



Die aktuelle Azubi- und Studenten-Generation kommt mit ganz anderen Ansprüchen auf den Arbeitsmarkt.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Personalabteilungen stehen spätestens seit Corona vor ganz neuen Herausforderungen. Nicht nur, dass der eine oder andere Prozess inzwischen auch virtuell ablaufen kann – ganze Groß-Events für potenzielle Nachwuchskräfte wie jüngst bei der Schwarz-Gruppe finden auf diesem Weg statt. Generell hat sich der Wind gedreht: Statt eines Arbeitsmarktes gibt es nun einen Arbeitgebermarkt. Sprich: Unternehmen müssen sich bei den wenigen jungen Fachkräften bewerben, um ihre freien Stellen besetzen zu können.

Abgezeichnet hat sich das Ganze schon vor den Verwerfungen durch Corona. Nur dank immer besserer Regelungen für Frauen, um Familie und Beruf vereinbaren zu können, gelang es noch einige Jahre, den Arbeitskräftebedarf zu decken. Viel erhofften sich Unternehmen auch von Zuwanderung, doch die ersten zaghaften Kampagnen für eine Art deutsche Green Card verliefen im Sande. Stattdessen wurde das Renteneintrittsalter erhöht, um nicht nur die Rentenversicherung zu schonen, sondern auch erfahrene Berufstätige noch länger in ihrem Betrieb zu halten.

Ohne Sinn ist alles nichts

In den Jahren, in denen sich Deutschland zum Exportweltmeister aufschwung, halfen alle diese Maßnahmen über die sich auftuende Schere hinweg. Denn rein rechnerisch gehen inzwischen jedes Jahr etwa eine Million Menschen in Deutschland in Rente, während jene Jahrgänge, die erstmals ins Berufsleben eintreten, nur noch um die 700.000 Personen stark sind. Das lässt sich auch durch noch so viel Automation kaum auffangen.

So richtig offensichtlich wurde die Lage direkt nach der Wiederöffnung nach Corona: Plötzlich standen Gastronomen und Händler, die monatelang geschlossen hatten, ohne Personal da. Andere Arbeitgeber hatten diese Leute gerne übernommen, um die sich öffnenden Lücken we-

gen ausscheidender Ruheständler zu schließen. Von diesem Schlag haben sich Handel und Gastronomie bis heute nicht erholt. Kürzere Öffnungszeiten, mehr Ruhetage, im Handel sind zudem Selfscan-Kassen weit verbreitet.

Jene, die nun in den Arbeitsmarkt eintreten, machen es den potenziellen Arbeitgebern erst recht nicht einfach. Obwohl ihnen sprichwörtlich rote Teppiche ausgerollt, Karrierechancen, gute Einkommen, Kinderbetreuung versprochen werden, fragen immer mehr Studenten und Schulabgänger zunächst einmal, welchen Sinn ihre Tätigkeit hat. Das berichtet zum Beispiel der Heilbronner DHBW-Professor Thomas Batz. Dabei geht es auch um Nachhaltigkeit und Umweltbe-

wusstsein – Unternehmen, die etwa in der Recyclingbranche oder erneuerbaren Energien tätig sein, fänden viel leichter junge Berufseinsteiger als Firmen der Rüstungsbranche, Schlachtereien oder Hersteller von Dieselmotor-Komponenten. Aber auch in allen anderen Unternehmen forderten die Bewerber einen Sinn ein: Arbeiten bloß um Geld zu verdienen und sich Wohnung und Essen kaufen zu können, das wollen sie nicht mehr. Und sie wissen von klein auf, dass sie selten sind, und stellen diese Ansprüche entsprechend selbstbewusst.

Das kann aber rasch zum Streitpunkt werden, etwa in der Debatte um das Homeoffice. Junge Leute sind ohnehin digital aufgewachsen. Vieles, was die Älteren erst erlernen mussten oder einfach nicht nutzen, angefangen beim Bezahlen mit dem Smartphone, ist für die sogenannte Generation Z selbstverständlich. Dass nun trotzdem immer mehr Unternehmen die Homeoffice-Regelungen zurückfahren, hat für die Heilbronner DHBW-Rektorin Nicole Graf mehrere Gründe: Kreativität entsteht vor allem im Team, erklärt sie. Eine Identifikation mit dem Arbeitgeber kann virtuell kaum entstehen. Und letztendlich kostet es auch etwas, Büroarbeitsplätze vorzuhalten.

Junge Leute sind internationaler. Ihre Eltern haben ihnen Auslandsaufenthalte, Sprachkurse und einiges mehr ermöglicht. Sie sind eher bereit, den Arbeitgeber zu wechseln, auch über Staatsgrenzen hinaus. Auch Workation, das Arbeiten in Metropolen wie Lissabon oder New York rein übers Internet, stößt auf große Sympathien. Und das gilt nicht nur für Akademiker. Flexibilität, Sinn, Digitalisierung: Die Generation Z hat sich ganz andere Maßstäbe gesetzt. Es ist an den Unternehmen, sich darauf einzustellen.

Generationenfrage

Vermutlich war es Florian Illies, der im Jahr 2000 mit seinem Buch „Generation Golf“ die Einteilung der Bevölkerung nach Geburtsjahrgängen populär gemacht hat. Jedenfalls entspricht seine „Generation Golf“ in etwa der Generation X, die die Jahrgänge 1965 bis 1980 umfasst – auch

diese Bezeichnung beruht auf einem (1991 erschienenen) Buch. Die älteren Jahrgänge sind dementsprechend die (Baby-) Boomer, die Jahrgänge 1981 bis 1996 die Generation Y oder Millennials, es folgen die Generation Z (1997 bis 2012) und aktuell die Generation Alpha. *frz*

Geflüchtete sind auch für Firmen eine Chance

In Zeiten des Fachkräftemangels gehen Unternehmen wie EBM-Papst in der Ausbildung ganz neue Wege

Yvan Bogni Tsagni nimmt es sehr genau. Eigentlich soll es der Auszubildende von EBM-Papst für ein Fotomotiv in der Ausbildungswerkstatt nur so aussehen lassen, als würde er am großen Standbohrer etwas erklären. Als aber Sonja Fleischer neben ihm steht, läuft der 22-Jährige erst einmal zu Hochform auf, springt hin und her und gibt sich die größte Mühe, ihr alles genau zu zeigen.

Die Personalchefin des Ventilatorherstellers aus Mulfingen ist begeistert. Weniger, weil sie nun über die grundlegende Bedienung des Bohrers im Bilde ist. Sondern vielmehr, weil der junge Kameruner keine Scheu hat, Deutsch zu sprechen – und das auch noch erstaunlich gut. „Er hat sprachlich einen richtigen

Sprung gemacht“, sagt die Geschäftsführerin Personal der Unternehmensgruppe angetan. Für Fleischer ist es eine Bestätigung, mit der „Ausbildung plus 1“ den richtigen Weg eingeschlagen zu haben.

Um den Bedarf an Fachkräften im ländlichen Raum zu decken, hat der Weltmarktführer seine Ausbildung in einem Pilotprojekt internationaler gemacht und ein Ausbildungsangebot erstellt, das sich besonders an Geflüchtete und Migranten richtet. Durch ein zusätzliches Ausbildungsjahr wird ein verstärkter Fokus auf Sprache gelegt. Montags bis mittwochs sind die künftigen Maschinen- und Anlageführer in der Berufsschule, pauen Deutsch und Mathe. „Donnerstag und Freitag sind sie im Betrieb, beginnen ein bisschen mit der Grundausbildung“, erklärt die technische Ausbildungsleiterin Lea Straub. Im zweiten Jahr beginnt dann die eigentliche Ausbildung.

„Das ist richtig gut für uns Flüchtlinge und Ausländer“, sagt Abdul Basit Sharifi, der zweite von drei internationalen Azubis, die im September bei EBM-Papst angefangen haben. „So können wir die Sprache lernen und uns integrieren.“ Der

19-jährige Afghane und der Kameruner Bogni Tsagni arbeiten gerade an einem Mühlespiel aus Metall, bei dem es darum geht, den Umgang mit Säge, Feile und mit dem Bohrer zu lernen. „Es macht Spaß“, sagt Bogni Tsagni begeistert. Er und sei-



Yvan Bogni Tsagni (links) und Abdul Basit Sharifi sind dankbar für die Chance bei EBM-Papst. Foto: Martin Peter

ne Mitstreiter wissen um die besondere Chance, die ihnen das Programm bietet.

Auch für Unternehmen ist es eine Chance. „Das ist Potenzial, das sonst ungenutzt bliebe“, sagt Personalchefin Sonja Fleischer. Auch deswegen gehört der Weltmarktführer zusammen mit Wittenstein aus Igersheim zu den treibenden Kräften der Umsetzung des Projekts in Baden-Württemberg, wie es das ähnlich schon in Bayern gibt. Schnell waren Berufsschule, Industrie- und Handelskammer sowie die Agentur für Arbeit mit an Bord.

Nach der ersten Idee im März gab es Ende Mai eine Informationsveranstaltung zum Projekt, im September startete bereits die Ausbildung von zwölf Flüchtlingen und Migranten bei sechs Firmen. „Eine solche Geschwindigkeit schafft nur der deutsche Mittelstand“, sagt Fleischer. Für die Personalchefin gehört die „Ausbildung plus 1“ zu einem ihrer Herzensprojekte. Umso mehr nach den Ausführungen von Yvan Bogni Tsagni. „Ihm ging es gar nicht um das Foto, er wollte mir auf Deutsch einfach nur die Bohrmaschine erklären.“ *map*

Aus dem Inhalt

Warum Homeoffice wieder zurückgefahren wird: Interview mit DHBW-Chefin Nicole Graf. **Seite 3**



Die Ausbildungsmesse Karriere Kick des Heilbronner Unternehmens GrowX wird immer größer. **Seite 6**



Hochschulprofessor Meinhard Kuntz spricht über Verpackungsmüll und Recycling. **Seite 11**



Aktive Vergangenheitsbewältigung: Zwei Firmen lassen ihre Rolle in der Nazi-Zeit aufarbeiten. **Seite 20**



Tipp

Landesausbilderpreis

Das Landes-Wirtschaftsministerium lobt zusammen mit Handwerk BW, dem Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertag (BWIHK) sowie dem Landesverband der Freien Berufe Baden-Württemberg (LFB) erstmals den Landesausbilderpreis aus. Er soll Ausbilder würdigen, die sich mit ihrem Engagement in der beruflichen Bildung besonders hervorgetan haben und herausragende Ausbildungsmethoden einsetzen. Eigenbewerbungen sind ebenso möglich wie Nominierungen durch Betriebe, Auszubildende, Eltern oder Berufsschullehrer. Nach einer Nominierung muss die vorgeschlagene Person eine vollständige Bewerbung abgeben. Auch Bewerbungen von Ausbildungsteams sind zulässig. Bewerbungsschluss ist der 31. Januar.

Weitere Informationen:
https://landesausbilderpreis.gut-ausgebildet.de

Biodiversitäts-Fonds

Die LBBW Asset Management hat den Fonds LBBW Biodiversität aufgelegt. Hierbei handelt es sich um den ersten Publikumsfonds in Deutschland, der sich systematisch mit einem eigens entwickelten Modell dem Thema Biodiversität widmet. Der LBBW Biodiversität investiert in globale Aktien und setzt zur Lenkung des Portfolios nicht primär auf Ausschlüsse, sondern auf die Steuerung nach einem Biodiversitätsfaktor. Dieser beruht auf einer Kombination aus Temperaturzielen und den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen, den sogenannten Sustainable Development Goals, kurz SDGs. Mit diesem Ansatz ist der LBBW Biodiversität auch weltweit der erste Fonds, der das Thema Biodiversität auf diese Weise im Portfolio widerspiegelt.

„Damit führen wir unseren Ansatz des nachhaltigen Investierens konsequent fort“, sagt der zuständige Portfoliomanager Heiko Bailer. „Wir stellen eine steigende Nachfrage gerade von institutionellen Investoren nach Anlagelösungen im Bereich Biodiversität fest. Gleichzeitig ist das Angebot an Biodiversitäts-Fonds in Deutschland praktisch noch nicht vorhanden und international gering. Deshalb ist die Zeit reif für den LBBW Biodiversität, der weltweit in Aktien investiert, die mit dem Thema in Zusammenhang stehen.“

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: Heiko Fritze (frz), Jürgen Paul (jüp), Martin Peter (map); 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 technische Herstellung:
Heilbronner Stimme GmbH & Co. KG
Allee 2, 74072 Heilbronn

Druck:
Stimme Druck GmbH & Co. KG
Austraße 50, 74076 Heilbronn

Internet: www.wirtschaftsstimme.de

Seitenwind von Systemair



Boxberg Systemair, Hersteller für Lüftungs- und Klimatechnik aus Boxberg, hat ein außergewöhnliches Projekt mit der Robert Bosch GmbH abgeschlossen: Das Unternehmen lieferte eine imposante Seitenwind-Simulationsanlage für das Testgelände im Bosch-Prüfzentrum Boxberg, in der Nähe des Systemair-Firmensitzes. Dies nahm das Systemair-Team zum Anlass, sich vor Ort mit den Projektbeteiligten auszutauschen

und die Seitenwindanlage im Einsatz zu erleben. Sie wird zur Beurteilung des Seitenwindverhaltens von Fahrzeugen benötigt und für das Testverfahren „Vorbeifahrt an einem Seitenwindgebläse“ angewendet. Auf einer 30 Meter langen Messstrecke stehen 15 Ventilatoren direkt nebeneinander und können verschiedene Seitenwind-Szenarien darstellen, um Seitenwind-Assistenten in Fahrzeugen zu testen. Foto: Systemair

Firmen von A bis Z

Ähdus Technology	8	Gemü	4, 15	R. Stahl	4
Amos	9	W. Gessmann	4	Rauch	4, 5
AOK Heilbronn-Franken	4, 5	Groninger	4, 5	Recaro Aircraft Seating	4
ASB Heilbronn-Franken	4, 5	GrowX	6	Rheinmetall Automotive	4
Audi	4	Härdtner	4, 9	Rommelay	4, 5, 16
Azur Space Solar Power	12	Heizmann	9	Roto Frank	4
Bausch & Ströbel	4, 5	Hep Solar	14	Rüdinger	3, 4
Bausparkasse Schwäbisch Hall	4, 5	Hofmann Menü	4	Sabu	5
BBT-Gruppe	4, 5	Ideal Group	5	Schneider-Gruppe	4
Bechtle	4, 15	IDS Imaging Development Systems	17	Schrade	9
Berner Group	4, 5, 15	Intersport	10	Schubert	4, 16
Beyerdynamic	5, 20	Hermann Jung-Kramer	4	Schunk	4, 5
Bindergroup	4	Kärcher	4	Schwarz-Gruppe	4, 5, 10, 15
Blanc & Fischer Familienholding ..	15, 20	Kaufland	14, 17	Schwarz Digits	10
Bosch	2, 4	Kemmler	20	Schweitzer Chemie	6
Bosch Tiernahrung	4	Klinikum am Weissenhof	4	SculpX Imaging	7
Bott-Gruppe	4	Kramer-Gruppe	4, 5	SLK-Kliniken	4, 5
Brand-Gruppe	4	Kreissparkasse Heilbronn	4, 5	Soyez	9
Bürger Maultaschen	4	Kurtz-Ersa	4, 10	Südwestdeutsche Salzwerte	4, 20
Bürkert	4, 15	Läpple	4	Südzucker	20
Continental	4	Landkreisklinikum Crailsheim	4, 5	Syntegon	4
Daikin Europe	4	Layher	4, 15	Systemair	2
Dastunwir	7	Lebenswerkstatt	4, 5	Tecnaro	16
Deutsche Bahn	4	Leonhard Weiss	4, 5, 6, 15	Thyssen Krupp Automotive	4
Deutsche Post/DHL	4, 10	Lidl	3	Vereinigte Spezialmöbel	4, 5
Diakoneo	4, 5	LTI Metalltechnik	4	Vinolin	7
Dieffenbacher	4, 5	Mabu Metallbau	9	Vion	4
Dryft	16	Magna	4	Voith	4
EBM-Papst	1, 4, 11, 15	Mann & Schröder	4	VR Bank Heilbronn-Schwäbisch Hall	4
Edeka Südwest	4	Marbach	4	Warema	4
EnBW	4	MPDV	13	Weber-Hydraulik	11
Envases Öhringen	4	Optima	4, 5, 12, 16	Weinig	4
Evangelische Heimstiftung	4	Procter & Gamble	4	Winwin	8
Evangelische Stiftung Lichtenstern ...	4, 5	Prezero	17, 19	Wittenstein	1, 4
Förch	4, 5, 9	Pssbl	15	Wolff & Müller	9
Fritz-Gruppe	4			Würth	4, 5, 15
Gastrong	7			Würth Industrie Service	15
				Ziehl-Abegg	4, 15

Investieren geht nicht per „Hex-hex“

Die Blitz-Entscheidungen der Politik sind Gift für die kriselnde deutsche Wirtschaft, meint unser Gastautor.

Gastautor

Von Hans-Andreas Fein



Erst die Streichung der KfW-Förderung für Effizienzhäuser, dann das Verbot von neuen Öl- und Gasheizungen in wenigen Monaten (im Ur-Entwurf des Heizungsgesetzes), die überraschende Streichung der E-Auto-Kaufprämie und dann des Agrardiesel-Zuschusses gar in einer Nachtsitzung. Solche und weitere überraschende Wendungen der Politik haben wir in jüngster Zeit häufiger erleben müs-

sen. Ob in der Sache sinnvoll oder nicht, spontane Regel-Änderungen sind Gift für die wirtschaftliche Entwicklung.

Änderungen mit dem Zauberstab – „Hex-hex“ – gibt es im Märchen. Doch die Welt der Wirtschaft funktioniert anders. Besonders Investitions-Entscheidungen unterliegen längeren Zyklen, und je einschneidender eine Weichenstellung, desto komplexer sind die Entscheidungsprozesse. Die Geschäfts- und Finanzplanung eines Industrie-Betriebs nimmt in der Regel ein Jahr in Anspruch. Denn für die Klärung, ob sich eine Investition trägt, müssen viele Faktoren berücksichtigt werden – erst recht bei Vorhaben, bei denen es um zwei- oder dreistellige Millionenbeträge geht. Realisierung und Nutzungszeit haben dann noch längere Zyklen. Beim Firmenfahrzeug liegt die Nutzung aufgrund des Abschreibungszyklus bei vier Jahren. Für Werkzeugmaschinen oder Roboter wird mit sieben bis zehn Jahren gerechnet, was in der Autoindustrie etwa der Produktionsdauer einer Modell-Generation entspricht. Bei noch größeren Ausrüstungen wie etwa einem Hochregalla-

ger geht man von mindestens 15 Jahren aus. Und komplexe Großanlagen in der Chemie- oder Grundstoffindustrie brauchen noch viel längere Zyklen.

Das liegt in der Natur der Sache. Die Anschaffungskosten sind sehr hoch und der Rückfluss der Mittel, der „Return on Investment“, kommt in kleinen Schritten über viele Jahre. Das lässt sich nicht ändern, nicht mal mit einem Zauberstab. Das ist die Realität im unternehmerischen Handeln. Natürlich passiert es immer mal, dass sich während der Umsetzung Dinge ändern, dafür wird meist auch eine gewisse Risikotoleranz eingerechnet.

In den vergangenen Dekaden konnte Europa von stabilen Verhältnissen profitieren. Das hat sich geändert: Nach einem Jahrzehnt der Marktöffnung und Globalisierung muss die Wirtschaft nun zunehmend Einflüsse eines heraufziehenden Handelskrieges verkraften. Hinzu kommen Folgen von Naturkatastrophen in der Heimat, von Kriegen in Europa und Versorgungspässen. Da kann es einen in Staunen versetzen, dass unsere Regierung eine Reihe von Stellehebeln in ganz

überraschender Weise verändert. Damit wurden die Betriebe inmitten ihrer Transformation „quasi über Nacht“ auch noch mit vermeidbaren, oft willkürlich scheinenden Regel-Änderungen, Verboten und Bürokratie konfrontiert. Das ist absolutes Gift für unternehmerisches Handeln.

Natürlich muss die Politik Weichen stellen und Regeln setzen. Doch dabei sind bitte schön auch die „Naturgesetze der Wirtschaft“ zu beachten – und die übertragen nun mal keine überraschenden Wendungen. Die Wirtschaft braucht klare, langfristig durchdachte Regeln und Vorgaben, wo nötig auch Anreize. Dann aber keine Pirouetten mehr, sondern Stetigkeit, damit sich die wirtschaftliche Kraft entfalten kann, auch wenn sich die Folgen nicht schon bis zum Ende der Legislaturperiode zeigen. „Der Tanker“ wird Fahrt aufnehmen. Und wir alle werden den Nutzen ernten. Klar, das dauert, aber es ist der wirklich nachhaltige Weg.

Dipl. Kfm. Hans-Andreas Fein
Berater und Trainer für Autozulieferer und Maschinenbauer

Editorial

Von Heiko Fritze



Firmen in bewegten Zeiten

Das Jahr 2024 hat gute Chancen, als Krisenjahr in die deutsche Wirtschafts-geschichte einzugehen. Obwohl die Inflation nachgelassen hat, zieht der private Konsum einfach nicht an. Von der Politik gewünschte Veränderungen wie Investitionen in Elektromobilität oder in Heiztechnik auf Basis erneuerbarer Energien entwickeln sich lange nicht so wie gewünscht, wie erhofft und von den beteiligten Unternehmen geplant. Die Folgen sind weit und breit zu beobachten: Kurzarbeit, Stellenabbau, Verlagerungen. Nur ganz wenige profitieren noch davon, dass sie in krisensicheren Segmenten wie Verpackungsmaschinen für die Medizinbranche, Sozialwesen oder Lebensmittel-Einzelhandel aktiv sind.

Das lässt sich in diesem Jahr ein-drucksvoll an unserer Tabelle der größten Arbeitgeber Heilbronn-Frankens ablesen. Krankenhäuser und Pflegeeinrichtungen haben aufgestockt, die Firmen der Automotive-Branche stagnieren, einige haben sogar schon Personal reduziert. Und sämtliche Personaldienstleister sind aus der Liste verschwunden – im Zuge der Sparmaßnahmen wurden ihre Einsätze als erstes gestrichen.

Sichtbarstes Zeichen bei unserer Arbeit an dieser Ausgabe war übrigens, dass viele Unternehmen am liebsten nicht mit uns sprechen, schon gar nicht mit einem Artikel in der Ausgabe erscheinen wollten. Es gebe nichts Positives zu berichten, hieß es mehr oder weniger verklausuliert. Oder anders ausgedrückt: Die Geschäfte laufen schlecht, die Personalplanung steht auf der Bremse oder legt sogar den Rückwärtsgang ein.

Und dennoch: Fachkräftemangel ist weiterhin ein Thema. Kein Wunder, dass wir zahlreiche Anfragen und Angebote erhielten zu unserem kleineren Schwerpunkt Recruiting. Vom Kickerturnier bis nach Afrika reicht die Bandbreite der Möglichkeiten, Personal für sich zu gewinnen. Ganz wichtig dabei, das betonten mehrere Gesprächspartner: Jene jungen Leute, die jetzt den Arbeitsmarkt betreten und neudeutsch als „Generation Z“ bezeichnet werden, kommen mit ganz anderen Ansprüchen. Karriere und Geld gerne, aber ihre Tätigkeit muss auch einen Sinn haben, am besten einen Beitrag für die Allgemeinheit leisten – da tut sich manch ein Personaler schwer, die freie Stelle in der Buchhaltung oder in der Betriebstechnik entsprechend zu verkaufen. Trotz aller Bremsspuren ist die Arbeitslosigkeit in der Region immer noch auf einem niedrigem Niveau. Selbst größere Insolvenzen und Stellenstreichungen führen kaum zu einem deutlichen Anstieg. Schließlich gehen nun die Babyboomer in Rente. Und da lautet die rein demografische Rechnung: Auf zehn Ruheständler folgen nur sieben junge Leute auf den Arbeitsmarkt. Die Debatte darüber, wie diese Lücke verringert werden kann, hat gerade erst begonnen. Trotz Krise.



Die Debatte über das Homeoffice nimmt an Fahrt auf. Professorin Nicole Graf erläutert, was dahinter steckt.

Die Debatte um Homeoffice hat wieder an Fahrt aufgenommen: Immer mehr Unternehmen streben an, die großzügigen Regelungen der Nach-Corona-Zeit rückgängig zu machen. Über die Ursachen und Folgen sprach Heiko Fritze mit Nicole Graf, Professorin und Leiterin der DHBW Heilbronn.

Frau Graf, wie nutzen Sie Homeoffice?
Nicole Graf: Ich nutze Homeoffice so gut wie gar nicht. Ich leite eine Präsenzhochschule mit sehr intensiver Interaktion, nicht nur mit den Studierenden, sondern auch mit Partnern in unserem besonderen Studienmodell, mit vielen externen Dozenten und Firmenvertretern. Wenn ich mal einen Tag im Monat Homeoffice habe, dann am ehesten, wenn wir lange Gremiensitzungen haben mit dem Präsidium, wo alle anderen auch im Homeoffice sind. Da ist es natürlich ein bisschen komfortabler, wenn man acht oder neun Stunden am Tag in der Sitzung ist.

„Über reines Homeoffice lernt man seinen Arbeitgeber gar nicht richtig kennen.“

Wie sieht ansonsten die Regelung an der DHBW Heilbronn aus?
Graf: Als Hochschule haben wir natürlich auch Homeoffice-Möglichkeiten. Die große Diskussion, jetzt die Mitarbeiter wieder zurückzuholen, haben wir in diesem Umfang nicht. Die hatten wir direkt nach Corona, weil wir festgestellt haben, wir können es nicht einer Eigenregulierung überlassen, sondern müssen Regeln schaffen, die eine Orientierung geben. Wir haben uns ziemlich genau angeschaut, welche Funktion eignet sich für eine mobile Arbeit und bei welchen Funktionen müssen die Mitarbeiter vor Ort sein. Inzwischen sind, glaube ich, alle dankbar, dass wir das so geregelt haben.

Was sehen Sie als Vor- und Nachteile?
Graf: Es ist natürlich schon so, dass man im Homeoffice ein bisschen besser das Thema Work-Life-Balance ausüben kann, man natürlich auch nicht die Fahrstrecken hat. Ebenso, dass man Arbeitsphasen mit privaten Bedürfnissen besser in Einklang bringen kann. Die Nachteile sind auch klar: Der Mensch ist ein soziales Lebewesen, soziale Interaktion wird bei Menschen, die voll berufstätig sind, über das berufliche Umfeld mitgeprägt.

Jetzt wollen viele Unternehmen diese Regelungen wieder rückgängig machen. Wie erklären Sie sich das?

„Jetzt schwingt das Pendel ein bisschen zurück“

Graf: Wir haben als DHBW Heilbronn etwa 750 Firmen als Duale Partner und damit einen guten Einblick in die Wirtschaft. Viele Unternehmen auch hier aus der Region haben nach Corona auf eine Selbstregulierung gehofft. Man hat dann aber festgestellt, dass wenig Rücklauf wieder ins Büro kommt. Es kann auch im Homeoffice produktiv gearbeitet werden, aber nicht jeder Menschentypus ist dafür geeignet. Was den wirklichen Unterschied ausmacht, ist das Thema Kreativität, denn Kreativität entsteht im Dialog miteinander. Gerade deswegen haben viele Unternehmen ja auch früher die Raucherecken, heute die Pausenbereiche oder ihre Kantinen so eingerichtet, dass Menschen bewusst animiert werden, miteinander in den Dialog zu treten. Und das Thema Identifikation mit dem Arbeitgeber spielt auch eine Rolle: Wie soll man denn Identifikation entwickeln, wenn man seine gesamte Arbeitszeit zu Hause verbringt? Über reines Homeoffice lernt man ja seinen Arbeitgeber gar nicht richtig kennen. Man hat vielleicht noch nicht mal ein richtiges Onboarding – und wie soll man da den Spirit des Unternehmens spüren, wie soll man da stolz auf das Unternehmen und die Gesamtleistung sein?

