2019, im Jahr vor der Corona-Krise, wurde der bisherige Umsatzrekord mit 110 Millionen Euro erreicht. Die Pandemie bremste dann die weitere Expansion ab. Doch in den Phasen von Lockdown und Öffnung unter Einschränkungen gingen Ihsan und Yonca Yalaz anders vor als viele Wettbewerber. „Wir haben alle Beschäftigten in unseren damals 41 Hotels behalten“, erzählt die Geschäftsführerin. „Wir haben alle zwei Wochen Videokonferenzen abgehalten. Jeder konnte mit seinen Sorgen zu uns kommen. Wir haben den Mitarbeitern immer vermittelt, dass es weitergeht.



Eines der bekanntesten Objekte im Portfolio der Plaza Hotels ist das Hochhaus am Tümmendorfer Strand an der Ostsee. Das Gebäude gehört seit zwei Jahren zur Heilbronner Gruppe.

Wird ein Hotel übernommen, unterzieht es Geschäftsführerin Yonca Yalaz einer gründlichen Modernisierung. Der Reisende soll sich zu Hause fühlen, weiß sie aus eigener Erfahrung. Hier ein Zimmer in Heidelberg.



Die Gestaltung der Inneneinrichtung ist eher modern als verschnörkelt und auf alt getrimmt. Hier die Lobby des Plaza-Hotels in München. Fotos: Plaza Hotel Group

In mehreren deutschen Großstädten ist das Heilbronner Unternehmen inzwischen mit eigenen oder gepachteten Standorten vertreten. Bremen kam wie Tümmendorfer Strand in den vergangenen zwei Jahren hinzu.



Denn mit Ängsten sollte man die Mitarbeiter nicht alleine lassen.“ Die Folge: Als die Betriebe wieder öffnen durften, war das Personal nahezu vollständig an Bord, alles konnte wieder in vollem Umfang starten. „Das ist für mich eine echte Erfolgsgeschichte“, sagt die Geschäftsführerin. Dass dann das Unternehmen zum besten Arbeitgeber seiner Branche in einer Umfrage von „Stern“ nach Statista-Daten gewählt wurde, sehen die Inhaber als nachträgliche Bestätigung ihres Kurses: „Ein gutes Team aufzubauen dauert Jahre. Das wirft man nicht so einfach weg.“ Einige Einschnitte gab es dennoch: 2021 trennte sich die Gruppe von sechs unwirtschaftlichen Standorten. Dafür gewann sie in den folgenden Monaten acht neue hinzu. Und darunter ist ein echtes Juwel: Das Hotel-Hochhaus am Tümmendorfer Strand. „Das kennt jeder“, hat Yonca Yalaz festgestellt. Auch hier hatte sich der Betrieb festgefahren. Die neuen Inhaber investierten mehrere Millionen Euro in das Gebäude. Nun sei es wieder gut ausgelastet – und auch die Einheimischen kämen wieder, weil dort endlich wieder etwas los sei. Den Beweis hat die Geschäftsführerin erst vor wenigen Wochen als Video erhalten. Mit einem gewissen Stolz zeigt sie ihn gerne herum.

„Reisende sind einsame Menschen. Wenn sie in ein Hotel kommen, sollten sie sich wie zu Hause fühlen.“ Yonca Yalaz

Inzwischen ist die Plaza Hotelgroup auf 50 Hotels in Deutschland, Österreich und den Niederlanden angewachsen und zählt damit zu den fünf größten familiengeführten Hotel-Unternehmen in Deutschland. 1700 Mitarbeiter werden beschäftigt. 2022 lag der Umsatz wieder bei 95 Millionen Euro. Dieses Jahr sei die Belegung bereits wieder auf Vorkrisenniveau, berichtet Ihsan Yalaz. „Wir können die Inflation ausgleichen. Wir sind mit den Zahlen zufrieden.“ Die Kunden unterscheiden sich zwar je nach Standort – mal sind es eher Geschäftsleute, mal Touristen, mal ist es je nach Wochentag oder Monat gemischt. Tagungen boomten wieder, bekräftigt er. „Alle hatten vorhergesagt, Tagungen und Konferenzen würden sterben nach Corona. Aber das Gegenteil ist der Fall. Außendienstler bleibt Außendienstler – man muss sich treffen“, ergänzt Yonca Yalaz. „Man kann nicht das Verkaufsteam eines Konzerns per Videokonferenz motivieren.“

Für die Zukunft plant das Unternehmer-Paar mehr Digitalisierung. Den Wegfall des Meldescheins sieht es daher positiv. „Asien und Amerika sind uns weit voraus. Das wird jetzt wieder aufgeholt“, erwarten sie. Was weiteres Wachstum angeht, bleiben Ihsan und Yonca Yalaz pragmatisch. „Wir haben keine festen Ziele“, sagen sie. „Gier frisst Hirn – man muss sich alles mit Bedacht ansehen, immer mit Vorsicht. Wenn es passt, nehmen wir es, aber nicht, um Größe zu zeigen.“ Und Yonca Yalaz fügt hinzu: „Alles, was man mit Liebe macht, wird gut.“ Die einstige Pharmareferentin hat selbst jahrelang aus dem Koffer gelebt. „Reisende sind einsame Menschen“, hat sie da erfahren. „Wenn sie in ein Hotel kommen, sollten sie sich wie zu Hause fühlen.“

Fünf Fragen an Roland Rüdinger

Roland Rüdinger ist ein Hansdampf in allen Gassen. Er leitet die größte Spedition des Hohenlohekreises, ist politisch aktiv, sitzt in der IHK-Vollversammlung, in Landes- und Bundesgremien seiner Branche, ist in vielen Vereinen seiner Heimatstadt Krauthelm engagiert. Wie er das schafft, verrät er in unserem Kurzinterview.

1 Herr Rüdinger, welchen Führerschein besitzen Sie nicht?
Roland Rüdinger: Denjenigen für einen Panzer.

2 Bus, Lastwagen, Auto, Motorrad, Traktor – welches Fahrzeug fahren Sie am liebsten und warum?
Rüdinger: Reisebus. Er bietet maximalen Fahrkomfort, sehr gute Übersicht und Rundumsicht – und es ist meistens gute Unterhaltung dabei.



Roland Rüdinger darf vieles fahren. Foto: Heiko Fritze

3 Gehen Ihnen da die engen, kurvigen Straßen im Jagsttal nicht manchmal auf die Nerven?
Rüdinger: Nach und nach werden auch die Straßen im Jagsttal besser. Und dort herrscht ja flüssiger Verkehr.

4 Unternehmer, Funktionär, Politiker, Vereinsmensch – wie bekommen Sie das alles unter einen Hut?
Rüdinger: Weiß ich auch nicht. Manchmal geht's auch schief.

5 Wenn Sie ein Jahr lang Verkehrsminister wären, im Bund oder Land – was würden Sie umsetzen?
Rüdinger: Winfried Hermann bestechen, dass er den Ausbau der A6 zulässt. Und Lang-Lkw überall fahren lassen, um CO₂ zu sparen. Das Interview führte Heiko Fritze

ANZEIGE

Tagen mit Aussicht

Tagungshotel und Bio-Restaurant, mit den besten Produkten und Weinen aus dem Ländle, drinnen und draußen herrliche Ausblicke auf's Weinsberger Tal und die Weibertreu.

Rappenhof ***S Hotel und Gutsgaststätte Rappenhofweg 1
74189 Weinsberg Tel: 07134/5190 Fax: 07134/51955
www.rappenhof.de rezeption@rappenhof.de DE-ÖKO-006

Messen hoffen auf die Massen

Die Heilbronner Herbstmesse und der Muswiesen Summit in Rot am See erwarten viele interessierte Besucher.

Von unseren Redakteuren
Jürgen Paul und Christian Gleichauf

Zum dritten Mal findet von Freitag, 29. September, bis Dienstag, 3. Oktober, die Heilbronner Herbstmesse auf der Theresienwiese statt. Die Veranstalter sind guter Dinge, dass sich das Format etabliert hat und in diesem Jahr die Zielmarke von 50000 Besuchern erreicht wird.

Auf insgesamt 25000 Quadratmetern in 17 Hallen und auf dem Freigelände präsentieren die Aussteller der Endverbrauchermesse 28 Themenbereiche: Das Spektrum reicht von Haus & Garten, Pools und Wintergärten über Heizungsbau und energetisches Sanieren bis hin zu Schmuck und Mode, Wellness und Gesundheit sowie Auto und Zubehör. Zudem präsentieren sich auch die Stadt Heilbronn sowie die *Stimme Mediengruppe*.

Als besonderes Highlight habe die Organisatoren eine eigene Mottohalle „Welt der Kristalle“ auf die Beine gestellt, in der Riesenkristalle, Mineralien und Fossilien aus dem gleichnamigen Museum in Dietingen bei Rottweil ausgestellt werden. Zu bewundern sein werden laut Veranstalter knapp 30 Tonnen Kristalle, Edelsteine und Versteinerungen aus 45 Ländern. Zudem sorgt eine überdachte Foodtruck-Street für ein breites kulinarisches Angebot auf der Theresienwiese.

Der Eintritt zu der von RW Messen & Events aus Kirchardt organisierten Verbrauchermesse kostet sieben Euro, ermäßigt sind es sechs Euro. Wer mit Bus oder Bahn anreist, erhält zusätzlich zwei Euro Rabatt.

Im Endspurt befindet sich auch das Team um Samuel Keitel auf dem Weg zum Muswiesen Summit. Am 10. Oktober findet die eintägige Veranstaltung unter dem Motto „Tradition trifft Innovation“ in Rot am See statt. Es soll ein Treffpunkt für Hohenlohe und die gesamte Region sein, der Mittel-



So sah die Theresienwiese bei der Heilbronner Herbstmesse im vergangenen Jahr aus. Die Veranstalter feilen aber jedes Jahr am Konzept der Endverbrauchermesse, um die Attraktivität zu erhöhen. Foto: RW Messen & Events

stand und Start-up-Welt verbindet. Die Idee brachte Samuel Keitel aus München mit. Als Student der TUM in Heilbronn hatte der 21-Jährige, inzwischen selbst Gründer, ein Semester in der bayrischen Landeshauptstadt verbracht und die Start-up-Messe Bits & Pretzels im Umfeld des Oktoberfests erlebt. „Ich habe sofort an die Muswiese gedacht, und dass wir auch so etwas brauchen“, erzählt Keitel. Aufgewachsen in Schrozberg-Spielbach, passte er das Konzept auf die Region an. „Wir haben natürlich nicht so viele Start-ups wie München, aber dafür umso mehr Mittelständler, die doch genauso mit den Themen Innovation und Digitalisierung zu tun haben.“

Also suchte er Kontakt zu Martin Buchwitz von Hohenlohe Plus, und er fand die Unterstützung, die notwendig ist, um solch einen Event zu veranstalten: bei Walter Döring, bei Christian von Stetten, der nun auch Schirmherr ist, und bei vielen Unternehmen aus der Region, die den Muswiesen Summit auch finanziell unterstützen. EBM-Papst, Stackit aus der Schwarz-Gruppe, Bechtle, die Bausparkasse Schwäbisch Hall und die VR-Bank Heilbronn-Schwäbisch Hall, die Campus Founders und mehrere Wirtschaftsförderungsgesellschaften sind dabei.

Einen kleinen Rückschlag gab es aber mit dem ersten Ticketsystem. Der

Anbieter wurde gewechselt, aber der Schaden beläuft sich auf einen fünfstelligen Betrag. Lehrgeld, das zähneknirschend bezahlt wird. Hinzu kommt, dass viele Teilnehmer – wie auch bei anderen Veranstaltungen zu beobachten – sehr kurzfristig buchen wollen. „Wir haben immerhin schon mehr als ein Drittel der 600 Tickets verkauft“, verrät Keitel drei Wochen vor der Veranstaltung. Das sei eine gute Quote. Er hofft, dass am Schluss alle Plätze belegt sind. Auf dem Programm stehen schließlich viele bekannte Namen.

Infos:
www.muswiesen-summit.de

Firmen

Ehrung für Sparkasse

Die **Kreissparkasse Heilbronn** zählt zu den aktivsten Förderberatern im Land und ist seit vielen Jahren Marktführer im Förderkreditgeschäft in der Region. Für die erfolgreiche Vermittlung von Förderkrediten wurde sie von der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) nun erneut als „Premium-Partner Förderberatung“ ausgezeichnet.

„Im Jahr 2022 stellten wir öffentlich geförderte Darlehen mit einem Gesamtvolumen von mehr als 139,7 Millionen Euro neu zur Verfügung. Damit konnten wir unsere Marktführerschaft in der Region wiederholt bestätigen“, sagt Oliver Schoch, Leiter Unternehmenskunden und stellvertretendes Vorstandsmitglied der Kreissparkasse Heilbronn. „Ein großer Teil der Fördermittel wurde an unsere gewerblichen Kunden ausgereicht – die Unternehmen in der Stadt und im Landkreis Heilbronn. Damit tragen wir als Sparkasse aktiv und verlässlich zur Stabilität und Stärkung der heimischen Wirtschaft bei.“

Im Bereich Wohnungsbau wurden private Investoren insbesondere bei energetischen Sanierungsmaßnahmen und bei der Errichtung sowie dem Erwerb energetisch hochwertiger Neubauten unterstützt. *red*



Frank Wenz (LBBW, links) mit Oliver Schoch. Foto: KSK Heilbronn

Wenn Studenten Unternehmer beraten

Beim Reverse Mentoring schulen Studenten der DHBW Heilbronn Unternehmer aus der Öko-Branche.

Junge Menschen denken und reden anders über Bio und Öko als ältere Akteure der Bio-Agrar- und Ernährungswirtschaft. So lautet die Projektthese zum Reverse Mentoring, initiiert vom Landesministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz und der DHBW Heilbronn unter Leitung von Professor Carolyn Hutter, Studiengangsleiterin in BWL-Food Management.

Dominik Tress, Geschäftsführer des gleichnamigen Familienunternehmens aus Ehestetten, hat sich als Mentee auf das Projekt eingelassen. Mentor wurde der BWL-Food-Management-Student Luis Sanktjohanser. Tress ließ sich gerne vom 13 Jahre Jüngeren beraten: „Das war schon spannend, vor allem, weil Luis ein sehr interessanter und inspirierender Mensch ist.“ Beiden habe der Austausch auf Augenhöhe viel Freude bereitet, zugleich ist sich Sanktjohanser sicher: „Meine Sicht auf den Markt ist in einigen Punkten eine andere.“

Beim Convenience-Sortiment der Tress-Brüder würde Luis Sanktjohanser zum Beispiel mehr Fleischprodukte einführen. Hier finden sich nach Sortimentsanpassungen vor allem vegetarische und vegane Produkte. Ein Trend, den auch das Statistische Bundesamt zum Essverhalten der Generation Z bestätigt: Demnach legt diese Altersgruppe viel Wert da-

rauf, dass Produkte von Tieren aus artgerechter Haltung kommen.

Eine der größten Herausforderungen sieht Sanktjohanser darin, die Spaltung zwischen ökologischer und konventioneller Landwirtschaft zu verhindern: „Wir brauchen eine Transformation der Land- und Lebensmittelwirtschaft, um die Zukunft unserer Ernährung einerseits zu sichern und andererseits eine Antwort auf den Klimawandel zu liefern.“ Tress meint, dass ein Umdenken der Konsumenten stattfinden muss: „Es muss wieder eine Verbindung zwischen Mensch und Natur geschaffen werden. Wir verändern nachhaltig nur etwas, wenn wir das Thema in der Bildung viel höher aufhängen.“

Eine weitere Herausforderung sieht Sanktjohanser in den offenen Märkten: „Landwirtschaftliche Erzeugnisse aus Ländern ohne nennenswerte Sozialstandards oder geschützte Arbeitsbedingungen verzerren die Preise in Deutschland und sorgen dafür, dass Landwirtschaft in Deutschland nicht immer tragfähig geführt werden kann – trotz Subventionen.“ Hier müssten die Rahmenbedingungen gesetzlich angepasst werden.

Zu Digitalisierung und KI in der Landwirtschaft haben Mentor und Mentee unterschiedliche Blickwinkel. Während Sanktjohanser Chancen sieht, die Produktion zu optimieren und Prozesse zu vereinfachen, bleibt Tress zurückhaltender: Es überwiegt die Sorge, dass hier ein Bild vom Landwirt als „Turbo-Unternehmer“ geprägt werden könne. Was das Geschäftsmodell selbst angehe, müsse der Kunde mehr in den Mittelpunkt rücken: „Weg vom reinen Hersteller hin zu mehr Service und persönlicher Beziehung zum Kunden.“ *red*

ANZEIGE

Wie werden wir erfolgreich nachhaltig und nachhaltig erfolgreich?

Gemeinsam finden wir die Antworten für morgen.

Als größter Mittelstandsfinanzierer Deutschlands* helfen wir Ihnen, aus den großen Herausforderungen der Zukunft noch größere Chancen für Ihr Unternehmen zu machen. Lassen Sie sich beraten.

* Bezogen auf die Sparkassen-Finanzgruppe.

Weil's um mehr als Geld geht.

Kreissparkasse Heilbronn

Firmen

Neuer Eigner für Citrus

Die 3U Holding AG hat die CS Communication Systems GmbH mit Sitz in Pleidelsheim und Standorten in Nürnberg und Leipzig sowie die CS Network GmbH, ebenfalls Pleidelsheim, übernommen. Das Unternehmen ist unter dem Markennamen Citrus aktiv. Über die genauen Konditionen der Transaktion wurde wie üblich Stillschweigen vereinbart.

Die CS-Gruppe ist seit 1990 in der Telekommunikationstechnik tätig und mit derzeit fast 50 Beschäftigten spezialisiert auf TK-Anlagen, Cloud-Lösungen, Netzwerk- und Glasfasertechnik. Schwerpunkte sind heute insbesondere die Migration der Telekommunikationsanlagen von Unternehmen in die Cloud sowie die Anbindung von deren interner und externer Kommunikation an Microsoft Teams. Daneben bietet die CS-Gruppe Dienstleistungen von der Beratung und Projektierung über Verkauf, Vermietung und Vermittlung von Leasingverträgen für Telekommunikations-Hard- und Software bis hin zu Installation, Wartung und laufender Betreuung von Kommunikationslösungen und Netzwerken. Zielgruppe sind mittelständische Unternehmen und öffentliche Auftraggeber mit 20 bis 300 Büroarbeitsplätzen.

Die Marken werden im Segment ITK des 3U-Konzerns fortgeführt, wird mitgeteilt. 2022 erzielte CS rund 8,2 Millionen Euro Umsatz und arbeitete profitabel. „Wir hätten keine bessere Nachfolgeregelung finden können“, sagt Gründer und geschäftsführender Gesellschafter Peter Frohmüller. *red*

„Die Branche jammert auf hohem Niveau“

Wie ist die Lage in der Veranstaltungsbranche nach Corona? Rolf Weinmann von Provinztour gibt eine Einschätzung.

Ausgebuchte Veranstaltungen wie vor Corona erwecken den Eindruck von Normalität. Doch die Konsequenzen der Pandemie und der Inflation infolge des Kriegs in der Ukraine haben Auswirkungen auf die Kulturbranche. Wie schlimm ist die Lage? Und werden steigende Ticketpreise aufgrund wachsender Kosten an die Besucher weitergegeben? Diese Fragen beantwortet Rolf Weinmann, Geschäftsführer beim Veranstalter Provinztour aus Neuenstadt am Kocher, im Gespräch mit Ranjo Doering.

Herr Weinmann, wie ist Provinztour durch die Corona-Pandemie gekommen?

Rolf Weinmann: Eigentlich relativ gut. Die staatlichen Hilfen haben uns 2021 doch ganz gut weitergeholfen. 2022 haben wir dann die verlegten Veranstaltungen größtenteils nachgeholt, ein paar wenige wurden abgesagt. Mittlerweile ist wieder Normalität eingetreten. Die Nachholtermine sind inzwischen alle abgearbeitet. Was jetzt noch jede Woche eintrudelt, sind Ticketerstattungen von Veranstaltungen, die verlegt wurden und für die auch im Nachhinein ein Zurückgeben noch möglich war. Da sprechen wir von 300 bis 400 Euro die Woche.

Hatten Sie in der Corona-Zeit jemals Existenzangst?

Weinmann: Nein. Wenn man vorher gewusst hätte, wie lange das alles geht, dann wären diese Ängste vielleicht gekommen. Man hatte ja aber immer wieder die Hoffnung, dass es bald weitergeht.

Wie geht es der Branche denn?

Weinmann: Mir sind wenige Veranstalter bekannt, die wegen Corona nicht mehr da sind. Und viele haben nicht aus finanziellen Gründen aufgehört, sondern aufgrund des Alters. Die dachten sich: Bevor man sich in ungewisse Abenteuer stürzt, zieht man lieber einen Schlusstrich. Ansonsten würde ich sagen, dass die Branche auf hohem Niveau jammert.

