



Im Sommer wird die EZB den Leitzins senken, glauben Experten. Hilft das der lahmen Konjunktur?

Von unserem Redakteur
Jürgen Paul

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland ist alles andere als rosig. Die deutsche Volkswirtschaft steckt im Abschwung fest, schnelle Besserung ist nicht in Sicht. Nicht nur die Unternehmen sind hochgradig verunsichert, sondern auch die Verbraucher und Anleger. Umso wichtiger ist in dieser Phase die Entwicklung der Zinsen. Sind sie aktuell zu hoch oder zu niedrig? Hilft eine Zinssenkung der lahmen Wirtschaft? Und was bedeutet das für die Geldanlage? Je nach Perspektive fallen die Antworten auf diese Fragen ganz unterschiedlich aus.

Einig sind sich die Experten, dass die Europäische Zentralbank (EZB) spätestens in diesem Juni den Leitzins senken wird, der derzeit im Euroraum bei 4,5 Prozent liegt. „Ab der Jahresmitte wird die EZB mit Zinssenkungen beginnen“, prognostiziert Alexander Schaupp, Bereichsleiter Gesamtbanksteuerung bei

der VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall. Er bezieht sich dabei auf den Ausblick des genossenschaftlichen Spitzeninstituts DZ-Bank. „Wir rechnen mit Zinssenkungen Richtung Sommer“, sagt auch Reiner Riecker, Leiter Vermögensverwaltung bei der Hoerner Bank Heilbronn.

Hintergrund dieser Erwartung ist einerseits die sinkende Inflation und andererseits die schwache Konjunktur im Euroraum. Die EZB hatte seit Juli 2022 die Zinsen in mehreren Schritten von null auf jetzt 4,5 Prozent angehoben, um die Inflation zu bekämpfen. Ziel ist eine Teuerungsrate von zwei Prozent im Euroraum. Im Januar sank die Inflation auf 2,8 Prozent, so dass Zinssenkungen wieder möglich sind. Denn da

„Ab der Jahresmitte wird die EZB mit Zinssenkungen beginnen.“
Alexander Schaupp

durch werden Kredite wieder billiger, weshalb durch mehr Investitionen und Konsum die Wirtschaft angekurbelt werden soll.

Die VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall spricht allerdings nicht von zu hohen Zinsen. „Das Zinsniveau normalisiert sich derzeit eher“, sagt Jens Rischke, bei der Bank zuständig für die Eigenanlagen und die Marktentwicklung. Er geht davon aus, dass sich die Zinsstruktur mittel- bis langfristig wieder normalisiert. Rischke hält einen Leitzins zwischen 3,5 und vier Prozent für normal. Derzeit gebe es eine inverse Zinsstruktur – das heißt, am Kapitalmarkt liegen die Zinsen für langfristige Kredite unter denen für kurzfristige Darlehen. Normalerweise ist es genau umgekehrt, inverse Zinskurven gelten daher als Anzeichen für eine Rezession.

Sind die aktuellen Zinsen für Unternehmen zu hoch und sorgen für Investitionszurückhaltung? Bei der VR-Bank kann man das nicht bestätigen. „Das ist unauffällig“, sagt Schaupp. „Für Investitionen sind vor allem die politischen Rahmenbedingungen verantwortlich. Da sind die Zinsen nicht so wichtig“, sagt sein Kollege Rischke. Zumal vor allem Unternehmen in der Region vergleichsweise wenig Bedarf an Bankkrediten hätten. „Viele Firmen schieben noch ordentlich Liquidität vor sich her“, sagt Rischke. Daher plane man in der Bank in diesem Jahr beim Kreditwachstum eher vorsichtig.

Für den kriselnden Bau- und Immobiliensektor sind die VR-Bank-Experten gar nicht so pessimistisch gestimmt. Die Zinsen für eine Baufinanzierung seien mit aktuell 3,5 bis vier Prozent im langjährigen Durchschnitt nicht zu hoch. „Die Kunden gewöhnen sich langsam daran“, sagt Rischke. Das Problem seien eher die stark gestiegenen Kosten für den Neubau, der daher „mit Sicherheit teuer bleiben wird“, wie Schaupp sagt.

Bei Bestandsimmobilien verzeichnet die VR-Bank aber wieder verstärkt Kundenanfragen, „da sind wir vorsichtig optimistisch“, so Schaupp. Ob sich das „zarte Pflänzchen“ weiter gut entwickle, hänge vor allem von den politischen Rahmenbedingungen ab. Investoren und Hauslebauer seien verunsichert, insbesondere mit Blick auf die staatlichen Fördermöglichkeiten durch die KfW. Hier hat die Ampel nun Klarheit geschaffen, so dass die Nachfrage nach Häusern und Wohnungen wieder zunehmen dürfte.

Herausforderungen für Anleger

Auch für Privatanleger ist die aktuelle Zinssituation herausfordernd. Angesichts des starken Zinsanstiegs griffen die Kunden verstärkt zu Festzinsprodukten wie Termingeldern, sagt Alexander Schaupp von der VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall. Dieser Trend werde sich noch eine Weile fortsetzen, weil sich die Anleger die aktuellen Zinsen sichern wollen.

Ein Thema bleiben aber Aktien und Investmentfonds, wie Jens Rischke betont. Zwar seien die Kunden hier nach einem turbulenten Börsenjahr 2023 und unsicheren konjunkturellen Aussichten vorsichtig. Aber die DZ-Bank sei für das Börsenjahr durchaus optimistisch und erwarte den Dax am Jahresende bei 18 000 Zählern. *jüp*

Gründer im Land sind mit vielem zufrieden

Umfrage des Deutschen Startup-Monitors: Fast jeder Jungunternehmer würde den Schritt wieder gehen.

Die Gründungsbereitschaft in Baden-Württemberg ist hoch – ebenso wie die Verbundenheit mit der Region: 86 Prozent der Startup-Unternehmer würden wieder gründen, davon 70 Prozent am selben Standort. Schwer zu schaffen macht ihnen aber das Thema Finanzierung: Der Zugang zu Fremdkapital hat sich für Gründer zu einer der größten Herausforderungen entwickelt. Darunter leidet auch die Zufriedenheit mit dem Startup-Ökosystem im Land, die im Vergleich zum Vorjahr um 15 Prozentpunkte auf 54 Prozent gesunken ist und damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt (58 Prozent) liegt. Das sind einige Ergebnisse des aktuellen Deutschen Startup Monitors (DSM), herausgegeben von Startup Verband und PwC Deutschland. Für die Regionalauskopplung Baden-Württemberg wurden 225 Startup-Gründer befragt.

„Die hohe Verbundenheit mit dem Standort ist sicherlich Ergebnis einer er-

folgreichen Startup-Förderung in der Fläche“, sagt Marcus Nickel, Leiter des PwC-Standorts Stuttgart. „In Baden-Württemberg ist die Gründerszene sehr dezentral aufgestellt. Unser Bundesland hat zahlreiche kleinere Startup-Ökosysteme, die jeweils spezialisiert sind – Stuttgart beispielsweise auf Automotive, Karlsruhe auf Informations- und Kommunikationstechnologie, Tübingen auf MedTech oder Mannheim auf Life Science. Dadurch finden Gründer leicht Ansprechpartner vor Ort und sind ihrer regionalen Startup-Szene auf fast familiäre Weise verbunden.“

Wie stark der Austausch innerhalb der Szene ist, spiegelt sich in der Bewertung des Netzwerks wider: Mit dem Networking sind 71 Prozent zufrieden, etwas mehr als der Bundesdurchschnitt (70 Prozent). Auf ihr privates Umfeld können Jungunternehmer in Baden-Württemberg beim Thema Networking nicht allein setzen: Im Schnitt haben sie nur 5,8 Personen in ihrem Freundeskreis, die ebenfalls gegründet haben. Zum Vergleich: In Berlin liegt dieser Wert bei 12,2, bundesweit bei 7,3 Personen.

Als ausgesprochen unzufrieden äußern sich Startup-Gründer in Baden-Württemberg hingegen über den Zugang zu Kapital und Investitionen. Lediglich 20 Prozent sind damit zufrieden – deutlich weniger als der Bundesdurchschnitt von



Auch dank der Slush'D ist Heilbronn Adresse für Startups. Foto: Mario Berger

33 Prozent. Die Kapitalbeschaffung zählt damit neben Vertrieb und Produktentwicklung zu den Top-3-Herausforderungen, wie 43 Prozent der Befragten bestätigen. Die Suche nach Geldgebern hat an Dringlichkeit gewonnen: Gegenüber dem Vorjahr ist der Wert um 13 Prozentpunkte gestiegen. „Für Startups ist es angesichts der wirtschaftlich eingetübten Lage we-

sentlich schwieriger geworden, an Geld zu kommen. Investoren agieren spürbar zurückhaltender“, sagt Minkus Fischer, Ansprechpartner für Startups und Scaleups bei PwC in Stuttgart. „Deshalb rate ich jungen Unternehmern, ihre schwäbische Bescheidenheit aufzugeben und weit offensiver am Markt aufzutreten.“ Denn immerhin landen bei einem Ranking von 2021 rund ein Fünftel der baden-württembergischen Startups unter den Top 50 Deutschlands.

Der Bedarf an Kapital wächst aber auch, weil es in Baden-Württemberg viele reifere Startups gibt, die entsprechend höhere Beträge brauchen. Gerade beim Thema Venture Capital klafft die Lücke zwischen Wunsch und Wirklichkeit aber weit auseinander: 27 Prozent der Startups wünschen sich Unterstützung durch Finanzinvestoren, aber nur zwölf Prozent haben sie erhalten. Etwas besser ist die Lage bei staatlichen Fördermitteln (50 versus 43 Prozent) und bei Business Angels (27 versus 25 Prozent).

Das gilt auch für die Zusammenarbeit mit Universitäten und den Forschungstransfer. 79 Prozent der Gründer sind damit zufrieden. Auffällig ist aber, dass in Baden-Württemberg nur 39 Prozent der Startups mit Hochschulunterstützung gegründet wurden, während es bundesweit 49 Prozent sind. *red*

Aus dem Inhalt

Viele Weltmarktführer
Die Region Heilbronn-Franken ist bekannt für ihre vielen Weltmarktführer. Seite 4



Craftbeer-Boom
Aufstieg, Niedergang und Ausblick: ein kritischer Blick auf die Entwicklung. Seite 6



Banken im Wandel
Der Hohenheimer Bankenexperte Hans-Peter Burghof im Interview. Seite 11



Gaming für Kaufland
Warum die Handelskette ein eigenes E-Sports-Team aufgebaut hat. Seite 20



Ein Produkt der Heilbronner Stimme, Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme



Warten auf die Zinssenkung

Im Sommer wird die EZB den Leitzins senken, glauben Experten. Hilft das der lahmen Konjunktur?

Von unserem Redakteur
Jürgen Paul

Die wirtschaftliche Lage in Deutschland ist alles andere als rosig. Die deutsche Volkswirtschaft steckt im Abschwung fest, schnelle Besserung ist nicht in Sicht. Nicht nur die Unternehmen sind hochgradig verunsichert, sondern auch die Verbraucher und Anleger. Umso wichtiger ist in dieser Phase die Entwicklung der Zinsen. Sind sie aktuell zu hoch oder zu niedrig? Hilft eine Zinssenkung der lahmen Wirtschaft? Und was bedeutet das für die Geldanlage? Je nach Perspektive fallen die Antworten auf diese Fragen ganz unterschiedlich aus.

Einig sind sich die Experten, dass die Europäische Zentralbank (EZB) spätestens in diesem Juni den Leitzins senken wird, der derzeit im Euroraum bei 4,5 Prozent liegt. „Ab der Jahresmitte wird die EZB mit Zinssenkungen beginnen“, prognostiziert Alexander Schaupp, Bereichsleiter Gesamtbanksteuerung bei

der VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall. Er bezieht sich dabei auf den Ausblick des genossenschaftlichen Spitzeninstituts DZ-Bank. „Wir rechnen mit Zinssenkungen Richtung Sommer“, sagt auch Reiner Riecker, Leiter Vermögensverwaltung bei der Hoerner Bank Heilbronn.

Hintergrund dieser Erwartung ist einerseits die sinkende Inflation und andererseits die schwache Konjunktur im Euroraum. Die EZB hatte seit Juli 2022 die Zinsen in mehreren Schritten von null auf jetzt 4,5 Prozent angehoben, um die Inflation zu bekämpfen. Ziel ist eine Teuerungsrate von zwei Prozent im Euroraum. Im Januar sank die Inflation auf 2,8 Prozent, so dass Zinssenkungen wieder möglich sind. Denn da

„Ab der Jahresmitte wird die EZB mit Zinssenkungen beginnen.“
Alexander Schaupp

durch werden Kredite wieder billiger, weshalb durch mehr Investitionen und Konsum die Wirtschaft angekurbelt werden soll.

Die VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall spricht allerdings nicht von zu hohen Zinsen. „Das Zinsniveau normalisiert sich derzeit eher“, sagt Jens Rischke, bei der Bank zuständig für die Eigenanlagen und die Marktentwicklung. Er geht davon aus, dass sich die Zinsstruktur mittel- bis langfristig wieder normalisiert. Rischke hält einen Leitzins zwischen 3,5 und vier Prozent für normal. Derzeit gebe es eine inverse Zinsstruktur – das heißt, am Kapitalmarkt liegen die Zinsen für langfristige Kredite unter denen für kurzfristige Darlehen. Normalerweise ist es genau umgekehrt, inverse Zinskurven gelten daher als Anzeichen für eine Rezession.

Herausforderungen für Anleger

Auch für Privatanleger ist die aktuelle Zinssituation herausfordernd. Angesichts des starken Zinsanstiegs griffen die Kunden verstärkt zu **Festzinsprodukten** wie Termingeldern, sagt Alexander Schaupp von der VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall. Dieser Trend werde sich noch eine Weile fortsetzen, weil sich die Anleger die aktuellen Zinsen sichern wollen.

Ein Thema bleiben aber **Aktien und Investmentfonds**, wie Jens Rischke betont. Zwar seien die Kunden hier nach einem turbulenten Börsenjahr 2023 und unsicheren konjunkturellen Aussichten vorsichtig. Aber die DZ-Bank sei für das Börsenjahr durchaus optimistisch und erwarte den Dax am Jahresende bei 18.000 Zählern. *jüp*

Gründer im Land sind mit vielem zufrieden

Umfrage des Deutschen Startup-Monitors: Fast jeder Jungunternehmer würde den Schritt wieder gehen.

Die Gründungsbereitschaft in Baden-Württemberg ist hoch – ebenso wie die Verbundenheit mit der Region: 86 Prozent der Startup-Unternehmer würden wieder gründen, davon 70 Prozent am selben Standort. Schwer zu schaffen macht ihnen aber das Thema Finanzierung: Der Zugang zu Fremdkapital hat sich für Gründer zu einer der größten Herausforderungen entwickelt. Darunter leidet auch die Zufriedenheit mit dem Startup-Ökosystem im Land, die im Vergleich zum Vorjahr um 15 Prozentpunkte auf 54 Prozent gesunken ist und damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt (58 Prozent) liegt. Das sind einige Ergebnisse des aktuellen Deutschen Startup Monitors (DSM), herausgegeben von Startup Verband und PwC Deutschland. Für die Regionalauskopplung Baden-Württemberg wurden 225 Startup-Gründer befragt.

„Die hohe Verbundenheit mit dem Standort ist sicherlich Ergebnis einer er-

folgreichen Startup-Förderung in der Fläche“, sagt Marcus Nickel, Leiter des PwC-Standorts Stuttgart. „In Baden-Württemberg ist die Gründerszene sehr dezentral aufgestellt. Unser Bundesland hat zahlreiche kleinere Startup-Ökosysteme, die jeweils spezialisiert sind – Stuttgart beispielsweise auf Automotive, Karlsruhe auf Informations- und Kommunikationstechnologie, Tübingen auf MedTech oder Mannheim auf Life Science. Dadurch finden Gründer leicht Ansprechpartner vor Ort und sind ihrer regionalen Startup-Szene auf fast familiäre Weise verbunden.“

Wie stark der Austausch innerhalb der Szene ist, spiegelt sich in der Bewertung des Netzwerks wider: Mit dem Networking sind 71 Prozent zufrieden, etwas mehr als der Bundesdurchschnitt (70 Prozent). Auf ihr privates Umfeld können Jungunternehmer in Baden-Württemberg beim Thema Networking nicht allein setzen: Im Schnitt haben sie nur 5,8 Personen in ihrem Freundeskreis, die ebenfalls gegründet haben. Zum Vergleich: In Berlin liegt dieser Wert bei 12,2, bundesweit bei 7,3 Personen.

Als ausgesprochen unzufrieden äußern sich Startup-Gründer in Baden-Württemberg hingegen über den Zugang zu Kapital und Investitionen. Lediglich 20 Prozent sind damit zufrieden – deutlich weniger als der Bundesdurchschnitt von



Auch dank der Slush'D ist Heilbronn Adresse für Startups. Foto: Mario Berger

33 Prozent. Die Kapitalbeschaffung zählt damit neben Vertrieb und Produktentwicklung zu den Top-3-Herausforderungen, wie 43 Prozent der Befragten bestätigen. Die Suche nach Geldgebern hat an Dringlichkeit gewonnen: Gegenüber dem Vorjahr ist der Wert um 13 Prozentpunkte gestiegen. „Für Startups ist es angesichts der wirtschaftlich eingetübten Lage we-

sentlich schwieriger geworden, an Geld zu kommen. Investoren agieren spürbar zurückhaltender“, sagt Minkus Fischer, Ansprechpartner für Startups und Scaleups bei PwC in Stuttgart. „Deshalb rate ich jungen Unternehmern, ihre schwäbische Bescheidenheit aufzugeben und weit offensiver am Markt aufzutreten.“

Denn immerhin landen bei einem Ranking von 2021 rund ein Fünftel der baden-württembergischen Startups unter den Top 50 Deutschlands.

Der Bedarf an Kapital wächst aber auch, weil es in Baden-Württemberg viele reifere Startups gibt, die entsprechend höhere Beträge brauchen. Gerade beim Thema Venture Capital klafft die Lücke zwischen Wunsch und Wirklichkeit aber weit auseinander: 27 Prozent der Startups wünschen sich Unterstützung durch Finanzinvestoren, aber nur zwölf Prozent haben sie erhalten. Etwas besser ist die Lage bei staatlichen Fördermitteln (50 versus 43 Prozent) und bei Business Angels (27 versus 25 Prozent).

Das gilt auch für die Zusammenarbeit mit Universitäten und den Forschungstransfer. 79 Prozent der Gründer sind damit zufrieden. Auffällig ist aber, dass in Baden-Württemberg nur 39 Prozent der Startups mit Hochschulunterstützung gegründet wurden, während es bundesweit 49 Prozent sind. *red*

Aus dem Inhalt

Viele Weltmarktführer
Die Region Heilbronn-Franken ist bekannt für ihre vielen Weltmarktführer. **Seite 4**



Craftbeer-Boom
Aufstieg, Niedergang und Ausblick: ein kritischer Blick auf die Entwicklung. **Seite 6**



Banken im Wandel
Der Hohenheimer Bankenexperte Hans-Peter Burghof im Interview. **Seite 11**



Gaming für Kaufland
Warum die Handelskette ein eigenes E-Sports-Team aufgebaut hat. **Seite 20**



Ein Produkt der Heilbronner Stimme, Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme

Tipp

Lea-Mittelstandspreis

Caritas, Diakonie und das Landes-Wirtschaftsministerium verleihen zum 18. Mal den Lea-Mittelstandspreis. Bewerben können sich baden-württembergische Unternehmen mit maximal 500 Vollbeschäftigten, die eine Kooperation mit einer gemeinnützigen Organisation, etwa Vereinen, Schule, sozialen Einrichtungen oder Umweltinitiativen, eingegangen sind. Bewerbungsschluss ist der 31. März.

Weitere Informationen:
www.lea-mittelstandspreis.de

Design-Ausstellung

Was haben ein Hocker, ein Rucksack und ein Pflasterstein gemeinsam? Diese und acht weitere Produkte stehen auf den Podestplätzen des Focus Open 2023, der bis 22. März täglich von 11 bis 18 Uhr im Regierungspräsidium Karlsruhe am Rondellplatz bei freiem Eintritt zu sehen ist. Der Focus Open wird jährlich vom Design Center Baden-Württemberg im Regierungspräsidium Stuttgart ausgelobt. 44 Produkte wurden von der Jury ausgezeichnet, zehn davon mit dem Focus Gold für herausragende Design- und Innovationsqualität. Unternehmen aus Heilbronn-Franken waren allerdings diesmal nicht vertreten.

Weitere Informationen:
https://design-center.de/

Geld für Naturschutz

Organisationen, Kommunen, Unternehmen und Privatpersonen können sich bei der Stiftung Naturschutzfonds um einen Zuschuss für Naturschutzprojekte bewerben. Rund 2,5 Millionen Euro Ersatzzahlungen aus dem Jahr 2023 stehen dafür bereit. Sie richten sich an Projekte zum Erhalt und Stärkung der biologischen Vielfalt, etwa Artenschutz, Biotopverbund, Biotopvernetzung oder Erstpfllege. Die Ausschreibung endet am 30. September. Bei Antragstellung bis zum 1. Juli kann mit einer Bewilligung in diesem Jahr gerechnet werden, soweit Gelder verfügbar sind. Zur Ausschreibung bietet die Stiftung am 13. März eine digitale Informationsveranstaltung an.

Weitere Informationen:
https://stiftung-naturschutz-bw.de/zuwendungsbereich-ersatzzahlungen

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: Katrin Draskovits (kad), Heiko Fritze (frz), Ben Ferdinand (ben), Christian Gleichauf (cgl), Götz Greiner (göz), Kilian Krauth (kra), Melanie Kummer (kum), Jürgen Paul (jüp), Jürgen Strammer (jüs), 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

Komplizierter Einbau



Bad Mergentheim 46 Meter lang, 22,5 Tonnen schwer, 100 Meter über die Dächer manövriert: Eine wahre Millimeterarbeit mit tonnenschweren Kolossen auf den Höhen des Drillbergs. 2022 begannen die Arbeiten zum Bau eines neuen, automatisierten Hochregallagers von Würth Industrie Service. Im Oktober wurden die ersten Regalbediengeräte eingebracht, die fortan das automatisierte Ein- und Auslagern von

Paletten im Lager übernehmen. Die Inbetriebnahme ist für April geplant. Mit dem neuen Hochregallager – 50 Meter hoch, 34 Meter breit, 121 Meter lang – erweitert das Unternehmen der Würth-Gruppe seine Kapazitäten um 59 000 Paletten-Stellplätze. Damit erhöht sich die Hochregalkapazität am Standort Bad Mergentheim um etwa 33 Prozent auf insgesamt 235 000 Palettenlagerplätze. Foto: Würth Industrie Service

Firmen von A bis Z

Apobank 17
ASB 3
Audi 4

Bechtle 3, 6, 16
Berner 4
Bornack 3
Börsig 6
Bosch 3, 4
BW-Bank 14, 16

CA Autobank 17
Castell-Bank 15, 17
CNT 11
Commerzbank 16
Craftdelicious 6

Deutsche Bank 16
Diakoneo 15
Dieffenbacher 4
DLK 4

EBM-Papst 4, 7
Edeka Ueltzhöfer 10, 14
Eskon 3
Evangelische Heimstiftung 3

Ferchau 10
Förch 4

Genossenschaftskellerei Heilbronn 5
Grillgott 8
GrowX 3

Häffner Bräu 6

Hoerner Bank 1, 13, 17
Hypovereinsbank 16

Illig 4
Internationales Bankhaus Bodensee ... 17

Kärcher 6
Kardex Mlog 6
Kaufland 3, 10, 20
Kreissparkasse Heilbronn 3, 12, 14
Kwasny 3

Leading Heads Recon 6
Lebenswerkstatt 3
Lidl 3

Mayer Kuvert 13
Meiluft 18
Microfilter 4

Oberbank 17
Sabine Oberhardt 18
Optima 11

Postbank 16

R. Stahl 3
Raiffeisenbank Bühlertal 15
Raiffeisenbank Hohenloher Land 15
Raiffeisen-Landesbank Oberösterreich 17
Retail Profiling 10
Rosenberg 4

Santander 17
Schmitt Logistik 17

Schubert 17
Schuler 10
Schwarz-Gruppe 4
Sparda-Bank 17
Sparkasse Hohenlohekreis 16
Sparkasse Kraichgau 16
Sparkasse Schwäbisch Hall-Crailsheim 16
Sparkasse Tauberfranken 16
Südwestbank 17
Südwestdeutsche Salzwerke 3
Syntegon 11, 20
Systemair 5

Targobank 17

Unikat 8

Volksbank Hohenlohe 14
Volksbank im Unterland 15
Volksbank Kraichgau 15, 16
Volksbank Krauthheim 15
Volksbank Möckmühl 14, 15
VR Bank Heilbronn-Schwäbisch Hall...
..... 1, 12, 14, 15

Weber Hydraulik 4
Weingärtner Clebronn-Güglingen 5
Weingut Wachtstetter 5
Weinig 4
Kellerei Willy 5
Würth 4, 7, 12
Würth Industrie Service 2, 16

Zebra Engineering 11
Ziehl-Abegg 4

Editorial

Von Heiko Fritze



Was wird aus der Bankfiliale?

Man könnte jetzt ganz gemütlich mit Füllsätzen anfangen, mit Formulierungen, die hier, aber auch sonst immer passen. „Die Landschaft ist im Umbruch“, zum Beispiel. Das ist sie aber auch: Volksbanken fusionieren, vor allem diejenigen mittlerer Größe. Bankfilialen werden reihenweise und quer durch alle Bank-Typen geschlossen. Mancherorts werden sogar die Kontoauszugs-Drucker abgebaut; sollen die Kunden doch online nachschauen oder – gegen Entgelt, versteht sich – das Papier nach Hause schicken lassen. Ja, die Bankenbranche ist im Umbruch.

Vorstände der Finanzinstitute verweisen dabei vor allem auf das veränderte Kundenverhalten. Geld heben vielleicht viele noch ab – aber seit das am Automaten möglich ist und man nicht mehr zum Schalter gehen muss, bekommen viele Kunden das Personal oft monatelang nicht zu Gesicht. Daraus folgern dann die Bank-Chefs: Dann braucht es auch kein Personal mehr. Der Einspareffekt der Geldautomaten, er schlägt jetzt voll durch. Zumal es ja längst auch flächendeckend Überweisungsterminals gibt.

Daraus zu folgern, dass keiner mehr in die Filiale will, ist aber verkehrt. Es stimmt zwar, dass vor allem Jüngere auch die neuesten technischen Möglichkeiten nutzen, etwa mit dem Smartphone oder der Smartwatch bezahlen. Aber eben fast nur die Jüngeren. Viele wollen weiterhin in Form von Bargeld auch eine gewisse Kontrolle gerade über ihre kleinen täglichen Ausgaben behalten. Bei den Technik-Fans folgt die Erkenntnis erst, wenn sie mal wieder auf ihren Online-Kontoauszug schauen. Bargeld aber gibt es nach wie vor überwiegend in den Filialen – obwohl manche Supermärkte auch schon anbieten, an der Kasse Geld abzuheben.

Was also bleibt den Banken? Auf der einen Seite müssen sie weiter für ihre ältere Kundschaft da sein, die teilweise nicht einmal ein Smartphone besitzt. Auf der anderen Seite brauchen sie die aktuellen Angebote, um die Kundschaft der Generationen Z und Alpha zu halten und nicht als verstaubt zu gelten. Der Wirbel um Fintechs und Kryptowährungen hat sich zwar gelegt, aber ohne eigene Banking-App geht nun wirklich nichts mehr.

Ein Ausweg aus dem Dilemma: Die Filiale auch als Veranstaltungsort nutzen. Bargeld ist eh sicher weggesperrt – warum also nicht zu Vernissagen, Konzerten, Lesungen einladen, zu Kabarett und Diskussionsabenden, die gar nicht mal etwas mit Finanzen zu tun haben müssen? Einige Institute in Heilbronn-Franken haben sich da schon breit aufgestellt und regelrechte Veranstaltungsreihen ins Leben gerufen.

Denn eines ist trotz aller Digitalisierung klar: Banken und Sparkassen werden in den nächsten Jahrzehnten ganz sicher weiter benötigt.

Die Planlosigkeit muss nun ein Ende nehmen

Schnellschüsse und nicht durchdachte Vorhaben lähmen Wirtschaft und Bürger, meint unser Autor.

Gastautor

Von Alfred Gramling, Besigheim



„Wenn man das Ziel nicht kennt, ist jeder Weg der falsche!“ Diese Weisheit ist nun Realität. Planlosigkeit, Selbstherrlichkeit und Träumereien in Teilen von Politik, Wirtschaft und Verwaltung sind besorgniserregend. Was die Menschen erwarten, wird nicht gemacht, und allmählich schwindet die Hoffnung auf Besserung. Trotz globaler Krisen gibt es auch bei uns drängende Probleme: Inflation, Bauernproteste, Bildungsmisere, Fachkräftemangel, Klimawandel, überteuerte

Energie, mangelnde Digitalisierung, Bürokratie, Zukunftsängste, begleitet von Widerstand gegenüber Innovation und technischem Fortschritt. Erwerbstätige und Rentner haben das Gefühl, dass ihre Nöte ignoriert werden. Bauern demonstrieren, weil sie seit Jahren nicht gehört und ihre Probleme nicht gesehen oder verdrängt werden. Seit Jahren ist das Sterben der kleinen Bauernhöfe belegt. Doch statt Hilfe: Vorschriftenflut und überbordende Bürokratie. Die Kürzungen beim Agrardiesel brachten das Fass zum Überlaufen – wen hat das überrascht?

Über das schwache Bildungsniveau in Deutschland und die uneinheitlichen Standards in den Bundesländern wird seit Jahren diskutiert. Besserungen wurden angekündigt. Doch wo stehen wir heute? Marode Schulgebäude, Lehrermangel, überfüllte Klassen, Kinder, die den Unterricht stören, überforderte Lehrer und Pisa-Studien, die dies dokumentieren. Was wird dagegen getan? Es wird weiter geredet, analysiert und Zeit verschwendet, aber ohne überzeugenden Plan.

Es müssen dringend neue Lern-Inhalte und eine verantwortungsvolle Nutzung der Digitalen Medien auf den Lehr-

plan. Mehr Qualität braucht kleinere Klassen, ein besseres Lernniveau und mehr Disziplin. IT-Experten müssen für eine vernetzte Infrastruktur sorgen sowie das „Leben in Echtzeit“ vermitteln. Das kostet Geld, aber es zahlt sich langfristig aus.

