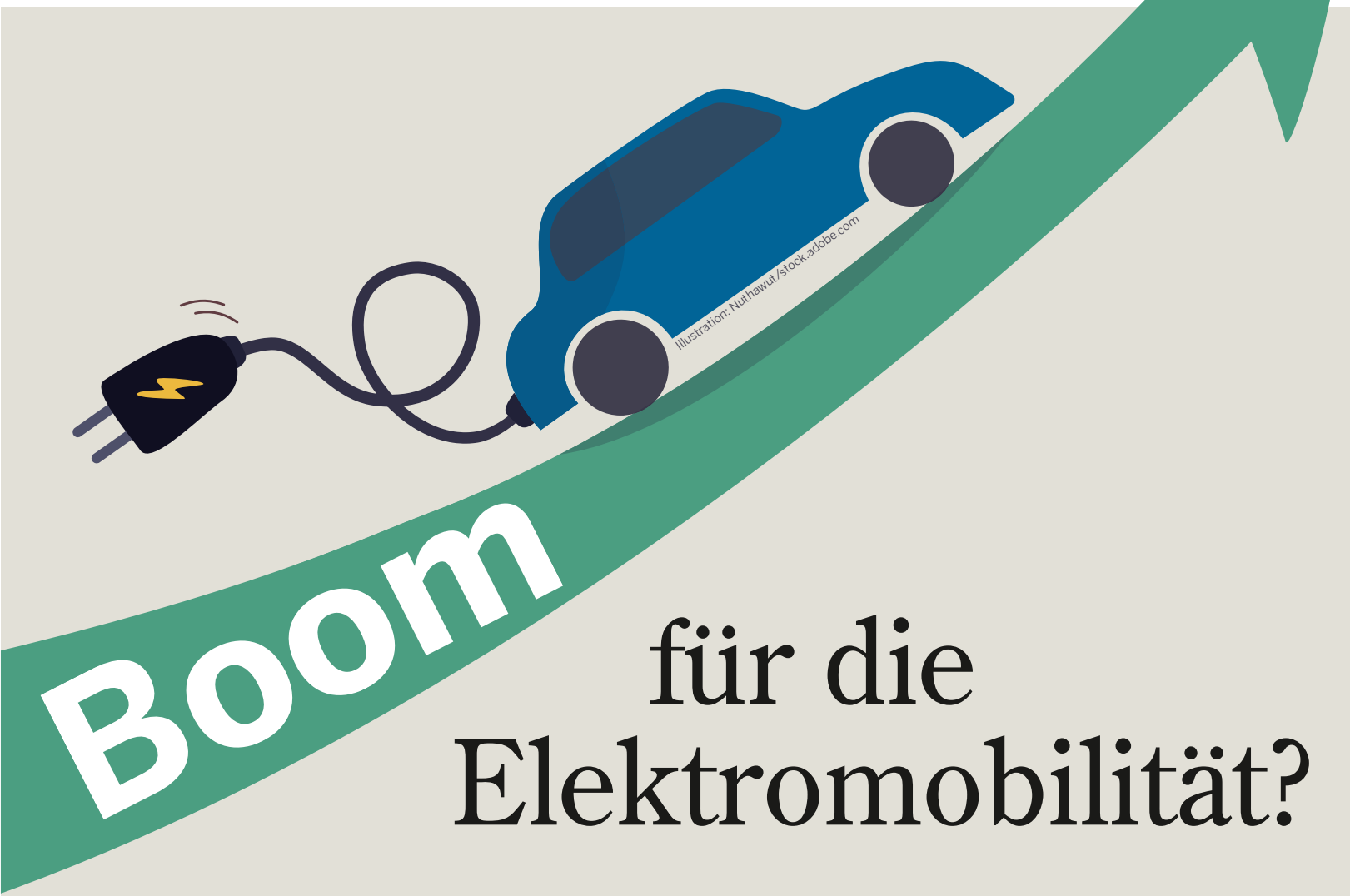






Boom für die Elektromobilität?

Von unserem Redakteur Alexander Schnell

Gegen Ende des letzten Jahrzehnts haben viele damit gerechnet, dass sich die Elektromobilität in rasantem Tempo durchsetzen wird. Zuletzt hat sich gezeigt, dass sich die Märkte sehr unterschiedlich entwickeln. Vorreiter war, ist und bleibt China. Dahinter folgt Europa, allerdings mit großen regionalen Unterschieden. Während zum Beispiel in Norwegen mittlerweile deutlich mehr Stromer als Verbrenner zugelassen werden, hinkt Deutschland deutlich hinterher. Im vergangenen Jahr ist der Absatz von rein elektrisch angetriebenen Fahrzeugen um rund 27,5 Prozent gesunken.

Kommt nun in diesem Jahr der große Aufschwung für E-Autos? „Es wird aufwärts gehen, aber die Bäume wachsen nicht in den Himmel“, sagt Ferdinand Dudenhöffer, Direktor des Center Automotive Research (CAR) mit Sitz in Bochum. „Die Rabatte und Zugeständnisse für Autokäufer werden bei Elektroautos und Plug-in-Hybriden größer. Die CO₂-Vorgaben aus Brüssel helfen den Autokäufern, bei Elektroautos bessere Preise zu erhalten.“ Gleichzeitig würden Verbrenner teurer werden, beobachtet Dudenhöffer. „Die Marktanteile der Elektroautos bewe-

gen sich in Deutschland derzeit in Richtung 17 Prozent und bei den Plug-in-Hybriden läuft es in Richtung neun Prozent“, so der Autoexperte. „Aber wie gesagt: Der Verbrenner macht nach wie vor den Markt.“ Drei Viertel aller neu zugelassenen Fahrzeuge auf dem deutschen Markt haben noch einen Benzin- oder Dieselmotor.

Aus Teilen der Politik wird seit einiger Zeit der Ruf nach einer neuen Kaufprämie laut. Aber auch ohne staatliche Anreize rechnen Experten und Handel damit, dass die Hersteller in diesem Jahr mit hohen Rabatten für die Stromer agieren werden. Zum Hintergrund: In der EU sinkt der Schwellenwert für die CO₂-Flottenziele der Autohersteller von 116 Gramm pro Kilometer (g/km) im vergangenen Jahr nun auf nur noch 93,6 g/km. Nach einer

Auswertung der Analysten von Dataforce liegen aktuell fast alle Hersteller noch über dem neuen Schwellenwert. Daher muss der Verkauf von E-Autos deutlich angekurbelt werden. Bei Nichteinhaltung der CO₂-Grenzwerte drohen hohe Geldstrafen.

Die Regelungen treffen insbesondere die großen Hersteller. Der VW-Konzern zum Beispiel muss seinen Anteil an E-Autos am Gesamtabsatz im Vergleich zu 2023 nahezu verdoppeln, um die Grenzwerte einzuhalten. Zu diesem Ergebnis kommt ein Report der Großbank UBS. 2023 kam VW demnach europaweit auf einen Elektroauto-Anteil von 13 Prozent. Um die neuen EU-Vorgaben zu erfüllen, sei 2025 ein Anteil von 25 Prozent nötig. „Dass VW seine Ziele aus eigener Kraft schafft, ist unrealistisch. Dafür ist der Sprung viel zu groß“, sagt Patrick Hummel, Head of European Auto Research bei UBS. Zumal: 2024 sank der Absatz von E-Autos der Wolfsburger in Europa um 5,2 Prozent auf knapp 448.000.

Betrachtet man die 20 meistverkauften E-Autos und Verbrennermodelle im vergangenen Jahr in Deutschland, kosteten Stromer im Schnitt 5600 Euro mehr als Fahrzeuge mit Benzin- oder Dieselmotor. „Wir gehen davon aus, dass sich der Abstand in diesem

Jahr auf 4000 Euro verkleinert“, sagt CAR-Direktor Dudenhöffer. „Für den Fall, dass staatliche Kaufprämien für Elektroautos ausgelobt werden, ist ein weiteres Abschnmelzen des Preisabstands zu erwarten.“

Grundsätzlich gibt es mittlerweile mehr günstige E-Autos auf dem Markt als noch vor ein paar Jahren. Am wenigsten investieren muss für ein E-Auto, wer zum Dacia Spring Electric greift. Der Stromer ist bereits ab 16.900 Euro zu haben. Seit Frühjahr 2024 ist der Citroën ë-C3 erhältlich, der erste Elektro-Kleinwagen des französischen Autobauers. Der Preis für die Basisversion beginnt bei 23.300 Euro. Opel hat den Namen Frontera wiederbelebt. Als Elektroversion ist das rustikal gezeichnete SUV zu Preisen ab 28.990 Euro zu haben. Das erste vollelektrische Fahrzeug für um die 25.000 Euro aus dem VW-Konzern wird der Cupra Raval sein, der Ende des Jahres vorgestellt wird.

Einziges E-Auto aus der Region ist aktuell der Audi E-Tron GT, der am Standort Böllinger Höfe in Heilbronn gefertigt wird. 2027 starten zwei Audi-Stromer für die Oberklasse, die bei Audi in Neckarsulm vom Band rollen werden. Dabei handelt es sich um eine Limousine und ein SUV.

Nachhaltigkeit bleibt im Fokus

Eine Analyse von LBBW Research zu den ESG-Trends zeigt: Nachhaltigkeit bleibt trotz Hürden zentral.

Neue Technologien, Regulierungen und die demografische Entwicklung prägen die Zukunft, höhere CO₂-Preise und strenge Regulierungen werden die Transformation antreiben. So fasst die Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) die Aussichten für die nächsten Jahre zusammen. „Unternehmen müssen mehr denn je in energieeffiziente Technologien investieren, um Emissionen und damit auch Kosten zu reduzieren“, sagt Sabrina Kremer, Analystin des LBBW Research. Zudem erweitere sich ab diesem Jahr der Kreis der Unternehmen, die von der Cor-

porate Sustainability Reporting Directive (CSRD) betroffen sind. Damit steigen laut Kremer die Anforderungen an Unternehmen. Der einheitliche EU-Standard erhöhe jedoch auch die Transparenz und lege Handlungsspielräume offen.

Laut LBBW Research umfassen die zentralen europäischen Nachhaltigkeits-Trends dieses Jahr sowohl die Finanzierung als auch die Risiken der Transformation. Dazu zähle insbesondere der CO₂-Preis, der zunehmend für Unternehmen und damit auch für die Haushalte zu spüren sein wird. Neue Technologien und nachhaltige Geschäftsmodelle müssen jedoch wirtschaftlich sein, um sich durchsetzen zu können, mahnen die Analysten. Die zunehmende Datenverfügbarkeit, insbesondere getrieben durch die CSRD, helfe dabei, wirtschaftliche Entscheidungen mit nachhaltigen Kennzahlen zu verknüpfen. Dennoch bleibe die Datenbeschaffung, bis tief in die Wertschöpfungskette hinein, für Unternehmen herausfor-

dernd. Weitere Themen, die in den kommenden Jahren an Relevanz gewinnen, sehen die LBBW-Fachleute in der Entwicklung neuer Technologien wie Carbon Capture, der Berücksichtigung von Biodiversität und dem Wandel am Arbeitsmarkt.

„Diese Trends zeigen: Nachhaltigkeit bleibt die treibende Kraft für Innovation und Wirtschaftswandel“, sagt Kremer. Denn die steigenden CO₂-Preise und die Regulierungen im EU-Emissionshandel belasten Verbraucher und Unternehmen gleichermaßen. Widerstände gegen Nachhaltigkeitsmaßnahmen dürften zwar Fortschritte abbremsen, aber langfristig bleibe die Richtung klar, meint sie.

Allerdings bestehe Bedarf an wirtschaftlichen Anreizen für grüne Technologien wie Carbon Capture and Storage (CCS) und Carbon Capture and Utilization (CCU). Solche grünen Investitionen gewinnen an Bedeutung, während aber dafür noch einfache Finanzierungsme-

chanismen fehlen. Die Einführung der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) mit erweiterten Berichtspflichten und sektorspezifischen Standards ist zwar Fakt, ihre verzögerte Umsetzung führe aber zu Rechtsunsicherheiten für Unternehmen. Biodiversität erhält nun in Berichterstattung und Risikobetrachtung mehr Gewicht. Die Regulierungen schreiten zwar langsam voran, werden aber stärker berücksichtigt.

Auf dem Arbeitsmarkt sind nach wie vor MINT- und IT-Spezialisten gesucht, Weiterbildung gilt als essenziell für die Transformation. Angesichts des demografischen Wandels sei auch Zuwanderung entscheidend, um den Fachkräftemangel zu bewältigen.

Die Analysten erachten den Ausbau erneuerbarer Energien und die Elektrifizierung als Schlüssel zur Energiewende. Nachhaltiger Konsum insbesondere regionaler Produkte werde durch die CO₂-Kosten an Bedeutung gewinnen. red

Aus dem Inhalt

Der Tierfutter-Riese

Bosch Tiernahrung zählt zu den größten Herstellern in Deutschland.

Seite 3



Flügge geworden

Michael Volk hat sich seinen Traum vom Wachtelland in Wittighausen erfüllt.

Seite 6



Nachhaltigkeit

Geschäftsführer Klaus Geißdörfer über die Vorreiterrolle von EBM-Papst.

Seite 9



Bio im Supermarkt

Einige regionale Bio-Produzenten haben es in die Handelsregale geschafft.

Seiten 13, 14



Tipp

Rudolf-Eberle-Preis

Das Landes-Wirtschaftsministerium startet die Ausschreibung des Innovationspreises für kleine und mittlere Unternehmen. Bewerbungen sind bis 31. Mai möglich. Ausgezeichnet werden Innovationen von im Land ansässigen mittelständischen Unternehmen. Der Preis ist mit 50000 Euro dotiert und dem früheren Wirtschaftsminister Rudolf Eberle gewidmet. Ergänzend lobt die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft einen Sonderpreis über 7500 Euro aus, der an ein junges Unternehmen vergeben wird.

Weitere Informationen:
https://bewerbung.innovationspreis-bw.de

Nachfolgerin des Jahres

Der Verband der Unternehmerinnen in Deutschland (VdU) zeichnet mit dem „she succeeds award“ zum achten Mal Unternehmensnachfolgerinnen aus. In den Kategorien familieninterne Nachfolge und externe Nachfolge werden Unternehmerinnen gesucht, die vor mindestens zwölf Monaten die Übernahme eines Unternehmens abgeschlossen haben. Die Nachfolgerin muss Gesellschafterin sein und eine geschäftsführende Funktion innehaben. Es gelten keine Voraussetzungen bei Branche und Firmengröße. Meldeschluss ist der 31. März.