Wie läuft denn der Kartenvorverkauf aktuell?

Weinmann: Eigentlich wie vor der Pandemie. Man kann nicht sagen, dass alles gut oder alles schlecht läuft. Es gibt Veranstaltungen, die laufen wie verrückt, und andere, da kann man sich nicht erklären, warum niemand Karten kauft. Man merkt bei der älteren Zielgruppe, also Menschen über 70, dass sie weniger weggehen als vor der Pandemie. Das betrifft den Volksmusik- und den Klassikbereich. Und: Open-Air-Konzerte funktionieren besser als Hallenauftritte. Erst dachte man, das liegt an den Corona-Nachwirkungen, weil sich die Leute lieber im Freien aufhalten. Ich denke, es liegt daran, dass abseits der Großstädte für Open-Airs größere Künstler verpflichtet werden und mehr Leute kommen können.

Viele Menschen gehen seit der Pandemie auch spontaner auf Veranstaltungen.

Weinmann: Die Zeiten, dass

viele Leute an der Abendkasse stehen, sind vorbei. Die meisten kaufen ihre Karten online, das ist bis zum Veranstaltungstag möglich. Es ist tatsächlich so, dass sich zwei Wochen vor der Veranstaltung einiges entscheidet. So fängt manchmal ein totgeglaubtes Pferd wieder an zu galoppieren. Man braucht als Veranstalter bessere Nerven als früher.

Zu der Corona-Pandemie kommt die Inflation, die in vielen Bereichen die Kosten massiv erhöht hat.

Weinmann: Man spürt den Personal-mangel sehr deutlich. Und den Materialmangel. Wir haben jetzt schon für die Open-Air-Konzerte 2024 die Bühnen und die Technik reserviert. Vor vier Wochen hat schon eine Firma gesagt, wir müssen schauen, ob wir das hinkriegen. Es fehlen ausgebildete Techniker, Bühnenarbeiter, Spezialisten, aber einfach auch die Aufbauhelfer. Früher haben das Studenten gemacht. Ähnlich wie in der Gastro-Branche haben die jüngeren Leute aber nicht mehr das Bedürfnis, sich zusätzlich etwas zu verdienen.

Wird sich die Personal-lage in absehbarer Zeit wieder verbessern?

Weinmann: Ja, aber dann eher mit Arbeitern aus dem Ausland. Beim Konzert von den Ärzten 2022 im Frankens-tadion Heil-bronn hatte die Tourneefirma

50 Helfer aus Polen im Einsatz, die drei Monate angestellt waren. Ein Kollege aus Stuttgart hat neulich gesagt: Aufbauhelfer sind die neuen Erntehelfer.

Werden die Preissteigerungen in Form von höheren Ticketpreisen an die Besucher weitergegeben?

Weinmann: Ja, aber nur zum Teil. Wenn man sie komplett weitergeben würde, dann wäre eine Grenze überschritten. Das könnte niemand mehr bezahlen. Man muss als Veranstalter bei Großveranstaltungen mittlerweile ein höheres Risiko eingehen. Wenn ich vorher eine Auslastung von 70 bis 75 Prozent gebraucht habe, um die Kosten einzuspielen, brauche ich jetzt 85 Prozent. Die Ticketpreise steigen natürlich trotzdem, teilweise um zehn Prozent. Ich bin mir aber sicher, die Top-Veranstaltungen werden weiter voll sein, auch wenn die Kartenpreise steigen.

Hat man bei aktuell steigenden Corona-Zahlen noch einmal Angst vor Herbst und Winter?

Weinmann: Angst nicht direkt, aber man beobachtet die Lage. Die Infektionszahlen steigen zwar, aber die schweren Verläufe nicht. Früher hatten wir nur die Grippe-Wellen, jetzt kommen halt auch Corona-Wellen. Ich denke, dass bei den Leuten mit der Zeit ein Gewöhnungseffekt einsetzen wird. Wenn es wieder schlimmer werden sollte, werden die Alarmglocken aber überall schrillen.

Zur Person

Rolf Weinmann, Jahrgang 1959, gründete Provinztour 1985 in Mosbach, seit 1988 ist der Firmensitz in Neuenstadt am Kocher. Provinztour organisiert jährlich rund 120 Events im gesamten süd-deutschen Raum. *rad*

Fotos: Henrique Peirano/stock.adobe.com/privat

ANZEIGE

REISSER
SCHRAUBENTECHNIK

WIR VERBINDEN
LEIDENSCHAFT
UND KARRIERE

Alle Stellenangebote finden Sie unter:
www.reisser-screws.com/karriere

REISSER-Schraubentechnik GmbH
Fritz-Müller-Straße 10 • D-74653 Ingelfingen-Criesbach • T +49 7940 127-0
personalwesen@reisser-screws.com • www.reisser-screws.com

EIN UNTERNEHMEN DER WÜRTH GROUP



Am Standort Criesbach werden Edelstahlschrauben in den Güten A2, A4, A5 und A8, Stahlschrauben, Sonderwerkstoffe und Bimetall-Schrauben gefertigt.
Foto: REISSER

Wachstum mit Weitblick

Bei REISSER-Schraubentechnik stehen die Zeichen auf Erweiterung

REISSER-Schraubentechnik, eines der ersten Schraubenunternehmen im Kochertal und Ausbildungsbetrieb von Adolf Würth, feiert in diesem Jahr sein 102-jähriges Bestehen. Das Produktionsunternehmen mit Sitz im Ortsteil Criesbach konzentriert sich auf Edelstahlschrauben in den Güten A2, A4, A5 und A8, Stahlschrauben, Sonderwerkstoffe und Bimetall, wobei auch nach individuellen Kundenanwendungen gefertigt wird.

Großes Spektrum

Die Anwendungsgebiete reichen von Dach- und Wandbefestigungen über den Holz- und Terrassenbau bis hin zu industriellen Anforderungen. In der eigenen Galvanik bietet das Unternehmen Beschichtungslösungen für Bauteile unterschiedlichster Bran-

chen. Seit 1994 gehört REISSER zur Würth-Gruppe. Seitdem geht es stetig bergauf. Das zeigt aktuell auch die Großinvestition von 45 Millionen Euro in das Logistikzentrum Osterburken.

Die Erweiterung in Osterburken ist ein logischer Schritt, der mit Weitblick geplant wurde: Die räumlichen Kapazitäten am Hauptsitz in Criesbach sind im digitalen Zeitalter für die ambitionierten Strategiepläne und Wachstumsziele des Herstellers zu begrenzt. „Die frei werdenden Flächen in Criesbach können wir für die Erweiterung unseres Maschinenparks nutzen. Dadurch gewährleisten wir den weiteren Ausbau unserer Fertigung und setzen unseren Wachstumskurs fort“, so Geschäftsführer Alexander Kimmerle. Derzeit werden die Gebäude am zukünftigen Logistikstandort errichtet und bereits die ers-

ten Fassaden montiert. Die Inbetriebnahme ist für Herbst 2024 geplant.

Nachhaltigkeit

Neben den Wachstumsplänen steht auch das Thema Nachhaltigkeit im Fokus des Schraubenherstellers. In diesem Jahr investiert REISSER in eine neue Photovoltaikanlage am Standort Criesbach. Die Anlage hat eine Leistung von 137 Kilowattpeak und erzeugt jährlich 145.000 Kilowattstunden Strom, den das Unternehmen für den Eigenverbrauch nutzt. Darüber hinaus erweitert REISSER derzeit den Ladepark für die Firmenfahrzeuge. Ab Oktober stehen in Criesbach insgesamt 28 Ladepunkte zur Verfügung. Damit will REISSER die Elektromobilität fördern und einen weiteren Beitrag zum Klimaschutz leisten. *anz*

Die Campus Founders haben zum zweiten Mal den Zuschlag für das Start-up-Festival Slush'D erhalten. Am 19. Oktober ist es so weit.

Von unserem Redakteur Christian Gleichauf

Die Veranstaltung kommt, betrachtet man den Namen, zur falschen Jahreszeit. Am 19. Oktober wird in Heilbronn nämlich mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit kein Schneematsch – englisch *slush* – zu finden sein. Trotzdem hat der Heilbronner Ableger des Start-up-Festivals Slush aus Helsinki, wo die Schneematsch-Wahrscheinlichkeit deutlich höher ist und wo deshalb auch der Name passend erschien, die Neugier vieler Gründer und Investoren deutschlandweit und darüber hinaus geweckt.

Heilbronn will bei den Themen Innovation, Gründergeist und Künstliche Intelligenz in der Europa League mitspielen. Das ist der Anspruch, der zuletzt häufig formuliert wurde, und er wird wahrgenommen. Dass die Stadt im vergangenen Jahr unter 80 Bewerbungen ausgesucht worden ist, exklusiv das erste Slush'D-Festival in Deutschland auszurichten, spricht für sich. „One Step Ahead“ – ein Schritt voraus – ist passenderweise das selbstbewusste Motto der diesjährigen Veranstaltung. Für Verwirrung sorgt häufig nur der Name. Das D am Ende steht nämlich nicht für Deutschland: Auch in Belgien, den Niederlanden oder Kroatien heißt die Slush'D Slush'D. Sie wird zudem ganz einfach „Slaschd“ ausgesprochen.

Am 19. Oktober wird sie diesmal auf der Theresienwiese im Herzen der Stadt stattfinden. Förderer ist abermals die Die-



Die erste Slush'D in Heilbronn fand im Alten E-Werk statt. In diesem Jahr geht es auf die Theresienwiese.
Foto: Campus Founders/Joshua Damm

ter-Schwarz-Stiftung. „Die Heilbronn Slush'D ist ein wichtiger Baustein, um Heilbronn-Franken langfristig als eines der wichtigsten Startup-Ökosysteme in Deutschland zu etablieren“, sagt Oliver Hanisch, Geschäftsführer der Campus Founders. Er will jungen Unternehmen – „einer der Motoren für die Wirtschaft der Zukunft“ – eine Plattform geben, um sich etablierten Unternehmen und Investoren zu präsentieren und sich mit ihnen auszutauschen.

Der Fokus der Heilbronn Slush'D 2023 liegt auf drei Bereichen: Startup Success Stories, die Zusammenarbeit zwischen Startups und dem Mittelstand so-

wie der Anwendung Künstlicher Intelligenz. Letzteres ist besonders relevant, da in Heilbronn gerade der KI-Innovationspark Ipai entsteht. Heilbronn-Franken kann beides: Auf der einen Seite ist die Region eine erfolgreiche Mittelstandsregion, auf der anderen entwickelt sie sich immer mehr zu einem führenden Startup-Hotspot in Deutschland und Europa.

Dank der Rise Europe Initiative sind die Campus Founders eng mit 19 führenden Innovationszentren wie Oxford, Zürich und Paris vernetzt. „All das ist ein Zeichen dafür, dass Heilbronn als Startup-Zentrum in Europa immer wichtiger wird“, sagt Oliver Hanisch.

Wer sich für die Veranstaltung interessiert, sollte einen Blick auf die Rednerliste werfen: Scott Chacon, Co-Founder von GitHub, ist dabei, Carsten Maschmeyer, Miriam Wohlfarth oder Jonas Andrusis, Gründer von Aleph Alpha. Für Startups der ideale Rahmen, um sich vor Top-Investoren und etablierten Unternehmen zu präsentieren. Im Rahmen der Heilbronn Slush'D One Hundred Pitch Competition winken Preise wie der One Step Ahead Award mit 10000 Euro und weitere Kategoriepreise im Wert von 15000 Euro. Ein besonderes Highlight: Ein Investment von 100000 Euro wird aus den teilnehmenden Startups verkündet.

Firmen

„Team des Jahres“

Die Unternehmenskommunikation von EBM-Papst hat den Oscar der Kommunikationsbranche erhalten und ist beim Kommunikationskongress in Berlin zum „Team des Jahres“ für das Projekt „Zukunftshelden“ gekürt worden. Den Preis vergibt der Bundesverband der Kommunikatoren jährlich.

Im Frühjahr überließ der Mulfinger Hersteller von Ventilatoren und Motoren 17 Auszubildenden und Studierenden die Organisation des gesamten Auftritts auf der Hannover Messe. Ziel war nicht nur, Politiker zum Stand zu bringen, sondern auch die zwei brennenden Themen Fachkräftemangel und Klimakrise damit zu verknüpfen. Unter dem Motto „Zukunftshelden“ organisierten die Nachwuchskräfte den Auftritt rund um die Produkte von EBM-Papst für die Energie-, Wärme- und Klimawende. Überzeugend fand die Jury nicht nur die Projektidee, sondern auch die enorme Resonanz bei Politik, Medien und in der Wirtschaft: Olaf Scholz, Robert Habeck und Winfried Kretschmann sowie andere hochrangige Politiker und Wirtschaftsvertreter waren da. Ebenso sendeten ARD, ZDF, N-tv und weitere Fernsehsender dazu Berichte.

Kommunikationschef Hauke Hannig freut sich, dass es das Projekt inzwischen bei einem weiteren Wettbewerb bis in die Endrunde geschafft hat: Vor kurzem wurde bekanntgegeben, dass es bei den PR Awards 2023 in der Kategorie „Smart PR“ auf der Short List steht. Damit ist das Team auch bei der Winners Night in Berlin dabei. red

ANZEIGE

PLAZA Hotelgroup GmbH

Die Spezialisten für Stadt- und Businesshotels

2002 wurde das Fundament für die Plaza Hotelgroup von dem Unternehmerpaar Yonca und Ihsan Yalaz mit der Eröffnung des ersten Hotels in Heilbronn gelegt. 2013 entstand die gleichnamige GmbH mit Sitz in Heilbronn. Die Plaza Hotelgroup betreibt derzeit gehobene Mittelklasse- und Businesshotels im 3-4 Sterne Bereich an 50 Standorten in Deutschland, Österreich und den Niederlanden mit insgesamt über 6500 Zimmern.

Von deutschen Hot-Spots wie Berlin, Hamburg, Timmendorfer Strand, München oder Köln über attraktive Kleinstädte wie Schwerin oder Friedrichshafen bis hin zu europäischen Metropolen wie Amsterdam-Almere, Den Haag, Salzburg oder Wien spannt sich das Angebot der Hotelkette. Alle Hotels weisen eine Gemeinsamkeit auf: Zentrale Lage mit verkehrsgünstiger Anbindung. Ein wichtiges Plus für Geschäftsreisende, aber auch für Touristen, die den Puls einer Stadt fühlen und ihre Highlights erkunden möchten.

Top-Service immer inklusive

„Höchster Komfort, Top-Service und freundliche Mitarbeiter sind Standard in unserem Portfolio, das speziell auf Viel- und Geschäftsreisende abzielt. Das A und O für sie sind zentrale Lage, große komfortable Betten, ein umfangreiches Frühstücksbuffett, modernes Design und natürlich schnelles WLAN zu bezahlbaren Preisen“, erläutert Yonca Yalaz, Geschäftsführerin der Plaza Hotelgroup.

Aktuelle Entwicklung

Für 22 Hotels des aktuellen Portfolios erhält die Plaza Hotelgroup Vertriebsunterstützung der Marke Best Western, darunter sieben Häuser der gehobenen Best Western Plus Kategorie. Mit der Eröffnung des Plaza Hotels Hanau Anfang Oktober 2016 hat die



Große komfortable Betten, ein umfangreiches Frühstücksbuffett, modernes Design und schnelles WLAN gehören bei Plaza zum Standard. Foto: Plaza Hotels

Heilbronner Plaza Hotelgroup einen Meilenstein in der Firmengeschichte gesetzt: Das Haus mit 145 Zimmern und vier Suiten ist das erste unter dem Namen Plaza Hotel betriebene Businesshotel in Deutschland. In den vergangenen Jahren folgten die Einführungen der Marken Plaza Premium, Plaza Inn und Plaza Residence. „Wir wollen unsere Eigenmarken verstärkt auf den Markt bringen und schauen uns derzeit an verschiedenen Standorten in ganz Europa um“, so Yonca Yalaz weiter.

Ausgesprochenes Ziel ist es, das Portfolio in den nächsten fünf Jahren weiter auszubauen. Im Fokus stehen Neu- und Bestands-Objekte ab einer Größe von 80 Zimmern in Städten mit einer Einwohnerzahl von 50 000 aufwärts.

Kernkompetenz und Mitarbeiter

Die Kernkompetenz der Plaza Hotelgroup ist das Betreiben von eigenen und gepachteten Businesshotels, sowohl als Eigentümer, als auch als Pachtvertrags- oder Franchisenehmer. Die zentrale Verwaltung und Administration erfolgen hierbei konzen-

triert und effizient vom Hauptsitz Heilbronn aus. Als Hotelmanagement-Kette verfügt die Plaza Hotelgroup über ein besonderes Marktbeobachtungs- und Entwicklungs-Knowhow und ist darüber hinaus als Sanierungsspezialist mit Turnaround-Kompetenz bekannt.

Kompetenz als Markenzeichen

Das kompetente Führungsteam in der Zentrale und das gesamte Personal an den einzelnen Standorten, ob Hotelmanagement, Rezeption, Housekeeping, Zimmerservice oder Küche, verfügt über die erforderliche fachliche Kompetenz. Die Zahl der Beschäftigten liegt insgesamt bei über 1700. Im Jahr 2023 zeichnete das „Stern“-Magazin die Plaza Hotelgroup als besten deutschen Hotelarbeitgeber aus. Weitere Informationen unter www.plazahotels.de.

Kontakt
PLAZA Hotelgroup GmbH
Ferdinand-Braun-Straße 3
74074 Heilbronn
Tel: +49 7131-1299866
verwaltung@plazahotels.de



DEIN TRAUMJOB IN DER
TOURISMUSBRANCHE



Du willst Karriere machen und gleichzeitig reisen?

Als Mitglied unseres Teams hast du die Möglichkeit, einen Teil von Europa zu entdecken und deinen Standort jederzeit zu wechseln. Wir sind in vielen Städten Deutschlands, Österreichs und der Niederlande vertreten.

Bewirb dich und nutze die unendlichen Möglichkeiten!





Bewirb dich und nutze die unendlichen Möglichkeiten!

recruiting@plazahotels.de
plazahotelgroup.com/karriere



Buchkritik

DM-Chef gibt Einblick

Reinhold Würth hat er hier in dieser Reihe schon interviewt, Frank Thelen und Claus Hipp. Nun hat „Wirtschaftswoche“-Redakteur Martin Seiwert erstmals einen Interviewpartner



vor sich gehabt, der nicht Gründer ist: Christoph Werner hat die Leitung des Drogeriemarkt-Riesen DM 2019 übernommen, den sein Vater Götz Werner seit 1973 aufgebaut hat.

Das Gespräch dreht sich folglich viel um den im Februar 2022 verstorbenen Vater, um Schule, Ausbildung und Einstieg des Sohns in die Firma. Aber auch um das Selbstverständnis des Unternehmens, die Strategie, den Umgang mit den Mitarbeitern und aktuelle Entwicklungen. Martin Seiwert gelingt es, in den auf vier Interviewterminen verteilten Gesprächen den Konzernlenker zu öffnen und freimütigen Erzählungen zu bewegen, ohne dass das Ergebnis all zu werblichen Charakter erhält.

Obwohl rein rechtlich nur die Hälfte des Unternehmens der Familie Werner gehört, fügt sich das Büchlein damit gut in die Reihe „Mein Leben, Meine Firma, Meine Strategie“ ein.

Martin Seiwert, Hauke Reimer (Hrsg.): Christoph Werner Gabal, 2023, 168 Seiten, 32 Euro

Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Eines ist auch Marcus Sagitz klar: Das Projekt ist eher ein Beweis, dass so etwas möglich ist, als ein Geschäftsmodell. Vielleicht auch deshalb ist es immer noch einmalig in der Fußball-Bundesliga: Die Autogrammkarten der TSG Hoffenheim werden aus dem Gras des eigenen Stadionrasens hergestellt. Und das schon seit 2018.

Zwei Tonnen Grasschnitt fallen pro Monat in der Prezero-Arena an – das Stadion der Frauenmannschaft und die Trainingsplätze sind da noch gar nicht mitgerechnet. Sobald der Rasenmäher seine Runde gedreht hat, muss es schnell gehen: Noch im Stadion wird das Gras getrocknet. „Sonst beginnt es zu fermentieren“, erklärt Sagitz, Marketingleiter von Prezero International. Die weiteren Arbeitsschritte finden in einem Partnerbetrieb statt. Zwar verfügt auch die Schwarz-Gruppe, zu der Prezero gehört, seit einem Jahr über eine Papierfabrik, bei Karlsruhe-Maxau. Doch dort wird Altpapier für die Herstellung von Werbeprospekten verarbeitet, kein alternatives Produkt aus Grasschnitt. Welches Unternehmen diese Aufgabe übernommen hat, dazu schweigt der Prezero-Sprecher. Natürlich wird nicht der komplette Grasschnitt zu Autogrammkarten verarbeitet. Der Rest wird kompostiert oder als Biogas zur Stromerzeugung genutzt.