Wollen diese Unternehmen wieder zurück ins Gestern?
Graf: Das glaube ich nicht. Die Motivation ist tatsächlich, diese Identifikation und Begeisterung für das Unternehmen zu wecken, das Miteinander zu verstärken. Und ich glaube auch nicht, dass man ins Gestern verfallen wird. Das Gestern war Präsenzarbeit in allen Bereichen. Dafür hat die Welt sich einfach zu sehr verändert und auch die Bedürfnisse der Mitarbeiter sind heute andere. Auch ein Arbeitgeber hat berechnete

Bedürfnisse. Letztendlich wird es sich in einem Ausräumen bewegen. Das Pendel ist in Corona in die eine Richtung geschwungen und ist nach Corona nicht zurückgeschwungen, jetzt schwingt es wieder ein bisschen zurück. Den Weg zurück wird es da nicht geben, es wird in dafür geeigneten Branchen voraussichtlich immer in irgendeinem Mix von Präsenz und mobil sein.

Ist das ein Schritt, der bekannten Namen leichter fällt, weil sie von ihrer Prominenz auf dem Arbeitsmarkt zehren?
Graf: Das größte Problem ist eher die Frage: Wie gelingt es, bei einer Belegschaft, bei der man eine sehr großzügige Regelung hatte, diese wieder verstärkt in Präsenz einzufordern? Bei bestehender Belegschaft ist es aktuell kritischer als bei Mitarbeitern, die man neu einstellt, bei denen man dann über die Flexibilität redet. Klar tun sich die großen Unternehmen durch ihr Employer Branding leichter in der Mitarbeitergewinnung. Ich glaube aber, es führt da gar kein Weg dran vorbei, denn wir stehen im internationalen Wettbewerb und letztendlich geht es momentan darum, wie wir den Standort Deutschland weiterhin attraktiv halten. Das wird sich nicht am Homeoffice entscheiden, sondern es sind viele Faktoren, die von unserer Bürokratie, von den Kostenstrukturen abhängen. Homeoffice ist da nur so ein ganz kleiner Mosaikstein. In Zukunft wird es vielleicht anders aussehen. Und damit verändern sich auch die Macht- und Kraftverhältnisse. Momentan ist die Botschaft: Die Zeiten werden schwieriger. Wir müssen uns alle da gemeinschaftlich anstrengen. Jeder Mitarbeiter hat



Nicole Graf leitet seit 2014 die DHBW Heilbronn. Foto: Archiv/Berger

Zur Person

Nicole Graf ist seit 2014 Rektorin der staatlichen Hochschule DHBW (Duale Hochschule Baden-Württemberg) Heilbronn. Nach dem Studium der Wirtschaftswissenschaften begann ihre Karriere bei Telefunken, das damals zu Daimler-Benz gehörte. Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs war sie dort verantwortlich für die Internationalisierung des Halbleitergeschäfts in Richtung Osten. 2010 wurde Graf mit dem Aufbau des DHBW-Standorts in Heilbronn beauftragt. Zuvor hatte sie seit 2001 eine Professur für International Business und Marketing an der DHBW Mosbach. *red*

ein valides Interesse daran, dass sein Unternehmen erfolgreich ist. Da muss man vielleicht mal so ein bisschen von den eigenen Bequemlichkeiten abrücken.

Wie beurteilen Sie die Folgen des Homeoffice für den Immobiliensektor?
Graf: Ich bin im Aufsichtsrat eines Immobilienunternehmens. Man hat geunkelt nach der Corona-Zeit, dass in Frankfurt ganze Blöcke im Bankenviertel leerstehen und möglicherweise der Flächenbedarf deutlich kleiner werden würde. Wenn die Hälfte der Mitarbeiter im

„Bei IT-affinen Unternehmen funktioniert es gut. Bei Mittelständlern ist es schwieriger.“

Homeoffice ist, bräuchte man dann ja nur noch die Hälfte der Flächen, wenn es denn funktioniert, dass man Desk-Sharing einführt und Abstand nimmt davon, dass jeder seinen eigenen Schreibtisch hat. Bei IT-affinen Unternehmen funktioniert das ganz gut. Bei Mittelständlern ist es deutlich schwieriger, weil das auch ein kulturelles Thema ist. Und das kann ich von uns als Hochschule genauso sagen. Ich glaube, dass das für die junge Generation deutlich selbstverständlicher ist als für diejenigen, die schon 20 oder 30 Jahre im Arbeitsleben sind und bisher eben immer ihr Schreibtischchen haben.

Also Sie können sich schon vorstellen, dass es mittelfristig zu Sharing-Konzepten in Unternehmen kommt?
Graf: Letztlich sind es immer Trends und Wellen, die durch die Arbeitswelt wogen. Früher hatte man Einzelbüros und Zweierbüros, dann kamen in den 90er die Großraumbüros. Dann hat man wieder kleinere Einheiten gebildet. Jetzt ist man bei einem Konzept, wo man unterschiedliche Raumnutzungskonzepte mit dem Thema New Work verbindet, ob Mitarbeiter eher still arbeiten oder eher laut. Eigentlich wäre es im Hinblick auf Kostenstrukturen absolut sinnvoll zu sagen, man arbeitet auf Flächen, die angepasst sind an die Belegschaftsgröße, die tatsächlich vor Ort ist.

Firmen

Nachhaltigkeitspreis

Der Gewinner des 17. Deutschen Nachhaltigkeitspreises Produkte im Bereich „Wertschöpfungskette“ heißt **Lidl** in Deutschland. Die Fachjury würdigt mit der Auszeichnung das Projekt „Living Wage Banana“. Im Zuge des Projektes bietet der Discounter seit 2023 ausschließlich Bananen von Plantagen an, für die er seine anteilige Lohnlücke schließt. Somit hat Lidl sein 2022 gesetztes Ziel erreicht und sichert existenzsichernde Löhne. Davon profitieren nach Unternehmensangaben bereits 10000 Arbeiter auf Plantagen in Kolumbien, Ecuador, Guatemala und der Dominikanischen Republik. Im Sommer hat das Projekt bereits den zweiten Platz bei



Lidl gewinnt den Deutschen Nachhaltigkeitspreis. Foto: privat

den Fairtrade Awards in der Kategorie „Wirtschaft“ erreicht.

Das mit Lieferanten, der globalen Fairtrade-Zertifizierungsgesellschaft FloCERT und der gemeinnützigen Organisation IDH entwickelte Projekt zahlt auf das Fokusthema „Fair Handeln“ der Nachhaltigkeitsstrategie von Lidl in Deutschland ein. Ziel ist, die Bedingungen in den Anbauländern verschiedener Rohstoffe und Produkte zu verbessern. *red*

Rüdinger ausgezeichnet

Die Krautheimer Spedition **Rüdinger** ist mit dem Eco Performance Award ausgezeichnet worden. Der Preis ehrt Unternehmen, die ökologische, wirtschaftliche und soziale Verantwortung mit innovativen Ideen in ihren Geschäftsmodellen vereinen. Er zählt als führende Auszeichnung in der Logistikbranche und hebt nachhaltige Konzepte als entscheidenden Treiber für die Zukunft hervor.

Unterteilt wird bei der Bewertung in die Kategorien Innovation, Start-up, Kleinunternehmen und Großunternehmen. Rüdinger hat den mehrstufigen Bewerbungsprozess mit einem Konzept für den wirtschaftlichen Einsatz von batteriebetriebenen Lastwagen für sich entschieden. Für Roland Rüdinger ist klar: „Bis 2030 fahren wir im Nahverkehr rein elektrisch.“ Mit insgesamt acht batteriebetriebenen Lkw ist der Unternehmer heute schon Teil der Speerspitze in Deutschland. Die Fahrzeuge werden im Nahverkehr eingesetzt. Im nächsten Schritt soll der Sammelgutverkehr weiter elektrifiziert werden.

Ein E-Lkw ist aber im Vergleich zum Dieselmotor 200 Prozent teurer. Hinzu kommt die nötige Ladeinfrastruktur, die ebenfalls mit hohen Kosten verbunden ist. Trotzdem will Rüdinger regionalen Unternehmen die Möglichkeit bieten, ihre Transporte elektrisch abzuwickeln. So können sie die Transporte aus ihrer CO₂-Bilanz streichen. *red*



Roland Rüdinger und Mit-Finalist Benedikt Roßmann. Foto: privat

Firmen

Optima baut

Die **Optima-Gruppe** mit Sitz in Schwäbisch Hall feiert die Erweiterung ihres Standortes am Bodensee, wo Isolatoren für Anlagen für die Pharmaindustrie entwickelt und gebaut werden. Dazu fand vor kurzem der offizielle Spatenstich für den Erweiterungsbau von Optima Pharma Containment in Radolfzell statt. Es entstehen eine Montagehalle mit rund 1700 Quadratmetern sowie ein separates Verwaltungsgebäude in Holzbauweise auf Stützen mit etwa 1300 Quadratmetern. Die geplante Bauzeit beträgt ein Jahr. Der Erweiterungsbau ist vor dem Hintergrund einer in den letzten Jahren deutlich gestiegenen Kun-



So wird der Neubau bei Radolfzell einmal aussehen. Grafik: Optima

dennachfrage und Mitarbeiterzahl notwendig geworden, heißt es. Optima Pharma Containment entwickelt maßgeschneiderte Isolatoren und Reinraumtechnologien für die pharmazeutische Industrie. Gemeinsam mit den Standorten in Schwäbisch Hall und Mornshausen werden Anlagen realisiert, die höchste Anforderungen an Reinheit und Sicherheit erfüllen.

red

Besuch bei Ziehl-Abegg

Der Austausch zwischen Wissenschaft und Industrie stand im Mittelpunkt des Besuchs von KI-Professoren von renommierten Universitäten bei **Ziehl-Abegg**. Der Technologieführer war das einzige Unternehmen, das bei dem Deutschlandbesuch der Gruppe auf dem Programm stand. Initiiert wurde der Besuch durch das Global Technology Forum, das von der Technischen Universität München (TUM) Campus Heilbronn organisiert wurde. Die Veranstaltung brachte Experten von Exzellenzuniversitäten aus Pa-



Auch der schalldichte Messraum wurde besichtigt. Foto: privat

ris, Oxford, Stanford, Zürich, Jerusalem, Waterloo und Singapur nach Heilbronn-Franken.

Im Mittelpunkt stand eine Führung durch das hochmoderne Labor mit dem weltweit größten kombinierten Messraum für Ventilatoren. Achim Kärcher und Johannes Seebach präsentierten den Gästen die technologischen Entwicklungen des Unternehmens. Wolfgang Mayer, Entwicklungsvorstand von Ziehl-Abegg, sagte: „Besonders stolz macht mich, wie erstaunt die Wissenschaftler über die Komplexität eines vermeintlich einfachen Ventilators waren.“

Der Dialog zwischen den KI-Experten und dem Unternehmen bot Einblicke in die praktischen Herausforderungen und Anwendungsmöglichkeiten von künstlicher Intelligenz in der Luft-, Regel- und Antriebstechnik. „Die Wissenschaftler waren sehr offen und haben bereitwillig über ihre Forschung erzählt“, berichtete Mayer. „Solche Begegnungen stärken nicht nur unsere Innovationskraft, sondern auch die Verbindung zwischen Wissenschaft und Industrie.“

red

Die größten Arbeitgeber 2024

Unternehmen	Mitarbeiter in der Region*	Personal Tendenz	Branche	Ort	Umsatz weltweit letztes Geschäftsjahr	Bemerkungen
1. Schwarz-Gruppe	22 346 (21 522)	↗	Lebensmitteleinzelhandel	Neckarsulm	167,2 Mrd. €	
2. Audi	15 464 (15 505)	↔	Fahrzeugbau	Neckarsulm	69,9 Mrd. €	Stand 31.12.2023
3. Würth-Gruppe	14 020 (13 881)	↔	Handel: Befestigungstechnik	Künzelsau	20,4 Mrd. €	
4. Bosch	6100 (6200)	↘	Autozulieferer	Abstatt	91,6 Mrd. €	Stellenabbau angekündigt
5. SLK-Kliniken	5534 (5442)	↔	Gesundheit	Heilbronn	510 Mio. €	
6. EBM-Papst	3580 (3715)	↔	Motoren und Ventilatoren	Mulfingen	2,41 Mrd. €	
7. Leonhard Weiss	3531 (3194)	↗	Hoch- und Tiefbau	Satteldorf	2,3 Mrd. €	Bauleistung
8. Bausparkasse Schwäbisch Hall	3461 (3180)	↔	Bausparkasse	Schwäbisch Hall	84,4 Mrd. €	Bilanzsumme
9. Diakoneo	3396 (3369)	↔	Gesundheit	Schwäbisch Hall	641,6 Mio. €	
10. BBT-Gruppe	3030 (2698)	↔	Gesundheit	Bad Mergentheim	1,29 Mrd. €	mit Hohenloher Krankenhaus
11. Ziehl-Abegg	2768 (2800)	↔	Motoren und Ventilatoren	Künzelsau	955 Mio. €	
12. Bechtle	2703 (2624)	↔	IT-Dienstleistungen	Neckarsulm	6,42 Mrd. €	
13. Kramer-Gruppe	2538 (2540)	↔	Gebäudereinigung	Heilbronn, Öhringen	k. A.	FTE: 1180 Mitarbeiter
14. Optima-Gruppe	2280 (2100)	↗	Maschinenbau	Schwäbisch Hall	620 Mio. €	
15. Bausch + Ströbel	2227 (2232)	↔	Maschinenbau	Ilshofen	440 Mio. €	
16. Deutsche Post/DHL	2190 (2202)	↔	Post, Logistik	Heilbronn	81,8 Mrd. €	
17. Magna	2151 (2232)	↘	Automobilzulieferer	HN, Assamst. , U'gruppenbach	42,8 Mrd. \$	(davon 1697 Getrag)
18. Bürkert	2086 (2069)	↔	Ventiltechnik	Ingelfingen	710 Mio. €	
19. Lebenswerkstatt	1985 (1992)	↔	Sozialdienst	Heilbronn	51,4 Mio. €	
20. Klinikum am Weissenhof	1852 (1687)	↔	Gesundheit	Weinsberg	161 Mio. €	
21. Schunk	1810 (1802)	↔	Maschinenbau, Automation	Lauffen	580 Mio. €	
22. EnBW	1802 (1844)	↔	Energie	Heilbronn	44,4 Mrd. €	Verkauf Zeag-Sparte
23. ASB Heilbronn-Franken	1721 (1648)	↗	Rettungs- und Sozialdienst	Heilbronn	79 Mio. €	
24. Rommelag-Gruppe	1715 (1563)	↗	Maschinenbau	Sulzbach-Laufen	k. A.	
25. Kreissparkasse Heilbronn	1653 (1613)	↗	Sparkasse	Heilbronn	13,37 Mrd. €	Bilanzsumme
26. Wittenstein	1613 (1650)	↔	Maschinenbau	Igersheim	498 Mio. €	
27. Kärcher	1600 (1618)	↔	Reinigungsgeräte	Obersontheim, Bühlertann	3,29 Mrd. €	
28. Evangelische Heimstiftung	1597 (1577)	↔	Pflege	Region	530 Mio. €	
29. Vereinigte Spezialmöbel	1572 (1558)	↔	Möbel	Tauberbischofsheim	336,6 Mio. €	
30. Rheinmetall Automotive	1560 (1996)	↗	Automobilzulieferer	Neckarsulm	7,18 Mrd. €	inkl. KS Huayu Alutech
31. Gemü	1498 (1400)	↔	Ventiltechnik	Ingelfingen	580 Mio. €	
32. Layher	1400 (1400)	↘	Gerüste	Güglingen	k. A.	
33. Recaro Aircraft Seating	1336 (1232)	↔	Flugzeugsitze	Schwäbisch Hall	510 Mio. €	
34. Schubert	1325 (1207)	↔	Maschinenbau	Crailsheim	400 Mio. €	Gesamtleistung
35. Syntegon	1200 (1150)	↔	Maschinenbau	Crailsheim	1,5 Mrd. €	
36. Groninger	1187 (1094)	↔	Maschinenbau	Crailsheim	290 Mio. €	Gesamtleistung
37. Läpple-Gruppe	1151 (1279)	↔	Automobilzulieferer	Heilbronn	450 Mio. €	Verkauf Fibro Weinsberg
38. Voith	1100 (1019)	↔	Maschinenbau	Crailsheim	5,5 Mrd. €	
Procter & Gamble	1100 (1077)	↔	Damenhygiene	Crailsheim	84 Mrd. \$	Mitarbeiter geschätzt
40. Deutsche Bahn	1090 (1100)	↘	Verkehr, Logistik	Heilbronn, Ilsfeld	45,2 Mrd. €	Verkauf Schenker geplant
41. Hermann Jung-Kramer	1085 (1165)	↔	Nahrungsmittel	Jagsthausen, Möckmühl	142,6 Mio. €	
42. Förch	1069 (1017)	↔	Hdl. Befestigungstechnik	Neuenstadt	582 Mio. €	
43. Continental	1050 (1100)	↔	Folien, Kunstleder	Weißbach	41,4 Mrd. €	(inkl. Azubis, DH-Studenten)
44. R. Stahl	999 (946)	↔	Explosionsschutz	Waldenburg	330,6 Mio. €	
45. Weinig	930 (882)	↔	Maschinenbau	Tauberbischofsheim	k. A.	Gewerkschaftsangabe
46. Bürger Maultaschen	922 (903)	↔	Nahrungsmittel	Crailsheim	289 Mio. €	
47. Bosch Tiernahrung	911 (876)	↗	Tiernahrung	Blaufelden	344 Mio. €	
48. Rauch	880 (900)	↘	Möbel	Freudenberg	294 Mio. €	Gewerkschaftsangabe
49. Mann & Schröder	862 (810)	↔	Körperpflege	Siegelsbach	199,2 Mio. €	
50. Dieffenbacher	852 (844)	↔	Maschinenbau	Eppingen	504 Mio. €	
51. Südwestdeutsche Salzwerte	850 (820)	↔	Bergbau	Heilbronn, Bad Fr'hall	338 Mio. €	
52. Hårdtner	817 (836)	↔	Bäckerei	Neckarsulm	72,6 Mio. €	
53. Franz Binder	806 (969)	↔	Steckverbinder	Neckarsulm	k. A.	
54. Roto Frank	800 (800)	↔	Dachfenster	Bad Mergentheim	885 Mio. €	
Evangelische Stiftung Lichtenstern	800 (750)	↔	Sozialdienst	Löwenstein	k. A.	
56. AOK Heilbronn-Franken	798 (756)	↔	Krankenkasse	Heilbronn	k. A.	
57. Thyssen-Krupp Automotive	765 (930)	↘	Automobilzulieferer	Heilbronn	7,9 Mrd. €	Umsatz TK Automotive
58. Edeka Südwest	755 (800)	↔	Lebensmitteleinzelhandel	Ellhofen	10,4 Mrd. €	Logistik, C+C-Markt
59. Brand-Gruppe	745 (785)	↔	Laborgläser	Wertheim	160 Mio. €	
60. Berner Group	742 (808)	↔	Hdl. Befestigungstechnik	Künzelsau	1,15 Mrd. €	
61. Landkreisklinikum Crailsheim	733 (665)	↔	Gesundheit	Crailsheim	53,2 Mio. €	
62. Hofmann Menü	722 (638)	↔	Nahrungsmittel	Boxberg	k. A.	
63. Bott-Gruppe	715 (663)	↔	Fahrzeugausrüstung	Gaildorf	222 Mio. €	inkl. Elabo
64. Warema	710 (745)	↔	Markisen	Wertheim	753 Mio. €	
65. Daikin Europe	700 (678)	↘	Heiztechnik	Güglingen, Leingarten	4,40 Bio. Yen	Gewerkschaftsangabe
66. Envases Öhringen	680 (634)	↔	Verpackungen	Öhringen	k. A.	ehem. Huber Packaging
67. Fritz-Gruppe	671 (637)	↔	Logistik	Heilbronn	k. A.	
68. Marbach	658 (636)	↔	Stanzformtechnik	Heilbronn	k. A.	
69. LTI Metalltechnik	650 (700)	↔	Metallteile/Blechbearb.	Schöntal	125 Mio. €	
70. W. Gessmann	620 (596)	↔	Schaltgeräte	Leingarten	103,1 Mio. €	NEU
71. VR Bank Heilbronn Schwäbisch Hall	615 (661)	↔	Bank	Heilbronn, Schwäbisch Hall	5,04 Mrd. €	Bilanzsumme
72. Vion	615	↔	Schlachthof	Crailsheim	5,5 Mrd. €	NEU
73. Schneider-Gruppe	610 (610)	↔	Schreibwaren	Heilbronn	125 Mio. €	
74. Rüdinger	599 (616)	↔	Logistik	Krauthaim	85 Mio. €	inkl. Osterburken
75. Kurtz-Ersa	597 (585)	↔	Maschinenbau	Wertheim	340 Mio. €	NEU

* Vorjahreswerte in Klammern HST-Grafik

Unter den größten Arbeitgeberern haben fast nur noch Kliniken und Sozialdienste Personal aufgebaut.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Natürlich die Schwarz-Gruppe: Wie fast jedes Jahr seit Beginn unserer Datenerfassung hat der Neckarsulmer Handelsriebe auch im vergangenen Jahr mit seinen Unternehmen Lidl, Kaufland, Prezero, Schwarz Digits und den Zentralen Diensten das meiste Personal unter allen großen Arbeitgeberern Heilbronn-Frankens aufgebaut. Mit insgesamt 914 mehr Männern und Frauen fiel das Plus allerdings ein bisschen schwächer aus als in den Vorjahren. Und dieses nachlassende Tempo zieht sich durch viele Branchen und Unternehmen der Region.

Was die Dynamik angeht, spielt die Musik dieses Jahr ohnehin in einer anderen Branche: Im Sozialwesen, in dem Kliniken, Pflegedienste und andere soziale Träger zusammengefasst sind, gab es fast durchgehend Stellenaufbau. Am stärksten bei der BBT-Gruppe, die hinter dem Bauriesen Leonhard Weiss sogar das drittgrößte Plus für unsere Region vermeldet, aber auch die SLK-Kliniken, das Diakoneo, das Klinikum Crailsheim, der ASB, die AOK, die Stiftung Lichtenstern und die Evangelische Heimstiftung beschäftigen mehr Personal.

Einzig die Lebenswerkstatt meldete keinen Beschäftigungsaufbau – und dies verweist auf den zweiten, bedenklicheren Trend dieses Jahres: In der unternehmensnahen Dienstleistungsbranche hat der Stellenabbau angesichts der anhalten-



Foto: dpa

Boombranche Gesundheit

den Wirtschaftsflaute schon längst Einzug gehalten. Kein einziger Personaldienstleister schafft es mehr unter die 75 größten Arbeitgeber der Region, auch die Ideal Group als Versand-Dienstleister ist rausgefallen. Und die Lebenswerkstatt, größte Behindertenwerkstätte der Region, meldet Stagnation, ebenso der Gebäudereiniger Kramer.

Viele andere Firmen, auch einige, die in den vergangenen Jahren stets gut gewachsen sind, haben ebenfalls mit Neueinstellungen gezögert. Zum Beispiel Bausch & Ströbel, nachdem die große Nachfrage nach Impfstoff-Abfüllanlagen erst einmal nachgelassen hat. Oder der Greiftechnik- und Automationsspezialist Schunk, der Schulmöbel-Lieferant VS oder der Anlagenbauer Dieffenbacher in Eppingen.

Insolvenzen und Schließungen haben dafür gesorgt, dass weitere langjährige Firmen unserer Liste nicht mehr dabei sind: Iwis Mechatronics und Illig strichen im Zuge wirtschaftlicher Turbulenzen Personal zusammen. Das Heilbronner Joghurtwerk wird 2026 stillgelegt. Und aus Gewerkschaftskreisen ist zu hören, dass in einigen weiteren Betrieben „schwierige Verhandlungen“ laufen. Bei den Möbelwerken Rauch in Freudenberg, ganz am nördlichen Ende des IHK-Bezirks, wurde erst vor wenigen Wochen weiterer Stellenabbau am Stammsitz angekündigt, nachdem bereits im Frühjahr das Aus für ein Werk in Rheinland-Pfalz verkündet wurde. Massiv war auch der Stellenabbau bei Beyerdynamic.

Unter den produzierenden Unternehmen scheint es aktuell nur den Ma-

schinenbauern gut zu gehen: Rommelag, Optima, Groninger und Schuler zählen zu jenen Unternehmen, die mit am stärksten aufgestockt haben. Uneinheitlich ist das Bild bei den Handwerkszulieferern: Der Fahrzeugausstatter Bott meldet mehr Personal, auch die Künzelsauer Würth-Gruppe und Förch in Neuenstadt haben noch einmal leicht aufgestockt, während ihr Wettbewerber Berner einen Rückgang meldet.

In der Finanzbranche profitierten nur die ganz Großen: Die Kreissparkasse Heilbronn und die Bausparkasse Schwäbisch Hall sind nochmals gewachsen und melden ausdrücklich eine weiter steigende Tendenz. Die kleineren Sparkassen und Volksbanken der Region haben hingegen trotz Fusionen in den vergangenen Jahren stetig weniger Personal.

Firmen

Treffen junger Händler

Mit dem Thema Personalrekrutierung befasste sich der „Kreis Junger Unternehmer“ (KJU) der Sabu Schuh & Marketing GmbH in den Räumlichkeiten der Sabu-Zentrale in Heilbronn. Der Workshop mit Constantin Bachfischer, Berater und Coach, und der Vortrag von Carola Weinmann, Leitung Human Relations bei Sabu, beleuchteten das Thema der Personalansprache aus gleich zwei Perspektiven. 15 Jungunternehmer aus Deutschland und der Schweiz nutzten die Veranstaltung für den überregionalen Austausch mit Gleichgesinnten.

Zu „Stellenbeschreibung und Bewerbungsgespräch“ unternahmen die Junghändler einen Streifzug durch alle wichtigen Facetten von Stellenausschreibungen, Bewerbungsgesprächen und wertschätzender Kommunikation mit Mitarbeitern, etwa im Rahmen von Feedbackgesprächen. Weitere Potenziale zeigte Carola Weinmann auf. Sie lud die Teilnehmer zum Perspektivwechsel ein. Zentral dabei auch die Frage: Wie kann ein Arbeitgeber überzeugen und welcher Eindruck entsteht über den gesamten Prozess der Personalansprache? Ein besonderes Augenmerk legte die HR-Expertin auf professionelle Lösungen im Hier und Jetzt, die bereits durch kleine Anpassungen positivere Assoziationen bei Bewerbern erzielen.

„Unser Kreis Junger Unternehmer hat sich als starkes Netzwerk für Nachwuchsunternehmer etabliert“, meinte Sabu-Geschäftsführer Stephan Krug. Er rief den KJU im Jahr 2017 ins Leben. red

ANZEIGE

Antriebsmotor für die Wirtschaft

Würth Elektronik auf der Heilbronner Slush'D 2024

Die Würth Elektronik eiSos Gruppe, Hersteller elektronischer und elektromechanischer Bauelemente, hat sich auf der Slush'D in Heilbronn als Technologieförderer positioniert. Das Festival ist seit 2022 ein beliebter Treffpunkt für Gründer, Start-ups, mittelständische Unternehmen, Forscher und Investoren.

Start-up-Förderung

In einem intensiven Panel Talk diskutierte Alexander Gerfer, CTO bei Würth Elektronik eiSos, über das Thema Start-up-Förderung: Hindernisse auf dem Weg von der Idee zum Produkt aus dem Weg zu räumen, wurde dabei als besonders wichtig erachtet.