Weitere Informationen:
https://tinyurl.com/2a3xrtvo

Kunsthandwerks-Tage

Die Europäischen Tage des Kunsthandwerks sind ein langes Wochenende zum Zuschauen und Mitmachen. Sie finden vom 4. bis 6. April zeitgleich in 24 Ländern statt. Kunsthandwerker und Kreative öffnen ihre Werkstätten, Läden und Ateliers und lassen Besucher jeden Alters einen Blick hinter die Kulissen werfen. Aber auch Museen, Theater, Opern, Hochschulen, öffentliche Einrichtungen und viele weitere bieten Ausstellungen, Führungen, Workshops und mehr an. Teilnehmen können Handwerksbetriebe im gestalterischen Bereich wie Schmuck, Mode, Skulpturen, Objekte, Möbel oder Restaurierung.

Weitere Informationen:
www.kunsthandwerkstage.de

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), Klara Landes (kla) Jürgen Paul (jüp), Martin Peter (map), Alexander Schnell (aos), Jürgen Strammer (jüs), Tanja Weilemann (tawe/PR), Alexander Rülke (arü/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

Alte Markthalle wiederbelebt



Neckarsulm Revitalisierungen werden bei Kaufland immer häufiger – nicht nur durch die übernommenen Real-Märkte, sondern auch international. In der bulgarischen Hauptstadt Sofia ist eine außergewöhnliche Revitalisierung gelungen: Die historische Markthalle im Zentrum wurde zu neuem Leben erweckt. Im Untergeschoss befinden sich Überreste einer römischen Festungsmauer, diese sind durch einen Museumsbe-

reich erlebbar. Die originale, mehr als 110 Jahre alte Turmuhr wurde wieder einsatzfähig gemacht, ein Brunnen in der Halle wiederhergestellt. „Den einmaligen Charakter dieses historischen Handelsstandortes zu bewahren, stand für uns immer im Vordergrund“, sagt Michael Hiese, Geschäftsleiter Immobilien International. Kaufland ist seit 2006 in Bulgarien vertreten und betreibt dort knapp 70 Filialen.

Foto: Kaufland

Firmen von A bis Z

Audi	1	Fressnapf	5, 8	Mann & Schröder	16
Beil	13	Gunkel	13	Marbach	12
BESH (Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall)	13	Hengstenberg	16	Molkerei Schrozberg	10, 12
Bosch Tiernahrung	3	Hep Solar	9	Naturata	13
Friedrich Brandt	11	Huober	12	Neckarpfoten	4
Bürger Maultaschen	16	Kaufland	2, 11	Nothwang	16
Clemens Spielteiere	16	Kölle Zoo	5	Oettinger Mühle	16
Dogcom	4	Kwasny	11	Olymp	8
Dorfkäseerei Geifertshofen	12	Lauda Medical	6	Optima	12, 13
EBM-Papst	9	Leonhard Weiss	9, 12	Parfumdreams	6
		Lidl	4, 11	Pflanzen Kölle	5
				Prezero	11
				Regioladen plus	13
				Schäfer-Heinrich	13
				Spielberger	13
				Stadtwerk Tauberfranken	13
				Stadtwerke Schwäbisch Hall	10
				Stutz	12
				Syntegon	3
				Terratuga Schildkröten Shop	8
				Unilever	16
				Volksbank Kraichgau	6
				Wachtelland	6
				Weber-Hydraulik	13, 16
				Würth	12
				Würth Elektronik	14
				Ziehl-Abegg	15
				Zürn	11



Äpfel direkt von den Streuobstwiesen werden unter anderem bei Gunkel in Heilbronn zu Saft verarbeitet. Foto: Archiv/Veigel

Schiffe ohne Kapitäne taumeln auf See

Die Entscheidungsschwäche auch in Unternehmen wird zum Problem für die Konjunktur, meint unser Autor.

Gastautor

Von Alfred Gramling



Seeleute wissen, dass Schiffe ohne Kapitän und ohne Kurs einem Sturm hilflos ausgeliefert sind. Denn ein Kapitän hält den Kurs und reißt im Notfall das Steuer herum. Das ist auch in der Wirtschaft so. In Deutschland fragt man sich allerdings, wo die Lenker und Steuerleute sind. Angesichts der gravierenden Einbrüche in der Autoindustrie, im Maschinenbau, in der Bauindustrie oder der Heizungsbranche ist ein Kurswechsel kaum sichtbar. Vielerorts werden die alten Rezepte einfach weiterverfolgt. Und anstatt mit innovativen Produkten und neuen Technolo-

gien zu glänzen, wird nach staatlichen Subventionen gerufen oder die Produktion nach China verlagert.
Ist das wirklich die einzige und letzte Option? Eher scheint es wie ein Eingeständnis, dass die Kapitäne mit ihrem Latein am Ende sind. Durch ihre Fehlentscheidungen, Nichtentscheidungen und fehlende Kurskorrekturen wurde in vielen Bereichen der Fortschritt verschlafen oder gar verpasst. Unsere Infrastruktur wurde marode, unsere Energieversorgung ist auf Illusionen aufgebaut und zunehmend instabil, die Digitalisierung wurde verschlafen, unsere Mobilkommunikation hat Löcher wie ein Schweizer Käse, unsere Mobilität ist überteuert und unzuverlässig. Die Liste lässt sich noch lange fortsetzen.
Was über Jahrzehnte versäumt wurde, rächt sich nun. Trotzdem ist ein Gegensteuern in den Unternehmen nicht erkennbar. Man hört – zu Recht – das Weklagen über die schlechten Standortbedingungen. Von neuen, schlanken Konzepten hört man wenig. Hat hier das System der Führungskräfteauswahl versagt oder gehört das „Kapitäns-Patent“ und das Navigieren gar nicht mehr zu den Anforderungskriterien, weil gesellschaftliche Themen wie gendergerechte Toilet-

ten, Proporzquoten und Greenwashing die obersten Ziele sind? Die falschen Automodelle führen zu leeren Fabriken, weil die Nebenthemen immer mehr Aufwand und Zeit kosten und die Orientierung am Markt an den Rand drücken. Stattdessen behindern Rechtfertigungs-Zwänge für alles und jeden die Führungen, blockieren ideologische Vorgaben den Weg zu neuen Ufern, halten der maßlose Verwaltungsaufwand und Melde-Orgien die Fachkräfte von der dringend notwendigen Wertschöpfung ab.
Es ist erschreckend, dass niemand in der Politik diesen Zusammenhang mehr zu verstehen scheint. Vielmehr werden immer neue Vorgaben und Regulierungen eingeführt. Anstatt auf die Wünsche der Kunden zu schauen und die verkrusteten Strukturen aufzubrechen, wird weitergewurstelt. Schlimmer noch werden sowieso schon bürokratische EU-Vorschriften wie das Lieferketten-Gesetz in Deutschland noch weiter verschärft.
Eine Rückkehr zur Effizienz ist nicht erkennbar. Wir regulieren unsere Betriebe buchstäblich zu Tode. Mangelnder Sachverstand, Detailversessenheit, ideologische Dogmen und Realitätsverweigerung führen zu Verboten von modernsten Motoren und Heizungen, reali-

tätsferne EU-Vorgaben schaden der Entwicklung und spielen der globalen Konkurrenz in die Hände. Warnungen von fachkundigen Experten wurden ignoriert und beiseitegeschoben. Dafür bekommen wir nun die Rechnung präsentiert.
Das muss ein Ende nehmen, zumal die Zeiten noch schwieriger werden. Es braucht eine Zeitenwende für die Entfesselung vom Regelkorsett, eine Verschlan- kung der Verwaltungen und mehr Tempo für eine Digitalisierung. Das ist der Anfang, dem weitere Schritte folgen müssen. Pragmatismus statt Regulierungswahn mit dem Ziel der bestmöglichen Potential- ausschöpfung. Und offenbar braucht es neue Köpfe mit klarem Blick und frischen Ideen. Macher und Gestalter mit gesundem Menschenverstand müssen das Steuer in die Hand bekommen, den „Effizienz-Weg“ einschlagen und den Wandel vorantreiben. Mit Freude am Forschen, Begeisterung für das Neue und Mut für die Umsetzung in nachhaltige Produkte. Mit einem klaren Kurs und diesen „alten Tugenden“ kann sich Deutschland wieder an die Weltspitze vorarbeiten.
Wo sind die Kapitäne? Kommen Sie bitte auf die Brücke.

Alfred Gramling, Besigheim

Editorial

Von Heiko Fritze



Und was kommt jetzt?

Wenn Sie diese Zeilen lesen, ist die Bundestagswahl soeben vorüber, die Stimm- auszählung beendet und die Sitzver- teilung steht aller Wahrscheinlichkeit nach fest. Offen ist dann nur noch, wer die künf- tige Regierung bildet. Doch daran hängt viel: Wie geht es weiter in Fragen wie in- nere Sicherheit, Migration, Wirtschaft und Soziales? Was wird aus dem Renten- eintrittsalter, den Sozialversicherungen, Steuern und Abgaben, Bürokratie und EU-Richtlinien? Bleibt es bei den Anstren- gungen zur Klimaneutralität, oder werden die ehrgeizigen Ziele hinausgeschoben oder sogar gekippt?
Fragen wie diese bewegen auch die regionale Wirtschaft. Angesichts der Be- richtspflichten haben die Unternehmen in den vergangenen Jahren erste Schritte in die Wege geleitet, um Energieversor- gung, Recycling und Mobilität den Erfor- dernissen anzupassen. Allerdings haben die explodierenden Preise, für Strom und Heizung ebenso wie für Lebensmittel, Transporte, Verpackungen und Rohstof- fe, so manches wieder infrage gestellt. Ge- rade in Deutschland zögern die Men- schen mit teureren Anschaffungen, sind skeptisch, was den Umstieg auf E-Mobili- tät angeht, und schrecken vor einem Ein- bau einer Wärmepumpe angesichts hoher Kosten zurück. Dass viele Unternehmen und Privatleute nun erst einmal die Wahl abwarten wollten, ist da nur zu verständ- lich: Womöglich ist die teure Anschaffung oder Sanierung ja gar nicht so schnell nö- tigt, wenn nicht nur in Brüssel, sondern auch in Berlin künftig eher konservative Kräfte das Sagen haben.
Indes – ganz in den Hintergrund verdrängt ist das Thema Nachhaltigkeit sowieso nicht. Das zeigt nicht nur der nach wie vor relativ hohe Zuspruch für die Grünen, auch bei dieser Wahl. Auch der private Konsum richtet sich wieder ein wenig mehr danach aus. Zwar machten die Unverpackt-Läden während der ho- hen Inflation reihenweise dicht, doch das Angebot besteht in Supermärkten weiter – und die Verbraucher greifen wieder mehr zu Bioware oder veganen Ersatzpro- dukten. Nicht nur, weil die Handelsketten ihr Sortiment erweitern und zum Teil ak- tiv für gleich hohe Preise sorgen, sondern auch, weil es eben doch zu viel Skandale bei Fabrikprodukten gab und die Bilder von gigantischen Plantagen und Ställen Zweifel daran wecken, ob das wirklich noch natürlich und gesund ist.
Ohnehin müsste niemand verhung- ern oder verdursten, wenn er sich mit Bio-Lebensmitteln aus dem Großraum Heilbronn ernähren möchte: Von Milch- produkten und Käse über Saft und Wein bis zu Fleisch und Brot ist alles zu haben, selbst Knabbergebäck nach Bio-Stan- dards gibt es. Wohl bekomm's!

Weil der Bedarf vielfältiger wird

Bosch Tiernahrung ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Und das Sortiment wird stetig erweitert.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Ein Hund scheint hier jeder zu haben. Vertriebs-Geschäftsführer Klaus Lahrmann ebenso wie Marketingleiter Steffen Dill. Freude am Tier ist schließlich von Vorteil, wenn man bei dem größten Tierfutter-Hersteller in der Region tätig ist. Und obwohl das Unternehmen nicht gerade an den Hauptverkehrsachsen liegt, sondern tief im Hohenlohischen, etwa in der Mitte zwischen Bad Mergentheim, Rothenburg ob der Tauber, Crailsheim und Künzelsau, ist es in der Branche bestens bekannt – und kann auf enormes Wachstum in den vergangenen Jahren zurückblicken.

Das ist ein Trend, der anhält. „Wir werden dieses Jahr bei der Mitarbeiterzahl die 1000 überschreiten“, sagt Geschäftsführer Lahrmann. Zum Vergleich: 2018 waren es noch 550 Beschäftigte. Das kleine Örtchen Wiesenbach, Teilort von Blaufelden, zählt etwa 750 Einwohner. Bosch Tiernahrung hat also inzwischen mehr Personal, als Menschen in dem Ort wohnen.

Dabei sind die abgesetzten Mengen gar nicht mal so sehr gestiegen, um etwa 20 Prozent in den vergangenen sechs Jahren auf 238000 Tonnen im vorigen Jahr. Doch das Sortiment ist vielfältiger geworden. „Wir waren früher vor allem für den Preiseinstiegsbereich tätig“, erklärt Marketingchef Dill. Da wurden



Bosch Tiernahrung stellt seit 1984 Trockenfutter her. Das Werk wurde mehrfach vergrößert. Fotos: privat

große Mengen einer Sorte hergestellt. „Das hat sich inzwischen gedreht“, sagt er: Bosch stellt mittlerweile nicht nur zu etwa einem Drittel Produkte unter eigenem Namen her, die sich in Supermärkten und im Fachhandel wiederfinden, sondern hat sich auch auf höherwertige Artikel konzentriert. Die enthalten aber mehr Zutaten und werden in kleineren Mengen produziert, und entsprechend häufiger werden die komplizierter gewordenen Arbeitsschritte umgestellt, wofür mehr Personal benötigt wird. „Was die Firma ausmacht, ist die Flexibilität in der Produktion“, sagt Lahrmann.