Bei den Fans kommen die andersartigen Autogrammkarten der Hoffheimer jedenfalls gut an. „Sie sind natürlich ein wenig rauer als normales Papier“, sagt Sagitz. Aber das störe nicht. Auf den Karten ist auch aufgedruckt, dass sie zum Teil aus dem Rasen des Stadions bestehen. Der Marketingchef sieht darin einen Anreiz für die Fans – schließlich sei der Rasen ja von den Spielern betreten, mit ihrem Schweiß gewässert worden. Die Nachfrage sei gut. Gerade erst seien wieder 500.000 Karten hergestellt worden.

„Wir wollten nicht bloß unser Logo an die Arena hängen“, begründet Sagitz das Projekt. „Wir wollten etwas initiieren,



Autogrammkarten aus Stadionrasen

Prezero produziert aus dem Grasschnitt der TSG Hoffenheim die begehrten Fanartikel des Bundesligisten.

„Sie sind natürlich ein wenig rauer als normales Papier.“ Marcus Sagitz

um auf Nachhaltigkeit hinzuweisen.“ Inzwischen ist daraus viel mehr entstanden: Seit Frühjahr ist das Stadion als „Zero-Waste-Arena“ zertifiziert, so dass nahezu aller dort anfallender Abfall einer Wiederverwertung zugeführt wird. Momentan ist die Bronze-Zertifizierung verliehen – im Frühjahr soll daraus Silber oder Gold werden. Außerdem will Prezero den Verein unterstützen, als Club das Zero-Waste-Zertifikat zu erhalten, also unter Einbeziehung der anderen Stadien, Trainingsplätze, der Akademie und der Geschäftsstelle.

Eine Zeit lang hatte Prezero als Partner der Münchener Allianz-Arena deren Rasen zu Papier verarbeiten lassen. Bei Bayern München gab es daraus aber keine Autogramm-Karten, sondern die Einkaufstüten für den Fan-Shop. Diese Kooperation ist inzwischen beendet, dafür ist

die Schwarz-Gruppe seit kurzem Platin-Sponsor des Rekordmeisters. Welche Projekte sich daraus für Prezero ergeben, sagt Sagitz noch nicht. Klar sei, dass auch hier ein „Zero-Waste-Stadion“ angestrebt werde. „Was wir mit Hoffenheim hinbekommen haben, soll jetzt ausgerollt werden.“ Auch mit RB Leipzig, einer weiteren Partnerschaft von Prezero, werde die Zertifizierung dessen Stadions angestrebt. Für die Red-Bull-Arena soll das möglichst noch vor der Fußball-Europameisterschaft im nächsten Jahr geschafft sein. Ob es dann auch von RB Leipzig Autogrammkarten aus Stadionrasen geben wird? Sagitz sagt: „Wir sind sehr offen für neue Wege und schnelle Entscheidungen.“

Ein ganz anderes Geschäft sind die Produkte aus der Silphie-Pflanze. Prezero entwickelt hier seit einigen Jahren Artikel in Zusammenarbeit mit Papierherstellern und Landwirten. Mittlerweile gibt es Papp-Aufsteller für Procter & Gamble sowie Verpackungen für Obst, Lachs und Kresse, die bei Lidl und Kaufland angeboten werden. „Die Silphie-Pflanze kann den Anspruch haben, eine valide Alternative zum herkömmlichen Papier zu werden“, meint Sagitz.

ANZEIGE

WÜRTH GROUP

TAGEN UND FEIERN IN HOHENLOHE

Lassen Sie sich bei Ihren Tagungen und Events vom Charme Hohenlohes inspirieren. Die Hotel- und Gastronomiebetriebe der Würth-Gruppe sowie das einzigartige CARMEN WÜRTH FORUM bieten den passenden Rahmen für konzentrierte Workshops, außergewöhnliche Veranstaltungen und unvergessliche Begegnungen. Dabei punktet jeder Betrieb mit seinen ganz eigenen Vorzügen. Besuchen Sie uns online, kommen Sie vorbei, sprechen Sie mit uns. Wir freuen uns auf Sie, Ihre Mitarbeitenden, Ihre Kunden und Gäste.



Hotel-Restaurant Anne-Sophie: hotel-anne-sophie.de



Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe: schlosshotel-friedrichsruhe.de



Panoramahotel Waldenburg: panoramahotel-waldenburg.de



CARMEN WÜRTH FORUM: carmen-wuerth-forum.de



Panorama Catering: panorama-catering.de



Sudhaus an der Kunsthalle Würth: sudhaus-sha.de

www.wuerth.com

Für jeden Anlass die richtige Location

Hotel- und Gastronomiebetriebe der Würth-Gruppe schaffen den passenden Rahmen für ganz vielfältige Veranstaltungen

Ob professionelle Konferenz mit Geschäftspartnern oder private Feste wie Hochzeiten und Geburtstage – die Hotel- und Gastronomiebetriebe der Würth-Gruppe sowie das Carmen Würth Forum bieten für jeden Anlass die richtige Location.

Hotel-Restaurant Anne-Sophie

Im Hotel-Restaurant Anne-Sophie in Künzelsau arbeiten Menschen mit und ohne Handicap Hand in Hand. Die Idee für dieses Projekt entstand aus dem Herzen von Carmen Würth. In einst historischen Mauern wurden Räume geschaffen, die heute als Hotelzimmer, Tagungsräume, Restaurant, Café, Bar, Vinothek oder Geschenkkeladen genutzt werden.

Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe

Im Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe in Zweiflingen bietet neben dem historischen Schlosssaal auch das pittoreske Fachwerkgebäude mit Sprossenfenstern und Glockenturm genug Platz für Tagungen und Seminare auf modernstem Standard. Die Auszeichnung mit zwei Michelin-Sternen unterstreicht das exquisite kulinarische Angebot des Hauses.

Panoramahotel Waldenburg

Tagen mit unbeschreiblichem Panoramablick über das Hohenloher Land – das ist im Panoramahotel Waldenburg auf dem „Balkon Hohenlohes“ möglich. Zehn Veranstaltungsräume für private und geschäftliche Anlässe, die mit modernster Technik für Tagungen und Meetings ausgestattet sind,



Seit der Eröffnung im Jahr 2017 zählt das Kultur- und Kongresszentrum Carmen Würth Forum zu den angesagtesten Begegnungsorten in Hohenlohe – hier findet auch das jährliche Würth Open Air statt. Foto: Andi Schmid

bieten ausreichend Platz für jede Gelegenheit.

Carmen Würth Forum

Entworfen vom britischen Architekten David Chipperfield, bietet das Carmen Würth Forum auf einer Gesamtfläche von 170.000 Quadratmetern vielfältige Veranstaltungsmöglichkeiten für Kongresse, Tagungen, Messen, Produktpräsentationen, Betriebsversammlungen und Jubiläumsveranstaltungen. Hier verbinden sich Kunst und Kultur mit wirtschaftlichem Know-how.

Sudhaus an der Kunsthalle Würth

Helle Tagungsräume sowie passendes Equipment stehen im Sudhaus an

der Kunsthalle Würth in Schwäbisch Hall für geschäftliche Seminare zur Verfügung. Gleichwohl eignen sich die Räume auch für Hochzeiten und Geburtstage mit traumhaftem Blick über die malerische Altstadt. Ob individuelle Menüs, Buffets oder Sektempfang mit Häppchen – das Sudhaus geht auf jeden Wunsch ein.

Panorama Catering

Für Panorama Catering steht die professionelle Belieferung der Kunden mit Speisen und Getränken bei den unterschiedlichsten Anlässen im Vordergrund. Von Fingerfood bis festliches Dinner, von Firmenevents bis Privatveranstaltungen jeglicher Größenordnung – Panorama Catering trägt kulinarisch zum Gelingen jeder Veranstaltung bei.

anz

KI hilft auch bei der Bewerbersuche

Der Aufwand, offene Stellen zu besetzen, nimmt zu. Der Kamerahersteller IDS geht neue Wege, um neue Zielgruppen zu erreichen.

Von unserem Redakteur
Christian Gleichauf

Der Bewerberflaute etwas entgegensetzen ist inzwischen die große Herausforderung für viele Mittelständler. Der Obersulmer Industriekamerahersteller IDS setzt deshalb unter anderem auf „Active Sourcing“, also die aktive Ansprache potenzieller Kandidaten. Lisa Schmelcher ist seit sechs Jahren dafür zuständig und kommt immer dann ins Spiel, wenn der klassische Weg nicht funktioniert.

Fündig wird sie in den unterschiedlichsten Ecken des Internets. Auf der Suche nach IT-Spezialisten etwa schaut sie auch in Foren und auf Software-Plattformen wie Stack Overflow und GitHub. „Teilweise kann man dort auch Profile von den Leuten anschauen, und wenn es zu passen scheint, dann schreibe ich sie auch an“, erzählt Schmelcher. Sie ist sozusagen ein interner Headhunter.

Auch die Dienste externer Anwerber werden inzwischen genutzt. Ein professioneller Headhunter verlangt dabei schnell auch fünfstellende Summen. Eine neue Form nutzt IDS nun mit einem Dienstleister aus Niedersachsen, der so genanntes KI-Recruiting anbietet. „Der Erfolg bei unserem Testlauf war da“, erzählt Personalchef Frank Flanderka. Für die Stelle eines IT-Systemadministrators gab es nach der dreiwöchigen Kampagne drei passende Kandidaten. „Wir konnten



die Stelle besetzen.“ Der Dienstleister Alquimia selbst erklärt, dass in neun von zehn Fällen innerhalb von 72 Stunden Bewerbungen generiert werden, und das auch für Jobs, für die sich sonst nicht so schnell Interessenten finden.

Von selbst läuft die KI allerdings nicht, betonen die IDS-Personaler. „Es ist im Vorfeld schon deutlich mehr Arbeit“, sagt Flanderka. Gemeinsam mit dem Fachbereich wird eine „Persona“ definiert, ein Idealbild eines Kandidaten oder einer Kandidatin. „Wir schauen, was zwingend erforderlich ist und was schön wäre, wenn...“, sagt Lisa Schmelcher. Das dauere mehrere Wochen. Auch die Ansprache potenzieller Kandidaten wird gut vorbereitet. Das Marketing ist mit im Spiel.

Dann startet die Kampagne. Alquimia identifiziert mithilfe der Partner bei Facebook und Instagram Nutzer, die der „Persona“ entsprechen. Sie werden über Anzeigen angesprochen und dürfen locker ein paar Fragen beantworten. Von Beginn an stellt sich dabei die IDS vor. „Der sprachliche Duktus ist ein anderer als sonst“, sagt Silke von Gemmingen, Referentin Unternehmenskommunikation bei der IDS. Schließlich wolle man ja auch Zielgruppen ansprechen, die auf den üblichen Wegen nicht erreicht werden. Umgekehrt dürfe man sich als Arbeitgeber nicht auf eine Weise präsentieren, die falsche Vorstellungen weckt.

Die Angesprochenen können spielerisch ein paar Fragen beantworten. Wer

bis zum Ende durchhält und dann auch noch zum gesuchten Profil passt, hat es fast schon geschafft und bekommt unkompliziert ein Interview. „So ganz ohne Lebenslauf funktioniert es allerdings trotzdem nicht“, sagt Flanderka. Sonst dauere es einfach zu lang, bis alles abgefragt ist. Und so eine kleine Hürde zeige wohl auch, dass der Kandidat auch wirklich interessiert ist.

Ob es bei den nächsten Runden genauso gut funktioniert wie in der ersten, ist offen. Weiterhin gibt es Kontakt zu Ausbildungsstätten wie Hochschule Heilbronn und TUM, um an junge Absolventen zu kommen. „Wir wissen, dass wir in einer starken Region sind und damit in starker Konkurrenz“, sagt Flanderka.

Firmen

Neues Innovation Center

Nach Umbauphase, Umzug der Teams und einer Einrichtungsphase ist das neue Blanco Unit Innovation Center eingeweiht worden. Mehr als 80 Beschäftigte aus den Bereichen Global Products und Global Research & Development, die bislang über das weitläufige Gelände in Oberderdingen verteilt waren, werden künftig unter einem Dach zusammenarbeiten.

Frank Gfrörer, CEO der Blanco-Gruppe, sieht darin ein Signal in Richtung Zukunftsfähigkeit: „Die Entscheidung, mehrere Millionen Euro zu investieren, fiel zwar vor der Krise. Doch gerade jetzt ist es umso wichtiger, die optimalen Voraussetzungen zu bieten, um den Küchenwasserplatz für die relevanten Märkte weltweit auszubauen.“

Die Arbeits- und Besprechungsbereiche im Innovation Center sind nach dem Open-Office-Konzept gestaltet. In jedem der drei Stockwerke gibt es ruhige Zonen zum konzentrierten Arbeiten, Besprechungsräume sowie Projekt-räume, um Neues zu testen und Prototypen zu begutachten. *red*



Im Innovationscenter werden Produkte getestet. Foto: Blanco

ANZEIGE

Beispielhaftes Bauen bei Bürkert

Campus Bürkert trägt Auszeichnung der Baukultur-Initiative Hohenlohe-Tauberfranken – Erweiterungsbau soll Ende 2024 fertiggestellt werden

Mit dem offiziellen Spatenstich im Juli 2023 startete der Bau des neuen Gebäudes am Bürkert Campus Criesbach. Dort entsteht eine Halle für Kunststofffertigungstechnik mit Werkzeugkonstruktion und Werkzeugbau sowie einige Büros. Erst im Frühjahr dieses Jahres wurde der Campus von der regionalen Baukultur-Initiative Hohenlohe-Tauberfranken als „beispielhafter Bau“ ausgezeichnet. Auch der Erweiterungsbau wird in diesem Sinne angelegt und nachhaltig gestaltet.

Im Zuge der regionalen Baukulturinitiative Hohenlohe-Tauberfranken wurden insgesamt 44 Bauwerke von der Architektenkammer Baden-Württemberg, Kammerbezirk Stuttgart, gemeinsam mit dem Ministerium für Landesentwicklung und Wohnen im April ausgezeichnet. Auch der Bürkert Campus Criesbach zählt zu diesen „bei-

spielhaften Bauten“. Tobias Kindtner, Projektleitung Bau, freut sich über die Anerkennung: „Mut ist einer unserer Bürkert-Werte, diesen haben unsere Gesellschafter und unsere Geschäftsleitung gezeigt, als sie sich für den Entwurf des Campus entschieden haben. Die offene Bauweise in der Art einer Industrieanlage ist außergewöhnlich, zeigt aber, wie wichtig es ist, aus konventionellen Bahnen auszubrechen und mutig und weitsichtig zu sein.“

Campus wächst weiter

Im Juni 2023 wurde am Campus Criesbach nun mit Erdarbeiten für einen Erweiterungsbau begonnen: Bis Ende 2024 entstehen auf einer Fläche von mehr als 5300 Quadratmetern ein Gebäude für Kunststofffertigungstechnik mit Werkzeugkonstruktion und Werk-



zeugbau. Das neue Gebäude bietet künftig mehr Fläche, um die Anforderungen von Kunden aus dem Kunststoffbereich im eigenen Haus umzusetzen, der gesamte Kunststoffferti-

gungsprozess – beginnend bei der Entwicklung einer Lösung über den Werkzeugbau bis hin zur Fertigung in der Kunststoffspritzerei – findet direkt bei Bürkert statt.

Auch der Erweiterungsbau soll im Sinne der Umwelt nachhaltig gestaltet werden. Foto: Bürkert

Nachhaltigkeit im Fokus

Für Bürkert sind bei Neubauten eine nachhaltige Bauweise sowie der sinnvolle Einsatz von Rohstoffen zentrale Aspekte: Das zeigte sich bereits bei den ersten Arbeitsschritten des neuen Gebäudes, wie dem Verdichten des Bodens. Statt wie üblich auf Zement für die Verdichtung zu setzen, entschied sich das Unternehmen für Kalk, bei dessen Herstellung weniger CO₂ entsteht als bei Zement.

Aus demselben Grund wird vorrangig Holz als Baumaterial verwendet.

Beispielsweise werden die Geschossdecken im Verwaltungsbereich als Holz-Beton-Verbunddecken gefertigt. Nur für die Deckschicht wird Ortbeton verwendet, was die benötigte Menge in etwa halbiert. Eine vorausschauende Planung mit Rohstoffen und bereits vorhandenen Materialien soll Verschwendung vermeiden. Systemtrennwände, die bereits im Bestand sind, werden umgebaut, so dass sie im neuen Gebäude weiter verwendet werden können. Zum Beheizen des Gebäudes kann die Abwärme der Produktionsanlagen genutzt werden. Auf dem Dach sowie an den Fassadenflächen des Gebäudes wird – wo sinnvoll – eine Photovoltaikanlage installiert.

Mit diesen Maßnahmen möchte Bürkert dazu beitragen, nachhaltig zu wachsen und den Neubau im Sinne der Umwelt zu errichten. *anz*

We make ideas flow.

Bürkert ist eines der weltweit führenden Unternehmen für Mess-, Steuer- und Regelungstechnik. Mit einem weit gespannten Vertriebsnetz in mehr als 30 Ländern und über 3.500 Mitarbeitenden stellen wir uns jeden Tag den spannenden Herausforderungen rund um Flüssigkeiten und Gase.

Über unsere Leistungen und Ihre Karrierechancen erzählen wir Ihnen gerne mehr: www.buerkert.de

bürkert
FLUID CONTROL SYSTEMS

Firmen

Preis für Wildbakers

Die Wildbakers Johannes Hirth (Bad Friedrichshall) und Jörg Schmid (Gomaringen) zählen zu den diesjährigen Preisträgern des Marktkieker, dem wichtigsten Unternehmerpreis der Backbranche. Ausgezeichnet wurden die Wildbakers, doch die Kriterien mussten sowohl die **Bäckerei Hirth** in Bad Friedrichshall als auch die Meisterbäckerei Schmid in Gomaringen erfüllen. Die Jury befand in beiden Fällen, dass die Betriebe Vorbild für kleine Filialbäckereien in Deutschland sind. Dabei übernahmen beide Unternehmer ihre Bäckereien in kritischer Lage und brachten sie ohne Geld, dafür aber mit Fleiß, Ideen, Kompetenz und einer gehörigen



Johannes Hirth (rechts) und Jörg Schmid. Foto: Friso Gentsch

Portion positiver Frechheit wieder auf Spur. Dazu habe die Vermarktung eine nicht unbedeutende Rolle gespielt. Ebenso wichtig sei der Austausch der beiden Freunde über rund hundert Kilometer hinweg. Gleichzeitig haben sie Großes für das Image des Bäckerhandwerks getan und Kollegen in schwierigen Zeiten Mut gegeben. *red*

Wie Kärcher flexibel wurde

Unter dem Projektnamen Flexwork hat der Reinigerhersteller aus Winnenden die Arbeitsweisen neu organisiert.

Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Corona war nur der letzte Verstärker. Denn am Thema flexibles Arbeiten war Kärcher schon seit 2019 dran: Damals wurden in Zusammenarbeit mit dem Institut Fraunhofer IAO die Mitarbeiter befragt, was sie sich in Bezug auf mobiles Arbeiten wünschen. 700 Arbeitsplätze im Konzern waren da schon für die damals so genannte Telearbeit eingerichtet. Als dann nahezu alle Büro-Mitarbeiter zu Hause saßen, nahm die Debatte bloß noch ein letztes Mal an Fahrt auf.

Zusammen mit dem Betriebsrat und begleitet von Fraunhofer IAO setzte der Vorstand das Projekt Flexwork in Gang: Zwei Jahre sollte getestet werden, wie sich mobiles Arbeiten in den Teams organisieren lässt. Start war im April vergangenen Jahres. Nun zeichnet sich ab: Aus befristet wird unbefristet.

Eine Umfrage vom Juni spricht ohnehin stark dafür. 1954 Beschäftigte nahmen daran teil – 74,2 Prozent derjenigen, die Flexwork anwenden können, da sie nicht in Produktion oder Logistik arbeiten. 84,1 Prozent von ihnen beurteilten die für ihr jeweiliges Team vereinbarten Regelungen als „passend“, 13,4 Prozent als teilweise passend und nur 2,5 Prozent als unpassend, berichtet Oliver Kubaschek, Projektleiter in der Personalabteilung.

„Wir sind zufrieden mit dem Projekt“, sagt auch Rüdiger Bechstein, Perso-



Orte für Begegnungen sind in den Bürogebäuden von Kärcher nun häufiger zu finden. Das Unternehmen hat mobiles Arbeiten mit einer flexiblen, für jede Abteilung passenden Regelung eingeführt. Foto: Kärcher

nalleiter bei dem Winnenden Konzern. Als Kernelement nennt er die Teamvereinbarung – dass Abteilungen auf sich zugeschnittene Regelungen treffen. „Sie geben sich Spielregeln, die fair sind“, lautet seine Erfahrung. „Und dabei konnten alle Mitarbeiter alles auf den Tisch legen.“ Teilweise gebe es ja sehr persönliche Gründe, warum jemand zu gewissen Zeiten zu Hause arbeiten will. „Die Mitarbeiter hatten das Gefühl: Ich kann mitgestalten“, ergänzt Oliver Kubaschek. Zudem gab es eine Feedback-Gruppe, die sich aus 15 Kärcher-Mitarbeitern, dem Betriebsrat, der Arbeitgeber-Seite und Fraunhofer zusammensetzte.