Anschließend stellten sich die teilnehmenden Unternehmen in einem Reverse Pitch als Kooperationspartner für Neugründerinnen und Neugründer vor. Dabei identifizierte Gerfer wichtige Aspekte der Start-up-Förderung: Zum Beispiel geht es darum, schon beim Prototyp darauf zu achten, dass dieser auch in Serie produziert werden kann. Das bedeutet, das Produkt unter Aspekten der Verfügbarkeit und Produzierbarkeit von Sonderbauteilen kritisch zu betrachten und im Produktdesign die Lebensdauer sowie die Recycling- und Reuse-Fähigkeit mitzuberücksichtigen.

Netzwerk

Der zweite wichtige Aspekt ist die Eröffnung eines Netzwerks von Ingenieuren und möglichen Fertigungspartnern im Kundenkreis von Würth Elektronik. So können die kleinen, aber doch im Detail zeittressenden Probleme mit Schwarmintelligenz gelöst und für die Applikation geeignete Fertigungspartner empfohlen werden. Der dritte Aspekt, und besonders wichtig für die Suche nach Investoren, ist die Erhöhung der Glaubwürdigkeit durch eine solche Kooperation mit Würth Elektronik.

„Für uns ist die Slush'D genau das richtige Umfeld, um unsere Hardware-Start-up-Förderung zu präsentieren“, bestätigt Gerfer. „Wir sind permanent auf der Suche nach neuen Ideen. Wir helfen Gründern dabei, markt- und serienreife Produkte zu entwickeln – dabei steht für uns der ökologische und gesellschaftliche Nutzen im Vordergrund: Electronics for positive Impact. Was wir leisten und was wir fördern, konnten wir auf der Slush'D eindrücklich vorstellen und waren positiv überrascht über interessante Rückmeldungen und viele neue Kontakte, die wir konsequent weiterverfolgen.“ anz



CTO Alexander Gerfer (2. v. l.) beim Reverse Pitch: Würth Elektronik präsentierte sich als erfahrener und kompetenter Start-up-Förderer. Foto: Würth Elektronik

WÜRTH ELEKTRONIK MORE THAN YOU EXPECT

VON WALDENBURG IN DIE WEITE WELT



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

www.we-online.com



Köpfe

In die Leitung berufen

Zum 1. Oktober wurden Dr. **Marie-Louise Morkos** und **Johannes Puy** in die Geschäftsführung des Freiburger Unternehmens Schweitzer Chemie berufen. Sie ergänzen die bestehende Geschäftsführung um Bernd Schweitzer und Wolfgang Eggerl, die sich schrittweise von den operativen Aufgaben zurückziehen wollen. Die Geschäftsleitung komplettieren dann künftig Carolyn Schweitzer, Eleonora Porta



Marie-Louise Morkos und Johannes Puy. Foto: privat

Anushree Ehrh und Thies Elsner. Gegründet wurde das Unternehmen 2001, es hat sich auf industrielle Wasseraufbereitung und Wasserbehandlung spezialisiert. Seit verganginem Jahr gehört es zur Enviro Water Group. *red*

Deutscher Meister

Bei den 73. Deutschen Meisterschaften im Bauhandwerk hat **Fabian Redetzki** vom Bauunternehmen Leonhard Weiss den 1. Platz bei den Beton- und Stahlbetonbauern belegt. 2021 begann der heute 21-Jährige aus Mittelfranken seine Ausbildung am Öhringer Standort. 2024 qualifizierte er sich für die baden-württembergischen Landesmeisterschaften, bei denen er sich den 1. Platz und damit das Ticket für die Deutsche Meisterschaft sicherte. Dort traten im November mehr als 60 junge Handwerker aus allen Bundesländern in den Disziplinen Beton- und Stahlbetonbau, Estrichlegen, Fliesen-, Platten- und Mosaiklegen, Maurerarbeiten, Straßenbau, Stuckateurarbeiten, Zimmerei sowie Wärme-, Kälte- und Schallschutzisolierung an.

Die Wettbewerbsteilnehmer im Beton- und Stahlbetonbau mussten eine Schalung aus sogenannten Peri Duo Elementen herstellen und eine abgeschaltete Rundung aus Holz einbauen. Dann folgten ein Rohreinbau sowie die Integration einer Trapezecke und einer Trichterschulung aus Holz. Der letzte Teil umfasste den Zusammenbau eines Bewehrungskorbs nach Plan. Fabian Redetzki's Ergebnis: 91,8 von 100 mög-



Fabian Redetzki ist deutscher Meister. Foto: privat

lichen Punkten. Nächstes Jahr wird er nun im dänischen Herning bei den Euroskills, der Europäischen Meisterschaft im Handwerk, für Deutschland antreten.

In seiner Laufbahn bei Leonhard Weiss geht er noch einen Schritt weiter und ist Teil einer neuen Ausbildungskombination des Unternehmens: Er nimmt am sogenannten Polier Plus-Programm teil. Innerhalb von 5,5 bis sechs Jahren hat er damit nicht nur die Ausbildung als Beton- und Stahlbetonbauer in der Tasche, sondern knüpft die Ausbildung zum Polier daran an. Ein Laufbahnmodell, mit dem Leonhard Weiss schon den jüngsten Mitarbeitern alle Karriere-Möglichkeiten eröffnen möchte. *red*



Der Karriere Kick wächst: 2025 werden Gewinner und sein Team (links) 70 Messen ausrichten, bei denen Schüler mit Chefs kicken. Fotos: GrowX (2)/Fritze



Blockaden am Kickertisch lösen

Die Ausbildungsmesse Karriere Kick des Heilbronner Unternehmens GrowX wird jedes Jahr größer und größer.

Von unserem Redakteur Martin Peter

Als Unternehmer ist Alexander Wonner viel auf Achse. Der Karriere Kick hat dem Gründer und Geschäftsführer der Unternehmensberatung GrowX in Heilbronn einige tausend Kilometer mehr ins Fahrtenbuch geschrieben. Beinahe im Wochenrhythmus findet die innovative, dezentral angelegte Ausbildungsmesse inzwischen im gesamten Bundesgebiet statt. 40 Veranstaltungen waren es 2024. „Und ich bin jedes Mal dabei“, sagt Alexander Wonner.

Ob er diese Schlagzahl halten kann, scheint angesichts des Erfolgs der Messe, bei der Schüler und Firmenchefs am Tischkicker ein Team bilden und danach gelöster über Praktikum oder Ausbildung sprechen, fraglich. Nächstes Jahr werden es bereits 70 Karriere-Kick-Veranstaltungen sein. „Und wir überschreiten zum ersten Mal Grenzen: Wir sind dann in Wien“, sagt Alexander Wonner, dem auch eine Anfrage aus der Schweiz vorliegt.

Wie groß der Karriere Kick einmal werden würde, hat auch der Sales-Experte nicht geahnt. „Wir haben ganz klein angefangen“, erinnert er an die erste Messe dieser Art in Nürnberg. Das war vor Corona, die Zwangspause nutzten die

Veranstalter, um eine dazugehörige App zu entwickeln und nach der Pandemie endgültig durchzustarten. Anfänglich war GrowX in erster Linie Vertriebspartner des Karriere Kick. Die Idee selbst stammt von der Berliner Kivent GmbH um Geschäftsführer Johannes Kirsch, den mehrfachen deutschen Meister im Tischfußball, der in Zeiten des Fachkräftemangels Unternehmen auf der einen Seite und junge, motivierte Nachwuchskräfte auf der anderen zusammenbringen wollte. Vertrieb und Marketing jedoch waren nicht die Sache von Kivent. Wohl aber von GrowX.

Inzwischen haben die Marketing-Experten aus Heilbronn die spezielle Variante des Recruiting als Veranstalter komplett übernommen und wachsen damit kontinuierlich. Als Gegenentwurf zu klassischen Messen, die sich aus Sicht von Alexander Wonner eher auf Hochschulabsolventen und Abiturienten konzentrieren. Und bei denen Hallen und Stände der Unternehmen immer größer werden. „Dabei gehen kleinere Mittelständler und Handwerker unter“, sagt er. Ein anderes Problem: Richtige Gespräche zwischen Unternehmer und Schüler finden nicht statt, die jungen Leute gingen in Gruppen durch die Halle und griffen Giveaways ab. „Durch das Tischkicken lösen wir die klassische Grüppchenbildung auf“, erklärt Wonner. Unternehmer und Schüler spielen Seite an Seite, lernen sich auf ei-

ner anderen Ebene kennen, Duzen sich. Blockaden werden aufgebrochen.

Daraus ergeben sich leichter vertiefende Gespräche, die dann auch am Messestand stattfinden. Das Besondere an den Ständen beim Karriere Kick: alle sind gleich. „Der von Lidl ist nicht größer als der vom Friseursalon.“ Punkten durch Authentizität statt durch Pomp. Die App hilft im Vorfeld beim Match-Making – der Zusammenführung. Die Unternehmen stellen sich mit den zu besetzenden Stellen vor, Schüler können sich informieren, Firmen als Favorit markieren, gleich Gesprächstermine vereinbaren oder sich direkt bewerben. Die Verbindung von digitaler Ebene mit einer physisch-spielerischen Messe kommt an. Zumal der Karriere Kick mit professionellem Fotoshooting und einem Bewerbungsmappen-

Check Kriterien für einen Berufsinformationstag für Schulen erfüllt. Ein Vorteil der App aus Sicht der Lehrer: „Sie können nachvollziehen, wer auch wirklich da war“, sagt Alexander Wonner.

Check Kriterien für einen Berufsinformationstag für Schulen erfüllt. Ein Vorteil der App aus Sicht der Lehrer: „Sie können nachvollziehen, wer auch wirklich da war“, sagt Alexander Wonner.

Messen aber, sagt Alexander Wonner, werden trotzdem bleiben. Erst recht der Karriere Kick. Im Jahr 2026 wollen die Veranstalter das Modell der Zukunft sind. „Wir haben da schon was Neues in der Schublade“, sagt der Unternehmer. Den Job-Dealer. Eine KI-basierte App, bei der Firmen und potenzielle Bewerber wie bei Dating-Apps matchen. „Ohne auf Messen gehen zu müssen.“ Gleichwohl müssten Unternehmen viel stärker in die Schulen gehen, findet Wonner.

Vielleicht auch vor diesem Hintergrund ist sich der GrowX-Gründer nicht sicher, ob Messen – egal wie modern – beim Recruiting das Modell der Zukunft sind. „Wir haben da schon was Neues in der Schublade“, sagt der Unternehmer. Den Job-Dealer. Eine KI-basierte App, bei der Firmen und potenzielle Bewerber wie bei Dating-Apps matchen. „Ohne auf Messen gehen zu müssen.“ Gleichwohl müssten Unternehmen viel stärker in die Schulen gehen, findet Wonner.



Noch ist Alexander Wonner bei jedem Karriere Kick bundesweit vor Ort.

5 Fragen an... Frank Meckes

Seit Frühjahr leitet Frank Meckes die Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG) in Heilbronn. Die Nahrungsmittelbranche sorgt für reichlich Abwechslung – nicht nur, was die Produkte angeht.

1 *Fleisch, Milch, Spätzle, Toast oder Tütensuppe – welches Produkt von einem regionalen Lebensmittelhersteller essen Sie am liebsten? Oder haben Sie ganz andere Vorlieben?*

Frank Meckes: Ich bin tatsächlich ein überzeugter Genießer unserer regionalen Anbieter und dazu noch leidenschaftlicher Hobbykoch. Daher schätze ich ein gutes Stück Fleisch am liebsten aus unserer Region. Wir haben immer noch sehr gute Betriebe des Fleischerhandwerks im Stadt- und Landkreis Heilbronn, dort gehe ich bevorzugt einkaufen. Gekaufte Spätzle oder Maultaschen aus unserer Region schmecken mir aber ohne Tarifierträge überhaupt nicht und finden daher keinen Platz auf unserer Speisekarte.

2 *Und wie sieht es mit Getränken aus – Mineralwasser, Bier oder Wein?*

Meckes: Das kommt auf den Moment und die Stimmungslage an, und nichts ist meiner Meinung nach schlimmer als zur richtigen Zeit das falsche Getränk. Im Sommer trinke ich zum Beispiel lieber einen halbtrockenen Weißwein, generell bin ich aber eher ein Fan von trockenen Rotweinen mit kräftigen Aromen. Beim Bier am liebsten ein frisch gezapftes. Bei Mineralwasser habe ich keinen klaren Favoriten, aber für mich muss Wasser immer sprudeln.

3 *Gegessen und getrunken wird immer, oder? Wie geht es Ihren Branchen gerade?*

Meckes: Meiner Einschätzung nach werden wir einen verstärkten Verdrängungswettbewerb in den kommenden Jahren feststellen. Wir leben in einer Zeit mit einem Überangebot verschiedener Produkte, und Wachstum für Unternehmen findet häufig nur noch durch Übernahmen branchengleicher Betriebe

statt. Anschließend wird das Produktportfolio integriert, der Markt um einen Mitbewerber bereinigt und die Marktmacht ausgebaut. Genau das erleben wir gerade bei der Molkerei Landliebe mit der Schließung der Standorte in Köln, Heilbronn und Schefflenz.

4 *Sie betreuen ja auch die Gastronomie. Was halten Sie von der Döner-Obergrenze?*

Meckes: Aus meinen Augen völliger Quatsch und ich stelle mir ernsthaft die Frage, um was es den Antragstellern wirklich gegangen ist, außer um auf sich aufmerksam zu machen. Die Nachfrage wird mittelfristig auch bei diesem Angebot den Ausschlag geben.

5 *Generell – wo läuft es in der Gastronomie noch? Und wo nicht? Und liegt das alles an der erhöhten Mehrwertsteuer?*

Meckes: Nein, die Mehrwertsteuerde-

batte ist eine Scheindiskussion, die tatsächlichen Probleme der Branche werden dadurch nicht gelöst. Ein Problem, vor dem die Unternehmer stehen, sind die zum Teil völlig überzogenen Pachtzahlungen, die sie leisten müssen. Auch unattraktive, veraltete gastronomische Konzepte tragen nicht zu einer erhöhten Kundennachfrage bei. Persönlich stelle ich selbst fest, dass Betriebe, die dem Gast gute Qualität in Verbindung mit dem entsprechendem Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten, erfolgreich sind.

Die Fragen stellte Heiko Fritze



Frank Meckes leitet die Gewerkschaft NGG in der Region. Foto: privat



Sie wissen, dass sie wenige sind

Warum sich der Markt gedreht hat und was junge Leute bewegt: DHBW-Professor Thomas Batz berichtet.

Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Allen Unkenrufen zum Trotz: Auf die sogenannte Generation Z lässt Thomas Batz nichts kommen. „Sie wollen ebenfalls Geld verdienen und Karriere machen“, sagt der Professor und Studiengangsleiter Human Resources an der DHBW Heilbronn. Allerdings gebe es einen Unterschied: „Sie brauchen einen Sinn in ihrer Tätigkeit.“

Der Heilbronner Professor erlebt dies täglich an seinen Studenten. Er nennt dies „purpose“ und macht deutlich: Ein Unternehmen, das einem Bewerber nicht vermitteln kann, dass er mit seiner Tätigkeit an einer wichtigen Aufgabe mitwirkt und in der Firma eine bedeutende Rolle spielen wird, hat künftig keine Chancen mehr. Das reicht von der generellen Fokussierung der Firma, etwa auf Recycling oder erneuerbare Energien bis zur eigentlichen Tätigkeit, und sei es im Lager oder in der Buchhaltung: Die jungen Leute brauchen das Gefühl, dass sie nicht bloß eine Nummer sind, sondern vom Arbeitgeber ernst genommen, mit offenen Armen empfangen und rücksichtsvoll behandelt werden. Sie suchten aber auch nach Unternehmen, die ihrer Lebenseinstellung und persönlichen Überzeugung entsprechen. „Da gibt es Firmen, die finden junge Leute echt klasse.“

Das war noch vor wenigen Jahren anders. Batz, der selbst erst 2012 in die Lehre wechselte, erinnert sich an seine Anfänge in der freien Wirtschaft: „Ich

war damals ein Bewerber unter vielen. Man konnte froh sein, überhaupt etwas bekommen zu haben, und nahm dafür auch gewisse Nachteile in Kauf.“ Überstunden etwa, weite Anreisen, schlechtes Kantinenessen. Heute duldeten Bewerber das nicht mehr. Aus einem einfachen Grund: „Ihnen wird schon in der Schule erklärt, dass sie wenige sind und sich ihren Job quasi aussuchen können.“ Mit diesem Bewusstsein treten die jungen Leute dann in den Bewerbungsgesprächen auf. „Sie sind klug und reflektiert, aber sie sind nicht mehr bereit, sozusagen für ihre Firma zu sterben.“ Sie hätten mehr Ziele im Leben als bloß eine Karriere – dazu zählen auch Freizeit, Familie und Glück. Und sie hätten eine höhere Wechselbereitschaft. Denn neue Jobs fänden sie immer.

Aber nicht nur die Haltung hat sich verändert, betont der Professor. Auch die Stellensuche läuft anders ab. Stellen-

Begonnen habe diese Entwicklung etwa 2017, verstärkt habe sie sich während Corona – und für alle sichtbar wurde sie, als nach der Wiederöffnung der Gastronomie plötzlich tausende Servicekräfte fehlten. Bei den gut Ausgebildeten gebe es quasi keine Arbeitslosigkeit mehr, der Markt habe sich gedreht – zum Arbeitgebermarkt.

Das liege aber nicht nur daran, dass mittlerweile nahezu die Hälfte eines Jahrgangs Abitur macht. Auch das Elternhaus trage viel dazu bei: Da werden Sport und Musik gefördert, Auslandssemester ermöglicht, die Eltern könnten auch dank ihres Wohlstands viel finanzieren – es geht den jungen Leuten tatsächlich besser als je zuvor. Mehrere

Sprachen zu sprechen ist normal, im Ausland war fast jeder schon, und sei es im Urlaub. „Das gilt in Abstufungen auf allen Bildungsebenen“, bekräftigt Batz.

Die Schlussfolgerung daraus: „Im Recruiting sollte man viel mehr betonen, was man macht, wo man sich gesellschaftlich engagiert. Diesen Stolz zu vermitteln ist viel wichtiger als diese platten Personalanzeigen. Denn die jungen Leute lassen sich vor keinen Karren mehr spannen.“ Von den Älteren, den Mitgliedern der Generationen X und Y, wünscht sich der Personalexperte in Bezug auf die Generation Z vor allem eines: „Zuhören können und bereit sein zu Akzeptanz. Man muss ja nicht ihrer Meinung sein, aber man sollte sie verstehen.“

„Die Generation Z ist eine digitale Generation und exzellent informiert.“ Thomas Batz

anzeigen müssten heute auf dem aktuellen Onlineportal, im momentan angesagten Social-media-Kanal geschaltet werden. Und auch nicht als Annonce: Es bringe mehr, wenn junge Mitarbeiter über ihre Erfahrung in ihrer Firma erzählten. Und zwar authentisch, auch mit kritischen Untertönen. Veranstaltungen wie Bewerbermessen seien dann zwar immer noch sinnvoll. „Es geht ja auch darum, die Menschen kennenzulernen, mit ihnen zu reden und zu spüren, wie sie ticken.“ Aber alleine auf diesem Weg komme kaum noch ein Kontakt zustande. „Die Generation Z ist eine digitale Generation und exzellent informiert“, sagt der Professor. „Sie ist gewohnt, viel online zu arbeiten.“



Zur Person

Thomas Batz ist als Professor für Personalmanagement und Führung, Leiter des Studiengangs Human Resources und Studiendekan im Fachbereich BWL-Dienstleistungsmanagement an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Heilbronn tätig. Er nahm zahlreiche Gastprofessuren unter anderem in China, Südkorea, Singapur und den USA wahr und zählte 2017 bei der Wahl zum Professor des Jahres zu den Preisträgern – er belegte Platz

zwei in der Kategorie Wirtschaftswissenschaften/Jura. Vor seinem Wechsel an die DHBW sammelte er Erfahrungen im Management eines internationalen IT-Unternehmens in den Fachbereichen Marketing, Personal und Wirtschaftsberatung. 2011 wurde Thomas Batz zum Professor an der DHBW berufen und leistete am Standort Heilbronn Auf- und Ausbaurbeit für die Studienrichtung Dienstleistungsmanagement. red

Firmen

Stipendien vergeben

Der Wettbewerb um das Stipendium „Hohenlohe 4 Talents“ ist gelautet: Zum vierten Mal stellten sich Start-ups aus der Region der Jury vor, die die spannendsten Gründungsideen fördern und den Unternehmergeist in Hohenlohe stärken will. Die Gewinner heißen Vinolin, Gastrong, DasTunWir und SculpX Imaging. Sie werden in den kommenden Monaten von dem Förderprogramm profitieren.

Vinolin entwickelt eine KI-basierte Lösung, die es Winzern ermöglicht, ihre Weine effizienter zu vermarkten. Mit dem selbst trainierten Sprachmodell sollen künftig professionelle Beratungen direkt für das Sortiment des jeweiligen Weinhandels oder Winzers möglich sein. Beim „Elevator Pitch“-Regionalentscheid belegte Vinolin außerdem soeben den dritten Platz.

Gastrong ist eine Jobplattform, die sich speziell an die Gastronomiebranche richtet. Das Unternehmen unterstützt sowohl Arbeitgeber bei der Suche nach qualifiziertem Personal als auch Arbeitssuchende dabei, ihren Job in der Gastronomie zu finden.

DasTunWir engagiert sich für nachhaltige Entwicklung und gesellschaftliche Verantwortung. Das Team bietet Dienstleistungen und Produkte an, die es Unternehmen ermöglichen, durch niederschwellige Maßnahmen ihren Biodiversitäts-Fußabdruck am Unternehmensstandort zu verringern.

SculpX Imaging entwickelt hochauflösende bildgebende Verfahren. Durch neue Ansätze möchte es die Qualitätssicherung in der Produktion schlanker und günstiger gestalten.

Die Gewinner erhalten bis zu zwölf Monate Unterstützung in Form eines Stipendiums, professionelles Coaching und ein Projektbudget von bis zu 5000 Euro. Für die anderen Teilnehmer will die Jury diesmal individuelle Anregungen und Unterstützung vermitteln. red

ANZEIGE



BusinessCard – die Kreditkarte für Sie und Ihre Mitarbeiter.

Auf Geschäftsreisen ein Zimmer reservieren oder einen Mietwagen bestellen – mit Ihrer BusinessCard sind Sie weltweit flexibel. Bestellen Sie Ihre Firmenkreditkarte ganz einfach online.



Weil's um mehr als Geld geht.



Kreissparkasse
Heilbronn

Firmen

Zukunftscamp

Zum ersten Zukunftscamp der Führungsfrauen Raum Heilbronn e.V. kamen rund 80 Frauen und ein paar mutige Männer in der Franz-Binder-Verbandschule in Neckarsulm zusammen, um über die drängenden Zukunftsthemen zu sprechen: von Nachhaltigkeit und Führung über emotionale Intelligenz und Werte bis hin zu Künstlicher Intelligenz und der Kraft von Netzwerken für mehr Sichtbarkeit und Unterstützung. In 18 Sessions, gestaltet von und für alle Teilnehmer, ging es um die Kraft des Miteinanders und die Bedeutung von Netzwerken für Frauen in Führungspositionen. *red*

Treffen in der Brauerei

Fast 40 Führungskräfte und Personalverantwortliche der Mitgliedsunternehmen von Hohenlohe Plus kamen auf Einladung der **Haller Löwenbräu** auf das Brauereigelände in Schwäbisch Hall. Geschäftsführer Peter Theilacker gab einen kurzen Impuls über die Entstehungsgeschichte der Brauerei und berichtete über den Arbeitsalltag in einem kleinen Familienunternehmen. Seit Jahren kämpfen nicht nur Unternehmen, sondern auch Kommunen, Krankenhäuser, Pflegeheime, Kitas und weitere Einrichtungen darum, Fachkräfte zu gewinnen. Mit Hohenlohe Plus hat sich ein Netzwerk gebildet, das diesen Bedarf für die Region adressiert und konkrete Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel ergreift. 2018 haben sich dazu die fünf größten Städte Hohenlohes im Verein Hohenlohe Plus zusammengeschlossen. *red*

Die Heilbronner Unternehmer Ralf Scherlinzky und Ammar Asjad Raja bieten Vermittlungsdienste an.

Von unserem Redakteur Jürgen Paul

Der Fachkräftemangel in der IT-Branche nimmt zu. In Deutschland werden im Jahr 2040 rund 663 000 IT-Fachleute fehlen. Das zeigt eine Studie des Digitalverbands Bitkom. 2023 gab es 149 000 unbesetzte IT-Stellen in deutschen Unternehmen, fünf Jahre zuvor waren es erst 82 000. Hinzu kommen tausende offene Stellen mit IT-Schwerpunkt in Verwaltungen, Schulen oder Wissenschaftseinrichtungen. „Eine immer größer werdende Fachkräftelücke in der IT bedeutet einen Verlust von Wettbewerbsfähigkeit, Wertschöpfung, Wachstum und Wohlstand. Ohne IT-Spezialisten verspielt Deutschland seine digitale Zukunft“, sagt Bitkom-Präsident Ralf Wintergerst.

Auch in Heilbronn-Franken ist der Bedarf an IT-Experten enorm. Nicht nur in klassischen IT-Unternehmen wie Bechtle, Schwarz Digits, Xeptum oder Phalanx-IT, sondern in nahezu jeder Firma braucht es Programmierer, Software-Entwickler oder Cyber-Security-Experten. Zwei Unternehmer aus Heilbronn wollen helfen, diese Fachkräftelücke zu verkleinern. Ralf Scherlinzky und Ammar Asjad Raja haben sich zusammengetan, um IT-Fachkräfte aus Pakistan in die Region Heilbronn-Hohenlohe zu locken. Scherlinzky ist Gründer und Geschäftsführer der Sportmarketing-Agentur WinWin und gelernter EDV-Kaufmann. Raja ist Geschäftsführer des Software-Unternehmens Ähdus Technology. Die beiden kennen sich, weil sie im selben Gebäude in der Heilbronner Faßstraße ihre Büros haben. Raja kam 2015 als Student aus Pakistan nach Heilbronn, wo er seinen Master in Software Engineering & Manage-



Die beiden Unternehmer Ralf Scherlinzky (links) und Ammar Asjad Raja. Foto: privat

ment machte und danach unter anderem für die Schwarz-Gruppe arbeitete. Im Mai gründete Raja Ähdus mit Niederlassungen in Pakistan und in Finnland.

In seinem Heimatland Pakistan verfügt Raja eigenen Angaben zufolge über

einen Pool von mehr als 5000 IT-Experten. Dazu arbeitet er mit einem pakistanischen Personaldienstleister zusammen. „Wenn wir Anfragen von Unternehmen bekommen, suchen wir gemeinsam mit den Kollegen in Pakistan nach dem besten Kandidaten für die jeweilige Stelle“, beschreibt Raja das Vorgehen. Sind die Kandidaten identifiziert, organisieren Scherlinzky und Raja Online-Interviews mit den interessierten Unternehmen. Einigen sich die Firma und der Kandidat auf

„Wir helfen zum Beispiel bei der Wohnungssuche.“

Ralf Scherlinzky

einen Arbeitsvertrag, kümmern sich die Mitarbeiter in Pakistan um den Papierkram und das Arbeitsvisum. Das dauert meist zwischen drei und vier Monaten. „In dieser Zeit absolvieren die Kandidaten Sprachkurse und Integrationskurse“, erläutert Scherlinzky. Danach seien sie bestmöglich auf die Arbeit und das Leben in Deutschland vorbereitet. Scherlinzky und Raja betreuen die IT-Experten aus Pakistan bei Bedarf auch, wenn sie hier sind. „Wir helfen zum Beispiel bei der Wohnungssuche, wenn das Unternehmen das nicht leisten kann“, sagt Scherlinzky.