Zudem tüftelt das Unternehmen ständig an neuen Produkten. Seit dem Schwenk zu Futter für Hunde, Katzen und Vögel ab 1984 wurde stets Trockenfutter hergestellt. Seit wenigen Wochen gibt es auch Pasten im Schlauchbeutel. Damit ist

erstmalig sogenanntes Nassfutter im Sortiment. Dabei hatte alles ganz anders begonnen: Als Kurt Bosch sein Unternehmen 1960 gründete, produzierte er Fertig- und Mineralfutter, Vitaminkonzentrate und Milchaustauscher – für landwirtschaftliche Nutztiere in etwa 30 Kilometer Umkreis.

Nach der BSE-Krise verfügte der Gesetzgeber eine strikte Trennung – entweder durfte ein Werk nur noch Futter für Nutztiere herstellen oder Futter für Haustiere. Bei Bosch entschieden sich die Gesellschafter damals für die Konzentration auf Heimtiernahrung. Kurt Bosch gab zugleich die Geschäftsführung an die zweite Familiengeneration weiter. Diese leitet das Unternehmen nach wie vor.

Dabei fließt auch viel von der persönlichen Einstellung der Eignerfamilie mit ein. Der Einsatz für Nachhaltigkeit wird großgeschrieben, im Fuhrpark ebenso wie bei der Energieerzeugung: Nahezu alle Hallendächer tragen Photovoltaik-Anlagen, gerade werden große Wärmepum-



pen installiert. Und obwohl zu 95 Prozent Trockenfutter hergestellt werden, wird dessen Fleischanteil zum Großteil über Frischfleisch eingebracht. Stetig wird weiter in den Standort investiert, werden Hallen erweitert und neue Maschinen installiert.

Mittlerweile zählt Bosch Tiernahrung zu den vier führenden mittelständischen deutschen Trockenfutterherstellern, wobei die größten Player internationale Konzerne wie Mars, Nestle und Colgate sind. Der Markt dürfte in den nächsten Jahren noch wachsen, gerade im höherwertigen Bereich. „Wo der Mensch am wenigsten spart, das ist bei seinem Heimtier. Die Leute sparen lieber beim eigenen Essen“, sagt Lahrmann.

Und was gibt es an Trends? Inzwischen werden nicht nur Futter für verschiedene Altersstufen angeboten. Auch spezielle Ernährung bei bestimmten Krankheiten wird häufiger nachgefragt, erzählt der Geschäftsführer: „Auch Tiere haben Allergien.“

Firmen

Neubau bezogen

Der Verpackungsanlagen-Hersteller **Syntegon** hat den Bau seines neuen Bürogebäudes in Crailsheim abgeschlossen. Das Unternehmen hat das Bauprojekt nach gut einhalb Jahren frühzeitig fertiggestellt; die Eröffnung war zunächst für das erste Halbjahr dieses Jahres geplant. Auf vier Stockwerken mit insgesamt 2100 Quadratmetern umfasst der Neubau rund 100 neue Arbeitsplätze, eine Dachterrasse und Kollaborationsräume. Neben der modernen Ausstattung verfügt das Gebäude über die neuesten Standards in Bereichen wie Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit oder Akustik.

Der Neubau ist eines der ersten Gebäude, das nach dem Synspaces-Konzept gestaltet ist. Die unternehmensweite Initiative beschäftigt sich mit der Arbeit der Zukunft. Das Konzept legt viel Wert auf die individuellen Bedürfnisse aller Beschäftigten. Es schafft Zonen, in denen abteilungsübergreifendes Arbeiten optimal gelingen sowie Raum für Kreativität und Individualität bleiben soll.

red



Der Neubau bietet Platz für 100 Beschäftigte. Foto: privat

ANZEIGE

Fokussiert und kompetent mit einer Nummer für alle Anliegen

Der FirmenkundenService der Kreissparkasse Heilbronn hilft einfach, schnell und direkt

„Die wertvollste Ressource, die wir alle haben, ist Zeit“, das hat Steve Jobs, legendärer Gründer und Boss von Apple, einmal gesagt. Damit Gewerbetunden möglichst viel Zeit für die wirklich wichtigen Entscheidungen im Business haben, gibt es den FirmenkundenService der Kreissparkasse Heilbronn. Dieser telefonische Service ist maßgeschneidert für die individuellen Ansprüche von Firmen- und Gewerbetunden.

Rufnummer

Unter der kostenfreien Rufnummer 0800 1620300 steht von montags bis freitags von 8 bis 18 Uhr ein Team von kompetenten Vertriebsassistenten bereit, um alle Anliegen rund um Konten, Zahlungsverkehr, Onlinebanking und Firmenkundenportal schnell zu

beantworten sowie bei der Neuanlage oder Änderung bestehender Verträge zu helfen.

Seit April 2024 ist es die zentrale Anlaufstelle für gewerbliche Kunden. Alicia Capra, Leiterin des 13-köpfigen Teams, betont: „Damit wollten wir es unseren Kunden noch einfacher machen, bei Fragen schnell verlässliche Antworten und Lösungen zu bekommen.“ Und das ist gelungen. „Die hohe Nachfrage zeigt, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben. Viele aus unserem Team kennen die Kunden bereits aus ihrer Arbeit im gewerblichen Bereich – das schafft Vertrauen“, zieht Alicia Capra eine erste Bilanz. „Unser Erfolg basiert auf engagierten, fachkundigen Mitarbeitenden. Sie bearbeiten die alltäglichen Anliegen direkt oder koordinieren diese effizient. Dabei ist der große Vorteil

natürlich unsere persönliche Erreichbarkeitsgarantie von 8 bis 18 Uhr.“

Mehrwert

Der Mehrwert liegt auf der Hand, so Alicia Capra weiter: „Zeit ist kostbar – deshalb klären wir schnell und unkompliziert drängende Themen unserer gewerblichen Kunden. Und das komfortabel am Telefon und ganz ohne Terminvereinbarung und Wartezeiten.“ Dabei wird der Service stetig weiterentwickelt. Denn das Ziel für 2025 lautet: Noch mehr Firmenkunden für die Hotline 0800 1620300 zu gewinnen! Einfach. Schnell. Direkt. Der FirmenkundenService der Kreissparkasse Heilbronn. Erreichbar montags bis freitags von 8 bis 18 Uhr unter 0800 1620300 (kostenlos aus dem deutschen Festnetz).

anz



Seit April 2024 ist das kompetente Team des FirmenkundenService die zentrale Anlaufstelle für gewerbliche Kunden – erreichbar montags bis freitags von 8 bis 18 Uhr. Foto: Art Of Poggel

Telefon: 0800 1620300*
Montag bis Freitag
von 8.00 bis 18.00 Uhr
*kostenlos aus dem dt. Festnetz



FirmenkundenService

Schnelle Hilfe
bei Ihren
Serviceanfragen.

Maßgeschneidert für die
individuellen Ansprüche unserer
Firmen- und Gewerbetunden.



Kreissparkasse
Heilbronn

Weil's um mehr als Geld geht.

Firmen

Azubis leiten Kampagne

Für seine neue Schülerkampagne unter dem Motto „Bei uns kommst du voran“ übergab **Lidl** in Deutschland vier Nachwuchskräften die gesamte Verantwortung für die Drehbuchinhalte. Heraus kam ein siebenminütiger Kampagnenfilm, der komplett auf die humorvollen Ideen des jungen Teams ausgerichtet ist.

Dabei berichten die Protagonisten Amelie, Imane, Jeremy und Janis von ihrer Ausbildung bei Lidl und den Vorteilen, die ihnen ihr Arbeitgeber bietet. Die Vier sind als Auszubildende im Einzelhandel und Teilnehmer im Abiturientenprogramm gestartet, leiten beispielsweise stellvertretend eine Filiale und setzen ihren Karriereweg mit Grillz, Beyonce-Moves und Paparazzi-Blitzlicht in Szene. Nicht nur das Drehbuch ist durch die Lidl-Auszubildenden entstanden, auch die Kampagnenidee sowie das Konzept wurden inhouse entwickelt.

Lidl setzt bei der Schülerkampagne ausschließlich auf Social-Media-Kanäle: Facebook, Instagram, Tiktok, Snapchat, Spotify sowie Youtube werden mit dem Kampagnenfilm bespielt, um eine junge, online-affine Zielgruppe zu erreichen. Die neue Schülerkampagne richtet sich somit direkt von jungen Leuten an Jugendliche mit Inhalten, die bewegen und mit einem Augenzwinkern in Jugendsprache erklärt werden.

Mit der Schülerkampagne bringt Lidl – wie auch in weiteren Projekten – seinen Nachwuchskräften Vertrauen entgegen, um ihre Entwicklung zu fördern. *red*

Fragen zu gewaltfreiem Training mehrten sich bei den Haltern, so der Eindruck der Hundetrainer aus der Region.

Von unserem Redaktionsmitglied Klara Landes

Nicht nur Menschen, sondern auch Hunde gehen in die Schule. Natürlich nicht um Mathe und Deutsch zu lernen, wohl aber um gemeinsam mit ihrem Halter einen harmonischen Umgang zu üben. Boomt das Konzept Hundeschule? Ein Blick in die Region zeigt, wie hoch Angebot und Nachfrage sind.

Seitens der Industrie- und Handelskammer Heilbronn-Franken (IHK) heißt es: „Hundeschulen-Betreiber sind in der Regel Kleingewerbetreibende, die, wenn sie ihr Gewerbe anmelden, einen definierten Wirtschaftszweig angeben.“ Dieser Zweig heiße offiziell „Abrichten von Tieren/Hundeschulen“. Darunter falle aber auch eine Falknerei oder ein Pferdehof. Unter den insgesamt 90 angemeldeten Betrieben in Stadt- und Landkreis Heilbronn, dem Landkreis Schwäbisch Hall, Hohenlohe- und dem Main-Tauber-Kreis gibt es also nicht nur Hundeschulen. Gemeldet waren Ende letzten Jahres alleine in Heilbronn 4337 Hunde, wie die Stadt auf Nachfrage mitteilte.

Sonja Hoegen hat vor 20 Jahren ihre Hundeschule Dogcom gegründet. Sie seien die größte Hundeschule im Stadt- und Landkreis, erzählt die 44-Jährige. Welche Philosophie Dogcom verfolgt? „Wir engagieren uns für gewaltfreie und respektvolle Hundeerziehung.“ Alle Hunde tragen ein Brustgeschirr, außerdem werde nicht geschlagen oder geschrien. Menschen und ihre Hunde werden in keine Situationen gebracht, die sie überfordern. Das sei individuell und auch von der Hunderasse abhängig, erklärt die Gründerin. „Wir setzen uns ein für eine gute Beziehung zwi-



Hundeschulen noch im Trend?

Die Nachfrage nach einem Hundeschulplatz steigt in der Region. Foto: Christin Klose

schen Mensch und Hund.“ Auch eine Besuchshunde-Ausbildung bietet die Hundeschule an. „Die Warteliste ist immer sehr lang.“

Die Hundehalter kommen aus dem Stadt- und Landkreis und fahren auch von weiter weg zu ihr nach Bad Wimpfen, so Hoegen. „Momentan sind 60 Welpen und Hunde pro Samstag da.“ Die Nachfrage sei bei Dogcom riesig, es seien so viele, dass sie das gar nicht bedienen können. Deshalb vermittelt Hoegen auch Anfragen an andere Hundeschulen, mit denen sie in Kontakt steht. Wenige Jahre nach der Gründung begann Hoegen nämlich auch, Hundetrainer auszubilden. Mehr als 100 Absolventen seien es mittlerweile und ein Großteil der Hundeschulen in der Region werde von diesen Absolventen geführt. Von ihnen hört Sonja Hoegen ebenfalls, dass sie gut ausgebucht seien.

„Es wird immer mehr“, die Nachfrage steige, so die Dogcom-Gründerin. Mit Konkurrenz habe sie eigentlich kein Pro-

blem. Ihr Ziel sei immer gewesen, dass Hunde und Halter an Schulen unterkommen. Und für Hoegen selbst bestehe kein Mangel an Kundschaft, erklärt sie.

Céline Köhler (30) und Jelena Resnikow (33) führen gemeinsam die mobile Hundeschule Neckarpfoten. „Uns als eigene Hundeschule gibt es seit 2021“, erklärt Köhler. „Es gibt ja unterschiedliche Ansätze“, so die 30-Jährige zur Philosophie der Schule. Die Grundsätze der Neckarpfoten: Harmonie, Vertrauen, positive Bestärkung, gegenseitiger Respekt zwischen Hund und Halter und Kommunikation. „Wir sind sehr zufrieden, wie es aktuell läuft.“ Wie viele Kunden sie haben, sei gar nicht so leicht zu sagen. Es gebe stetigen Wechsel, auch weil nicht jedes Hund-Halter-Gespann gleichlanges Training brauche. „Bei uns ist wirklich jeder Tag anders“, sagt Köhler. Eine Warteliste haben sie in dem Sinne nicht. „Es ist schon häufig so, dass man einen zweiwöchigen Zeitraum hat, bis ein passender

Termin gefunden ist.“ Einen Mangel an Kundschaft gebe es also auch nicht. „Wir sind gut ausgelastet.“

„Es gibt natürlich super viele andere Hundeschulen“, im gesamten Stadt- und Landkreis. Es fühle sich dennoch nicht wie Konkurrenz an, erzählt Köhler. Das liege auch an den unterschiedlichen Angeboten der verschiedenen Schulen. So könne jeder Kunde das finden, was zu ihm passe. Auch verteile sich die Kundschaft auf Stadt und Land, so gehen ländlich wohnende Kunden vielleicht eher zu einer Schule bei sich in der Nähe. Es gebe immer mehr Leute, die einen Hund holen, die Nachfrage nach Hundeschulen sei gestiegen. Auch weil das Bewusstsein höher geworden sei, dass Hundeschulen hilfreich sein können. Köhler geht davon aus, dass das damit zusammenhängt, dass sich Menschen über Hunde mehr Gedanken machen als früher. Etwa wenn es um Ernährung oder gewaltfreies Training gehe.

ANZEIGE

0% Zinsen.
100% Leistung.



Ford Pro™ Gewerbewochen mit 0%-Finanzierung.