Der Fachkräftemangel ist in Deutschland, so glaube ich, hausgemacht. Wer Fachkräfte schon mit 63 in Rente schickt, wird selbst Teil des Problems. Dennoch sind etwa zwei Millionen Menschen arbeitslos gemeldet und seit 2015 rund vier Millionen Menschen zugewandert – zusammen ein Potenzial von bis zu sechs Millionen Arbeitskräften. Nicht wenige scheinen aber Bürgergeld oder Grundsicherung der Erwerbsarbeit vorzuziehen. Da darf die Frage gestellt werden, ob das Verhältnis von Sozialgeld-Empfängern und jenen, die das Geld dafür erarbeiten, noch in der Balance ist.

Das Thema Klimawandel darf nicht so kopflos angegangen werden, sondern muss langfristig praxistauglich durchdacht werden. Nicht auf engen Wegen, sondern technologieoffen und interdisziplinär vernetzt. Die Folgen des Klimawandels treffen und alle, aber die Folgen des wirtschaftlichen Niedergangs ebenfalls.

Schnellschüsse und nicht durchdachte Vorhaben lähmen die Wirtschaft und verunsichern die Bürger. Es mangelt an Kompetenz für eine gesamtheitliche Betrachtung. Bei manchen Experten stellt sich sogar die Frage, ob auch die Wissenschaft den Kontakt zur Realität verloren hat.

Weit über 50 Prozent der schaffenden Bevölkerung in Deutschland geht es nicht mehr so gut. Da braucht sich keiner zu wundern, wenn die Leute bei Wahlen ihren Unmut äußern. Immer neue Belastungen ersticken die Hoffnung auf Besserung. Die Regierenden sollten zukunftsorientierte Entscheidungen treffen, die zum Wohl der arbeitenden Bürger sind.

Höchste Zeit, dass die Prioritäten neu gewichtet werden. Es braucht einen umfassenden zukunftsweisenden Plan für Deutschland, eine Technologieoffensive für klimafreundliche Energie und Mobilität, Maßnahmen für Bildung, Fachkräfteverstärkung, Digitalisierung und Sicherheit. Es braucht eine Balance zwischen dem erwirtschaftenden und dem sozialen Bereich.

Und vor allem brauchen wir wieder mehr Vertrauen in die Zukunft.

Kickern um die künftigen Azubis

Beim Tischfußball Nachwuchskräfte gewinnen: Die zweite Auflage des Karriere Kick in der Region kam gut an.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Die ganz Großen sind da, von der Bahn über Bosch und Bechtle bis zu Lidl und Kaufland. Soziale Arbeitgeber wie ASB und Lebenswerkstatt, dann noch die Kreissparkasse, die Salzwerke, Mittelständler wie Kwasny oder Börsig und auch kleinere Unternehmen wie Bornack und Eskon. Und vor allem jene, für die alle 31 Betriebe heute ihre Stände aufgebaut, ihre Ausbildungsleiter und junge Mitarbeiter geschickt haben: Schüler der neunten und zehnten Klassen, von Gymnasien, Realschulen, Werkrealschulen, Gemeinschaftsschulen. Denn um sie dreht es sich hier, während sie an den Stangen drehen – der „Karriere Kick“ ist vordergründig ein Tischkicker-Turnier, soll aber vor allem Kontakt zwischen Unternehmen und potenziellen Nachwuchskräften knüpfen.

Ein Konzept, das hier hörbar gut ankommt. Der Trubel an den 24 Tischen ist groß. Immer ist ein Unternehmensvertreter dabei, die Jugendlichen wurden zugelost. Natürlich geht es um Wettbewerb – wer zuerst fünf Tore erzielt hat, hat gewonnen. Aber eben auch um das zwanglose Kennenlernen nebenbei: „Und, wisst ihr schon, was ihr mal machen wollt?“ Die Standardfrage, die jeder Teilnehmer immer wieder zu hören bekommt. Manche

sind sich da schon sicher: Bankkauffrau, antwortet eine Neuntklässlerin der Möckmühler Mörike-Realschule. Am Stand der Kreissparkasse war sie schon. Denn auch abseits der Spiele sind Besuche an den Ständen möglich – es konnten sogar Termine gebucht werden.

Eine ihrer Klassenkameradinnen ist da noch auf der Suche. Sie spricht bei Katrin Müller vor, Personalverantwortliche beim kleinen Neckarsulmer Arbeitskleidungs-Hersteller Eskon: Welche Abschlüsse, welche Noten werden verlangt? Und wie steht es mit den Übernahmechancen? Katrin Müller beruhigt sie: „Wir bilden aus, um zu übernehmen. Und wir schauen uns das Gesamtpaket an – die Noten sind nur ein Teil, das Interesse muss auch da sein.“

Hier, in der Konzernzentrale von Bechtle, ist es definitiv da. In Neckarsulm findet die erste Auflage der Veranstaltung im Landkreis statt, nachdem im Vorjahr schon R. Stahl in Waldenburg Gastgeber war. An die 600 Schüler aus dem gesamten Stadt- und Landkreis sind angemeldet. Veranstalter Alexander Wommer hat heute Heimspiel: Sein Unternehmen GrowX sitzt in Ellhofen und bietet das Konzept zusammen mit dem Technik-Partner Kivent seit 2018 in ganz Deutschland an – die Premiere stieg seinerzeit in Nürnberg. „Das Angebot an Ausbildungsmessen im Raum Heilbronn ist eigentlich sehr groß“, begründet er, warum er bisher nicht in der Heimatregion aktiv war. „Aber nach dem Riesenerfolg in Hohenlohe wurden viele Anfragen aus dem Raum Heilbronn an uns herangetragen.“

Dabei kommen die Schüler mit unterschiedlichen Voraussetzungen an die Kicker. „Viele wissen schon ganz genau, wo es beruflich hingehen soll“, erzählt Sylja Reimold, Ausbildungsleiterin der Südwestdeutschen Salzwerke. „Manche haben sogar schon einen Ausbildungsplatz.“ Dass



Auch Bechtle-Personalchefin Sabine Bader (links) versuchte ihr Glück am Kicker, um mit den Jugendlichen ins Gespräch zu kommen. Foto: Heiko Fritze

sie dennoch heute hier sind, liege daran, dass komplette Klassen angemeldet sind. Aber gerade Gymnasiasten seien noch nicht so weit fortgeschritten. „Das fängt dort in der zehnten Klasse erst an mit der Berufsorientierung“, hat Reimold festgestellt. Die Aussteller helfen sich da auch untereinander. „Wer nach einem Beruf fragt, den wir nicht anbieten, den schicken wir zu den passenden Unternehmen“, erzählt sie.

Für die Bechtle-Personalleiterin Sabine Bader ist eines wichtig, sagt sie zu Beginn den Jugendlichen: „Ihr müsst nun einmal in den nächsten Monaten eine Entscheidung treffen. Nutzt die Zeit heute, um Fragen zu stellen, damit ihr eine Orientierung bekommt.“ Sie kenne zwar auch die normalen Ausbildungsmessen, aber dieses

Konzept biete über die Zwanglosigkeit am Tischkicker ganz andere Möglichkeiten. Wobei sie selbstkritisch einräumt: „Meine Tochter schlägt mich inzwischen im Spiel.“

Dass Bechtle Gastgeber wurde, liegt auch an Mareike Fading. Die Bechtle-Mitarbeiterin im Ausbildungs- und Hochschulmarketing war im Vorjahr am Stand des IT-Dienstleisters bei der Veranstaltung bei R. Stahl. „Ich habe dort das Konzept kennengelernt und war begeistert“, erzählt sie. „Man kann ganz unbeschwert mit den Schülern in Kontakt treten und sie auch gleich mit an den eigenen Stand nehmen.“ An die 100 Kontakte ergaben sich daraus für Bechtle alleine in Waldenburg, erzählt sie. Nur in einem war sie nicht ganz zufrieden: „Im Tischfußball bin ich eher schlecht.“

Firmen

Roboter im Heim

Seit Oktober setzt die **Evangelische Heimstiftung** den sozialen Roboter Navel in zwei ihrer Pflegeheime ein. Navel nutzt Künstliche Intelligenz und Chat GPT, um mit Menschen zu interagieren. Er kann sich unterhalten und Dinge merken und er lernt dazu. Die Heimstiftung begleitet das Projekt wissenschaftlich, um zu klären, wie soziale Robotik die Lebensqualität pflegebedürftiger Menschen beeinflussen kann.

„Der Nutzen von sozialen oder digitalen Innovationen bemisst sich daran, ob sie die Lebensqualität unserer Kunden erhöhen: Verbessert eine App die Teilhabe? Erhöht ein Sensor die Sicherheit?“ erklärt Bernhard Schneider. Der Hauptgeschäftsführer der Evangelischen Heimstiftung, die auch mehrere Heime in Heilbronn-Franken betreibt, hat Navel ins Unternehmen gebracht: „Wir sind überzeugt, dass wir Social Robotik künftig auch in der Pflege und Betreuung einsetzen werden, und wir wollen wissen, was Navel kann und wo es noch Nachholbedarf gibt.“

Die beiden Roboter laufen seit einigen Wochen im Mannheimer Seniorenzentrum Rheinauer Tor und in Albershausen. Begleitet werden sie von Paten – Mitarbeitern, die Navel im Hintergrund bedienen, ihn bei der Interaktion mit den Bewohnern begleiten. Und die auch berichten, wie sich der Roboter im Alltag einsetzen lässt.



red

ANZEIGE

Kundenorientiert an der Kasse

Unkompliziert und sicher: Kreissparkasse Heilbronn bietet zeitgemäße Payment-Lösungen für Gewerbetreibende



Bezahlen mit Bankkarten – ob haptisch oder digital – ist heute in allen Bereichen des Wirtschaftslebens selbstverständlich. Die Kreissparkasse Heilbronn bietet bereits seit mehr als 30 Jahren modernste Technik. Foto: KSK

Kein umständliches Kramen nach Kleingeld: Bezahlen mit Bankkarten – ob haptisch oder digital – ist heute in allen Bereichen des Wirtschaftslebens selbstverständlich. Einzelhändler, Bäcker, Metzgereien, die Gastronomie und selbst Arztpraxen schätzen das schnelle, unkomplizierte und hygienische Handling ohne Münzen und Scheine.

Die Kreissparkasse Heilbronn bietet bereits seit mehr als 30 Jahren modernste Technik und zeitgemäße Lösungen in puncto Händler-Terminals an und ist in der Region ein Marktführer von Payment-Dienstleistungen mit mehr als 1900 angeschlossenen Zahlterminals und mehreren Millionen Transaktionen pro Jahr.

Gewerbetreibenden, die an diesem Service Interesse haben, kann die Kreissparkasse Heilbronn ein echtes Rundum-Sorglos-Paket anbieten: Vertragsabschluss, Aufbau vor Ort und Betreuung durch fachkundige, eigene Mitarbeitenden sind dabei inkludiert. Wenn es schnell gehen muss, stellen unsere Profis innerhalb von ein bis zwei Tagen die Terminals einsatzfähig bereit – und das kostenlos.

Als Kreissparkasse legen wir dabei größten Wert auf eine sichere Zahlungsabwicklung. Die Gutschrift der Girocard-Kartenzahlungen am Folgetag und über das eigene Rechenzentrum sind dabei selbstverständlich. Und sollten Sie Ihr Gewerbe abmelden, nehmen wir ohne weitere Kosten

das Terminal zurück. Die Technik hat sich über Jahre weiterentwickelt und immer häufiger kommen mittlerweile mobile Kartenlesegeräte zum Einsatz. Auch spielen Zusatzservices eine immer wichtigere Rolle: Ob Trinkgeldfunktion, Bargeldauszahlung am POS oder digitale Belegarchivierungen, all das ist heute problemlos verfügbar. Smartphone, Girocard, Debitkarte oder Kreditkarte – zeigen Sie sich kundenorientiert und akzeptieren Sie alle Kartenzahlungen mit dem passenden Kartenlesegerät der Kreissparkasse. Mit dabei: faire Preise und Top-Services. Informieren Sie sich online unter www.ksk-hn.de oder direkt bei Ihrem Kundenberater. Wir sind gerne für Sie da.

anz



Kassieren mit Profitechnik.

Welches Gerät es auch sein soll:
Profitieren Sie von mehr Umsatz und bieten Sie besseren Service und einfaches Einkaufen für Ihre Kundinnen und Kunden.

Alle Infos unter www.ksk-hn.de



Weil's um mehr als Geld geht.

 Kreissparkasse
Heilbronn

Kickern um die künftigen Azubis

Beim Tischfußball Nachwuchskräfte gewinnen: Die zweite Auflage des Karriere Kick in der Region kam gut an.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Die ganz Großen sind da, von der Bahn über Bosch und Bechtle bis zu Lidl und Kaufland. Soziale Arbeitgeber wie ASB und Lebenswerkstatt, dann noch die Kreissparkasse, die Salzwerke, Mittelständler wie Kwasny oder Börsig und auch kleinere Unternehmen wie Bornack und Eskon. Und vor allem jene, für die alle 31 Betriebe heute ihre Stände aufgebaut, ihre Ausbildungsleiter und junge Mitarbeiter geschickt haben: Schüler der neunten und zehnten Klassen, von Gymnasien, Realschulen, Werkrealschulen, Gemeinschaftsschulen. Denn um sie dreht es sich hier, während sie an den Stangen drehen – der „Karriere Kick“ ist vordergründig ein Tischkicker-Turnier, soll aber vor allem Kontakt zwischen Unternehmen und potenziellen Nachwuchskräften knüpfen.

Ein Konzept, das hier hörbar gut ankommt. Der Trubel an den 24 Tischen ist groß. Immer ist ein Unternehmensvertreter dabei, die Jugendlichen wurden zugelost. Natürlich geht es um Wettbewerb – wer zuerst fünf Tore erzielt hat, hat gewonnen. Aber eben auch um das zwanglose Kennenlernen nebenbei: „Und, wisst ihr schon, was ihr mal machen wollt?“ Die Standardfrage, die jeder Teilnehmer immer wieder zu hören bekommt. Manche

sind sich da schon sicher: Bankkauffrau, antwortet eine Neuntklässlerin der Möckmühler Mörike-Realschule. Am Stand der Kreissparkasse war sie schon. Denn auch abseits der Spiele sind Besuche an den Ständen möglich – es konnten sogar Termine gebucht werden.

Eine ihrer Klassenkameradinnen ist da noch auf der Suche. Sie spricht bei Katrin Müller vor, Personalverantwortliche beim kleinen Neckarsulmer Arbeitskleidungs-Hersteller Eskon: Welche Abschlüsse, welche Noten werden verlangt? Und wie steht es mit den Übernahmechancen? Katrin Müller beruhigt sie: „Wir bilden aus, um zu übernehmen. Und wir schauen uns das Gesamtpaket an – die Noten sind nur ein Teil, das Interesse muss auch da sein.“

Hier, in der Konzernzentrale von Bechtle, ist es definitiv da. In Neckarsulm findet die erste Auflage der Veranstaltung im Landkreis statt, nachdem im Vorjahr schon R. Stahl in Waldenburg Gastgeber war. An die 600 Schüler aus dem gesamten Stadt- und Landkreis sind angemeldet. Veranstalter Alexander Wommer hat heute Heimspiel: Sein Unternehmen GrowX sitzt in Ellhofen und bietet das Konzept zusammen mit dem Technik-Partner Kivent seit 2018 in ganz Deutschland an – die Premiere stieg seinerzeit in Nürnberg. „Das Angebot an Ausbildungsmessen im Raum Heilbronn ist eigentlich sehr groß“, begründet er, warum er bisher nicht in der Heimatregion aktiv war. „Aber nach dem Riesenerfolg in Hohenlohe wurden viele Anfragen aus dem Raum Heilbronn an uns herangetragen.“

Dabei kommen die Schüler mit unterschiedlichen Voraussetzungen an die Kicker. „Viele wissen schon ganz genau, wo es beruflich hingehen soll“, erzählt Sylja Reimold, Ausbildungsleiterin der Südwestdeutschen Salzwerke. „Manche haben sogar schon einen Ausbildungsplatz.“ Dass



Auch Bechtle-Personalchefin Sabine Bader (links) versuchte ihr Glück am Kicker, um mit den Jugendlichen ins Gespräch zu kommen. Foto: Heiko Fritze

sie dennoch heute hier sind, liege daran, dass komplette Klassen angemeldet sind. Aber gerade Gymnasiasten seien noch nicht so weit fortgeschritten. „Das fängt dort in der zehnten Klasse erst an mit der Berufsorientierung“, hat Reimold festgestellt. Die Aussteller helfen sich da auch untereinander. „Wer nach einem Beruf fragt, den wir nicht anbieten, den schicken wir zu den passenden Unternehmen“, erzählt sie.

Für die Bechtle-Personalleiterin Sabine Bader ist eines wichtig, sagt sie zu Beginn den Jugendlichen: „Ihr müsst nun einmal in den nächsten Monaten eine Entscheidung treffen. Nutzt die Zeit heute, um Fragen zu stellen, damit ihr eine Orientierung bekommt.“ Sie kenne zwar auch die normalen Ausbildungsmessen, aber dieses

Konzept biete über die Zwanglosigkeit am Tischkicker ganz andere Möglichkeiten. Wobei sie selbstkritisch einräumt: „Meine Tochter schlägt mich inzwischen im Spiel.“

Dass Bechtle Gastgeber wurde, liegt auch an Mareike Fading. Die Bechtle-Mitarbeiterin im Ausbildungs- und Hochschulmarketing war im Vorjahr am Stand des IT-Dienstleisters bei der Veranstaltung bei R. Stahl. „Ich habe dort das Konzept kennengelernt und war begeistert“, erzählt sie. „Man kann ganz unbeschwert mit den Schülern in Kontakt treten und sie auch gleich mit an den eigenen Stand nehmen.“ An die 100 Kontakte ergaben sich daraus für Bechtle alleine in Waldenburg, erzählt sie. Nur in einem war sie nicht ganz zufrieden: „Im Tischfußball bin ich eher schlecht.“

Firmen

Roboter im Heim

Seit Oktober setzt die **Evangelische Heimstiftung** den sozialen Roboter Navel in zwei ihrer Pflegeheime ein. Navel nutzt Künstliche Intelligenz und Chat GPT, um mit Menschen zu interagieren. Er kann sich unterhalten und Dinge merken und er lernt dazu. Die Heimstiftung begleitet das Projekt wissenschaftlich, um zu klären, wie soziale Robotik die Lebensqualität pflegebedürftiger Menschen beeinflussen kann.

„Der Nutzen von sozialen oder digitalen Innovationen bemisst sich daran, ob sie die Lebensqualität unserer Kunden erhöhen: Verbessert eine App die Teilhabe? Erhöht ein Sensor die Sicherheit?“ erklärt Bernhard Schneider. Der Hauptgeschäftsführer der Evangelischen Heimstiftung, die auch mehrere Heime in Heilbronn-Franken betreibt, hat Navel ins Unternehmen gebracht: „Wir sind überzeugt, dass wir Social Robotik künftig auch in der Pflege und Betreuung einsetzen werden, und wir wollen wissen, was Navel kann und wo es noch Nachholbedarf gibt.“

Die beiden Roboter laufen seit einigen Wochen im Mannheimer Seniorenzentrum Rheinauer Tor und in Albershausen. Begleitet werden sie von Paten – Mitarbeitern, die Navel im Hintergrund bedienen, ihn bei der Interaktion mit den Bewohnern begleiten. Und die auch berichten, wie sich der Roboter im Alltag einsetzen lässt.



ANZEIGE

Sparkassen bieten MEHR!

Finanzkompetenz vor Ort – in der Region verwurzelt

Bei der Sparkasse Hohenlohekreis steht der Mensch im Mittelpunkt – und das ein Leben lang. Und in jeder Phase des Lebens werden Kunden persönlich beraten, damit Wünsche und Ziele in Erfüllung gehen. Die Sparkasse Hohenlohekreis ist da, wo die Menschen sind. In den Städten und Gemeinden, bei den Unternehmen, den Vereinen und in den kommunalen Einrichtungen. Sie lebt Nähe, Dialog und Engagement – jeden Tag.

Ganzheitlich

Mit der Beratung durch das Sparkassen-Finanzkonzept blicken Kunden zufrieden in die Zukunft. Mit einem Überblick über die Finanzen sind die Kunden ganzheitlich und individuell beraten und entwickeln gemeinsam mit den Experten eine Finanzstrategie, die es für den Kunden auf den Punkt bringt. Mit transparenten Konditionen, günstigen Kontenmodellen, die attraktive Mehrleistungen beinhalten, und modernsten Banking-Lösungen bietet die Sparkasse beste Bedingungen für Finanzgeschäfte. Und der Kunde entscheidet selbst, wo diese abgewickelt werden. In der Filiale vor Ort, am heimischen Rechner oder per Smartphone in der Sparkassen-

App. Besonders die Sparkassen-App mit Funktionen wie Fotoüberweisung oder das Bezahlverfahren giropay – Geld in Echtzeit von Handy zu Handy senden – machen Banking heute einfacher und bequemer.

Aber auch vor Ort sind die Sparkassen mit einem breiten Filialnetz und persönlichen Ansprechpartnern gut vertreten. Dazu stehen mehr als 22.000 kostenlose Geldautomaten der Sparkassen zur Verfügung. Sollte der Weg mal zu weit sein, kann man ganz einfach mit der Girocard/SparkassenCard oder dem Smartphone bezahlen.

Gemeinsam mit ihren Verbundpartnern aus der Sparkassen-Finanzgruppe bietet die Sparkasse Hohenlohekreis alle Finanzdienstleistungen, die man benötigt. Damit sind die Sparkassen für die individuelle Zukunftsplanung der Kunden bestens aufgestellt. Bausparen bei der LBS, Versichern bei der Sparkassenversicherung und Sparen, Vorsorgen sowie Anlagen bei der DekaBank. Im internationalen Firmenkundengeschäft bietet die S-International Unternehmen passende Lösungen und Konzepte für das kommerzielle Auslandsgeschäft sowie Zins-, Währungs- und Rohstoffmanagement. Die Immobilien-

Center in Künzelsau und Öhringen mit ihren Fachkräften mit Immobilien-Expertise für die Region unterstützen bei allen Unternehmungen im Bereich Eigenheim. Die Immobilienberaterinnen und -berater setzen sich für die Traum-Immobilie der Kunden ein, begleiten die Modernisierung oder auch den Verkauf des Hauses.

Verantwortung

Was die Sparkasse Hohenlohekreis von anderen Kreditinstituten besonders unterscheidet, ist die gesellschaftliche Verantwortung in ihrem Geschäftsgebiet. Unter dem Motto „Einfach MEHR für alle“ liegt der Sparkasse Hohenlohekreis die Förderung von Kultur, Sport, Umwelt und sozialen Projekten sowie die Unterstützung der Wirtschaft am Herzen. Das Engagement bereichert die Region und kommt den Menschen vor Ort zugute. Die Sparkasse kommt einem einzigartigen verantwortungsvollen Auftrag nach – mit ihren Produkten und Dienstleistungen sowie ihrer Präsenz vor Ort den Wohlstand der Menschen und das Wachstum der Wirtschaft zu fördern. Die Sparkasse Hohenlohekreis ist anders als Banken, deren Geschäftsmodell ausschließlich darauf ausgerichtet ist, Profit zu erwirtschaften. Seit der Gründung vor rund 130 Jahren ist es ihr Auftrag, Menschen die wirtschaftliche und soziale Teilhabe an der Gesellschaft zu ermöglichen. Die Sparkasse Hohenlohekreis ist ein kommunal getragenes Institut in öffentlicher Rechtsform. Im Rahmen des Regionalprinzips konzentriert sie ihre Präsenz und ihre Geschäftstätigkeit auf die Heimatregion. Sie ist selbstständig und setzt auf Wachstum aus eigener Kraft. Um all dies zu erhalten, muss die Sparkasse Hohenlohekreis nachhaltig wirtschaften und langfristig für ein wirtschaftliches Gleichgewicht sorgen. Daher fließen die Gewinne ausschließlich in die Stärkung des Eigenkapitals und in die Entwicklung der Region.

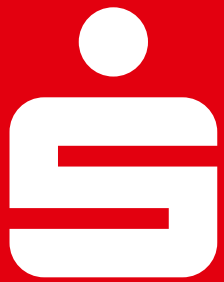
anz



Entscheiden Sie sich jetzt für ein Girokonto mit attraktiven Mehrleistungen und transparenten Konditionen.

Nutzen Sie unseren kostenlosen Kontowechselservice.

www.spk-hohenlohekreis.de



Sparkasse
Hohenlohekreis



Anlässlich des 50-Jahre-Landkreisjubiläums förderte die Sparkasse Hohenlohekreis 50 Projekte im Hohenlohekreis mit je 1000 Euro. Foto: privat

Firmen

Microfilter hat erweitert

Nach zwölf Monaten Bauzeit hat der Neuenstadter Filterhersteller **Microfilter** seinen Anbau in Betrieb genommen. Auf einer Fläche von 360 Quadratmetern wurden die Lagerhaltung optimiert und der interne Warenfluss verbessert. Dadurch konnten zwei externe Lager aufgelöst werden. Hinzu kamen ein teilautomatisiertes Rohmaterial-Stangenlager und ein Hochregallager mit 460 Palettenplätzen bis zu einer Höhe von sieben Metern. Wegen des abfallenden Firmengeländes wurde der Anbau auf eine solide Pfahlgründung gestellt. Insgesamt wurden etwa eine Million Euro in Bau und Ausrüstung investiert. Microfilter feierte vergangenes Jahr sein 50-jähriges Bestehen. Gegründet 1973 von vier Partnern, war das Unternehmen damals in Forchtenberg-Sindringen ansässig. 2015 folgte der Umzug in das Gewerbegebiet von Neuenstein, wo mittlerweile etwa 50 Mitarbeiter beschäftigt werden.

frz



Der Anbau von Microfilter sieht auf Pfählen. Foto: Microfilter

Weltweit einen Namen gemacht

Heilbronn-Franken ist schon lange die Region der Weltmarktführer. Und das quer durch zahlreiche Branchen.

Von unserem Redakteur Alexander Schnell

Den Vergleich mit bekannten Regionen Deutschlands braucht Heilbronn-Franken nicht zu scheuen. Erst recht nicht, wenn man sich die enorme Dichte an Weltmarktführern anschaut, die ihresgleichen sucht und das Fundament für den Wohlstand und die Zukunftsfähigkeit der Region bildet. Basis dieses Wohlstands und der niedrigen Arbeitslosigkeit in der Region ist eine starke Wirtschaft, die sich dynamisch entwickelt und sich permanent neuen Herausforderungen stellt. Neben der Wirtschaft sind es viele weitere Faktoren, die die Region so lebendig und lebenswert machen.

Getreu dem Motto „Jedes Mal a bissle besser“ haben sich viele Unternehmen in der Region Heilbronn-Franken über Generationen hinweg einen Platz an der Weltspitze gesichert. Viele familiengeführte und mittelständische Unternehmen haben sich in meist kleinen und engen Marktsegmenten weltweit einen Namen gemacht. Durch stetige Verbesserung und innovative Ideen haben sie ihre Produkte und Technologien an die Spitze des Wettbewerbs gesetzt. Unter „Innovation“ verstehen die Unternehmen in der Region weit mehr: etwas nützlicher, besser, effizienter zu machen – in Abläufen, Produktionsprozessen, Kommunikation, am Arbeitsplatz oder am Service gegen-



Ein Blick in die Produktion von EBM-Papst. Die Hohenloher sind weltweit aktiv mit ihren Ventilatoren. Foto: EBM-Papst

über dem Kunden – das zeichnet die Unternehmen unserer Region aus.

Neben den beiden Schwerpunkten Auto mit Audi und vielen Zulieferern sowie dem Handel mit der Schwarz-Gruppe, haben sich in der Region weitere Branchenballungen mit einer hohen Anzahl an Weltmarktführern herausgebildet. Solche Cluster gibt es in Hohenlohe, wo sich Ventilatorenhersteller wie EBM-Papst, Ziehl-Abegg, DLK und Rosenberg tummeln, oder Schraubenhändler wie Würth, Berner und Förch. In Schwäbisch Hall haben sich mittlerweile drei Dutzend Verpackungsmaschinenhersteller zusammengeschlossen, um als „Packaging Valley“ international Gehör zu finden. Im Stadt- und Landkreis Heilbronn gibt es Initiati-

ven, die Unternehmen in der Kunststoffbranche und in der Gesundheitswirtschaft besser vernetzen.

Auch prominente Maschinenbauer sind in der Region zu Hause wie die Pressen- und Anlagenbauer Dieffenbacher in Eppingen, Weinig in Tauberbischofsheim oder Illig in Heilbronn. Dazu kommen viele innovative Unternehmen, die in ihren Nischen oft führend und durchaus zukunftssträftig sind, etwa Weber-Hydraulik in Güglingen. Die Denkfabrik von Bosch in Abstatt und die steigende Anzahl an Ingenieurdienstleistern rund um Audi sind Innovationsmotoren für die Region. Aber oft sind es kleine Unternehmen, die auf dem Weltmarkt auch ohne große Forschungszentren mit Innovationen punk-

ten und sich damit den Vorsprung erarbeiten, der in der globalisierten Welt unerlässlich ist.

Die wirtschaftliche Basis ist also grundsollide. Und die Zukunft? Zentrale Bedeutung kommt der Innovationsfähigkeit der Unternehmen zu. Ob Elektroantrieb, IT und Dienstleistung, Energie- oder Medizintechnik sowie derzeit vor allem Künstliche Intelligenz: Die Tüftler sind gefordert, den gesellschaftlichen wie technologischen Wandel mit neuen Produkten und Lösungen voranzutreiben. Der Kampf um die besten Köpfe ist in vollem Gange, damit die Unternehmen und Weltmarktführer aus der Region auch in den nächsten Jahren und Jahrzehnten an der Spitze der Entwicklung bleiben.