Die Partner sind sich sicher, dass ihre Vermittlungstätigkeit in der regionalen Wirtschaft auf Resonanz stoßen wird. „Wir haben das Projekt bereits auf dem Zukunftswiesen-Summit in Blaufelden und bei Hohenlohe Plus vorgestellt“, berichtet Scherlinzky. Die Reaktionen seien sehr positiv gewesen. Ihre Dienste wollen sie zunächst Firmen in der Region anbieten. „Das ist jetzt der erste Aufschlag“, sagt Raja. Wenn es gut laufen sollte, wollen die beiden ihre Dienste über Baden-Württemberg hinaus in ganz Deutschland anbieten. „Der Bedarf an IT-Experten ist auf jeden Fall da“, sagt Scherlinzky.

ANZEIGE

Christo und Jeanne-Claude

VERHÜLLT
VERSCHNÜRT
GESTAPELT
SAMMLUNG
WÜRTH

Museum Würth
Künzelsau
bis 25. Januar 2026
Täglich 11–18 Uhr
Eintritt frei

WÜRTH
www.kunst.wuerth.com



Blick in die Ausstellung „Verhüllt, verschnürt, gestapelt“ im Museum Würth 2024 mit Collagen zu „The Umbrellas (Die Schirme)“, Japan-USA, 1984-1991. Foto: Ufuk Arslan

Kunst als Gegenpol zum Geschäftsalltag

Unternehmer Reinhold Würth ist es ein wichtiges Anliegen, Kulturgenuß mit Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit zu teilen

Offenheit, Dankbarkeit, Respekt, Neugier, Verantwortung, aber auch Demut und Bescheidenheit: Diese Werte sind fest in der Unternehmenskultur der Würth-Gruppe verankert. Von Beginn an hat Prof. Dr. h. c. mult. Reinhold Würth, Vorsitzender des Stiftungsaufsichtsrats der Würth-Gruppe, den Grundstein für eine gute Zusammenarbeit von Kollegen, Kunden und Lieferanten geschaffen. So ist die Unternehmenskultur von Würth maßgeblicher Erfolgsfaktor des Familienunternehmens.

Neben der Verantwortung für die Mitarbeitenden und das Unternehmen spielt für Reinhold Würth die gesellschaftliche Verantwortung eine zentrale Rolle. Die Kunst als wunderbarer Gegenpol zum geschäftlichen Alltag: Reinhold Würth ist es ein besonderes Anliegen, die Inspiration aus Kunst, Musik und Literatur mit seinen

Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit zu teilen.

Mit dem Kauf von Emil Nolde legte er 1972 den Grundstein für eine der großen Kunstsammlungen Europas. Über 20 000 Werke aus rund 500 Jahren Kunstgeschichte umfasst die Sammlung Würth heute. Diese werden bei freiem Eintritt in fünf unternehmenseigenen Museen und zehn Kunstkabinetten der Würth-Gruppe in Europa ausgestellt.

Neue Ausstellung

Aktuell neu eröffnet wurde im Museum Würth in Künzelsau die Ausstellung „Verhüllt, verschnürt, gestapelt. Christo und Jeanne-Claude“. Mit seinen monumentalen temporären Installationen hat das Künstlerpaar Christo und Jeanne-Claude das kol-

lektive Bildgedächtnis von Millionen Menschen weltweit geprägt. Die Ausstellung präsentiert originale Collagen, Zeichnungen, Modelle, Fotografien und Filme aus der Sammlung Würth und schafft einen umfangreichen Querschnitt durch 60 Jahre ihres Schaffens, der alle Werkphasen vorstellt. Zudem stand das Künstlerpaar in einer sehr persönlichen Beziehung zum Sammler Reinhold Würth, was sich künstlerisch in zwei Projekten niederschlug: 1995 in der Verwandlung des Museums Würth in Künzelsau zu einer begehbaren Innenrauminstallation und 2011 mit der Verhüllung einer sieben Meter langen Hainbuche für die Sammlung Würth. Außerdem verwahrt die Sammlung mit über 130 originalen Arbeiten eines der größten Konvolute an Arbeiten von Christo und Jeanne-Claude weltweit. *anz*

Azubis aus Kamerun

Karlheinz Mack hat aus der Not eine Tugend gemacht und Azubis in Afrika gefunden. Sein Modell macht Schule.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Manchmal muss wohl der Zufall mitspielen. Denn als Karlheinz Mack vor sechs Jahren Valere Hiobi einstellte, benötigte er ihn zunächst einmal als Bürokaufmann. Der Kameruner hatte in seiner Heimat eine Banklehre gemacht und dann von einer deutschen Bank das Angebot erhalten, in Deutschland zu studieren. Bei Karlheinz Mack, in dessen Firma Mabü Metallbau in Langenbrettach, hatte er sich rasch eingearbeitet. Und machte seinem Chef eines Tages den Vorschlag, doch mal Kamerun zu besuchen. Wie es der Zufall so will: Valere Hiobi hat ein bisschen Einfluss in dem Land am Äquator. Denn er ist Stammeshäuptling seiner etwa 5000 Mitglieder zählenden Gemeinschaft, die in einem Ort zwischen der Hauptstadt Yaounde und der Großstadt Douala lebt. Hiobi zeigte dem deutschen Gast Sehenswürdigkeiten, aber auch das Alltagsleben. Sie besuchten eine Technikerschule – und dort entdeckte Karlheinz Mack eine Bandsägemaschine, offensichtlich unbenutzt. „Die Menschen wussten nicht, wie sie funktionieren und was man damit anfangen kann“, stellte er erschüttert fest. Mack zeigte es ihnen. So entstand die Idee, Wissen zwischen Kamerun und Deutschland zu transferieren. Gut, dass Hiobi Stammeshäuptling ist. Als solcher kommt er auch an die Regierung heran, genauer an den Bildungsminister. Und Mounouna Foutsou war in-



Wilfred Ekodo Angua arbeitet im Betrieb von Karlheinz Mack. Foto: Heiko Fritze

teressiert. Es entstand die Idee, junge Kameruner in Deutschland auszubilden, so dass sie ihr Wissen in ihrem Heimatland weitergeben können, idealerweise eines Tages sich in der Heimat niederlassen und ein Unternehmen gründen oder leiten. 2022 war es dann so weit: Die ersten sechs Auszubildenden kamen zu Mack und einigen anderen Unternehmen, die er in der Region für das Projekt gewinnen konnte. Meistens, berichtet er, waren die Erfahrungen positiv. Nur in einer Firma habe es Probleme gegeben – was unter anderem zur Folge hatte, dass nun die Visa

immer nur für ein Jahr erteilt werden mit der Bedingung, dass die jungen Leute ihre Ausbildung fortsetzen. Heute sind 16 Kameruner als Azubis in der Region angestellt – zwei in Macks Betrieb in Langenbrettach, außerdem fünf bei der Bäckerei Härdtner in Neckarsulm, zwei beim Handwerker-Zulieferer Schrade, zwei bei der Bauunternehmung Wolff & Müller in Waldenburg, zwei beim Großhandelskonzern Förch in Neuenstadt, zwei bei der Baufirma Heizmann in Osterburken und einer bei der Baufirma Amos in Güglingen. Denn bislang hat sich Mack

vor allem auf sein Netzwerk von Partnerunternehmen gestützt. Valere Hiobi unterstützte ihn über seinen Verein Myafrica. „Es wird immer schwieriger, Auszubildende zu finden“, erzählt der Firmeninhaber. „Die Qualität der einheimischen Bewerber geht immer weiter zurück.“ Das stelle er auch als Prüfungsausschuss-Mitglied der Handwerkskammer Heilbronn-Franken immer wieder fest. Auf der anderen Seite seien die jungen Kameruner neugierig und lernwillig. Obwohl sie die deutsche Sprache erst lernen mussten, erzielen sie in den Prüfungen gute Ergebnisse, teilweise glatte Einsen. Auch diejenigen, die gerade erst angefangen haben: Seit Ende August beschäftigt Mack in seinem Betrieb Wilfred Ekodo Angua. Der 23-jährige Metallbau-Azubi spricht vielleicht noch nicht perfekt Deutsch, hat aber soeben

„Es wird schwieriger, Auszubildende zu finden. Die Qualität geht zurück.“ Karlheinz Mack

eine Drei in einer der ersten Prüfungen erzielt – und erzählt: „Andere hatten eine Vier oder sogar eine 4,5 – und das waren Einheimische. Ich verstehe das nicht.“ Karlheinz Mack möchte das Projekt jedenfalls fortsetzen und ausweiten. In Kamerun laufe schließlich bereits die nächste Ausschreibungsrunde für junge Interessenten. In Mosbach stellte er daher vor wenigen Wochen die Initiative vor. „Der Bedarf im Odenwald an jungen Ausbildungsinteressierten ist noch größer“, erklärt er. Und die jungen Kameruner selbst wollen zunächst bei ihren Betrieben bleiben. Viele hätten bereits angekündigt, dass sie auch noch den Meister machen wollen, erzählt er. Ob sie dann eines Tages in ihr Heimatland zurückkehren, wie es sich der Bildungsminister von ihnen erhofft, ist freilich noch offen.

Firmen

Neuartige Lehrwerkstatt

Die Abstatter Firma Soyez Stuckateure und Maler hat ihre neue Azubi-Werkstatt eingeweiht und damit einen weiteren Baustein für optimale Ausbildungsbedingungen verwirklicht. „Wir wollen junge Menschen fachlich und persönlich weiterbringen – und sie dort abholen, wo sie stehen“, betont Geschäftsführer Axel Soyez. Ein wichtiger Aspekt bestehe darin, den Azubis im Betrieb die Chance zu geben, ihre praktischen Fertigkeiten auszubauen und sich optimal auf Prüfungen vorzubereiten. Deshalb hat das Unternehmen eine Azubi-Werkstatt eingerichtet, die allein den derzeit 14 Lehrlingen gehört. „Hier können sie ihr Wissen praktisch umsetzen, Fehler machen und daraus lernen – ohne Druck und Hektik, aber jederzeit angeleitet von erfahrenen Mitarbeitern“, sagt Axel Soyez. 15 Stuckateurmeister leiten die Azubis im Baustellenalltag an. Für die intensive Betreuung stehen weitere vier Jungesellen und drei Jungmeisterinnen und -meister zur Seite. „Unsere Azubis und ihre Ausbilder kommen aus derselben Generation“, berichtet Lara Soyez, selbst frisch gebackene Stuckateurmeisterin und Leiterin der Ausbildungsabteilung. Das sei kein Zufall, sondern integraler Bestandteil des Ausbildungskonzepts. Lara Soyez: „Don't manage me, understand me – das ist neben dem Bedürfnis nach Wertschätzung, Zugehörigkeit und Sinnhaftigkeit eine zentrale Forderung der Generation Z, auf die unser Unternehmen in vielerlei Hinsicht eingeht.“ red

ANZEIGE

Kommunikativer Mittelpunkt – Die Kaffee- oder Büroküche

Neuer Ort des Austausches für teamorientierte Unternehmen

Neben dem schnellen Zubereiten von Kaffee oder Tee kann eine Büroküche auch für gemeinsames Kochen und Essen sowie vielschichtigen sozialen Austausch fungieren. Die zeitgemäße Küche für Büromitarbeiter und Kunden ist nicht einzig als Ort der Nahrungsaufnahme zu verstehen, sondern als zentraler Ort der Kommunikation.

Gutes Arbeitsklima

Wo entstehen interessante Konversationen und Begegnungen, wenn nicht bei einer Tasse Kaffee oder Tee? Die Küche ist ein Ort für ungezwungene Gespräche. Zufällige Begegnungen in der Büroküche bieten nicht nur die Gelegenheit für privaten Austausch, sondern auch die Möglichkeit zu erfahren, woran andere arbeiten, und neuen Input für die eigene Arbeit zu

bekommen. Moderne Büroküchen müssen daher Orte sein, an dem sich Menschen gerne aufhalten. Orte des Austauschs, welche so den Teamgeist fördern und für ein gutes Arbeitsklima und einen entspannten Arbeitsalltag sorgen.

Teamgeist fördern

Die Küchenzeile für Büroräumlichkeiten ist umso wichtiger, wenn Gäste und Kunden hier empfangen und Events abgehalten werden. Die Küchenzeile im Büro ist daher Prestigeobjekt, das die Firma adäquat widerspiegeln muss. Warum nicht wenig ausgelastete Büroflächen in einen Ort verwandeln, an dem Mitarbeiter sich treffen, arbeiten und vernetzen können? Wichtig ist hierbei natürlich die einladende Atmosphäre, welche die Unternehmenskultur widerspiegelt.

Im Unterschied zur Kaffeekeüche setzt sich die erweiterte Büroküche nicht nur aus einer kulinarischen und sozialen Zone zusammen, sondern zusätzlich noch aus nomadischen Zonen und designierten Arbeits- und Besprechungsbereichen. Ist so ein Raum geschaffen, ermöglicht er flexible Orte des Arbeitens von Einzel- bis Gruppenarbeit in einem entspannten Ambiente, welches man in öffentlichen Cafés sowie in der heimatischen Küche schätzt.

Die Küchenwerkstatt

Lassen Sie sich von den Profis aus der Öhringer Küchenwerkstatt beraten. Mit viel Feingefühl entwickeln die Planer dieser Küchenschmiede Ihr individuelles Kaffee- oder Büroküchenkonzept – passend zu Ihrem Unternehmen und Ihren Mitarbeitern. Und das schon erfolgreich seit 25 Jahren. Geschäftsführer Benedikt Frank rät zudem: „Ergänzen Sie Ihren neuen kommunikativen Meetingpoint um einen Blanco Choice. Der Wasserhahn, der mehr kann: Er liefert aus einem Wasserhahn aufbereitetes, gefiltertes, gekühltes Wasser – still, medium, voll prickelnd oder kochend heiß. Und das, mit dem multifunktionalen Drehrad, immer in genau der gewünschten Menge. Natürlich spendet er auch normales Leitungswasser, warm und kalt – aus einem separaten Auslauf. Sie möchten mehr Input für Ihr neues Büroküchen- oder Kaffeeküchenprojekt? Vereinbaren Sie einen persönlichen Termin und besuchen Sie uns direkt in unserem Küchenstudio in Öhringen.“ anz

Kontakt
Die Küchenwerkstatt
Verrenberger Weg 13
74613 Öhringen
Telefon 07941602060
www.diekuechenwerkstatt.de



Planerin Katja Leyhe und Geschäftsführer und Planer Benedikt Frank kreieren mit viel Herzblut auch Ihr individuelles Büroküchen-Konzept. Foto: Küchenwerkstatt

★ DIE KAFFEE- ODER BÜROKÜCHE exakt auf Ihre Bedürfnisse abgestimmt kombiniert mit unserer kreativen Planung wird sie garantiert ein Spiegel Ihrer Unternehmenskultur und der neue interaktive Mittelpunkt Ihrer Mitarbeiter.

Mehr als Küche ...

DIE KÜCHENWERKSTATT · diekuechenwerkstatt.de · Tel. 07941 602060 · Verrenberger Weg 13 · 74613 Öhringen

Buchkritik

Der Fall Benko

Bis zum drittreichsten Österreicher hatte er es gebracht, er galt als letzte Hoffnung der kriselnden deutschen Warenhäuser – aber alles endete mit einem jähen Absturz und einer lange Liste Insolvenzen. René Benko hat eine der größten Pleiten des vergangenen Jahrzehnts hingelegt. Wie sein Konzern aufstieg, wie es zu den Schwierigkeiten kam und wie es weitergehen könnte, haben die beiden Wirtschaftsjournalisten Margret Hucko und Martin Noé in ihrem lesenswerten Buch „Benkos



Luftschloss“ zusammengetragen. Die Autoren des „Manager Magazins“ zehren dabei auch von ihrem Vorteil, dass sie den Österreicher immer wieder zu Interviews trafen. Dadurch kamen sie ihm näher, können auch Details wie das Aussehen seiner Büros erzählen. Das ist für das Gesamtbild gut, interessanter sind natürlich die verwinkelten Zusammenhänge zwischen den einzelnen Gesellschaften, die großspurigen Investitionen etwa in den Hamburger Elbtower oder die Methodik, über stetig steigende Mieten Galeria Kaufhof in wirtschaftliche Bedrängnis zu bringen. Wer mehr über diesen krassen Fall Wirtschaftsgeschichte wissen will, sollte hier mal durchblättern. *fz*

Margret Hucko/Martine Noé:
Benkos Luftschloss
FBV, 240 Seiten, 22 Euro

Köpfe

Mühleck leitet Kurtz-Ersa
Thomas Mühleck, bislang Finanzchef des Anlagenbauers Kurtz-Ersa mit einem großen Standort in Wertheim, ist zum Vorsitzenden der Geschäftsführung des Konzerns ernannt worden. Seine Karriere startete Mühleck vor 30 Jahren als Sachbearbeiter Marketing bei der Ersa GmbH in Wertheim. 2000 wechselte er nach Wiebelsbach als Abteilungsleiter Public Relations in der Kurtz Holding GmbH & Co. Beteiligungs KG. Seit 2009 ist der Wertheimer Mitglied der Geschäftsführung der Kurtz Holding und zeichnet als Finanzchef für die Bereiche IT, Personal, Marketing, Finanzen, Controlling, QS und Compliance sowie Einkauf und Logistik verantwortlich. Übergangsweise übernahm Mühleck im Oktober 2023 schon die Rolle des Konzernchefs. *red*



Thomas Mühleck
Foto: privat

Neuer Divisionsmanager
Seit Oktober ist bei der Intersport Deutschland eG das Category-Management-Führungsteam, das von Ressortleiter Darius Zamani-Achtiani geleitet wird, mit Stefan Gmeiner um einen weiteren erfahrenen Experten ergänzt. Gmeiner wird als Division Manager Outdoor, Winter, Swim & Beach die entsprechenden Sortimente von Intersport Deutschland weiterentwickeln. „Es ist zentral für uns, dass wir uns mit dem besten und passenden Sortiment weiter differenzieren“, sagt Vertriebs- und Einkaufsvorständin Henriette Tesch. Gmeiner war zuletzt Regional Director der Columbia Sports GmbH. Seine Ausbildung absolvierte er bei Engelhorn in Mannheim, eine weitere Station war Timberland World Trading. *red*

„Die Leute schreiben weniger“

Post-Personalchef
Thomas Schneider über die Suche nach Zustellern und die Änderungen in der Branche

Kommt die Post oder kommt sie nicht? Für die Personalplanung bei der Deutschen Post in Deutschland ist Thomas Schneider zuständig. Über die Herausforderungen, Zusteller zu finden, sprach mit ihm Heiko Fritze.

Herr Schneider, wie einfach oder schwer ist es, Zusteller zu bekommen?
Thomas Schneider: Wir haben eine sehr gute Bewerberlage. Wir liegen bei weit über 15 Bewerbungen pro Stelle, die wir ausschreiben. Die letzten drei Monate hatten wir jeweils 80000 Bewerbungen. Das ist ungefähr ein Drittel bis 40 Prozent mehr als im Vorjahr. Es fällt uns zwar nicht in jeder Region leicht, Menschen zu finden, aber wir haben eine ausreichende Zahl an Bewerbungen. Das ermöglicht es uns dann auch, geeignete Kandidaten auszuwählen.

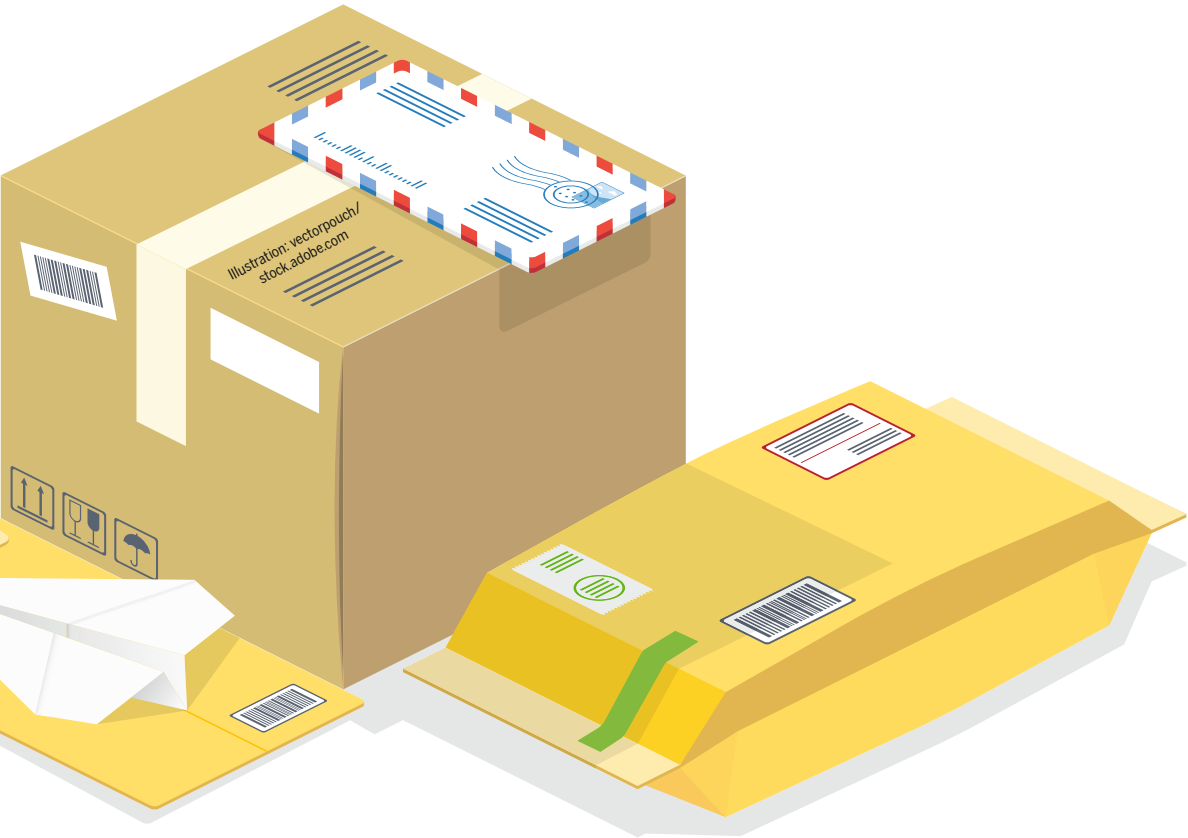
Wie sieht es da mit der Fluktuation aus?
Schneider: Ich kann nicht feststellen, dass wir einen deutlichen Anstieg der Fluktuationsraten sehen. Natürlich haben wir eine Fluktuation bei den Beschäftigten, wir stellen aber aufgrund unseres Geschäfts sehr saisonal ein: Für die Weihnachtssaison rekrutieren wir allein in der Zustellung rund 10000 zusätzliche Kräfte, im Sommer hingegen fällt deutlich weniger Sendungsmenge an. Wir hatten in Corona einen sehr starken Zulauf an. Wir haben die Republik mit Briefen und Paketen versorgt, als Geschäfte geschlossen waren. Und wir erleben jetzt eben, wie andere Unternehmen natürlich auch: Der Arbeitsmarkt wandelt sich. Die Menschen fragen: Was bietet ihr als Unternehmen, was kann ich bei euch machen, wie setzt ihr euch auch für die Gesellschaft ein und die Umwelt, welchen Zweck erfüllt ihr?

Haben Sie selber mal ausgetragen?
Schneider: Ja, klar. Wir haben uns als Management das Ziel gesetzt, dass wir selbst auch in den Betrieben mitarbeiten, gerade in der Weihnachtszeit. Das macht

fast jeder Manager oder jeder Mitarbeiter in der Verwaltung, in der Zustellung oder in der Sortierung auszuhalten und das Team zu unterstützen. Ich werde Ende November in Limburg im Einsatz sein.

Ist es für Post und Paket gleich leicht oder gleich schwer, Personal zu bekommen?
Schneider: Wir sehen da eigentlich keinen großen Unterschied. Man könnte ja meinen, die Paketzustellung ist etwas anstrengender, beide Bereiche haben aber ihre Eigenheiten. Viele Bewerber blicken eher mit großem Respekt auf das Briefthema, weil Zustellkunden oder Einschreiben durchaus komplizierte Produkte sind, wenn es um das Handling in der Zustellung geht. Interessanterweise sind unsere Paketzustellkräfte mit ihrem Job noch zufriedener als unsere Briefzusteller. In zahlreichen Bezirken, vor allem im ländlichen Raum, stellen die Beschäftigten schon beide Produkte zu.

Beschäftigen Sie Subunternehmer?
Schneider: Anders als andere Wettbewerber, die doch überwiegend mit Subunternehmern arbeiten, bieten wir in der Zustellung nahezu ausschließlich tarifgebundene Arbeitsplätze. Nur ein bis zwei Prozent der Zustellbezirke in der Paketzustellung werden von Servicepartnern bedient. Es kommt primär durch die hohe Anforderung an Flexibilität, dass wir Schwankungen in den Arbeitsmengen abpuffern müssen. Im Briefbereich setzen wir zu 100 Prozent auf eigene Mitarbeiter. Dazu haben wir uns auch gegenüber dem Sozialpartner verpflichtet. Nur Briefkastenleerungen übernehmen Expeditionen, die im Auftrag für uns fahren. Wir sind einer der wenigen, die nahezu vollständig mit eigenen tarifgebundenen Beschäftigten arbeiten.



Wie steht es um die Zustell-Qualität? Montags kommt ja irgendwie nie Post.
Schneider: Der Weltpostverein bescheinigt uns, dass wir zusammen mit der Schweizer Post die beste Post der Welt sind und laut einer Forsa-Umfrage vertrauen acht von zehn Bundesbürgern den Marken Deutsche Post und DHL. Die Behauptung, montags kommt nie die Post, stimmt so pauschal nicht. Es gibt schlicht kaum etwas zum Zustellen. Jeder neunte Deutsche hat im letzten Jahr keinen einzigen Brief verschickt. Und die Geschäftspost, die freitags aufgegeben wird, wird in der Regel am Samstag zugestellt. Am Montag haben wir eine Zustellmenge von drei bis fünf Millionen Briefen. An den übrigen Tagen sind es je 46 Millionen.

Wie sehen Sie den Mindestlohn?
Schneider: Grundsätzlich sehen wir, dass gerade die Paketbranche eine Branche ist, in der prekäre Beschäftigung durchaus gang und gäbe ist – aber nicht bei uns. Wichtig ist, dass Menschen von einer Vollzeitstelle leben können und das stellen wir sicher. Wir sind tarifgebunden, unsere Löhne liegen auch im Einstieg deutlich über dem Mindestlohn. Wir begrüßen es, wenn die Branche aus dem Schmutzdel-Image herauskommt. Dass es auch anders geht, zeigen wir.
Wohin entwickeln sich die Zahlen bei Post und Brief?



Thomas Schneider trägt auch mal selbst aus.
Foto: Deutsche Post

Schneider: Das Internet hat Licht- und Schattenseiten für unser Geschäft. Durch die Digitalisierung der Kommunikation werden immer weniger Briefe physisch verschickt. Unser Eindruck ist, dass sich das jetzt auch in Deutschland etwas beschleunigen könnte. Wir hatten zuletzt Briefmengen-Rückgänge von zwei bis drei Prozent pro Jahr, im letzten Jahr waren es sechs bis sieben Prozent. Anders ist es im Paketbereich: Der E-Commerce-Trend wächst stark, die Menschen bestellen immer mehr online. Davon profitieren wir als Marktführer in der Paketzustellung in Deutschland und sehen jetzt wieder Wachstumsraten, die wir vor Corona auch gesehen haben. Die liegen zwischen sechs und acht Prozent. Wir gehen bei beiden Segmenten davon aus, dass sich die jeweiligen Trends fortsetzen.