Ford Transit Custom Trend

Ford Power-Startfunktion, Rückfahrkamera, Park-Pilot-System vorn und hinten

Günstig mit 47 monatl. Finanzierungsraten von

€ 398,-^{1,2}

Unser Kaufpreis inkl. Überführungskosten

€ 40.882,40 brutto
€ 34.354,96 netto

Laufzeit 48 Monate
Gesamtlaufleistung 40.000 km
Sollzins p. a. (fest) 0 %
Effektiver Jahreszins 0 %
Anzahlung 0,- €
Nettodarlehensbetrag 40.882,40 €
Gesamtbetrag 40.882,40 €
47 Monatsraten à 398,- €
Restrate 22.176,40 €



Emil Frey Schwabengarage

SCHWABENGARAGE GMBH
Georg-Vogel-Str. 10 · 74080 Heilbronn
Tel.: 07131/4705-0
www.schwabengarage-heilbronn.de

Wir sind für mehrere bestimmte Darlehensgeber tätig und handeln nicht als unabhängiger Darlehensvermittler. Beispielfoto von Fahrzeugen der Baureihe. Die Ausstattungsmerkmale der abgebildeten Fahrzeuge sind nicht Bestandteil des Angebotes. Ford Auswahl-Finanzierung, ein Angebot der Ford Bank GmbH, Henry-Ford-Str. 1, 50735 Köln. Angebot gilt für noch nicht zugelassene, für das jeweilige Zinsangebot berechnete Ford Neufahrzeuge bei verbindlicher Kundenbestellung und Abschluss eines Darlehensvertrages und nur für Gewerbekunden (ausgeschlossen sind Großkunden mit Ford Rahmenabkommen sowie gewerbliche Sonderabnehmer wie z. B. Taxi, Fahrschulen, Behörden). Ist der Darlehensnehmer Verbraucher, besteht nach Vertragsschluss ein gesetzliches Widerrufsrecht nach § 495 BGB. Bitte sprechen Sie uns für weitere Details an. Das Angebot stellt das repräsentative Beispiel nach § 17 Preisangabenverordnung dar. ²Gilt für einen Ford Transit Custom Kastenwagen LKW Trend 280 L1 2,0 EcoBlue-Dieselmotor 100kW (136PS), 6-Gang-Schaltgetriebe, FWD-Antrieb, Start-Stopp-System, Euro 6d-ISC-PCM.

Immer das passende Angebot

Schwabengarage Heilbronn bietet Top-Konditionen für Gewerbetreibende

Die Ford Pro Gewerbewochen: 0 Prozent Zinsen, 100 Prozent Leistung. Profitieren Sie im Zeitraum vom 1. Februar bis zum 31. März 2025 von einmaligen Zinsen und weiteren Zugaben.

nicht nur vier Jahre volle Herstellergarantie, sondern auch vier Jahre keine Folgekosten für Wartung und Verschleiß – maximale Sicherheit und volle Kostenkontrolle.

Sprechen Sie uns gerne direkt an unter 07131 47050 oder per E-Mail an fabian.neubauer@schwabengarage.de oder ilja.dsaparov@schwabengarage.de.

Die Schwabengarage GmbH ist Teil der Emil Frey Gruppe mit mehr als 100 Standorten in Deutschland und einem Markenportfolio von mehr als 40 verschiedenen Marken – wir sind Ihr Fachmann, seit 1924. *anz*

Kontakt

Emil Frey Schwabengarage Heilbronn, Georg-Vogel-Straße 10, 74080 Heilbronn. Öffnungszeiten Verkauf: Montag bis Freitag 8 bis 18.30, Sa 8 bis 13 Uhr. Service: Montag bis Freitag 7 bis 18, Sa 8 bis 13 Uhr, Telefon +49 7131 47050



Im Fokus der Ford Pro Gewerbewochen stehen vor allem die Nutzfahrzeuge. Das kompetente Verkaufsberater-Team der Heilbronner Schwabengarage findet für jeden Kunden die passende Lösung. Foto: privat

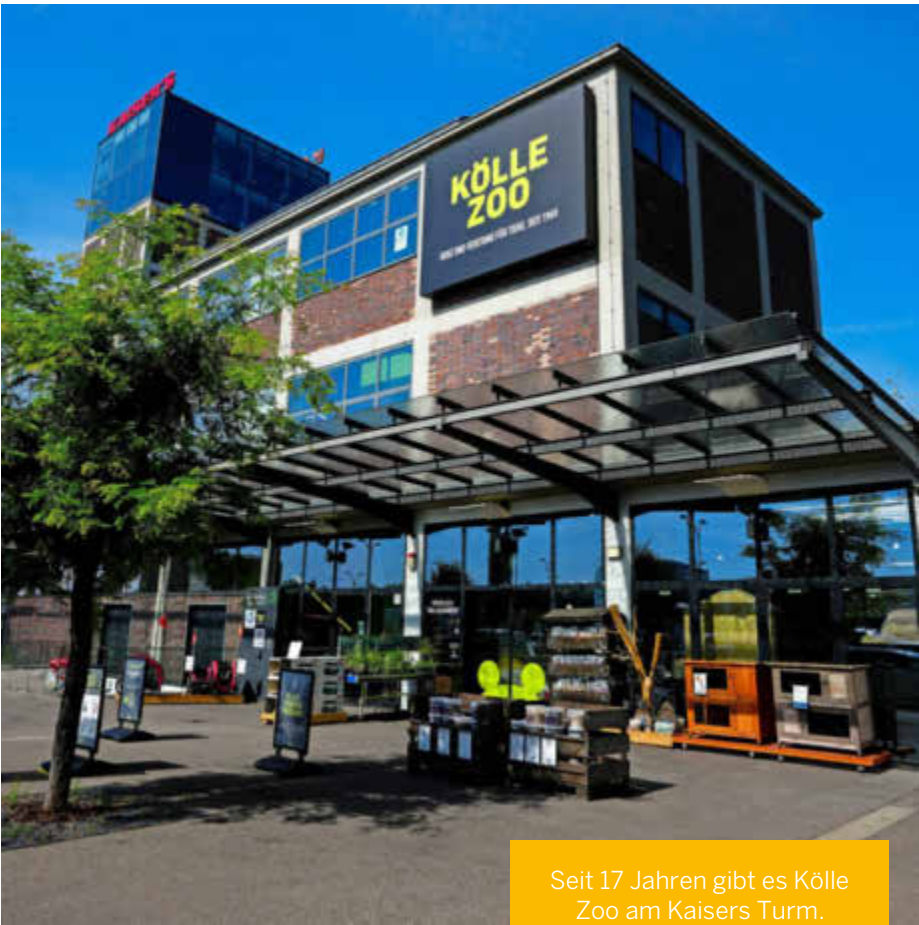
Vom Kinderspaß zur Handelskette

Kölle Zoo hat seine Wurzeln in Heilbronn und ist mit seinem speziellen Konzept weiter auf Wachstumskurs.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Matthias Pohl brennt für sein Geschäft. „Ich wollte mich schon immer um Tiere kümmern“, erzählt er. Erst pflegte er Tiere zu Hause, mit 13 Jahren begann er als Aushilfe bei Kölle Zoo. Der damalige Inhaber Kurt Landes hatte sich gerade erst mit der Firma selbstständig gemacht, die eigentlich bloß Beschäftigung der Kinder sein sollte: Während die Eltern bei Pflanzen Kölle einkauften, sollten ihre Kinder sich an ein paar Tieren erfreuen. So fing es 1969 in Zuffenhausen an. Dass bald auch ein Tierbedarf-Verkauf hinzukam, war nicht geplant, und 1979 gliederte der damalige Inhaber Hugo Kölle den nicht gerade nach Blumen riechenden Betrieb aus – Landes übernahm.

Mit 13 stand also Matthias Pohl, der sich damals vor allem für Aquaristik begeisterte, bei ihm im Laden, arbeitete engagiert mit als Ferienjobber und an Wochenenden, machte nach der Schule dort eine Ausbildung, wurde noch währenddessen Filialeiter. Schließlich erhielt er das Angebot, sich an der Filiale in Heilbronn zu beteiligen. „Ich verkaufte also mein Auto und meine Stereoanlage. Ich war dann erst einmal verschuldet, aber das trieb mich an und machte mich kreativ.“ Bald darauf durfte er eine weitere Filiale aufkaufen, schließlich schrittweise das gesamte Unternehmen übernehmen. „Meine Stärke war der Vertrieb. Ich versuchte immer den Spagat zwischen Mar-



Seit 17 Jahren gibt es Kölle Zoo am Kaisers Turm.
Foto: Kölle Zoo

keting und Tierschutz. Und ich habe schnell gemerkt, dass ich das Konzept multiplizieren kann.“

Heute ist daraus eine der führenden Tierbedarfsketten im deutschsprachigen Raum geworden. 26 eigene Filialen betreibt Kölle Zoo, davon fünf in Österreich. Die größte in Wien misst 3600 Quadratmeter. In Heilbronn ist das Unternehmen seit 17 Jahren im Kaisers Turm auf 2400 Quadratmetern vertreten, nachdem es zuvor in der Jägerhausstraße und am damaligen Kölle-Gartencenter in Sontheim bestand. Dass gegenüber eine Fressnapf-Filiale steht, nebenan ein Laden für Pferdebedarf, im selben Gebäude eine Tierarztpraxis residiert, ist kein Zufall. „Unser

Konzept ist One-Stop-Shopping“, erläutert Pohl. Fressnapf tue dabei in doppelter Hinsicht nicht weh: Die führende deutsche Handelskette verkauft zum einen eher im Preiseinstiegs-Segment, während sich Kölle Zoo auf höherpreisige Qualitäten konzentriert. Und zum anderen hat Fressnapf ein Franchise-Konzept – und Matthias Pohl ist Franchisenehmer. 43 Fressnapf-Filialen in Süddeutschland betreibt er inzwischen, unter anderem jene in Heilbronn. In beiden Sparten beschäftigt er zusammen etwa 1400 Mitarbeiter. Kölle Zoo peile dieses Jahr etwa 220 Millionen Euro Umsatz an, sagt er. In Mün-

chen sind zwei Neueröffnungen geplant, die Filialen erstrecken sich mittlerweile bis ins Saarland und nach Nordhessen.

Groß ist der Aquaristik-Bereich, jene Sparte, die Pohl einst selbst in die Tierhandlungen lockte. Fische für Süß- und Salzwasser gibt es dort, Schnecken, Korallen-Nachzuchten, Pflanzen und Dekoration. Als Höhepunkt schwimmen große Koi-Karpfen in einem 3,60 Meter tiefen Becken am Eingang – Kinder dürfen sie füttern, die Tagesration für die Tiere wird jeden Tag in einen Behälter gefüllt. Die Futterkapseln kosten zwar einen Euro, der Erlös geht aber an Tierheime.

Denn Pohl ist bei aller Geschäftstüchtigkeit ein Tierfreund. Bei den Futter-Exklusivmarken legt er großen Wert auf gute Zutaten. Kein Wunder, dass es von der Eigenmarke „Lottis Häppchen“ auch eine Premium-Qualität gibt, die weit mehr als Supermarkt-Artikel kostet. Die Kaninchen kommen von ausgesuchten Züchtern und werden selbst abgeholt. Hamster können erst ab 17 Uhr gekauft werden, um die nachtaktiven Tiere nicht aus dem Schlaf zu reißen. Und Pohl betreibt bei Osterburken einen Gnadenhof, in dem er, aber auch seine Mitarbeiter regelmäßig die Tiere pflegen und die Einrichtungen instandhalten. „Meine Vision als Jungendlicher war, dass ich mal etwas machen möchte, damit es Tieren besser geht“, sagt der Geschäftsführer. „Dabei wollte ich gar nicht mal Unternehmer werden.“

Das Unternehmen umfasst inzwischen weit mehr als Handel: Zwei Tierärzte sind angestellt, es gibt eine Sparte für kundenindividuelle Gartenteiche, Terrarien und Aquarien. Trends werden früh umgesetzt. Bereits 2013 begann das Unternehmen etwa, Produkte für das Barfen von Hunden, also eine spezielle Fleischfütterung, anzubieten. Für die nächsten Jahre ist Pohl zuversichtlich: „Das Bewusstsein bei den Menschen wird noch ausgeprägter, für ihr Tier nur das Beste zu bieten. Denn Tiere lieben ihre Menschen bedingungslos.“

Tipp

Lea-Mittelstandspreis

Caritas, Diakonie und das Landes-Wirtschaftsministerium loben den Mittelstandspreis für soziale Verantwortung aus. Er richtet sich an Firmen mit bis zu 500 Mitarbeitern und Sitz in Baden-Württemberg und würdigt Kooperationen, um gemeinsam in einem Projekt gesellschaftliches Engagement zu zeigen. Bewerbungsfrist: bis zum 31. März.

Weitere Informationen:
www.lea-mittelstandspreis.de

KI-Champions BW

Die Initiative Wirtschaft 4.0 Baden-Württemberg prämiiert herausragende KI-Lösungen aus dem Land. Der Wettbewerb richtet sich an Start-ups sowie etablierte Unternehmen aller Branchen für KI-basierte Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle sowie an Forschungseinrichtungen. Bewerbungsschluss ist der 14. März.

Weitere Informationen:
ki-champions-bw.de

Bundespreis Ecodesign

An Unternehmen, Designer und Studenten richtet sich der Bundespreis Ecodesign. Bis 14. April können in vier Kategorien Produkte, Dienstleistungen, Konzepte oder Studienarbeiten angemeldet werden, die ökologische Verantwortung und Design vereinen.

Weitere Informationen:
bundespreis-ecodesign.de

ANZEIGE



Beleuchtungssystem der Breeding Station: Pflanzenoptimierte LEDs ermöglichen einen individuellen Lichtmix, mit dem sich das Pflanzenwachstum gezielt steuern lässt.
Foto: Dominik Gígler für DLD/Hubert Burda Media

CO₂-neutral vom Samen bis auf den Teller

Würth Elektronik kooperiert im Bereich Vertical Farming – Synergien für die rationelle Lebensmittelproduktion

Mit einer neuen Breeding Station zur Vorkultivierung von Stecklingen und Sämlingen unter kontrollierten und optimierten Bedingungen leistet Würth Elektronik einen wichtigen Beitrag zum lokalen Indoor Farming.

Das Ziel ist eine rentable, resiliente und nachhaltige Nahrungsmittelproduktion am Standort Deutschland und darüber hinaus. Dafür sind neue, synergetische Kooperationen zwischen Industrie und Landwirtschaft erforderlich.