ANZEIGE

Karriere beim Spezialisten für Hydrauliklösungen

WEBER-HYDRAULIK steht für Bewegung, Kraft und Dynamik

Als international tätiger Spezialist für maßgeschneiderte und funktionssichere Hydrauliklösungen steht die WEBER-HYDRAULIK GMBH für ein unschlagbares Leistungsportfolio rund um Bewegung, Kraft und Dynamik. Zuverlässig und leistungsstark entwickelt und produziert das mittelständische Unternehmen mit Hauptsitz in Güglingen seit 85 Jahren hochwertige Hydraulikkomponenten und -systeme. Mit rund 1600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an insgesamt sechs Standorten in Deutschland, Österreich und Polen gilt die Unternehmensgruppe in der Branche als innovativer Partner, der anspruchsvolle, anwendungsspezifische Systemlösungen nach Kundenwunsch entwickelt. Im Fokus stehen hierbei vor allem Hydraulikzylinder, Steuerblöcke,

Lenk- und Federungssysteme, Ventile und Aggregate für mobile Arbeitsmaschinen, Nutzfahrzeuge und Werkzeugmaschinen sowie Rettungsgeräte. Letztere entwickelt, produziert und vertreibt das Unternehmen weltweit erfolgreich unter der Marke WEBER RESCUE SYSTEMS und wurde dafür jüngst erneut als Weltmarktführer ausgezeichnet. (Quelle: Weltmarktführer-Index, WirtschaftsWoche)

Kulturelle und technische Transformation

Als Familienunternehmen ist sich die WEBER-HYDRAULIK GMBH ihrer sozialen und regionalen Verantwortung als Arbeitgeber bewusst und legt daher großen Wert auf unternehmeri-

sche Eigenständigkeit. Das wissen auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu schätzen, von denen ein Großteil dem Unternehmen seit vielen Jahren die Treue hält.

Mit Christine Grotz, Enkelin des Firmengründers Emil Weber, ist 2017 wieder ein Mitglied der Unternehmerfamilie in die aktive Geschäftsführung der Gruppe eingetreten. „Mein Anliegen war es von Anfang an, das Unternehmen modern und zukunftsfähig aufzustellen“, sagt die geschäftsführende Gesellschafterin. Seitdem hat sich viel bewegt: Eine wertorientierte Unternehmenskultur fördert und fordert flache Hierarchien, Eigenverantwortung und eine transparente Kommunikation auf Augenhöhe. Und der Hydraulikspezialist befindet sich seit einigen Jahren mitten in der Entwick-

lung zum Systemanbieter, hat massiv in den Ausbau der Elektronik- und Systemkompetenz investiert.

Auch eine sorgfältige und qualitativ hochwertige Ausbildung ist seit jeher fester Bestandteil der Unternehmensphilosophie. An den Standorten in Güglingen und Losenstein (Österreich) gibt jedes Jahr vielfältige Ausbildungsmöglichkeiten im kaufmännischen, gewerblichen, technischen und informationstechnischen Bereich. Außerdem werden verschiedene duale Studiengänge angeboten. Das große Engagement, die Wertschätzung, der familiäre Charakter und der hohe Stellenwert der Ausbildung von Nachwuchskräften wurden im Oktober 2023 bereits zum dritten Mal durch die DUALIS-Zertifizierung der IHK Heilbronn-Franken bestätigt.

anz



Die WEBER-HYDRAULIK GMBH zählt mit knapp 650 Mitarbeitenden am Standort Güglingen zu einem der größten Arbeitgeber im Zabergäu. Foto: Weber-Hydraulik



DEIN STUDIUM.
DEINE AUSBILDUNG.
DEIN TRAUMJOB.

weber-hydraulik.com/karriere



KARRIERE BEIM
SPEZIALISTEN
FÜR HYDRAULIK-
LÖSUNGEN



LEADERSHIP IN HYDRAULIC SOLUTIONS

Wein, Medaillen, bare Münze?

Münzen, Sterne und andere Lorbeeren stehen bei Winzern hoch im Kurs. Aber kurbeln sie auch den Verkauf an?

Von unserem Redakteur
Kilian Krauth

W eingärtner ernten nicht nur Trauben, sondern gerne auch Lorbeeren – in Form von Münzen, Medaillen oder Sternen. In erster Linie sollen solche Auszeichnungen Verbrauchern die Orientierung beim Einkauf erleichtern. Gleichzeitig dienen sie Winzern als Leistungsbarometer. Welche Rolle spielen sie eigentlich für den Verkaufserfolg? Die *Wirtschaftsstimme* hörte sich um.

„Also für uns waren die traditionellen Prämierungen auf Landes- und Bundesebene zu Beginn schon wichtig, um überregional bekannt zu werden. Das hat auch funktioniert“, sagt Rainer Wachtstetter aus Pfaffenhofen. „Im Laufe der Jahre ist der Medaillensegen aber inflationär geworden und hat an Wertigkeit verloren“, weshalb sich der Weinbautechniker wie viele Top-Kollegen ausgeklinkt hat. Gleichzeitig nehme auch die Zahl der Führer und Wettbewerbe kaum überschaubare Ausmaße an. Wachtstetter konzentriert sich im Wesentlichen auf Gault Millau – „vom Renommee nach wie



Winzer werben gerne mit ihren Erfolgen bei Wettbewerben und in Weinführern. Ob sich Medaillen in bares Geld ummünzen lassen, ist schwer zu sagen. Fotos: DWI

vor die Nr.1, aber auch zu hinterfragen“ – Vinum, Eichmann und Falstaff, wo er überall an der Spitze liegt. „Das wird von Interessierten durchaus wahrgenommen. So kommen immer wieder Leute mit den Büchern unter dem Arm, gerade Urlauber.“

Die Nordheimer Weinkellerei Willy, die in allen Altersklassen Kultstatus genießt, hält der Landesprämierung die Treue, „auch um dem Weinbauverband über die Anstellungsgebühr eine wichtige Einnahmequelle zu sichern“, erklärt Jürgen Willy. „Zwischenzeitlich hatten wir

die vielen Babbler nicht mehr auf die Flaschen geklebt, aber die Leute wollten sie, orientieren sich daran und freuen sich mit uns.“ Außerdem werde der Medaillenspiegel der *Heilbronner Stimme* stark wahrgenommen. „Dass wir da immer wieder Spitze sind, liegt an unserem breiten Sortiment, nicht daran, dass wir gezielt viele verschiedene Weine ins Rennen schicken.“ Bei den großen Weinführern hat Willy bisher Zurückhaltung geübt. Nicht etwa, weil er den Vergleich scheue, sondern weil deren Geschmack nicht un-

bedingt dem seiner Kundschaft entspreche. Mit seinen Brüdern und Kindern arbeite er aber an dem Thema. „Wir werden eine passende Kollektion mit eher individuellen Weinen zusammenstellen, um auf diesem Weg außerhalb Württembergs noch mehr zu punkten.“

Als Gradmesser und Standortbestimmung für die gesamtbetrieblichen Leistungen seien Prämierungen „für uns nach außen, aber auch nach innen nach wie vor wichtig“, erklärt Justin Kircher als Chef der Genossenschaftskellerei Heilbronn, der größten Genossenschaft Deutschlands. Bei allen anderen Wettbewerben, „und es werden leider immer mehr“, achte er auch wegen der hohen Gebühren darauf, „ob das für uns überhaupt etwas bringt“. Kircher, der früher an der Seite von Siegfried Röhl das Weingut Fürst zu Hohenlohe-Oehringen in die Bundesliga führte, weiß auch um die Bedeutung der großen Weinführer. Vor zwei Jahren ist die WG erstmals beim renommierten Gault Millau ins Rennen gegangen und hat auf Anhieb zwei Trauben geerntet. „Ein sensationeller Erfolg“, den man in der aktuellen Ausgabe mit drei Trauben sogar noch toppen konnte. „Wir werben damit natürlich, in Zeitungsanzeigen, auf Prospekten, an der Theke“, erklärt Kircher. „Gerade Weinkenner achten beim Einkauf schon darauf. Neulich hatten wir eine Gruppe, die wollte schließlich die Weine aus dem Gault Millau durchprobieren.“

„Als wir im Gault Millau zur Entdeckung des Jahres gekürt wurden, war das natürlich ein Paukenschlag, die Nachfrage stieg damals massiv“, berichtet Thomas Beyl als Chef der Weingärtner Clebronn-Güglingen. Inzwischen werde man bei Vinum jedes Jahr als „wahrscheinlich beste Genossenschaft Deutschlands“ bezeichnet, „und wir werben natürlich damit“. Ansonsten würden Führer von Otto Normalverbraucher kaum wahrgenommen, aber von Winefreaks schon. „Auch ich orientiere mich im Urlaub daran.“ Insgesamt aber seien „die Auswirkungen von Preisen und Ehrungen auf den Verkauf schwer zu messen“, sagt Beyl. „Aber auf jeden Fall sind sie eine schöne Bestätigung und Motivation für uns alle.“

Firmen

Feier in Planung

Der Boxberger Ventilator-Hersteller **Systemair** wird dieses Jahr 30 Jahre alt. Daher haben die Planungen für die Jubiläumsfeiern begonnen. Erstmals in der Firmengeschichte soll ein Tag der offenen Tür stattfinden. Ein über 20-köpfiges Team wurde gegründet, um Aktionen zu planen – von Kinderanimation, Bewirtung und Musik über Gewinnspiele und Firmenrundgang bis hin zu einem Mitarbeiterfest.

Gegründet wurde Systemair 1994 unter dem Namen LTI Lüftungstechnik in einer 80 Quadratmeter großen Wohnung in Ingelfingen. Daher der Name: Lüftungstechnik Ingelfingen – LTI. 1996 zog das Unternehmen nach Boxberg-Windischbuch und wurde zwei Jahre später von der schwedischen Firma LHB Kanalfäkt, heute Systemair, übernommen. Diese feiert in diesem Jahr ihr 50-jähriges Bestehen. Heute sind in Boxberg 511 Mitarbeiter beschäftigt, der Umsatz stieg im vergangenen Geschäftsjahr um 18,3 Prozent auf 149,1 Millionen Euro.

red



Systemair blickt voraus auf sein Jubiläumsjahr. Foto: Systemair

ANZEIGE



Von links: Isabella von Danwitz (K&P Consulting), Markus Berdyszak, Manuela Mann (Geschäftsführer und Qualitätsmanagementbeauftragte von Panorama Catering), Thomas Wahl (Geschäftsführer Logistik, Qualität und Nachhaltigkeit der Adolf Würth GmbH & Co. KG) und Ekkehart Lehmann (K&P Consulting), bei der Übergabe des GreenCanteen Siegels. Foto: Würth

Auszeichnung für Würth Betriebsrestaurant

GreenCanteen Siegel steht für nachhaltiges Wirtschaften in der Gemeinschaftsgastronomie

Das Würth Betriebsrestaurant am Stammsitz Künzelsau-Gaisbach wurde mit dem GreenCanteen Siegel ausgezeichnet, der europäischen Gewährleistungsmarke für nachhaltiges Wirtschaften in der Gemeinschaftsgastronomie. Anfang des Jahres übergab die K&P Consulting GmbH das offizielle Zertifikat an Panorama Catering, das seit über 25 Jahren für die Mitarbeiterverpflegung am Unternehmens Hauptsitz zuständig ist.

Vorbildliche Speiseplanung

Im Zertifizierungsprozess erreichte das Panorama Catering entlang der gastronomischen Wertschöpfungskette auf Anhieb 75 Prozent der Nachhaltigkeitspunkte. Die unabhängigen Prüferinnen überzeugten dabei insbesondere das Engagement im Bereich Speiseplanung und Angebote – hier konnte das Team aufgrund seines saisonalen Speiseplans, zahlreicher

vegetarischer und veganer Gerichte, der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks und der konsequenten Reduktion von Food Waste überdurchschnittlich punkten.

Gemeinsam Maßstäbe setzen

„Mit dem GreenCanteen Siegel werden unsere Bemühungen, das Würth Betriebsrestaurant nachhaltig zu betreiben, nach außen deutlich sichtbar. Es freut mich sehr, dass wir in der Gemeinschaftsgastronomie mit gutem Beispiel vorangehen und so Verantwortung für unsere Umwelt und Mitmenschen übernehmen“, sagt Thomas Wahl, Geschäftsführer Logistik, Qualität und Nachhaltigkeit der Adolf Würth GmbH & Co. KG. Das Restaurant ist neben den Mitarbeitenden auch für Besucherinnen und Besucher des Museums Würth geöffnet. Die aktuelle Ausstellung „Bildhauer und Räume: Anthony Caro und Eduar-

do Chillida. Sammlung Würth und Leihgaben“ ist täglich von 11 bis 18 Uhr geöffnet. Der Eintritt ist frei.

Über die Würth-Gruppe

Die Würth-Gruppe ist Weltmarktführer in der Entwicklung, der Herstellung und dem Vertrieb von Montage- und Befestigungsmaterial. Darüber hinaus sind Handels- und Produktionsunternehmen, die sogenannten Allied Companies, in angrenzenden Geschäftsfeldern aktiv, wie etwa im Elektrogroßhandel, in den Bereichen Elektronik sowie Finanzdienstleistungen.

In 80 Ländern beschäftigt der Konzern aktuell weltweit mehr als 87.000 Mitarbeitende in über 400 Gesellschaften mit über 2700 Niederlassungen. Mit über 7900 Mitarbeitenden ist die Adolf Würth GmbH & Co. KG in Künzelsau größtes Einzelunternehmen der Würth-Gruppe.

anz



Neben externen Zertifizierungen setzt Würth auch auf ein eigenes Nachhaltigkeitslabel: ECOLINE



Cradle to Cradle® zertifizierte Produkte wie zum Beispiel das ORSY® Systemregal

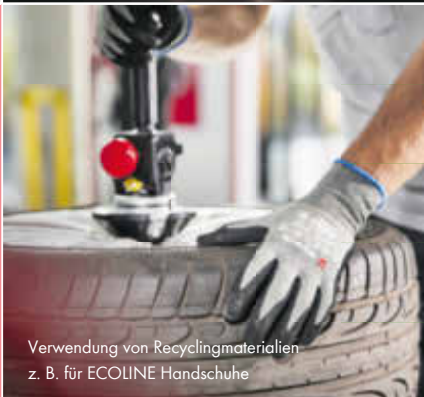
ZIRKULÄR WIRTSCHAFTEN

Nachhaltigkeit ist für Würth mehr als nur Umweltschutz. Wir sind uns unserer Verantwortung für unseren Planeten, die Umwelt und die Menschen bewusst. Deshalb ist Nachhaltigkeit ein integraler Bestandteil unserer qualitativen Unternehmensentwicklung:

ökonomisch erfolgreich, ökologisch sinnvoll und sozial tragfähig.

Aus diesem Grund verfolgt die Adolf Würth GmbH & Co. KG auch das Ziel, bis zum Jahr 2030 weitestgehend zirkulär zu wirtschaften. Die zirkuläre Wirtschaftsweise entkoppelt Wachstum vom endlichen Ressourcenverbrauch.

Welche Maßnahmen und Projekte bei Würth heute schon umgesetzt werden, erfahren Sie auf [wuerth.de/nachhaltigkeit](https://www.wuerth.de/nachhaltigkeit)



Verwendung von Recyclingmaterialien z. B. für ECOLINE Handschuhe



Lieferantenaudits zur Kontrolle von Qualität, Liefertreue sowie von Umwelt- und sozialen Aspekten



Verpackungen aus Rezyklat



Strom aus eigenen PV-Anlagen

Köpfe

Neu Vice Presidents

Der IT-Dienstleister Bechtle hat zwei neue Vice Presidents. Im April übernimmt **Mathilde Bluteau** die Führung aller Aktivitäten der Bechtle-Gruppe in Frankreich. Die 54-jährige Französin wechselt vom IT-Distributor TD Synnex zu Bechtle und bringt 30 Jahre Berufserfahrung in der IT-Branche mit. Bechtle zählt in Frankreich mit den Marken Bechtle direct, Bechtle Comsoft, Inmac Wstore, Cadmes und Apixit zu den Top 5 IT-Unternehmen.



Mathilde Bluteau
Foto: Bechtle



Marijke Kasius
Foto: Bechtle

Seit Januar ist bereits **Marijke Kasius** Vice President für die Unternehmen der Bechtle-Gruppe in den Niederlanden. Bisher war die 39-jährige CEO von PQR mit Sitz in Utrecht. Der auf hybride Cloud-Lösungen spezialisierte IT-Dienstleister PQR gehört seit 2022 zur Bechtle-Gruppe. Ihr Nachfolger wurde dort Marc van Rinsum. Er war zuvor Geschäftsführer von Fondo, ein IT-Dienstleister, der seit 2023 Teil der Bechtle-Gruppe ist und inzwischen vollständig in PQR integriert wurde. *red*

Neu bei Kardex Mlog

Winnie Ahrens (50) leitet seit Dezember den Bereich New Business beim Neuenstadter Hochregal-Spezialisten Kardex Mlog. Die Diplom-Ingenieurin bringt mehr als 25 Jahre Erfahrung in der Intralogistik-Branche mit. Sie arbeitete für verschiedene Unternehmen in leitenden Positionen im Sales-Bereich. Zuletzt verantwortete sie den Vertrieb für die DACH-Region bei Dematic. Als Head of New Business will Winnie Ahrens die Geschäftsentwicklung von Kardex Mlog in zwei Stoßrichtungen vorantreiben: „Ich sehe unsere Wachstumschancen zum einen in der geografischen Expansion und zum anderen im strategischen Ausbau unserer Rolle als Generalunternehmer.“



Winnie Ahrens
Foto: Kardex Mlog



Sven Pitz
Foto: Kardex Mlog

Sven Pitz ist bei Kardex Mlog neuer Leiter des Geschäftsbereichs Modernisierung. Der Elektrotechniker und IHK-Betriebswirt verfügt über 22 Jahre Berufserfahrung in der Intralogistik. Zuletzt arbeitete der Modernisierungsexperte für die Körber Supply Chain Automation. Der 48-jährige gebürtige Heilbronner folgt auf Harald Bauer, der in den Ruhestand gewechselt ist. *red*

Nachfolge geregelt

Michael Beckhäuser, Eigentümer der Personalberatung Beckhäuser, hat nach 22 Jahren das Ruder an **Marc Heinz** abgegeben, der zunächst alleiniger Gesellschafter wird. Das Unternehmen firmiert nun unter Leading Heads Recon GmbH & Co. KG. Die Marke Beckhäuser bleibt bestehen. Michael Beckhäuser möchte sich nun auf seine Stiftung „Neue Perspektiven“ zur Förderung von Jugendlichen konzentrieren. *red*



Marc Heinz
Foto: Benedikt Knüttel

Von vollen Regalen und großer Begeisterung in die Versenkung: Ein kritischer Blick auf die Entwicklung.

Von unserem Redaktionsmitglied Ben Ferdinand

Kein anderes Land als Deutschland identifiziert sich so stark mit der Kunst des Bierbrauens. Selbst in den kleinsten Geschäften ist die Vielfalt an Bieren riesig und übertrifft die Auswahl jedes anderen Lebensmittels oder Getränks. Ein wahrer Kenner weiß: Bier ist nicht gleich Bier, jedes hat seinen eigenen Charakter und Geschmack. Doch der echte Bier-Experte weiß um einen weiteren Unterschied: zwischen Standardbieren wie Hefeweizen, Pils oder Export und dem Phänomen Craftbeer, zu dem Sorten wie IPA, Porter oder Bockbier zählen. Obwohl Craftbeer in den 2010er Jahren mit Festivals gefeiert und in Supermärkten weit verbreitet war, ist der Begriff heute nicht mehr allen geläufig. Regional zeigen sich diese Unterschiede deutlich. Wir haben die letzte Craftbeer-Bar Craftdelicious in Heilbronn und die einzig lokal verbliebene Craftbeer-Brauerei Häffnerbräu in Bad Rappenau nach ihrer Einschätzung zur aktuellen Marktlage befragt.

„Unternehmen wollen Stabilität, die Craftbeer-Community aber immer Neues.“

Thomas Wachno

Die 2019 eröffnete Bar Craftdelicious, geführt von Irena und Zdenek Prokop, spürt mittlerweile, dass der einstige Glanz des Craftbeers verblasst ist. Irena Prokop, eine Biersommelière, bemerkt, dass der Trend bereits vor der Corona-Pandemie stagnierte. Ihrer Meinung nach liegt das nicht an der Qualität des Craftbeers, sondern am deutschen Biermarkt selbst, der bereits sehr vielfältig und von einer starken Tradition geprägt ist. „Craftbeer entstand in Amerika unter ganz anderen Voraussetzungen als in Deutschland“, erklärt sie.

Die Craftbeer-Kultur kam tatsächlich 1978 in Amerika auf, als Reaktion auf den einheitlichen Geschmack von industriellen Standardbieren. „Diese Biere hatten damals keinen echten Charakter, was die Menschen dazu brachte, mit dem Hausbrauen (Homebrewing) zu beginnen“, erzählt Prokop. Die selbstgebrauten Biere wurden mit verschiedenen Zutaten wie Hopfen, Früchten, Zucker oder Haferflocken angereichert, was ihnen einzigartige Geschmacksprofile verlieh. „Jede Sorte hat ihren eigenen Geschmack und passt nicht unter den generellen Begriff Bier“, sagt Prokop. Für sie ist die Vielfalt bei Bier ähnlich der bei Wein, wo nicht nur zwischen



Ist der Craftbeer-Boom vorbei?

Foto: pavel siamionov/stock.adobe.com

Rot- und Weißwein unterschieden wird. „Diese Differenzierung gibt es auch bei Craftbeer, wird aber von vielen nicht erkannt oder akzeptiert.“ Für Thomas Wachno von Häffner Bräu in Bad Rappenau kam das Nachlassen des Craftbeer-Booms nicht überraschend. Bereits 2019 bemerkte der Bierbrauer einen langsamen Rückgang, der sich mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie 2020 verstärkte. Seit 2011 ist Häffner Bräu in der Craftbeer-Szene aktiv und hat sich mit umfangreichen Abfüllungen einen Namen gemacht. Insbesondere die

Während Homeoffice wird kaum geputzt

Die Firma Kärcher ließ Bürger in sechs Ländern zu ihren Putzgewohnheiten fragen – mit kuriosen Ergebnissen.

Gute Nachrichten für alle Chefs: Nur sechs Prozent der Arbeitnehmer in Deutschland nutzen das Homeoffice für den Wohnungs- oder Hausputz. Zu diesem Ergebnis kommt eine Verbraucherstudie, die Dynata im Auftrag des Reinigerherstellers Kärcher in sechs Ländern durchgeführt hat. Die Studie unter mehr als 6000 Personen zwischen 18 und 65 Jahren rückt auch die Bedeutung von Nachhaltigkeit und Technologie bei der Reinigung in den Fokus.

Für 75 Prozent der Befragten ist Nachhaltigkeit beim Putzen ein zentrales Anliegen. Mehr als die Hälfte setzt sich für umweltschonende Reinigungsmethoden ein. Allerdings gibt es einen Unterschied zwischen den Generationen: Bei den 18- bis 24-Jährigen geben 84 Prozent an, dass ihnen Nachhaltigkeit beim Saubermachen wichtig ist, bei den 55- bis 65-Jährigen sind es 69 Prozent.

Als Einzelthema mit Umweltbezug ist besonders das Wassersparen von großer Bedeutung. Mehr als zwei Drittel (70 Prozent) der Befragten achten darauf, so

wenig Wasser wie möglich zu verbrauchen, wenn sie zu Hause reinigen. Auch die Verwendung umweltfreundlicher Reinigungsmittel ist beliebt: Nahezu zwei Drittel (63 Prozent) der Befragten weltweit sprechen sich dafür aus.

Für die überwiegende Mehrheit der Befragten (93 Prozent) ist es wichtig oder sehr wichtig, dass sie in einem sauberen Zuhause leben. Deutschland liegt mit 90 Prozent im internationalen Mittelfeld. Den höchsten Stellenwert hat die Sauberkeit in Polen (96 Prozent). Zufriedenheit ist international das am häufigsten durch Putzen hervorgerufene Gefühl. Den Spitzenwert liefert Frankreich, wo fast die Hälfte der Befragten (43 Prozent) Arbeit im Haushalt als wohltuend empfindet. Bei 23 Prozent der befragten Japaner verursacht sie hingegen negative Gefühle.



Wenn sich Besuch ankündigt, greifen Männer eher zum Staubsauger als Frauen. Das hat eine Umfrage ergeben. Foto: NewAfrica/stock.adobe.com

Schwere Definition

Die amerikanische Übersetzung von Craftbeer bedeutet „handwerklich gemachtes Bier“. Ein **Bier** darf so bezeichnet werden, wenn nicht mehr als **10 Millionen** Hektoliter im Jahr abgefüllt werden, kein Konzern Anteile besitzt und traditionell gebraut wurde. Diese Definition lässt sich nicht nach **Deutschland** übertragen, da so die meisten Brauereien in jene Kategorie fallen würden. Deshalb muss hier ein **Craftbeer** lokalbehaftet, unabhängig, kreativ und handwerklich gebraut sein. *ben*

drei Hopfenstopfer-Sorten Comet IPA (Indian Pale Ale), Incredible Pale Ale und Citra Ale sorgten bundesweit für Aufsehen. „Damit haben wir in der Craftbeer-Szene Maßstäbe gesetzt“, erzählt Wachno. Doch von ehemals 1200 Hektolitern jährlich abgefülltem Bier ist die Brauerei heute auf Abfüllungen von 300 bis 500 Hektoliter zurückgegangen.

Wachno sieht grundlegende Probleme im Craftbeer-Bereich. Eines davon ist die begrenzte Zielgruppe, die der Markt anspricht. „Der klassische Biertrinker bleibt seinem gewohnten Bier treu und ist neuen Sorten gegenüber weniger aufgeschlossen“, erklärt Wachno. Craftbeer-Liebhaber hingegen sind stets auf der Suche nach neuen Geschmackserlebnissen und kehren selten zu bereits bekannten Sorten zurück.

Zudem sind die Möglichkeiten für Kreativität beim Brauen durch das Reinheitsgebot beschränkt. „Selbst ein Bier mit frischen Biokirschen würde nach dem traditionellen Gebot als Chemie eingestuft werden“, erklärt Wachno. Dieser Umstand verschafft ausländischen Brauereien einen klaren Marktvorteil.

Darüber hinaus brachte der Craftbeer-Hype nach Wachnos Meinung viele schwarze Schafe auf den Plan. Unzählige sahen in der Begeisterung für Craftbeer eine Gelegenheit für schnelles Geld. „Großbrauereien und Privatpersonen begannen, ihre eigenen Biere zu brauen, wobei sie eher auf Quantität als auf Qualität setzten“, erklärt Wachno. Ein Todesurteil für wahre Genießer.

Letztlich verließen jedoch auch diese Akteure den Craftbeer-Markt. Der Grund: Es war für sie nicht rentabel. „Unternehmen verlangen nach Stabilität, während die Craftbeer-Community ständig nach Neuem sucht. Die Unternehmen wollten nicht ständig in neue Werbung und Labels für ihre Biere investieren, weswegen sich die Szene deutlich zurückzog“, erläutert der Bierbrauer.

Zweite der Befragten (56 Prozent) der Meinung, dass autonome Geräte die Hausarbeit vereinfachen.

Beim Kauf von technischen Produkten für den Haushalt achten die Deutschen besonders auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis (90 Prozent), eine hohe Leistungsfähigkeit (89 Prozent) und die Langlebigkeit der Geräte (89 Prozent). Frauen legen etwas mehr Wert auf Umweltaspekte wie Wasser- und Energiesparen und nachhaltige Verpackungen. Moderne Technik ist für mehr Männer ein entscheidendes Kaufkriterium.

Die Studie zeigt zudem, dass das Putzen oft durch den sozialen Kontext motiviert ist. Wenn die Familie zu Besuch kommt, poliert jeder Zweite der 18- bis 24-Jährigen in Deutschland sein Zuhause auf Hochglanz. Für deutlich mehr Frauen (44 Prozent) als Männer (27 Prozent) ist dieser Anlass ein sehr wichtiger Grund zum Aufräumen. Männer greifen dabei eher zum Staubsauger (Männer: 42 Prozent, Frauen: 34 Prozent). Für die ältere Generation der 45- bis 65-Jährigen ist der Besuch von Freunden der Hauptgrund.

Die Daten beruhen auf Online-Umfragen von Dynata, an denen im August 2023 insgesamt 6004 Personen zwischen 18 und 65 Jahren teilnahmen. Es wurde nationalrepräsentativ – mit Quoten auf Geschlecht, Alter und Regionen – erhoben. Die Umfrage wurde in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Polen, Japan und den USA durchgeführt. *red*



Das Restaurant Le Cerf gehört zur Würth-Gruppe. Fotos: privat



Die Familie Sturm besitzt die Jagstmühle in Heimhausen. Foto: Büchele



Das Restaurant Handicap ist Teil des Hotel Anne Sophie in Künzelsau.



Das Sudhaus steht in der Haller Katharinenvorstadt. Foto: Greiner

Von Hauben und Sternchen

In Hohenlohe gibt es zahlreiche Gourmetküchen, die in Firmenbesitz sind. Und oft hagelt es Auszeichnungen.

Von unseren Redakteuren
Katrin Draskovits und Götz Greiner

Es scheint in Hohenlohe-Franken fast schon zum guten Ton unter den zahlreichen Weltmarktführern zu gehören, dass man ein eigenes Restaurant besitzt. Diese sind dann auch meist weit entfernt von Standard-Essen. Einige davon heimsen regelmäßig Preise ein.

Gibt man in die Suchmaschinen im Internet „Bestes Restaurant in Hohenlohe“ ein, steht auf Platz 1 das Gourmet-Restaurant Le Cerf. Es ist eines von fünf Restaurants, die im historischen Wald- und Schlosshotel Friedrichsruhe ihren Platz haben. Dabei ist nicht nur das Ambiente im Jagdschloss aus dem 18. Jahrhundert mit Kristallleuchtern ausschlaggebend,

sondern vor allem Küchenchef Boris Rommel, der 2022 zum Koch des Jahres gewählt wurde. Der Karlsruher brachte dem Le Cerf mit seinen auf der französischen Küche basierenden bis zu sechs Gänge Menüs nicht nur zwei Michelinsterne ein, er bietet Gästen im Chef's Table Room auch die Möglichkeit, ihm durch eine Glasfront bei seiner Arbeit zusehen. Auch bei anderen Bewertungen schneidet das Le Cerf hervorragend ab. Es kann drei Hauben im Gault Millau vorweisen, acht Gusto-Pfannen und kommt in allen weiteren relevanten Guides ebenso gut weg. Reinhold Würth wird es freuen, denn im Jahr 2005 hat die Würth-Gruppe das Hotel übernommen.