Das heißt für Ihren Personalbedarf?
Schneider: Bisher war es immer so, dass wir das Geschäft ausgleichen konnten. Wir haben drei Zustellarten: zu Fuß, mit dem Fahrrad und mit dem Auto – immer mehr auch mit dem Elektro-Auto. Ohne die Integration des wachsenden Paketgeschäfts in unsere Briefzustellung würden die Strecken immer länger. Wir haben errechnet, dass bei einer reinen Briefzustellung in 2030 täglich fast 25 Kilometer zu Fuß oder fast 50 Kilometer mit dem Fahrrad zurückgelegt werden müssten, um in Vollzeit zu arbeiten. Wir glauben nicht, dass das bis zum 67. Lebensjahr gehen kann in der Belastung. Deshalb gibt es die Verzahnung von Brief- und Paketzustellung. Während der Corona-Pandemie hat das zu einem leichten Anstieg der Beschäftigtenzahl geführt, da wir weit mehr Wachstum im Paketbereich hatten, als wir Briefrückgang hatten. Dadurch, dass wir viel verzahnt haben, konnten wir die Beschäftigung stabil halten.

Und in den nächsten Jahren?
Schneider: Wenn die Trends anhalten und der Rückgang des Briefgeschäfts sich nicht beschleunigt, gehen wir von stabilen oder leicht rückläufigen Personalzahlen aus.

Abendessen mit den künftigen Chefs

„Future Con“: Wie die Schwarz-Gruppe hochqualifizierte Nachwuchskräfte für sich gewinnen will

Zum vierten Mal hatte die Schwarz-Gruppe Mitte November Nachwuchskräfte eingeladen: Unter dem Titel „future_con“ präsentierten die Unternehmen von Lidl über Kaufland und Prezero bis zu Schwarz Digits, Schwarz Produktion und den Zentralen Diensten Einstiegsmöglichkeiten und Karriereperspektiven. Im Gegensatz zur vorigen Auflage wurden die Vorträge diesmal zwar nur virtuell angeboten, dafür wurde das Programm auf vier Tage verlängert. Auf diese Karrieremesse wurde insbesondere durch Online-Werbemaßnahmen auf den eigenen Social-Media-Kanälen mit Beiträgen und Anzeigen aufmerksam gemacht. Social Media spiele für das Erreichen und Informieren der Studenten, Absolventen und Young Professio-

nals eine zentrale Rolle, wird dies begründet. Daneben wurde die Veranstaltung deutschlandweit in den Filialen von Kaufland beworben. Dadurch seien handelsinteressierte Berufseinsteiger aus der ge-

samten Bundesrepublik für die Veranstaltung angesprochen geworden, hieß es. Einige durften sogar anreisen: Unter dem Titel „Dinner&Connect“ trafen 50 Ausgeloste mit Führungskräften der Unterneh-



Bei der Future Con ging es neben dem Kennenlernen auch um das Netzwerken unter Bewerbern und Führungskräften. Foto: Schwarz/Matthias Stark

men am ersten Tag abends zu einem Essen zusammen. Die anderen Programmpunkte waren in diesem Jahr aber als reine Remote-Formate konzipiert. „Mit unserem Karriereevent zeigen wir die unbegrenzten Einstiegs- und Karrieremöglichkeiten innerhalb der Unternehmen der Schwarz Gruppe“, sagt Andreea Schrader, Bereichsleiterin Employer Branding bei Schwarz Corporate Solutions. Die Veranstaltung biete vier Tage voller Inspiration. „Damit haben wir ein zeitgemäßes Format entwickelt, das Orientierung für die eigene Karriere schafft und zugleich Einblicke in Themen liefert, die uns alle bewegen.“ In den Vorträgen wurden unter anderem die Unternehmenskultur, der Einsatz von KI, Einblicke aus dem Vertrieb bei Lidl und Kaufland, Kreislaufwirtschaft bei Prezero oder der Aufbau einer Marke auf Portalen wie LinkedIn vorgestellt. Trotz des überwiegend virtuellen Formats meint Schrader: „Besonders wichtig ist uns der persönliche Austausch.“ Dazu wurden individuelle Online-Gespräche mit Personalern angeboten. „Mit der future_con. zeigen wir: Karriere ist bei uns so individuell, wie es die Menschen sind, die sie gestalten.“ *fz*



„Verpackung muss Inhalt schützen“

Hochschulprofessor Meinhard Kuntz über Recycling und Nachhaltigkeit

Im Interview mit Jürgen Paul erklärt Hochschulprofessor Meinhard Kuntz, wie weit Deutschland beim Recycling ist.

■ *Herr Professor Kuntz, gibt es eigentlich gute und schlechte Verpackungen?*
Meinhard Kuntz: Ja, ganz sicher. Wir reden viel über Recycling. Das Wichtigste an einer Verpackung ist aber, dass sie den Inhalt schützt, denn dafür ist sie ja gedacht. Das ist ein Thema, mit dem man sich beschäftigen muss, wenn man bedenkt, dass heute ungefähr ein Drittel aller Lebensmittel weltweit, die beim Endverbraucher landen, verderben, bevor sie verbraucht werden.

■ *Ein Drittel?*
Kuntz: Ja, weltweit. In Deutschland ist es vielleicht nicht ganz so viel, aber ein signifikanter Anteil. Die Verpackung hat erst einmal die Aufgabe, das Lebensmittel zu schützen. Wenn sie das nicht tut, ist die Verpackung schlecht. Wenn die Verpackung so ausgelegt ist, dass sie nur den Kunden anlocken soll, sehr bunt mit viel Tamtam – dann ist die Verpackung ungeschickt im Sinne der Nachhaltigkeit. Das ist ebenfalls eine schlechte Verpackung.

■ *Einerseits soll die Verpackung den Inhalt schützen. Andererseits soll sie möglichst nachhaltig und recyclingfähig sein. Das geht nicht immer zusammen, oder?*
Kuntz: Nein, das ist fast immer ein fauler Kompromiss, das muss man so sagen. Man muss sich klar machen: Alles, was der Mensch tut, schadet der Umwelt. Es wird besonders viel über Kunststoffverpackungen diskutiert. Aber 99 Prozent der Umweltbelastung kommen vom Produkt und nur ein Prozent von der Verpackung. Deswegen ist es sehr sinnvoll, wenn man dafür sorgt, dass das Produkt geschützt ist – unter Inkaufnahme der Tatsache, dass diese Verpackung selbst auch Umweltbelastungen mit sich bringt.

■ *Wenn die Verpackung nur für ein Prozent der Umweltbelastung verantwortlich ist, könnte man zu dem Schluss kommen, dass die ganze Diskussion um nachhaltige Verpackungen übertrieben ist.*
Kuntz: So krass würde ich das nicht ausdrücken. Es ist wichtig, dass wir über Verpackungsmüll sprechen. Ich halte Vorlesungen über Recycling und bin wahnsinnig motiviert, dieses Thema zum Optimum zu treiben. Aber man darf den Fokus nicht nur auf Recycling ausrichten

nach dem Motto: Die Verpackung ist das einzige, was die Umwelt belastet, alles andere interessiert mich nicht.

■ *Sie sprechen vom faulen Kompromiss, den man im Spannungsfeld zwischen Verpackung und Nachhaltigkeit eingehen muss. Haben Sie ein Beispiel?*
Kuntz: Ja. Nehmen Sie Verbundverpackungen, die aus mehreren Schichten Kunststoffen aufgebaut sind. Das ist total sinnvoll, wenn wir ans Produkt denken. Die innere Folie ist oft aus Polyethylen, die schützt das Lebensmittel. Dann kommt eine Schicht, die nennt sich EVOH (Ethylen Vinylalkohol), die sorgt dafür, dass kein Sauerstoff und keine Umgebungsluft an das Material kommen können. Dafür ist das Polyethylen nicht gut geeignet. Das kann man aber nicht recyceln, sondern nur verbrennen. Für den Schutz des Produkts beim geringstmöglichen Materialeinsatz gibt es nichts Besseres. Ist das nun gut oder schlecht? Es ist ein Kompromiss, aber ich würde nie sagen, das müsste man verbieten.

„99 Prozent der Umweltbelastung kommen vom Produkt.“

■ *Deutschland versucht seit Anfang der 1990er Jahre mit der Verpackungsverordnung, seit 2019 mit dem Verpackungsgesetz, für mehr Recycling zu sorgen. Wie steht Deutschland da?*
Kuntz: Deutschland steht beim Recycling fast vorbildlich da. Natürlich geht es immer besser, aber im internationalen Vergleich steht es mit an der Spitze. Nicht ganz oben, denn der Musterknabe weltweit ist Norwegen. Norwegen hat das vorbildlichste Pfandsystem überhaupt.

■ *Warum?*
Kuntz: Die haben damit viel früher angefangen und, was das Allerwichtigste ist: Mit einer super Akzeptanz in der Bevölkerung. Das ganze Volk schützt seine Natur.
■ *Wenn ich mir die Schlangen an den Leergutautomaten im Supermarkt anschau, würde ich sagen, die Akzeptanz in Deutschland ist durchaus da...*
Kuntz: Die Schlange am Pfand-

automaten ist schon das erste Problem: Wir haben viel zu wenig Automaten. Es zerstört die Akzeptanz, wenn die Leute Schlange stehen müssen. In Norwegen steht solch ein Automat fast an jeder Straßenecke.

■ *Nun soll es bald eine europäische Verpackungsverordnung geben.*
Kuntz: Die Quoten, die da drin stehen, übererfüllt Deutschland heute schon deutlich. Eigentlich sollten diese Quoten viel ambitionierter sein. Da liegt Deutschland meistens weit drüber. Aber das zeigt, dass im europäischen Durchschnitt viele Nationen Nachholbedarf haben.

■ *Haben Sie Sorge, dass Deutschland einen Rückschritt macht, weil die laschere EU-Verordnung über dem strengeren deutschen Verpackungsgesetz steht?*
Kuntz: Nein. Es ist das Verständnis da: Das ist richtig so. Und es bringt Deutschland auch einen strategischen Vorteil. Wir bauen eine Infrastruktur auf, wir entwickeln Technologie, die wir vielleicht auch exportieren können. Mit guter Recyclingtechnologie kann man viel Geld verdienen. Deswegen glaube ich nicht, dass das zu einem Rückschritt führen wird.

■ *Wie weit ist Deutschland beim Thema Recycling?*
Kuntz: Bei Metallen funktioniert das Recycling super. Bei Metallverpackungen wie Blechdosen oder Aludosen ist das Recycling, sowohl was das Sortieren als auch das Verwerten angeht, weit entwickelt. Das häufigste Verpackungsmaterial ist nicht Kunststoff, sondern Papier. 40 Prozent des gesamten Mülls sind Papier. Da funktioniert das Recycling fast von alleine und ist seit vielen Jahrzehnten etab-

liert. Allerdings wird das Papier durch Recycling immer schlechter, nach fünf bis zehn Umläufen kann man es nicht mehr verwenden und muss es verbrennen. Papier hat in meinen Augen ein zu positives Image. Denn es wird zu viel Wald abgeholzt. Das sehe ich durchaus kritisch.

■ *Was ist mit Kunststoff?*
Kuntz: Bei Kunststoff muss man differenzieren. PET ist ein spezieller technischer Kunststoff, es gibt viele technische Bauteile aus PET. Man kann PET auch zu Fasern verarbeiten, das ist dann Polyester, eine der meistverwendeten Kunstfasern. Dann gibt es PET als Verpackungsmaterial für Getränke. PET hat viele Eigenschaften, die für das Recycling hervorragend geeignet sind, da ist es ein richtiger Musterknabe. Deswegen würde ich sagen: PET-Recycling funktioniert vorbildlich. Das gilt für die anderen Kunststoffe aber nicht. Was bei PET gilt: Aus einer Flasche wird wieder eine Flasche, das gibt es für andere Kunststoffe fast gar nicht.

„Papier hat in meinen Augen ein zu positives Image.“

■ *Unternehmen wie die Schwarz-Gruppe versuchen, komplette Wertstoff- und Recyclingkreisläufe intern umzusetzen. Ist das der richtige Weg?*
Kuntz: Zunächst betrifft das bei der Schwarz-Gruppe vor allem PET. Aber das haben sie wirklich ins Optimum getrieben. Da kann man als Ingenieur nur begeistert sein, besser geht es nicht. Auch ganzheitlich gedacht, etwa, was das Verpackungsdesign und den Transport angeht, gibt es da Aktivitäten, die in sich schlüssig und sehr erfolgreich sind. Aber dafür braucht es hohe Investitionen und viel Know-how.

■ *Also der richtige Weg?*
Kuntz: Ja, wenn man recyceln möchte. Noch besser ist natürlich wiederverwenden, deswegen werden die Aktivitäten der Schwarz-Gruppe kontrovers diskutiert. Man könnte argumentieren: Wenn man genauso viel Aufwand getrieben hätte für die Wiederverwendung von Produkten – etwa Reinigungsmethoden und Design verbessern – würde man deren Ökobilanz auch steigern können. Insofern sehe ich das mit einem lachenden und einem weinenden Auge. Es ist einerseits vorbildlich, blockiert aber möglicherweise den besten Weg – denn die Wiederverwendung steht über der Wiederverwertung.

Firmen

85 Jahre alt

Vor 85 Jahren wurde die **Weber-Hydraulik GmbH** als Hersteller hydraulischer Hebezeuge von Emil Weber in Stuttgart-Untertürkheim gegründet. Vom kleinen regionalen Betrieb hat sich der Hydraulikspezialist mit Sitz in Güglingen zum internationalen Anbieter von Hydraulik- und Rettungstechnik entwickelt. Mit insgesamt 1500 Mitarbeitern und einem Umsatz von zuletzt 350 Millionen Euro betreibt das Unternehmen Werke in Deutschland, Österreich und Polen. „Es macht meine Familie und mich sehr stolz, dass Weber-Hydraulik in seiner Geschichte jede Herausforderung meistern konnte und nun da ist, wo es heute steht“, sagt Christine Grotz, Geschäftsführende Gesellschafterin und Enkelin des Firmengründers. Alles begann mit Emil Webers „Fabrikation hydraulischer Hebezeuge“ in Untertürkheim. Nach schweren Bombenschäden folgte 1944 der Umzug nach Güglingen. Ab 1950 wurde das Portfolio stetig erweitert und um Bremszylinder, Abstützzylinder, Stempelsetzgeräte für den Bergbau und weitere Produkte ergänzt. Erste Fahrerhauskippanlagen folgten 1965, die Eröffnung des österreichischen Werks in



Weber-Hydraulik produziert seit 85 Jahren. Foto: Weber-Hydraulik

Losenstein 1969, 1974 startete die Produktion von hydraulischen Rettungsgeräten, die heute mit Weber Rescue Systems über einen eigenen Markenauftritt verfügen. In den 2000er Jahren folgten Umfirmierungen und Firmenübernahmen, 2005 wurde das Werk in Polen eröffnet. Mit Werken in Konstanz und Wörth an der Isar ist Weber-Hydraulik heute an drei Standorten in Deutschland und je einem Werk in Polen und Österreich vertreten. Christine Grotz übernahm 2017 die Geschäftsführung. Jüngster Meilenstein ist die Einführung der Dachmarke Weber Systems Group. Unter ihr sind die beiden Produktmarken Weber-Hydraulik und Weber Rescue Systems vereint. Nächstes Jahr starten die drei Business Units Hydraulik, Rettungstechnik und Ventiltechnik. *red*

EBM-Papst im Finale

Die **EBM-Papst**-Gruppe, führender Hersteller von Ventilatoren und Motoren, ist für den 17. Deutschen Nachhaltigkeitspreis, Europas größte Auszeichnung für ökologisches und soziales Engagement, nominiert und steht im Finale. Die Nominierung des Mulfinger Familienunternehmens wurde in der Kategorie „Motoren und Turbinen“ von 224 unabhängigen Fachjuroren aus Forschung, Verbänden, Beratung und Zivilgesellschaft vergeben. Seit seiner Gründung setzt sich EBM-Papst dafür ein, dass jedes neue entwickelte Produkt seinen Vorgänger ökonomisch und ökologisch übertrifft, heißt es in einer Mitteilung. Bereits 2013 wurde das Unternehmen in der Kategorie „Deutschlands nachhaltigste Unternehmen“ mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Der Preis wird am Donnerstag, 28. November, im Rahmen des 17. Deutschen Nachhaltigkeitstages in Düsseldorf vergeben. *red*

Zur Person

Meinhard Kuntz ist an der Hochschule Heilbronn Studiengangsleiter Umwelt- und Prozessingenieurwesen. Er hält Vorlesungen in Werkstoffkunde, Technischer Mechanik und Recycling. Seine Forschungsschwerpunkte sind das Recycling von Batterien und Kunststoffen. *red*



Standpunkt

Vorteile sichern

Nach den politischen Ereignissen der letzten Wochen darf man gespannt sein, ob und in welchem Umfang über angekündigte Gesetzesvorhaben noch vor der anvisierten Neuwahl entschieden wird. Bereits verabschiedet wurde am 18. Oktober das Jahressteuergesetz (JStG) für 2024 – mit etlichen Anpassungen gegenüber dem Regierungsentwurf. Das Gesetzespaket enthält neben Steueraktualisierungen und Gesetzesänderungen zur Bekämpfung von Schwarzarbeit, zur Förderung der Elektromobilität und alternativer Wohnformen auch die dringend erwartete Steueroptimierung für die Nutzungsdauer von Gebäuden. Letztere sollte sich deutlich vorteilhaft auf die steuerliche Absetzung von Investitionen in Immobilien auswirken, wenn eine geringere als die festgelegte Nutzungsdauer nachgewiesen werden kann.



Das Jahressteuergesetz 2024 sieht nämlich vor, dass unter bestimmten Voraussetzungen die tatsächliche Nutzungsdauer eines Gebäudes maßgeblich ist, auch wenn diese weniger als die in § 7 des Einkommensteuergesetzes verankerte, typisierte Nutzungsdauer beträgt. Konkret können in diesen Fällen anstelle der standardmäßigen Absetzungen für Abnutzung (AfA) die der tatsächlichen Nutzungsdauer entsprechenden AfA vorgenommen werden, sofern einige wichtige Kriterien nachweislich erfüllt sind. Dieser im § 7 Absatz 4 Satz 3 des Einkommensteuergesetzes konkretisierte Nachweis muss durch das Gutachten eines öffentlich bestellten und akkreditierten Sachverständigen oder einer nach DIN EN ISO/IEC 17024 zertifizierten und vereidigten Person erbracht werden. Zu diesem Nachweis gehört an erster Stelle eine umfassende Dokumentation über die Nutzung des Gebäudes, die die Gründe für die niedrigere Nutzungsdauer deutlich macht. Zusätzlich sind häufig technische Gutachten gefordert, die den Zustand des Gebäudes sowie mögliche Abnutzungs- oder Schadensfaktoren analysieren und dokumentieren. Zur Untermauerung der Abweichungen in der Nutzungsdauer kann auch ein Vergleich mit ähnlichen Gebäuden oder Nutzungsszenarien hinzugezogen werden. In jedem Fall ist die Beachtung aller spezifischen rechtlichen Vorgaben und Normen, die für den Anwendungsfall relevant sind, oberstes Gebot.

Eine fachliche Einschätzung durch Steuer- und Immobilienexperten ist essenziell, um alle Bestimmungen präzise auszulegen und Argumentationen seriös zu stützen.

Philipp Neumeyer,
Steuerberater in Heilbronn



Die Verpackungsmaschinen von Optima werden permanent weiterentwickelt. Fotos: Optima

Optima setzt auf Zellstoff statt Plastik

Verpackungsmaschinen müssen immer stärker auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sein. Das wissen die Haller.

Von unserem Redakteur
Jürgen Paul

Die Optima-Gruppe aus Schwäbisch Hall gehört zu den größten und renommiertesten Herstellern von Abfüll- und Verpackungsmaschinen in ganz Deutschland. Das Familienunternehmen erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2023 einen Umsatz von rund 620 Millionen Euro und beschäftigt mehr als 3150 Mitarbeiter an mehr als 20 Standorten weltweit. Das Thema Nachhaltigkeit wird bei Optima immer wichtiger. „Es besteht eine erhebliche Nachfrage nach umweltfreundlichen Verpackungsalternativen in verschiedenen Bereichen, beispielsweise bei Kaffeekapseln oder Blisterverpackungen“, teilt das Unternehmen mit. Daher tüfteln die Optima-Spezialisten an maßgeschneiderten Maschinenplattformen für ihre Kunden. Denn die gesamte Industrie steht zunehmend in der Pflicht, den sich verändernden Erwartungen der Verbraucher sowie den sich verschärfenden gesetzlichen Anforderungen im Bereich der

Nachhaltigkeit gerecht zu werden, wie die Schwäbisch Haller betonen.

Erklärtes Ziel von Optima ist es, den Kunden eine Auswahl an faserbasierten Technologien anbieten zu können, um Kunststoffverpackungen zu ersetzen. „Das Angebot umfasst bereits das Formen von Karton für Becher und Dosen sowie das Formen von Papier zum Beispiel für Portionspackungen und Nachfüllanwendungen“, erklärt das Unternehmen. Neu im Portfolio ist die sogenannte Dry-Molded-Fiber-Technology, die besonders für anspruchsvolle Produkte geeignet sei. Beim Dry-Molded-Fiber-Verfahren wird Holz Zellstoff – je nach Anwendung aus Frisch-, Rest- oder Recyclingzellstoff – zunächst in Fasern getrennt. Daraus entsteht eine Zellulosebahn, die dann in einer Presse zu dreidimensionalen Objekten geformt wird, wobei auch komplexe Geometrien möglich sind.

Um diese Technologie auch in großem Maßstab nutzbar zu machen, ist Optima eine Partnerschaft mit den Unternehmen PulPac und PA Consulting eingegangen. PulPac aus Schweden gilt als Heimat und Pionier von Dry Molded Fiber. Das Unternehmen verfolgt das Ziel, Einwegkunststoffe durch diese neuarti-

ge Faserbildungstechnologie zu ersetzen und dabei die Grenzen dessen, was mit zellulosehaltigen Fasern möglich ist, immer weiter zu verschieben.

PA Consulting ist eine Unternehmensberatung mit Sitz in London, die sich vor allem auf Innovations- und Transformationsberatung spezialisiert hat und

„Für die Weiterentwicklung moderner, nachhaltiger Produkte muss deren Herstellung in großem Maßstab möglich sein.“ Keith Thornley

mehr als 4000 Spezialisten beschäftigt. „Für die Weiterentwicklung moderner, nachhaltiger Produkte muss deren Herstellung in großem Maßstab möglich sein“, sagt Keith Thornley, Commercial Lead für Dry Molded Fiber bei



Mit Optima-Maschinen können nachhaltige Kaffeekapseln hergestellt werden.

60 Jahre Produkte für das Weltall

Solarzellen aus dem Telefunkenpark: Einige flogen mit Satelliten bis zum Jupiter oder zu einem Kometen.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Es war nur eine kleine Sparte in dem 1960 eröffneten Werk, die da 1964 an einem neuen Produkt bastelte: einer Solarzelle für Weltraumanwendungen. Damals waren gerade erst die ersten Satelliten gestartet, die bemannte Raumfahrt reine Pionierarbeit und der Flug zum Mond noch eine Vision von US-Präsident John F. Kennedy. Ein kleines Team entwickelte damals unter dem Dach der AEG in deren neuem Werk am Heilbronner Frankenstadion, heute Telefunkenpark genannt, eine Solarzelle, mit der Satelliten im Orbit sich mit Energie von der Sonne versorgen können.

Damals, so heißt es noch in der Firmenschrift zum 40-jährigen Bestehen des Standorts, kamen Solarzellen nur für Weltraumanwendungen infrage – auf der Erde lasse sich ja preisgünstig Strom aus Kohle-, Atom- und Wasserkraft gewinnen. Der Wirkungsgrad lag zudem bei bescheidenen 14 Prozent. Bis allerdings die Heilbronner Solarzellen abhoben, dauerte

es nochmals fünf Jahre: Am 9. November 1969 startete Azur, der erste deutsche Satellit. Sieben Monate blieb er in Betrieb. Er ist mit 23000 Solarzellen aus Heilbronner Fertigung bestückt, jede zwei mal zwei Zentimeter groß. Noch heute dreht der Flugkörper seine Runden um die Erde. Allerdings sind seine Tage gezählt – er wird nächstes oder übernächstes Jahr abstürzen und in der Erdatmosphäre verglühen.

Sein Name aber bleibt bestehen: Der Heilbronner Hersteller, der über viele Stationen aus der AEG über Firmen wie Daimler, Nukem, RWE und Generali zum kanadischen 5N-Plus-Konzern gekommen ist, heißt heute Azur Space Solar Power GmbH, benannt nach dem ersten mit seinen Solarzellen ausgerüsteten Satelliten. Anfangs wurden die blaumetallisch glitzernden Scheiben noch auf Siliziumbasis hergestellt, berichtet Verkaufsleiter Jürgen Grein. Auch das Hubble-Teleskop und die Rosetta-Sonde, die Zellen aus Heilbronn tragen, wurden noch mit dieser Technologie bestückt. Im Jahr 2000 führte das Unternehmen aber eine Fortentwicklung ein: Sogenannte Dreifach- und später Vierfach-Zellen vervielfachten den Energieertrag, statt Silizium werden jetzt Verbindungshalbleiter wie Germanium-Arsenid als Basis verwendet. Heute müssen etwa 100 Schichten verschiedener Zusammensetzung aufgebracht werden, erklärt Marketingdirektor Wolfgang Guter. Der Wirkungsgrad liegt inzwischen bei mehr als 32 Prozent.

Seit den Anfängen hat die Heilbronner Fabrik Satelliten-Solarzellen mit einer Gesamtleistung von sechs Megawatt ausgeliefert. Als neues Geschäftsfeld ist seit 2004 eine terrestrische Anwendung hinzugekommen: Mit den Azur-Solarzellen können auch Photovoltaik-Kraftwerke in sonnigen Regionen bestückt werden. Projekte gibt es unter anderem in Indien und



Auch die Rosetta-Sonde hatte Solarzellen aus Heilbronn. Foto: ESA/ATG medialab; Comet image: ESA/Rosetta/Navcam

Australien, 100 Megawatt Gesamtleistung wurden bereits ausgeliefert.

Zurzeit ist die Heilbronner Fabrik komplett ausgelastet – die Auftragsbücher für nächstes Jahr sind voll, auch 2026 sei schon stark gebucht. Denn neben großen Satelliten schicken Staaten und Unternehmen immer mehr Mini-Satelliten ins All, mit Gewichten von höchstens 150 Kilogramm. „New Space“ heißt dieses Segment, ein Kunde der Heilbronner habe alleine 200 Stück mit Azur-Zellen bestückt, erzählt Grein. Insgesamt wurden seit 1964 etwa 900 Satelliten von den Heilbronnern ausgerüstet.

Seit der Übernahme durch die Kanadier im Frühjahr 2021 wurde daher die Belegschaft um 100 auf 350 erhöht, zusätzliche Räume im Telefunkenpark wurden angemietet. „Wir wollen weiter aufstocken“, kündigt Roland Dubois an, der 2022 als Mitglied der Geschäftsführung für die Sparte Spezialhalbleiter ins Unternehmen kam. „Wir sind weiter auf der Suche nach qualifizierten und motivierten Mitarbeitern.“ Um konkurrenzfähig zu bleiben, investiere das Unternehmen aber auch weiter in die Automatisierung der Fertigungsprozesse. Der Wettbewerb ist freilich überschaubar: In der westlichen Welt gebe es gerade mal zwei weitere Hersteller von Weltraum-Solarzellen, während chinesische Produzenten nur selten zum Zuge kämen – vorwiegend aus geopolitischen Erwägungen. Dubois ist daher optimistisch: „Das sind tolle Aussichten für Heilbronn.“

ANZEIGE

NORGE

REINIGUNG

umweltfreundlich & nachhaltig

IHR SPEZIALIST

FÜR PSA-KLEIDUNG

WIR REINIGEN IHRE FUNKTIONSKLEIDUNG

FEUERWEHR | POLIZEI | THW

Tel. 07930-8888

Nutzen Sie unseren Hot- und Bringservice

www.norge.de

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Angetreten sind sie einst als Zusammenschluss von Unternehmen im Landkreis Schwäbisch Hall. Der Verein Packaging Valley sollte die Zusammenballung, neu-deutsch Cluster, des Verpackungsmaschinenbaus in Hohenlohe bundesweit bekanntmachen und fördern. Gegenseitiger Austausch der Mitglieder, gemeinsame Messeauftritte und Branchentreffen waren das Ziel – und sind es heute noch. Allerdings: Das Packaging Valley ist längst aus Kocher- und Jagsttal herausgekommen. 2019 kam es zum Zusammenschluss mit dem Packaging Excellence Center mit Sitz in Waiblingen, wodurch Unternehmen aus dem Raum Stuttgart hinstießen. Die Mitgliederzahl verdoppelte sich zunächst von 40 auf 80 und hat nun schon die 100 überschritten. Jetzt öffnet sich die Vereinigung für Interessenten aus ganz Deutschland. Das hat der Vorstand in seiner turnusmäßigen Strategiesitzung im Juni beschlossen.