Die Breeding Station wurde gemeinsam mit Bürkert Fluid Control Systems entwickelt. Sie arbeitet in einem geschlossenen System hydrophonisch, also ohne Erde. Das Innere der Anlage bietet separate Bereiche für verschiedene Wachstumsstadien,

zum Beispiel für Sämlinge, Wurzelbildung oder Jungpflanzen. Die Mikroklimata sind variabel: Temperatur, Luftfeuchtigkeit und CO₂-Konzentration können für die jeweilige Pflanze individuell eingestellt werden.

Mit Hilfe einer pflanzenoptimierten LED-Beleuchtung lassen sich nahezu beliebige Lichtmixe sowie Tag-Nacht-Zyklen erzeugen. Damit wird in der Anzucht eine deutlich höhere Ausbeute als bei konventionellen Methoden erreicht.

Gemeinsame Vision

Würth Elektronik stellte die Breeding Station erstmals auf der Digitalkonferenz DLD 2025 in München vor, auf einem Tech Talk, zusammen mit dem In-

door-Farming-Spezialisten Horizon Growers. Der etablierte Bauelemente-Hersteller und das erfolgreiche Startup teilen die Vision einer Nahrungsmittelproduktion, bei der CEA-Farmen (Controlled Environment Agriculture) direkt an Industrieanlagen mit hoher Abwärme- und CO₂-Emission gekoppelt werden. Die Indoor-Farmen erhalten günstige Heizenergie und fungieren als Kohlendioxid-Senken.

Ergänzt wird der Energiemix durch Photovoltaik und Windkraft. Mit diesem synergetischen Ansatz ist in Verbindung mit energieeffizienten lokalen Gleichstromnetzen eine ganzjährige, verbrauchernahe und CO₂-neutrale Produktion möglich und rentabel.

anz

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



Firmen

In den Ruhestand

Vorstandsmitglied **Rüdiger Kümmerlin** hat sich nach 41 Jahren in der Volksbank Kraichgau in den Ruhestand verabschiedet. Vorstand und Aufsichtsrat würdigten sein jahrzehntelanges genossenschaftliches Engagement und seinen Einsatz für die genossenschaftliche Idee.



R. Kümmerlin
Foto: privat

1983 startete er seine Ausbildung zum Bankkaufmann in der damaligen Volksbank Oberhausen-Rheinhausen. 1988 wurde er Kreditsachbearbeiter bei der Volksbank Bruhrain-Kraichhardt und stieg dann Schritt für Schritt die Karriereleiter nach oben. 2011 folgte schließlich die Berufung in den Vorstand der Volksbank Bruhrain-Kraichhardt und bei allen Fusionen blieb er in dieser Funktion auch in der neu gebildeten Volksbank Kraichgau. Dort verantwortete er zuletzt das Ressort der Privatkundenbank. *red*

Neue Geschäftsführerin

Stefanie Krieger ist zur Geschäftsführerin der Lauda Medical in Würzburg bestellt worden. Die 44-jährige promovierte Biologin, die am 1. September in das Unternehmen



Stefanie Krieger
Foto: Lauda

eingetreten ist, bringt umfangreiche Erfahrungen ein: Zuletzt war sie als Auditorin für Medizinprodukte nach der Medical Device Regulation (MDR) tätig. Diese EU-Verordnung stellt strenge Anforderungen an Hersteller von Medizinprodukten. Zudem bringt sie Kenntnisse als leitende Projektmanagerin bei einem Unternehmen für klinische Studien und Datenmanagement in der Pharma-, Biotech- und Medizintechnikbranche sowie wissenschaftliche Tätigkeit an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg mit.

Lauda Medical produziert medizintechnische Geräte, vor allem für die Temperierung von Patienten während Herzoperationen. Markteinführung soll Anfang nächsten Jahres sein. *red*

Neue Leitung

Nina Pütz wird zum 1. März neue Chefin der Onlineshops Parfumdreams und Niche Beauty des Douglas-Konzerns. Parfumdreams wurde 1995 als Parfümerie Akzente in Pfedelbach gegründet, der Online-shop Parfumdreams kam 2004 hinzu. 2018 übernahm Douglas das Unternehmen mehrheitlich, 2021 ganz. Seit der Übernahme hatte Steven Mattwig den Betrieb geleitet.



Nina Pütz
Foto: privat

Zuletzt war Nina Pütz Geschäftsführerin des Online-Zahlungsanbieters Ratepay. Zuvor leitete sie den Online-Shopping-Club brands4friends. Außerdem hatte sie mehrere Positionen bei Ebay inne. Ihre Karriere begann im Einzelhandel bei Peek & Cloppenburg. Zudem ist passionierte Rednerin und Autorin des Buches „Die Macherinnen – So geht Unternehmen!“.

Unter Parfumdreams sind der Online-Shop sowie die Geschäfte unter der Marke Akzente vereint. Die Luxus-Marke Niche Beauty hat ihren Sitz in Hamburg und betreibt einen Onlineshop mit hochwertigen Kosmetikmarken. Parfumdreams hatte vergangenen Herbst seine Logistikzentren in Öhringen und Pfedelbach geschlossen, 191 Mitarbeiter verloren ihre Jobs. *red/frz*



Die Gründer Michael und Nico da Silva (linkes Foto) sowie Tierpfleger Linus Brenner (unten). Fotos: Peter



Das Wachtelland ist flügge geworden

Das Start-up aus Obersulm siedelt sich für elf Millionen Euro in Wittighausen an.

Von unserem Redakteur Martin Peter

Noch ist die Wachtelallee ein Weg. Asphaltiert, aber nur wenige Meter lang. Und für die Bäume, die eine Allee der Bedeutung nach säumen, ist es zu früh. Noch wird auf dem vorderen Grundstück nördlich der Landstraße 511 am Ortseingang von Wittighausen gearbeitet. Die größtenteils fertigen Gebäude auf dem dreieinhalb Hektar großen Gelände lassen aber erkennen, dass sich der Kindheitstraum von Michael Volk mit seinem Wachtelland zwölf Jahre nach Gründung des Start-ups aus Obersulm schon erfüllt hat.

Im Inneren des vorderen Gebäudes schildern Michael Volk und Co-Gründer Nico da Silva Teixeira, was die Besucher nach der offiziellen Eröffnung um Ostern in der Wachtelallee erwartet. „Auf der einen Seite entsteht ein kleines Café mit Außenterrasse“, sagt Michael Volk. Kuchen, Eis, Likör und Pasta – hergestellt aus eigenen Wachteleiern – wird es hier geben. Auf der anderen Seite des hellen Raums entsteht der Wachtelshop, den es bisher nur online gibt. Das Einkaufen im Wachtelland soll dank moderner Technik zu einem Erlebnis werden. Die Kunden scannen die Produkte. Nach dem Zahlen wer-

den die Waren hinter den Kulissen kommissioniert – und ans Auto geliefert. Alles so bequem wie möglich. Für Kinder gibt es Alpakas und Esel zum Streicheln, irgendwann auch einen Spielplatz. „Wir locken Kunden durch das Erlebnis drumherum zu uns“, erklärt Volk die Idee.

Die beiden Gründer des inzwischen aus den Kinderschuhen gewachsenen Start-ups sind ein paar Wochen vor der Eröffnung aufgeregt. „Wir müssen schauen, wie alles angenommen wird, fangen erstmal langsam an“, sagt Michael Volk mit Blick auf die Öffnungszeiten des Cafés, das zunächst am Wochenende für Besucher da ist. Dabei hat das Wachtelland bereits vor seiner offiziellen Eröffnung erste Besucheranstürme erlebt. Mit der Fertigstellung des Stalls mit nun gut 3500 Wachteln deckt das Unternehmen seit Juli 2024 auch den Verkauf der Hühnervögel ab – mit Erfolg. An vier Abholtagen kamen im zweiten Halbjahr nach Angaben der Gründer immerhin rund 750 Kunden nach Wittighausen, um bei einem Erlebnistag ihre reservierten Wachteln abzuholen. Private Kunden, die sich mehr selber versorgen wollen und ein Haustier suchen. „Wachteln sind Charaktertiere, die sehr zutraulich sind und sich für Kinder eignen.“ Im Vergleich zu anderen Haustieren sei auch die Bindung überschaubar, da die Hühnervögel nur drei Jahre alt werden.

Dem Trend zur Wachtel begegnet das einstige Start-up damit, dass es inzwischen 25 Städte deutschlandweit mit seinem Wachtelmobil ansteuert, um die beliebten, zuvor reservierten Tiere an Kunden auszuliefern. Die Übergabe an den Pickup-Points sei immer wieder ein Erlebnis, auch für die Gründer. Die Käufer warten dort sehnsüchtig. „Das ist wie bei Kin-

dern, wenn der Eiswagen kommt“, findet Volk. Die Kunden dankten es den Wachtellieferanten mit Geschenken. „Zurück fahren wir mit einem Transporter voller Geschenke und Süßigkeiten.“

Kerngeschäft bleibt jedoch der Verkauf des selbst entwickelten, hochwertigen Futtermittels. Acht Millionen Euro setzte das auf 50 Mitarbeiter angewachsene Team 2024 insgesamt um, 2500 Tonnen Futtermittel werden jährlich verarbeitet. Seit der Eröffnung der Logistik fahren in der Wachtelallee täglich 20 bis 40 Lkw über den Hof, berichtet Volk. Sein Unternehmen hat sich einen Namen gemacht, genießt Vertrauen. „Die Marke ist so gut etabliert: Die Leute wollen aus Berlin zu uns ins Wachtelland kommen.“ Auch Einheimische standen schon vor der Tür, immerhin ist das Wachtelland der größte Arbeitgeber des 1800-Einwohner-Dorfs.

Der Ansiedlung vor den Toren Wittighausens ging eine schwierige Suche voraus: Volk wollte Obersulm nicht verlassen. Aber im Landkreis Heilbronn sei kein vergleichbarer Bauplatz zu finden gewesen. „Im normalen Gewerbegebiet dürfen keine Wachteln gehalten werden“, erläutert der 31-Jährige. Es bedurfte schon eines Sondergebiets, da war die Auswahl klein. Trotzdem kamen fünf Gemeinden infrage, ausschlaggebender Punkt sei am Ende der Tatendrang von Wittighausens Bürgermeister Marcus Wessels gewesen. „Der hält seine Versprechen bis heute, ist immer zur Stelle“, sagt Michael Volk.

Und mit 14,50 Euro für den voll erschlossenen Quadratmeter Bauland hatte Wittighausen auch preislich die Nase klar vorn. „Woanders hätten wir 100 Euro bezahlt“, sagt Volk. Bei einem solch hohen Quadratmeterpreis wäre das Wachtelland

in anderen Dimensionen gelandet. Dabei ist das Projekt ehrgeizig genug: Mit elf Millionen Euro schlägt der Bau zu Buche, dafür ist alles an einem Ort. Genug Platz für weitere Ideen gibt es zudem.

Neubau, Umzug, Finanzierung mithilfe eins Investors: „Das ist wie eine Neugründung“, sagt Volk. Vor allem mit Blick auf den Anfang, als die Gründer – damals noch als Paar – mit nichts mehr als 10000 Euro aus einem Bausparvertrag ein Start-up gründeten. Gegen Widerstände. Zwei schwule Männer, dazu das Thema Wachtel: „Wir wurden belächelt ohne Ende“, erinnert sich Volk. Doch der Glaube an das Projekt war stets größer. Auch deswegen gibt es nun eine Wachtelallee.

Strengste Zucht

Mit einer Wachtel zum neunten Geburtstag begann alles: Schon bald züchtete Michael Volk seine Lieblings-Farbschläge – und stellte fest, dass es kein Wachtelfutter am Markt gab. Volk mischte also sein eigenes, natürliches Futter, dessen Qualität sich mit der Zeit rumsprach – das war der Beginn des Wachtellands. Mit dem Bau in Wittighausen hat das Start-up die Kinderschuhe zwar abgelegt. „Wir sind im Vergleich zu anderen aber immer noch eine Zwergwachtel“, sagt der Gründer. 95 Prozent der Wachteleier in Deutschland stammen aus dem Ausland. „Wir bei Wachtelland haben die strengste Wachtelzucht der Erde. Alles zum Wohl der Tiere“, sagt Volk. *map*

ANZEIGEN

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

AUCH DU KANNST GROSSES BEWEGEN.

SEIT 50 JAHREN LEISTEN GEWÖHNLICHE MENSCHEN AUSSERGEWÖHNLICHES. SEI DABEI.

AMNESTY.DE/50JAHRE



jobstimme.de

BERUFLICH AUF DEM SPRUNG?

Rund 30.000 freie Stellen in der Region Heilbronn-Franken, Kraichgau, Mosbach und Ludwigsburg.



Jetzt TOP-Arbeitgeber kennenlernen! Eine Übersicht finden Sie auf jobstimme.de/firmenverzeichnis

Vielfalt als Schlüssel zum Erfolg: Wie Bechtle das Thema Diversity weiterentwickelt

Bechtle hat eine Strategie für Vielfalt, Chancengleichheit und Inklusion (DE&I) vorgestellt. Im Interview erklärt Nicole Bilo-Boger, Head of Diversity bei Bechtle, welchen Einfluss Vielfalt auf den Unternehmenserfolg hat und welche Schwerpunkte die neue Strategie setzt.

■ Warum ist eine Diversity-Strategie heute wichtiger denn je?

Vielfalt und Chancengleichheit sind nicht nur gesellschaftlich relevante Themen, sondern auch zentrale Erfolgsfaktoren für Unternehmen. Studien zeigen, dass diverse Teams kreativer und erfolgreicher sind. Gleichzeitig stehen Unternehmen vor Herausforderungen. Denken Sie zum Beispiel an den Fachkräftemangel oder den demografischen Wandel. Eine Diversity-Strategie und darauf abgestimmte Maßnahmen helfen, diese Herausforderungen gezielt anzugehen. Damit schaffen wir auch gleichzeitig ein Arbeitsumfeld, in dem alle Mitarbeitenden ihr volles Potenzial entfalten können.

■ Bechtle hat schon 2020 die Charta der Vielfalt unterzeichnet. Welche Rolle spielt diese Selbstverpflichtung in Ihrer neuen Strategie?

Wir haben uns vor fünf Jahren dieser bundesweiten Arbeitgeberinitiative angeschlossen, um von den Erfahrungen innerhalb dieses größten Netzwerks für Diversity Management in Deutschland zu profitieren. Gleichzeitig haben wir aber auch den Anspruch, die Initiative aktiv zu unterstützen. Hierbei geht es darum, die Vielfalt in der Arbeitswelt anzuerkennen, wertzuschätzen und voranzubringen.