Herauskristallisiert hat sich, dass die meisten zwei bis zweieinhalb Tage pro Woche von zu Hause aus arbeiten wollen. Als Vorteile nannten sie konzentriertes Arbeiten und weniger Lärm. Als Nachteile wurden dafür der fehlende „Flurfunk“ an-

geführt, der mangelnde soziale Austausch und das schwierigere Kennenlernen neuer Mitarbeiter. Auch für die Kreativität sei es nach Angaben der Befragten besser, im Team vor Ort zu arbeiten.

Die Schlussfolgerung für Kubaschek klingt zunächst überraschend: Kärcher benötigt nach seiner Ansicht nicht weniger Büroflächen. „Aber wir müssen sie anders aufteilen. Wir brauchen mehr Flächen, wo Mitarbeiter sich begegnen können.“ Hierzu gebe es bereits Pilotprojekte. „Da kommt aber nicht die Bauabteilung und gestaltet alles nach einem Schema um, sondern auch dies wird in einer Teamvereinbarung festgelegt“, erläutert der Projektleiter. Dabei können dann die Mitarbeiter Anforderungen und Wünsche formulieren. Auf je 100 Mitarbeiter kommen 75 klassische Büroarbeitsplätze, dazu Kreativ- und Konferenzräume. Übrigens – nur jeder zweite Befragte möchte

künftig mit *shared desks* arbeiten, also keinen festen Arbeitsplatz mehr haben.

Jedes Team habe inzwischen mindestens einen Tag, an dem es komplett vor Ort ist, hat er festgestellt. Und manchmal wirken Lockmittel. Seit etwa in der Kantine freitags ein „All you can eat“ mit den übriggebliebenen Zutaten der laufenden Woche eingeführt wurde, seien die Büros an diesem Tag wieder quasi voll.

Rüdiger Bechstein gesteht für sich selbst: „Ich bin kein Homeoffice-Arbeiter. Ich bin ja für die Menschen da.“ Führungskraft zu sein heiße auch, Zeit zu haben für persönliche Gespräche. „Das würde verloren gehen, wenn ich viel von zu Hause arbeiten würde.“ Und der Personalchef bekräftigt: „Ich erwarte auch von anderen Führungskräften, dass sie immer wieder greifbar sind, dass man sie sieht. Aus dem Homeoffice geht vieles Menschliche verloren.“

ANZEIGE

WÜRTH ELEKTRONIK MORE THAN YOU EXPECT

VON WALDENBURG IN DIE WEITE WELT



Würth Elektronik eiSos ist einer der führenden Hersteller von elektronischen und elektromechanischen Bauelementen für die Elektronikindustrie. Von Waldenburg aus sind wir in 50 Ländern der Welt aktiv. Erfolg und Höchstleistungen sind nur möglich, wenn ein starkes Team ein gemeinsames Ziel verfolgt.

www.we-online.com



Extended Workshop mit Team an der Rennstrecke: Würth Elektronik stand den Jugendlichen mit Produkten und Expertentipps zur Seite. Foto: FSG – Julian Rauber

Meet for Speed

Würth unterstützt Wettbewerb „Formula Student Germany“ und teilnehmende Teams auf dem Hockenheimring

Über 500 elektronische und elektromechanische Bauelemente, 32 Liter Bremsenreiniger, drei Kilometer Panzertape sowie unzählige Expertentipps: Mit diesen und vielen weiteren Produkten sowie Fachwissen haben zwei Unternehmen der Würth-Gruppe, die Adolf Würth GmbH & Co. KG sowie die Würth Elektronik eiSos GmbH & Co. KG, studentische Teams beim Wettbewerb „Formula Student Germany“ unterstützt. Die Veranstaltung fand vom 14. bis zum 20. August auf dem Hockenheimring statt. 100 Teams mit über 3000 Studierenden aus aller Welt nahmen daran teil.

Gesamtleistung zählt

Bei dem internationalen Konstruktionswettbewerb geht es nicht nur um die Rennergebnisse der selbstkonstruierten und gebauten Autos – ob benzinbetrieben oder mit E-Antrieb. Die Autos fahren teils auch autonom, also ohne Fahrer, und können so wei-

tere Punkte im Wettbewerb sammeln. Am Ende zählt die Gesamtleistung aus Konstruktion sowie Finanz- und Verkaufsplanung.

Die Adolf Würth GmbH & Co. KG hatte als einer der Hauptsponsoren Know-how und umfangreiches Produktmaterial im Gepäck. Die Würth Elektronik eiSos GmbH & Co. KG ist ebenfalls schon seit langem eng mit der Formula Student-Welt verbunden. Sie unterstützte in diesem Jahr 33 der 50 teilnehmenden deutschen Formula Student-Teams während der gesamten Entwicklung und lieferte auf einem Gemeinschaftsstand für den Wettbewerb zum Beispiel Induktivitäten, Steckverbinder und EMV-Material. Eine Fachjury aus Motorsport-, Automobil- und Zulieferindustrie bewertete jeden Rennwagen. Außerdem mussten die Teilnehmenden mit ihren Wagen unterschiedliche Leistungstests auf der Rennstrecke absolvieren und Fragen zu ihren Boliden beantworten. Dabei interessierte die Jury,

ob das grundsätzliche Verständnis für Disziplinen, zum Beispiel Elektrotechnik, vorhanden ist und angewandt wurde, um ein Auto zu bauen.

Ideen für die Zukunft

„Die talentierten Studentinnen und Studenten unserer Formula Student-Teams haben hervorragende Arbeit geleistet, und wir konnten zahlreiche Neu- und Weiterentwicklungen mit unserem Entwicklersupport und Bauelementen unterstützen“, bestätigt Alexander Gerfer, CTO der Würth Elektronik eiSos-Gruppe. „Im Rahmen des Wettbewerbs entstanden viele innovative Ideen, die wir als Wirtschaft und Gesellschaft in Zukunft brauchen. Im Rahmen des Formula Student-Wettbewerbs können wir zudem wertvolle Kontakte zu engagierten Studentinnen und Studenten knüpfen und uns als attraktiver Arbeitgeber positionieren – eine echte Win-win-Situation.“ *anz*



Maschinenbauer finden hierzulande keine Fachkräfte mehr

Dietrich Birk, Geschäftsführer des VDMA Baden-Württemberg, im Gespräch mit Jürgen Paul über Lage und Aussichten der Branche.

■ *Herr Birk, die Stimmung und die Lage in der deutschen Wirtschaft sind schlecht. Gilt das auch für den baden-württembergischen Maschinenbau?*
Dietrich Birk: Ja, die Stimmung hat sich deutlich eingetrübt und bleibt im Ausblick gedämpft. Ich sage gedämpft, nicht schlecht, weil wir immer noch einen Auftragsbestand von elf Monaten haben.

■ *Was heißt das in Zahlen?*
Birk: Wir haben im ersten Halbjahr 2023 beim Auftragsingang ein Minus gehabt von preisbereinigt 15 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, das schon nicht besonders stark war. Derzeit profitieren wir noch davon, dass die Lieferketten wieder in Gang kommen und Aufträge, die bislang aufgrund fehlender Komponenten und Teile nicht bearbeitet werden konnten, jetzt bearbeitet und damit auch umsatzwirksam werden. Für den Maschinenbau ist die Auftragslage aktuell noch ordentlich, aber wir sehen, dass das Neugeschäft deutlich schwächer wird.

■ *Ist die Stimmung schlechter als die Lage?*
Birk: Ich nehme wahr, dass die Lage und die Stimmung nicht besonders gut sind, weil das zweite Halbjahr 2023 schleppend verläuft und die Geschäftserwartungen für 2024 auch zurückhaltend sind.

■ *Warum?*
Birk: Wir sehen derzeit noch keine Impulse auf den Weltmärkten. Viele Unternehmen hatten die Erwartung, dass nach Corona China wieder stark zurückkommt, das ist jedoch nicht der Fall. Die chinesischen Auftragsgänge im Maschinenbau bleiben schwach, die Nachfrage aus China stockt deutlich. China ist im Moment nicht die weltweite Konjunkturlokomotive wie in der Vergangenheit.

■ *Wie sieht es in den USA aus?*
Birk: Die US-Wirtschaft läuft noch, aber auch hier stellen wir eine Abschwächung fest. Europa ist in einer Seitwärtsbewegung, einige Länder wie Deutschland sogar in einer klaren Abwärtsbewegung.

■ *Was muss passieren?*
Birk: Wichtig ist, dass die Rahmenbedin-

gungen verbessert werden, was auch von der Psychologie her für mehr Investitionen wichtig wäre. Hier muss die Ampel-Regierung auf der Bundesebene ansetzen und ist gefordert.

■ *Ende August wurde das Wachstumschancengesetz auf den Weg gebracht. Ihr Urteil?*
Birk: Es geht in die richtige Richtung, es wird aber nicht ausreichen. Positiv für Investitionen sehen wir die degressive Abschreibung auf bewegliche Wirtschaftsgüter, die wieder eingeführt wird. Ebenso zu begrüßen ist, dass die steuerliche Forschungsförderung ausgeweitet werden soll. Auch die die Investitionsprämien, die stark auf Ressourcen- und Energieeffizienz ausgerichtet sind, können neue Impulse geben. Aber wir sehen natürlich auch, dass die sieben Milliarden Euro, die als Paket geschnürt sind, im internationalen Vergleich nur ein erster Schritt sein können. Weitere müssen folgen.

■ *Zum Beispiel?*
Birk: Deutschland steht international gesehen bei der Steuerbelastung, den Ertragssteuern und den Sozialabgaben im hinteren Mittelfeld, die Kostenschraube vor allem bei den Energiekosten zieht weiter an. Das belastet unsere internationale Wettbewerbsfähigkeit. Zudem leiden wir unter bürokratischen Hemmnissen wie lange Planungs- und Genehmigungsverfahren. Auch die starke Regulatorik, etwa die überbordenden Berichtspflichten, belastet uns. Laut einer Umfrage unter unseren Unternehmen machen die Bürokratiekosten drei Prozent des Umsatzes aus. Das ist im internationalen Vergleich ein sehr hoher Wert, der die Wettbewerbsfähigkeit unserer Maschinenbauer einschränkt.

■ *Der Industriestrompreis, den der VDMA abgelehnt hat, kommt wohl nicht. Zufrieden?*
Birk: Ja, wir schließen uns da ausdrücklich der

Haltung des Bundesfinanzministers und des Kanzlers an. Wir sehen die Gefahr einer Wettbewerbsverzerrung. Die Breite des Mittelstandes, die ja auch unter den deutlich gestiegenen Energiepreisen leidet, hätte von einem Industriestrompreis gar nichts. Es ist für uns ordnungspolitisch fragwürdig, mit einem Industriestrompreis wenige ausgesuchte Branchen und deren Betriebe zu subventionieren.

■ *Was wäre Ihnen lieber?*
Birk: Wirksamer wäre eine Entlastung bei Steuern und Abgaben im Strombereich, etwa die Stromsteuer zügig abzusenken. Dann würden wir in der Breite unserer Volkswirtschaft, insbesondere gegenüber kleinen und mittleren Unternehmen ein Signal setzen, dass sich Investitionen am Standort Deutschland wieder lohnen.

■ *Zurück zum Maschinenbau im Land. Gibt es Bereiche, die gerade besonders leiden? Und andere, wo es noch gut läuft?*
Birk: Sämtliche Teilbranchen des Maschinenbaus haben unterschiedlich stark, jedoch zunehmend zu kämpfen. Im Werkzeugmaschinenbereich, eine der Domänen des baden-württembergischen Maschinenbaus, sind wir im letzten Jahr und auch in diesem Jahr noch ganz ordentlich unterwegs gewesen. Aber auch dort wird es jetzt schwächer. Man kann sagen: In allen Maschinenbaubranchen wird das Neugeschäft schwächer.

■ *Viele Verbände warnen vor einer Deindustrialisierung Deutschlands, weil Unternehmen abwandern. Beobachten Sie das auch im Maschinenbau?*
Birk: Es gibt verschiedene Gründe zu verlagern. Bisher war es so, dass die Maschinenbauer ihren Kundenbranchen ins Ausland gefolgt sind oder neue Auslandsmärkte besser mit Marktnähe und Service bedienen wollten. Wir stellen aber seit zwei Jahren fest, dass die Frage möglicher Verlagerungen aufgrund schwierigerer Kostenstrukturen zugenommen hat, insbesonde-

re in lohn- und energieintensiven Bereichen. Dann werden Vorprodukte nicht mehr hier produziert, sondern im günstigeren Ausland eingekauft oder Teile der Produktion dorthin verlagert. Das zeigt, dass Teile des Maschinenbaus mit hohen Löhnen und Preissteigerungen zu kämpfen haben.

■ *Diese Diskussionen werden so schnell nicht verschwinden, oder?*
Birk: Nein, die werden weitergehen. Denn es kommt ein Zweites erschwerend hinzu, was nichts mit Kosten zu tun hat, sondern mit der Lage am Arbeitsmarkt. Vier von fünf Unternehmen berichten uns, dass sie unter Fachkräftemangel leiden und sich deshalb überlegen, wie sie sich in den nächsten Jahren im Hinblick auf die Beschäftigungsentwicklung aufstellen, wenn sie hier nicht mehr die passenden Fachkräfte finden. Das betrifft vor allem Fachkräfte in der Produktion, aber durchaus auch Ingenieure.

■ *Das heißt, der Fachkräftemangel wird nicht nur zur Umsatzbremse, sondern auch zur Beschäftigungsbremse?*
Birk: Ja, wir sehen das als eines der zentralen Wachstumshindernisse in den nächsten Jahren. Wir spüren das auch schon länger im IT- und Software-Bereich, dass Unternehmen ins Ausland gehen, um Software-Entwicklung und IT-Engineering dort erbringen zu lassen. Wenn sich das weiter in unsere Wertschöpfungskette frisst, weil wir einfach nicht mehr die passenden Fachkräfte bekommen, dann ist das ein ernstzunehmendes Thema für den Maschinenbau und gefährdet komplette Wertschöpfungsketten. Deshalb müssen wir alles dafür tun, mit gezielter Aus- und Weiterbildung, flexiblen Arbeitszeitmodellen sowie Robotik und Automatisierung noch effizienter zu werden. Aber vor allem müssen wir schauen, dass wir wieder mehr junge Leute in technische Berufe hineinbekommen, sowohl nicht-akademisch wie auch akademisch. Da gibt es große Chancen. Letztendlich sind wir stark auf diese Fachkräfte angewiesen, insbesondere unsere mittelständische Wirtschaft, die nicht ohne weiteres ins Ausland verlagern kann.

■ *Blicken wir voraus: Wo landet der Maschinenbau in diesem Jahr? Und wie ist Ihre Prognose für 2024?*
Birk: Wir rechnen in diesem Jahr beim Umsatz preisbereinigt mit einer Seitwärtsentwicklung – die vermutlich auch aufgrund der Preissteigerungen auch im nächsten Jahr noch anhalten wird. Umso wichtiger ist es, dass wir jetzt einen Schub bekommen durch gute Rahmenbedingungen, die helfen, Nachfrage zu stimulieren, damit hierzulande wieder investiert wird.

„In allen Maschinenbaubranchen wird es schwächer.“



Zur Person

Dr. Dietrich Birk (Jahrgang 1967) ist seit 2014 Geschäftsführer des Verbandes Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) Baden-Württemberg. Zuvor war der Betriebswirt

und Kaufmann bei der Unternehmensberatung Horvath & Partners, Staatssekretär im Wissenschaftsministerium Baden-Württemberg und Landesgeschäftsführer der CDU. red

Firmen

Designpreis für Lidl

Für seine Sondereditionen zum 50-jährigen Unternehmensbestehen erhält **Lidl** den „Red Dot Award“, der zu den größten internationalen Designwettbewerben zählt. In der Kategorie „Brands & Communication Design“ siegte der Fachbereich Branding and Packaging (BAP) von Lidl mit seinen Produktgestaltungen in der Kategorie „Packaging Design“. Als erster Lebensmitteleinzelhändler wurde Lidl für sein Kommunikationsdesign und die kreative Leistung ausgezeichnet.

Im Zuge der Jubiläumskampagne präsentiert Lidl seit Mai 20 Wochen lang neben zahlreichen Geburtstagsangeboten und Events drei Produktverpackungskollektionen der Eigenmarken im Retro-Stil der 70er, 80er und 90er Jahre sowie eine Jubiläumsedition. Ausgewählte Produkte wie Getränke, Knuspergeschnitten, Smoothies oder Nussmischungen sind an typische optische Design-Elemente aus den drei Jahrzehnten angelehnt und mit den Lidl-Farben sowie Elementen aus dem Kampagnen-Signet umgesetzt.

Die Red Dot Jury, bestehend aus 24 internationalen Experten, entschied in einem mehrtägigen Prozess über die Einreichungen. Die Kommunikationsarbeiten wurden einzeln begutachtet und im Bereich „Communication Design“ im Hinblick auf die Kriterien Originalität und Kreativität der Idee, Gestaltungsqualität und Innovation der Form sowie Verständlichkeit und Emotionalität der Wirkung bewertet. Im Rahmen der Red Dot Gala werden die Gewinner am 3. November in Berlin geehrt. red



Kunstleder aus Kaffee

Die Oberflächenspezialisten von **Continental** sind mit dem European Green Award 2023 in der Kategorie „Green Product – Interior“ für ihre Neuheit Skai Vyp Coffee ausgezeichnet worden. Das atmungsaktive Kunstleder hat die internationale Experten-Jury des European Institute of Applied Sustainability (EIAS) überzeugt – denn es ist zu 65 Prozent nachhaltig. Zu dieser Quote trägt Kaffeesatz bei, der als Inhaltsstoff wiederverwendet wird, ohne dass Kompromisse bei den Materialeigenschaften eingegangen werden müssen.

Für die Jury ist das Material von Continental eine hervorragende Umsetzung eines Kreislaufs, die in industriellem Maßstab realisiert wurde. Jährlich fallen in Deutschland rund eine Million Tonnen Kaffeesatz an. Continental nutzt diesen Rohstoff als Füllstoff, um seinem Kunstleder das Design und die Haptik seines natürlichen Vorbilds zu verleihen. Der Kaffeesatz von drei Tassen geht in einen Quadratmeter ein. Bei der Herstellung werden mehr als 65 Prozent der herkömmlichen Rohstoffe durch recycelte Komponenten ersetzt. red



Continental stellt Kunstleder mit Kaffeesatz her. Foto: Continental

Köpfe

Neuer Geschäftsführer

Ulrich Bühlmann die hat Geschäftsführung der Kurtz GmbH & Co. KG übernommen. Er leitet den Bereich Moulding Machines, dem Kurtz Protective Solutions (Anlagen zur Verarbeitung von Partikelschäumen) und Kurtz Casting Solutions (Anlagen zur Herstellung von Gussteil-Anwendungen) unterliegen. Zudem ist er Mitglied des Kurtz Ersä Global Boards. Das Unternehmen mit Sitz im bayrischen Kreuzwörthheim beschäftigt am Standort Wertheim knapp 600 Mitarbeiter.

Bühlmann hat den Abschluss des Diplom-Ingenieurs an der Eidgenössischen Technischen Hochschule erworben. Er war in zahlreichen Branchen als Geschäftsführer, Aufsichtsrat und Vorstand tätig. So etwa im Automotive-Tier-1-Bereich, in der Antriebstechnik, im Maschinen- und Anlagenbau, der Gummi- und Kunststoffbranche und in der Prozessindustrie. Für den Kurtz-Ersä-Konzern ist Bühlmann seit Januar tätig und hat in den vergangenen Monaten wichtige strategische Weichen gestellt. Im Fokus der Neuausrichtung stehen die Optimierung bestehender Technologien und Zukunftstechnologien wie die Radiofrequenz-Technologie. *red*

Maschinen Marke Eigenbau

Für sein Oszillatoren-Werk in Untergimpfern hat der Tech-Konzern Microchip viele Maschinen und Anlagen selbst konstruiert.