Was Reinhold Würth wohl auch freuen wird, ist die Beliebtheit, den das Herzensprojekt seiner Frau genießt. Auf Initiative von Carmen Würth entstand im Jahr 2003 das Hotel Anne-Sophie im Herzen von Künzelsau. Eine der Besonderheiten: Hier arbeiten Menschen mit und ohne Behinderung Hand in Hand. In zwei Restaurants werden die Gäste verwöhnt, darunter das Gourmet-Restaurant Handicap, in dem die Küchenchefs Tobias Pfeifer und Sebastian Wiese internationale Gourmet-Küche mit regionalem Charakter kombinieren. „Stilvoll der Rahmen aus Geradlinigkeit und Kunst“, urteilt der Gui-

de Michelin. Einst war das Handicap auch Inhaber eines Michelin-Sterns, den es 2014 mit Koch Serkan Güzelcoban einheimste. Nachdem dieser das Restaurant verließ, strich Gault Millau auch die 16 Punkte, die das Handicap innehatte.

In Heimhausen, ganz im Nordosten des Hohenlohekreises, steht der Landgasthof Jagstmühle, der der EBM-Papst-Gründerfamilie Sturm gehört. Stefan

„Ich koche für die Gäste, nicht für die Guides.“ Stefan Mezger

Mezger ist seit einigen Jahren Küchenchef. Er arbeitete zuvor als Chef de Cuisine in der Residenz Heinz Winkler, die mit ihm jährlich mit zwei Michelinsternen ausgezeichnet wurde. Eine derartige Auszeichnung blieb in Heimhausen bislang aus – ein Umstand, den Mezger sich zwar „nicht erklären kann“, wie er nach der Präsentation des Rankings im vergangenen Jahr unserer Redaktion sagte. Aber es sei kein Weltuntergang: „Ich koche für die Gäste, nicht für die Guides.“ Immerhin wird er im Guide Michelin genannt,

der der Jagstmühle ein „gemütlich-elegantes Interieur und eine reizvolle Terrasse“ bescheinigt. Andere Führer sehen Mezger ebenbürtig mit Sterneköchen: Mit drei Hauben im Gault Millau hat er eine mehr als Hans-Harald Reber von Rebers Pflug in Schwäbisch Hall, mit zwei Hauben ist er gleichauf mit Boris Rommel vom Le Cerf in Friedrichsruhe. Die Jagstmühle kann außerdem sechs Gusto-Pfannen vorweisen, mit dem Pfeil, der kennzeichnet, dass sich das Restaurant von anderen auf gleicher Stufe abhebt.

Das Sudhaus in Schwäbisch Hall ist in einem ehemaligen Gebäude von Haller Löwenbräu eingerichtet, direkt neben der Kunsthalle Würth – und gehört wie diese zum großen Schraubenfabrikanten. Im Jahr 2020 wurde es noch im Michelin-Führer erwähnt, so Informationen des Portals Restaurant-Ranglisten. Kleinere Führer führen demnach das Sudhaus auf, wie der Schlemmer Atlas und der Varta-Führer. Dort hat es einen von fünf Diamanten bekommen. Demnach habe das Restaurant ein überdurchschnittliches Angebot und eine freundliche Atmosphäre. Die macht insbesondere der Braukessel aus, den man in dem Gebäude sehen kann. Manchmal kann man dort auch beobachten, wie das hauseigene Sudhaus-Bier gebraut wird.

Buchkritik

Sinnvoller Wandel

Wenn die wirtschaftlichen Umstände schwieriger werden, gibt es bei Unternehmen oft zwei Phänomene. „Das war schon immer so“ und „Wo kämen wir denn da hin“ sind zwei beliebte Floskeln für den ersten Fall. Also den (Noch-)Erfolg auf keinen Fall durch Veränderungen gefährden. Kurzfristig mag das noch funktionieren, doch schon mittelfristig führt diese Methode oft zum Aus. Die zweite Methode setzt auf ständige Veränderung. Doch auch dabei schleichen sich immer wieder dicke Fehler ein, die in Abwandlungen wiederholt werden. Oder was einmal erfolgreich war, wird erneut praktiziert, obwohl sich die Bedingungen geändert haben. Manchmal führt eine blumige Powerpoint-Präsentation mit optischen Gimmicks auch zu einer solch großen Begeisterung bei Entscheidern, dass sie übersehen, dass die Idee eigentlich überhaupt nicht durchdacht ist. Dabei sollte bei wirtschaftlichen Entscheidungen – wie beim Schach – immer zwei, drei Züge weiter gedacht werden. Sonst stehen am Ende schlechte Zahlen, verlorenes Geld und verschwendete Zeit, unzufriedene Kunden und frustrierte Mitarbeiter.

Das Buch „Detonate“ widmet sich solchen Unarten. Wie mancher Management-Ratgeber aus den USA ist nicht jeder Tipp auf Deutschland übertragbar. Doch die Autoren führen viele schlechte Gewohnheiten auf und zeigen Möglichkeiten, sie für einen sinnvollen Wandel abzuschütteln. *jüs*

Geoff Tuff/Steven Goldbach: Detonate

Wie Unternehmen schlechte Gewohnheiten durchbrechen und den Wandel einleiten. Wiley, 256 Seiten, 26,99 Euro

Die Lücke ist kleiner geworden

Umweltbewusst denken, aber nicht dementsprechend einkaufen: Die DHBW Heilbronn untersucht seit drei Jahren die sogenannte Attitude Behavior Gap.

Die DHBW Heilbronn hat zum dritten Mal die Attitude-Behavior-Gap bei 13 Nachhaltigkeitskriterien erhoben. Dieser Wert beschreibt den Unterschied der Einstellung (Attitude) der Menschen in Bezug auf nachhaltigen Konsum zu ihrem tatsächlichen Kaufverhalten (Behavior). Nach dem Ergebnis der jüngsten Studie ist dieser Unterschied in den vergangenen drei Jahren kleiner geworden – allerdings nicht wegen steigender Behavior-Werte, also mehr nachhaltigem Kaufverhalten, sondern wegen sinkender Attitude-Werte: Nachhaltigkeit verliert bei den 13 erhobenen Kriterien durchweg an Bedeutung. In der 2023 (nach 2021 und 2022) durchgeführten empirischen Erhebung sinkt demnach die Zustimmung zu den Fragen „Einfluss der Nachhaltigkeit auf das Ernährungsverhalten“ und „Bereitschaft, auf Wohlstand zu verzichten“.

„Wir ordnen der Zielgruppe der ‚überzeugten Nachhaltigkeitskäufer‘ nur 6,5 Prozent der Befragten zu, während die ‚Verweigerer‘ 40,1 Prozent umfassen“, erläutert Autorin Nele Berg, tätig im Produktmanagement von Alnatura. „Kaufkraftverlust und Unsicherheit über die persönliche wirtschaftliche Situation in der Zukunft sind die Gründe für die relativ geringe Bedeutung von Nachhaltigkeit beim Lebensmittelkauf“, erklärt DHBW-Professor Carsten Kortum. Bei den 13 gemessenen Kriterien lassen sich signifikante Unterschiede erkennen. „Bio und CO₂ haben die geringste Relevanz beim Kauf von Le-

bensmitteln, während Lebensmittelverschwendung und Tierwohl sehr häufig genannt werden“, stellt DHBW-Professor Stephan Rüsch fest. „Für Discount-Kunden hat Nachhaltigkeit die geringste Bedeutung. Bei jüngeren Zielgruppen können wir keine besseren Werte feststellen“, fasst Julia Schumacher, wissenschaftliche Mitarbeiterin bei der DHBW, zusammen.

Die 13 Faktoren sind: Reduktion von und Verzicht auf Fleisch und Fisch, Preis-/Leistungsverhältnis, Reduktion von Lebensmittelverschwendung, Bio, Biosiegel, Herkunft, Tierschutz und Tierwohl, Regionalität, Verpackung, CO₂-Abdruck, Verantwortungsvolles Handeln der Marke, Transparenz sowie Lohn und Arbeitsbedingungen. In der ersten Befragung mit 1004 Teilnehmern wurden die Einstellungen und in der zweiten Studie mit 1024 Teilnehmern das Konsumverhalten erfasst. Im Schnitt sank die Einstellung um acht Punkte, am stärksten, nämlich um elf Punkte seit der ersten Befragung, bei den Punkten Lebensmittelverschwendung und Verpackung. Die Werte für das Verhalten blieben stabil.

Die wichtigsten Tendenzen: Das Kriterium „Regionalität“ hat höhere Wer-

te als der Faktor „Bio“. Die Werte von „Tierwohl“ sind höher als die Werte des Kriteriums „Fleischkonsum“. „CO₂“ hat die niedrigsten Werte. Die Werte für „Fleischkonsum“ sind rückläufig. Die Werte für „Lebensmittelverschwendung“ sind (abseits des Preis-Leistungs-Verhältnisses) am höchsten.

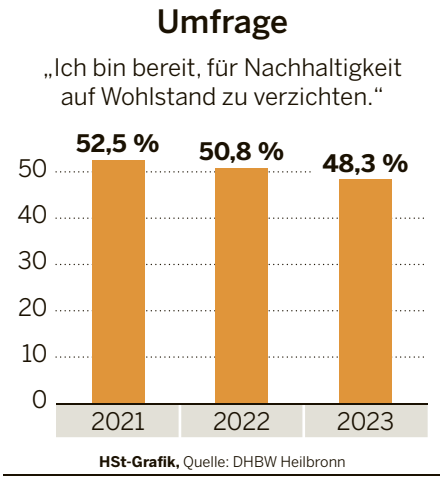
Die Bereitschaft, für Nachhaltigkeit auf Wohlstand zu verzichten, sank außerdem von 52,5 Prozent im Jahr 2021 auf 48,3 Prozent in der jüngsten Befragung. Aber: Mit einem „Stimme zu“ antworteten stabil zwischen 15,1 und 15,6 Prozent der Teilnehmer.

Die Größe der Zielgruppen bleibt über die drei Jahre weitestgehend konstant, schreiben die Autoren. Der Anteil der ‚Verweigerer‘ sei jedoch mit 40,1 Prozent höher als erwartet. „Es zeigt, dass Nachhaltigkeitskriterien im Einkauf für viele Verbraucher eine nur sehr geringe Relevanz haben. Lebensmitteleinkauf ist häufig ein Gewohnheitseinkauf, der schnell gehen soll. Es findet offensichtlich keine intensive Auseinandersetzung mit den Produktalternativen statt.“ Für diese Zielgruppe seien Kennzeichnungen zur Nachhaltigkeit von Produkten vermutlich weitestgehend irrelevant.

40 Prozent der Befragten kaufen am häufigsten im Discounter ein, 45 Prozent im Supermarkt – und nur 2,5 Prozent im Bioladen. Die Untersuchung ergab auch nicht, dass die jüngeren Teilnehmer (21 bis 40 Jahre) eine höhere Nachhaltigkeitsorientierung hätten als die älteren (51 bis 70 Jahre). *red/frz*

Weitere Literatur

Die komplette Studie kann als Whitepaper ‚Attitude Behavior Gap 2021-2023 – eine empirische Analyse und Handlungsempfehlungen‘ unter <https://handel-dhbw.de/schriftenreihe/whitepaper> kostenlos heruntergeladen werden.



ANZEIGE



GRILLGOTT

Der BBQ-Experte in Deiner Nähe

Individuelle Outdoorküchen



Hochwertige Grillgeräte



Feinkost & exklusives Fleisch

Zubehör

info@grillgot.com 07134 5160031 grillgott.com

Seestraße 5/1, 74232 Abstatt

Mo: geschlossen Di – Fr: 11 – 18 Uhr Sa: 9 – 14 Uhr



ENTDECKEN SIE DAS BESTE DER REGION.

Viele Neubauprojekte warten auf Sie!



immostimme.de

Informiert bleiben auf Facebook und Instagram.

Buchkritik

Bitcoin als Lösung?

Marc Friedrich ist ein Dauerbrenner unter den deutschen Wirtschaftsautoren. Seit er 2012 gemeinsam mit Matthias Weik den Bestseller „Der größte Raubzug der Geschichte“ veröffentlichte, legt der Schwabe regelmäßig mit Sachbüchern über den wirtschaftlichen Niedergang Deutschlands und Europas nach. Der Aufbau seiner Bücher ist dabei immer ähnlich. Friedrich analysiert



sehr kenntnisreich und detailliert, woran unser Wirtschafts- und Geldsystem krankt und warum es dem Untergang geweiht ist. Vor allem dem Geldsystem widmet sich der Autor in seinem neuesten Werk intensiv. Und er kommt mal wieder zu dem Schluss, dass der Bitcoin die Lösung ist. Frei von staatlichem Einfluss könne mit dem digitalen Zahlungsmittel ein freies, dezentrales und demokratisches Währungssystem aufgebaut werden, schwärmen Friedrich und sein Co-Autor Florian Kössler. Bitcoin habe das Potenzial, die größte Revolution aller Zeiten zu werden. Voraussetzung sei allerdings, dass „wir es als Menschheit schaffen, uns auf ein hartes, neutrales und unabhängiges Geld wie Bitcoin zu einigen“.

Damit ist der entscheidende Punkt angesprochen. Es ist mehr als unwahrscheinlich, dass sich die Mehrheit für den Bitcoin als allgemeingültiges Zahlungsmittel und Grundlage des Geldsystems begeistern lässt. Selbst wenn man alle Vorurteile gegen die Kryptowährung, die die Autoren versuchen auszuräumen, ausklammert, ist diese Idee unrealistisch.

Zumal konstatiert werden muss, dass Friedrichs bisherige Vorhersagen zum Großteil nicht eingetreten sind. Unser Geldsystem ist ebenso wenig zusammengebrochen wie der Euro, auch das Wirtschaftssystem erweist sich trotz aller Krisen als erstaunlich robust.

Das neue Buch wird dennoch seine Leserschaft finden – schließlich machen sich derzeit viele Menschen Sorgen um ihre finanzielle Zukunft. Die Frage, ob Marc Friedrich und Florian Kössler ihnen dabei helfen können, muss jeder für sich selbst beantworten. *jüp*

Marc Friedrich/Florian Kössler:
Die größte Revolution aller Zeiten.
Finanzbuchverlag, 588 Seiten, 30 Euro.

Tipp

Innovationspreis

Das Landes-Wirtschaftsministerium schreibt wieder den Dr.-Rudolf-Eberle-Preis, den Innovationspreis des Landes, aus. Mit ihm werden technologieoffene Ideen und deren Umsetzung für innovative Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen mittelständischer Unternehmen aus Industrie, Handwerk und Dienstleistung ausgezeichnet. Er ist mit insgesamt 50.000 Euro dotiert. Ergänzend dazu lobt die MBG Mittelständische Beteiligungsgesellschaft einen Sonderpreis in Höhe von 7500 Euro aus, der an ein junges Unternehmen vergeben werden soll. Bewerbungen können bis zum 31. Mai über ein Online-Bewerbungsportal eingereicht werden. Am Wettbewerb teilnehmen können Unternehmen mit bis zu 500 Beschäftigten, mit einem Jahresumsatz von bis zu 100 Millionen Euro und mit Sitz in Baden-Württemberg.

Bewerberportal:
<https://bewerbung.innovationspreis-bw.de>

Mit dem Grill das Erlebnis verkauft

Entweder billig oder hochwertig: Outdoorküchen und neue Grillformen erobern nach und nach die Gärten. In der Region sind einige damit gut im Geschäft.

Von unserem Redakteur
Christian Gleichauf

Über die stählernen Halbkugeln stolperte Christoph Sell eher zufällig vor acht Jahren. Als leidenschaftlicher Griller sah er sofort die Chance, daraus einen der trendigen Plancha-Grills zu bauen. Der Trend, das Grillgut auf der heißen Platte zu erhitzen, hatte damals gerade erst begonnen. „Das war aber entweder sehr hochpreisig oder Schrott“, erzählt Sell. „Das konnten wir besser machen“, waren der Obersulmer und sein Partner Ronny Eick aus dem hohenlohischen Siebeneich überzeugt. Heute vertreiben sie ihre BBQ-Bowl, die zugleich auch gemütliche Feuerschale sein kann, in verschiedenen Varianten über den eigenen Online-Shop.

Das Geschäft nimmt jetzt noch einmal richtig an Fahrt auf. Denn nicht nur die kugeligen Grills mit dicker Platte sind gefragt. Auch das Qualitätsmerkmal Made in Baden-Württemberg überzeugt. Gebaut wird schließlich in der Region. Und Sell und Eick sind nicht die einzigen, die das erkannt haben. Grillgott etwa, ein überregional bekannter Händler mit Fachgeschäft in Abstatt, will in den nächsten Wochen einen selbst entwickelten Feuerplattengrill auf den Markt bringen. „Ende März wollen wir damit raus“, sagt Geschäftsführer Max Redlich. Für die Qualitätsprodukte aus Deutschland sieht Redlich einen Markt – nicht nur hierzulande. „Wir haben vor, auch nach Frank-



Auf der heißen Stahlplatte lassen sich Fleisch, Fisch und Gemüse mühelos grillen. Die Gäste müssen dem Grill-Chef dabei nicht über die Schulter schauen, sondern können aktiv mitmachen. Foto: BBQ-Bowl

reich oder Spanien zu verkaufen. Aber ein Schritt nach dem anderen.“

Denn auch in Deutschland ist einiges in Bewegung, wie Redlich erklärt. Bei der Nachfrage gehe die Schere immer weiter auf. Viele setzen weiterhin auf billige Ware. Bei anderen habe spätestens seit Corona aber auch ein Umdenken eingesetzt. „Die Leute investieren wieder in ihr Heim“, sagt der Grillgott-Chef. Allerdings sei man von Verhältnissen wie in den USA weit entfernt, wo zu jedem Einfamilienhaus in guter Lage auch eine Outdoor-Küche gehöre. Im Umkehrschluss bedeutet das: Der Nachholbedarf ist hierzulande groß. Deshalb hat Grillgott auch für Outdoorküchen eine Produktion vor der eigenen Haustür vorgesehen.

Raid Gharib ist bereits dabei, mit seinem argentinischen Asado-Grill den europäischen Markt zu erobern, und will nun den Schritt in die USA wagen. „Das Marktpotenzial für uns ist dort sechs bis acht Mal so groß wie in Europa“, ist der Fleiner überzeugt. Einen ersten Partner gibt es bereits. Dass seine Grills unter der Marke Asamodo in Heilbronn hergestellt werden, ist dabei nicht nur im Ausland ein Pluspunkt: „Gerade in Deutschland wird darauf sehr viel Wert gelegt.“

Gharib hat erst im vergangenen Jahr mit der Produktion begonnen, ist jetzt aber bereits dabei, die Stückzahlen deutlich hochzufahren. 400 Grills wolle er in Europa in diesem Jahr verkaufen. Dazu kommen die USA. Wenn es gut läuft, könnten in diesem Jahr 200 Exemplare dorthin exportiert werden.

Lifestyle sei wichtig bei dem Thema, betont Gharib. Er ist selbst ab dem Frühjahr wieder mindestens einmal wöchentlich am Grill tätig. Ein wichtiger Umsatzbringer und Marketing-Kanal sind für ihn inzwischen die Street-Food-Festivals. Dazu kommt die Asado-Akademie, die deutschlandweit Interessierten die Geheimnisse der argentinischen Grillkunst näherbringt. Zudem bietet er auch Module wie einen passenden Grilltisch an. Die Küche im Garten ist inzwischen für viele Grillfans, die es sich leisten können, ein Muss. Im Sommer sei eben „Outdoor Living“ angesagt.

Eine Nummer kleiner gehen Christoph Sell und Ronny Eick einen ganz ähnlichen Weg. Den passenden Grilltisch gibt es auch bei ihnen. Bei der Produktion achten sie zudem auf Details: „Wir brennen die Platten ein, bevor wir sie montieren, das ist schon ein Alleinstellungs-

merkmal bei den Feuerschalen-Grills“, sagt Sell. Denn durch die entstehende Spannung wölbe sich die Platte leicht. „Wir wollen, dass der Saft von der Platte nach innen läuft, nicht auf die Terrasse.“ Der Fuß aus dem rostigen Cortenstahl und eine zwölf Millimeter dicke Stahlplatte, die die Wärme gut speichert, sei bei vergleichbaren Produkten ebenfalls nicht Standard. „Diese Grills sind einfach ein geselliges Erlebnis“, sagt Sell. „Die Leute stehen drumherum, jeder kann mitgrillen, dazu das flackernde Feuer. Wir finden, das hat schon was.“

Plancha

Der Plancha-Grill kommt aus Spanien. Gegrillt wird auf einer **rund 300 Grad heißen Platte**. Weil da nichts durch den Rost fallen kann, werden auch kleine Teile wie Meeresfrüchte und Gemüseallerlei darauf zubereitet. Das Grillgut kann mit Säften, Marinaden, Sahne oder Alkohol übergossen werden. Das Resultat ist eine ganz eigene Geschmacksnote. *cg/*

Schneidern für die Bundesliga

Susanne Eichhorn fertigt in ihrem Betrieb in Güglingen immer wieder Sonder-Trikots für Fußballvereine.

Mit dem Profi-Fußball hat Susanne Eichhorn eigentlich nicht viel am Hut. Ihr Herz schlägt für das Maßschneiderhandwerk. Und doch wollte es der Zufall so, dass sich die Top-Clubs der Fußball-Bundesliga nun um ihre Dienste reißen.

Angefangen hat alles 2017 mit Arnfried Lemmle. Der gebürtige Güglinger war damals Manager bei der TSG Hoffenheim und benötigte schnell maßgeschneiderte Sondertrikots für Sponsoren. Er beauftragte Susanne Eichhorn, die mit ihrem Betrieb in Güglingen sitzt. Mit dem Ergebnis war der Verein sehr zufrieden. Es sprach sich in der Bundesliga schnell herum, dass es eine talentierte Schneiderin gibt, die ein Händchen für besondere Fußballtrikots hat.

Es folgten Aufträge von Eintracht Frankfurt, dem VfB Stuttgart und dem SC Freiburg. Unter anderem durfte Susanne Eichhorn für den VfB Stuttgart das Abschiedstrikot für Mario Gómez anfertigen, der 2020 beim VfB Stuttgart seine Karriere beendete.

Im Sommer kam dann eine Anfrage direkt aus dem Vorstandsbüro von Eintracht Frankfurt: Ob sie sich vorstellen könne, zum 60. Jubiläum der Fußball-Bundesliga je ein Patchworktrikot aus allen 18 Oberteilen der aktuellen Vereine der ersten und zweiten Bundesliga herzustellen? Die beiden Trikots sollten ein Geschenk aller Bundesligavereine an die Deutsche Fußball Liga (DFL) sein und bei der Gala in Berlin überreicht werden. „Wir hatten zu der Zeit zwar saumäßig

viel Geschäft, aber das machen wir“, erzählt Susanne Eichhorn. „Und wenn ich die Nacht durchschaffen muss.“

Nachdem 36 Trikots in zwei großen Paketen bei Eichhorn ankamen, machte sie sich ans Werk und tat das, was jedem Fußball-Fan das Herz bluten ließe: Sie zerschnitt die hochwertigen Leibchen in einzelne Teile. Nach und nach entstanden aus den Einzelteilen zwei Einzelstücke mit allen Logos der Vereine der ersten beziehungsweise zweiten Bundesliga. „Da-



Susanne Eichhorn bei der Arbeit an einem Sondertrikot zum 60. Jubiläum der Fußball-Bundesliga. Foto: Natascha Lieber

rauf bin ich wirklich stolz. Wer kann schon sagen, dass er für die Vereine der Fußball-Bundesliga arbeitet?“, sagt Susanne Eichhorn.

Bei der Gala im Tempodrom in Berlin überreichten Axel Hellmann, Vorstandssprecher von Eintracht Frankfurt, und Oliver Leki, Vorstand beim SC Freiburg, die beiden Trikots dann an Hans-Joachim Watzke, Sprecher des DFL-Präsidiums. Der nahm sie mit in die DFL-Zentrale in Frankfurt am Main, wo sie einen Ehrenplatz bekommen haben.

Seit mehr als 30 Jahren führt Susanne Eichhorn ihr Fachgeschäft für Wolle, Stoffe und Kurzwaren, Maß-, Braut- und Änderungsschneiderei unter dem Namen Unikat in Güglingen. Dort bildet sie auch junge Menschen im Maßschneiderhandwerk aus. 1998, 2008, 2011 und 2014 wurden ihre Auszubildenden erste Kammer-siegerinnen. Auch die aktuelle Kammer-siegerin Veronika Asmus hat bei Susanne Eichhorn gelernt und ist dort beschäftigt. Olga Halatci-Ils beendete ihre Ausbildung bei Susanne Eichhorn im Jahr 2001. Die Damen- und Herrenschneidermeisterin ist seit Anfang des Jahres neben Susanne Eichhorn Teilhaberin der Unikat GmbH und wird das Fachgeschäft sowie die Maß- und Brautschneiderei übernehmen. Ein paar Jahre will Eichhorn aber noch dabeibleiben. Denn einen großen Traum hat sie noch: einen Auftrag vom FC Bayern München. *red*



Die Geschäftsführer der Invictus IT-Systems GmbH am Kupferzeller Firmensitz: Kevin Geiger (links) und Nico Rist mit den beiden Gesellschafterinnen Tanja Kress (links) und Stefanie Balthes. Foto: Tanja Weilemann



Seit Jahresbeginn hat das Unternehmen auch im Industriepark Böllinger Höfe, Wannenäckerstraße 28, ein Büro. Von dort aus will man auch Heilbronner Kunden dabei unterstützen, die Herausforderungen der Digitalisierung zu meistern. Foto: Mario Berger

Die Digitalisierung stellt vor allem mittelständische Unternehmen vor große Herausforderungen. Welche Möglichkeiten und Technologien sind sinnvoll, um betriebsinterne Prozesse effizienter und weniger kostenintensiv zu gestalten? Wie schafft man es, diese Möglichkeiten im Arbeitsalltag zu nutzen und zugleich für größtmögliche Sicherheit in Bezug auf Daten und Abläufe zu sorgen? Alles Fragen, bei denen Vertrauen in das Wissen von erfahrenen IT-Experten gefragt ist.

„Das Vertrauen unserer Kunden ist die wichtigste Basis für unsere Arbeit“, sagt Nico Rist. Der geprüfte IT-Entwickler und Datenschutzbeauftragte ist seit vielen Jahren Ansprechpartner für Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen, um für sie die notwendigen Rahmenbedingungen für eine gut funktionierende IT zu schaffen und sie bei Fragen und Problemen zu betreuen. Mit Kevin Geiger hat er einen Partner auf Augenhöhe gefunden, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden: Seit 1. Oktober 2023 sind die beiden Inhaber und gleichberechtigte

Geschäftsführer der Invictus IT-Systems GmbH mit Sitz in Kupferzell. Die Mitarbeiterinnen Tanja Kress (Angebote und Vertrieb) sowie Stefanie Balthes (Dokumentenmanagement) sind als Gesellschafterinnen beteiligt.

Mitgestalten

Nach dem Zusammenschluss der beiden bisherigen Firmen von Nico Rist und Kevin Geiger sowie der folgenden Neugründung von Invictus IT-Systems, stehen nun auch weiterhin die Zeichen

auf Wachstum: „Im Hohenlohekreis haben wir uns längst einen Namen gemacht. Jetzt möchten wir auch Unternehmen im Heilbronner Raum mit den passenden IT-Lösungen zur Seite stehen“, erklärt Nico Rist. Seit Kurzem gibt es deshalb einen zweiten Standort im Heilbronner Industriepark Böllinger Höfe, Wannenäckerstraße 28. „Die Büroräume sind angemietet, eingerichtet und bis auf ein paar Details auch technisch komplett ausgestattet. Jetzt muss nur noch jemand den Türschlüssel umdrehen und loslegen“, sagt Rist.

Gemeinsam mit Geiger ist er jetzt auf der Suche nach Mitarbeitenden für den Heilbronner Standort. „Das ist doch eine tolle Chance für IT-Fachkräfte, die in einem jungen Team etwas Neues aufbauen und mitgestalten wollen“, wirbt Nico Rist für den Heilbronner Standort. Kevin Geiger ergänzt: „Wir suchen motivierte Mitarbeitende, die kommunikativ sind und Lust haben, Verantwortung zu übernehmen und ihre Ideen mit einzubringen.“ Wer Interesse hat, kann direkt mit Rist oder Geiger Kontakt aufnehmen und ins Gespräch kommen.

„Einfach bei uns im Unternehmen anrufen. Da benötigt es kein formelles Bewerbungsschreiben“, lautet der Tipp der beiden Geschäftsführer.

Transparenz

Ein persönlicher, familiärer Umgang ist den beiden Inhabern nicht nur in Bezug auf ihr aktuell 27-köpfiges Team wichtig. Schließlich sollen sich auch die Kunden bei Invictus IT-Systems gut aufgehoben fühlen und jederzeit die IT-Experten kontaktieren können. „Es ist

wichtig, dass unsere Kunden alle Prozesse Schritt für Schritt nachvollziehen und verstehen können. Transparenz ist oberstes Prinzip. Und Transparenz schafft Vertrauen“, erläutert Kevin Geiger.

Mit dem Zusammenschluss im Herbst 2023 setzen Rist und Geiger zudem auf eine stärkere Vernetzung und eine noch größere Fachkompetenz. „Mit dem Team von Invictus können wir noch mehr Dienstleistungen, Kunden- und modernste Technologien bieten“, sagt Kevin Geiger. „Was uns von vielen Mitbewerbern unterscheidet, ist beispielsweise die Tatsache, dass wir nicht nur ein Backup beim Kunden einrichten, sondern auch bei uns am Standort in Kupferzell die Daten sichern. Wir verfügen somit über ein eigenes kleines Rechenzentrum“, erklärt Rist. Das sei vor allem in Zeiten ein großer Vorteil, in denen die Zahl der Hackerangriffe auf Unternehmen immer weiter steigt. Geiger: „Und das ist längst nicht mehr nur ein Thema für große Unternehmen, sondern auch für den Mittelstand.“ *anz*

IT-Experten aus Hohenlohe eröffnen Standort in Heilbronn

Kupferzeller Unternehmen Invictus IT-Systems unterstützt Firmen aus dem Mittelstand bei der Digitalisierung – Neues Büro in den Böllinger Höfen

#ITService
#ITSecurity
#ITSolutions



Invictus IT-Systems GmbH

Am Wasserturm 41
74635 Kupferzell
☎ 07944-9415-0

Wannenäckerstraße 28
74078 Heilbronn
07131-127474-0

Ihr IT-Service Profi in
Hohenlohe und
Baden-Württemberg



Firmen

Werks-Jubiläum

1973 gründeten Siegfried Heilmann und Fritz Haller die „Gemminger Maschinenbau GmbH“ – kurz GMG – und legten damit den Grundstein für das heutige Schuler-Werk in Gemmingen. Zunächst standen die Herstellung und der Vertrieb von Sondermaschinen, Beschickungs- und Verkettungsanlagen sowie die Automation von Werkzeugmaschinen im Fokus des Geschäfts. Heute ist Gemmingen das Kompetenzzentrum für Automation von Pressenlinien sowie für hydraulische Systeme und Anlagen im Schuler-Konzern, zu dem der Standort seit 1989 gehört. 1973 übernahm Schuler auch die damalige „SMG Süddeutsche Maschinenbau Gesellschaft mbH“ in Waghäusel und verfügte fortan über Know-how rund um hydraulische Pressen und Anlagen. Seit 2021 ist das Hydraulikgeschäft von Schuler in Deutschland in Gemmingen konzentriert.