■ Vielfalt ist ein sehr breites Thema. Welche Schwerpunkte setzen Sie?



Das IT-Unternehmen Bechtle mit Hauptsitz in Neckarsulm möchte mit seiner DE&I-Strategie für seine rund 15 800 Mitarbeitenden in Europa ein vielfältiges und tolerantes Arbeitsumfeld schaffen. DE&I steht für Vielfalt, Gleichberechtigung und Inklusion.

Wir fokussieren uns zunächst auf die vier Dimensionen Alter, Geschlecht, körperliche und geistige Fähigkeiten sowie soziale Herkunft. Diese vier Bereiche haben besonders starke Auswirkungen auf Chancengleichheit und Teilhabe im beruflichen Kontext.

■ Frauen sind gerade in der IT-Branche nach wie vor unterrepräsentiert. Was tut Bechtle, um das zu ändern?

Frauen sind in der IT-Branche tatsächlich immer noch in der Minderheit, insbesondere in den technischen Bereichen und in Führungspositionen. Wir setzen daher gezielt auf Programme zur Karriereförderung, Mentoring und Führungsinitiativen. Außerdem arbeiten wir daran, flexible Arbeitsmodelle weiterzuentwickeln, um Karriere und Familie besser vereinbar zu machen. Unser Ziel ist es, die Frauenquote in Führungspositionen nachhaltig zu steigern und langfristig gleiche Chancen für alle zu gewährleisten.

■ Frauenförderung ist bereits ein zentrales Thema der im vergangenen Jahr gegründeten Bechtle Stiftung.

Das stimmt. Uns liegt auch über Unternehmensgrenzen hinweg die Förderung von Frauen in der IT sehr am Herzen. Die gemeinnützige Bechtle Stiftung hat daher als Initialprojekt das Stipendienprogramm „FEAT“, die Kurzform für „Female Upgreat“, ins Leben gerufen. Eine Bewerbung für FEAT steht allen Frauen im IT-Umfeld offen, von Schülerinnen bis hin zu Frauen im Top-Management. FEAT fördert sie langfristig durch umfangreiche Weiterbildungsmaßnahmen, den Aufbau eines tragfähigen Netzwerks und den Austausch mit weiblichen IT-Vorbildern.

■ Ein weiterer Fokus Ihrer Strategie liegt auf der sozialen Herkunft. Warum ist das Ihnen so wichtig?

Die soziale Herkunft beeinflusst Bildungs- und Karrierechancen enorm.

Nicht jeder Mensch hat die gleichen Startvoraussetzungen. Deshalb setzen wir auf faire Bewerbungs- und Auswahlprozesse, um allen talentierten Menschen, unabhängig von ihrer Herkunft, eine Chance zu geben. Dazu gehören auch gezielte Programme wie unser Qualifizierungsprogramm speziell für Quereinsteigende „FIT“, das Menschen aus vielen unterschiedlichen Berufen den Einstieg in die IT erleichtert.

■ Welche weiteren konkreten Ziele verfolgen Sie mit der Strategie?

Es ist wichtiger denn je, kontinuierlich und aktiv an einer Unternehmenskultur zu arbeiten, in der Vielfalt und Chancengleichheit selbstverständlich sind. Mit der Strategie und den daraus abgeleiteten Maßnahmen festigen wir unsere Haltung, mit der wir uns entschieden für eine pluralistische, offene, menschenwürdige und zukunftsbejahende Gesellschaft einsetzen. *anz*



Nicole Bilo-Boger, Head of Diversity bei Bechtle, schätzt den positiven Einfluss durch gelebte Vielfalt auf den Unternehmenserfolg sehr hoch ein. Fotos: Bechtle



Zukunft mit IT gestalten.

Als größtes deutsches IT-Systemhaus und einer der führenden IT-Dienstleister Europas steht Bechtle für Digitalisierung in Wirtschaft, Industrie und Gesellschaft. Mit modernen IT-Arbeitsplätzen, Multi-Cloud-Services, Cybersecurity, Künstlicher Intelligenz und allem, was starke Perspektiven für eine erfolgreiche und nachhaltige Zukunft schafft.

[bechtle.com](https://www.bechtle.com)

Firmen

Markenbotschafter

Die Modemarke **Olymp** hat den Oscar-Preisträger Matthew McConaughey als neuen Brand Ambassador engagiert. Mark Bezner, Geschäftsführender Gesellschafter der Olymp Bezner KG, sagt: „Matthew McConaughey zählt zu Hollywoods Top-Schauspielern. Seine Karriere sowie sein Engagement für Familie und Nächstenliebe machen ihn zu einem perfekten Partner für unsere Marke. Nachdem wir uns im Sommer in Los Angeles getroffen hatten und klar wurde, dass wir dieselben Werte teilen, waren wir uns gleich sympathisch und schnell über die Zusammenarbeit einig.“ Die Kooperation mit Matthew McConaughey sei ein Meilenstein in der Transformation zur Lifestyle-Marke. Die Kampagne wurde von Mario Sorrenti in Los Angeles fotografiert. Die Motive werden ab Frühjahr verwendet.

Matthew McConaughey startete seine Karriere 1993 und erhielt für seine Rolle des Aidskranken Ron Woodroof in „Dallas Buyers Club“ (2013) den Oscar in der Kategorie „Bester Hauptdarsteller“.

red



Matthew McConaughey wirbt nun für Olymp. Foto: privat

Tiere sind eben lieb und teuer

Futter, Tierarzt, Unterbringung und manchmal auch Steuern: Was Hund, Katze und Schildkröte kosten.

Von unserem Redaktionsmitglied Klara Landes

Die Kosten für Anschaffung und Unterhalt variieren je nach Tier und Rasse. Nicht unbedingt gilt: je größer das Tier, desto teurer.

Die Kosten etwa einer Schildkröte pauschal zu nennen, sei schwierig, erklärt Sabine Lang, Gründerin des Terratuga Schildkröten Shops in Heilbronn. Es gebe viele verschiedene Arten, die jeweils ihre besonderen Bedürfnisse haben. Am Beispiel der Griechischen Landschildkröte, einer für Anfänger geeigneten Art, zeigt Lang die Kosten, alleine für das Tier, auf: „Jungtiere der Griechischen Landschildkröten nach der ersten Winterruhe, von einem guten verantwortungsvollen Züchter, kosten um die 90 Euro mit einer EU-Bescheinigung.“ Ein erwachsenes Weibchen, zehn Jahre alt und um die zwei Kilogramm schwer, könne mit Papieren gut 450 Euro oder mehr kosten. Bei einem gleichaltrigen Männchen, um die 900 Gramm schwer, könne man mit Papieren mit 150 Euro rechnen.

Hat man nun beispielsweise ein Griechisches Landschildkröten-Jungtier, können im ersten Jahr zirka 1400 Euro anfallen. Diese setzen sich aus einer großen Plastik- oder Holzkiste beziehungsweise einem Holzterrarium, einer Folie für den

Boden, spezieller Schildkrötenerde, Futterpflanzen und der Beleuchtung zusammen. „Wichtig ist eine gute Beratung, was die Beleuchtung angeht – hier muss man auf Fachgeschäfte setzen, da es viele Faktoren zu beachten gibt“, betont Lang. In den etwa 1400 Euro sind auch eine Parasitenuntersuchung und -behandlung vor der Winterruhe sowie ein Freilandgehege für den Garten mit beheiztem Frühbeet enthalten.

Wer sich einen Hund zulegen möchte, hat ebenfalls verschiedene Faktoren zu bedenken. „Die Kosten für einen Hund variieren stark und hängen von der Größe, der Rasse, dem Alter eines Tieres und auch den Ansprüchen des Halters ab“, heißt es auf der Internetseite von Fressnapf. Dort werden die unterschiedlichen Kostenpunkte aufgelistet. Bei der Anschaffung hänge es

von der Anlaufstelle ab. Beim Tierheim könne man – je nach Einrichtung – mit einem Betrag von 200 bis 300 Euro rechnen. Bei einem seriösen Züchter seien die Kosten für einen Welpen meist höher. Zwischen 600 und 1500 Euro steht auf der Fressnapf-Internetseite, bei sehr seltenen Hunderassen kann es auch teurer werden.

Die Grundausstattung setze sich dann aus Wasser- und Futternapf, Halsband oder Brustgeschirr, Leine, Körbchen, Decke, Spielzeugen, Fellbürste und für Hunde mit dünnem Fell Winterbekleidung zusammen. Rechnet man die aufgelisteten Preise zusammen, bewegt man sich mit allem zusammen in einem Rahmen von 93 bis 580 Euro, je nach Qualität, Gestaltung und Größe der Produkte. Hinzu kommen die Futterkosten. Monatlich rechnet Fressnapf mit

mindestens 25 bis 50 Euro, dazu noch Leckerlis und Kauknochen. Tierarztkosten seien eine jährliche Entwurmung für zirka 25 bis 50 Euro, Impfungen für etwa 35 bis 60 Euro und eine Allgemeinuntersuchung von ungefähr 30 bis 50 Euro. Auch für Tiere gibt es mittlerweile Krankenversicherungen, die Internetseite des Tierbedarf-Händlers gibt monatliche Kosten im Rahmen von zehn bis 50 Euro an. Pflicht für Hundehalter ist die Hundesteuer – wobei geprüfte Gebrauchshunde steuerfrei sind. In Heilbronn beträgt sie momentan 110, 240 oder 300 Euro, wie auf der Seite der Stadt nachzulesen ist, je nachdem, ob es der erste Hund, ein weiterer oder ein gefährlicher ist. Wer eine Haftpflichtversicherung für den Hund abschließen möchte, trägt laut Fressnapf jährliche Kosten von etwa 50 bis 80 Euro. Insgesamt kann also im ersten Jahr für die notwendigen Dinge von einer Summe von mehr als 793 Euro ausgegangen werden.

Eine Katze und alles drumherum kostet im ersten Jahr etwa 1140 Euro. Die Internetseite tierportal.org zeigt eine Kostenaufstellung. „Die Kosten für die Haltung einer Katze können variieren“, wird auch hier betont. Je nachdem, ob die Katze vom Tierheim, einem Züchter oder einer Privatperson geholt wird, könne von Kaufpreisen zwischen 50 und 150 Euro, 300 und 1500 Euro oder aber gar keinen ausgegangen werden. Die Erstausstattung – Katzenklo, Kratzbaum, Näpfe, Transportbox, Bett oder Decke und Spielzeug – variere zwischen 90 bis 360 Euro. Die Futterkosten betragen etwa 35 bis 90 Euro, die Katzenstreukosten zehn bis 20 Euro im Monat. Routineuntersuchungen, Impfungen, Entwurmung und Flohbehandlung summieren sich auf 100 bis 200 Euro im Jahr. Hinzu kommen noch Pflegeartikel für fünf bis zehn Euro im Monat.

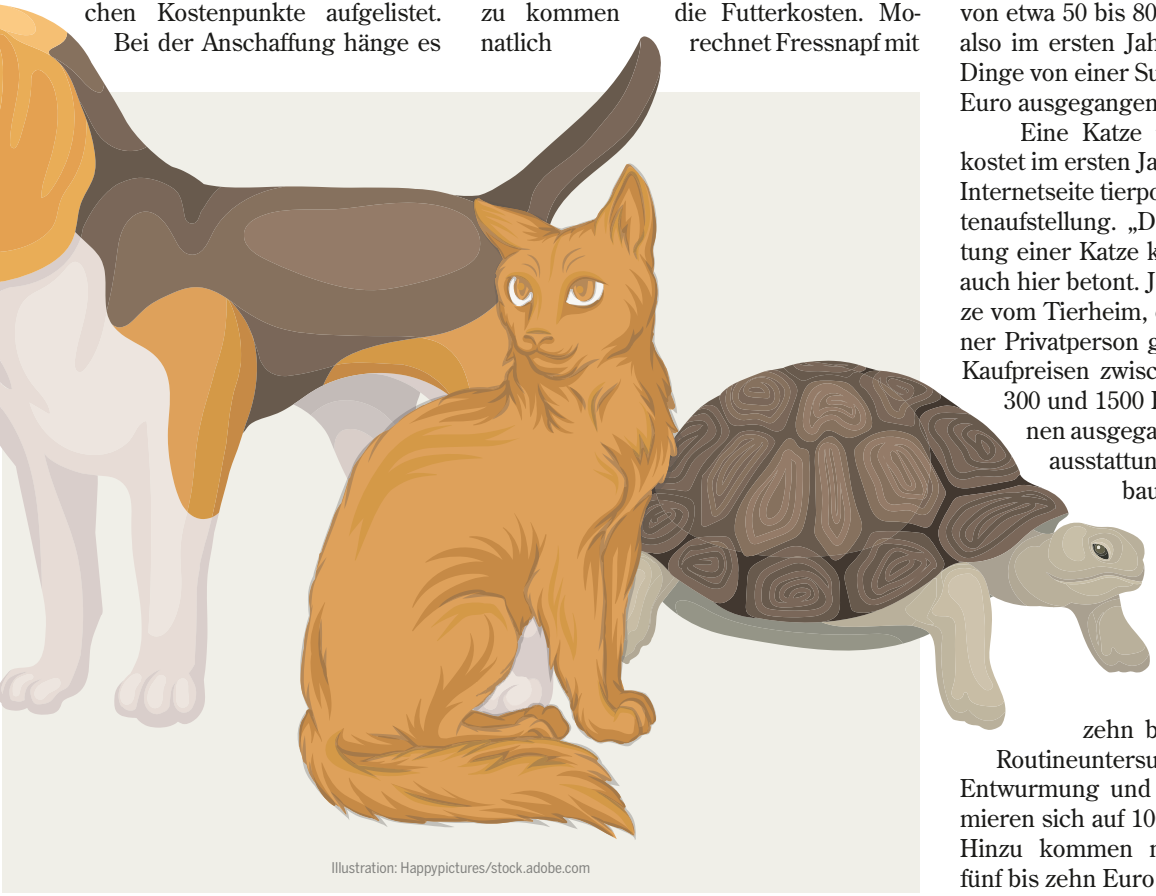


Illustration: Happypictures/stock.adobe.com

ANZEIGE



ZEIT, DASS SICH WAS DREHT

Wir stellen uns der Herausforderung und entwickeln unsere M-CUBE Maschinen, eine unserer komplexesten Produktgruppen, entsprechend dem Cradle to Cradle Certified® Standard weiter. Der ABS 18 Compact und der ABS 18 Subcompact sind die weltweit ersten Cradle to Cradle®-zertifizierten Maschinen. Hierfür wurde Würth mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet, Europas größter Auszeichnung für ökologische und soziale Spitzenleistungen. Der Preis ehrt Unternehmen, die durch visionäre Projekte und Initiativen eine Vorreiterrolle übernehmen.