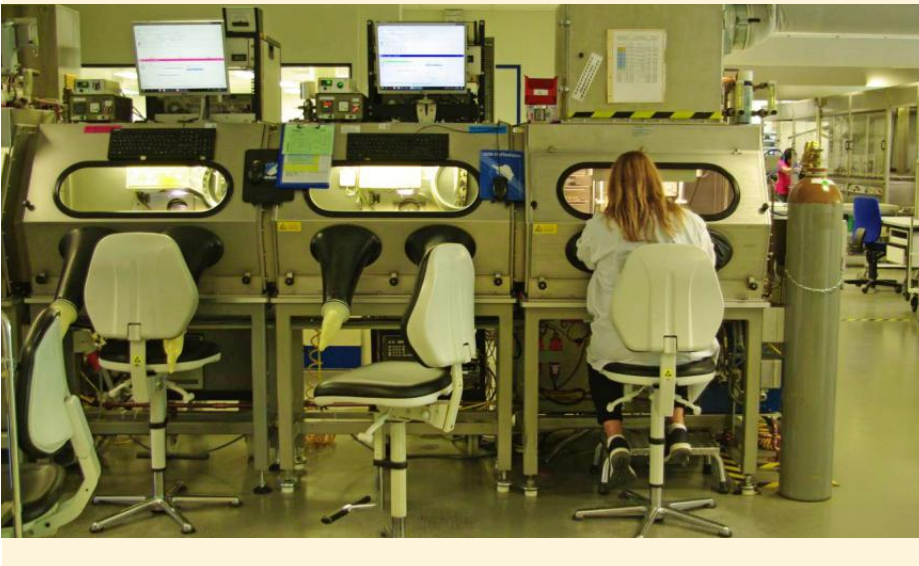
Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Wenn Werksleiter Harvinder Singh durch die Hallen führt, ist ihm der Stolz anzuhören. „Diese Anlage haben wir selbst gemacht“, sagt er dann. „Und jene auch und die da drüben.“ Sie übernehmen Messen, Prüfen und Sortieren. Arbeiten, die vor 20 Jahren nur viele Menschen erledigen konnten, sind dank Automation an Maschinen übergegangen, die teils das ganze Jahr rund um die Uhr laufen. Die Folge: Die Belegschaft ist zusammengeschumpft. Eine Person kann mehrere Maschinen bedienen. Aber auch: Der Standort ist ausgelastet und fester Teil des Microchip-Konzerns.

Dabei stand die Zukunft des Werks schon auf der Kippe. Seit der Standort 1974 als Hersteller von Schwingquarzen gegründet worden war, hatte es viele Besitzerwechsel gegeben, vor allem seit 2000. Vor Microchip gehörte das Werk am Ortsausgang von Untergimpfern zu Microsemi. 2017 verkündete dessen Unternehmensleitung schon das Aus für den Standort. Im Mai 2018 stieg aber Microchip bei Microsemi ein. Und statt das Werk stillzulegen, entschieden die neuen Eigner, das Potenzial und die Expertise zu nutzen. Heute sagt Marco Peter, verantwortlich für die Produktentwicklung: „Microchip hat Wort gehalten.“ Und Harvinder Singh ergänzt: „Wir haben eine sehr



Die Oszillatoren von Microchip werden in Untergimpfern weitgehend automatisiert produziert (oben). Für die Prüfung der Schwingquarze (unten) hat das Unternehmen selbst Anlagen konstruiert. Fotos: Heiko Fritze



positive Entwicklung. Man hat erkannt, dass wir Expertise haben und viel selbst entwickeln.“ Heute stellt das Werk mit etwas mehr als 140 Beschäftigten immer noch

Schwingquarze her, die in Produkten von Microchip eingesetzt werden. Zudem werden Oszillatoren für Kunden in aller Welt produziert. Sie kommen aus der Telekommunikations-, Luft- und Raumfahrtbranche, sie stecken in Rechenzentren und Infrastruktureinrichtungen. „Überall da, wo intelligente und durch Algorithmen definierte Vorgänge stattfinden und wo Systeme sehr zeitgenau miteinander kommunizieren müssen“, erläutert Peter. „Wir liefern eine sehr stabile Uhr.“ Die Produkte sind winzig, viele Bauteile werden im Reinraum hergestellt. Nicht überall ist Maschineneinsatz möglich. „Manchmal kann der Mensch mehr Schritte auf einmal erledigen, während die Maschine dafür viel länger bräuhete“, sagt Singh. Aber viele Schritte wurden auch schon angepasst, etwa in der Leiterplattenfertigung oder bei der Qualitätskontrolle. Auch hier verweist der Werksleiter wieder darauf, dass Anlagen und Objektträger in Untergimpfern entworfen und gebaut wurden. Das habe sich im Konzern herumgesprochen – mittlerweile werden auch Anlagen für andere Microchip-Werke konstruiert, erzählt er. Seit mehreren Quartalen ist der Standort voll ausgelastet. Entsprechend wird in Untergimpfern investiert. Im vergangenen Geschäftsjahr, das im März 2023 endete, flossen 1,6 Millionen Euro in neue Maschinen. In diesem Geschäftsjahr sind ebenfalls große Anschaffungen geplant, erzählt Singh. Und wieder werden nicht alle Anlagen bei Herstellern gekauft, sondern auch vor Ort aus Komponenten gefertigt. Parallel soll weiter Personal aufgebaut werden, kündigt Peter an. Seit etwa drei Jahren werde wieder aufgestockt, die gute Auslastung solle für zusätzlichen Bedarf. Und Heilbronn? Auch hier ist Microchip mit einem Standort vertreten – er kam 2016 durch die Übernahme des Halbleiter-Herstellers Atmel hinzu. 2019 zog der Betrieb mit 130 Beschäftigten vom Telefunkenpark in den Schwabenhof. Kontakte zu den Konzern-Kollegen bestehen kaum, da es sich um unterschiedliche Produkte handelt, sagt Peter. Man sieht sich aber einmal im Monat – bei Treffen der Leitungen aller deutschen Standorte.

ANZEIGE

HOHENLOHE⁺ PRÄSENTIERT:

Die geheimste Metropolregion EVER!

Die unglaubliche Geschichte von verborgenen Schätzen und unerkannten Potenzialen.

Produzent: Fürstenberger Audio-Visuelles Storytelling

<https://youtu.be/aJ3sYc9lt4>www.hohenlohe.plus

Gemeinsam gegen den Fachkräftemangel

Im Wettbewerb um Talente sieht Hohenlohe Plus die Lösung im Verbund der in der Region ansässigen Unternehmen

Was kann ein Unternehmen seinen Mitarbeitenden bieten? Wo gibt es flexible Arbeitsbedingungen, die zum Lebensalltag passen, die größtmöglichen Freiheiten und dennoch ein gutes Gehalt bieten? Kurzum: Wo lässt es sich gut arbeiten und leben? Diese Fragen stellen sich alle Berufseinsteiger und Jobsuchende, bevor sie sich für ein Unternehmen entscheiden. Und diese Fragen zu ignorieren, kann sich kein Unternehmen leisten, das nachhaltig in seinen Erfolg investieren möchte. Denn qualifizierte Fachkräfte sind Mangelware und jede passend besetzte Stelle ein Gewinn.

Da verwundert es nicht, dass Unternehmen im Ringen um qualifiziertes Personal immer stärker in Konkurrenz zueinander treten. Nicht selten zum Leidwesen von mittelständischen Firmen, die weder die erforderlichen finanziellen Mittel noch die Manpower besitzen, um dabei Schritt zu halten. Der Verein Hohenlohe Plus sieht die Lösung des Problems deshalb vielmehr im Verbund als im alleinigen Werben um Arbeitskräfte. Geschäftsführer Martin Buchwitz weiß: „Fachkräftegewinnung ist eine große Aufgabe für Unternehmen in Deutschland. Erst recht für Firmen im ländlichen Raum.“

Klar im Fokus der Arbeit von Hohenlohe Plus steht dabei zunächst einmal das Aufräumen mit Klischees und Vorurteilen. Der ländliche Raum leidet nicht nur unter einer fehlenden Bekanntheit, sondern meist auch darunter, dass er mit einer schlechteren Verkehrsanbindung, einer niedrigeren Internetbandbreite und einem niedrigeren Lohnniveau in Verbindung gebracht wird. Dass das auf Hohenlohe Plus zutrifft und es hier „jede Menge großartiger Arbeitgeber“ gibt, so Buchwitz, will Hohenlohe Plus gemeinsam mit den Unternehmen zeigen. Dafür benötigt es nicht nur eine gute Marketingarbeit, sondern auch frische Ideen, mit denen Bewährtes neu gedacht wird.

Eine solche Idee ist das von Hohenlohe Plus initiierte Gründerstipendium „Hohenlohe 4 Talents“, das zum Ziel hat, junge, innovative Unternehmen in Hohenlohe zu halten und die Region als gründerfreundlich zu präsentieren. Auch der Karriere Kick, eine „Jobmesse“ der etwas anderen Art, ist ein Novum, das erstmals im März in Hohenlohe mit großem Erfolg durchgeführt wurde. Junge Bewerber und zukünftige Arbeitgeber nehmen bei einem lockeren Tischkicker-Match statt an Messeständen den ersten Kontakt zueinander auf.

Azubisuche der etwas anderen Art: Der Karriere Kick Hohenlohe fand erstmals im März dieses Jahres statt. Foto: Hohenlohe Plus

einrichtungen und Verbänden vor allem regionale Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen.

Netzwerk

Dank einer Partnerschaft mit Great Place to Work® arbeitet Hohenlohe Plus zudem weiterhin am erfolgreichen Employer Branding für die gesamte Region. Dass Hohenlohe auch über die Arbeit hinaus so einiges zu bieten hat, zeigt ein Imagefilm, der unter www.hohenlohe.plus abrufbar ist und der die Region attraktiv und humorvoll vorstellt. *anz*

Informationen und Kontakt

Hohenlohe Plus
Martin Buchwitz
Telefon 0791 5801-22
www.hohenlohe.plus

Fünf Generationen Geschichte

Der Maschinenbauer Dieffenbacher feiert 150-jähriges Bestehen und hat einige Zukunftsthemen ausgemacht.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Schlösser, Zäune, Stahltüren – damit fing es 1873 an: Als sich Jakob Dieffenbacher nach seiner Lehre, unter anderem bei Carl Benz in Mannheim, in Eppingen selbstständig machte, waren es die üblichen Metallarbeiten, die er übernahm. Als um 1900 die ersten Obst-, Wein- und Ölpresen hinzukamen, betrieben mit hydraulischen Systemen, war aber der Grundstein gelegt für die Spezialisierung der kleinen Firma.

Heute ist daraus ein weltweit aktives Unternehmen geworden: Dieffenbacher fertigt nach wie vor Pressensysteme, vorwiegend zur Herstellung von Spanplatten aus Holz und anderen pflanzlichen Rohstoffen. Die weiteren Geschäftsbereiche sind aber ebenso wichtig: Die Sparte Umformung befasst sich mit Anlagen für die Herstellung von Teilen aus Kunststoffen, die Sparte Recycling mit Anlagen für die Verarbeitung von wiederverwendbarem Material. Und die jüngste, erst Anfang des Jahres entstandene Sparte Energy liefert Kraftwerkskomponenten und Heizsysteme. Möglich machte es die Übernahme der Energiesparte des österreichischen Herstellers Bertsch. Ein großes Projekt wird gerade in der weiteren Region erstellt: In Stuttgart-Münster liefert Dieffenbacher Energy die Komponenten für das neue Gaskraftwerk der EnBW.

„Wir sehen in dieser Aufstellung eine gute Diversifikation“, sagt Christian



Die Belegschaft im Jahr 1914, links Wilhelm Dieffenbacher und 4. von links Friedrich Dieffenbacher, die beiden Unternehmensleiter der zweiten Generation. Fotos: Dieffenbacher

Dieffenbacher, Vorsitzender der Geschäftsführung. „Wir haben uns in unserer Geschichte immer wieder angepasst an die Megatrends.“ Nun sei es eben das Thema Nachhaltigkeit: Nicht nur, dass Dieffenbacher selbst bis 2030 klimaneutral werden will. Gerade mit der Sparte Energy, aber auch mit den Anlagen zur Verarbeitung nachhaltiger oder recycelter Rohstoffe werde ein entsprechender Beitrag geleistet. „Wir haben vier Bereiche, die in sich stark sind, auf diese Megatrends einzahlen und mit ihren Synergien ein tolles Potenzial bieten“, ergänzt Lukas Langer, geschäftsführender Gesellschafter und von nächstem Jahr an Finanzchef des Unternehmens.

Die Auslastung im Jubiläumsjahr sei insgesamt gut, berichtet Christian Dieffenbacher: Erstmals werde beim Umsatz wohl die Marke von 500 Millionen Euro überschritten, nachdem es im Vorjahr noch 422 Millionen Euro waren. Die Belegschaft ist auf insgesamt 1850 Mitar-

beiter angestiegen, nicht nur durch den Zukauf in Österreich mit 150 Mitarbeitern. In Eppingen sind es inzwischen 850 Beschäftigte, auch dank 67 zusätzlicher Einstellungen, berichtet Lange.

Von den Obst- und Weinpressen führte die Entwicklung in den 1920er Jahren über Bakelitpressen und Spritzgussmaschinen zu den ersten Sperrholz- und Furnierpressen, die sich ab 1950 immer besser verkauften. In den folgenden Jahren begann auch der Export. Im saarländischen Lebach entstand 1969 ein Zweigwerk, das 2007 abgegeben wurde. Metallpressen kamen hinzu und wurden bis in die 2010er Jahre hergestellt. 2007 entstand das Zweigwerk im Gewerbegebiet Tiefental. Im Ausland bestehen inzwischen Werke in Tschechien, China und Kanada. Hinzu kommen Servicegesellschaften, Vertriebs- und Konstruktionsbüros in weiteren Ländern. Der Exportanteil beim Umsatz liegt – typisch Maschinenbauer – bei mehr als 80 Prozent.



Der heutige Dieffenbacher-Sitz in Eppingen.

Firmen

Verpackungspreis

Der Verpackungsmaschinen-Hersteller Syntegon hat im vierten Jahr in Folge den Deutschen Verpackungspreis gewonnen. Das Deutsche Verpackungsinstitut zeichnet in diesem Jahr die Verpackungslösung IDH (Intelligent Direct Handling) für die schonende Handhabung und Portionierung von Keksen und Crackern aus.

Die Lösung erhielt die Auszeichnung wegen ihrer innovativen Technologie und Flexibilität bei gleichzeitig geringem Platzbedarf. Die Jury würdigte die innovative Anwendung von Lineartechnik, mit welcher Syntegon den Platzbedarf beim Verpackungsprozess drastisch reduziert. Das Gruppieren von ungeordneten Backwaren wie Keksen und Crackern von einem Zuführband zur Verpackungsmaschine erzeugte bislang einen hohen Flächenbedarf. Auf einem Bruchteil der bisherigen Fläche können nun bis zu 1250 Kekse oder Cracker pro Minute verarbeitet werden. Die Technik ermöglicht zudem eine schonende Handhabung der Produkte bei hoher Leistungsfähigkeit. Sie minimiert nicht nur Bruch und Beschädigungen, sondern optimiert auch die Produktionseffizienz.

Das Deutsche Verpackungsinstitut (DVI) verleiht den Deutschen Verpackungspreis seit 1963. Der international ausgeschriebene Wettbewerb ist die wichtigste europäische Leistungsschau rund um das Thema Verpackung und findet jährlich unter der Schirmherrschaft des Bundesministers für Wirtschaft und Energie statt.

red

ANZEIGE

Ja zur Automatisierung – aber bitte nachhaltig

Technologische Innovation für ökologische Vorteile nutzen

Die Automatisierung schreitet immer weiter voran – ob im industriellen Bereich, wie dem klassischen Geräte-, Anlagen- und Maschinenbau, oder in nicht-industriellen Branchen, wie der Medizintechnik, Logistik oder Landwirtschaft. Effiziente Prozesse, kurze Reaktionszeiten und eine hohe Qualität sind dabei wichtige Voraussetzungen für die eigene Wettbewerbsfähigkeit und Möglichkeit zur Differenzierung im globalen Markt. Doch auch das Thema Nachhaltigkeit entwickelt sich immer mehr zu einem wirtschaftlichen Faktor. Um die gesetzten EU-Ziele – Reduktion der CO₂-Emissionen um 55 Prozent bis 2030 und um 100 Prozent bis 2050 – erreichen zu können, muss die Wirtschaft umdenken. Dem Maschinen- und Anlagenbau kommt hierbei eine besondere Rolle zu. Denn mit Hilfe von rohstoffeffizienten Fertigungssystemen können Industrieunternehmen bereits zu Beginn der Wertschöpfungskette ansetzen. Die Branche steckt damit den Rahmen ab für die nachhaltige Produktion der Zukunft.



Ressourcenschonung im Maschinen- und Anlagenbau mit Hilfe von intelligenter Bildverarbeitung. Foto: IDS

möglichen Robotern, ihre Umgebung wahrzunehmen. Als fester Bestandteil all dieser Automatisierungslösungen eröffnen bildgebende Verfahren also neue Wege, um zu deren Nachhaltigkeit beizutragen.

Breites Anwendungsspektrum

Die Bildverarbeitungstechnologie der IDS Imaging Development Systems GmbH aus Obersulm ermöglicht Unternehmen beispielsweise, ihre Produktqualität zu verbessern und den Wirkungsgrad ihrer Fertigungsanlagen zu steigern – künstliche Intelligenz ist hierfür ein enormer Multiplikator. Das Einsatzspektrum ist vielfältig. Es reicht vom integrierten Waldbrandüberwachungs- und Informationsmanagementsystem mit intelligenter Bildverarbeitung über die Vermeidung von Herbiziden mit Hilfe von autonom fahrenden Landwirtschaftsrobotern bis hin zur Ressourcenschonung in der Textil- und Bekleidungsindustrie. Das Ziel dahinter ist immer das gleiche: Kos-

ten senken und wertvolle Ressourcen sparen, um insgesamt umweltfreundlicher zu produzieren. „Viele Prozesse bieten diesbezüglich enormes Potenzial. Wer sie optimiert, ob mit oder ohne Bildverarbeitung, trägt damit zum Erhalt unseres Lebensraumes bei“, sagt IDS Geschäftsführer Jan Hartmann.

Nachhaltigkeit als Chance

Das Thema Nachhaltigkeit ist somit eine große Chance für die deutschen Maschinen- und Anlagenbauer. Ihre Produkte sind weltweit gefragt, insbesondere aufgrund ihrer Präzision und Ingenieurskunst. Wer dies jetzt durch seine Innovationskraft bestätigt, kann sich vom Wettbewerb abheben und sich unter Umständen sogar in angrenzenden Geschäftsfeldern positionieren oder auch ganz neue Kundenkreise erschließen. Die Bildverarbeitung kann dafür eine Schlüsseltechnologie sein.

anz

Weitere Informationen
<https://de.ids-imaging.com/sustainable-applications.html>

www.ids-imaging.de

iDS
#idsasvision

Mit höherem Durchsatz Ressourcen sparen.

Die deutsche Industrie steht mit Fachkräftemangel, Lieferketten- und Energieproblemen vor großen Herausforderungen. Bildverarbeitungslösungen mit Kameras von IDS ermöglichen nachhaltigere Prozesse und bieten Einsparpotential, z.B. für die Textil- und Bekleidungsbranche - it's so easy!



IDS Imaging Development Systems GmbH
Dimbacher Str. 10 • 74182 Obersulm • Fon +49 71 34 96 196-0 • info@ids-imaging.de

Firmen

Preise für Innovation

Mit dem Aluminium-Träger Twix Beam stellte **Layher** auf der letzt-jährigen Bauma eine hochtragfähige und flexibel einsetzbare Innovation vor. Die Anwendungen reichen von klassischen Abfangträgern bis zum Einsatz als Systemhochträger im Tragerrüstbau. Nach der Auszeichnung als „Produkt des Jahres“ durch den britischen Gerüstbauer-verband wurde der Twix Beam jetzt mit dem französischen Innovationspreis „Mat d’Or“ geehrt, gewann im Rahmen der „Irish Construction Excellence Awards“ in der Kategorie „Construction Product Innovation“ und zählte zu den Gewinnern beim „Produkt des Jahres“ durch die Zeitschrift „Baugewerbe“.

Die Innovation besteht aus zwei 200 Millimeter hohen, gelochten Aluminium-U-Profilen, die miteinander verschraubt werden. Durch die hohe Tragfähigkeit im Vergleich zu Holzträgerschalungen lassen sich Tragerrüste optimieren. In der Folge sind weniger Tragerrüstmö-nö-tig.



Vertriebsleiter Konrad Böhnke (links) bei der Verleihung zum „Produkt des Jahres“. Foto: Layher

Wenn in der Halle was bewegt wird...

Aberle aus Leingarten, Mlog in Neuenstadt und Stahl Cranesystems in Künzelsau: Drei Intralogistiker mit ganz unterschiedlichen Ansätzen.