Den runden Geburtstag ihres Standortes sowie der Hydraulik-Technik feierten die rund 330 Beschäftigten mit einem weihnachtlichen Familienfest. „Schuler kann in Gemmingen auf eine lange Tradition zurückblicken“, sagte Klaus Linig, Geschäftsführer, Divisionsleiter Automotive und verantwortlich für den Standort. „Durch die Kombination von Pressen, Hydraulik, Au-



Das Schuler-Werk Gemmingen besteht seit 50 Jahren. Foto: Schuler

tomation, Service und einer eigenen Fertigung spielt der Standort eine wesentliche Rolle innerhalb des Schuler-Konzerns.“ red

Ferchau ist umgezogen

Die Niederlassung Heilbronn des Ingenieurdienstleisters Ferchau ist in ein neues Gebäude im Businesspark Schwabenhof gezogen. Grund hierfür sei neben der Anpassung an ein modernes Arbeitsumfeld inklusive Shared Desks, Lounges und Außenterrasse auch der generelle Ausbau des Standortes, wird mitgeteilt. Aktuell beschäftigt Ferchau in Heilbronn etwa 200 Mitarbeiter, wovon etwa 20 im Innendienst arbeiten. Aufgrund einer starken Nachfrage nach Talenten in Zukunftsbranchen sucht die Niederlassung außerdem rund 150 neue Mitarbeiter für den Außendienst.

Die Niederlassung in Heilbronn ist spezialisiert auf Hard- und Softwareentwicklung, Applikationstechnik, Konstruktion, Qualität und Fertigungsplanung. Darüber hinaus setzt sie künftig stärker auf Bereiche wie Medizintechnik, Umweltschutz, Raumfahrttechnik und Automotive. Insgesamt arbeiten bei Ferchau 8700 Beschäftigte in rund 100 Niederlassungen sowie etwa 100 Technischen Büros. red



Ferchau sitzt jetzt im Heilbronner Schwabenhof. Foto: Ferchau



Wie sieht die Zukunft des Handels aus, worauf sollten sich Unternehmen einstellen? Diese Fragen stellen sich alle Wettbewerber. Foto: monticellio/stock.adobe.com

Einmal Handel, immer Handel

Frank Lehmann hat sich bis zum Vorstandschef von Kaufland hochgearbeitet und ist nun erfolgreich als Berater.

Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Es ist einfach sein Ding, schon immer gewesen. „Von meiner Abgangsklasse sind 80 Prozent auf die Zeche“, erzählt Frank Lehmann. Er jedoch nicht: Der Realschul-Absolvent begann eine Ausbildung bei Rewe in Dortmund, als Einzelhandelskaufmann. Seitdem hat ihn die Branche nicht mehr losgelassen: Über Berlin und Tschechien ging es zur Schwarz-Gruppe – und heute ist der 59-Jährige erfolgreicher Berater für Handelsunternehmen und Handelsthemen.

Handel kann knallhart sein. Im Handel kann es aber auch jovial werden. Der groß gewachsene Bad Wimpfener verkörpert beides: entschlossen, aber auch zugänglich ist seine Gesprächsstrategie. Kaufmännisch kalkulierend und dennoch offen für Genuss. Und wenn er dann von seinem Werdegang erzählt, erscheint die Laufbahn ja auch ganz logisch: Von Rewe ging es 1984 nach West-Berlin zur Karstadt. In ein Warenhaus, dass auf eine Millionenstadt zugeschnitten war – nämlich riesig. Lehmann baute die Food-Abteilung mit auf – „das war eine ganz tolle, wilde Zeit“, erzählt er. Es gab reichlich Weiterbildungsangebote im Unternehmen, mit 26 bekam er im größten Karstadt der Stadt die Abteilung Food übertragen.

Und dann kam die Wende. Während die Umsätze nochmals in ungeahnte Höhen schossen, dank der zusätzlichen Kunden aus Ost-Berlin, machte sich jemand Neues in Berlin-Marzahn breit: Auf

14000 Quadratmeter Fläche hatte Kaufland ein großes Zelt aufgestellt und verkaufte 5000 verschiedene Artikel von der Palette. Frank Lehmann sah sich das Treiben eines Tages an und entschied: „Das ist die Zukunft.“ Er wechselte zu den Neckarsulmern, die damals die Gelegenheit beim Schopf ergriffen, nach Ostdeutschland expandierten und bald darauf auch nach Osteuropa. Von Berlin aus organisierte Lehmann für sie den Start in Tschechien – so sehr zur Zufriedenheit der Unterländer Leitung, dass er zuständig für den Vertrieb Osteuropa wurde, dann in den Unternehmensvorstand aufrückte und schließlich, 2011, an die Spitze des Kaufland-Gesamtvorstands gelangte.

Die Zeiten waren jedoch härter geworden, um das Kaufland-Konzept wurde intern diskutiert, und dann war da ja noch Klaus Gehrige: Der Leiter der Schwarz-

„Wir verkaufen im Endeffekt eine Zweitmeinung. Das stößt Diskussionen an.“ Frank Lehmann

Gruppe war für hartes Durchgreifen, aber auch für impulsive Entscheidungen bekannt. Eines Tages, im Oktober 2015, stand für Lehmann fest: „Es passte nicht mehr zwischen uns beiden.“ Er verließ Kaufland. Und sagt heute trotzdem: „Wir sind nicht im Streit auseinandergegangen.“ Mit Gehrige, der ihn einst entließ, hält er nach wie vor Kontakt.

Es folgte ein Jahr Pause. „Ich habe mich ein bisschen sortiert, ein bisschen frei gemacht, ein paar Vorträge gehalten“, erzählt Lehmann. Doch klar war für ihn: Der Branche wird er nicht den Rücken kehren. Die Vorträge drehten sich bereits um die Entwicklung des Lebensmittel-Einzelhandels in der Zukunft – insbesondere, was die Rolle des E-Commerce angeht. Schließlich sprach hier jemand, der

mehr als drei Jahrzehnte auf diesem Feld tätig gewesen war und an der Spitze von Kaufland auch die Trends der Ladenkonzeption, des Sortiments, des Kundenverhaltens erahnen musste. Heute sagt er: „Corona hat dafür gesorgt, dass der Uplift beim Onlinehandel stattgefunden hat, zumindest temporär.“

Kaufland spielt aber nur noch insofern eine Rolle, als Frank Lehmann mit Weggefährten aus jener Zeit hin und wieder zusammenarbeitet. 2017 hob er mit einem Partner die Firma Retail Profiling aus der Taufe. „Das ist unsere Beratungs-Boutique“, erläutert der Handelsexperte. „Wir verkaufen im Endeffekt eine Zweitmeinung. Die Kunden wollen ihre Meinung um einen Menschen ergänzen, der einmal in einem Großkonzern gearbeitet hat. Das stößt zumindest eine Diskussion an.“ Und das funktioniert – vom Mittelständler bis zum börsennotierten Konzern, von Deutschland bis in den Kaukasus war Lehmann schon tätig. Da geht es um Nachfolgeregelungen, Managementunterstützung, Hilfe beim Markteintritt. „Wir haben ein sehr gutes Verständnis, was der Lebensmitteleinzelhandel braucht und wie er funktioniert“, meint der Ex-Kaufland-Chef. „Wir“ heißt übrigens: zwei weitere Angestellte und eine Reihe Zuarbeiter aus dem eigenen Netzwerk. Zum Teil, räumt er ein, „sind alte Kollegen involviert“.

Am sichtbarsten nach außen ist aber der Blog www.supermarkt-inside.de. Quasi täglich wird ein Beitrag gepostet, die Autoren nehmen die Entwicklungen im Handel national und international unter die Lupe – die Schwarz-Gruppe findet da natürlich besondere Beachtung, alleine schon, weil sie größter Einzelhändler Europas ist. Der Blog ist etabliert, zählt nach eigenen Angaben 150000 Stammleser, 3500 Abonnenten, mehr als 2,5 Millionen Nutzer im Jahr – und inzwischen, seit dem Start vor sieben Jahren, auch mehr als 5000 Beiträge. „Das ist der größte kostenlose B2B-Blog des Lebensmitteleinzelhandels“, ist Lehmann stolz.

Bliebe noch ein drittes Standbein – jenes, bei dem er verschwiegener wird. Der 59-Jährige bekleidet nicht nur einige Beiratsposten, sondern ist auch als Investor aktiv. In zehn Startups sei er engagiert, erzählt er – am erfolgreichsten sei „Prep my Meal“, ein Anbieter von Fertiggerichten für Sportler und Diäten. Lebensmittel, Handel – das ist auch hier das Thema. Und so fasst sein Motto alles zusammen, seine Laufbahn, seine Branche, sein Unternehmen: „Das Gewöhnliche außergewöhnlich gut machen.“ Das ist natürlich auch Marketing. Aber das gehört im Handel einfach dazu.



Zur Person

Frank Lehmann (Foto: Fritze) stammt aus dem Ruhrgebiet. 1981 bis 1992 war er für Karstadt, Edeka und Rewe tätig. Ab 1992 hatte er für Kaufland neue Bundesländer die Vertriebsleitung inne, ab 1997 war er Geschäftsleitungsvorsitzender für Kaufland in Tschechien. 2000 wurde er Vorstand für das Osteuropa-Geschäft, 2004 für das Deutschlandgeschäft. 2009 folgte der Vorstand für Vertrieb, Logistik, Produktion und 2011 bis 2016 der Vorstandsvorsitz bei Kaufland. frz

5 Fragen an... Steffen Ueltzhöfer

Sein Wort hat inzwischen Gewicht im Edeka-Kosmos. Denn Steffen Ueltzhöfer hat sich, seit er 2004 von seinem Posten bei der damaligen Spar Handels AG Abschied nahm, zu einem erfolgreichen Edeka-Kaufmann hochgearbeitet. Mit Märkten in Sonthheim, Heilbronn-Südbahnhof, Oedheim, Neuenstadt, Ellhofen und Untergruppenbach ist er nun größter Edekaner im Raum Heilbronn. Mit ihm sprach Heiko Fritze.

1 Wann waren Sie zuletzt in einem Lidl oder Aldi? Steffen Ueltzhöfer: Ich bin regelmäßig beim Wettbewerb. Gerade die Discounter haben eine eigene Dynamik. Daraus kann man natürlich auch lernen. Wahrscheinlich sind die Kollegen aber öfter bei uns...

2 Und was machen die besser als Sie? Ueltzhöfer: Selbstbewusst könnte man sagen: Nichts. Aber die Klarheit und konsequente Umsetzung von Themen ist schon sehr gut.



Steffen Ueltzhöfer wird für seine Ladengestaltung und sein Sortiment immer wieder ausgezeichnet, hier 2022 für die beste Käsetheke. Foto: Archiv/privat

3 Können Sie auf Reisen ganz und gar abschalten – oder unternehmen Sie dann auch noch Touren durch dortige Supermärkte, um zu schauen, was diese Kollegen anders machen?

Ueltzhöfer: Wahrscheinlich nerve ich meine Familie, aber ein ‚Storecheck‘ steht immer auf der Agenda. Daraus haben wir in der Vergangenheit schon viel Innovation gezogen und umgesetzt.

4 Mit welchem Produktwunsch wurden Sie durch Kunden zuletzt überrascht?

Ueltzhöfer: Die Anfragen nach durch Influencer gepushten Produkten sind für meine Generation oft schwierig. Das delegiere ich dann an die Jugend und bin immer wieder erstaunt, was da geht.

5 Welches Produkt wird es in Ihren Märkten hier in der Region niemals geben?

Ueltzhöfer: Pferdefleisch.

Der Bankenexperte Hans-Peter Burghof über eine Branche, die sich mitten in der Transformation befindet.

Wohin entwickelt sich die Bankenbranche? Braucht es eine europäische Einlagensicherung? Der Bankenexperte Hans-Peter Burghof im Gespräch mit unserem Redakteur Jürgen Paul.

Hat die Bankfiliale eine Zukunft?
Hans-Peter Burghof: Die Bankfiliale als solche schon, aber die große Zahl an Bankfilialen, die wir in der Vergangenheit hatten, die wird es nicht mehr geben.

Viele junge Menschen haben noch nie eine Bank von innen gesehen, das ist für die Branche schon ein Problem, oder?
Burghof: Die Branche muss darauf reagieren, das ist vor allem eine Technologiefrage. Bestimmte Dienstleistungsfunktionen braucht man heute in der Filiale nicht mehr, das machen die Leute online. Andererseits ist es immer gut, wenn die Bank auch ein Gesicht hat, wenn sie einen Ort hat, wo man mit Problemen hinkommen kann, mit einem menschlichen Gegenüber. Und viele junge Leute sind mit den rein digitalen Banken auch nicht so gut gefahren. Die haben durchaus die Erfahrung gemacht, dass es in manchen Situationen besser ist, wenn man es mit einer in der wirklichen Welt existierenden, greifbaren Bank zu tun hat.

Viele Banken reagieren, indem sie ihr Filialnetz ausdünnen und auf große Beratungszentren setzen. Auf dem flachen Land bleiben kaum Standorte übrig. Ist das die richtige Strategie?
Burghof: Ich glaube, dass auch auf dem flachen Land für Banken, die nah am Kunden sein wollen, eine Präsenz vor Ort wichtig ist. Das heißt, die Banken tun gut daran, kein Stadt-Land-Gefälle aufzubauen. Gerade auf dem Land sind Netzwerke und persönliche Beziehungen sehr wichtig, und da muss die Bank auch Flagge zeigen. Das gilt natürlich vor allem für die regionalen Kreditinstitute, bei denen der Fokus darauf liegt, sichtbar, ansprechbar und verbindlich zu sein.

Dieser Spagat ist gerade für Sparkassen und Volks- und Raiffeisenbanken schwierig. Sie müssen auch schauen, wie sie Filialen wirtschaftlich betreiben können.

„Gerade auf dem Land muss die Bank auch Flagge zeigen.“ H. Burghof

Burghof: Das ist schwierig, aber diese Institute sind noch ganz anderen Belastungen ausgesetzt, die dazu führen, dass die Banken größer und damit auch tendenziell kundenferner werden. Die hohen Regulierungskosten treiben die Banken zu mehr Größe. Das kann dazu führen, dass gerade regionale Banken die für sie so wichtige Bodenhaftung verlieren.

Gerade auf dem Dorf haben Banken oft auch eine soziale Funktion als letzter verbliebener Treffpunkt. Sehen Sie die Banken da in der Verantwortung?
Burghof: Nein, in dieser Verantwortung sind die Banken nicht. Sie sind keine soziale Einrichtung, sondern Wirtschaftsunternehmen, die sich im Wettbewerb behaupten müssen. Da kann man nicht dauerhaft Dinge tun, die nur Geld kosten.

Wie würden Sie den Stand der Digitalisierung bei den Banken hierzulande beschreiben? Gibt's da Nachholbedarf?
Burghof: Da gibt es ganz klar Nachholbedarf. Die Banken sind häufig nicht sehr gut da darin, ihr digitales Geschäft zu gestalten. Die Apps sind nicht immer so perfekt, wie man sich das wünschen würde. Das Verhältnis zum Kunden ist schwierig, weil teilweise digitale Konzerne dazwischentreten.

Was meinen Sie damit?
Burghof: Denken wir nur an Paypal. Die eigentliche Zahlung wird auch hier über Banken abgewickelt. Aber Paypal tritt zwischen Bank und Kunde und vermittelt über ein virtuelles Konto den Eindruck ei-



ner Zahlung. Die Bank mit ihrer Leistung wird unsichtbar. Daran verdient Paypal kräftig, und gewerbliche Transaktionen werden für die Kunden teurer. Das hätten unsere Banken auch gekonnt, wahrscheinlich sogar billiger.

Sind Fintechs und Direktbanken in Sachen Digitalisierung Treiber für die klassischen Banken?
Burghof: Selbstverständlich. Neue Wettbewerber beleben das Geschäft und bewirken, dass man sich schneller den neuen Bedingungen anpasst. Das ist auch gut so. Allerdings haben sehr viele dieser Fintechs gar nicht die Absicht, die Banken zu ersetzen. Sie ergänzen sie vielmehr. Und viele Anbieter aus dem Fintech-Bereich haben feststellen müssen, dass man für echte Bankgeschäfte auch die Strukturen einer Bank braucht. Die regulatorischen Anforderungen sind massiv und auch für Fintechs sehr schwer zu erfüllen.

Wie weit ist aus Ihrer Sicht der Konsolidierungsprozess in der deutschen Bankenlandschaft vorangeschritten?
Burghof: Konsolidierung hört sich sehr positiv an. Aber wenn man von sehr kleinen Banken absieht, wüsste ich von keinem wissenschaftlichen Nachweis, dass größere Bankinstitute wirklich effizienter sind. Es gibt Hinweise darauf, dass kleine Institute sehr effizient agieren können. Sie haben kürzere Wege, man behält besser die Bodenhaftung und bleibt tendenziell dichter am Kunden. Es gibt also Argumente dafür, warum Banken klein sein dürfen. Deswegen ist Konsolidierung vor allem ein Ruf nach mehr Marktmacht. Und mehr Marktmacht ist für den Wettbewerb nicht gut. Natürlich machen die Banken dann höhere Gewinne. Aber das geht auf Kosten der Kunden, die diese bezahlen. Was die Banken Europas in die Größe treibt, sind die hohen Regulierungskosten, die kleine Institute stärker belasten. Von kleinen Banken geht kein systemisches Risiko aus. Man sollte sie daher eher fördern als schädigen.

Haupttreiber dieser Entwicklung, sagen Sie, ist die Regulierung. Die wird ja allenthalben beklagt in der Branche, aber man hat nicht den Eindruck, dass sich da etwas zum Besseren entwickeln würde.
Burghof: Nein, wir erzeugen im Moment über das Argument des Klimawandels einen weiteren Regulierungs-Tsunami, der unsere Wirtschaft insgesamt, aber auch die Banken aus dem Gleichgewicht bringt. Und wann immer man dagegen argumentiert, wird man schnell in irgendeiner problematische Ecke gestellt. Aber die

Regulierung nimmt massiv zu, und die Anforderungen werden immer unspezifischer und damit schwerer zu erfüllen.

Inwiefern?
Burghof: Banken sollen sich und ihre Kunden auf der Kredit- und Anlagenseite nachhaltig ausrichten. Maßstab dafür sind die Auswirkungen auf die Umwelt, soziale Konsequenzen und die Qualität der Governance, die ESG-Kriterien. Hinter dieser recht willkürlichen Reihung steht ein Universum von ganz unterschiedlichen Sachverhalten, die oft kaum objektiv feststellbar sind. Die EU hat mit der Taxonomie versucht, einen Standard zu setzen. Aber dieser Standard bleibt unvollständig und politisch höchst umstritten. Man denke nur an die Haltung der Grünen zu Gas und Kernkraft, die wegen ihrer positiven Klimaeffekte von der EU-Taxonomie als nachhaltig eingestuft werden. Und die Welt verändert sich rasch: Was heute nachhaltig erscheint, ist es morgen nicht mehr. Woran also sollen sich die Banken orientieren?

Die Kleinen kommen damit irgendwann nicht mehr zurecht.
Burghof: Ja, das ist das Hauptproblem. Großkonzerne kommen mit einer solchen Regulierung besser zurecht. Sie können Spezialisten einstellen und die Kosten über ein größeres Geschäftsvolumen verteilen. Die Kleinen bekommen Probleme, die sie nicht lösen können, ohne dass die daraus erwachsenden Verwaltungskosten ihnen die Luft zum Atmen nehmen.

Warum adressiert dieses Problem die Politik nicht in Brüssel? Oder kommt sie einfach nicht durch?
Burghof: Es gibt eine massive Großbanken-Lobby in Brüssel. Und die EU ist rela-

tiv entrückt, was ein solches Lobbying sehr erfolgreich macht, oft zu Lasten der Bürger. Hinter kleinen Banken steht hier sehr viel weniger Lobbymacht.

Braucht es eine gemeinsame europäische Einlagensicherung?
Burghof: Eigentlich nicht. Wir brauchen die Garantie, dass in allen europäischen Ländern eine solche Einlagensicherung existiert und funktioniert. Aber dann kann man differenzieren. Die damit einhergehende Systemvielfalt ist in sich stabilisierend. Mit einer einheitlichen Einlagensicherung zerstören wir eher Stabilität.

„Es gibt eine massive Großbanken-Lobby in Brüssel.“ H. Burghof

In Brüssel wird die europäische Einlagensicherung vorangetrieben.
Burghof: Auch einige meiner Frankfurter Kollegen drängen in diese Richtung. Bisher zieht die deutsche Politik da nicht mit, aber niemand kann sicher sein, was in einem Moment der Schwäche Deutschlands passieren kann. Dabei wird dieses Vorhaben mit der Idee verbunden, dass Sparkassen und Volksbanken von der Aufsicht wie ein Konzern behandelt werden müssten, da ihre Risiken miteinander verbunden seien. Eine Umsetzung hätte für das deutsche Bankensystem verheerende Folgen.

Nämlich?
Burghof: Volksbanken und Sparkassen könnten die Vorgaben der Aufsicht ja nur erfüllen, wenn die Institutsgruppen jeweils zentral gesteuert würden. Damit würden die beiden deutschen Bankenverbände zu gigantischen, zentralisierten Bankkonzernen. Die Entscheidungsstruktur wäre eine gänzlich andere, und die Verankerung in den Regionen und bei den Menschen ginge verloren. Wenn in dieser neuen Welt der Finanzkonzerne der große Sparkassen-Boss in Frankfurt eine falsche Entscheidung trifft, dann fährt das ganze System gegen die Wand. Deswegen halte ich diese gemeinsame Einlagensicherung für problematisch. Ich finde es besser, wenn man verschiedene institutionelle Lösungen zulässt, die alle ein vergleichbares Sicherheitsniveau gewährleisten müssen – genau das leisten die Institutssicherungen der Sparkassen und Volksbanken in ihren Verbänden.

Zur Person

Professor **Hans-Peter Burghof** (Jahrgang 1963) ist Inhaber des Lehrstuhls für Bankwirtschaft und Finanzdienstleistungen an der Universität Hohenheim. Zudem ist er in der Geschäftsführung der Stiftung Kreditwirtschaft und Fachgebietsleiter des Instituts für Financial Management.

Firmen

Zertifikat in Gold

Der Heilbronner Nikotinverarbeiter CNT hat für den vor knapp einem Jahr bezogenen Neubau seines Labors am Stammsitz die Zertifizierung in Gold der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen (DGNB) erhalten. Die Zertifizierung ist eine internationale Anerkennung für ein Unternehmen, das ein nachhaltiges Gebäude erstellt hat. Zu den Maßnahmen, die hier umgesetzt wurden, gehören Photovoltaik, Dachbegrünung, Energie-Rückgewinnung und ein ausgetüfteltes Klimakonzept samt mehrfachem Luftwechsel, in den Laborräumen noch häufiger als in den Büros. Die Vorgaben sind streng: Alle verwendeten Materialien müssen nachgewiesen werden und den Ansprüchen genügen – und nach Bezug der Räume finden auch noch Luftmessungen statt. Erst dann gibt es die Zertifizierung – was immer-



Der CNT-Laborneubau ist jetzt DGNB-zertifiziert. Foto: Archiv/Fritze

hin seit Gründung der Organisation im Jahr 2007 schon mehr als 10000 Mal passiert ist. Das Zertifikat besagt, dass das Gebäude komplett zurückgebaut und alle Materialien wiederverwertet werden können. CNT, gegründet 1982, hat sich auf Tabak- und Nikotinprodukte spezialisiert und ist Marktführer in der Herstellung von Reinst-Nikotin für pharmazeutische Anwendungen. Am Stammsitz sind knapp 50 Mitarbeiter beschäftigt, weltweit sind es 2200. *frz*

Makeathon

Der 4. Packaging Valley Makeathon statt brachte motivierte Nachwuchstalente, Hochschulen, Experten aus den Packaging-Valley-Mitgliedsunternehmen, Sponsoren und Technologiepartner zusammen, um an Lösungen für Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Verpackungsindustrie zu arbeiten. Es gab vier Standorte – Schwäbisch Hall, Crailsheim, Talheim und Waiblingen –, fünf Challenges und 80 Teilnehmer. Die Aufgaben kamen von **Optima Packaging Group**, **Syntegon**, **Zebra Engineering** GmbH und Rotzinger Pharmapack. Bei Optima Consumer drehte sich alles um die Entwicklung von Kindersicherungen an wiederverschließbaren Verpackungen. Bei Optima Pharma wurden Ideen entwickelt, wie die Objekterkennung in pharmazeutischen Anlagen durch das Zusammenwachsen von Robotik, Automations- und Informationstechnologie realisiert werden kann. Robotiksysteme und Sensor-Prototypen standen auch bei der Challenge von Syntegon Technology im Mittelpunkt. Hier wurden Konzepte zur Automatisierung von Transport, Handling und Sensorik erarbeitet. Wie übergreifende Kommunikation mit Maschinen revolutioniert werden kann, damit beschäftigten sich die Teilnehmer bei Zebra Engineering. Gemeinsam mit dem Partner Atio GmbH wurde eine Auswertungsplattform für Prozess- und Sensordaten aus einer Maschine entwickelt, um diese in Datenbanken zu speichern und Anomalitäten mit Hilfe einer KI auszuwerten. Und bei Rotzinger Pharmapack stand der Einsatz generativer AI für pharmazeutische Qualifizierungs-Dokumente im Mittelpunkt der Aufgabenstellung. *red*

Firmen

Nachhaltig parken

Das 2022 fertiggestellte Parkhaus am Campus der **Adolf Würth GmbH & Co. KG** in Künzelsau-Gaisbach wurde von der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) mit dem Gold-Zertifikat ausgezeichnet. Damit gehört das Parkhaus zu einem der ersten in Deutschland, das diesen Zertifizierungsprozess durchlaufen hat.

Das fünfgeschossige Gebäude in der Schliffenstraße in Gaisbach verfügt über 763 Pkw-Stellplätze, davon sind 16 barrierefrei sowie 68 mit E-Ladestationen ausgestattet, die bei Bedarf weiter ausgebaut werden können. Hinzu kommen ein intelligentes Parkleitsystem, das zu freien Stellplätzen führt, sowie 18 Fahrradstellplätze.

Auf dem 4000 Quadratmeter großen Dach wurde eine vollflächige Photovoltaikanlage installiert. Darüber hinaus sorgt ein Rückhaltebecken dafür, dass Regenwasser aufgefangen und zeitverzögert an die Kanalisation abgegeben wird, um diese zu entlasten. Ein Blickfang ist die eigens entwickelte Fassade aus unterschiedlich breiten, vertikal ausgerichteten Profilglasschwertern, deren Erscheinungsbild sich in die Landschaft einfügt und den Schallschutzanforderungen der Nachbarbebauung entspricht.

Um auch die Biodiversität am Standort zu fördern, wurden bei der Errichtung dieses Neubaus zusätzliche Maßnahmen zur aktiven Ansiedlung von Tieren und Tierarten wie Vögeln und Fledermäusen, Schmetterlingen und Wildbienen ergriffen.

red

Wenn's nicht nur um Geld geht

Das Kreditinstitut als kultureller Treffpunkt: Sparkasse und Volksbanken setzen auf Veranstaltungen zur Kundenbindung.

Von unserem Redaktionsmitglied Ben Ferdinand

Wer annimmt, dass Banken nur an Finanzen, Aktienkursen und am Zählen von Geld interessiert sind, liegt falsch. Die Großen Fische der Finanzbranche engagieren sich zunehmend im kulturellen und sozialen Alltagsleben. Veranstaltungen, die nicht direkt von finanzieller Natur sind, finden regelmäßig in Namen der Banken statt. Doch steckt dahinter Wohltätigkeit, Werbung oder gar Langeweile? Die Kreissparkasse Heilbronn und die VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall haben gegenüber der *Heilbronner Stimme* ihre Absichten erläutert.

In der Heilbronner Allee, mitten im Zentrum des alltäglichen Lebens, sind die beiden Finanzgrößen nur etwa 300 Meter voneinander entfernt – eine ideale Position, um Kundennähe zu demonstrieren. Die unübersehbare „Pyramide“ der Sparkasse ist vielen Menschen in der Region ein Begriff. Dort finden Veranstaltungen rund um Kunst, Musik, Entertainment sowie Verbraucher- und Finanzthemen statt. Zu den Höhepunkten zählten vergangenes Jahr der Besuch von Bundeskanzler Olaf Scholz beim „Wahlcheck“ der *Heilbronner Stimme*, Aufführungen des Württembergischen Kammerorchesters (WKO) und das Talkshow-Format „Heilbronn LIVE“, nennt Pressesprecher Joachim Schmutz als Beispiele. Im vorigen Herbst stieg sogar ein Bundesliga-



Eine Reisesmesse unter der Pyramide der Kreissparkasse Heilbronn: Zahlreiche Besucher nehmen das Angebot des Finanzinstituts wahr, obwohl es kein eigentliches Bankgeschäft ist. Foto: Mario Berger

Ringkampf der Red Devils in den Räumlichkeiten der Kreissparkasse.

Die VR-Bank steht dem in nichts nach und präsentiert ein vielfältiges Angebot an Veranstaltungen und Events, von Freizeitaktivitäten und Schulausflügen bis hin zu Workshops zu Themen wie Börse oder Bewerbungsverfahren. Der markante, „schwebende“ Abraham-Gumbel-Saal mit Ausblick auf die Allee ist Schauplatz vieler solcher Events. Kunden können Vorsorge-Themen, Schulungen, Anlagekurse und Empfänge besuchen.

In naher Zukunft sind bei beiden Filialen große Ereignisse geplant. Die VR-Bank veranstaltet zusammen mit 100 Firmen eine Jobbörse für Schüler. Die Kreissparkasse organisiert eine Ausstellung von Star-Wars-Illustrationen. Das Ziel dieser Angebote sei für beide: Kundennähe

und -zufriedenheit. „Wir wollen mehr als eine Direktbank sein und eine Bindung zu unseren Kunden aufbauen“, betont VR-Bank-Pressesprecher Torsten Schulz. Diese Strategie scheint aufzugehen, denn die Veranstaltungen sind laut Schulz stets gut besucht.