Mehr unter [wuerth.de/c2c](https://www.wuerth.de/c2c)



Deutscher Nachhaltigkeitspreis für Würth: Sowohl die Strategie des kreislauffähigen Wirtschaftens als auch die weltweit ersten Cradle to Cradle®-zertifizierten Akku-Bohrschrauber der M-CUBE-Produktlinie wurden ausgezeichnet. Foto: Würth

Würth setzt auf Circular Power Tools

Unternehmen geht weiteren Schritt hin zu einer kreislauffähigen Wirtschaft

Die Adolf Würth GmbH & Co. KG hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2030 weitestgehend kreislauffähig zu wirtschaften. Mit der Strategie „Circular Power Tools“ geht das Unternehmen nun einen entscheidenden Schritt weiter: Nach einfacheren Produkten, Verpackungen und Systemlösungen wird die nachhaltige Denkweise auch auf eine komplexe Produktlinie ausgeweitet. Besonders im Fokus stehen die Akku-Maschinen der M-CUBE-Serie, deren gesamter Lebenszyklus von der Produktentwicklung über Reparatur und Wiederverwendung bis hin zum Recycling optimiert wird.

Erster Erfolg in dieser Entwicklung ist neben der weltweit ersten Cradle to Cradle®-Zertifizierung von Akku-Bohrschraubern der M-CUBE-Produktlinie auch der Gewinn des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2025 in der Kategorie „Produkte“. Damit präsentiert Würth wegweisende Beispiele

für nachhaltige Produktentwicklung und ressourcenschonende Innovation. Die Modelle ABS 18 Compact und Subcompact erreichen eine Recyclingfähigkeit von bis zu 88 Prozent, während die Materialien der ORSY® System-Koffer sogar bis zu 100 Prozent wiederverwertbar sind. Ziel von Würth ist es, diese Standards auf weitere Maschinen der M-CUBE-Serie auszuweiten und so mehr Transparenz im Produktlebenszyklus zu schaffen.

Innovationsfreude

Thomas Klenk, Geschäftsführer Markt bei der Adolf Würth GmbH & Co. KG, sagt: „Die Auszeichnung mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis bestätigt unsere Leidenschaft für Qualität und Innovationsfreude und motiviert uns, unsere Strategie zur nachhaltigen Transformation unserer Branche weiterzuentwickeln.“

Das Konzept der Kreislaufwirtschaft basiert auf dem Designprinzip Cradle to Cradle®. Angelehnt an die Natur, in der Stoffe im Kreislauf verbleiben, werden Produkte so entwickelt, dass eingesetzte Materialien nach ihrem Lebensende entweder biologisch abgebaut oder vollständig wiederverwendet werden können. Dies erfordert neue Denkansätze im Produktdesign und eine umweltbewusste Produktionsweise. Bereits in der Vergangenheit konnte Würth Erfolge mit nachhaltigen Produktentwicklungen verbuchen. Dazu gehören das VARIFIX® Schnellmontagesystem und das ORSY® System-Regal, die nach Cradle to Cradle Certified®-Standards optimiert wurden. Mit der Weiterentwicklung der M-CUBE-Maschinen stellt man sich nun einer besonders komplexen Herausforderung – ein bedeutender Schritt hin zu einer ressourcenschonenden Zukunft.

anz

In Sachen Klimaschutz ist EBM-Papst schon jetzt ein Vorreiter. Das Unternehmen hat aber noch mehr Potenzial.

Als Hersteller von Ventilatoren und Motoren ist EBM-Papst weltweit führend. Auch in Sachen Nachhaltigkeit sind die Hohenloher Vorreiter. Über Klimaschutz sprach unser Redakteur Martin Peter mit Geschäftsführer Klaus Geißdörfer.

Herr Geißdörfer, Klimaschutz hat im Bundestagswahlkampf keine große Rolle gespielt. Ist das Thema durch? Klaus Geißdörfer: Aus meiner Sicht nicht. Auf der politischen Agenda steht der Klimaschutz momentan vielleicht nicht ganz oben. Das ist auch okay. Am Ende müssen wir uns aber alle wieder vor Augen führen: Wenn wir eine lebenswerte Welt für unsere Kinder und Enkelkinder hinterlassen wollen, müssen wir das Thema CO₂-Ausstoß und Klimaerwärmung in den Griff bekommen.

Sehen Sie die Gefahr, dass Klimaschutz aus den Köpfen verschwindet, am Ende nur eine Modeerscheinung war? Geißdörfer: Ich glaube, dass durch die steigende Anzahl an Klimatoten und die zunehmenden Migrationsströme das Thema automatisch sichtbar wird. Und es wird von Jahr zu Jahr deutlicher. Ich habe gerade die Schlagzeile gelesen, dass in Europa eine Million zusätzliche Hitzetote erwartet werden, weil sich die sogenannte Todeszone unaufhörlich ausdehnt. Ich habe Kollegen in Spanien, die sagen mir: Wenn noch ein paar Sommer so heiß sind, wie es die letzten waren, ziehen wir weg, weil es nicht mehr auszuhalten ist.

In den USA, wo auch EBM-Papst vertreten ist, scheint Klimaschutz politisch nicht mehr gewollt zu sein. Trump setzt auf fossile Energien wie Gas und Öl. Besorgt Sie das? Geißdörfer: Die USA verfolgen natürlich das Ziel, ihr wirtschaftliches Defizit im Exportbereich auszugleichen. Und ein Exportfaktor ist Öl. Vermutlich haben wir noch zu wenig Alternativen. Wir in Europa importieren immer noch viel Gas und Öl aus Russland. Wenn es den USA gelingt, diese Ströme umzulenken, weg von Russland, und so der Angriffskrieg in der Ukraine zum Erliegen kommt, weil die größte russische Einnahmenquelle versiegt: Dann hätten wir etwas gewonnen. Das ist die Chance, die ich im Moment sehe.

Hat die Ausrichtung der Trump-Politik, mehr in Richtung fossiler Energie zu gehen, Auswirkungen für Ihre Niederlassungen? Geißdörfer: Wenig. Wenn weniger erneuerbare Energien gebraucht werden würden, wovon wir zum Teil ausgehen, bräuchte man weniger Ventilatoren beispielsweise für Wechselrichter. Das ist aber kein riesiger Markt. Daher bereitet uns das nicht so große Kopfschmerzen. Haben Sie trotzdem Sorge, dass auch



EBM-Papst-Mitarbeiter womöglich nicht mehr so hinter den Zielen des Unternehmens stehen könnten wie bisher? Geißdörfer: Das Thema ist doch: Wir tun was Gutes für die Umwelt und gleichzeitig für den Geldbeutel unserer Kunden, die dadurch Strom sparen. In einigen Ländern ist der Strom sehr teuer. Das heißt, es gibt auch von Kundenseite den unbedingten Wunsch, dass unsere Produkte effizienter und nachhaltiger werden. 2024 hat EBM-Papst zum zweiten Mal den Nachhaltigkeitspreis gewonnen. Musste es gleich eine Vorreiterrolle sein? Geißdörfer: Ja. Weil wir sagen, das ist unsere DNA. Dafür stehen wir. Das steht so in unseren Unternehmenswerten, unab-

hängig davon, ob eine Regierung gerade irgendein Programm macht. Inwiefern spüren Sie oder haben Sie entsprechende Rückmeldungen, dass EBM-Papst anderen auch als Vorbild dient? Geißdörfer: Der Nachhaltigkeitspreis war natürlich eine tolle Bestätigung. Wir erhalten zudem viele Auszeichnungen von Kunden, weil wir in unserer Industrie Vorbild sind. Auf der anderen Seite ärgere mich, dass wir seitenweise Dokumente für das Energieeffizienzgesetz ausfüllen müssen. Das hält unsere Leute davon ab, die nächste Maßnahme umzusetzen. Das ist symptomatisch für Deutschland. Dass wir mit Papierausfüllen beschäftigt sind, statt mit Tun und Machen.

„Werden noch eine Schippe drauflegen“

Zur Person

Seit November 2021 ist Klaus Geißdörfer Vorsitzender der Geschäftsführung bei EBM-Papst mit Hauptsitz in Mulfingen. Eine seiner ersten Fragen im neuen Unternehmen war: Wie hat sich EBM-Papst einst in der Formel 1 engagieren können? Der 51-jährige Familienvater ist in ländlichen Strukturen aufgewachsen, ihm liegt der Erhalt der Natur am Herzen. Selber ist er gerne draußen unterwegs: joggend, radfahrend oder wandernd. map

Für Ihr Unternehmen steht in Sachen Nachhaltigkeit das wichtigste Geschäftsjahr bevor: Sie wollen den CO₂-Ausstoß des Unternehmens 2025/26 auf Null reduzieren. Wird das erreicht? Geißdörfer: Wir sind relativ zuversichtlich, dass uns das gelingt. Wir haben uns an einem Solarpark beteiligt, von dem wir 20 Prozent unseres Grünstroms beziehen. Auch das ist ein deutsches Phänomen: Ursprünglich wollten wir da mehr machen. Aber dann müssten wir den Strom nachher am Markt verkaufen, wären eine Art Energieanbieter, was steuerrechtlich kompliziert ist. Wir kaufen den Rest Grünstrom zu und können damit unseren gesamten Bedarf klimaneutral decken. Das ist schon ein großer Schritt für uns, weil es einer der größten Blöcke ist, die wir haben. In den letzten zwei Jahren haben wir zudem jeweils zehn Millionen Euro in Energieeffizienzmaßnahmen gesteckt.

Das eine Thema ist der CO₂-Ausstoß bei der Produktion, das andere der in der Anwendung der Produkte von EBM-Papst: Wohin geht da der Weg? Geißdörfer: Weit über 90 Prozent unseres gesamten CO₂-Fußabdrucks resultieren aus dem Betrieb unserer Produkte. Und der hängt vom Strommix des jeweiligen Landes ab, in dem unser Produkt betrieben wird. Das können wir nicht direkt beeinflussen. Was wir aber können, ist die Effizienz unserer Ventilatoren weiter verbessern. Und das tun wir. Über sein Retrofit-Programm hilft EBM-Papst anderen Unternehmen, durch den Austausch von in die Jahre gekommenen Ventilatoren und Motoren Energie einzusparen. Wie fällt die Bilanz aus? Geißdörfer: Äußerst positiv. Wir haben unsere Retrofit-Ventilatoren mit großem Erfolg auch bei uns angewendet. Es lohnt sich für uns als Unternehmen, weil wir Strom einsparen, das rechnet sich für den Tausch. Daher empfehlen wir unseren Kunden, dass sie nach zehn Jahren durchaus ihre Anlagen überarbeiten sollten. Das ist für uns ein wichtiger Geschäfts-zweig, den wir stärken und ausbauen.

Im Unternehmen gilt das Credo, wonach jedes neue Produkt seinen Vorgänger ökologisch und ökonomisch übertreffen muss. Ist nicht irgendwann das Ende der Fahnenstange erreicht? Geißdörfer: Im Moment sehen wir das noch nicht. Wir haben Produkte in der Entwicklung, die auf der Ventilatorensseite noch mal eine Schippe drauflegen, weil wir durch neue Technologien Möglichkeiten haben, diese weiter zu optimieren. In den nächsten drei, vier Jahren werden wir an einigen Stellen noch was drauflegen. Gleichzeitig arbeiten wir daran, dass wir neben der kontinuierlichen Verbesserung über Softwarelösungen weitere Effizienzpotentiale realisieren können.

Firmen

Elektrische Baustelle
Der Satteldorfer Baukonzern Leonhard Weiss hat im Auftrag der Netze BW in Rangendingen erstmals eine Baustelle mit vollelektrischen Baumaschinen und Fahrzeugen ausgeführt. Ein ähnliches Projekt hatte Netze-BW im Herbst auch in Bönningheim-Hohenstein angestoßen, allerdings mit einem anderen Bauunternehmen. Forscher der Hochschule Biberach begleiten das Projekt wissenschaftlich. Über die gesamte Dauer der Baumaßnahme kamen ausschließlich vollelektrische Baumaschinen und Fahrzeuge zum Einsatz. Neben dem lokal emissionsfreien Betrieb verbessert der elektrische Antrieb auch die Energiebilanz, wird berichtet. Maschinen und Geräte mit Verbrennungsmotoren seien stets mit Leerlaufzeiten verbunden. E-Motoren besitzen hingegen keinen Leerlauf, weshalb sie dabei nahezu keine Energie verbrauchen. Auf einer Strecke von 400 Metern wurde das bestehende Nieder- und Mittelspan-



Die Baumaschinen laufen alle nur mit Akku. Foto: privat
nungsnetz ausgebaut und verstärkt. Zudem wurde eine digitale Umspannstation errichtet. Bereits 2023 führte das Familienunternehmen für die Stadtwerke Tübingen eine klimabewusste Baustelle aus, bei der elektrisch betriebene Geräte und Maschinen sowie mit HVO betankte Lkw zum Einsatz kamen. Auf der Baustelle in Rangendingen hatte nun auch der Lkw einen reinen E-Antrieb. red/frz

Kooperationsvertrag
Der Güglinger Solarprojektorier Hep Solar hat einen Kooperationsvertrag mit der Volllast GmbH geschlossen. Die strategische Partnerschaft soll künftig Solarprojekte mit einer jährlichen Anschlusskapazität von 100 MWp umsetzen. In der Kooperation bringt die Volllast GmbH, ein in Süddeutschland verwurzelter PV-Spezialist, ihre Expertise in der lokalen Flächen-sicherung ein. Sie übernimmt die Verantwortung für diesen ersten Schritt der Projektentwicklung. Hep Solar wird für den Netzanschluss, den Bau, die Stromvermarktung sowie den Betrieb und die Wartung der Solarprojekte zuständig sein. Die ersten drei gemeinsamen Projekte werden im Landkreis Dillingen an der Donau angegangen. Sie umfassen eine Fläche von etwa 35 Hektar. Martin Vogt, Leiter Projektentwicklung bei Hep Solar, äußert sich optimistisch zur Kooperation: „Durch die Partnerschaft mit Volllast können wir die Entwicklung von Solarprojekten beschleunigen und noch effizienter gestalten. Zusätzlich bietet diese Kooperation beiden Seiten langfristige Planungssicherheit und stärkt unsere regionale Präsenz in Süddeutschland.“ Jörg Kranzfelder, Projektentwickler bei der Volllast GmbH, erklärt: „Die Energiewende ist ein wesentlicher Bestandteil einer wettbewerbsfähigen Wirtschaft. Mit unseren Projekten schaffen wir Akzeptanz in der Bevölkerung, erhalten Arbeitsplätze und stärken die Wirtschaft.“ Volllast-Geschäftsführer Tobias Mader ergänzt: „Die Kooperation zeigt, wie zukunftsweisende Projekte für die Gesellschaft entstehen können.“ red

Firmen

Bürgerenergie-Projekt

Die Stadtwerke Schwäbisch Hall bieten erneut die Möglichkeit zur finanziellen Beteiligung an einer Erneuerbaren-Energien-Anlage in der Region. In dieser Runde können Einwohner aus dem Netzgebiet der Stadtwerke in die neue Freiflächen-Photovoltaikanlage Kesseläcker in Erlach investieren.