Wie viel Cluster, wie viel Regionalität ist also noch übrig? Martin Buchwitz, Geschäftsführer des Vereins, sieht dies gar nicht mal mehr als vorrangiges Ziel. „Mit der Verschmelzung waren wir ja schon bis in den süddeutschen Raum aktiv“, erklärt er. 2022 habe der Vorstand beschlossen, sich für Firmen aus Baden-Württemberg und Bayern zu öffnen. So gebe es im Allgäu viele Verpackungsmaschinenbauer, die sich auf Anlagen für Lebensmittel spezialisiert haben – naheliegender, da in jener Region auch viele Molkereien und Käsereien ansässig sind. Die Kontakte reichten aber schon nach ganz Deutschland hinein. Insgesamt schätzt Buchwitz die Zahl der in der Branche tätigen Firmen auf etwa 300 in Deutschland, ohne Zulieferer oder Dienstleister. Weitere Cluster gibt es etwa in Mittelhessen, wieder mit dem Schwerpunkt Lebensmittelverpackung, sowie im Raum Dresden, wo schon zu DDR-Zeiten ein Branchenschwerpunkt aufgebaut wurde, der auch über die Wende hinaus Bestand hat. „Der Grund für un-



Auf der jüngsten Messe Fachpack in Nürnberg war das Packaging Valley mit 27 Firmen an seinem Gemeinschaftsstand vertreten, weitere 16 Mitglieder hatten eigene Stände. Foto: privat

Vom Tal ins Land

Der Verein Packaging Valley öffnet sich für Mitglieder aus ganz Deutschland. Das hat mehrere Gründe.

sere Öffnung ist nicht, dass wir schnell wachsen wollen“, sagt Buchwitz. Seit dem Vorstandsbeschluss habe es noch keine Neuaufnahme aus den neuen Regionen gegeben. „Wir wollen uns nur nicht dem verschließen.“ Schon seit längerem habe

das Packaging Valley Mitglieder, die im Bereich Automation tätig sind und in Wuppertal, Ratingen bei Düsseldorf oder Südhessen ansässig sind. „Wir sehen uns klar als Netzwerk“, sagt Buchwitz. „Wir treten nicht als Verband in den Wettbewerb etwa mit dem VDMA. Für uns ist der Community-Charakter ganz wichtig.“ Dazu gehört aber auch der Auftritt auf Messen, das nächste Mal auf der Fachpack nächsten September in Nürnberg. Zuletzt waren 27 Unternehmen am Gemeinschaftsstand vertreten, weitere 16 hatten eigene Stände, meistens in der selben Halle. „Wir waren so etwas wie die Packaging-Valley-Halle“, meint der Geschäftsführer. Internationale Auftritte sind für die Vereinigung aber eine Nummer zu groß. Die Geschäftsstelle im Gewerbegebiet Hessental bei Schwäbisch Hall ist personell schlank aufgestellt, der Co-Geschäftsführer in Waiblingen ist im Hauptberuf dort Wirtschaftsförderer. „Wir können das personell gar nicht stemmen“, erklärt Buchwitz. „Aber die Mitglieder profitie-

ren auch im Ausland.“ Schließlich seien viele Weltmarktführer darunter. „Das Packaging Valley ist ein Qualitätsmerkmal“, ist der Geschäftsführer überzeugt. Für das kommende Jahr plant der Verein nun eine Neuauflage: Die Packaging Valley Days, die zuletzt vor acht Jahren stattfanden, sollen wiederbelebt werden. Allerdings werde das Konzept angepasst, kündigt Buchwitz an, etwa was Betriebsbesichtigungen angeht. „Wir wollen uns auch stark an den Themen der Endverbraucher des Verpackungsmaschinenbaus orientieren“, sagt er. Dies seien zum Beispiel der Wettbewerb mit Asien, die Lage in den USA oder Software- oder KI-Kompatibilität. Trotz der Wirtschaftskrise bleibt Buchwitz für die Branche zuversichtlich. „Die Zahlen deuten darauf hin, dass ihr eine gute Zukunft bevorsteht.“ Weltbevölkerung und Wohlstand wachsen, Hersteller von Pharma-Abfüllanlagen wie im Raum Schwäbisch Hall profitierten davon. „Und Pharma und Food kommen auch in Zukunft nicht ohne Verpackungen aus.“

Firmen

Smart-Factory-Welttag

Die MPDV Mikrolab GmbH lud anlässlich des Welttags der Smart Factory zu einer Podiumsdiskussion in die DHBW Mosbach ein. Dieser von MPDV ins Leben gerufene Aktionstag, der jährlich am 15. September begangen wird, will möglichst viele Menschen über die Bedeutung und Möglichkeiten der Digitalisierung und insbesondere der Smart Factory informieren. Unter dem Motto „Digitalisierung geht jeden an“ bot die Veranstaltung eine Auseinandersetzung mit der Zukunft der Digitalisierung. Im Zentrum stand die Frage, wie Deutschland in der Industrie 4.0 international aufgestellt ist und welche Kompetenzen für eine erfolgreiche Transformation erforderlich sind. Zu den Teilnehmern zählten Unternehmer, Studenten, Alumni und Lehrkräfte, die sich intensiv über das Internet of Things und den Wandel der Industrie austauschten. „Unser Ziel ist es, nicht nur Unternehmen, sondern vor allem auch die nächste Generation für die Chancen der intelligenten Fabrik zu begeistern“, sagte Nathalie Kletti, Geschäftsführerin der MPDV Mikrolab GmbH. red



MPDV hatte zu einer Podiumsdiskussion eingeladen. Foto: privat

ANZEIGE



RENATURE® 3D wird als Paneele hergestellt, aus denen sich maßgefertigte, geometrische Transportverpackungen gestalten lassen. Foto: Storopack

Kundenspezifische und umweltfreundliche Verpackungslösungen

Der Schutzverpackungsspezialist Storopack bietet in seinem Werk in Limbach-Krumbach maßgeschneiderte Schutzverpackungen und technische Formteile

Das Storopack Werk in Limbach-Krumbach im Odenwald bietet Herstellern und Versandhändlern optimale Beratung und Unterstützung rund um maßgefertigte Schutzverpackungen und technische Formteile aus expandierten Schäumen. Typische Anwendungsbereiche sind beispielsweise Verpackungen für weiße und graue Ware oder Elektronik. Unter anderem an diesem Standort entwickelt und fertigt Storopack kundenindividuelle Lösungen aus dem nachhaltigen Rohstoff rEPS (recyceltes expandiertes Polystyrol) sowie aus herkömmlichem EPS (expandiertes Polystyrol). Gemeinsam mit seinen Kunden erarbeitet Storopack innovative, kostenorientierte und umweltfreundliche Lösungen für die unter-

schiedlichsten Anwendungen und Branchen. Durch die zentrale Lage in Limbach-Krumbach sind kurze Transportwege in die Wirtschaftsregionen Hohenlohe, Heilbronn-Franken und die Odenwaldregion garantiert. Als familiengeführtes, weltweit agierendes Unternehmen liegt Nachhaltigkeit bei Storopack besonders im Fokus. Im Jahr 2023 hat der Schutzverpackungsspezialist 43 Prozent der eigenproduzierten Produkte aus nachwachsenden oder recycelten Materialien hergestellt. Mit rEPS geht Storopack neue Wege bei der vollständigen Schließung des Re-

cyclingkreislaufs von EPS-Schutzverpackungen. Denn rEPS besteht aus mindestens 95 Prozent recycelten EPS-/PS-Abfällen. Eine weitere neue und innovative Verpackungslösung von Storopack ist RENATURE® 3D. Diese Schutzverpackung besteht hauptsächlich aus Pflanzenstärke und ist deshalb auf dem Gartenkompost vollständig biologisch abbaubar. Die Heimkompostierbarkeit ist mit „OK compost HOME“ durch TÜV Austria zertifiziert. RENATURE® 3D wird als Paneele hergestellt, aus denen sich zu 3D-Formen zusammengesetzte, maßgefertigte und geometrische Transportverpackungen gestalten lassen. Dies stellt einen optimalen Schutz der Ware im Karton sicher. anz

PERFECT PROTECTIVE PACKAGING



NACHHALTIG IST, HEUTE SCHON AN MORGEN ZU DENKEN.



rEPS (recyceltes, expandiertes Polystyrol)

RENATURE® 3D (stärkebasierte Verpackung)

Schutzmaterialien müssen perfekt sitzen. Und das bietet Ihnen Storopack mit seinen maßgeschneiderten Verpackungen. Neben herkömmlichen Materialien können Kunden auch auf nachhaltige Alternativen zurückgreifen. Lösungen aus biobasierten oder recycelten Werkstoffen sind eine besonders attraktive Lösung für Unternehmen, die ihre Waren sicher versenden oder isolieren möchten und gleichzeitig Wert auf Nachhaltigkeit legen.

Storopack
Deutschland GmbH + Co. KG
Fabrikstrasse 1
74838 Limbach-Krumbach
Germany

T +49 (0)6287 931 3
info@storopack.com

Firmen

Kanada-Projekt geehrt

Der Güglinger Solarspezialist **Hep Solar** wurde beim diesjährigen Innovation-Award von „Cash“ in der Kategorie Sachwertanlagen ausgezeichnet. Der Spezialist für Solarparks und Solarinvestments erhielt einen Award für seinen Spezialfonds „HEP Solar Club Deal 1“, der erstmals in ein Projekt in Kanada, den Solarpark Alderson im Süden der Provinz Alberta, investiert.

Der „HEP Solar Club Deal 1“ ist ein Fonds gemäß Artikel 9 der EU-Offenlegungsverordnung und bietet Beteiligungsmöglichkeiten für vermögende Privatpersonen und institutionelle Investoren. Der Club Deal 1 investiert in den Solarpark Alderson in der kanadischen Provinz Alberta. Mit einer Nennleistung von über 120 MWp (DC) ist es das bisher größte Solarprojekt von Hep Solar. Der 270 Hektar große Park soll mit rund 200000 Solarmodulen für eine jährliche Erzeugung von über 190000 Megawattstunden sorgen. „Kanada bietet Anlegern rechtliche und politische Stabilität, verbunden mit einer starken Währung und 50 Prozent mehr Sonneneinstrahlung als in Deutschland“, erklärt Thorsten Eitle, Vertriebschef und Gründer von Hep Solar. Das Unternehmen mit mehr als 200 Mitarbeitern weltweit errichtet gerade einen neuen Firmensitz in Eppingen.

Im Rahmen der Finanzmesse DKM 2024 hat die Cash Media Group aus Hamburg insgesamt sechs Innovations-Awards an Unternehmen aus den Segmenten Versicherungen, Investmentfonds, Banken, Maklerpools und Dienstleister verliehen. *red*

Kaufland hat in seiner Logistik seit einigen Jahren eine innovative Verpackungs- und Transportlösung im Einsatz.

Von unseren Redakteur
Heiko Fritze

Europaletten mit Kartons drauf – das wollte die Großflächensparte der Schwarz-Gruppe nicht mehr. Stattdessen hat Kaufland ein eigenes Transport- und Verpackungsmittel kreiert: Die Kaufland Klapp-Palette (KKP) wird seit 2021 bei dem Unternehmen eingesetzt, seit Ende 2023 in allen Ländern, in denen es aktiv ist.

Bei den ausgelieferten Mischpaletten liegt der bundesweite Anteil an KKP im Bereich Food trocken mittlerweile deutlich über der Hälfte, wird berichtet. Dort, wo wie zum Beispiel im hiesigen Logistikzentrum Möckmühl noch viel von Hand kommissioniert wird, kommt die Innovation sogar bei 85 Prozent der Artikel zum Einsatz und garantiert dadurch eine deutlich verbesserte Ergonomie für die Kommissionierer und die Mitarbeiter im Vertrieb.

Aber auch in Kauflands modernstem Logistikzentrum im bayrischen Geisenfeld, wo die Lagerprozesse zu einem Großteil voll automatisiert laufen und Roboter-Greifarme individuell für jede Filiale die Paletten zusammenstellen, ist die Kaufland-Klapp-Palette berücksichtigt worden. Um sie dort aber bei der Automation problemlos einsetzen zu können,



Kaufland hat die selbst entwickelte Klapp-Palette auch im Logistikzentrum in Möckmühl im Einsatz, wo noch viele Arbeitsschritte von Hand erledigt werden müssen. Foto: Heiko Fritze

Damit es bestens klappt

wurde ihr Metall-Rahmen kürzlich nochmals modifiziert.

„Wir bleiben natürlich am Ball, lassen aktuelle Entwicklungen in der Logistik im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses direkt einfließen und entwickeln die KKP weiter, sobald wir einen Bedarf erkennen“, erklärt Matthias Kuhring, Bereichsleiter Supply Chain Management und Projektleiter Kaufland Klapp-Palette. „An den grundlegenden Vorteilen, also verbesserte Ergonomie für Logistik und Filiale, Warensicherung sowie Transportkostenoptimierung, hat sich aber nichts verändert.“

Dank ihrer Stapelfähigkeit werde auch der Frachtraum in Lastwagen sehr gut ausgenutzt. „Sie kommt jeden Tag tausendfach zwischen Verteilzentren und Filialen zum Einsatz“, sagt Kuhring. Sie halte die Ware beim Kommissionieren, Transportieren und Verräumen in der Filiale zuverlässig zusammen, ohne dass dabei Unmengen an Plastikfolie verwendet werden müssten. Für Mitarbeiter in der Logistik und den Filialen biete sie durch die verringerte Pack-Höhe große ergonomische Vorteile beim Packen und Entpacken im optimierten Bereich. Und mit einer Einsatzdauer von mehr als zehn Jahren sei sie auch deutlich langlebiger als eine gewöhnliche Europalette aus Holz.

Und sie ist anders konstruiert: Sie besteht nicht nur aus einem stabilen Boden, sondern hat auch ausklappbare Seitenwände. Diese machten das Verladen sicherer und sparten zugleich jährlich 250 Tonnen Folie ein, die auf Europaletten rundherum zur Warensicherung benutzt wird, wenn Kartongen darauf gestapelt werden. Die KKP kann durch ihre geringere Höhe zudem über den gesamten Laderaum eines Lastwagens gestapelt werden – das senke Transportkosten und spare CO₂.

ANZEIGE



Perfekt gezapft!

NEU: Das perfekte Zapferlebnis mit dem neuen Zapfhahn für unser 5 Liter Partyfass.





Zu 100 Prozent recycelbar: Metallverpackungen von Envases. Foto: Envases

Ihr Partner für Innovation und Nachhaltigkeit in der Verpackungsindustrie

Envases setzt auf umweltfreundliche Lösungen und begeistert mit pfiffigen Ideen

Seit 150 Jahren steht Envases am Standort Öhringen für hochwertige, zu 100 Prozent recycelbare Metallverpackungen. Mit 700 engagierten Mitarbeitenden setzen wir uns für umweltfreundliche Lösungen ein. Das Unternehmen gehört seit 2021 zur globalen Envases Group, die mit 12000 Mitarbeitenden an 84 Standorten weltweit vertreten ist.

■ **1. INDUSTRIAL**
Verpackungslösungen für verschiedenste Branchen: von Weißblechdosen für Lebensmittel über Farbdosen bis hin zu stabilen Gefahrgutverpackungen.

■ **2. BEVERAGE**
Unsere Innovation, das original 5-Liter-Partyfass, begeistert weltweit. Als Weltmarktführer haben wir über 1000 Marken und Biersorten im Partyfass ermöglicht. Neu im Sortiment: ein revolutionärer Zapfhahn!

Neues Zapferlebnis
Entdecken Sie jetzt das neueste Zapferlebnis: Der neue Zapfhahn ermöglicht 30 Prozent mehr Durchfluss, eine mühelose Einhandbedienung und eine perfekte, leicht dosierbare Schaumqualität.

Das Ergebnis? Noch schnellerer und unkomplizierterer Fassbiergenuss – ideal für Brauereien und Konsumumenten.

Warum Envases?
Unsere Philosophie basiert auf nachhaltigem Erfolg, Qualität und der Wertschätzung langjähriger Partnerschaften. Mit einer hauseigenen Produktentwicklung, modernem Werkzeugbau und einer Druckerei am Standort setzen wir Maßstäbe in der Branche. Wir fördern aktiv die Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden und bieten eine ausgezeichnete Ausbildung im technischen und kaufmännischen Bereich. *anz*

Kontakt
Envases Öhringen GmbH
Tel. 07941 66-0
sales-beverage@envases.de
www.envases.de

- 30% schnelleres Zapfen dank erhöhtem Durchfluss.
- Einfache Bedienung mit nur einer Hand.
- Perfekte Schaumkrone durch optimierte Schaumbildung.



Envases Öhringen GmbH
+49 (0) 7941 / 66-0
www.envases.de



Die Reichsten in Heilbronn-Franken 2024

in Milliarden Euro, Vorjahreswerte in Klammern

Dieter Schwarz
43,7 Mrd. €
(39,5)



Schwarz bleibt vorne

In der Liste der Reichsten der Region gibt es an der Spitze wenig Veränderung, aber auf den nachfolgenden Plätzen.

Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Wenn von Heilbronn und einem Spitzenplatz die Rede ist, ist die Nennung von Dieter Schwarz nicht weit. Sowohl was seine Unternehmensgruppe um Lidl und Kaufland angeht als auch das Engagement der Schwarz-Stiftung, die Bildungsinitiativen, die Experimenta oder den KI-Park Ipai. Oder eben in Sachen vermögende Deutsche: Da nimmt nämlich Dieter Schwarz nach den jüngsten Zahlen der Zeitschrift „Manager Magazin“ wieder Rang eins ein. Die Autoren schreiben ihm ein Vermögen von 43,7 Milliarden Euro zu, 4,2 Milliarden mehr als vor einem Jahr.

Dieter Schwarz wird freilich nicht müde zu betonen, dass er gar nicht über so viel Geld verfügt. Tatsächlich entfällt ein Großteil der Summe auf den Wert der Unternehmensgruppe mit Lidl, Kaufland, Prezero und Schwarz Digits sowie den Produktionswerken für Nahrungsmittel, Papier und Kunststoff. Das direkte Vermögen von Dieter Schwarz und seiner Familie umfasst hingegen vor allem Immobilien – auf denen immer wieder Lidl- oder

Kaufland-Märkte stehen. Außerdem sind die Kernunternehmen inzwischen in Stiftungen eingebracht. Doch die Autoren bleiben dabei: Weil Schwarz diese Stiftungen kontrolliert, sei ihm der Wert dieser Vermögen zuzurechnen.

So oder so spiegelt die Entwicklung den Erfolg der Unternehmensgruppe wider: Kaufland und Lidl legten im jüngsten Geschäftsjahr wieder kräftig beim Umsatz zu, Prezero erweitert sein Portfolio vor allem im Bereich Recycling, Schwarz Digits treibt seine Cloud Stackit und sein Cybersecurity-Angebot XM Cyber voran. Jedes Unternehmen für sich würde reichen, um seinen Besitzer zu den 500 Reichsten Deutschlands zu zählen.

Ähnlich umfassend ist die Unternehmensgruppe Würth aufgestellt, hinzu kommt die riesige Kunstsammlung. Kein Wunder, dass die Familie Würth mit 13,1 Milliarden Euro Platz zwei in der Region einnimmt. Zwischen Schwarz und den Würths rangieren weitere bekannte Unternehmer wie die Familien Porsche und Henkel, die beiden Stämme der Aldi-Erben, die SAP-Gründer Hasso Plattner und Dietmar Hopp und die Familie Viessmann, die ihren Heizungshersteller zu einem stolzen Preis verkaufen konnte und nun auf geschätzt 14,5 Milliarden Euro sitzt.

Platz drei in Heilbronn-Franken geht an die Familie Schick-Krief, also Gerhard Schick, seine Tochter Karin Schick-Krief und ihren Sohn. 1,7 Milliarden Euro werden den Bechtle-Großaktionären zugeschrieben, wobei ihre Aktien allmählich in eine Stiftung überführt werden.

Hinter den Schicks rangiert weiter die Familie Hagenmeyer, ehemalige Eigentümer des Getriebeherstellers Getrag

(1,6 Milliarden Euro). Es folgen – erstmals zusammengefasst – die Familien Philippiak und Silke Ziehl mit insgesamt 1,2 Milliarden Euro, die den Wert ihrer Anteile am Mulfinger Ventilatoren- und Motorenbauer EBM-Papst widerspiegeln. Ihr weiterer Mitgesellschafter Gerhard Sturm wird folgerichtig auf 0,6 Milliarden Euro taxiert.

Trotz kriselnder Baubranche: Die drei Eigner-Stämme des Baukonzerns Leonhard Weiss kommen auf zusammen 1,1 Milliarden Euro Vermögen, schreiben die Autoren. Das Unternehmen hat schließlich gut zu tun, aktuell hat es mehrere Lose für die Verlegung der Stromautobahnen Suedlink und Ultralink ergattert.

Eine gewisse Ballung an Vermögen stellt sich dann im Bereich 600 bis 700 Millionen Euro ein: Neben Gerhard Sturm finden sich hier die Familie Layher, Eigner des gleichnamigen Güglinger Gerüstherstellers, die Familie Bürkert (Bürkert Ventilttechnik, Ingelfingen), die Familien Blanc und Fischer, obwohl nicht miteinander verwandt, aber Eigner des Elektroteileproduzenten EGO und des Spülherstellers Blanco, sowie neu die Familie Müller, Besitzer des Ventilttechnik-Unternehmens Gemü. Schließlich folgen mit jeweils 500 Millionen Euro geschätztem Vermögen Christian Berner (Berner, Künzelsau) sowie jene Familie Ziehl, der Ziehl-Abegg gehört.

Leider endet die Liste bei knapp unter 500 Millionen Euro. In den vergangenen, 1000 Namen umfassenden Listen tauchten auch noch Namen wie Lapple, Rettenmaier, Wirthwein, Dieffenbacher, Schunk oder Wittenstein auf. Wie sich deren Vermögen entwickelt hat, bleibt somit bis auf Weiteres ungewiss.

Firmen

Hochschule gefördert

Mit einer neuen RFID-Kanban-Demo-version der Würth Industrie Service aus Bad Mergentheim bekommt die „SAPbased Smart Factory“ der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden am Standort Weiden weiteren Zuwachs. Fortan profitieren die Studenten von zusätzlichen Technologien, die im Zeitalter von Industrie 4.0 entlang der Fabrik eine essenzielle Rolle spielen.

Neben vielen anderen Anwendungen – darunter ein automatisierter Lagerlift, ein Montageroboter mit Bildverarbeitung, CNC-Maschinen, 3D-Drucker, Datenbrillen oder auch autonome Transportfahrzeuge – findet dort seit Kurzem auch das Kanban-Regal der Würth Industrie



Würth hat eine Hochschul-Mo-dellfabrik ausgestattet. Foto: privat

Service inklusive einer RFID-Demo-version seinen festen Platz. Das Regal ist dabei mit einem intelligenten Regalboden ausgestattet. Dieser erkennt über eine eingebaute Sender-Empfänger-Einheit direkt, wenn ein Leerbehälter abgestellt wird. Das Regal liest den RFID-Chip des leeren Behälters aus und zeigt diesen an, wobei auch eine Bestellung ausgelöst wird.

red

ANZEIGE

Nachhaltige Verpackungskompetenz für eine sichere Zukunft

Wer einmal db bauer packaging besucht hat, sieht faserbasierte Verpackungen mit anderen Augen. Denn hinter einer hochwertigen, funktionalen und nachhaltigen Faltschachtel steht ein aufwendiger Entwicklungs- und Herstellungsprozess, den das Familienunternehmen aus dem Hohenlohekreis seit Jahrzehnten perfektioniert. Als Produzent faserbasierter, recycelbarer Verpackungslösungen für die Branchen Pharma, HealthCare, Automotive und Industrie hat sich db bauer packaging international einen Namen gemacht und ist stolz darauf, die höchsten Anforderungen an Qualität, Nachhaltigkeit und Funktionalität zu erfüllen.

„Gedruckte und nachhaltige Verpackungen sind ein unverzichtbarer Bestandteil unseres Alltags“, erklärt Geschäftsführer Matthias Bauer. „Unsere Verpackungen sind überall präsent und prägen das Markenbild, das ein Produkt beim Verbraucher hinterlässt. Jede Verpackung ist ein Statement über Qualität und Wert.“ Neben einer perfekten Funktionalität und Schutzwirkung legen Unternehmen Wert auf umweltschonende Lösungen, die dem hohen Anspruch an eine moderne und nachhaltige Verpackungskultur entsprechen. Diesem Anspruch stellt sich db bauer packaging mit Leidenschaft und Know-how.

Mehr als ein Trend

Als Pionier in nachhaltiger Produktion setzt db bauer packaging konsequent auf Umweltfreundlichkeit. „Nachhaltigkeit ist für uns mehr als ein Trend – sie ist eine Verantwortung, die wir gegenüber unseren Kunden, unseren Mitarbeitenden und der Umwelt tragen“, betont Matthias Bauer. Bereits seit jeher produziert das Unternehmen Verpackungen auf Faserbasis und fördert damit eine Kreislaufwirtschaft.

schafft, in der die Rohstoffe optimal genutzt werden. Die Verpackungen von db bauer packaging sind recycelbar und tragen damit zu einem geringeren ökologischen Fußabdruck bei.

Zusätzlich engagiert sich das Unternehmen als Gründungsmitglied im Unternehmensverbund „Modell Hohenlohe“ für mehr Klimaschutz und Energieeffizienz. Neben der umweltgerechten Produktion hat sich db bauer packaging verpflichtet, Prozesse stetig zu optimieren, um Ressourcen zu schonen und Emissionen zu reduzieren. So werden Produktionsprozesse mit modernster Technik gesteuert und überwacht, um ein Höchstmaß an Effizienz zu gewährleisten.

Made in Hohenlohe

Für Unternehmen in den Bereichen Pharma, HealthCare, Automotive und Industrie ist Verpackungssicherheit ein entscheidender Faktor. Verpackungen müssen nicht nur Schutz bieten, sondern auch vor Fälschungen und Manipulationen schützen. db bauer packaging hat sich diesen hohen Sicherheitsstandards verschrieben, um die Sicherheit von Produkten zu gewährleisten. So kommen in der Produktion beispielsweise UV-aktive Druckfarben zum Einsatz, die auf den ersten Blick unsichtbar sind und nur unter UV-Licht sichtbar werden. Dieses Merkmal erschwert Produktfälschungen und sorgt für mehr Verbrauchersicherheit – insbesondere im Gesundheitsbereich, wo die Integrität eines Produkts lebenswichtige Bedeutung hat.