Ähnliches berichtet die Kreissparkasse. „Wir möchten den Bürgern in der Region nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale und kulturelle Teilhabe ermöglichen“, erklärt Schmutz. „Wenn uns die Menschen der Region dabei als sympathischen Gastgeber erleben, dann sind wir natürlich glücklich.“ Die Kreissparkasse unterstützt zusätzlich mit ihren Stiftungen gemeinnützige Projekte. Mit einem Stiftungskapital von inzwischen 54,2 Millionen Euro engagiert sich die Stiftung als regionaler Fördermittelgeber, wie aus

der Homepage der KSK-Stiftung hervorgeht. Projekte wie Umweltschutz, Sportförderung und die Integration geflüchteter Menschen sind nur ein Teil des breiten Angebots.

Ein nicht unwichtiger Nebeneffekt: Wer Gefallen an den Aktivitäten findet, entwickelt vielleicht auch Sympathien für das veranstaltende Kreditinstitut. „Kundenbindung ist natürlich auch wichtig“, sagt VR-Bank-Sprecher Schulz. Konzerte, Diskussionen und Kurse bieten Stammkunden die Möglichkeit, sich mit der jeweiligen Bank zu identifizieren und wecken Interesse bei potenziellen Neukunden. So dienen diese Aktivitäten auch als Werbung für die veranstaltenden Banken. Ähnlich wie bei Sponsorenverträgen wird die dienstleistende Firma mit dem Event, dem Verein oder der Initiative assoziiert.

ANZEIGE





v.l. Peter Wieland, Thomas Schellmann, Stefan Zutterkirch sitzend: Cassandra Cramer, Thomas Umbach

ZEIT FÜR EINE BANK, DIE IHR VERMÖGEN NICHT NUR VERWALTET, SONDERN GESTALTET

Das Team der Internationales Bankhaus Bodensee AG freut sich auf Sie. Freuen Sie sich auf erstklassige Beratung – ausgezeichnet als „Elite der Vermögensverwalter im deutschsprachigen Raum 2024“ durch die Redaktion des Handelsblatt ELITE Reports.

Peter Wieland | Leiter Niederlassung
peter.wieland@ibb-ag.com | T +49 7940 9314-10

Thomas Schellmann | Private Banking Künzelsau
thomas.schellmann@ibb-ag.com | T +49 7940 9314-29

Thomas Umbach | Private Banking Künzelsau
thomas.umbach@ibb-ag.com | T +49 7940 9314-18

Stefan Zutterkirch | Private Banking Künzelsau
stefan.zutterkirch@ibb-ag.com | T +49 7940 9314-11

Sicher, rentabel, flexibel – IBB Kündigungsgeld:
3,869 % Zinsen p.a. bei nur 39 Tagen Kündigungsfrist.
Für Beträge ab 100.000 €.
<https://ibb-ag.com/kuendigungsgeld>



Besuchen Sie uns in der Unterhofener Straße 4, 74653 Künzelsau
oder im Internet <https://ibb-ag.com>
EIN UNTERNEHMEN DER WÜRTH GROUP



Das Private Banking Team der IBB (Foto Hauptsitz Friedrichshafen) konzentriert sich ganz auf die Bedürfnisse unternehmerisch denkender Menschen und mittelständischer Unternehmen.
Foto: IBB

Der Fokus liegt auf Ihrem Erfolg

Internationales Bankhaus Bodensee AG bietet Kunden das gesamte Spektrum der Vermögensanlage

Die Internationales Bankhaus Bodensee AG (IBB) ist keine Bank wie jede andere. Seit unserer Gründung vor über 25 Jahren konzentrieren wir uns auf die Bedürfnisse unternehmerisch denkender Menschen und mittelständischer Unternehmen. Dabei kommt uns zugute, dass wir ein Teil der Würth-Gruppe sind. Hier gilt es, die Dinge anzupacken und voranzubringen. Eine Haltung, die in Finanzfragen essenziell wichtig ist – davon profitieren täglich unsere Kunden.

Mit unserem Private Banking Team der Niederlassung Künzelsau fokussieren wir uns auf das gesamte Spektrum der Vermögensanlage. Als Bankhaus ohne eigene Finanzprodukte können wir uns hierbei ausschließlich

auf Ihren Erfolg konzentrieren. Unsere Vorgehensweise zielt daher, neben Ihren Ertragsparametern, auch besonders auf die Vermeidung möglicher Risiken ab. In der Praxis suchen viele Anleger meist nach der „besten Anlage“, dabei war es in der Vergangenheit viel wichtiger, keine Fehler zu machen.

Individuelles Konzept

Um den gewünschten Anlageerfolg zu erzielen, erstellen wir ein individuelles Anlagekonzept, welches zu Ihnen passt. Für die Umsetzung nutzen wir eine optimal abgestimmte Palette aus Portfolioverwaltung, digitaler Vermögensverwaltung und einer vertrau-

ensvollen Begleitung durch unser Beraterteam.

Bei der enormen und weiter steigenden Informationsflut wird es in Zukunft für Anleger noch schwieriger, die wirklich zielführenden Entscheidungen zu treffen. Zusätzlich befindet sich die Welt in einem Wandel, wie wir ihn lange nicht hatten. Dieser bringt für Anleger große Chancen, aber eben auch große Risiken mit sich. Wir sind daher der Meinung, dass in den kommenden Jahren eine vertrauensvolle Begleitung und Zusammenarbeit bei der Vermögensanlage von großer Bedeutung sein wird.

Mit dem nötigen Werkzeug, der Erfahrung und Expertise sind wir genau dieser Partner für Sie.

anz

Erfolgreich mit zwei Investmentfonds

Hoerner Bank aus Heilbronn wurde erneut für ihre Vermögensverwaltung ausgezeichnet: Die Strategie dahinter passt.

Von unserem Redakteur
Jürgen Paul

Die Hoerner Bank sieht sich nach weiteren Auszeichnungen in ihrem Kurs im Bereich Vermögensverwaltung bestätigt. Der Fonds „HB Fonds – Substanz Plus P“ der Heilbronner Privatbank erhielt kürzlich den Deutschen Fondspreis 2024 in der Kategorie Mischfonds Global Multi Asset. Das Magazin „Fonds Professionelle“ verlieh dem auf Werterhalt ausgerichteten Fonds das Prädikat „herausragend“. Ausgezeichnet wurden insgesamt 36 Investmentfonds in zwölf Kategorien.

Bei den Fund Awards 2024 der Zeitschriften „Euro“, „Euro am Sonntag“ und „Börse Online“ schaffte es der „HB Fonds – Rendite Global Plus P“ auf Platz zwei in der Kategorie DF Aktien + Rentenfonds. Hier wurden insgesamt 22750 Fonds und ETFs von den Redaktionen analysiert. Prämiert wurden nur jene Fonds, die 2023 beziehungsweise innerhalb der vergangenen drei, fünf, zehn oder 20 Jahre die beste Performance in der jeweiligen Kategorie erzielt haben. „Wir freuen uns und sind stolz auf diese zwei weiteren Auszeichnungen“, sagt Vorstandsmitglied Stefan Baumann. Die Auszeichnungen bestätigten die hohe Qualität der Vermögensverwaltung der Hoerner Bank und den nachhaltigen Erfolg der Investmentstrategie.

Die Heilbronner Privatbank beschränkt sich in der Vermögensverwaltung bewusst auf die beiden genannten Fonds, die 2008 aufgelegt wurden. Der Substanz Plus setzt auf den mittelfristigen Werterhalt des Vermögens, mit dem Rendite Global Plus verfolgt die Bank die langfristige Renditeoptimierung.

Wie Reiner Riecker, Leiter Vermögensverwaltung bei der Hoerner Bank, betont, eignet sich der Substanz Plus für sicherheitsorientierte Anleger mit einem mittelfristigen Anlagehorizont von drei bis fünf Jahren. Anfang Februar 2024 investiert dieser Fonds zu 24,76 Prozent in Aktien, zu 68,38 Prozent in Anleihen und zu 6,17 Prozent in Gold. Bei den Aktien bildet Nordamerika mit einem Anteil von 16,06 Prozent den Schwerpunkt vor Euro-

pa (5,32 Prozent). Bei den Anleihen wird Europa mit 40,04 Prozent übergewichtet, Anleihen Welt machen 16,04 Prozent aus. Seit seiner Auflage hat der Fonds eine jährliche Rendite von durchschnittlich 1,95 Prozent erzielt. Im vergangenen Jahr lag die Rendite bei 8,8 Prozent.

Der HB Fonds – Rendite Global Plus richtet sich Riecker zufolge an renditeorientierte Anleger mit einem langfristigen Anlagehorizont von zehn Jahren. Anfang Februar waren Aktien mit 61,75 Prozent klar übergewichtet, es folgen Anleihen mit 32,77 Prozent und Gold mit 5,02 Prozent. Bei den Aktien überwiegt Nordamerika mit 36,58 Prozent vor Europa mit 14,53 Prozent. Europäische Anleihen machen zurzeit 13,74 Prozent aus,

Anleihen Welt 10,3 Prozent. Über die gesamte Laufzeit erwirtschaftete der Fonds eine jährliche Rendite von durchschnittlich 2,73 Prozent. Im Jahr 2023 lag die Rendite bei 11,9 Prozent.

Riecker und Baumann verweisen auf die Nachhaltigkeitsstrategie der Hoerner Bank bei den Anlagen. So bekennt sich die Bank zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals) der Vereinten Nationen. So wird nicht in Unternehmen investiert, die mehr als zehn Prozent ihres Umsatzes mit Rüstungsgütern machen, mehr als fünf Prozent ihres Umsatzes mit Tabakwaren machen oder mehr als 30 Prozent ihrer Erlöse mit der Gewinnung und dem Vertrieb von thermischer Kohle erzielen.



Firmen

Umfirmierung

Die Marketing-Plattform Wunderhub der **Mayer-Kuvert**-Gruppe hat sich als Cloud-Software für Marketing Management am Markt etabliert. Nun tritt das Unternehmen einheitlich unter der Marke Wunderhub auf, um sowohl das Unternehmen als auch die Software klar zu repräsentieren.

Seit Februar firmiert das Unternehmen, vormals Mayer-Digital GmbH & Co. KG, als Wunderhub GmbH & Co. KG. Der Fokus liegt auf innovativen Lösungen im Bereich Marketing Management, um mit der eigenen Cloud-Software umfassende Marketingunterstützung zu bieten.

Als Mitglied der Heilbronner Mayer-Gruppe, einer der führenden europäischen Unternehmensgruppen in Herstellung und Vertrieb von Briefumschlägen und Versandtaschen sowie von Versand- und Verpackungslösungen für den Handel und E-Commerce, kann das Team auf langjährige Erfahrung zurückgreifen. Im Zuge der Umfirmierung werden die internen Digitalisierungsthemen integriert in der Holding der Mayer-Gruppe.

Die Marketing-Plattform Wunderhub bietet mit ihrer Cloud-Software Mitarbeitern, Filialen, Niederlassungen bis hin zu Handelspartnern Zugriff auf zentral vordefinierte Online- und Offline-Werbemaßnahmen, Bestellungen und vieles mehr. Mayer Kuvert konzentriert sich in Heilbronn inzwischen ganz auf die Produktion von sogenannten Leichtverpackungen. *red*

ANZEIGE

Grüne Anleihe mit 8% Zinsen pro Jahr

Investieren Sie in den **hep Green Bond 2023/28** und profitieren Sie vom weltweiten Wachstumsmarkt der erneuerbaren Energien.

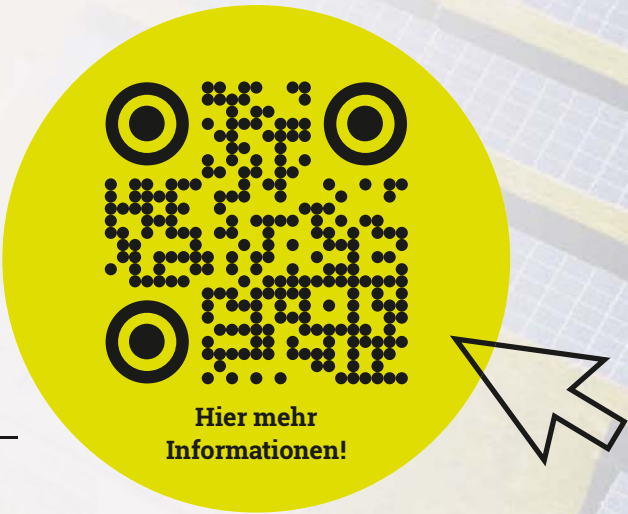
8% p.a. Kupon für 5 Jahre
Wertpapierkennung (WKN): A35148

ab 1000€ Zeichnungssumme investieren

Wertpapierprospekt erhältlich unter: hep.global/green-bond-2023/

Emittentin der Anleihe ist die hep solar projects GmbH. Das Angebot richtet sich nur an Anleger mit (Wohn)Sitz in Deutschland, Österreich oder Luxemburg und erfolgt auf Grundlage des Wertpapierprospekts vom 5.10.2023, sowie des Nachtrags vom 25.10.2023. (siehe: hep.global/green-bond-2023/)

Risikohinweis: Die Anleihe unterliegt verschiedenen Risiken. Es besteht insbesondere das Risiko der Zahlungsunfähigkeit der Emittentin. In diesem Fall kann es zum Totalverlust kommen. Angaben zu weiteren Risiken können Sie dem Wertpapierprospekt vom 5.10.2023 sowie dem Nachtrag vom 25.10.2023 entnehmen.



Ich bin für Sie da!

Selina Amaya
Senior Associate
Retail Funding
T +49 7135 93446-0
E greenbond@hep.global

Investieren in Solarenergie.

hep solar

Buchkritik

Die ganz große Warnung

Sandra Navidi ist eigentlich Juristin und Finanzexpertin. Ob sie ihren Podcast bei N-TV bestückt, Kolumnen verfasst oder Vorträge hält, sie beschäftigt sich in der Regel mit der Finanzwelt und ihren Akteuren. Diesmal hat sie sich aber ihre Wahlheimat USA vorgenommen: Im Vorfeld der Präsidentschaftswahl dreht sich „Die DNA der USA“ um die prägenden Charakterzüge des Landes, vom Pioniergeist über Religiosität bis zur festen Überzeugung, im bestmöglichen Land zu leben.

Das Ganze gleitet aber im Verlauf des Buchs mehr und mehr ab in eine massive Warnung vor den Republikanern im Allgemeinen und Donald Trump im Besonderen. Detailliert zitiert Navidi den Ex-Präsidenten und viele andere Politiker mit Aussagen, die entweder von Unwissen oder von hanebüchenen Vorstellungen zeugen – so umfangreich, dass es mitunter doch langsam wird. Leider weist das Buch auch viele Rechtschreibfehler auf – nicht einmal der Vorname von Barack Obama ist korrekt. Das schmälert ein wenig den Gesamteindruck. Die Aussage ist hingegen klar: Wenn Trump wieder Präsident werden sollte, stehen der Welt erhebliche Änderungen ins Haus. *frz*

Sandra Navidi: Die DNA der USA
Wie tickt Amerika?
FBV, 301 Seiten, 22 Euro

Firmen

Sieg beim Supercup

Edeka Ueltzhöfer aus Neuenstadt am Kocher heißt der Gewinner des Edeka Supercup 2023. Das Team um den Steffen Ueltzhöfer, seine Frau Michaela sowie dessen Kinder Florian, Lisa und Felix sicherte sich den Branchenpreis in der Kategorie „Selbstständiger Einzelhandel 1201 bis 2000 Quadratmeter Verkaufsfläche“. Seit 2013 betreibt die Familie ihren Neuenstädter Markt. Die Fachjury überzeugte vor Ort die Sortimentsgestaltung mit einer Vielzahl regionaler Erzeugnisse, Artikeln aus hauseigener Produktion sowie Frischekompetenz.

Dieses Jahr wurde der in vier Kategorien vergebene Supercup in



Die Ueltzhöfers haben den Edeka Supercup gewonnen. Foto: Schmid

Hamburg an die Gewinner übergeben. Im Jahresverlauf hatte sich Edeka Ueltzhöfer bereits auf regionaler Ebene gegen vergleichbare Standorte durchgesetzt. Für die Familie Ueltzhöfer ist dies nicht die erste Trophäe dieser Art. Bereits 2019 sicherte sie sich mit ihrem Markt in der Heilbronner Charlottenstraße den Supercup.

Jedes Jahr zeichnet Edeka auf Bundesebene die besten Supermärkte des genossenschaftlichen Unternehmensverbands aus in drei Kategorien mit inhabergeführten Edeka-Märkten, unterteilt nach Größenklassen. In der vierten Kategorie treten abwechselnd Edeka-Märkte unter der Regie der jeweiligen Edeka-Großhandlung oder Marktkauf-SB-Warenhäuser an. *red*

Die Bankenlandschaft wandelt sich auch in der Region. Die Geschwindigkeit ist unterschiedlich, der Trend aber klar.

Von unserem Redakteur
Jürgen Paul

Die deutschen Banken befindet sich im wohl größten Transformationsprozess, den die Branche je gesehen hat. Dieser Prozess dauert schon einige Jahre an, ein Ende ist bislang allerdings noch nicht absehbar. Denn die Branche muss ihr Geschäftsmodell radikal reformieren, um zukunftsfähig zu werden. Vor allem für Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken sind die Herausforderungen enorm. Zum Grundverständnis dieser Institute gehört die regionale Präsenz, die jedoch immer stärker hinterfragt wird – einerseits aus wirtschaftlichen Gründen, andererseits als Folge des sich verändernden Kundenverhaltens.

Das gar nicht mehr so neue Zauberwort der Bankenbranche heißt „omnichannel“, auf deutsch Multi-Kanal. Damit ist gemeint, dass die Bank den Kunden

Die Banken wollen ihre Kunden heute auf allen denkbaren Kanälen erreichen.

auf den Kanälen bedient und berät, die er vorzieht: Das kann das persönliche Gespräch in der Bank oder zu Hause sein, der digitale oder telefonische Dialog oder die komplett digitalisierte Dienstleistung. Die meisten Institute betonen, dass sie persönlich und digital unterwegs seien, um ihre Kunden bestmöglich zu beraten.

Die Folgen dieser Strategie sind seit Jahren deutlich zu sehen. Die Banken straffen ihr Filialnetz, ziehen sich aus kleinen, ländlichen Kommunen zurück und bündeln ihre Kompetenzen in größeren städtischen Standorten. Großbanken wie die Deutsche Bank oder die Commerzbank, die ohnehin kaum in der Fläche präsent waren, konzentrieren sich in der Region auf den Standort Heilbronn. Auch bei der BW-Bank bleibt in Heilbronn-Hohenlohe nur noch die Hauptstelle an der Heilbronner Allee bestehen, nachdem die LBBW-Tochter 2021 ihre Filialen in Neckarsulm, Bad Wimpfen und Öhringen geschlossen hat.

Die Kreissparkasse Heilbronn als größte Bank in der Region hatte den großen Wurf bereits im Herbst 2018 gewagt. Damals kündigte Vorstandsvorsitzender



Teuer und riskant: Geldautomaten wird es künftig nicht mehr in der gewohnten Anzahl geben. Foto: dpa

Ralf Peter Beitner die Schließung von 25 personenbesetzten Kleinfilialen an, die seitdem nur noch als SB-Standorte betrieben werden. Diese Filialen seien kaum noch besucht worden, hatte eine Analyse der KSK seinerzeit ergeben, rund 98 Prozent der Transaktionen seien reine SB-Vorgänge gewesen. Seither hat die Kreissparkasse Heilbronn nur noch vereinzelt ihr Filialnetz und ihre Angebote vor Ort entsprechend angepasst. Beitner betont aber stets, dass sich diese Entwicklung fortsetzen werde. Auch die Sparkasse Hohenlohekreis hat im Jahr 2023 vier Filialen geschlossen – in Michelbach, Ernsbach, Bieringen und Oberkessach

Die Volks- und Raiffeisenbanken reagieren in ihrem jeweils eigenen Tempo auf die veränderten Rahmenbedingungen in der Branche. Aber der Trend ist auch hier eindeutig. Die Volksbank Hohenlohe hatte 2022 vier Filialen geschlossen, vier mobile Servicestellen gestrichen und die Öffnungszeiten verkürzt. Ein Jahr später kündigte die Volksbank Möckmühl die Schließung der Filialen in Cleversulz-

„Rein wirtschaftlich betrachtet müssten wir 80 Prozent unserer Geldautomaten schließen.“

Marco Beckbissinger

Banken schließen Filialen und bauen Automaten ab

Ohne Digitalisierung geht heute nichts mehr

Die Digitalisierung des Bankgeschäfts schreitet unaufhaltsam voran. Nahezu jedes Institut berichtet stolz von der steigenden Zahl der Nutzer von **Online-Banking**, in der Branche tobt ein Wettbewerb um die kundenfreundlichsten Bank-Apps, die permanent weiterentwickelt werden. Zahlreiche Prozesse bis hin

zum einfachen Konsumentenkredit können bei einigen Banken heute komplett digital abgewickelt werden, auch sogenannte **Robo-Adviser**, also digitale Anlageberater, sind im Einsatz. Großer Beliebtheit erfreut sich offenbar auch die telefonische Beratung, die besonders von Sparkassen verstärkt angeboten wird. *jüp*

KSK punktet mit eigener Vermögensverwaltung

Die Kreissparkasse Heilbronn hat Spezialisten im Haus, die das Geld der vermögenden Kunden anlegen.

Von unserem Redakteur
Jürgen Paul

Als eine von wenigen Sparkassen im Land bietet die Kreissparkasse (KSK) Heilbronn ihren Kunden eine eigene Vermögensverwaltung an. Während diese wichtige Aufgabe in vielen Banken von größeren Einheiten in Stuttgart oder Frankfurt erledigt wird, sitzen die KSK-Experten direkt in Heilbronn, um das Geld ihrer vermögenden Kunden zu mehren. „Wir sind seit mehr als 30 Jahren erfolgreich für unsere Kunden an den internationalen Kapitalmärkten tätig“, sagt Holger Stengel, Direktor Private Banking bei der Kreissparkasse, stolz. Ein Hauptvorteil der eigenen Vermögensverwaltung ist für ihn, dass die Experten vor Ort seien und ihre Kunden oft über viele Jahre hinweg betreuen. Dadurch entstehe das Vertrauen, das in diesem sensiblen Geschäft notwendig sei.

Rund 1200 Kunden betreut das 13-köpfige Team aktuell. Das Volumen beträgt nach Angaben von Christoph Unger,

Abteilungsleiter Vermögensverwaltung, mehr als 720 Millionen Euro. Zu den Kunden zählen viele Unternehmer, häufig im Rahmen eines Family Office zur Verwaltung des Privatvermögens. „Rund 70 Prozent unserer Kunden in der Vermögensverwaltung haben Unternehmerhintergrund“, berichtet Stengel. „Aber auch Stiftungen und institutionelle Anleger sind bei uns Kunden.“ Mindestens 250000 Euro sollte das anzulegende Vermögen allerdings betragen, betont er.

Stengel und Unger ist es wichtig, die Unabhängigkeit des Teams zu betonen. „Wir sind völlig frei in der Auswahl der Produkte“, sagt Stengel. Die KSK-Experten suchten je nach der vorher festgelegten Anlagestrategie die besten Produkte für den Kunden aus – unabhängig vom jeweiligen Anbieter. Auch vom Vorstand gebe es diesbezüglich keinerlei Vorgaben, versichert Unger.

Grundsätzlich können die Anleger zwischen drei groben Strategien wählen.



Die Anlageexperten der Kreissparkasse Heilbronn haben die Geschehnisse an den internationalen Aktienmärkten stets im Blick. Foto: dpa

bach, Degmarn und Lampoldshausen an. Und Ende 2023 gab die VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall bekannt, vier Niederlassungen in Heilbronn, Crailsheim und Schwäbisch Hall zu schließen. „Es sind Anpassungen notwendig“, hatte Vorstandschef Eberhard Spies damals mit Blick auf die schwache Nutzung der betroffenen Filialen gesagt. Und weitere Schließungen in Aussicht gestellt.

Doch die VR-Bank belässt es dabei nicht. Auch die Zahl der Geldautomaten fährt die größte Genossenschaftsbank der Region Schritt für Schritt zurück – auch aus Sicherheitsgründen, nachdem es immer wieder zu Sprengungen kommt. „Rein wirtschaftlich betrachtet müssten wir 80 Prozent unserer Geldautomaten schließen“, hatte Marktvorstand Marco Beckbissinger gesagt. Ganz verzichten müssen Kunden der VR-Bank künftig auf Kontoauszugsdrucker. Bis Juni werden alle Geräte abgebaut sein, kündigte Spies an. „Dieses Gerät ist überholt, die Nutzung hat drastisch nachgelassen.“

Die Kreissparkasse Heilbronn wiederum hatte Anfang des Jahres betont, an den Geldautomaten festzuhalten.

Die Variante Ertrag/Wachstum/Chance kombiniert die weltweiten Aktien- und Rentenmärkte nach der Risikobereitschaft des Kunden. Hier kann die Aktienquote je nach Kundenwunsch zwischen zehn und 100 Prozent liegen. Bei der Variante Substanz und Dividende investieren die KSK-Experten in ein internationales Aktienportfolio, wobei besonders auf die Kriterien Substanz und Dividende geachtet wird. Der Aktienanteil liegt hier zwischen 85 und 100 Prozent. Und die ETF-Strategie legt das Geld breit gestreut in Exchange Traded Funds, also börsennotierte Indexfonds, an. Schwerpunkt ist ein globales Aktienportfolio, das durch spezielle Branchen-, Länder- und Trendthemen abgerundet wird. Auch hier beträgt die Aktienquote 85 bis 100 Prozent.

Viel Wert legen Stengel und Unger auf Flexibilität. „Wenn unsere Kunden Änderungswünsche bei der Ausgestaltung ihres Portfolios haben, können wir das innerhalb von ein bis zwei Tagen umsetzen“, sagt Unger. Und mindestens einmal im Jahr besprechen die KSK-Spezialisten die Anlagestrategie in aller Ruhe mit ihren vermögenden Kunden.

Die Kreissparkasse Heilbronn hat einen fünfköpfigen Anlageausschuss gebildet, der als Entscheidungsorgan der Vermögensverwaltung fungiert. Dieser Ausschuss analysiert regelmäßig die aktuelle Situation der Kapitalmärkte und bewertet bereits getätigte Investitionen.

Buchkritik

Die ganz große Warnung

Sandra Navidi ist eigentlich Juristin und Finanzexpertin. Ob sie ihren Podcast bei N-TV bestückt, Kolumnen verfasst oder Vorträge hält, sie beschäftigt sich in der Regel mit der Finanzwelt und ihren Akteuren. Diesmal hat sie sich aber ihre Wahlheimat USA vorgenommen: Im Vorfeld der Präsidentschaftswahl dreht sich „Die DNA der USA“ um die prägenden Charakterzüge des Landes, vom Pioniergeist über Religiosität bis zur festen Überzeugung, im bestmöglichen Land zu leben.

Das Ganze gleitet aber im Verlauf des Buchs mehr und mehr ab in eine massive Warnung vor den Republikanern im Allgemeinen und Donald Trump im Besonderen. Detailliert zitiert Navidi den Ex-Präsidenten und viele andere Politiker mit Aussagen, die entweder von Unwissen oder von hanebüchenen Vorstellungen zeugen – so umfangreich, dass es mitunter doch langatmig wird. Leider weist das Buch auch viele Rechtschreibfehler auf – nicht einmal der Vorname von Barack Obama ist korrekt. Das schmälert ein wenig den Gesamteindruck. Die Aussage ist hingegen klar: Wenn Trump wieder Präsident werden sollte, stehen der Welt erhebliche Änderungen ins Haus. *frz*

Sandra Navidi: Die DNA der USA
Wie tickt Amerika?
FBV, 301 Seiten, 22 Euro

Banken schließen Filialen und bauen Automaten ab

Die Bankenlandschaft wandelt sich auch in der Region. Die Geschwindigkeit ist unterschiedlich, der Trend aber klar.

Von unserem Redakteur
Jürgen Paul

Die deutschen Banken befinden sich im wohl größten Transformationsprozess, den die Branche je gesehen hat. Dieser Prozess dauert schon einige Jahre an, ein Ende ist bislang allerdings noch nicht absehbar. Denn die Branche muss ihr Geschäftsmodell radikal reformieren, um zukunftsfähig zu werden. Vor allem für Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken sind die Herausforderungen enorm. Zum Grundverständnis dieser Institute gehört die regionale Präsenz, die jedoch immer stärker hinterfragt wird – einerseits aus wirtschaftlichen Gründen, andererseits als Folge des sich verändernden Kundenverhaltens.

Das gar nicht mehr so neue Zauberwort der Bankenbranche heißt „omnichannel“, auf deutsch Multi-Kanal. Damit ist gemeint, dass die Bank den Kunden auf den Kanälen bedient und berät, die er vorzieht: Das kann das persönliche Gespräch in der Bank oder zu Hause sein, der digitale oder telefonische Dialog oder die komplett digitalisierte Dienstleistung. Die meisten Insti-

tute betonen, dass sie persönlich und digital unterwegs seien, um ihre Kunden bestmöglich zu beraten.

Die Folgen dieser Strategie sind seit Jahren deutlich zu sehen. Die Banken strafen ihr Filialnetz, ziehen sich aus kleinen, ländlichen Kommunen zurück und bündeln ihre Kompetenzen in größeren städtischen Standorten. Großbanken wie die Deutsche Bank oder die Commerzbank, die ohnehin kaum in der Fläche präsent waren, konzentrieren sich in der Region auf den Standort Heilbronn. Auch bei der BW-Bank bleibt in Heilbronn-Hohenlohe nur noch die Hauptstelle an der Heilbronner Allee bestehen, nachdem die LBBW-Tochter 2021 ihre Filialen in Neckarsulm, Bad Wimpfen und Öhringen geschlossen hat.