Von unseren Redakteuren
Jürgen Paul und Christian Gleichauf

Intralogistik und Automatisierung ist das Kerngeschäft des Leingartener Unternehmens Körber Supply Chain Automation. Das 1984 von Wilfried Aberle gegründete Unternehmen ist in der Region als Aberle Automation groß und bekannt geworden, ehe es im Jahr 2012 an die Hamburger Körber-Gruppe verkauft wurde, um weiteres Wachstum zu ermöglichen. Das einstige Familienunternehmen hat in der Konzernstruktur mit internationaler Geschäftstätigkeit ganz andere Möglichkeiten. Die Leingartener sind ein gefragter Partner, weil sie komplette Intralogistik- und Automationslösungen entlang der gesamten Lieferketten bieten können. Körber Supply Chain Automation ist seit Jahren auf solidem Wachstumskurs und beschäftigt am Stammsitz in Leingarten mehr als 400 Mitarbeiter. Achim Aberle leitet das Unternehmen gemeinsam mit Andreas Ebert, der vor allem die weltweite Aktivitäten verantwortet. Im vergangenen Jahr hatte sich die Auftragslage laut Achim Aberle gut entwickelt. „Wir haben unsere eigenen Ziele übertroffen“, hatte der Geschäftsführer im November 2022 der *Heilbronner Stimme* gesagt.

Kardex Mlog mit Sitz in Neuenstadt am Kocher ist einer der führenden Anbieter für integrierte Materialflusssysteme und Hochregallager. Das Unternehmen



Bei Weleda in Schwäbisch Gmünd baute Kardex Mlog bunte Regalbediengeräte ein.
Foto: Kardex Mlog

verfügt über mehr als 50 Jahre Erfahrung in der Planung, Realisierung und Instandhaltung von vollautomatischen Logistiklösungen. Die drei Geschäftsbereiche Neuanlagen, Modernisierung und Customer Service stützen sich auf die eigene Fertigung in Neuenstadt. Kardex Mlog gehört zur Schweizer Kardex-Gruppe und beschäftigt derzeit 333 Mitarbeiter. Der Umsatz für das Geschäftsjahr 2022 lag den Angaben zufolge bei 106 Millionen Euro. Erst kürzlich hat Kardex Mlog für den neuen Logistik-Campus der Weleda AG im Gewerbegebiet Gügling in Schwäbisch Gmünd sechs automatische Regalbediengeräte für das Hochregallager und den Versandpuffer geliefert. Auch die zugehörige Fördertechnik zum Anbinden von Wareneingang, Kommissionierung,

Versandpuffer und Warenausgang waren Teil des im September abgeschlossenen Auftrags. Zu den Besonderheiten des gemäß DGNB (Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen) in Platin vorzertifizierten Bauprojekts zählen die in gelb, grün, pink und blau lackierten Regalbediengeräte, die mit Energiespeichern ausgerüstet wurden. Mit dem neuen Logistikzentrum zentralisiert der Naturkosmetikspezialist Weleda die internationale und nationale Vertriebs- sowie Teile der Produktionslogistik. Der größte der drei Intralogistiker ist Stahl Cranesystems in Künzelsau mit knapp über 500 Mitarbeitern. Der Name weist schon auf die Wurzeln hin. 1893 konstruierte Rafael Stahl – Gründer von R. Stahl – einen handbetriebenen Speisen-

aufzug. Seit 1935 gab es eine eigene Kranabteilung, die im Jahr 2006 an die finnische Konecranes verkauft und nach kartellrechtlichen Auflagen 2018 an den US-Kranhersteller Columbus McKinnon weiterverkauft wurde. Unter dem Dach der neuen Mutter, die einen weltweiten Vertrieb ermöglicht, soll es nun aufwärts gehen. Seilzüge in vielen Größen und Ausführungen, Kettenzüge, Seilwinden gehören zum Portfolio. Zu den Spezialitäten der Künzelsauer gehören Kransysteme, die auch in explosionsgefährdeten Bereichen eingesetzt werden können. Das Know-how hat Stahl Cranesystems von der R. Stahl AG geerbt und bringt bis heute große Wettbewerbsvorteile. Größere Hoffnungen setzt Stahl nun auf Sicherheits- und Überwachungssysteme.

ANZEIGE



StudiumPRO

Ausbildungsintegriert.
Praxisorientiert.
Berufsbegleitend.

HOCHSCHULE HEILBRONN

STUDIUMPRO

AUSBILDUNGSINTEGRIERT.

PRAXISORIENTIERT.

BERUFSBEGLEITEND.

Studiere nach Deinen Bedürfnissen

Die Hochschule Heilbronn bietet neben dem klassischen Vollzeitstudium auch verschiedene Studienmodelle mit einer noch intensiveren Praxisorientierung und Berufsintegration an.

Weitere Informationen gibt's hier:
www.hs-heilbronn.de/studiumpro





Während des Studiums absolvieren die Studierenden nicht nur Vorlesungen und Seminare, sondern auch Praxisphasen in Unternehmen. Ein weiterer Vorteil ist dabei die Vergütung durch die beteiligten Unternehmen.
Foto: Hochschule Heilbronn

Kooperatives Studienmodell

Attraktives Angebot an der Hochschule Heilbronn kombiniert Theorie und Praxis

Ein wesentlicher Vorteil des kooperativen Studiums an der Hochschule Heilbronn ist die Möglichkeit, über die vorgelagerte Ausbildung von Anfang an in die Arbeitswelt einzutauchen. Während des Studiums absolvieren die Studierenden nicht nur Vorlesungen und Seminare, sondern auch Praxisphasen in Unternehmen. Diese Kombination ermöglicht es ihnen, ihr erlerntes Wissen in die Praxis umzusetzen und am Ende des Studiums zwei Abschlüsse in der Hand zu halten.

den durch die beteiligten Unternehmen. Dieses Modell ermöglicht es den Studierenden, ihren Lebensunterhalt zu finanzieren und schuldenfrei in die Zukunft zu starten.

Während des kooperativen Studiums sammeln die Studierenden eine Fülle von praktischen Erfahrungen in echten Arbeitsumgebungen. Dies stärkt nicht nur ihre beruflichen Fähigkeiten, sondern gibt ihnen auch wertvolle Einblicke in die berufliche Welt, die in der reinen Theorie schwer zu vermitteln sind. Durch die enge Partnerschaft mit Unternehmen haben Absolventen des kooperativen Studiums an der Hochschule Heilbronn ausgezeichnete Chancen, nach Abschluss ihres Studiums direkt in den Beruf übernommen zu werden. Dies ist ein unschätzbarer Vorteil in einer zunehmend wettbewerbsintensiven Arbeitswelt. Die Hochschule Heilbronn fördert auch internationale Perspektiven. Studierende haben die

Möglichkeit, im Rahmen ihres kooperativen Studiums Auslandserfahrungen zu sammeln. Dies erweitert nicht nur ihren Horizont, sondern macht sie auch für Arbeitgeber noch attraktiver.

Solide Grundlage

Insgesamt zeigt das kooperative Studium an der Hochschule Heilbronn, dass es eine erstklassige Bildungs- und Karriereoption für diejenigen ist, die das Beste aus beiden Welten – Theorie und Praxis – suchen. Die Kombination aus akademischer Exzellenz und umfassender Praxiserfahrung bietet den Absolventen eine solide Grundlage für eine erfolgreiche berufliche Zukunft.

 Kontakt

Corinna Bürgermeister
Telefon 07940 1306-407
Mail: corinna.burgermeister@hs-heilbronn.de

Berufe mit Zukunft

Ausbildungsrekord im Jubiläumsjahr bei Bechtle

Seit 40 Jahren am Markt, seit 38 Jahren Ausbildungsbetrieb für Berufe mit Zukunft: Für das gerade begonnene Ausbildungsjahr erreicht Bechtle neue Spitzenwerte und bildet insgesamt mehr Menschen aus als je zuvor. Mit 299 Auszubildenden und dual Studierenden startet damit erneut ein Rekordjahrgang bei dem europaweit tätigen IT-Unternehmen mit Sitz in Neckarsulm. Die Ausbildungsquote bei Bechtle in Deutschland liegt mit sieben Prozent erneut über dem Vorjahr. Bis 2030 soll sie auf zehn Prozent steigen.

Ausbildung mit hohem Stellenwert

„Angesichts des Fachkräftemangels und demographischer Faktoren bleibt das Thema Aus- und Weiterbildung bei Bechtle ganz oben auf unserer Zukunfts-Agenda. Wir bieten jungen Menschen eine nachhaltige Perspektive mit vielfältigen Entwicklungsmöglichkeiten im dynamischen und hochspannenden Umfeld der IT-Branche. Gleichzeitig profitieren wir vom frischen Wind und den neuen Blickwinkeln, die über unsere Azubis und dual Studierenden ins Unternehmen getragen werden. Wir ermutigen sie daher ausdrücklich, sich bereits während der Ausbildung in ihr Arbeitsumfeld bei Bechtle einzubringen, um gemeinsam die Zukunft mit IT zu gestalten“, sagt Dr. Thomas Olemotz, Vorstandsvorsitzender der Bechtle AG. „Wir freuen uns über das große Interesse an einer Ausbildung bei Bechtle und sind dankbar für das Vertrauen, das uns von den jungen Menschen und ihren Familien entgegengebracht wird.“

Berufe und Studiengänge mit Zukunft

Zu den 13 Ausbildungsberufen gehören



299 junge Menschen, die Zukunft machen: Bechtle begrüßt den stärksten Ausbildungsjahrgang in der 40-jährigen Unternehmensgeschichte. Foto: Bechtle

ganz neu Kaufleute für Marketingkommunikation sowie weiterhin Kaufleute für E-Commerce, IT-Systemmanagement oder Digitalisierungsmanagement, aber auch IT-Systemelektroniker:innen, Fachinformatiker:innen in unterschiedlichen Spezifikationen oder Fachkräfte für Lagerlogistik. In Kooperation mit den dualen Hochschulen bietet Bechtle außerdem insgesamt zehn breit gefächerte wirtschaftswissenschaftliche und tech-

nische Studiengänge an – darunter Digital Commerce Management, International Business, Wirtschaftsinformatik, Onlinemedien und Cyber Security. Im neu hinzugekommenen Studiengang Sustainable Management steht der hochrelevante und zukunftsorientierte Bereich Nachhaltigkeit im Mittelpunkt.

Gut ankommen...

...und wohlfühlen

Traditionell lädt Bechtle alle neuen Azubis und Studierenden zur Einführungsveranstaltung Mikado an den Hauptsitz in Neckarsulm ein.

Das stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl von Anfang an und bietet die Chance, standortübergreifend gleich ein persönliches Netzwerk zu knüpfen. Die Teilnehmenden lernen dabei auch die zentralen Serviceein-

heiten von Bechtle kennen und erhalten Einblicke in die Unternehmensgeschichte und -kultur. Es ist der Auftakt eines vielfältigen Seminarangebots während der gesamten Ausbildung, das mit gezielten Prüfungsvorbereitungskursen endet. Ein eigens konzipiertes Patenprogramm stellt darüber hinaus erfahrene Kolleg:innen an die Seite der Azubis und Studierenden – damit jede und jeder sich schnell zu Hause fühlt.

Jetzt schon bewerben für 2024

Für den Ausbildungsstart im Herbst 2024 hat Bechtle die neuen Ausbildungs- und Studienplätze bereits veröffentlicht. Mehr Informationen zu offenen Stellen, zu Ausbildung und dualen Studium sowie Bewerbungsmöglichkeiten im Netz unter bechtle.com/karriere. *anz*

40 JAHRE IT-ZUKUNFTSPARTNER

Seit 1983 begleitet Bechtle Unternehmen und den Public Sector auf dem Weg in die Zukunft. Mit starker IT, die heute schon weiß, was wir morgen brauchen. Und mit Menschen, die stets das große Ganze im Blick behalten. 40 Jahre Bechtle – 40 Jahre Zukunft.

bechtle.com

Ihr starker IT-Partner.
Heute und morgen.



Firmen

50 Jahre Wiesheu

Vom Handel mit gebrauchten Metzgereimaschinen zum weltweit größten Hersteller von Ladenbacköfen: Dieser Weg schien nicht vorgezeichnet, als Marga und Karlheinz Wiesheu in der Garage des Hofes in Burgstall-Neumühle das Unternehmen gründeten. 1975 wurde der erste Metzgerbackofen mit Kerntemperaturfühler und integrierter Wasserschale entwickelt. Früh erkannten die Gründer, dass der Duft von frisch zubereiteten Produkten im Laden ein kostengünstiges und wirksames Instrument zur Verkaufsförderung ist. 1980 wurde der erste Schau-Backofen für Bäckereien und Metzgereien vorgestellt. Ab Mitte der 1980er Jahre konzentrierte sich **Wiesheu** auf das Ladenbacken – mit Erfolg. In Deutschland und auf dem internationalen Markt etablierte sich das Unternehmen als Marktführer. Am Hauptsitz in Großbottwar, wo Wiesheu seit 2017 ansässig ist, und am Standort Wolfen werden jährlich mehr als 10000 Backöfen gefertigt. Die 480 Mitar-



Der Ofenbauer Wiesheu feiert 50-jähriges Bestehen. Foto: Wiesheu

beiter, 385 davon in Grottbottwar, haben im vergangenen Jahr einen Umsatz von 143 Millionen Euro erwirtschaftet. Im Jubiläumsjahr hat die Wiesheu-Gruppe ihre Marktposition mit der Integration der Wachtekt Abt GmbH, Hilden, und der Winnovation GmbH, Gallmersgarten, weiter gefestigt. *red*

Preis für TII Group

Die **TII Group** mit den Schwenktransporter-Herstellern Kamag und Scheuerle hat den German Brand Award 2023 für herausragende Markenarbeit erhalten. Die Expertengruppe verlieh dem Heilbronner Unternehmen den Titel in der Kategorie „Excellent Brands – Industry, Machines & Engineering“ sowie einen „Special Mention“ in der Zusatzkategorie „Excellent Brands – Corporate Brand of the Year“.

TII hatte zeitgleich zur Bauma, Weltleitmesse der Bau- und Mining-Branche, Ende vergangenen Jahres den Markenauftritt vollständig modernisiert. „Die modernisierte Markenarchitektur ermöglicht eine klare Zuordnung der Branchen und Anwendungsbereiche unserer Kunden zu den beiden Branchenspezialisten der TII Group“, erklärt Marketingleiter Patrick Gevelmann. Scheuerle sei Spezialist für Schwerlasttransporte auf der Straße und Off-Road und Kamag für innerbetriebliche Transporte. Fahrzeuge der Unternehmen bewegen schwerste Güter: mehr als 100 Meter lange Rotorblätter, Brückenteile, komplette Anlagen, glühend heißen Stahl, Weltraumfahrzeuge, Ölbohrplattformen, Flugzeuge, Schiffe, Lokomotiven und Waggons sowie Wechselbrücken und Sattelaufleger auf Logistikhöfen. *red*



Patrick Gevelmann und Filippo Baldassari. Foto: TII Group

Eine Lösung für jedes Problem

Maschinenbau spielt in Heilbronn-Franken eine wichtige Rolle: Eine ganze Reihe großer Arbeitgeber sind hier ansässig. Die Übersicht.

Bausch + Ströbel

Einen starken Boom hat Bausch + Ströbel, Hersteller von Abfüllanlagen für Medikamente, im Laufe der Corona-Pandemie erlebt. Die Geschäfte liefen aber schon vorher gut und der Trend hält an. Mittlerweile ist das 1967 gegründete Unternehmen mit Sitz in Ilshofen der Maschinenbaubetrieb mit den meisten Beschäftigten in der Region – knapp 2000 sind es aktuell. Erst im Juli wurde am Stammsitz ein weiterer Hallenneubau eröffnet: In dem 72 Meter langen und 17 Meter hohen Neubau finden sich im Erdgeschoss der Sortiergerätebau und die Galvanik, im Obergeschoss haben vor allem die Ausbildungsabteilungen Metall, Elektro und Software ein neues Zuhause gefunden. Auch rund 6200 Kilometer weiter westlich, in Branford, Connecticut, erweiterte Bausch + Ströbel seine Niederlassung. Im Frühjahr wurde ein dreistöckiger Neubau eingeweiht. Komplette Abfüll- und Verpackungsanlagen werden hier gebaut. (frz)

Schubert

Die Gerhard Schubert GmbH gilt als Vorreiter bei modularen Verpackungsmaschinen und Serviceleistungen für Branchen von Pharma und Kosmetik über Getränke, Nahrungsmittel und Süßwaren bis zu technischen Artikeln. Das Familienunternehmen aus Crailsheim setzt bei seinen digitalen, roboter-basierten Verpackungsmaschinen auf ein Zusammenspiel von Mechanik, intelligenter Steuerungstechnik und skalierbarer Modularität. Neben Niederlassungen in Nordamerika, Großbritannien und China umfasst die Schubert-Gruppe Tochterunternehmen aus den Bereichen IT, Präzisionsteile und Verpackungsservice. Heute beschäftigt die in zweiter Generation geführte Gruppe rund 1600 Mitarbeiter. Der Umsatz lag 2021 bei 281 Millionen Euro. (jüp)

Rommelag

Maschinenbau und Kunststoffverarbeitung finden sich bei Rommelag unter einem Dach: Zum einen stellt die Gruppe in Sulzbach-Laufen seit 1964 in der Kocher-Plastik Maschinenbau GmbH Abfüllanlagen für Kunststoffbehälter her. Zum anderen füllt sie bei den Tochterfirmen Holopack und Thermopack solche Behälter selbst im Kundenauftrag ab. Insgesamt handelt es sich um acht eigenständig operierende Unternehmen im Familienbesitz, der langjährige geschäftsführende Gesellschafter Bernd Hansen war auch mehrere Jahre im Vorstand des Vereins

Packaging Valley. Die 1952 von Gerhard Hansen gegründete Gruppe beschäftigt heute mehr als 2000 Mitarbeiter, davon gut 1500 in Heilbronn-Franken. (frz)

Optima

Die Optima Packaging Group aus Schwäbisch Hall entwickelt als Lösungs- und Systemanbieter individuelle und ganzheitliche Abfüll- und Verpackungskonzepte. Ob für Pharmazeutika, Konsumgüter, Papierhygiene- oder Medizinprodukte – die Anlagen bieten die Flexibilität, um auf Kundenbedürfnisse zu reagieren sowie Erneuerungen und Variationen schnell umzusetzen. Optima ist in den vier Geschäftsfeldern Pharma, Consumer, Nonwovens und Life Science aktiv. Im Geschäftsjahr 2022 erwirtschaftete das Familienunternehmen einen Umsatz von mehr als 550 Millionen Euro. Weltweit beschäftigt Optima mehr als 3000 Mitarbeiter. (jüp)

Groninger

Groninger ist einer der führenden Hersteller von Füll- und Verschleißmaschinen für die Pharma-, Consumer-Healthcare- und Kosmetik-Industrie. Seit der Firmengründung durch Horst Groninger im Jahr 1980 hat das Crailsheimer Unternehmen zahlreiche Patente wie die Rotationskolbenpumpe, das Tuböffnungssystem, das Segment-Transportsystem oder den Markt gebracht. Groninger beschäftigt an den Standorten Crailsheim, Schnelldorf und Charlotte

(USA) 1370 Mitarbeiter. Der Umsatz lag zuletzt bei 215 Millionen Euro. (jüp)

Syntegon

Eine bewegte Geschichte hat der heute unter dem Namen Syntegon firmierende Maschinen- und Anlagenbauer hinter sich: Die Wurzeln liegen im Anlagenbau-er Hesser, der sich zunächst mit Briefk-vertirmaschinen beschäftigte. Der Technikkonzern Bosch übernahm bis 1977 Schritt für Schritt die Hesser AG und gründete 1969 die Robert Bosch Apparatebau. 1984 wurde der Crailsheimer Maschinenbauer Strunck integriert – auf diesen Betrieb geht der heutige Standort des Unternehmens in Heilbronn-Franken zurück. 2019 verkaufte Bosch jedoch seine Verpackungssparte an die Beteiligungsgesellschaft CVC Capital Partners. Seit 2020 heißt das Unternehmen Syntegon. Rund 5800 Mitarbeiter an über 35 Standorten in mehr als 15 Ländern erwirtschafteten 2022 einen Umsatz von 1,4 Milliarden Euro, das Werk Crailsheim kommt auf etwa 1150 Beschäftigte. Spezialisiert hat sich das Unternehmen auf Anlagen für die Pharma- und Lebensmittelindustrie. Zurzeit wird in Crailsheim ein neues Bürogebäude gebaut, das im ersten Halbjahr 2025 bezugsfertig sein soll. Auf vier Stockwerken entstehen auf 2100 Quadratmetern rund 100 neue Arbeitsplätze. (frz)

Illig Das Heilbronner Traditionsunternehmen Illig gehört zu den Weltmarktführern im Bereich von Thermoform- und Verpackungssystemen sowie Werkzeugsystemen für Kunststoffe und Karton. Illig ist bekannt für ein umfangreiches Lieferprogramm von Maschinen und Werkzeugen, komplexen Fertigungslinien und Einzelkomponenten. Die Heilbronner sind mit acht eigenen Service-Niederlassungen rund um den Globus und zwei Produktionsstandorten in Deutschland und in Rumänien aktiv. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen 550 Mitarbeiter am Stammsitz in Heilbronn, 30 am wachsenden Montage-Standort in Rumänien und 50 im weltweiten Vertrieb und Service. Nach einigen schwierigen Jahren sind die Heilbronner 2022 wieder auf