„Für unsere Kunden zählt jeder Aspekt der Verpackung – von der sicheren und einfachen Handhabung bis zur pünktlichen Lieferung und der Integration in bestehende Produktionsprozesse“, erläutert Matthias Bauer. Hierfür bietet das Unterneh-

men maßgeschneiderte Lösungen, die durch umfassende Beratungs- und Serviceleistungen unterstützt werden. Der „Labels on Demand“-Service sorgt dafür, dass bestellte Produkte innerhalb weniger Stunden stückgenau an den gewünschten Lieferort gelangen – ein Service, der besonders in der schnellen und flexiblen Versorgung von Vorteil ist.

Teamgeist

Bei db bauer packaging ist der „Faktor Mensch“ das Fundament für den Erfolg des Unternehmens. „Unsere knapp 100 Mitarbeiter sind das Herzstück unseres Unternehmens. Ihr Wissen, ihr Engagement und ihre Begeisterung garantieren die perfekte Umsetzung der hohen Qualitätsanforderungen, die unsere Kunden schätzen“, so Matthias Bauer. Um den Teamgeist und die Arbeitszufriedenheit zu fördern, setzt das Unternehmen auf ein wertschätzendes Arbeitsklima und fördert Fachkräfte ebenso wie junge Talente. Entscheidungsfreiheiten, Weiterbildungs- und Entwicklungsperspektiven sowie eine familienfreundliche Unternehmenskultur machen db bauer packaging zu einem attraktiven Arbeitgeber in der Region.

Matthias Bauer blickt optimistisch in die Zukunft der Druck- und Verpackungsindustrie: „Gedruckte Verpackungen werden immer gebraucht, und unser Anspruch an Nachhaltigkeit wird zukünftig noch bedeutsamer.“ Mit den immer weiterwachsenen Anforderungen an eine ressourcenschonende und sichere Verpackung spielt das Unternehmen eine zentrale Rolle, die Zukunft der Branche aktiv mitzugestalten. Dabei verfolgt db bauer packaging das Ziel, die Branche innovativ zu prägen und zugleich den Umweltgedanken in den Vordergrund zu rücken.

anz

db bauer packaging

sustainable pharma packaging

Starte
im Ausbildungsjahr 2025/2026.

Beginne
dein Berufsleben bei uns als:

- **Industriekaufrau/ -mann** (m/w/d)
- **Maschinen- und Anlagenführer** (m/w/d)
- **Medientechnologe Druck** (m/w/d)
- **Mediengestalter** (m/w/d)
- **Packmitteltechnologe** (m/w/d)

Als wacher Kopf mit neuen Ideen findest du bei uns alles für deinen Karrierestart. Anspruchsvolle Aufgaben rund um nachhaltige Verpackungslösungen für die Zukunftsbranchen Pharma, HealthCare, Industrial und Automotive warten auf deinen Input.

Einfach machen:

Jelena.Lippert@bauer-packaging.de

07941-9174-0

@bauer.packaging

Firmen

Nexel-Symposium

Rund 200 Vertreter von Maschinenbauern und Zulieferern trafen sich zum fünften Nexel-Symposium in Schwäbisch Hall. Das Netzwerk Qesar hatte dazu zum zweiten Mal in die Fassfabrik geladen. 15 Unternehmen präsentierten sich an Messeständen. Mit dabei war auch das Startup Dryfit, das mit KI aus dem Silicon Valley das hiesige Packaging Valley unterstützen will, sowie Psbl, das sich auf automatisierte Robotik-Technologie für den Maschinen- und Anlagenbau spezialisiert hat. Auch die TU Darmstadt war vertreten.

Zehn Sondermaschinen- und Anlagenbauer hatten vor Jahren das „Netzwerk exzellenter Lieferanten“



Schwimm-Olympiasieger Michael Groß war einer der Redner beim Nexel-Symposium. Foto: privat

(Nexel) gegründet, um Einkaufsvorteile zu erzielen und Wissen auszutauschen. Zu den Partnern gehören **Optima** in Schwäbisch Hall, **Schubert** in Crailsheim und **Rommelag** in Sulzbach-Laufen. Inzwischen sind es 27 Konzerne samt Tochterunternehmen. Der Kreis der Lieferanten zählt mittlerweile 165 Betriebe. Das Netzwerk umfasst 18000 Mitarbeiter in seinen Unternehmen.

Qesar-Geschäftsführer Alexander Friton betonte, dass die Partner die Herausforderungen am ehesten als „One Team“ meistern könnten, durch langfristige, unkomplizierte Zusammenarbeit. „Die Zukunft ist noch nicht geschrieben. Es gibt Stellschrauben.“ *red*

Golden Planet Award

Der Ipfelder Biokunststoff-Hersteller **Tecnaro** wurde mit dem Golden Planet Award 2024 ausgezeichnet. Der Preis ehrt Nachhaltigkeit in Unternehmen und wurde in diesem Jahr an insgesamt 15 Personen und Organisationen vergeben.

Seit 1998 entwickelt das Unternehmen mit seinen holz-basierten Werkstofffamilien Alternativen zu Plastik, die aus nachwachsenden Rohstoffen bestehen und dieselben oder bessere technische Eigenschaften besitzen sollen.

Es ist nicht die einzige Auszeichnung, die das Unternehmen kürzlich bekam. Im September erhielt Tecnaro neben den Großkonzernen Sinopec, Catl und Hongqi Motors aus den Händen von Senator und Ex-Landeswirtschaftsminister Walter Döring sowie dem Generalkonsul der Volksrepublik China Yiyang Huang den europäisch-chinesischen ESG Best Case Award im Rahmen der Sino-European Corporate ESG Best Practice Conference in der Messe Frankfurt. *red*



Tecnaro erhielt den Golden Planet Award. Foto: privat

Auf die Verpackung kommt es an

Für jeden Inhalt gibt es die richtige Verpackung, aber nicht jede Verpackung eignet sich für jeden Inhalt: Welche Vor- und Nachteile die verschiedenen Materialien haben.

Von unserem Redakteur Martin Peter

Vom Versandkarton für Warensendungen über Konservendosen für Lebensmittel bis hin zu Retail-Verpackungen für Werbebotschaften: Verpackungen dienen verschiedenen Zwecken. Die wichtigsten Verpackungsarten begegnen uns alle täglich – zum Beispiel in Supermärkten. Produktverpackungen unterstützen die Haltbarkeit und schützen die Produkte vor äußeren Einflüssen. Welche Arten von Verpackungen es gibt und was ihre Vor- und Nachteile sind, im Überblick:

Papier, Pappe und Karton

Papier, Pappe und Karton boomen: Mit rund 8,6 Millionen Tonnen lagen diese Stoffe beim Verpackungsaufkommen in Deutschland 2021 – und damit nach neuesten Zahlen – mit großem Abstand vorne, machen mengenmäßig 50 Prozent der Produktion in Deutschland aus. Diese Art der Verpackung wird aus Holz hergestellt. „Der Rohstoff ist unerschöpflich, es ist genug da“, nennt Markus Fittinghoff, Professor für Materialflusstechnik und Logistikplanung an der Hochschule Heilbronn, einen Vorteil. Gegenüber anderen Materialien weist Papier große ökologische Vorteile auf, steht für eine vorbildliche Kreislaufwirtschaft beim Recycling. Weil der Materialeinsatz zudem gering ist, sind Verpackungen aus Papier, Pappe oder Karton vor allem leicht, was auch den Transport günstiger macht. Eingesetzt werden Papier, Pappe und Karton vor allem für trockene Füllgüter. Denn – und das ist der Nachteil: Es bietet im Vergleich zu anderen Materialien keine Barriere gegen Flüssigkeit und Sauerstoff.

Glas

Anfang der Neunziger Jahre war Glas noch die Nummer zwei beim Verpackungsaufkommen, ist danach abgefallen. „Das hängt mit dem Aufkommen von Kunststoffen zusammen“, sagt Markus Fittinghoff. Dabei hat Glas viele Vorteile: Es ist gasdicht, geruchlos und geschmacksneutral. „Es eignet sich am besten, um Übergänge von Schadstoffen in Lebensmittel zu vermeiden“, sagt der Wissenschaftler. Als Einweg hat Glas allerdings eine schlechte Ökobilanz, sonst kann es häufig und leicht wiederverwendet werden. Schlecht aus Sicht der Logistik: Glas ist schwer und aufgrund seiner Formgebung auch nicht wirklich ideal: „Es hat beim Transport einen schlechten Raum-Nutzungsgrad“, sagt Markus Fittinghoff.

Weißblech/Alu

Weißblech und Alu zeichnen sich durch gute Barriere-Eigenschaften gegenüber



Papier, Pappe und Karton machen mengenmäßig mit 50 Prozent den größten Anteil am Verpackungsaufkommen aus.



Glas eignet sich mitunter am besten, um Übergänge von Schadstoffen in Lebensmittel zu vermeiden.

Gasen, Licht, Fremdkörpern, Feuchtigkeit und Gerüchen sowie durch eine hohe Festigkeit aus. Wie viel wirklich recycelt wird, ist zudem abhängig vom Ölpreis, schreibt die Verbraucherzentrale. Ist er niedrig, ist es oft preiswerter, alte Kunststoffe zu verbrennen und neue aus Erdöl herzustellen.

Plastik

Plastik wird in der Verpackungsindustrie in verschiedensten Formen verwendet, bei Getränken wird PET (Polyethylenterephthalat) verwendet, Joghurtbecher beispielsweise können aus PE (Polyethylen) bestehen, bei Kochbeuteln kommt Polypropylen (PP) zum Einsatz. Verpackungen aus Kunststoff sind leicht, flexibel, langlebig, kostengünstig und vielseitig. Die Transparenz ist zudem ein Verkaufsargument. „Viele Menschen würden abgepackte Wurst nicht kaufen, wenn sie sie nicht sehen könnten“, sagt Markus Fittinghoff. Neben der geringen Wärmebeständigkeit hat Plastik vor allem ein schlechtes Umweltimage. Wie gut es re-

cyclert werden kann, kommt auf die Art des Kunststoffs an. Wie viel wirklich recycelt wird, ist zudem abhängig vom Ölpreis, schreibt die Verbraucherzentrale. Ist er niedrig, ist es oft preiswerter, alte Kunststoffe zu verbrennen und neue aus Erdöl herzustellen.

Holz

Holz bildet nicht nur die Grundlage für Papier, Karton und Pappe – es taugt selbst als natürlicher Packstoff, der vor allem für die Herstellung von Kisten, Paletten und Verschlägen genutzt wird. Als nachwachsender Rohstoff ist Holz sehr nachhaltig und von Natur aus sehr stabil – hat dafür



In Konservendosen aus Weißblech verpackt, haben Lebensmittel die längste Haltbarkeit.



Leicht, flexibel, langlebig, kostengünstig und vielseitig: Plastikverpackungen bieten der Industrie viele Vorteile.



Holz – in Form von Paletten beispielsweise – spielt vor allem im Transport zwischen Unternehmen eine Rolle.

aber ein vergleichsweise hohes Gewicht. Obwohl Holz zwar wiederverwendet werden kann, wird es in der Praxis hauptsächlich zur Produktion von Energie verwendet. Ein weiterer Vorteil: Holz ist gegenüber Umwelteinflüssen sehr robust. „Holz wird in erster Linie im B2B-Bereich verwendet“, sagt Markus Fittinghoff – also für den Transport von Unternehmen zu Unternehmen.

Verbundstoffe

Sie spielen mittlerweile eine entscheidende Rolle in der Verpackungsindustrie: Verbundwerkstoffe. Denn sie bieten eine Reihe von Anwendungsmöglichkeiten. So werden sie häufig bei der Herstellung von

Verpackungen eingesetzt. Diese bestehen dann aus verschiedenen Kombinationen von Materialien und bieten dadurch zahlreiche Vorteile gegenüber herkömmlichen Verpackungslösungen, teilt die Verpackungswirtschaft auf ihrer Internetseite mit.

Die vielseitige Anpassungsfähigkeit ist demnach die herausragendste Eigenschaften von Verbundwerkstoffen. Durch den Einsatz von Verbundmaterialien können Verpackungen leichter, stabiler sowie auch haltbarer gemacht werden. Das ist besonders da von Vorteil, wo das Gewicht und die Festigkeit einer Verpackung entscheidend sind, um den Inhalt zu schützen und effizient zu transportieren. Ein gutes Beispiel dafür ist aus Sicht von Markus Fit-

tinghoff das Tetrapack, das nahezu jeder kennt.

Zu den Vorteilen von Verbundstoffen gehört auch eine verbesserte Witterungsbeständigkeit. Durch die richtige Materialkombination können Verpackungen widerstandsfähiger gegen Hitze, Feuchtigkeit und andere Umwelteinflüsse sein. Von diesen Vorteilen einmal abgesehen, sind Verbundwerkstoffe umweltfreundlich und nachhaltig. Viele lassen sich recyceln, was zu einer Reduzierung des Verpackungsmülls beiträgt und die Umweltbelastung verringert. Durch die Verwendung von recycelbaren Verbundwerkstoffen können Unternehmen auch ihre Umweltbilanz verbessern und ihren Kunden eine umweltfreundliche Verpackungslösung bieten.

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

map

Firmen

Reifegrad in Gold

Das Zentralgebäude von **Prezero** in Heilbronn hat auf der Immobilienmesse Expo Real in München die Zertifizierung nach DIN Spec 91436 mit dem Reifegrad Gold erhalten. Geprüft wurde dies durch einen unabhängigen externen Prüfer. Dabei wurden Interviews mit den Vorständen und unterschiedlichen Fachbereichen geführt sowie der komplette Standort besichtigt. Außerdem wurden wichtige Nachweisdokumente geprüft wie Entsorgungsnachweise und Wiegescheine.

Die Zentrale von Prezero ist das erste Verwaltungsgebäude der Schwarz-Gruppe in Deutschland, das die Goldzertifizierung nach DIN Spec 91436 erhält. Damit liegt der Anteil der positiven Verwertung (Abfallvermeidung, -reduktion, Recycling, Kompostierung, Vergärung) bei mindestens 95 Prozent, die neutrale Verwertung (Verbrennung mit Energierückgewinnung) bei maximal fünf Prozent. Die Zertifizierung hat für Prezero besondere Bedeutung, da der DIN-Standard auf eine eigene Initiative mit einem Konsortium zurückgeht. *red*



Übergabe der Gold-Zertifizierung auf der Expo Real. Foto: privat

Nach Müll nun das Wasser

Prezero und die TSG Hoffenheim nehmen das nächste Projekt in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie in den Fokus.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Den Silberstandard haben sie geschafft, der Goldstandard ist das Ziel – was die Abfallbehandlung angeht. Und die TSG Hoffenheim und der Entsorger Prezero setzen sich nun ein weiteres Ziel: Es geht um das Wasser, das beim Fußball-Bundesligisten benötigt wird. So viel wie möglich soll künftig nicht einfach im Abfluss verschwinden, haben sich die Verantwortlichen vorgenommen. Ein Projektteam hat vor kurzem die Arbeit aufgenommen.

Die Rasenbewässerung und die Toiletten sind die großen Verbrauchsstellen, berichtet Anneke Siebert, Koordinatorin für Umweltfragen bei dem Verein. Bis zu 200 000 Liter würden pro Heimspiel benötigt, im gesamten Jahr sind es mehr als 30 Millionen Liter. Im Stadion, der Prezero-Arena, gibt es bereits eine Zisterne, die 350 Kubikmeter fasst, also 350 000 Liter. Daher könne etwa die Hälfte des Wasserbedarfs mit dem aufgefangenen Regenwasser gedeckt werden. Genau wissen es die Verantwortlichen aber noch nicht – daher sollen nun Messzähler installiert werden, um den Verlauf der Wasserströme zu verfolgen.

Die Zisterne lohne sich, versichert Anneke Siebert: Alleine im zweiten Halbjahr 2023 dürften mehr als eine Million Liter Frischwasser gespart worden sein. „Wir nehmen immer erst die Zisterne“, erzählt sie. „Erst wenn sie leer ist, nehmen wir Frischwasser.“ Momentan überlege



Bis zu 200 000 Liter Wasser werden im Stadion der TSG Hoffenheim pro Heimspiel benötigt, nicht nur zum Bewässern des Rasens. Künftig soll damit sorgsamer umgegangen werden. Foto: Simon Hofmann

der Verein daher, eine zweite Zisterne zu bauen – das hänge aber vor allem davon ab, wo sich im Stadionbereich ein passender Raum freimachen lässt und ob das aus Sicht der Statiker überhaupt möglich ist. 350 Kubikmeter Wasser wiegen schließlich 350 Tonnen.

Neben der Wasserverwendung soll aber auch die Wasserentsorgung Thema werden. Stefan Bosdorff, Leiter des Geschäftsbereichs Wasser bei Prezero, sieht zum Beispiel den Rasendünger als Problem – er verunreinigt das Sickerwasser im Stadion. Da gelte es, Filter einzubauen. „Man kann durchaus 100 000 Liter verbrauchen, wenn man sie wiederverwend-

bar macht.“ Prezero wolle als Dienstleister auch Effizienzstrategien anbieten. Denn so gut wie alle Produktionsprozesse benötigten Wasser – in der Herstellung, beim Transport oder als Teil des hergestellten Produkts.

Abgesehen von wasserlosen Urinalen bemerken die Fußballfans von diesen Bemühungen aber recht wenig. Anders sieht es beim Thema Müll aus: Seit zwei Jahren läuft das Projekt „Zero Waste“ von Verein und Namenssponsor Prezero. Ausgehend vom Stadion, sind inzwischen auch Geschäftsstelle und Trainingszentrum von diesem System erfasst, jetzt kommen das Dietmar-Hopp-Stadion, das

Frauenförderzentrum und die TSG-Akademie hinzu. Nach Mehrwegbechern für Getränke wird nun auch über Mehrweggläser bei der Essensausgabe nachgedacht, wird berichtet. Aus den vergangenen Jahren haben Verein und Prezero vor allem eines gelernt: „Es reicht nicht, einen Mülleimer hinzustellen. Man muss ganz viel erklären und beschildern. Es muss einfach und verständlich sein.“

Für Prezero-Geschäftsführer Markus Sagitz ist die Motivation klar: „Nachhaltigkeit bedeutet Veränderung. Veränderung ist nicht jedermanns Ding und kostet. Aber was kostet es, wenn wir es nicht tun?“

ANZEIGE

GRÜNE ENERGIE für die Zukunft unserer REGION.

Hier ist die Energie!



ZEAG energie

zeag-energie.de/erneuerbare

meine Zukunft Energie AG



Dank des Windparks vor der Haustür entstand der neue Abenteuerspielplatz „Hofwiese“ in Kochersteinsfeld. Foto: ZEAG

ZEAG Energie: Gemeinsam Energiewende möglich machen

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 Menschen 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 umsetzbar ist. 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.

Lokales Betreiberkonzept

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 mehr als 35 Kommunen haben diesem Modell ihr Vertrauen ausgesprochen und Bürgerenergiegesellschaften gegrün-

det, 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 den heute verbreiteten Modellen, bei denen nur die Grundstückspacht bleibt und der komplette Gewinn abfließt“, erklärt Harald Endreß, Geschäftsführer der ZEAG Erneuerbare Energien GmbH.

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 leistungsstärksten 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 Er-

zeugungsanlagen 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 der Region nachhaltig verbessert. *anz*

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

Female Upgreat

Bechtle Stiftung startet zukunftsweisendes Stipendienprogramm für Frauen in der IT

In enger Zusammenarbeit mit der Gerhard und Ilse Schick Stiftung hat die im Sommer gegründete Bechtle Stiftung ein Programm aufgelegt, das Frauen in der IT-Branche nachhaltig fördert. Die Bewerbungsphase läuft.

Mehr Frauen in Führung

Ziel des Programms „Female Upgreat“ – kurz: FEAT – ist es, den Anteil von Frauen in der IT und in Führungs- und Expertinnenpositionen signifikant zu erhöhen. FEAT bietet gezielte Unterstützung bei der Berufs- und Karrierewahl, zeigt die vielfältigen Möglichkeiten der IT-Branche auf und hilft des Weiteren auch dabei, den eigenen Weg klarer zu finden. Durch praxisnahe Trainings, Coachings und finanzielle Unterstützung fördert das Programm individuelle Stärken und baut Selbstvertrauen auf. Durch Mentoring, den Austausch mit erfolgreichen Frauen im IT-Bereich sowie Veranstaltungen und das Zusammenbringen Gleichgesinnter soll ein tragfähiges Netzwerk entstehen.

„Wir ermöglichen es Frauen, ihre Karriere in der IT erfolgreich und selbstbewusst zu gestalten und die Vielfalt in der IT zu stärken. Es ist unser Beitrag für eine nachhaltig bessere Zukunft“, erläutert Julia Loza Roger, Geschäftsführerin der Bechtle Stiftung gGmbH. Die 36-Jährige ist studierte Organisationspsychologin und war in den vergangenen zwei Jahren in der Personalentwicklung von Bechtle unter anderem für das sehr erfolgreiche Quereinsteigendenprogramm verantwortlich. Zusammen mit ihrer Kollegin Verena Eberler, die ebenfalls aus der Personalentwicklung von Bechtle in die Stiftung wechselte, setzt sie die ambitionierten Pläne um.



Verena Eberler (links) und Julia Loza Roger wollen mit der Bechtle Stiftung Frauen in der IT in Führung bringen.

Foto: Bechtle

Das Programm ist an Schülerinnen, Auszubildende und Studentinnen adressiert. Sie werden regional, bundesweit und perspektivisch auch europäisch angesprochen. Die Unterstützungsdauer der Teilnehmerinnen durch FEAT ist auf maximal 15 Jahre angelegt. Dabei setzt das Programm auf eine ausgeprägte Netzwerkkultur: Die Stipendiatinnen sollen lebenslang Teil eines Alumnae-Netzwerks bleiben, um auch über ihre eigene Förderung hinaus ihre Erfahrungen an die nachfolgenden Generationen weiterzugeben und sich in einem wachsenden Netzwerk auszutauschen.

Geplant ist, das Programm in einem Zwölf- bis 36-Monats-Rhythmus zu starten, um Kontinuität zu sichern. „FEAT ist eine erste Möglichkeit, eine nachhaltig wirksame Förderung von Frauen zu ermöglichen, die gerade in unserer IT-Branche überaus wichtig ist und letztlich auf eine gleichberechtigte Besetzung von Führungspositionen abzielt“, so Dr. Thomas Olemotz, Vorstandsvorsitzender der Bechtle AG.

Karin Schick, Schirmherrin des Programms und verantwortlich für die Gerhard und Ilse Schick Stiftung, sagt: „Uns überzeugt der langfristige und ganzheitliche Förderansatz von FEAT sehr. Mit unseren Stiftungsaktivitäten wollen wir einen positiven Wandel fördern, der generationsübergreifend wirkt und inspiriert. Die Begleitung junger, talentierter Frauen über die unterschiedlichen Lebensphasen hinweg bis hinein in Spitzenpositionen ist daher ein anspruchsvolles, lohnenswertes Ziel, das wir sehr gern begleiten.“ *anz*

Mehr Informationen und Bewerbungen bis einschließlich 8. Dezember unter www.bechtle-stiftung.com

feat female upgreat – ein Programm der Bechtle Stiftung

Mit unserem Stipendienprogramm als Frau in der IT durchstarten!

In der IT gestaltest du die Zukunft – ob als Entwicklerin, Datenexpertin oder Führungskraft. Deine Möglichkeiten sind grenzenlos. Wir fördern Mädchen und Frauen gezielt bei ihrem Karrierestart im IT-Umfeld und begleiten ihren beruflichen Weg, um ihre individuellen Stärken und Potenziale zu entdecken und entfalten.



**Bewerbungsschluss
für Schülerinnen und Auszubildende
8. Dezember 2024**

www.bechtle-stiftung.com

**Werde Teil und
gestalte deine
Zukunft –
bewirb dich jetzt!**

Das bieten wir



Langfristige Begleitung
und Unterstützung



Austausch mit IT-Vorbildern



IT hautnah erleben



Praxisnahe Workshops
und Veranstaltungen



Starke Community und Unterstützung
beim Aufbau eines Netzwerks



Coaching und Mentoring



Finanzielle Unterstützung

Buchkritik

Mehr Freude am Job

Aktuelle Umfragen haben gezeigt: Viele Menschen in Deutschland arbeiten nur noch für das Geldverdien-
nen. Erfüllung im Job, Freude an Herausforderungen und der Wille, das Unternehmen voranzubringen wurden zu oft durch fehlende Wertschätzung, schwierige konjunkturelle Rahmenumstände und überforderte Führungskräfte zerstört. Da könnte doch ein Buch mit dem Titel „Arbeitslust statt Frust“ etwas Abhilfe schaffen. Könnte – aber leider hilft es nicht wirklich weiter. Die wenigen interessanten Tipps und Beispiele gehen zwischen vielen Allgemeinplätzen und Banalitäten unter. Zumal Jonas Höhn einen sehr sperrigen Schreibstil pflegt. Das konsequente Gendern macht das Lesen auch nicht flüssiger. Den Befreiungsschlag gegen den Frust im Job hat er nicht geschafft. *jus*



Jonas Höhn:
Arbeitslust statt Frust
Gabal Verlag, 232 Seiten,
29,90 Euro

Köpfe

Wechsel bei Kemmler

Einen Wechsel gab es an der Spitze der Kemmler-Baustoffe-Niederlassung in Weinsberg: **Florian Wegner** ist zum neuen Geschäftsführer der Baustoff- und Fliesenfachhandlung ernannt worden. Genau vor zehn Jahren hat die Tübinger Firmenfamilie Kemmler den Standort, der zuvor von der Baywa AG betrieben wurde, als damals 23. Haus in das Niederlassungsnetzwerk integriert. Die bis heute nördlichste der aktuell bereits 33 Niederlassungen verfügt über 14 000 Quadratmeter Betriebsfläche. Erst in diesem März begann der gebürtige Stuttgarter Wegner (32) als Projektmanager und Assistent des Geschäftsführers der Muttergesellschaft von Kemmler Baustoffe in der Tübinger Zentrale. Bereits wenige Wochen später übernahm er dann eine Geschäftsführer-Vertretung auf Zeit in der Filiale in Metzingen. *red*



Florian Wegner
Foto: privat

Co-Geschäftsführer

Sebastian Strohm wurde zum Oktober als weiterer Geschäftsführer beim Heilbronner Mikrofon- und Kopfhörer-Hersteller Beyerdynamic bestellt. Andreas Rapp ist bereits seit April 2023 in der Geschäftsführerposition. Strohm übernimmt die Verantwortung für Finanzen, Personalwesen, Produktion, Logistik, Einkauf, Recht und IT. Andreas Rapp verantwortet weiterhin die Leitung



Andreas Rapp (li.) und Sebastian Strohm leiten nun Beyerdynamic.
Foto: privat

der Abteilungen Vertrieb, einschließlich internationaler Tochtergesellschaften, Marketing, Produktmanagement sowie Forschung und Entwicklung. *red*

Wie Südzucker und die Blanc & Fischer Familienholding ihre Rolle im Dritten Reich aufarbeiten lassen.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Was geschah in den Unternehmen im Dritten Reich? Wo gab es Zwangsarbeit, wo wurden Kriegsgüter produziert, welche Mitglieder der Unternehmensleitung gehörten NS-Organisationen an – und inwiefern wurde dies alles nach Kriegsende aufgearbeitet? Die Beschäftigung mit diesen Fragen setzt erst in jüngster Zeit ein. Zwei Beispiele aus der Region.

Die Blanc & Fischer-Gruppe hat die Rolle ihrer Gründungsunternehmen Blanc & Co. und E.G.O. im Nationalsozialismus wissenschaftlich aufarbeiten lassen. Im Rahmen eines öffentlichen Symposiums im Oberderdinger Aschingerhaus erläuterte der vom Unternehmen beauftragte Historiker Ingo Stader den Umfang und die Hintergründe der Verwicklung des Unternehmens in Kriegswirtschaft und Zwangsarbeit in der Zeit des NS-Regimes. Eine Einordnung in die Verhältnisse der damaligen Zeit gaben Professor Hartmut Berghoff, Direktor des Instituts für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Göttingen, sowie Marco Brenneisen, Zeithistoriker und Sozialwissenschaftler am Archivum Mannheim im Aufgabengebiet NS-Geschichte und Erinnerungskulturen.