Die Kreissparkasse Heilbronn als größte Bank in der Region hatte den großen Wurf bereits im Herbst 2018 gewagt. Damals kündigte Vorstandsvorsitzender Ralf Peter Beitner die Schließung von 25 personenbesetzten Kleinfilialen an, die seitdem nur noch als SB-Standorte betrieben werden. Diese Filialen seien kaum noch besucht worden, hatte eine Analyse der KSK seinerzeit ergeben, rund 98 Prozent der Transaktionen seien reine SB-Vorgänge gewesen. Seither hat die Kreissparkasse Heilbronn nur noch vereinzelt ihr Filialnetz und ihre Angebote vor Ort entsprechend angepasst. Beitner betont aber stets, dass sich diese Entwicklung fortsetzen werde. Auch die Sparkasse Hohenlohekreis hat im Jahr 2023 vier Filialen geschlossen – in Michelbach, Ernsbach, Biringen und Oberkessach

Die Volks- und Raiffeisenbanken reagieren in ihrem jeweils eigenen Tempo auf die veränderten Rahmenbedingungen in



Teuer und riskant: Geldautomaten wird es künftig nicht mehr in der gewohnten Anzahl geben. Foto: dpa

Ohne Digitalisierung geht heute nichts mehr

Die Digitalisierung des Bankgeschäfts schreitet unaufhaltsam voran. Nahezu jedes Institut berichtet stolz von der steigenden Zahl der Nutzer von **Online-Banking**, in der Branche tobt ein Wettbewerb um die kundenfreundlichsten Bank-Apps, die permanent weiterentwickelt werden. Zahlreiche Prozesse bis hin

zum einfachen Konsumentenkredit können bei einigen Banken heute komplett digital abgewickelt werden, auch sogenannte **Robo-Adviser**, also digitale Anlageberater, sind im Einsatz. Großer Beliebtheit erfreut sich offenbar auch die telefonische Beratung, die besonders von Sparkassen verstärkt angeboten wird. *jüp*

der Branche. Aber der Trend ist auch hier eindeutig. Die Volksbank Hohenlohe hatte 2022 vier Filialen geschlossen, vier mobile Servicestellen gestrichen und die Öffnungszeiten verkürzt. Ein Jahr später kündigte die Volksbank Möckmühl die Schließung der Filialen in Cleversulzbach, Degmarn und Lampoldshausen an. Und Ende 2023 gab die VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall bekannt, vier Niederlassungen in Heilbronn, Crailsheim und Schwäbisch Hall zu schließen. „Es sind Anpassungen notwendig“, hatte Vorstandschef Eberhard Spies damals mit Blick auf die schwache Nutzung der betroffenen Filialen gesagt. Und weitere Schließungen in Aussicht gestellt.

Doch die VR-Bank belässt es dabei nicht. Auch die Zahl der Geldautomaten fährt die größte Genossenschaftsbank der Region Schritt für Schritt zurück – auch aus Sicherheitsgründen, nachdem es immer wieder zu Sprengungen kommt. „Rein wirtschaftlich betrachtet müssten wir 80 Prozent unserer Geldautomaten schließen“, hatte Marktvorstand Marco Beckbissinger gesagt. Ganz verzichten müssen Kunden der VR-Bank künftig auf Kontoauszugsdrucker. Bis Juni werden alle Geräte abgebaut sein, kündigte Spies an. „Dieses Gerät ist überholt, die Nutzung hat drastisch nachgelassen.“ Die Kreissparkasse Heilbronn wiederum hatte Anfang des Jahres betont, an den Geldautomaten festzuhalten.

ANZEIGE

vb-hohenlohe.de/thebaenk

Grenzenlos
Zukunft gestalten.

Ihre starke Bank in Hohenlohe.
Das Beste seit 1843.

THE BÄNK

Sie erreichen uns telefonisch und digital:
07941 933-0 · kontakt@vb-hohenlohe.de

Ihre Bank in Hohenlohe

Volksbank
Hohenlohe eG



Erfolgreiches Jubiläumsjahr

Volksbank Hohenlohe eG sieht sich für Zukunft gut aufgestellt

Die Volksbank Hohenlohe eG blickt auf ein herausragendes Jubiläumsjahr zurück, das von exklusiven Veranstaltungen, engagierten Botschaftern und einer starken Verbundenheit zur Region geprägt war.

Im vergangenen Jahr feierte die Volksbank Hohenlohe eG ihr 180-Jahre-Jubiläum mit einer Reihe exklusiver Events, darunter After-Work-Partys, Food-Truck- und Coffee-Bar-Aktionen vor den Hauptstellen sowie unterhaltsame Kabarett-Abende. Diese Veranstaltungen boten den Mitarbeitenden sowie den Mitgliedern und Kunden die Gelegenheit, gemeinsam zu feiern und die einzigartige Atmosphäre der Volksbank Hohenlohe eG zu erleben.

Darüber hinaus hat die Volksbank Hohenlohe eG ihre Bemühungen um soziale Verantwortung verstärkt, indem sie ihre Ressourcen für wohltätige Zwecke einsetzte. Ein besonderes Highlight war die Botschafter-Suche „180 Jahre – Mehr als nur eine Zahl“. Bei der sich Einzelpersonen, Vereine und gemeinnützige Institutionen bewerben konnten. Die ausgewählten Botschafter wurden für ihr Engagement interviewt und exklusiv vorgestellt. Als Anerkennung erhielten sie Spenden für ihre regionalen Herzensprojekte. Das hat die Verbindung zur Gemeinschaft weiter gestärkt.

THE BÄNK – Mehr als nur eine Bankverbindung

Verwurzelt, kundennah und in Hohenlohe zu Hause, stehen die Menschen in Hohenlohe für die Genossenschaftsbank an erster Stelle. Die Vision der Volksbank Hohenlohe eG geht über die traditionellen Bankdienstleistungen hinaus. Sie sieht sich als Partner für ihre Kunden, der sie auf ihrem finanziellen Weg begleitet und unterstützt. Diese langfristige Perspektive hat es der Volksbank Hohenlohe eG ermöglicht, sich den Heraus-



Als weltweit älteste noch selbstständige Genossenschaftsbank verfügt die Volksbank Hohenlohe über drei Hauptstellen – eine davon in Öhringen. Foto: privat

Über die
Volksbank Hohenlohe

Zeiten ändern sich. Gut, wenn da jemand ist, der beständig ist und sich auf wirkliche Werte besinnt – Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, Sicherheit, Vertrauen. Jemand von hier, der seine Mitglieder und Kunden kennt – und den die Menschen kennen. Jemand, der kompetent berät. Als weltweit älteste noch selbstständige Genossenschaftsbank verfügt die Volksbank Hohenlohe mit drei Hauptstellen in Öhringen, Künzelsau und Gerabronn, 26 Geschäftsstellen sowie sechs SB-Stellen über das größte Bankstellennetz in der Region Hohenlohe und garantiert beständige und nahe Beratung vor Ort. Durch die regionale Verankerung und die Nähe zu ihren Mitgliedern und Kunden schafft sie Vertrauen und hat ein besonderes Verantwortungsbewusstsein – die Basis für eine kompetente Beratung. *anz*

forderungen der Zeit zu stellen und sich kontinuierlich weiterzuentwickeln, um den sich wandelnden Bedürfnissen ihrer Kunden gerecht zu werden. Unter dem Namen „THE BÄNK“ ist die Volksbank Hohenlohe eG seit drei Jahren bekannt und hat sich seitdem stets den Herausforderungen der Zeit angepasst. Von neuen Technologien über politische Unruhen bis hin zu wirtschaftlichen Krisen – Anpassungsfähigkeit war und sind ihre Stärken.

Unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden Dieter Karle und des Vorstandsmitglieds Harald Braun bleibt die Volksbank Hohenlohe eG bestrebt, ihre Position als führende Genossenschaftsbank in der Region weiter zu festigen. Ihr Engagement für Innovation und Kundenzufriedenheit spiegelt sich in ihrem Motto wider: „Volksbank Hohenlohe eG – Mehr als nur eine Bankverbindung, sondern ein verlässlicher Partner für die Zukunft“.



Die Fusionswelle rollt

Sechs von 25 Genossenschaftsbanken in der Region sind innerhalb von 15 Jahren in größeren Instituten aufgegangen.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Es geschieht nur ganz selten, dass die Mitglieder nicht mitziehen. 2022 war so ein Fall, als die schon längst verabredete Fusion der Raiffeisenbank Hohenloher Land mit der VR Bank Heilbronn Schwäbisch Hall am Votum der Ingelfinger Genossen scheiterte. Meistens fügen sie sich in ihr Schicksal und stimmen dem Zusammengehen mit einem Nachbarinstitut zu. Denn die Anforderungen sind komplexer geworden, die Vorschriften nehmen zu, die Betriebskosten steigen und viele klei-

en Filialen sind nicht mehr rentabel. Und doch hängt das Herz gerade auf dem Land an der Filiale im Dorf mit dem Vorstand vor Ort. Und so gab es in den vergangenen 15 Jahren in Heilbronn-Franken zwar viele Fusionen, insbesondere von mittelgroßen Volksbanken. Aber die ganz Kleinen haben sich nicht unterkriegen lassen – sie existieren weiterhin in ihrer regionalen Nische.

Unter den kleinsten Instituten haben sich lediglich 2013 die Raiffeisenbanken Vellberg-Großaltdorf und Oberes Bühlertal zur Raiffeisenbank Bühlertal zusammengetan. Die ebenfalls vergleichsweise winzige Raiffeisenbank Neudenaustein-Herbolzheim ging 2018 in der Volksbank Möckmühl-Neuenstadt auf, die sich daraufhin in Volksbank Möckmühl umbenannte. Für dieses Jahr geplant ist die Fusion der Volksbank Krautheim mit der Volksbank Kirnau im Neckar-Odenwald-Kreis.

Eine mehrstufige Fusion spielte sich im Taubertal ab: Erst schluckte die Volksbank Main-Tauber die Volksbank Vorbach-Tauber im Jahr 2021, dann schloss sie sich zwei Jahre später mit der Volksbank Mosbach und der Raiffeisenbank Eichenbühl zu der etwas sperrig

klingenden Volksbank Neckar Odenwald Main Tauber zusammen. Das neue Institut kommt auf etwa 3,5 Milliarden Euro Bilanzsumme mit gut 700 Mitarbeitern und deckt neben dem Taubertal einen Großteil des Odenwalds ab.

Nicht ganz freiwillig kam es zur Fusion der Volksbank Heilbronn mit der VR Bank Schwäbisch Hall-Craillsheim. Auslöser waren die Turbulenzen der Heilbronner als Folge von Zinswetten und Cum-Cum-Geschäften, bei denen die Nachbarn als Retter einspringen mussten – kein Wunder, dass heute Schwäbisch Hall Sitz des größten Genossenschaftsinstituts der Region ist und viele zentrale Tätigkeiten aus Heilbronn abgezogen wurden.

Noch größer ist inzwischen jene Bank, in der unter anderem die Raiffeisenbank Kraichgau aufgegangen ist: Die Volksbank Kraichgau schluckte neben den Kirchardtern (2019) auch die Volksbank Bruhrain-Kraich-Hardt. 2017 hatten die Sinsheimer schon mit der Volksbank Wiesloch fusioniert und ihren Sitz dorthin verlagert, vergangenes Jahr folgte die Fusion mit der Volksbank Bruchsal-Bretten. Entstanden ist eine Volksbank Kraichgau mit einer Bilanzsumme von 9,7 Milliarden Euro (nach Daten von 2022), die damit un-

ter den 20 größten deutschen Genossenschaftsbanken rangiert – konkret auf Rang 17.

Übrigens ist auch die Raiffeisenbank Hohenloher Land Produkt einer Fusion: Sie entstand 2019 aus dem Zusammenschluss der Raiffeisenbank Kocher-Jagst mit der Raiffeisenbank Bretzfeld-Neuenstein. Nach dem Scheitern der Fusion mit den Schwäbisch Hallern schloss der Vorstand allerdings ein Zusammengehen mit der Volksbank Hohenlohe aus – obwohl die Öhringer dies gerne vollziehen würden.

Es ist eben alles eine Frage der Zugeständnisse. Das zeigte sich auch beim Zusammenschluss der Volksbank im Unterland mit Sitz in Schwaigern mit der Volksbank Brackenheim-Güglingen im Jahr 2016: Das neue Institut heißt zwar immer noch Volksbank im Unterland – der Sitz wurde aber nach Brackenheim verlegt.

Wie stark die Fusionswelle durch Deutschland gerollt ist, zeigt sich an einer Zahl: 2009 waren beim Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken (BVR) noch 1154 genossenschaftliche Institute verzeichnet. 2022 waren es nur noch 735 – Tendenz weiter abnehmend.

Köpfe

Neu bei Castell

Marcel Dick, 42, ist seit Januar Generalbevollmächtigter der Fürstlich Castell'schen Bank, die auch eine Filiale in Heilbronn betreibt. Er trat 2021 in die Bank ein und verantwortet das Firmenkundengeschäft sowie die Abteilung Strategie & Transformation. Neben der unverändert klassischen Ausrichtung der Privatbank verantwortet er ihre digitale Neuausrichtung. Dabei kann er auf internationale Erfahrungen in Fach- und Führungsfunktionen in Strategie-, Produkt- und Firmenkundeneinheiten unter anderem in der Dresdner Bank, der Credit Suisse und der UBS aufbauen. *red*



Marcel Dick
Foto: Castell Bank

Finanzchef bei Diakoneo

Michael Krach ist neuer Kaufmännischer Vorstand bei Diakoneo. Der 58-Jährige trat diesen Monat seine Stelle als Chief Financial Officer (CFO) an. Diakoneo betreibt das Krankenhaus und die Behindertwerkstätten Sonnenhof in Schwäbisch Hall. Der Wirtschaftsingenieur war zuletzt Finanzchef bei einem Verbund privater Reha-Kliniken und bei einem ambulanten Gesundheitsdienstleister. *red*



Michael Krach
Foto: Diakoneo

ANZEIGE

ZEAG Energie: Gemeinsam für eine grünere Zukunft

Zusammen mit Bürgern und Kommunen gestaltet die ZEAG Energie AG die Energiewende in Heilbronn-Franken. Durch die Partnerschaft mit den Bürgerenergiegenossenschaften sorgt sie dafür, dass viele Leute bei der Energiewende mitmachen und sie mitgestalten können.

Energiewende funktioniert nicht im Alleingang, sondern als gemeinschaftliches Projekt, das nur durch die Zusammenarbeit aller Beteiligten vor Ort erfolgreich umgesetzt werden kann. Aus diesem Grund entstehen die Wind- und Photovoltaikparks der ZEAG Energie AG immer im engen Zusammenspiel mit den Kommunen, Gemeinden und den Bürgerinnen und Bürgern vor Ort.

Lokale Betreiberkonzepte

Damit immer mehr Kommunen und Bürger von der grünen Energieerzeugung in der Region profitieren, wurde die ZEAG Erneuerbare Energien GmbH ins Leben gerufen. Gemeinsam mit den jeweiligen Kommunen entwickelt diese Gesellschaft lokale Betreiberkonzepte für verschiedene Anlagen, darunter Freiflächen-Photovoltaik und Windenergie. Bereits über 35 Kommunen haben diesem Modell ihr Vertrauen ausgesprochen und Bürgerenergiegesellschaften gegründet, die es den Menschen vor Ort ermöglichen, sich über Genossenschaften an der Wertschöpfung der erneuerbaren Anlagen zu beteiligen.

„Unser Betreibermodell sorgt dafür, dass die Wertschöpfung in der Region bleibt. Gewinne, Steuern und Abgaben aus regenerativer Energieerzeugung verbleiben zum größten Teil in der Kommune – im Gegensatz zu heute verbreiteten Modellen, bei denen nur die Grundstückspacht bleibt und der komplette Gewinn abfließt.“ So Harald Endreß, Geschäftsführer der ZEAG Erneuerbare Energien GmbH.



Dank dem Windpark vor der Haustür entstand so der neue Abenteuerspielplatz „Hofwiese“ im Ortsteil Kochersteinsfeld. Foto: ZEAG

Erfolgsmodell

Ein herausragendes Beispiel für diese erfolgreiche Zusammenarbeit ist der Windpark Harthäuser Wald. Mit 18 Anlagen und einer Gesamtleistung von 54 MW ist er einer der leistungsfähigsten Windparks in Baden-Württemberg. Der 2018 fertiggestellte Windpark wurde 2022 um eine PV-Freiflächenanlage mit 9000 kWp Leistung auf zehn Hektar ergänzt. Seitdem können rechnerisch über 40.000 Haushalte mit dem Hybridpark versorgt werden.

Eine der angrenzenden Kommunen ist Harthausen am Kocher. Hier wird mit den Einnahmen aus den Erzeugungsanlagen konsequent und nachhaltig der Freizeitwert für die Bewohner gesteigert. Bürgermeister Thomas Einfalt zeigt sich begeistert: „Wir investieren in gemeindeeigene Freizeiteinrichtungen, ohne den Gemeindehaushalt zusätzlich zu belasten. Das ist nur möglich, indem die

Einnahmen aus dem Harthäuser Windkraftfonds für diese Baumaßnahmen verwendet werden.“

Dank dem Windpark vor der Haustür entstand so der neue Abenteuerspielplatz „Hofwiese“ im Ortsteil Kochersteinsfeld. Auf einem weiteren Spielplatz freuen sich die kleinen Besucher über neue Spielgeräte. Weitere Investitionen sind bereits geplant: Es sollen unter anderem schattenspendende Bäume gepflanzt, eine Balancieranlage und zwei Sonnensofas errichtet sowie ein Volleyballfeld angelegt werden. Ein Beispiel dafür, wie die Energiewende im Schulterschluss erfolgreich umgesetzt werden kann. Durch die enge Zusammenarbeit von Bürgern, Kommunen und Unternehmen werden nicht nur nachhaltige Energieprojekte vorangetrieben, sondern auch die regionale Wirtschaft gestärkt und die Lebensqualität in unserer Region nachhaltig verbessert. *anz*

f Mehr im Internet:
www.zeag-energie.de/zukunft

GRÜNE ENERGIE für die Zukunft unserer REGION.

Hier ist die Energie!



ZEAG
+ energie

zeag-energie.de/erneuerbare

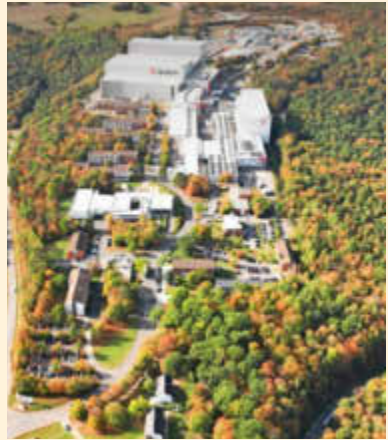
meine Zukunft Energie AG

Firmen

Silbernes Jubiläum

Die **Würth Industrie Service** GmbH & Co. KG, europäischer Marktführer im Bereich der Industriekundenbelieferung von Kleinteilen, feiert in diesem Jahr ihr 25-jähriges Bestehen. Das Unternehmen wurde exakt am 13. Januar 1999 gegründet als eigenständiges Tochterunternehmen der Würth-Gruppe mit gerade einmal 80 Mitarbeitern auf einem verlassenem, 120 Hektar großen Kasernengelände in Bad Mergentheim – heute bekannt als Industriepark Würth. Über die Jahre ist der C-Teile-Experte kontinuierlich gewachsen und beschäftigt mittlerweile knapp 1800 Mitarbeiter in Deutschland, weltweit sogar rund 6600 in mehr als Ländern.

Rund 65.000 Quadratmeter Logistikfläche, mehr als 650.000 Lagerplätze, täglich 550 Tonnen Ware im Warenausgang: Der Industriepark Würth gilt als eines der modernsten



Auf dem Drillberg ist Würth Industrie Service ansässig. Foto: WIS

Logistikzentren für Industriebelieferung in Europa. Auf einer Fläche von etwa neun Fußballfeldern bildet es das Herzstück des Unternehmens. Von hier aus werden rund 20.000 Kunden beliefert.

Mit mehr als 1.800 Mitarbeitern zählt Würth Industrie Service inzwischen zu den größten Arbeitgebern im Main-Tauber-Kreis. Dazu gibt es 13 regionale Niederlassungen in Deutschland sowie weitere in mehr als 40 Ländern.

Bechtle legt zusammen

Bechtle hat zum Jahresbeginn bisher vier auf Product Lifecycle Management (PLM) spezialisierte Gesellschaften unter der gemeinsamen Marke Bechtle vereint. Damit werden aus den Firmen Coffee, DPS Software, Solidline und Solidpro die Bechtle PLM Deutschland GmbH mit Sitz in Neckarsulm. Mit weit mehr als 600 Mitarbeitern an deutschlandweit mehr als 40 Standorten entsteht so einer der größten Spezialisten für PLM-Lösungen in Europa. Zusammen betreuen die Gesellschaften mehr als 25.000 Kunden überwiegend aus der Fertigungsindustrie. Die bisherigen Geschäftsführer bilden das Managementteam von Bechtle PLM. Solidpro kam 2010, Solidline 2011, Coffee 2018 und DPS 2020 über Akquisitionen zu Bechtle.

Unter der neuen Marke sollen Synergien insbesondere bei der Vermarktung gemeinsamer Lösungen, bei der Kundenansprache und in der Zusammenarbeit mit den Herstellerpartnern wirksam werden. Das Portfolio umfasst CAD/CAM und Produktdatenmanagement, Vertriebskonfiguration, Digitaler Zwilling, Smart Factory, Augmented und Virtual Reality, Digitale Fertigung, Industrial Internet of Things sowie 3D-Druck. Darüber hinaus gehören Schnittstellen zu Anwendungen wie Enterprise Resource Planning (ERP) oder Supply Chain Management (SCM) zum PLM-Konzept. „Der Zusammenschluss macht uns stärker denn je“, sagt Uwe Burk, Bereichsvorstand PLM/Engineering & Manufacturing bei der Bechtle AG. Insgesamt verfügt Bechtle in Europa über mehr als 800 Mitarbeiter, die sich auf PLM spezialisiert haben.

Unternehmen und Verbraucher aus der Region können zwischen zahlreichen Banken mit ganz unterschiedlicher Ausrichtung wählen.

Die Bankenlandschaft in der Region Heilbronn-Franken ist so vielfältig wie die Wirtschaft. Zu den Platzhirschen gehören die Sparkassen und die Volks- und Raiffeisenbanken, für die die regionale Verwurzelung zur DNA gehört. Aber auch große Geschäftsbanken, kleine Spezialbanken und ausländische Institute wollen von der hiesigen Wirtschaftskraft profitieren. Die Auswahl für die Firmen ist groß, der Wettbewerb zwischen den Banken auch.

Sparkassen

Die **Kreissparkasse (KSK) Heilbronn** ist mit Abstand die größte Bank in der Region. Zu den 197.000 Girokonten für Privatkunden kommen viele Geschäftsbeziehungen zur regionalen Wirtschaft – vom kleinen Handwerker bis zu international tätigen Konzernen. Das Institut kommt auf eine Bilanzsumme von 13,2 Milliarden Euro. Die Kundeneinlagen beliefen sich zuletzt auf 8,7 Milliarden Euro, die Kundenkredite auf 9,5 Milliarden Euro. Der Jahresüberschuss lag 2022 bei 11,8 Millionen Euro. Die KSK beschäftigt 1.616 Mitarbeiter in 38 personenbesetzten Filialen und ist damit auch ein wichtiger Arbeitgeber in der Region. Außerdem betreibt die Kreissparkasse 61 SB-Standorte. Über ihre Stiftungen – die Sozialstiftung, die Kulturstiftung und die Klimastiftung – fördert die KSK Projekte in der Region. Allein im Jahr 2023 fördert das Institut 76 Projekte mit insgesamt 367.207 Euro.

Die zweite wichtige Sparkasse in Heilbronn-Hohenlohe ist die **Sparkasse Hohenlohekreis**. Das Institut kommt auf eine Bilanzsumme von 2,6 Milliarden Euro. Die Sparkasse Hohenlohekreis beschäftigt 313 Mitarbeiter in 14 Filialen. Größer ist die **Sparkasse Schwäbisch Hall-Crailsheim** mit einer Bilanzsumme von 4,6 Milliarden Euro (2022). Das Institut beschäftigt aktuell 542 Mitarbeiter in 40 Filialen. Die **Sparkasse Tauberfranken** mit Sitz in Taubertschhofheim hat eine Bilanzsumme von 3,3 Milliarden Euro (2023). In den 25 Filialen beschäftigt das Institut 471 Mitarbeiter. Am westlichen Rand der Region ist die **Sparkasse Kraichgau** aktiv, die auch Filialen in Bad Rappenau, Neckarbischofsheim, Oberdingen und Sinheim betreibt.

Volksbanken

19 Volks- und Raiffeisenbanken gibt es trotz zahlreicher Fusionen in den zurück-

liegenden Jahrzehnten immer noch in Heilbronn-Franken. Dominierendes Institut ist die VR-Bank Heilbronn Schwäbisch Hall mit einer Bilanzsumme von 5 Milliarden Euro und 640 Mitarbeitern in 35 Geschäftsstellen. Größer ist allerdings die Volksbank Kraichgau mit Sitz in Wiesloch, die auf eine Bilanzsumme von 6,28 Milliarden Euro kommt. Mit den Raiffeisenbanken in Erlenbach, Tübingen und Gammesfeld befinden sich auch drei der kleinsten Genossenschaftsbanken in der Region. So kommt die Raiffeisenbank Gammesfeld auf eine Bilanzsumme von gerade mal knapp 39 Millionen Euro.

Deutsche Bank/Postbank

Mit der Übernahme der Postbank hat die Deutsche Bank 2015 eine große Anzahl Kunden hinzugewonnen, aber auch völlig anders geartete Filialen: Häufig finden in ihnen Bankgeschäfte am gleichen Schal das Institut 471 Mitarbeiter. Am westlichen Rand der Region ist die **Sparkasse Kraichgau** aktiv, die auch Filialen in Bad Rappenau, Neckarbischofsheim, Oberdingen und Sinheim betreibt.

gibt sie derzeit als SB-Stellen noch in Heilbronn an der Allee, in Neckarsulm, Eppingen, Bad Rappenau, Öhringen, Crailsheim, Bad Mergentheim und Wertheim. Bankberatung gibt es aber nur noch an einzelnen Standorten wie Heilbronn oder Sinheim. Nach dem Abschluss einer mehrere Monate dauernden Softwareumstellung können Postbank-Kunden auch die Automaten und Terminals der Deutschen Bank nutzen. Gebührenfreies Geld- abheben ist außerdem an den Geldautomaten von Hypovereinsbank und Commerzbank möglich. Im Marktgebiet Württemberg-Ost, zu dem auch Heilbronn gehört, betreute die Deutsche Bank zuletzt 184.000 Kunden, das Geschäftsvolumen betrug 10,1 Milliarden Euro.

Commerzbank

Eine feste Größe in der Region ist die Commerzbank in ihrem historischen Gebäude an der Ecke Allee/Kaiserstraße in Heilbronn. Das Institut betreut in der erweiterten Region rund 93.500 Privat- und Unternehmenskunden sowie rund 1.000 Firmenkunden-Verbünde. Das Geschäftsvolumen im Privat- und Unternehmenskreditgeschäft lag im vergangenen Jahr bei 1,76 Milliarden Euro. In der Mittelstandsbank, die die Firmenkunden betreut, betrug es 850 Millionen Euro. Immer wichtiger wird bei der Commerzbank auch in Heilbronn der Bereich Private Banking &

Wealth Management für die vermögende Kundschaft.

BW-Bank

In den vergangenen Jahren hat die BW-Bank, die in Heilbronn in der Nachfolge des Traditionshauses Handelsbank Heilbronn steht, ihr Netz deutlich ausgedünnt. Übrig sind nun die Filialen in Heilbronn und Schwäbisch Hall sowie ein SB-Servicecenter in Lauffen. Zuletzt wurden während der Corona-Pandemie die Standorte Wertheim, Crailsheim, Bad Mergentheim, Neckarsulm, Bad Wimpfen und Öhringen aufgegeben – insgesamt schloss das Institut damals 41 seiner 100 mit Mitarbeitern besetzten Standorte. Mit Telefon- und Videoberatungen sollte ein neuer Weg der Bankberatung etabliert werden. „Die Kunden haben sich während der coronabedingten Filialschließungen an Beratung per Telefon oder Videochat gewöhnt“, erläuterte Andreas Götz, Generalbevollmächtigter für das Privatkundengeschäft der LBBW, die seit 2005 Eigner der BW-Bank ist. Außerdem ist das Institut in den Verbund der Sparkassen integriert, so dass deren Automaten und Terminals mitgenutzt werden können.

Hypovereinsbank

Seit vielen Jahren ist die Hypovereinsbank mit einer Filiale in der Heilbronner

Heilbronn-Franken steht für große Bankenvielfalt



Illustration: Nutrawut/stock.adobe.com

mögendere Privatkunden und beschreibt sich als unabhängiger und wertebasierter Vermögensmanager. Neben Würzburg und Heilbronn ist sie in Nürnberg, München, Ulm, Bamberg und in Frankfurt vertreten. Die kleinen Filialen rund um Würzburg wurden aufgegeben. Die Filiale in Heilbronn wurde 2005 eröffnet und wird von Thomas Schwerdtle geleitet.

IBB

Das zur Würth-Gruppe gehörende Internationale Bankhaus Bodensee (IBB) ist spezialisiert auf das Geschäft mit mittelständischen Firmenkunden, vermögenden Privatkunden und Immobilienfinanzierungen. Der Hauptsitz der IBB ist in Friedrichshafen am Bodensee, außerdem gibt es Standorte in Konstanz, München und Künzelsau. Die Bilanzsumme lag 2022 bei 1,7 Milliarden Euro. Die IBB beschäftigt rund 180 Mitarbeiter.

Apobank

Ein Exot unter den Banken in der Region ist die Deutsche Apotheker- und Ärztebank, kurz Apo-Bank. Sie ist spezialisiert auf die Betreuung von akademischen Heilberuflern. Mit einer Bilanzsumme von mehr als 54 Milliarden Euro ist die Apobank mit Sitz in Düsseldorf die größte Primärbank im deutschen Genossenschaftssektor. Die Heilbronner Filiale befindet sich in der Lohrstorstraße.

RLB Oberösterreich

Zu den wenigen ausländischen Banken in der Region zählt die Raiffeisenlandesbank Oberösterreich. Seit 2008 betreibt das Institut eine Filiale in der Heilbronner Kaiserstraße. Im Blickpunkt hat die Bank den Mittelstand und vermögende Privatkunden. Auch Leasing und Sonderfinanzierungen bieten die Österreicher an.