Weinig

Maschinen für die Holzbearbeitung sind das Geschäft des Unternehmens mit Sitz

in Tauberbischofsheim. 1905 als Handels- und Fertigungsbetrieb von Michael Weinig gegründet, wurde 1947 die Produktion auf Holzbearbeitungsmaschinen umgestellt. Insgesamt werden mehr als 2500 Mitarbeiter beschäftigt, davon etwa 1000 am Stammsitz. Bis 2027 sollen dort mehr als 120 Millionen Euro investiert werden, unter anderem in ein neues Logistikzentrum, ein neues Fertigungskonzept und neue Produktionsanlagen sowie neue Ausstellungs- und Kunden-schulungsräume. Der Umsatz lag 2022 bei 586 Millionen Euro. Dieses Jahr übernahm Weinig die Firma HIT Maschinenbau in Bayern und 50 Prozent an Essetre mit Sitz in Vicenza/Italien. (frz)

Illig

Das Heilbronner Traditionsunternehmen Illig gehört zu den Weltmarktführern im Bereich von Thermoform- und Verpackungssystemen sowie Werkzeugsystemen für Kunststoffe und Karton. Illig ist bekannt für ein umfangreiches Lieferprogramm von Maschinen und Werkzeugen, komplexen Fertigungslinien und Einzelkomponenten. Die Heilbronner sind mit acht eigenen Service-Niederlassungen rund um den Globus und zwei Produktionsstandorten in Deutschland und in Rumänien aktiv. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen 550 Mitarbeiter am Stammsitz in Heilbronn, 30 am wachsenden Montage-Standort in Rumänien und 50 im weltweiten Vertrieb und Service. Nach einigen schwierigen Jahren sind die Heilbronner 2022 wieder auf

die Erfolgsspur zurückgekehrt. Geschäftsführer Carsten Strenger rechnet mit einem Umsatz in Höhe von rund 110 Millionen Euro und einer schwarzen Null beim Ertrag. (jüp)

Fibro

Mit seinen Produkten im Geschäftsreich Rundtische ist es Fibro gelungen, weltweit Maßstäbe zu setzen. Das zur Lapple-Gruppe gehörende Unternehmen mit Sitz in Weinsberg bietet ein umfangreiches Rundtisch-Programm. Entstanden 1960 aus einem pneumatischen Rundtisch hat sich daraus ein Portfolio mit mehr als 150 verschiedenen Rundtisch-Typen entwickelt. Diese werden eingesetzt als Schwenk- oder Positionierachse sowie als Werkstückträger in Werkzeugmaschinen, aber auch für Montageaufgaben. Tausende von Rundtisch-Einheiten sind inzwischen in hochproduktiven Maschinen rund um den Globus integriert. Fibro Rundtische mit seiner Halßmersheimer Schwester Fibro Normalien betreibt Niederlassungen in Frankreich, Polen, den USA, Singapur, Indien, Korea und China und beschäftigt rund 820 Mitarbeiter. Nachdem Fibro lange Zeit die Ertragsperle in der Lapple-Gruppe war, litt sie zuletzt unter einer weltweit schwachen Nachfrage im Werkzeugmaschinenbau. Daher wurde am Standort Weinsberg deutlich Personal abgebaut. (jüp)

Behringer

Behringer, ein Familienunternehmen in

Kirchardt, ist spezialisiert auf die Herstellung von Band- und Kreissägemaschinen sowie Stahlbauanlagen. Ein weiterer Eckpfeiler ist die eigene Eisengießerei. Die Wurzeln reichen zurück bis zur Gründung einer mechanischen Werkstatt 1919 durch August Behringer im Herzen von Kirchardt. Schon in den 1960er Jahren begann Behringer, auch internationale Märkte mit Maschinen und Anlagen zu bedienen. 2018 bis 2020 wurden neue Verwaltungs- und Produktionsgebäude errichtet, inklusive zweier Photovoltaikanlagen, die etwa die Hälfte des jährlichen Strombedarfs abdecken. Die Behringer Gruppe hat Werke in Kirchardt, Weilheim und Dijon (Frankreich), Vertriebs- und Serviceniederlassungen in den USA, Frankreich, Großbritannien und China sowie weltweite Vertretungen. Das Unternehmen wird heute in dritter und vierter Generation von der Familie Behringer geleitet. Mit mehr als 500 Mitarbeitern erzielte die Gruppe im Jahr 2021 einen Umsatz von mehr als 83 Millionen Euro. (frz)

R. Weiss

Aus kleinen Anfängen hat sich seit 1990 mit der R. Weiss Group ein weiterer großer Maschinenbauer der Verpackungsbranche in Crailsheim entwickelt. Reinald Weiss startete damals die Herstellung von Funktionselementen, Baugruppen und Sondermaschinen. In den Folgejahren kamen weitere Anlagen und Services hinzu. Ein großer Wachstumssprung war die Übernahme von Bleichert Automation in

Osterburken 2010. 2012 wurde zudem die Ertl Automation in Straubing zugekauft, 2020 kam der Filter- und Drehteile-Hersteller Schimmel in Adelsheim hinzu. Mittlerweile beschäftigt das Unternehmen mehr als 1000 Mitarbeiter weltweit, davon 300 am Stammsitz, 200 in Osterburken und 100 in Adelsheim. (frz)

Vollert Anlagenbau

Das Weinsberger Unternehmen ist weltweit aktiv mit Lösungen für die Betonfertigteileproduktion, mit Intralogistik- und Rangiersystemen. „Der Umsatz leidet noch unter den Lieferkettenproblemen“, sagt Hans-Jörg Vollert, der geschäftsführende Gesellschafter. Immerhin sei die Situation planbarer geworden, auch wenn die Lieferzeiten teils noch sehr lang seien. Rückläufig ist das Geschäft mit der Betonfertigteileindustrie – die Flaute am Bau ist zu spüren. „Zum Glück sind wir breiter aufgestellt“, sagt der 53-Jährige. Leicht gewachsen ist die Mitarbeiterzahl auf inzwischen 310, bei 55 Millionen Euro Umsatz. Und immer ist Vollert auf der Suche nach neuen Themen. Hoffnungen liegen auf den Truck Tower, ein Parkhaus im Stil eines Paternosters für Lkw. „Wir wollen mit unseren Partnern jetzt mal einen Prototypen hinbekommen.“ In hochverdichteten Räumen könnte so ein Parkhaus wertvollen Platz schaffen. Und es wäre ein Betätigungsfeld, das sich skalieren ließe – und damit andere Chancen bietet als die individuell angepassten Lösungen, auf die sich Vollert sonst spezialisiert hat. (cgl)

Firmen

Ein Roboter serviert

1,29 Meter groß, 57 Kilogramm schwer – das ist „Lutzi“, der Service-Roboter, der nun in den **XXXLutz**-Bedienungsrestaurants hat: „Lutzi“ serviert selbstständig, räumt Geschirr ab und sorgt so für eine Entlastung des Servicepersonals in der Gastronomie der Möbelhäuser. „Lutzi“ ist bereits an den Standorten in Würzburg und Nürnberg im Einsatz, sukzessive sollen weitere Filialen hinzukommen. Die Unternehmensgruppe will mit dem Einsatz des Roboters dazu beitragen, das Personal weiter zu entlasten. „Um es gleich vorwegzunehmen: Es geht uns mit „Lutzi“ keinesfalls um die Einsparung von Mitarbeitern“, betont Andreas Haderer, Geschäftsführer der XXXLutz-Gastronomie. „Im Gegenteil: Wir suchen weiterhin Leute für unsere Restaurants. Der Mensch ist in der Gastronomie und im Kundenservice nicht ersetzbar. Es geht darum, unsere Kollegen zu entlasten und die Arbeit zu erleichtern.“

„Lutzi“ kann auf vier Abstell-ebenen eine Last von 40 Kilogramm schultern. Er muss aber händisch bestückt werden, ehe er sich auf seine Reise von der Küche zu den Gästen und wieder zurück macht. Der Roboter kann sprechen, bedankt sich bei den Kunden und wenn er weiß, dass ein Gast Geburtstag hat, dann singt er ein Ständchen. „Lutzi“ wird vor seinem allerersten Einsatz einmalig durch die Räume geführt und erfasst dabei die Laufwege, weiß am Ende also, welcher Tisch wo steht. Sein Akku hält bis zu 24 Stunden. Er wird aber oft vom Personal begleitet, so dass das Servieren mehrerer Mahlzeiten oder aber das Abräumen großer Tische jetzt auf einmal möglich ist. *red*



Lutzi hilft in manchen XXXLutz-Restaurants. Foto: XXXLutz

Geld für Mint-Förderung

Im Mint-Bereich hat Deutschland Nachholbedarf. Einen Beitrag dazu will jetzt die Wittenstein Stiftung gemeinsam mit der Julius-Maximilians-Universität Würzburg (JMU) leisten. Die Stiftung mit Sitz in Igersheim stellt der Universität über fünf Jahre rund eine Million Euro zur Verfügung. Finanziert werden damit im Wesentlichen zwei wissenschaftliche Studien, die im Raum Würzburg und Main-Tauber außerschulische Mint-Angebote und deren Wirksamkeit untersuchen. Auch überregionale und internationale Erfahrungen sollen dabei ausgewertet werden. Ziel der einen Studie ist es zu ermitteln, welche Angebote im Mint-Bereich jenseits des Schulunterrichts in der Region bereits vorhanden sind – von der Jugendtechnikscheule über Wettbewerbe und Schülerlabore bis zu Ausstellungen, Vorträgen und Praktika. An welche Zielgruppe sie sich wenden, wie sie vernetzt sind und wie sie damit mit Blick auf die Gewinnung von Studierenden und Fachkräften bewirken, sind weitere Fragen.

Im Fokus der zweiten Untersuchung stehen die Teilnehmer: Jugendliche, die eine der Mint-Veranstaltungen besucht haben, werden über zwei Jahre hinweg begleitet und regelmäßig befragt. Die Wissenschaftler erhoffen sich Auskunft darüber, warum Jugendliche solche Angebote besuchen, warum sie sich für eine Ausbildung oder ein Studium in diesem Bereich entscheiden – oder eben nicht. *red*

Firmen

Unter den Top 25
Philipp Architekten mit Sitz in Waldenburg zählt zu Top 25: Das Büro wurde von der Architekturplattform Archello als eines der besten 25 deutschen Architekturbüros gelistet. Archello ist eine weltweite, internationale Architekturplattform, auf der aktuell mehr als 111.000 Architekturbüros und über 2,5 Millionen Projektfotos gelistet sind. Das soeben veröffentlichte Ranking umfasst die 25 besten deutschen Architekturbüros, die für Innovationsgeist, neue Technologien, herausragendes Design und kontinuierliche Spitzenleistungen stehen. *red*

Preis für Leonhard Weiss
Elektromobilität in die Infrastruktur von Unternehmen effizient zu integrieren ist kein Leichtes. Diese Problematik war der Ursprung einer ganzheitlichen Systemlösung zur Einführung von E-Mobilität in Unternehmen, die die Satteldorfer Bauunternehmung **Leonhard Weiss** ihren Kunden seit kurzem anbietet. Im Rahmen von Pilotprojekten an seinen Hauptstandorten in Göppingen und Satteldorf hatte das Unternehmen sie zuvor erfolgreich getestet und weiterentwickelt.
„Dazu zählt die Integration in bestehende Systeme, die Auslegung skalierbarer Infrastrukturlösungen und die Integration von Speichern und unterschiedlichen Anbietern. Auch die Einbindung in verschiedene IT-Infrastrukturen, die Integration eines intelligenten Lastenmanagements sowie das Betreiben der Anlagen müssen berücksichtigt werden“, erzählt Christian Kong-Lochbihler, Leiter Stationsbau und E-Mobilität bei Leonhard Weiss.
Begeistert von dieser Lösung zeigte sich auch die Jury des Deutschen Awards für Nachhaltigkeitsprojekte und ehrte das Familienunternehmen mit dem ersten Platz in



Der Aufbau einer Lade-Infrastruktur ist komplex. Foto: Leonhard Weiss

der Kategorie Produkt – Mobilität/Logistik. „Der Bedarf für derartige Softwarelösungen ist groß, sie sind notwendig, um weitere Potenziale einer optimierten Energienutzung erschließen zu können“, so die Jury des Awards bei der Bewertung des Produkts. *red*

Würth IT fördert
Die **Würth IT GmbH** engagiert sich für den Nachwuchs. Dazu zählen nun auch die Initiative „Junge Forscherinnen und Forscher“ und das regionale Netzwerk „Mint Regional Main Tauber“ sowie die Jugendtechnischule Taubertal. Auch der Schüler-Wettbewerb „Kreative Köpfe“ wird ab kommendem Schuljahr vom Unternehmen gefördert und junge Talente haben die Chance, Einblicke bei Würth IT zu bekommen. „Wir wollen junge Menschen aktiv dabei unterstützen und fördern, ihre Neugier für Naturwissenschaften und Technik zu entwickeln. Mit Hilfe der Initiative ist es möglich, regelmäßig Workshops und Projekte zu ermöglichen, die sich mit den unterschiedlichsten Themen aus dem Mint-Bereich beschäftigen“, sagt die Young-Talents-Referentin der Würth IT, Sabrina Christof. Auch die Förderketten in der Mint-Bildung sollen im Rahmen der Zusammenarbeit mit „Mint Regional Main Tauber“ und der Jugendtechnischule Taubertal gestärkt werden. *red*



Foto: totemaximum/stock.adobe.com

Der 2007 in Schwäbisch Hall gegründete Verein Packaging Valley Germany hat sich heute zum Cluster und Sprachrohr der Verpackungsindustrie entwickelt. Er ist aus der Verschmelzung der Vereinigungen Packaging Valley Germany und Packaging Excellence Region Stuttgart hervorgegangen und vernetzt mittlerweile mehr als 100 Unternehmen mit zahlreichen Experten aus der Verpackungsindustrie. Dazu zählen Hersteller von Verpackungsanlagen und Verpackungsmaschinen, Anbieter von Software und Automatisierungslösungen, Hersteller von Komponenten, Anbieter von Dienstleistungen rund um die Verpackungsindustrie sowie öffentliche Institutionen.
Am Anfang stand die Idee einiger Unternehmer rund um Schwäbisch Hall, in Anlehnung an das amerikanische IT-Vorbild „Silicon Valley“ das Verpackungs-Cluster „Packaging Valley Germany“ zu gründen. „Wir wollen auf diese weltweit einzigartige Konzentration an führenden Verpackungsmaschinenbau-Unternehmen aufmerksam machen“, sagte Hans Bühler, erster Vereinsvorsitzender und zugleich Chef der Schwäbisch Haller Optima Group, bei der Vereinsgründung im Oktober 2007. Damals waren 15 Unternehmen dabei, schon kurz darauf war das Netzwerk auf 34 Mitglieder angewachsen. Trotz der Konzentration auf den Landkreis Schwäbisch Hall betonte da-

Wie das Tal der Verpacker entstand

Was 2007 mit 15 Mitgliedern begann, ist auf ein südwestdeutsches Netzwerk von 100 Firmen angewachsen.

mals Vorstandsmitglied Kurt Engel, dass der Cluster auch für Verpackungsmaschinenbauer aus den Nachbarkreisen offensteht.
Das hat sich mit der Fusion mit den südlich gelegenen Nachbarn mehr als bewährt: Heute reichen die Standorte der Mitglieder von Karlsruhe über Heilbronn und Stuttgart bis in den Neckar-Odenwald-Kreis. Nach wie vor will der Verein das Packaging Valley als Marke international etablieren. Schließlich sind die Unternehmen weltweit aktiv und haben Exportquoten von teilweise mehr als 80 Prozent. Für die Kundschaft, die von der Pharmabranche über Kosmetik, Lebensmittel, Getränke bis hin zur Gesundheitsindustrie reicht, sah Bühler schon vor Jahren viele Vorteile. „Eine weite Reise hierher lohnt sich natürlich viel mehr, wenn ich mir in kürzerer Zeit mehr Verpackungslösungen anschauen kann.“ Der Cluster verschaffe den Kunden wichtige Zeitvorteile und umfassende Informationen aus einer Hand.
Die Zusammenarbeit im Netzwerk ist aber nicht nur auf die Kundschaft ausgerichtet. Die Mitglieder bearbeiten auch die Themenfelder Hochschulbildung, Personalgewinnung, Wissenstransfer und Messen gemeinsam. Auf der Agenda stehen Events und Messeauftritte wie die Interpack im Mai 2023 mit einer Präsenz von mehr als 40 Mitgliedsunternehmen, der Packaging Valley Makeathon im Herbst und weitere Fokusgruppen und Treffen im Jahr.
Im Marketing werden insbesondere die Themen Digitalisierung, Automatisierung im Marketing, Marktbeobachtung und Marktforschung, Datenschutz und SEO mit KI behandelt. Auch Online-Events und Kooperationsveranstaltungen werden organisiert wie das Fokusgruppe Marketing Special „Social Selling“ im April. Daneben beschäftigt das Netzwerk und die Branche stark die Herausforde-

runge um Personal- und Fachkräftemangel. Packaging Valley tritt dem Thema mit der neuen Arbeitsgruppe Branchenmarketing entgegen.
„Geschäftsstelle und Vorstand des Packaging Valley haben sich zum Ziel gesetzt, dass das Thema Marketing für die Verpackungsbranche 2023 von strategischer Relevanz für den Verein ist und ein entsprechendes Konzept zu erarbeiten ist, welches uns als Clusterorganisation, aber auch unseren Mitgliedsunternehmen wertvolle Impulse für die Ansprache von Fach- und Führungskräften liefert“, erläutert Marc Funk, Geschäftsführer Packaging Valley Germany und Koordinator der Fokusgruppe Personal.
Die Fokusgruppe Nachhaltigkeit setzt den Schwerpunkt auf Themen wie Nachhaltigkeitsberichte und veränderte Kundenanforderungen durch ESG-Ratings. Auch Workshops, unter anderem zu kreislauffähigen Geschäftsmodellen, finden statt. Im Rahmen der Fokusgruppe Technologietrends werden Online-Events und Präsenzveranstaltungen organisiert, zum Beispiel zum Thema KI im Verpackungsmaschinenbau.
Die Entwicklung spricht für sich: 2022 ist das Netzwerk um 17 neue Mitglieder gewachsen. Mit mehr als 100 Mitgliedsunternehmen ist Packaging Valley Germany als regionales Sprachrohr der Verpackungsbranche im süddeutschen Raum sichtbar. Das Cluster wird weltweit wahrgenommen und lebt seine Mission als Kompetenzzentrum des deutschen Verpackungsmaschinenbaus.
Nächster wichtiger Termin ist der Packaging Valley Makeathon in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart und dem Rems-Murr-Kreis. Am 21. und 22. November treffen sich an verschiedenen Orten Studierende, Start-ups, Fachkräfte und Technikbegeisterte, um an Lösungen für Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Verpackungsmaschinenbau zu tüfteln, zu entwickeln und zu arbeiten. Teamwork ist gefragt, innovative Ideen sind angesagt. *frz*

25 Jahre für Heilbronn-Franken getrommelt

Die Wirtschaftsregion Heilbronn Franken GmbH ist 25 Jahre alt. In dieser Zeit hat sie viel bewegt und sich selbst weiterentwickelt.