„Wir möchten heute die Fakten zur Sprache bringen und offen über die Rolle der Unternehmen in dieser Zeit informieren“, begründete Konzernchef Bernd Eckl das Engagement. „Gleichzeitig ist entscheidend, wie wir damit umgehen. Ich sage daher klar – und ausdrücklich auch im Namen der Gründerfamilien: Wir bedauern aufrichtig und zutiefst, was den

„Wir sind uns unserer historisch gewachsenen Verantwortung bewusst.“
Niels Pörksen

Zwangsarbeitern während der NS-Zeit auch in unseren Unternehmen widerfahren ist.“ Daher sei eine Gedenktafel vor dem Konzernsitz aufgestellt worden. Sie könne zwar nichts ungeschehen machen, aber öffentlich bekennen und mahnen.

In der Stadt im Kraichgau soll das kein Einzelfall bleiben. „Wir werden nun für den Bereich der heutigen Stadt Oberderdingen mit Flehingen und Großvillars die Zwangsarbeit in der NS-Zeit wissenschaftlich aufarbeiten lassen“, kündigte Bürgermeister Thomas Nowitzki an.

Der Historiker Stader hat herausgefunden, dass Blanc & Co. in die Herstellung von Großkochkesseln zur Truppenverpflegung sowie von Torpedohüllen eingebunden war. Die Heiztechnik-Expertise von E.G.O. kam in Militärflugzeugen und bei der Marine zum Einsatz. Die Unternehmen profitierten nicht nur finanziell, sondern auch durch bevorzugte Materialversorgung und durch die Zuweisung von Zwangsarbeitern als Ersatz für die fehlenden Beschäftigten. Zurückdatiert auf den 1. Mai 1933 seien Ende 1933 oder Anfang 1934 auch die Firmengründer Heinrich Blanc und Karl Fischer in die NSDAP eingetreten.

Bei Blanc & Co. und E.G.O. waren insgesamt etwa 800 Zwangsarbeiter eingesetzt, von denen mehr als 500 namentlich identifiziert werden konnten. Gegen Kriegsende machten sie rund zwei Drittel des Personals aus. In Oberderdingen wurden sie teilweise in Baracken auf dem Werksgelände untergebracht. Ab 1943 kamen auch politische Häftlinge aus dem Zuchthaus Ludwigsburg zum Einsatz. „Misshandlungen oder Tötungen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit der Arbeit bei Blanc & Co. oder E.G.O. stehen, sind nicht bekannt“, sagte Stader. Noch in Arbeit ist eine entsprechende Studie bei Südzucker. Auftakt war



Südzucker-Vorstandsvorsitzender Niels Pörksen (2. von rechts) erläuterte bei der Auftaktveranstaltung die Ziele des Projekts. Foto: Südzucker



Die Gedenktafel an der Konzernzentrale. Foto: Blanc & Fischer
Rechts: Ein NS-Aufzug an der Zuckerfabrik Waghäusel. Foto: Walter Nagel GmbH & Co. KG

Ende September mit einer wissenschaftlichen Tagung im Mannheimer Archivum. Südzucker hat 2022 den Göttinger Historiker Professor Manfred Grieger beauftragt, die Unternehmensgeschichte zwischen 1933 und 1945 wissenschaftlich zu untersuchen. Seine Studie wird im Frühjahr nächsten Jahres als Buch im Wallstein Verlag erscheinen.

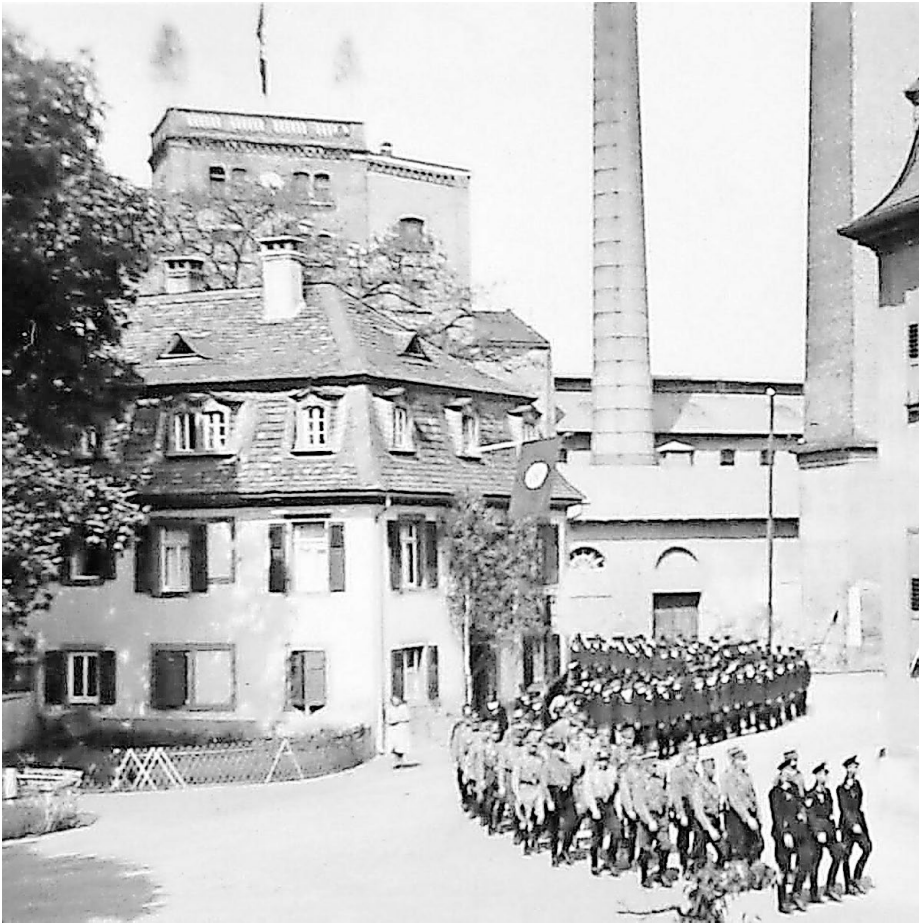
Als eines der ersten Ergebnisse berichtete Grieger: „Hier zeigt sich sehr deutlich, dass das Unternehmen oder seine Manager die Vorteile nutzten, die das NS-Regime ihnen ermöglichte.“ Zwangsarbeiter seien überall in den Konzernen, in der Landwirtschaft und in den Zuckerfabriken, in großer Zahl eingesetzt worden – Kriegsgefangene ebenso wie osteuropäische zivile Arbeitskräfte. Mit der Beschäftigung von zwangsverpflichteten deutschen Juden oder Sinti

und Roma, etwa in der Zuckerfabrik Stuttgart, „überschritt das Unternehmen eine weitere Grenzlinie“, sagte Grieger. „Bei der Süddeutschen Zucker-AG, der Vorläufergesellschaft von Südzucker, war während der Kampagne der Ausländeranteil an der Belegschaft mit mehr als der Hälfte sogar noch weit höher als der reichsweite Durchschnitt, der 1944 bei rund einem Viertel lag.“ Die Fortsetzung der Zuckererzeugung habe im Krieg ganz wesentlich auf Zwangsarbeit basiert.

„Wir sind uns unserer historisch gewachsenen Verantwortung bewusst, wir nehmen sie an und wir nehmen sie ernst“, sagte Südzucker-Vorstandschef Niels Pörksen. „Die Auseinandersetzung mit unserer Unternehmensgeschichte in der Zeit des Nationalsozialismus ist hier ein wichtiger und notwendiger Schritt.“



Manfred Grieger arbeitet die Südzucker-Geschichte auf. Foto: Südzucker
Links: Das Symposium von Blanc&Fischer Foto: Blanc & Fischer



Gedenken im Bergwerk

Im Besucherbergwerk Kochendorf der Südwestdeutschen Salzwerke wird mit einer Dauerausstellung an die Zwangsarbeit von Häftlingen des KZ Kochendorf unter Tage erinnert. Sie mussten dort 1944 und 1945 für die Rüstungsindustrie arbeiten. Das KZ mit dem Tarnnamen „Eisbär“ war vier Kilometer vom Salzbergwerk entfernt. Die Miklos-Klein-Stiftung ist der Träger der „Gedenkstätte KZ Kochendorf“. Sie wurde 1999 gegründet und ist nach dem im Lager erhängten Juden Miklos Klein benannt. Die Gedenkstätte gehört zum EU-Kulturerbe. *frz*



Die aktuelle Azubi- und Studenten-Generation kommt mit ganz anderen Ansprüchen auf den Arbeitsmarkt.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Personalabteilungen stehen spätestens seit Corona vor ganz neuen Herausforderungen. Nicht nur, dass der eine oder andere Prozess inzwischen auch virtuell ablaufen kann – ganze Groß-Events für potenzielle Nachwuchskräfte wie jüngst bei der Schwarz-Gruppe finden auf diesem Weg statt. Generell hat sich der Wind gedreht: Statt eines Arbeitsmarktes gibt es nun einen Arbeitgebermarkt. Sprich: Unternehmen müssen sich bei den wenigen jungen Fachkräften bewerben, um ihre freien Stellen besetzen zu können.

Abgezeichnet hat sich das Ganze schon vor den Verwerfungen durch Corona. Nur dank immer besserer Regelungen für Frauen, um Familie und Beruf vereinbaren zu können, gelang es noch einige Jahre, den Arbeitskräftebedarf zu decken. Viel erhofften sich Unternehmen auch von Zuwanderung, doch die ersten zaghaften Kampagnen für eine Art deutsche Green Card verliefen im Sande. Stattdessen wurde das Renteneintrittsalter erhöht, um nicht nur die Rentenversicherung zu schonen, sondern auch erfahrene Berufstätige noch länger in ihrem Betrieb zu halten.

Ohne Sinn ist alles nichts

In den Jahren, in denen sich Deutschland zum Exportweltmeister aufschwung, halfen alle diese Maßnahmen über die sich auftuende Schere hinweg. Denn rein rechnerisch gehen inzwischen jedes Jahr etwa eine Million Menschen in Deutschland in Rente, während jene Jahrgänge, die erstmals ins Berufsleben eintreten, nur noch um die 700.000 Personen stark sind. Das lässt sich auch durch noch so viel Automation kaum auffangen.

So richtig offensichtlich wurde die Lage direkt nach der Wiederöffnung nach Corona: Plötzlich standen Gastronomen und Händler, die monatelang geschlossen hatten, ohne Personal da. Andere Arbeitgeber hatten diese Leute gerne übernommen, um die sich öffnenden Lücken we-

gen ausscheidender Ruheständler zu schließen. Von diesem Schlag haben sich Handel und Gastronomie bis heute nicht erholt. Kürzere Öffnungszeiten, mehr Ruhetage, im Handel sind zudem Selfscan-Kassen weit verbreitet.

Jene, die nun in den Arbeitsmarkt eintreten, machen es den potenziellen Arbeitgebern erst recht nicht einfach. Obwohl ihnen sprichwörtlich rote Teppiche ausgerollt, Karrierechancen, gute Einkommen, Kinderbetreuung versprochen werden, fragen immer mehr Studenten und Schulabgänger zunächst einmal, welchen Sinn ihre Tätigkeit hat. Das berichtet zum Beispiel der Heilbronner DHBW-Professor Thomas Batz. Dabei geht es auch um Nachhaltigkeit und Umweltbe-

wusstsein – Unternehmen, die etwa in der Recyclingbranche oder erneuerbaren Energien tätig sein, fänden viel leichter junge Berufseinsteiger als Firmen der Rüstungsbranche, Schlachtereien oder Hersteller von Dieselmotor-Komponenten. Aber auch in allen anderen Unternehmen forderten die Bewerber einen Sinn ein: Arbeiten bloß um Geld zu verdienen und sich Wohnung und Essen kaufen zu können, das wollen sie nicht mehr. Und sie wissen von klein auf, dass sie selten sind, und stellen diese Ansprüche entsprechend selbstbewusst.

Das kann aber rasch zum Streitpunkt werden, etwa in der Debatte um das Homeoffice. Junge Leute sind ohnehin digital aufgewachsen. Vieles, was die Älteren erst erlernen mussten oder einfach nicht nutzen, angefangen beim Bezahlen mit dem Smartphone, ist für die sogenannte Generation Z selbstverständlich. Dass nun trotzdem immer mehr Unternehmen die Homeoffice-Regelungen zurückfahren, hat für die Heilbronner DHBW-Rektorin Nicole Graf mehrere Gründe: Kreativität entsteht vor allem im Team, erklärt sie. Eine Identifikation mit dem Arbeitgeber kann virtuell kaum entstehen. Und letztendlich kostet es auch etwas, Büroarbeitsplätze vorzuhalten.

Junge Leute sind internationaler. Ihre Eltern haben ihnen Auslandsaufenthalte, Sprachkurse und einiges mehr ermöglicht. Sie sind eher bereit, den Arbeitgeber zu wechseln, auch über Staatsgrenzen hinaus. Auch Workation, das Arbeiten in Metropolen wie Lissabon oder New York rein übers Internet, stößt auf große Sympathien. Und das gilt nicht nur für Akademiker. Flexibilität, Sinn, Digitalisierung: Die Generation Z hat sich ganz andere Maßstäbe gesetzt. Es ist an den Unternehmen, sich darauf einzustellen.

Generationenfrage

Vermutlich war es Florian Illies, der im Jahr 2000 mit seinem Buch „Generation Golf“ die Einteilung der Bevölkerung nach Geburtsjahrgängen populär gemacht hat. Jedenfalls entspricht seine „Generation Golf“ in etwa der Generation X, die die Jahrgänge 1965 bis 1980 umfasst – auch

diese Bezeichnung beruht auf einem (1991 erschienenen) Buch. Die älteren Jahrgänge sind dementsprechend die (Baby-) Boomer, die Jahrgänge 1981 bis 1996 die Generation Y oder Millennials, es folgen die Generation Z (1997 bis 2012) und aktuell die Generation Alpha. *frz*

Geflüchtete sind auch für Firmen eine Chance

In Zeiten des Fachkräftemangels gehen Unternehmen wie EBM-Papst in der Ausbildung ganz neue Wege

Yvan Bogni Tsagni nimmt es sehr genau. Eigentlich soll es der Auszubildende von EBM-Papst für ein Fotomotiv in der Ausbildungswerkstatt nur so aussehen lassen, als würde er am großen Standbohrer etwas erklären. Als aber Sonja Fleischer neben ihm steht, läuft der 22-Jährige erst einmal zu Hochform auf, springt hin und her und gibt sich die größte Mühe, ihr alles genau zu zeigen.

Die Personalchefin des Ventilatorherstellers aus Mulfingen ist begeistert. Weniger, weil sie nun über die grundlegende Bedienung des Bohrers im Bilde ist. Sondern vielmehr, weil der junge Kameruner keine Scheu hat, Deutsch zu sprechen – und das auch noch erstaunlich gut. „Er hat sprachlich einen richtigen

Sprung gemacht“, sagt die Geschäftsführerin Personal der Unternehmensgruppe angetan. Für Fleischer ist es eine Bestätigung, mit der „Ausbildung plus 1“ den richtigen Weg eingeschlagen zu haben.

Um den Bedarf an Fachkräften im ländlichen Raum zu decken, hat der Weltmarktführer seine Ausbildung in einem Pilotprojekt internationaler gemacht und ein Ausbildungsangebot erstellt, das sich besonders an Geflüchtete und Migranten richtet. Durch ein zusätzliches Ausbildungsjahr wird ein verstärkter Fokus auf Sprache gelegt. Montags bis mittwochs sind die künftigen Maschinen- und Anlageführer in der Berufsschule, pauen Deutsch und Mathe. „Donnerstag und Freitag sind sie im Betrieb, beginnen ein bisschen mit der Grundausbildung“, erklärt die technische Ausbildungsleiterin Lea Straub. Im zweiten Jahr beginnt dann die eigentliche Ausbildung.

„Das ist richtig gut für uns Flüchtlinge und Ausländer“, sagt Abdul Basit Sharifi, der zweite von drei internationalen Azubis, die im September bei EBM-Papst angefangen haben. „So können wir die Sprache lernen und uns integrieren.“ Der

19-jährige Afghane und der Kameruner Bogni Tsagni arbeiten gerade an einem Mühlespiel aus Metall, bei dem es darum geht, den Umgang mit Säge, Feile und mit dem Bohrer zu lernen. „Es macht Spaß“, sagt Bogni Tsagni begeistert. Er und sei-



Yvan Bogni Tsagni (links) und Abdul Basit Sharifi sind dankbar für die Chance bei EBM-Papst. Foto: Martin Peter

ne Mitstreiter wissen um die besondere Chance, die ihnen das Programm bietet.

Auch für Unternehmen ist es eine Chance. „Das ist Potenzial, das sonst ungenutzt bliebe“, sagt Personalchefin Sonja Fleischer. Auch deswegen gehört der Weltmarktführer zusammen mit Wittenstein aus Igersheim zu den treibenden Kräften der Umsetzung des Projekts in Baden-Württemberg, wie es das ähnlich schon in Bayern gibt. Schnell waren Berufsschule, Industrie- und Handelskammer sowie die Agentur für Arbeit mit an Bord.

Nach der ersten Idee im März gab es Ende Mai eine Informationsveranstaltung zum Projekt, im September startete bereits die Ausbildung von zwölf Flüchtlingen und Migranten bei sechs Firmen. „Eine solche Geschwindigkeit schafft nur der deutsche Mittelstand“, sagt Fleischer. Für die Personalchefin gehört die „Ausbildung plus 1“ zu einem ihrer Herzensprojekte. Umso mehr nach den Ausführungen von Yvan Bogni Tsagni. „Ihm ging es gar nicht um das Foto, er wollte mir auf Deutsch einfach nur die Bohrmaschine erklären.“ *map*

Aus dem Inhalt

Warum Homeoffice wieder zurückgefahren wird: Interview mit DHBW-Chefin Nicole Graf. **Seite 3**



Die Ausbildungsmesse Karriere Kick des Heilbronner Unternehmens GrowX wird immer größer. **Seite 6**



Hochschulprofessor Meinhard Kuntz spricht über Verpackungsmüll und Recycling. **Seite 11**



Aktive Vergangenheitsbewältigung: Zwei Firmen lassen ihre Rolle in der Nazi-Zeit aufarbeiten. **Seite 20**



Sie wissen, dass sie wenige sind

Warum sich der Markt gedreht hat und was junge Leute bewegt: DHBW-Professor Thomas Batz berichtet.

Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Allen Unkenrufen zum Trotz: Auf die sogenannte Generation Z lässt Thomas Batz nichts kommen. „Sie wollen ebenfalls Geld verdienen und Karriere machen“, sagt der Professor und Studiengangsleiter Human Resources an der DHBW Heilbronn. Allerdings gebe es einen Unterschied: „Sie brauchen einen Sinn in ihrer Tätigkeit.“ Der Heilbronner Professor erlebt dies täglich an seinen Studenten. Er nennt dies „purpose“ und macht deutlich: Ein Unternehmen, das einem Bewerber nicht vermitteln kann, dass er mit seiner Tätigkeit an einer wichtigen Aufgabe mitwirkt und in der Firma eine bedeutende Rolle spielen wird, hat künftig keine Chancen mehr. Das reicht von der



generellen Fokussierung der Firma, etwa auf Recycling oder erneuerbare Energien bis zur eigentlichen Tätigkeit, und sei es im Lager oder in der Buchhaltung: Die jungen Leute brauchten das Gefühl, dass sie nicht bloß eine Nummer sind, sondern vom Arbeitgeber ernst genommen, mit offenen Armen empfangen und rücksichtsvoll behandelt werden. Sie suchten aber auch nach Unternehmen, die ihrer Lebenseinstellung und persönlichen Überzeugung entsprächen. „Da gibt es Firmen, die finden junge Leute echt klasse.“ Das war noch vor wenigen Jahren anders. Batz, der selbst erst 2012 in die Lehre wechselte, erinnert sich an seine Anfänge in der freien Wirtschaft: „Ich war damals ein Bewerber unter vielen. Man konnte froh sein, überhaupt etwas be-

kommen zu haben, und nahm dafür auch gewisse Nachteile in Kauf.“ Überstunden etwa, weite Anreisen, schlechtes Kantineessen. Heute duldeten Bewerber das nicht mehr. Aus einem einfachen Grund: „Ihnen wird schon in der Schule erklärt, dass sie wenige sind und sich ihren Job quasi aussuchen können.“ Mit diesem Bewusstsein treten die jungen Leute dann in den Bewerbungsgesprächen auf. „Sie sind klug und reflektiert, aber sie sind nicht mehr bereit, sozusagen für ihre Firma zu sterben.“ Sie hätten mehr Ziele im Leben als bloß eine Karriere – dazu zählen auch Freizeit, Familie und Glück. Und sie hätten eine höhere Wechselbereitschaft. Denn neue Jobs finden sie immer. Aber nicht nur die Haltung hat sich verändert, betont der Professor. Auch die

Stellensuche läuft anders ab. Stellenanzeigen müssten heute auf dem aktuellen Onlineportal, im momentan angesagten Social-media-Kanal geschaltet werden. Und auch nicht als Annonce: Es bringe mehr, wenn junge Mitarbeiter über ihre Erfahrung in ihrer Firma erzählten. Und zwar authentisch, auch mit kritischen Untertönen. Veranstaltungen wie Bewerbermessen seien dann zwar immer noch sinnvoll. „Es geht ja auch darum, die Menschen kennenzulernen, mit ihnen zu reden und zu spüren, wie sie ticken.“ Aber alleine auf diesem Weg komme kaum noch ein Kontakt zustande. „Die Generation Z ist eine digitale Generation und exzellent informiert“, sagt der Professor. „Sie ist gewohnt, viel online zu arbeiten.“ Begonnen habe diese Entwicklung etwa 2017, verstärkt habe sie sich während Corona – und für alle sichtbar wurde sie, als nach der Wiederöffnung der Gastronomie plötzlich tausende Servicekräfte fehlten. Bei den gut Ausgebildeten gebe es quasi keine Arbeitslosigkeit mehr, der Markt habe sich gedreht – zum Arbeitnehmermarkt. Das liege aber nicht nur daran, dass mittlerweile nahezu die Hälfte eines Jahrgangs Abitur macht. Auch das Elternhaus trage viel dazu bei: Da werden Sport und Musik gefördert, Auslandssemester ermöglicht, die Eltern könnten auch dank ihres Wohlstands viel finanzieren – es geht den jungen Leuten tatsächlich besser als je zuvor. Mehrere Sprachen zu sprechen ist normal, im Ausland war fast jeder schon, und sei es im Urlaub. „Das gilt in Abstufungen auf allen Bildungsebenen“, bekräftigt Batz. Die Schlussfolgerung daraus: „Im Recruiting sollte man viel mehr betonen, was man macht, wo man sich gesellschaftlich engagiert. Diesen Stolz zu vermitteln ist viel wichtiger als diese platten Personalanzeigen. Denn die jungen Leute lassen sich vor keinen Karren mehr spannen.“ Von den Älteren, den Mitgliedern der Generationen X und Y, wünscht sich der Personalexperte in Bezug auf die Generation Z vor allem eines: „Zuhören können und bereit sein zu Akzeptanz. Man muss ja nicht ihrer Meinung sein, aber man sollte sie verstehen.“

Firmen

Stipendien vergeben

Der Wettbewerb um das Stipendium „Hohenlohe 4 Talents“ ist gelautet: Zum vierten Mal stellten sich Start-ups aus der Region der Jury vor. Die Gewinner heißen Vinolin, Gastrong, DasTunWir und SculpX Imaging. Sie werden in den kommenden Monaten von dem Förderprogramm profitieren. **Vinolin** entwickelt eine KI-basierte Lösung, die es Winzern ermöglicht, ihre Weine effizienter zu vermarkten. Mit dem selbst trainierten Sprachmodell sollen künftig professionelle Beratungen direkt für das Sortiment des jeweiligen Weinhandels oder Winzers möglich sein. **Gastrong** ist eine Jobplattform, die sich speziell an die Gastronomiebranche richtet. Das Unternehmen unterstützt sowohl Arbeitgeber bei der Suche nach Personal als auch Interessenten an einem Job in der Gastronomie. **DasTunWir** engagiert sich für nachhaltige Entwicklung und gesellschaftliche Verantwortung. Das Team bietet Dienstleistungen und Produkte an, die es Unternehmen ermöglichen, durch niederschwellige Maßnahmen ihren Biodiversitäts-Fußabdruck am Unternehmensstandort zu verringern. **SculpX Imaging** hat sich auf die Entwicklung von hochauflösenden bildgebenden Verfahren spezialisiert. Durch neue Ansätze möchte es die Qualitätssicherung schlanker und günstiger gestalten. Die Gewinner erhalten bis zu zwölf Monate Unterstützung in Form eines Stipendiums, professionelles Coaching und ein Projektbudget von bis zu 5000 Euro. *red*

ANZEIGE



Ein Schritt in Richtung nachhaltiges Banking

Volksbank Hohenlohe eG engagiert sich mit gecco₂ für eine nachhaltige Zukunft ihrer Firmenkunden

Als weltweit älteste noch selbstständige Genossenschaftsbank besitzt die Volksbank Hohenlohe eG stets den Mut, sich weiterzuentwickeln. Fest in Hohenlohe verwurzelt liegt der Bank aber auch die Zukunft ihrer regionalen Firmenkunden besonders am Herzen. Um diese zu sichern, wächst ihr eigenes Engagement für Nachhaltigkeit kontinuierlich weiter. Gemeinsam Entscheidungen treffen, heute schon an morgen denken und dabei Verantwortung für den Planeten sowie die Region übernehmen – das sind die Ziele der Volksbank Hohenlohe eG zusammen mit ihren Kunden.

Tool für die CO₂-Bilanz

Mit der steigenden Relevanz des Klimaschutzes sind heutzutage auch immer mehr Unternehmen dazu verpflichtet, über eine CO₂-Bilanz zu berichten. Die Volksbank Hohenlohe eG bietet ihren Firmenkunden hierfür in Form des CO₂-Management-Tools gecco₂ die Lösung. Was genau die Vorteile von gecco₂ sind? Das TÜV-zertifizierte



Die Experten der Volksbank, Thorsten Lohr (li.) und André Gubitz, bieten Unternehmen die Basis für eine zukunfts-fähige Entwicklung. Fotos: privat

zierte Tool hilft mittelständischen Unternehmen, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, indem es den individuellen CO₂-Fußabdruck ermittelt und diesen präzise berechnet. Als Voraussetzung für diese Analyse benötigt das Tool die betriebswirtschaftliche Auswertung (BWA) des Unternehmens. Mit der Einreichung einer BWA inklusive Summen- und Saldenliste kann ein erster grober Überblick der entstehenden CO₂-Emissionen im Un-

ternehmen und in der bestehenden Lieferkette gewonnen werden. So lassen sich Werte frühzeitig vergleichen und Maßnahmen für eine nachhaltigere Perspektive entwickeln. Im Nachgang kann der Wert durch gezielte Fragen nochmals sehr stark verfeinert werden.

Passende Finanzierung

Auf Basis der gewonnenen Daten lassen sich individuelle Nachhaltigkeitsstrategien ableiten, für welche die Volksbank Hohenlohe eG gerne die passende Finanzierung bietet. Durch die Nutzung des gecco₂-Tools kann bereits heute der Nachhaltigkeitsbonus der L-Bank genutzt werden. Ob langjährige Traditionsunternehmen oder junge Start-ups – mit gecco₂ unterstützt die Volksbank Hohenlohe eG ihre Kunden, sich zu einem zukunfts-fähigen Unternehmen zu entwickeln und ihnen langfristig den Zugang zu liquiden Mitteln zu sichern. Und das mit Fachkompetenz, Innovation und Geschwindigkeit. *anz*

vb-hohenlohe.de/thebank

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**