CA Auto Bank

Fest in Heilbronn verwurzelt ist die CA Auto Bank, besser bekannt unter ihrem einstigen Namen Fiat-Bank. Das zu französischen Großbank Credit Agricole gehörende Institut ist Spezialist für die Finanzierung und Versicherung von Fahrzeugen zahlreicher Marken. Auch neue Mobilitätskonzepte wie Carsharing oder Auto-Abo hat das die CA Auto Bank im Angebot. Die Bank beschäftigt am Standort in der Heilbronner Salzstraße rund 235 Mitarbeiter.

Oberbank

Einen Neuzugang in der regionalen Bankenlandschaft gab es im April 2020. Mitten im Corona-Lockdown eröffnete die österreichische Oberbank ihren Standort in der Heilbronner Lohrstorstraße. Das Institut konzentriert sich auf das Geschäft mit mittelständischen Firmenkunden. Auch Private Banking, Leasing und Factoring gehört zum Leistungsspektrum der Oberbank, die in Heilbronn von Christian Volkmar geleitet wird.

Firmen

Neue Gefahrstoffhalle

Die Spedition **Schmitt Logistik** hat an ihrem Standort Schwäbisch Hall eine 5.500 Quadratmeter große Gefahrstoffhalle in Betrieb genommen. Die Bauzeit betrug nur 427 Tage. Die Halle ist mit einer Verschieberegalanlage ausgestattet, in der alle Arten von Automotive-Batterien für Elektrofahrzeuge wie Lithium-Ionen-Batterien und Zellmodule gelagert werden können. Dabei werden auch die verschärften Auflagen zur Lagerung erfüllt.

Mit dem Bau wurde die Lagerfläche des Unternehmens auf insgesamt 250.000 Quadratmeter erweitert. Die Gefahrstoffhalle ist als Effizienz-Gebäude 55 errichtet und mit einer Pelletsheizung und einer 700-kWp-Photovoltaikanlage ausgestattet. Das Gefahrstofflager bietet Platz für 12.500 Palettenstellplätze. Die Besonderheit der Verschieberegalanlage ist die Sprinklerung aller Regalebenen und Regalplätze, wodurch alle Gefahrgutklassen unter Einhaltung des Zusammenlagerungsverbot eingelagert werden können und somit jeder Quadratmeter der Logistikhalle effektiv genutzt werden kann. Die Investitionssum-



Schmitt Logistik hat 9,5 Millionen Euro investiert. Foto: Schmitt

me, inklusive Verschieberegalanlage, beträgt mehr als 9,5 Millionen Euro.

Digitale Lernplattform

Der Verpackungsmaschinenbauer **Schubert** erweitert sein Schulungsangebot um eine digitale Lernplattform und startet auf dieser mit Inhalten für Maschinenbedienpersonal. Nach der Eröffnung des großen Schulungszentrums vor einem Jahr geht das Unternehmen damit den nächsten Schritt in Richtung moderner Schulungskonzepte.

Sarah Busch, Head of Customer Trainings der Gerhard Schubert GmbH, erklärt: „Wir möchten unsere Kunden so professionell unterstützen, dass sie das Optimum aus ihrer Verpackungsanlage herausholen können. Deshalb investieren wir verstärkt in neue Schulungskonzepte mit einem Mix aus klassischen und digitalen Lerninhalten.“ Schubert Learning Space heißt



Schubert startet eine digitale Lernplattform. Foto: Dauenberger

die digitale Lernplattform, deren erste Inhalte der Verpackungsmaschinenbauer momentan in Zusammenarbeit mit Kunden testet und dieses Jahr präsentieren möchte. Darauf zu finden sind interaktive Kurse, die sowohl an die Fachkräfte der Kunden als auch an die eigenen Mitarbeiter gerichtet sind. Zusätzlich möchte Schubert umfassende Lernmodule für Maschinenbedienpersonal anbieten. Gerade in diesem Bereich tun sich produzierende Unternehmen schwer, gute Mitarbeiter zu finden, zu befähigen und zu halten, heißt es.



Die BW-Bank ist nur noch in Heilbronn und Schwäbisch Hall vertreten.



Der denkmalgeschützte Sitz der Commerzbank Heilbronn. Foto: Archiv/Sawatzki



2004 zog die Sparda-Bank in dieses denkmalgeschützte Gebäude.



Die Bank Santander ist im Heilbronner Neckarturm ansässig. Fotos: Archiv



„Flossiss“ zieren die Zentrale der Kreissparkasse Heilbronn. Foto: Archiv/Dirks



Die Sparkasse Hohenlohekreis hat ihren Sitz in Künzelsau. Foto: Archiv/Reichert



Die Volksbank Heilbronn ging in der VR-Bank auf. Foto: Archiv/Seidel



Die Hauptstelle der Volksbank Hohenlohe in Öhringen. Foto: Archiv/Reichert

Firmen

Beim Gründergrillen

Das erste Gründergrillen des Technologiezentrums Schwäbisch Hall GmbH in diesem Jahr war ein ganz besonderes. Mit 21 Jungunternehmern, Selbständigen und Netzwerkkern ging es zum Startup Event – dem Namensgeber des Gründergrillens – nach Stuttgart. Das Startup Event wurde diesmal in Kooperation mit dem Unternehmernetzwerk Hohenlohe e.V. veranstaltet.

In einer zu einem coolen Club umgebauten alten Tankstelle moderierten die dortigen Macher die Pitch-Veranstaltung in Stuttgart und viele Ideenhaber nutzten diese Chance, in nur einer Minute ihre Geschäftsidee vorzustellen und um Unterstützer zu werben.

Von den Hohenloher Unternehmern stellte Frederik Wystup – Meiluft GmbH – seine Erfindung vor, mit dem in der Raumluft kleinsten Kunststoffpartikel gemessen werden können, die der Mensch täglich einatmet. Dieser Pitch wurde in die Kategorie Hightech eingeordnet. Themen waren unter anderem auch Prozessoptimierung, Coaching oder Marketing & Medien.

Regelmäßig finden auch im Technologiezentrum Schwäbisch Hall „Gründergrillen“ statt, die von der Hohenloher Medien GmbH mo-



21 Teilnehmer fuhren zum Gründergrillen. Foto: Artefact

deriert werden. Netzwerkgespräche mit Startups, Gründern, Investoren und Gründungsinteressierten machten die Stuttgarter neugierig – ein Gegenbesuch in Schwäbisch Hall ist geplant.

Landes-Förderung

Das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg fördert elf innovative Kreativ-Projekte. Unter ihnen ist auch die **Sabine Oberhardt GmbH** aus Güglingen, die gemeinsam mit drei Kreativunternehmen (Korion Interactive, Ludwigsburg, Heiko Mauel, Sankt Katharinen, und Magdalena Jundt, Steinheim an der Murr) ein gamifiziertes Testverfahren zur Weiterentwicklung von Führungskräften entwickeln will.

„Die starke Resonanz auf unseren Förderaufruf zeigt, dass Unternehmen die großen Potenziale in diesem Bereich sehen und für sich nutzen wollen“, sagte Ministerin Nicole Hoffmeier-Kraut. „Die Bereiche Games, Animation und virtuelle Realität haben in den vergangenen Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen. Die elf ausgewählten Projekte zeigen die Vielfalt der Anwendungsmöglichkeiten.“

Ziel des Förderprogramms war es, die branchenübergreifende Zusammenarbeit von Unternehmen aus Baden-Württemberg mit einem oder mehreren Kreativunternehmen aus den Bereichen Film, Games, Animation und Virtuelle Realität zu fördern. Die Projekte sollen den branchenübergreifenden Mehrwert der Zusammenarbeit mit Kreativunternehmen zeigen und regionale Kompetenzen und Kooperationen branchenübergreifend stärken. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen sollen dadurch zum Einsatz neuer Technologien und kollaborativer Lösungen ermutigt werden.

Das Gesamtvolumen der Förderung, das den nun elf ausgewählten Projekten zugutekommt, beläuft sich auf rund 250.000 Euro. Die Laufzeit beträgt in der Regel ein Jahr und die Projekte laufen bis Ende 2024.



Der Muswiesen-Summit fand 2023 erstmals in Rot am See statt. Die Neuauflage bekommt einen neuen Titel. Foto: Christian Gleichauf

Jetzt ist es der Zukunftswiesen-Summit

Der Muswiesen-Summit war ein Überraschungserfolg. Die Macher wollen noch eine Schippe drauflegen, unter neuem Namen, an neuem Ort.

Von unserem Redakteur Christian Gleichauf

Es war ein Aufschlag, mit dem viele nicht gerechnet hatten. Als am 10. Oktober 2023 der Muswiesen-Summit stattfand, ging das Konzept der Studentengruppe auf Anhieb auf. Etablierte Mittelständler trafen im Forum in Rot am See auf Start-ups und interessierte Akteure aus Heilbronn und der ganzen Region. Die jungen Organisatoren sind nun so etwas wie die New Kids on the Block, die aufstrebenden Talente in der Region. Und sie lassen nicht locker. Die zweite Auflage findet in der Mehrzweck- und Markthalle in Blaufelden statt, wieder am 10. Oktober. Mit dem Ort wechselt der Name. Aus dem Muswiesen-Summit wird der Zukunftswiesen-Summit.

Lange hatten sich die Mitglieder des Orga-Teams den Kopf zerbrochen.

Ihr Motto „Tradition trifft Innovation“ hatte funktioniert mit Bezug auf die Traditionsunternehmen und die innovativen Start-ups. Aber der Versuch, mit der innovativen Idee eine Verbindung zum traditionellen Jahrmarkt auf der Muswiese zu schaffen, war nur bedingt erfolgreich gewesen. Es gab wohl gewisse Vorbehalte. Unter anderem die „Leistungsschau“ des Bundes der Selbstständigen, die seit fast 50 Jahren dort stattfindet, wusste mit dem Ansatz des Gründer-Nachwuchses nicht viel anzufangen.

Die Muswiese sollte also ohnehin aus dem Namen gestrichen werden, so viel war klar. „Zukunftsmacher“ schien die Lösung. Doch gedanklich hing Initiator Samuel Keitel wohl noch an der Muswiese, als er von den Zukunftsmachern erzählen wollte und plötzlich „Zukunftswiesen“ herauskam. Die Augen wurden groß. Und plötzlich war allen klar: Dieser Name sollte es sein.

„Die Zukunftswiese steht auch im übertragenen Sinn für die grüne Wiese, die wir hier gestalten wollen“, sagt Lisa Schmitt, eine der Zukunftsmacherinnen. Und Laura Weber betont: „Wir wollten auf jeden Fall weg vom Ortsbezug, damit wir wirklich auch nach ganz Heilbronn-Franken wirken. Und so können wir auch mit

der Veranstaltung durch die Region wandern.“ Damit ist klar: Das Event soll sich etablieren.

Das Team hofft dabei auf Unterstützung von den Sponsoren des ersten Aufschlags. „Abgewunken hat noch niemand“, sagt Samuel Keitel. Stattdessen habe es viel Interesse und Zuspruch gegeben. „Aber Verträge sind natürlich auch noch keine unter Dach und Fach.“ Dankbar sind sie für die Hilfestellungen, die sie erhalten haben – etwa von Martin Buchwitz, Geschäftsführer der Verpackungscluster-Vereinigung Packaging Valley und zuvor der Wirtschaftsfördergesellschaft Hohenlohe Plus. Oder natürlich von Walter Döring, FDP-Urgestein, Netzwerker und Mitorganisator des Gipfeltreffens der Weltmarktführer.

Döring ist inzwischen zu so etwas wie einem Mentor für die junge Truppe geworden. So soll es diesmal unter anderem auf seinen Impuls hin eine Start-up-Pitch-Competition geben, mit Mittelständlern in der Jury. Auch hier getreu dem alten und neuen Zukunftswiesen-Motto „Tradition trifft Innovation“. Darauf ist alles angelegt. „Wir wollen Ausgewogenheit“, betont Laura Weber. „Nicht nur die Start-ups sollen im Mittelpunkt stehen, sondern auch die Familienunternehmen

aus der Region.“ Nicht nur Hohenloher und Heilbronner würden angesprochen, sondern Vertreter aus allen Landkreisen. Und auch parteipolitisch hoffen die Organisatoren, den richtigen Mix hinzubekommen.

Geld von Dieter Schwarz und seiner Stiftung gibt es für die Zukunftsmacher nicht direkt – immerhin sind aber die Campus Founders in Heilbronn Partner der Veranstaltung. „Durch unsere Nähe zu den Campus Founders kommt ja mancher auf die Idee, dass wir da kräftig unterstützt werden“, sagt Samuel Keitel. Aber was nicht ist, könne ja noch werden, meint er augenzwinkernd. Finanziell sind sie bisher hingekommen. Glücklicherweise waren sie nicht in die Falle getappt, als sie im vergangenen Jahr ein Zelt neben der Halle aufbauen lassen wollten. Die Slush'D sei das Vorbild gewesen. „Walter Döring hat uns davon abgebracht, dafür sind wir ihm sehr dankbar.“ Es hätte wohl im finanziellen Desaster geendet.

Apropos Slush'D: Das Start-up-Festival der Campus Founders findet in diesem Jahr wieder am 24. Oktober in Heilbronn statt. Es wird also ein heißer Herbst für die Start-up-Szene. Und die Region kann zeigen, dass sie mit neuen und alten Lieblingsthemen zusammenrücken kann.

Tickets Zukunftswiesen Summit
www.zukunfts-macher.de

Mit einem Versprecher war die Zukunftswiese geboren

Neue Studiengänge bei der DHBW

Die DHBW Heilbronn will etwas gegen den Fachkräftemangel tun und hat zwei neue Studiengänge eingerichtet.

Ab diesem Herbst bietet die DHBW Heilbronn den neuen Studiengang „Data Science und KI“ (B. Sc.) mit der Studienrichtung Smart Operations Management an. Ziel des neuen Studienangebotes ist es, mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz und Data Science Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu analysieren und zu verbessern. Der Studiengang startet am 1. Oktober und richtet sich an Duale Partner aus der Industrie, dem Handel und der Dienstleistungsbranche.

Studierende lernen hier, wie sie Data-Science-Anwendungen in der Praxis umsetzen können, um operative Abläufe in Betrieben zu optimieren. Zu entscheiden, welche Verfahren der Künstlichen Intelligenz wann in die Prozesse integriert werden können, wird dabei ebenso zu den fachlichen Kompetenzen gehören wie die Fähigkeit, diese Algorithmen zu programmieren und einzusetzen.



Auf dem Bildungscampus Heilbronn werden ab dem Wintersemester zwei neue DHBW-Studiengänge angeboten. Foto: dpa

Für Duale Partner finden am heutigen Dienstag, 27. Februar, um 10 Uhr und am Dienstag, 19. März, um 14 Uhr Online-Informationsveranstaltungen statt. Die Anmeldung für die zweite Veranstaltung

ist per Mail möglich unter der Adresse aliona.vondertrenck@heilbronn.dhbw.de. Der zweite neue Studiengang soll Personalisierte Ernährung heißen und befindet sich noch in Akkreditierung.

Seine Inhalte: Worauf kommt es an, um gesund zu bleiben und die individuelle Lebensqualität zu erhöhen? Und wie können digitale Tools dabei im Alltag helfen? Damit beschäftigt sich der Studiengang „Personalisierte Ernährung“, der im Herbst an der DHBW Heilbronn starten soll. Der interdisziplinäre Studiengang qualifiziert junge Menschen für die ernährungswissenschaftlichen, individual-medizinischen und digitalen Herausforderungen in der Ernährungs- und Gesundheitsbranche und schließt mit dem Bachelor of Science ab.

Die Absolventen sollen dann die grundständige Ernährungswissenschaft im Zusammenspiel von Personalisierungsmethoden und -technologien verstehen, einordnen und anwenden können. Zukünftige Duale Partner kommen infrage aus den Sektoren der Ernährungsindustrie, Health-Tech und Health-Care-Branche, Gesundheitswesen, klinische Ernährungstherapie, Consultingunternehmen, Rehabilitationsunterstützung, Pharma-Industrie, Apotheken sowie der Sport- und Wellnessbranche.

Für Unternehmen gibt es ebenfalls eine Informationsveranstaltung am heutigen Dienstag, 27. Februar, um 10 Uhr. Die Anmeldung erfolgt per Mail unter perse@heilbronn.dhbw.de.

Bechtle begeistert junge Finanzinteressierte

Erfolgreiche Eventreihe für junge Aktionärinnen und Aktionäre

Sie kennen Influencer? Personen, die in den sozialen Medien mit großer Reichweite und in hoher Frequenz den Takt angeben – für Produkte oder Marken – und damit besonders junge Menschen erreichen. Über alle Branchen hinweg. Die Finanzwelt ist da keine Ausnahme. Die Einflussnehmenden, die sich besonders an junge Aktionärinnen und Aktionäre wenden, nennen sich Finfluencer. Sie stellen über soziale Medien oder eigene Blogs finanzielle Ratschläge, Tipps und Informationen bereit. Im Gegensatz zu traditionellen Finanzexperten:innen und -beratern haben Finfluencer meist keine klassische Bankausbildung oder offizielle Zertifizierung in der Finanzwelt. Dafür aber häufig einen betriebswirtschaftlichen Hintergrund und das Talent, eine große Anhängerschaft zu gewinnen.

Bechtle Meets ...

„Finfluencerinnen und Finfluencer haben somit ein großes Potenzial, wenn es darum geht, gerade junge Menschen zu erreichen“, sagt Martin Link, Leiter Investor Relations bei der Bechtle AG. Und dieses Potenzial nutzt Bechtle mit der Veranstaltungsreihe „Bechtle Meets ...“. Seit 2022 lädt der im MDAX gelistete IT-Dienstleister zweimal im Jahr gemeinsam mit verschiedenen Finfluencern zu einer für die Teilnehmenden kostenlosen Abendveranstaltung ein. Das Interesse ist groß. So kamen zu den ersten drei Terminen jeweils rund 100 Interessierte in die Bechtle Konzernzentrale nach Neckarsulm, um das Unternehmen besser kennenzulernen.

Den zahlreichen Fragen aus dem Publikum stellen sich sowohl Unternehmensvertreter:innen als auch die eingeladenen Finfluencer. In lockerer



Das Investor-Relations-Team der Bechtle AG setzt nicht nur auf klassische Finanzkommunikation. Mit der Veranstaltungsreihe „Bechtle Meets...“ spricht Bechtle gezielt Finfluencerinnen und Finfluencer sowie junge Menschen an, das IT-Unternehmen näher kennenzulernen. Foto: Bechtle

Atmosphäre und angenehmem Ambiente besteht im Anschluss die Gelegenheit, neue Kontakte zu knüpfen, sich intensiv auszutauschen und sich in der Community weiter zu vernetzen. Die Bechtle AG ist das erste Unternehmen im deutschsprachigen Raum,

das in dieser Form mit Finfluencern kooperiert. Mit großem Erfolg – das rege Interesse an den Events, aber auch die Aufmerksamkeit insbesondere in den sozialen Medien haben dazu geführt, dass auch andere Unternehmen das Format aufgreifen.

„Das Interesse an unserem Konzept ist groß. Deshalb haben wir unsere Erfahrungen kürzlich auch in einem Podcast geteilt“, so Martin Link. „Street Tweets – Finfluencer Relations: The Company View“ ist auf allen gängigen Plattformen verfügbar.

Finfluencer-Studie

Bei der Auswahl der Finfluencerinnen und Finfluencer legt Bechtle ein besonderes Augenmerk auf die Seriosität der Kooperationspartnerinnen und -partner. Fachliche Kompetenz spielt hier

ebenso eine tragende Rolle wie Transparenz. „Diese Kriterien sind für uns durchaus wichtig. Deshalb unterstützen wir derzeit zum Beispiel auch eine wissenschaftliche Studie der HHL Leipzig Graduate School of Management, der Fachhochschule St. Pölten und einer Agentur aus Wien, die einen genaueren Blick auf Finfluencer und die Frage der Seriosität wirft“, so Martin Link. Die Ergebnisse werden im Laufe des Jahres erwartet.

Zukunftsstarke Perspektive

In einer zunehmend digitalisierten Welt wird der Einfluss von Finfluencerinnen und Finfluencern in der Finanzwelt mit hoher Wahrscheinlichkeit stetig wachsen. „All das erfordert aber weiterhin und vielleicht noch stärker als je zuvor kritisches Denken und persönliche Recherche. Damit kombiniert können Finfluencer eine wertvolle Bereicherung für die finanzielle Meinungsbildung sein und gerade junge Menschen an Finanzthemen heranzuführen“, sagt Martin Link. Er betont: „Als Technologieunternehmen und IT-Zukunftspartner ist Bechtle prädestiniert dafür, auch innovative Wege zu gehen, um junge Aktionärinnen und Aktionäre für uns zu gewinnen. Und genau das ist uns mit der aktuellen Veranstaltungsreihe sehr gut gelungen.“ *anz*

Info Die Veranstaltung „Bechtle Meets Investflow“ findet am 12. April ab 18 Uhr am Bechtle Platz 1 in Neckarsulm statt. Anmeldung entweder über bechtle.com/events oder direkt per QR-Code.



Bereit für nachhaltigen Erfolg?

Bereit für alles.
Bereit für Bechtle.

Menschen, die viel bewegen wollen, können bei uns alles erreichen. Bei uns erlebst du spannende Projekte und profitierst von Weiterbildungen auf höchstem Niveau. Und das alles bei einem der erfolgreichsten IT-Unternehmen Europas heute und in Zukunft. Gestalte mit uns die digitale Zukunft. Bewirb dich jetzt auf bechtle.com/karriere.



Ihr starker IT-Partner.
Heute und morgen.



Standpunkt

Wozu ein Businessplan?

Viele sehen einen Businessplan häufig nur als Mittel, um Finanziers für eine Geschäftsidee zu gewinnen. Doch dieser Blick birgt Risiken. Denn der Businessplan ist ein unerlässliches Instrument für alle Gründer und Unternehmer, um das eigene Vorhaben in allen Facetten zu beleuchten. Er dient weit mehr als einzig der Befriedigung der Anforderungen von Banken oder Investoren. Er ist eine Chance zur gründlichen und strukturierten Selbstreflexion. Bei der Erstellung eines Businessplans werden wir gezwungen, jeden Aspekt des Vorhabens zu durchdenken.



C. Käser-Ströbel
Foto: privat

Der wahre Wert eines Businessplans liegt in der Selbstklärung. Er zwingt den Unternehmer, seine Ideen kritisch zu hinterfragen, Strategien zu überdenken und sich mit potenziellen Herausforderungen auseinanderzusetzen. Er wird zu einem Spiegel, der Stärken, Schwächen und Chancen des Vorhabens offenbart.

Natürlich kann ein gut durchdachter Businessplan auch Türen öffnen. Er kann die Basis für Kreditgenehmigungen sein. Aber viel wichtiger als diese externe Funktion ist seine Rolle als internes Werkzeug. Ein Businessplan ermöglicht es Unternehmern, ihre Ideen zu strukturieren und deren Durchführbarkeit intensiv und realistisch zu bewerten. Ein Businessplan sollte daher nicht als bloße Formalität oder als reine Voraussetzung für Finanzierungen angesehen werden. Er ist ein dynamisches Werkzeug, das mit dem Unternehmen wächst und sich anpasst. Er ist Grundlage dafür, fundierte Entscheidungen zu treffen und Visionen mit Klarheit zu verfolgen.

Kurz: Die Bank überlebt es, wenn der Kredit ausfällt. Der Gründer...?

Christopher Käser-Ströbel
Käser-Ströbel Consulting
www.kaeser-stroebe.de

Firmen

Richtfest gefeiert

Der Verpackungsmaschinenbauer Syntegon hat Richtfest für sein neues Bürogebäude am Standort Crailsheim gefeiert. Das Projekt befindet sich vollständig im Zeitplan und soll im ersten Halbjahr 2025 bezugsfertig sein, teilt das Unternehmen mit. Auf vier Stockwerken mit insgesamt 2100 Quadratmetern entstehen rund 100 neue Arbeitsplätze, eine Dachterrasse und multifunktionale Kollaborationsräume. Das neue Gebäude ist eines der ersten, das komplett nach dem Synspaces-Konzept gestaltet wird. Dazu gehören auch eine große Dachterrasse und mehrere Kaffeeküchen, die als abteilungsübergreifende Treffpunkte genutzt werden können, um größtmögliche Synergien zwischen den Bereichen und Teams erzeugen. *red*



In Crailsheim entstehen 100 neue Arbeitsplätze. Foto: Syntegon

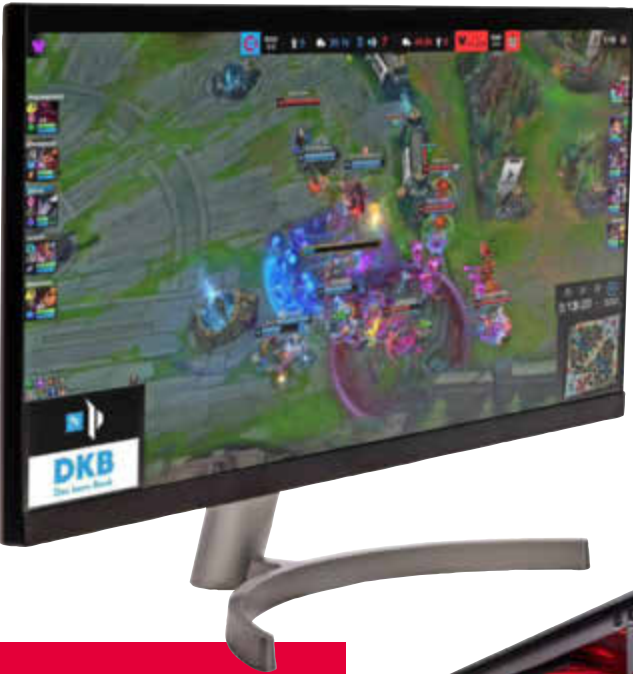


Profis zocken für den Supermarkt

Von Melanie Kummer

Rapides Mausclicken, heftiges Tastaturklappern, buntes Effektlackern auf dem Bildschirm, Kommandos über die Kopfhörer. Während Videospiele für die einen nur ein Hobby sind, ist das anderen nicht genug. Sie wollen zu den Besten der Besten gehören und sich mit anderen in ihrem Lieblingsspiel messen – vielleicht sogar zum Profispieler werden. Beim E-Sport treten Spieler bei Turnieren, von denen sich einige inzwischen zu Großveranstaltungen mit Millionenpreisgeldern entwickelt haben, in den unterschiedlichen Spielen gegeneinander an. Inzwischen sind E-Sports-Abteilungen auch bei Vereinen wie Schalke04 oder der Eintracht

Kaufland ist mit den „Hangry Knights“ in den E-Sport vorgedrungen. Das Ziel: die Erste Liga bei „League of Legends“



Die „Hangry Knights“ treten für Kaufland bei der „Prime League“, dem deutschen E-Sports-Turnier für das Videospiel „League of Legends“, an.
Fotos: Kaufland, Mercury studio, charnsitr/stock.adobe.com



Videospiel-Gigant

„League of Legends“ wurde im Jahr 2009 vom US-amerikanischen Spieleentwickler Riot Games veröffentlicht. Seitdem hat sich „LoL“ zu einem der beliebtesten Videospiele auf dem Markt mit weltweit rund 150 Millionen Spielern im Monat entwickelt. „League of Legends“ ist kostenlos spielbar und finanziert

sich durch kosmetische Gegenstände, welche im Spiel für echtes Geld gekauft werden können. „League of Legends“ ist aus dem E-Sport nicht mehr wegzudenken: Mehrere Millionen Zuschauer auf der ganzen Welt verfolgen jährlich die Weltmeisterschaft. 2023 fand diese in Südkorea statt. *kum*

fenden Saison 2024 soll der Einzug in die Erste Liga gelingen – in komplett neuer Besetzung.

Sven Olejnikow („Sven“), Fabian-Maximilian Gummelt („JiT“), Ardian Spahiu („Nite“), Berkant Ilhan („Avra“) und

Benjamin Larson („Visdom“) haben bereits einige Jahre Profi-Erfahrung bei anderen Teams gesammelt.

Noch länger spielen sie das beliebte Videospiel. „Schon mit zehn, elf Jahren habe ich gern gespielt. Zu „League of Le-

gends“ kam ich 2012, es wurde mir damals von Freunden empfohlen“, erzählt Gummelt alias „JiT“ (23).

„League of Legends“ ist eine feste Größe in der E-Sport-Landschaft. Bei den Partien treten zwei Teams von jeweils fünf Spielern gegeneinander an. Das Ziel: als erstes Team die gegnerische Basis einnehmen und dabei die eigene verteidigen. Die Spieler steuern dabei aus der Vogelperspektive einen von über 140 sogenannten „Champions“, vorgefertigte Charaktere mit unterschiedlichen Fähigkeiten, Stärken und Schwächen. Um zu gewinnen, sind nicht nur handwerkliches Geschick und Spielwissen, sondern auch taktisches Denken, eine scharfe Beobachtungsgabe und gute Kommunikation zwischen den Teammitgliedern gefragt. Am meisten reizt Gummelt, dass sich das Spiel ständig verändere und man als Spie-

„Der E-Sport ist ein Hochleistungssport und erfordert viel Zeit.“

Fabian-Maximilian Gummelt

ler immer etwas Neues dazulernen müsse. „Das macht es abwechslungsreich und anspruchsvoll zugleich“, sagt er.

Seit Dezember trainieren die neuen „Hangry Knights“ gemeinsam. „Die anderen Spieler kannte ich bislang nur vom Namen her, aber noch nicht persönlich. Der Start fiel uns trotzdem leicht, da wir Zeit hatten, uns kennenzulernen“, erzählt der 23-Jährige. Dass das Team zusammenlebe, sei in der deutschen Liga selten und ein „echter Vorteil für unser Training und die Zusammenarbeit“. Denn der „E-Sport ist ein Hochleistungssport und erfordert viel Arbeit, es ist also ein Vollzeit-Job“, unterstreicht er. Mehrere Stunden am Tag verbringen die Profispieler in Einzel- und Teamtrainings und mit Spielanalysen.

Unter der Leitung von Coach Dimitri Mozul alias „Dimxa“ wollen sie für Kaufland den Aufstieg in die Erste Liga schaffen. Gummelt: „Natürlich haben einige der anderen Teams das gleiche Ziel und werden es uns schwer machen. Aber wir konzentrieren uns auf uns, um die bestmögliche Performance zu bringen.“ Die erste Hälfte der Turnier-Saison, der „Spring Split 2024“, neigt sich bereits dem Ende zu. Um für die Relegationsspiele zugelassen zu werden, muss das Team nach der zweiten Saisonhälfte („Summer Split“) einen der beiden ersten Plätze auf der Saisontabelle belegen.

Live-Übertragungen
www.twitch.tv/primeleague