Was hat die Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH (WHF) in ihrer 25-jährigen Geschichte schon alles erleben dürfen: Wenn auch nicht immer in der ersten Reihe stehend, steckt viel Arbeit und Herzblut des inzwischen 25-köpfigen Teams in vielen Projekten, die die Region Heilbronn-Franken voranbringen sollen. Als langjährige Trägerorganisation des Welcome Centers, der Kontaktstelle Frau und Beruf oder jüngst der Keff-Kompetenzstelle für Ressourceneffizienz erweitert die WHF stetig ihre Angebote für die regionale Wirtschaft. So sind die 1998 definierten Kernaufgaben der Fachkräftesicherung und des Standortmarketings für die Region Heilbronn-Franken auch heute die Leitplanken für die Arbeit des WHF-Teams. Wenngleich diese Aufgaben mittlerweile weitaus detaillierter und umfassender bearbeitet werden.
Eine Wirtschaftsförderungsgesellschaft würde man wohl eher nicht als Ver-

anstalter von Fandörfern und Public Viewings während einer Fußball-Weltmeisterschaft sehen. Und doch steckte 2006 hinter all dem die WHF und zog rund 250.000 Fußballfans aus der Region und aus aller Welt an. Als Brückenbauer, Wegweiser und Vordenker agiert die Gesellschaft seit Jahrzehnten mal im Hintergrund oder auch an vorderster Front – immer mit dem Ziel, die Region weiter voranzubringen.
Mit ihrer Marketingkampagne „Heilbronn-Franken – Region der Weltmarktführer“ hat die WHF seit 2011 viel Aufmerksamkeit erringen können. Noch heute ist dieser Slogan präsent. Entsprechend lässt sich die Wirkungsweise auf viele weitere Projekte übertragen: Es geht nicht immer um die kurzfristigen Erfolge, sondern um Kontinuität und Weitblick. „Die WHF ist ein wichtiger Partner, der sich raumübergreifender Zukunftsthemen zur Stärkung der Region annimmt“, sagt der Vorsitzende der WHF-Gesellschaftsversammlung, Heilbronns Oberbürgermeister Harry Mergel.
Die Herausforderungen für Unternehmen und die Region zeigen, dass es mehr denn je wichtig ist, am Ball zu bleiben. Mit Projekten wie das Netzwerk Transformative, Platzfüroriginale, der Ko-

ordinierung des regionsweiten, eigenwirtschaftlichen Glasfaserausbaus und vielem mehr rückt auch die WHF wichtige Faktoren in ihren Fokus. Dabei möchte die Gesellschaft mit ihren Dienstleistungen transparenter, zugänglicher und bekannter werden. „Unsere Marken und Abtei-

lungen sind bei ihren Zielgruppen gut präsent. Als regionale Wirtschaftsförderungsgesellschaft können und müssen wir unsere Expertise und unsere Kompetenzen aber noch zugänglicher präsentieren, damit allen Ratsuchenden klar ist, mit welchen Fragestellungen und Problemen auf uns zugegangen werden kann“, sagt Andreas Schumm, Geschäftsführer der Fördergesellschaft.
Expertise und kostenlose Services der WHF stehen gerade Unternehmen aus der Region Heilbronn-Franken zur Verfügung. Besonders kleine und mittlere Firmen können von einem kostenlosen Keff-Check profitieren, bei dem alle Abläufe im Unternehmen im Hinblick auf Ressourcen- und Energieeffizienz unter die Lupe genommen werden. Auch für Personalverantwortliche leistet das Team Hilfestellung: ob bei Integrationsfragen internationaler Talente, bei Veranstaltungen oder mit Unterstützungsmaßnahmen. „Unsere Themenvielfalt und Thementiefe rund um Fachkräftesicherung, Wirtschaftsförderung und Regionalmarketing ist enorm. Am besten abonniert man unseren Newsletter oder folgt unseren Social-Media-Profilen. Dort informieren wir über unsere Veranstaltungen und lassen an unserem Knowhow teilhaben“, sagt Andreas Schumm. *red*



Das Team der WHF ist in 25 Jahren auf mehr als 25 Köpfe angewachsen. Foto: WHF

Geburtstagsgruß in den Weltraum

Von unserem Redakteur
Christian Gleichauf

Es war die längste Geburtstagskerze der Welt, so schrieb Trumpf selbst, als der grüne Laser anlässlich des 100-jährigen Bestehens des Unternehmens in den Himmel strahlte. Er war je nach Wetterlage bis nach Heilbronn zu sehen. Für die Aktion hatten Trumpf-Ingenieure zusammen mit dem Showlaserhersteller Lightline einen Industrielaser zum Showlaser umgebaut – in grün, weil Trumpf auf Industrielaser mit grüner Wellenlänge spezialisiert ist. Und der Weltraum ist eines der Ziele, die Trumpf mit neuen Technologien als Geschäftsfeld ansteuert.

Bereits Anfang Juli hatte Trumpf die Fantastischen Vier zu Gast auf dem Firmengelände. „Der Dank gilt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihren unermüdlichen Einsatz, den sie in all den Jahren für die Firma erbracht haben“, sagte Firmenchefin Nicola Leibinger-Kammüller in ihrer Ansprache. Ihre Rede konnten die mehr als 17.000 Mitarbeiter weltweit an mehr als 20 Standorten des Unternehmens live verfolgen.

Trumpf feiert: Vor 100 Jahren wurde der Hightech-Maschinenbauer gegründet. Weltweit hat er Erfolg. Der Standort Ditzingen bleibt aber Zentrum der Aktivitäten.

Wie ein Schwert aus Krieg der Sterne wächst über Stuttgart der Laserstrahl empor. Trumpf zeigt, zu was das Unternehmen imstande ist.
Foto: dpa

Von einer mechanischen Werkstatt in Stuttgart West entwickelte sich Trumpf zu einem führenden Hersteller von Werkzeugmaschinen und Lasertechnik. Heute steht der Name des Unternehmens etwa für die EUV-Lithographie zur Herstellung der leistungsstärksten Mikrochips, Laseranwendungen für die Elektromobilität oder 3D-gedruckte Bauteile für die Raumfahrttechnik. 4,2 Milliarden Euro Umsatz wurden vergangenes Jahr erwirtschaftet.

Viel wird auch investiert, weiterhin auch am Stammsitz in Ditzingen – trotz der Verlockungen, die etwa in den USA mit den Fördermöglichkeiten des Inflation Reduction Act winken. 200 Millionen Euro lässt sich das Unternehmen derzeit das sogenannte Areal 4 für die Lasertechnik und ein Ausbildungszentrum kosten. Weitere 180 Millionen folgen bis 2027 für ein neues Kundenzentrum.

In Deutschland gilt Trumpf in vielen Bereichen als Vorzeigeunternehmen. Nicola Leibinger-Kammüller nimmt deshalb auch kein Blatt vor den Mund, wenn sie sich etwa in der „Frankfurter Allgemeinen“ oder „Süddeutschen Zeitung“ kritisch zu Vier-Tage-Woche oder Work-Life-Balance äußert oder vor der wachsenden Abhängigkeit von China warnt.

Köpfe

IHK-Prüferfeier

Die IHK Heilbronn-Franken hat langjährige Prüferinnen und Prüfer bei einer Feier in Lauda-Königshofen für ihr ehrenamtliches Engagement ausgezeichnet. Präsidentin Kirsten Hirschmann bezeichnete ihr ehrenamtliches Engagement als wichtige und wertvolle Aufgabe. Sie leisteten einen großen Beitrag dazu, dass in der Region geprüfte Fachkräfte in den Betrieben zur Verfügung stünden.

Insgesamt ehrte die Kammer in diesem Jahr mehr als 100 Prüferinnen und Prüfer mit Ehrennadeln für zehn-, 20- und 40-jährige Tätigkeit. Die Goldene Ehrennadel für 40 Jahre erhielten **Rudi Holzmann** aus Bad Wimpfen und **Franz Wilhelm** aus Brackenheim-Stockheim. Holzmann war unter anderem Ausbilder für Industriekaufleute bei der Firma Solvay und prüft sowohl in der Aus- wie in der Weiterbildung.

Auch Franz Wilhelm war die meiste Zeit seines Berufslebens der Ausbildung eng verbunden. Als Ausbilder bei Weber Hydraulik in Güglingen hat er mehr als 400 Azubis erfolgreich durch die Ausbildung gebracht und nimmt bei der IHK Prüfungen vor allem in metalltechnischen Berufen ab.

2022 verzeichnete die IHK Heilbronn-Franken insgesamt mehr als 5400 sogenannte Prüfeinsätze der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Rund ein Drittel entfiel auf Prüfungen in der Weiterbildung, zwei Drittel auf die Ausbildung. *red*

ANZEIGE

Der Campus für das digitale Zeitalter

TUM Campus Heilbronn

Die Technische Universität München (TUM) ist eine der forschungstärksten Universitäten Europas. Sie ist am Bildungscampus in Heilbronn mit der TUM School of Management und der TUM School of Computation, Information and Technology vertreten. Die TUM Campus Heilbronn bietet ihren Studierenden exzellente Lehre, Vernetzung mit internationalen Studierenden am Bildungscampus und Anbindung an Sport-, Kunst- und Kulturaktivitäten durch „Campus Living“-Projekte. Angesiedelt in einer der innovativsten Hightech-Regionen Europas entstehen zahlreiche Networkingmöglichkeiten und beste Karriereaussichten für unsere Studierenden.

Top Vorbereitung

Der Bachelor in Management & Technology befasst sich mit den Grundlagen der BWL und deren Schnittstellen

zum ingenieurwissenschaftlichen Bereich Digital Technologies. Die AbsolventInnen werden so bestmöglich auf eine Karriere in technologiegetriebenen Unternehmen vorbereitet, die die digitalen Transformationsprozesse gestalten

Neuer Studiengang

Der Bachelor of Information Engineering vermittelt Wissen und Fähigkeiten, um IT-Systeme über den gesamten Lebenszyklus der Ressourceninformation zu entwerfen. Die Studenten erwerben solide theoretische, praktische und technische Fähigkeiten in einem sich ständig weiterentwickelnden Bereich, die sie für ihre Rolle als Informationstechniker wappnet.

Ab dem Sommersemester 2024 gibt es einen neuen Studiengang: Der Master in Management and Digital Technology ist die ideale Mischung aus



Angesiedelt in einer der innovativsten Hightech-Regionen Europas: der Heilbronner Campus der TUM. Foto: privat

Management, Informatik und Technologie. Die Studierenden werden befähigt, komplexe Geschäftsprozesse in der digitalisierten Unternehmerwelt zu lösen. Die erste Bewerbungsphase beginnt im November 2023.

Zukunftsweisend

Berufstätige aller Karrierestufen finden am TUM Campus Heilbronn ein zielgerichtetes Angebot an Weiterbildungsprogrammen an der zukunftsweisenden Schnittstelle zwischen Management, Technologie und Wirtschaftsinformatik.

So lernen die Teilnehmenden beispielsweise im Kurs Business Design & Innovation, wie sie ihre Produkte verbessern, ihr Portfolio anpassen und Innovationsprozesse neu aufstellen.

Der Kurs Mastering Digital Transformation, der auch als Kompaktkurs angeboten wird, lehrt, die digitale Trans-

formation erfolgreich zu navigieren, ganz gleich ob im Familienunternehmen oder im Mittelstand.

Falls Sie sich dafür interessieren, wie Sie nachhaltige Investitionen sinnvoll und smart treffen, sind Sie bei dem Kurs Sustainable Investing sehr gut beraten.

Digitale Werkzeuge

Ganz neu bietet die Continuing Education am TUM Campus Heilbronn ab dem 6. Dezember 2023 ein Seminar an, welches Unternehmen digitale Werkzeuge für Umweltmanagement an die Hand gibt: Digital Transformation for Sustainability. Für Schnelentschlusene gibt es Preisnachlässe.

Mehr dazu erfahren Sie online auf tum-heilbronn.ggmh.de/ce. *anz*

Ihr Interesse ist geweckt?
Mehr unter chn.tum.de

TUM School of Management
Technical University of Munich

SHAPE BUSINESS THROUGH DIGITAL LEADERSHIP
**YOUR MASTER IN MANAGEMENT
& DIGITAL TECHNOLOGY**
CAMPUS HEILBRONN



Learn more
chn.tum.de/mmdt



NEW STUDY
PROGRAM



Köpfe

Vertrag verlängert

Der Aufsichtsrat der Wittenstein SE hat **Bertram Hoffmann** (60) für weitere fünf Jahre zum Vorstandsvorsitzenden der Unternehmensgruppe bestellt und damit dessen im März 2024 auslaufenden Vertrag bis zum 31. März 2029 verlängert. „Ich freue mich sehr über die Verlängerung des Vertrags“, sagte Manfred



Bertram Hoffmann
Foto: privat

Wittenstein, Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats. „Ich weiß unser Unternehmen bei ihm in sehr guten Händen! Wir sind überzeugt, dass er der richtige Mann ist, die großen Wachstumspotenziale im Einklang mit der gesellschaftlichen Verantwortung unseres Familienunternehmens auszuschöpfen und voranzubringen.“ Hoffmann, promovierter Maschinenbauer, war 2019 von der Bosch Rexroth AG zu Wittenstein gewechselt. Unter seiner Führung hat sich die Unternehmensgruppe weltweit strategisch neu aufgestellt und das Geschäftsjahr 2022/23 mit einem neuen Umsatzrekord abgeschlossen, nachdem bereits im Geschäftsjahr zuvor ein Umsatzrekord aufgestellt wurde. Dem Vorstand der Wittenstein SE gehören weiterhin Steffen Schwerd und Erik Roßmeißl an. *red*

Wechsel bei Syntegon

Die Syntegon-Gruppe ernennt **Torsten Türling** zum neuen Chief Executive Officer (CEO). Er folgt auf Michael Grosse, der das Unternehmen nach dreieinhalb Jahren als



Torsten Türling
Foto: Syntegon

CEO im gegenseitigen Einvernehmen zum 31. Oktober verlässt. Zuletzt war Türling CEO von Nilfisk, einem börsennotierten Hersteller von professionellen Reinigungsgeräten mit Sitz in Dänemark. Zuvor war er CEO bei Ideal Standard International. Bei der Linde AG war er zuletzt Geschäftsführer von Linde Kältetechnik. Türling studierte Betriebswirtschaft und Management in Saarbrücken und Lyon. *red*

Neuer Direktor

Seit 1. Juli ist **Wolfgang Stock** Sales Director EMEA beim Heilbronner Audiospezialisten Beyerdynamic.



Wolfgang Stock
Foto: Beyerdynamic

Die neue Position umfasst unter anderem die Verantwortung für die Bereiche Vertrieb und Customer Support. Der gebürtige Rheinländer verfügt über mehr als 25 Jahre Erfahrung im Bereich Vertrieb und Marketing und hatte verschiedene Managementpositionen im Bereich Unterhaltungselektronik mit internationaler Verantwortung inne. Zuletzt, als Managing Director Central bei GN in Kopenhagen, verantwortete er die Marken Jabra und Steel Series im Bereich Kopfhörer, True-Wireless-In-Ears und Gaming-Headsets. Weitere Stationen waren Harman International und Loewe sowie die Marken Blaupunkt, Teasi und Arival. *red*

In Auflösung begriffen: Büro-Dresscodes

Seriosität im Job – dafür galt Bekleidung lange als zuverlässiger Indikator. Vorne dabei: die Krawatte. Und eine Menge englischsprachige Begriffe. Dann kamen Pandemie und Homeoffice. Und nun?

Von unserem Redaktionsmitglied Philip-Simon Klein

Der Wandel macht auch vor Banken nicht halt. „Die Zeiten von Krawattenpflicht und strengen Banker-Outfits sind passé“, sagt Isabell Grosser von der Kreissparkasse Heilbronn. Man verzichte auf eine festgeschriebene Kleiderordnung, gebe aber Empfehlungen. Unter anderem Sneaker seien längst in der Bürowelt angekommen. Es sei kein Widerspruch, bei gewissen Anlässen klassisch und banktypisch auftreten. Erwartet werde von einem Kreditinstitut „eine gewisse Seriosität bei der Garderobe“, wie die Sprecherin ergänzt. Die Gesellschaft sei im konstanten Wandel, der sich auch in Kleidung widerspiegele. Einen zeitgemäßen Auftritt reflektiere die Kreissparkasse daher regelmäßig.

Viele wichtige Bereiche, die Frauen in der heutigen Arbeits- und Berufswelt betreffen, thematisiere das Netzwerk der Führungsfrauen im Raum Heilbronn, heißt es auf Anfrage. „Kleidung gehörte bisher nicht dazu“, sagt eine Sprecherin. „Die Mehrheit hatte noch nie selbst irgendwelche Probleme mit Kleidung und zieht schon immer an, was ihr gefällt.“ Daher sei man überzeugt, „dass jede hoffentlich im beruflichen sowie im privaten Umfeld das trägt, worin sie sich am wohlsten zum Anlass fühlt – ob Kostüm mit High Heels oder Jogpants mit Sneaker“.

Beim IT-Dienstleister Bechtle gelte ein „modern interpretierter Business-Casual-Look“ als Kleiderordnung. Der Stil sei gegenüber Kunden und Gästen wertschätzend und passend, erklärt Sprecherin Sabine Brand. „Ausdrücklich gewünscht ist ein seriöser, geschäftlicher Eindruck – eben mehr Business als Casual.“ Die Mitarbeiter entschieden mit Blick

auf Kunden und Gesprächspartner, welches Outfit passe. „Weiße Sneakers, Polo-Hemden, Stoffhosen und Chinos sind neben der klassischen Garderobe wie Hemden, Blusen oder Anzüge ebenso üblich.“

Die durch Begleitumstände der Pandemie – Digitalisierung und mobiles Arbeiten – beschleunigte Veränderung der Arbeitswelt macht die Sprecherin am Fall des Polo-Shirts fest: Es habe sich als Oberbekleidung, das Bequemlichkeit mit Förmlichkeit kombiniere, nachdrücklich etabliert. Nach drei Jahrzehnten hingegen überlebt hatte sich die Krawattenpflicht bei Bechtle im Jahr 2014. Langbinder standen früher „uneingeschränkt als Symbol für Professionalität“, so die Bechtle-Sprecherin. Vielfalt und individueller Ausdruck seien heute positiver gewertet.

Das Krawatten-Aus für Lidl begründete der damalige Chef der Schwarz-Gruppe Klaus Gehrigh so: „Die sind nicht gut fürs Denken, weil sie die Blutzufuhr zum Gehirn einschränken.“ Im Jahr 2016 zog Aldi Nord nach. Der Deutschen Presse-Agentur hatte Hugo Boss unlängst erklärt, die Produktion von Krawatten sei vor allem in den vergangenen fünf Jahren zurückgegangen. Zudem räumte das Modehaus C&A ein, man verzeichne bei Krawatten und Fliegen seit 2011 einen Um-

satzrückgang von etwa 70 Prozent. Der in Bietigheim-Bissingen ansässige Herren-Ausstatter Olymp ist zurückhaltender. Für Accessoires setze sich ein „vornehmlich anlass- und stimmungbezogener Verwendungszweck immer mehr durch, was sich in der Konsequenz auch auf die Absatzchancen auswirkt“, sagt Pressesprecher Marc Fritz. „Langbinder werden auch über kurz oder lang nicht aus-, aber bewusster arrangiert.“ Bei Gelegenheiten und dem Bedürfnis, sich schick zu machen, werde modisches Zubehör wie Krawatten, Schleifen, Einstecktücher kombiniert. Diese blieben schmückendes Element in der Mode, ist der Olymp-Sprecher überzeugt. Auch eine Studie von Bearing Point hatte nach Krawatten gefragt: Branchenübergreifend sehen sich nur

noch unter zwei Prozent der Büromenschen zukünftig täglich mit Krawatte oder Halstuch im Büro. Hatte die Krawatte bereits zuvor im Top-Management ausgedient, werde sie nun auch aus dem mittleren Management verschwinden.

Laut Olymp-Sprecher Marc Fritz sei eine „Casualisierung“, also eine Tendenz zunehmender Legerness, allgegenwärtig, wodurch Konventionen zunehmend aufgelöst werden. Bei Olymp wolle man im Businessbereich innovativ bleiben, sich aber auch im Casual-Segment breiter aufstellen. Damit gemeint seien Freizeithemden, Pullover, Polo-, Sweat- und T-Shirts.

Aktueller Werbebotschafter für Olymp ist der britische Schauspieler Gerard Butler („300“, „P.S. Ich liebe Dich“). In den Kampagnen trägt er „Jersey-Hemd zur Stoffhose mit elastischem Bund“, wie Marc Fritz beschreibt. Der Olymp-Sprecher zählt die Kombination zu „absolut businesstauglichen Outfits“. Die Gummizughose habe „sich längst auch in der Businesswelt etabliert“. Das scheint die Prognose von Bearing Point aus dem vorherigen Jahr zu bestätigen und setzt ein Fragezeichen an das einem gewissen Karl Lagerfeld zugeschriebene Zitat: „Wer eine Jogginghose trägt, hat die Kontrolle über sein Leben verloren.“

Offenbar doch kein Kontrollverlust: Olymp aus Bietigheim-Bissingen hält Hosen mit Gummizug inzwischen für businesskonform – wenigstens an den Beinen von Gerard Butler. Foto: Olymp



Studie zum Büro-Outfit

Mit den Corona-Jahren 2020 und 2021 haben Dress-Codes in der Geschäftswelt an Bedeutung eingebüßt, so eine Studie der Unternehmensberatung Bearing Point von Ende März 2022. Dabei seien mehr als 1000 „Büromenschen“ im deutschsprachigen Raum zur „Bürokleidung der Zukunft“ befragt worden. Heraus kam, dass jährliche Ausgaben für Bürokleidung um 60 Prozent eingebrochen sind – von 2019 im Vergleich zum ausgewerteten Pandemie-Zeitraum 2020/2021. 62 Prozent der Befragten bejahten auch das Tragen von T-Shirts und Sweatshirts am Arbeitsplatz. In Wartestellung sei bereits die Jogginghose, mutmaßten die Autoren. Dennoch plädierten die Befragten für formellere Bürokleidung bei Terminen mit Kunden oder Vorgesetzten. Auch wurden höhere Tagessätze bei formaler gekleideten Beratern vermutet. Es schält sich ein Dresscode-Dilemma heraus: Entweder vergraulte man Mitarbeiter bei der Pflicht zu formaler Kleidung, andererseits irritiere zu legerer Kleidung Kunden und Geschäftspartner. Die Studie empfiehlt, verschiedene Dresscodes anlassbezogen mit der Belegschaft auszuhandeln und festzuschreiben. *psk*