Ende des vergangenen Jahres haben die Stadtwerke eine Freiflächen-Photovoltaikanlage in Erlach, oberhalb des Schwäbisch Haller Teilorts Gelbingen, errichtet. Für diese Anlage wird nun ein weiteres Bürgerbeteiligungsmodell initiiert. Betreiber des Solarparks und Anbieter der Beteiligung ist die Bürgerenergie Kesseläcker GmbH & Co. KG, ein Tochterunternehmen der Stadtwerke.

Seit kurzem können sich Einwohner aus dem Stromnetzgebiet der Stadtwerke Schwäbisch Hall (Mainhardt, Michelbach/Bilz, Michelfeld, Rosengarten, Schwäbisch Hall, Untermünkheim und Wüstenrot) an der PV-Anlage mit mindestens 500 Euro beteiligen. Beteiligung und Verzinsung beginnen, sobald die Summe auf dem Konto der Bürgerenergie-Gesellschaft eingegangen ist – unabhängig von den Erträgen der Anlage und der Entwicklung der Strompreise.

Im vergangenen Jahr wurde erstmals solch ein Bürgerbeteiligungsprojekt von den Stadtwerken angeboten: Für die Beteiligung an der Solaranlage bei Dörrenzimmern war innerhalb von zwei Tagen das Limit erreicht. Rund 100 Investoren sind nun beteiligt.

red

Mit Demeter bundesweit bekannt

Die Molkerei Schrozberg hat sich mit ihrer konsequenten Bio-Produktlinie einen Namen gemacht.

Von unserem Redakteur Heiko Fritze

Eigentlich hätten sie ja schon voriges Jahr feiern können. Doch weil die Molkerei selbst dieses Jahr sogar 125 Jahre alt wird, legen die Schrozberger Milchbauern die beiden Jubiläen kurzentschlossen zusammen. Dass sie nun also schon seit 51 Jahren auch Demeter-Betrieb sind, wird mitgefeiert. Dabei hat es gerade diese spezielle Ausrichtung ermöglicht, dass das Unternehmen immer noch besteht, solide wächst und schon wieder eine Erweiterung plant.

„Molkereien wie unsere gab es früher quasi in jedem Ort“, erzählt Friedemann Vogt, Geschäftsführer der Genossenschaft. Die Milch wurde gesammelt, ein bisschen Butter und Schlagsahne hergestellt. Immerhin: Die Milch wurde schon bis nach Italien exportiert. Doch das entscheidende Jahr war 1974. Damals wollten sich die Weckelweiler Gemeinschaften, eine sozialtherapeutische Einrichtung mit anthroposophischem Ansatz, in ihrem landwirtschaftlichen Betrieb nach Demeter-Richtlinien aufstellen, auch in der Milchviehhaltung. Weit und breit fanden sie aber keine Biomolkerei, bis sich die Schrozberger auf das Experiment einließen. Heute können sie von sich sagen, dass sie der zweite Milchbetrieb Deutschlands sind, der Bioprodukte herstellte – die Molkerei Berchtesgader Land stellte nur wenige Wochen vor den Hohenlohern um.



Die Demeter-Molkerei Schrozberg liefert deutschlandweit.
Foto: Heiko Fritze

„Damals wurden Biobauern belächelt“, erzählt Vogt. Und für die Molkerei bedeutete alles zunächst große Investitionen: Die Demeter-Milch musste konsequent von der konventionellen Milch getrennt verarbeitet werden. „Unser Erfolg liegt vor allem in der Akzeptanz begründet“, sagt der Vorstand: Auch die konventionellen Milchbauern in der Genossenschaft waren bereit, die Umstellung mitzutragen. „Man gab den Öko-Bauern eine Chance.“

Und diese nutzten sie. Heute liefern exakt 104 Demeter-Erzeuger ihre Milch nach Schrozberg. Teilweise kommen die Tanklaster von weit her, da es nun einmal kaum andere Molkereien gibt, die nach diesen Richtlinien produzieren. Der Schlüssel für die Anerkennung als Demeter-Betrieb liegt zwar beim Landwirt selbst – die Milchkühe behalten ihre Hörner, es werden keine Antibiotika und keine Dünger eingesetzt. Aber auch die Molkerei muss sich, etwa bei Fruchtjoghurts,

bei allen Beimischungen wie etwa Fruchtzubereitungen an diese Standards halten. Die Lieferanten haben ihre Betriebe zwischen Neuendettelsau, Würzburg und Sinsheim, aber auch rund um Marburg in Hessen wird Demeter-Milch gesammelt und nach Hohenlohe gebracht.

Die Marke „Schrozberger Milchbauern“ wird deutschlandweit vertrieben. Vogt erzählt, dass er selbst schon an der Ostseeküste darauf angesprochen wurde. „Wir sind das bekannteste Schrozberger Unternehmen“, ist er sich sicher.

Dabei werden nur 40 Prozent der verarbeiteten Milchmenge unter dem Demeter-Siegel vermarktet, vom Bioladen bis zu Supermärkten. Daneben liefern etwa 150 Landwirte konventionell erzeugte Milch – erst vor kurzem wurde beschlossen, Milchbauern aus Creglingen aufzunehmen, die bislang an das Landleibe-Werk nach Heilbronn liefern, das im nächsten Jahr geschlossen werden soll.

Von dort sind übrigens auch schon Mitarbeiter nach Schrozberg gewechselt, berichtet Vogt. Sie sind nicht die ersten – der Geschäftsführer selbst hat einst dort seine Ausbildung gemacht, als das Werk noch zu Südmilch gehörte. In Schrozberg arbeiten heute 105 Beschäftigte. Sie stellen neben den Demeter-Produkten vor allem auch Joghurt in Kilo-Eimern her, insbesondere für türkische, griechische und arabischstämmige Kundschaft. Geliefert wird diese an Discounter und Lebensmittelketten, aber auch ins Ausland.

„Ohne Demeter gäbe es uns heute nicht mehr“, ist Vogt überzeugt. Als die Weckelweiler Gemeinschaften anklopften, liefen bereits erste Fusionsgespräche. Stattdessen investierte die Genossenschaft in den neuen Standort am Stadtrand – und hat ihn seitdem immer wieder vergrößert. Dieses Jahr soll es weitergehen, der Bürotrakt und die Labore werden erweitert, eine zusätzliche Kühlhalle wird angebaut. Freie Flächen gibt es noch genug, erklärt Vogt. Das Wachstum kann weitergehen.

ANZEIGE

EFFIZIENZ IST IHR GEWINN



Kompetenzstelle Ressourceneffizienz
Heilbronn-Franken

GUTSCHEIN

FÜR EINEN KEFF+CHECK

+

POTENZIALE ERKENNEN

Der KEFF+Check liefert erste Impulse für Einsparungen bei Material und Energie.

+

POTENZIALE NUTZEN, RESSOURCEN SCHONEN UND WETTBEWERBSFÄHIGKEIT SICHERN

Senken Sie Kosten und positionieren Sie Ihr Unternehmen nachhaltig.

+

LOSLEGEN LOHNT SICH!

Vereinbaren Sie den kostenfreien, unabhängigen und unverbindlichen Vor-Ort-Termin im Unternehmen unter: www.keffplus-hf.de





SABINE WORSCHSCH

Effizienzmoderatorin

M 0173 3285560
sabine.worschech@keffplus-bw.de



HELMUT GREB

Effizienzmoderator

M 0173 1959065
helmut.greb@keffplus-bw.de



UWE RÜDINGER

Projektassistenz

Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH
Daimlerstraße 20, 74653 Künzelsau
M 0173 3285264
uwe.ruedinger@keffplus-bw.de

kostenfrei
unbürokratisch
unabhängig

keffplus-hf.de

Träger der KEFF+Region Heilbronn-Franken

Finanziert aus Landesmitteln, die der Landtag Baden-Württemberg beschlossen hat.

Gefördert durch



Kofinanziert von der Europäischen Union



Mit KEFF+ Ressourcen schonen und Kosten senken

Kostenfreies Angebot für kleine und mittlere Unternehmen in der Region

Die WHF ist die Markenbotschafterin für Heilbronn-Franken und lädt die Unternehmen, Stakeholder und Akteure dazu ein, aktiver Teil dieser dynamischen Entwicklung zu sein und von den vielfältigen Chancen in Heilbronn-Franken zu profitieren. Ziel ist es, gemeinsam die Zukunft unserer Region zu gestalten – denn nur durch enge Zusammenarbeit und Vernetzung können wir die Vielzahl von Aufgaben von morgen meistern und Heilbronn-Franken nachhaltig weiter an die Spitze bringen. Die Kraft und Power unserer Region steckt in der Bündelung der Aktivitäten und dem Zusammenhalt der einzelnen Player zu einem großen Ganzen.

Ein wesentlicher Bestandteil in der Unterstützung ist KEFF+, ein Programm zur Förderung der Energie- und Materialeffizienz. Das kostenfreie Angebot richtet sich vor allem an kleine und mittlere Unternehmen (KMU) aus der Region Heilbronn-Franken und hilft, Produktionskosten zu senken und Ressourcen effizienter einzusetzen.

Gesetzliche Vorgaben wie das Gebäudeenergiegesetz (GEG), das Energieeffizienzgesetz (EnEfG), die EU-Verpackungsverordnung (PPWR), die Erreichung von Klimazielen oder auch die Reduzierung von Produktionskosten – der Druck ist enorm. Um die Unternehmen aktiv bei den anstehenden Herausforderungen zu unterstützen, hat das Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg zusammen mit der Europäischen Union KEFF+ ins Leben gerufen.



Moderatorinnen und Moderatoren von KEFF+ analysieren bei Firmen vor Ort unter anderem Gebäudeinfrastruktur und Produktionsumgebung.
Foto: KEFF+

bäudeinfrastruktur, die Energie- und Materialströme, die Lager- und Wertstoffbereiche und die Produktionsumgebung. Dabei werden individuelle Einsparpotenziale aufgezeigt und praxisnahe Maßnahmen zur Optimierung vorgeschlagen. Die Unternehmen erhalten im Nachgang einen ausführlichen Bericht mit konkreten Empfehlungen.

Neben den individuellen Handlungsempfehlungen informiert KEFF+ über passende staatliche Förderprogramme. Sollte für die Umsetzung von Ressourceneffizienzmaßnahmen eine weiterführende Beratung sinnvoll sein, kann darüber hinaus ein Zuschuss in Höhe von bis zu 5500 Euro im Rahmen der Beratungsförderung BERE beantragt werden.

KEFF+ ist ein landesweites Netzwerk, das aus Mitteln des Landes Baden-Württemberg und dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) finanziert wird. Der KEFF+Check steht allen produzierenden Unternehmen der Region Heilbronn-Franken (Stadt- und Landkreis Heilbronn, Kreis Schwäbisch-Hall, Hohenlohekreis, Main-Tauber-Kreis) branchenübergreifend zur Verfügung und ist vollständig kostenfrei.

Effizienzvorsprung

Die Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken GmbH unterstützt Unternehmen dabei, wirtschaftlich erfolgreich und gleichzeitig zukunftsorientiert zu agieren. Als starker Partner informiert, fördert, vernetzt und verbindet KEFF+ die in der Region ansässigen Unternehmen.

Jetzt Termin vereinbaren

Betriebe, die von KEFF+ profitieren möchten, können sich direkt an die Kompetenzstelle Ressourceneffizienz mit Sitz in Künzelsau wenden. Die Terminvereinbarung für einen KEFF+Check ist per E-Mail oder telefonisch möglich. Weitere Infos per Mail an KEFFplus@heilbronn-franken.com oder telefonisch unter 0173 3285264.

Anstupsen in Richtung Nachhaltigkeit

Wie Kaufland und Lidl ihre Kunden zu umweltbewussterem Einkaufen bewegen möchten.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Manchmal sind es kleine Dinge, die für große Aufregung sorgen können. Als im Dezember die Handelskette Kaufland einführt, für Plastik-Obstbeutel einen symbolischen Cent zu kassieren, kochten in gewissen Online-Portalen die Emotionen hoch. „Ich habe mich vier Wochen lang quasi mit nichts anderem beschäftigen müssen“, erinnert sich Pressesprecherin Alisa Götzing. Dabei war die Großflächensparte der Schwarz-Gruppe gar nicht mal der erste Händler, der diese Gebühr einführt – Aldi ist schon mindestens fünf Jahre früher dran gewesen.

Doch es handelt sich weder um Schikane noch um den Versuch, den Kunden die Tütenrolle bezahlen zu lassen. Denn Kaufland weist in der Obst- und Gemüseabteilung nicht nur auf den Preis hin, sondern auch darauf, dass es zum sogenannten Knotenbeutel eine Alternative gibt: das wiederverwendbare Netz, das Kunden ebenfalls vor Ort kaufen, dann aber jahrelang weiterverwenden können.

Es sind Maßnahmen wie diese, die seit Sommer bei Ines Rottwilm zusammenlaufen. Die Leiterin für Nachhaltigkeit bei Kaufland plant, koordiniert und bewertet mit ihrem Team alle Aktivitäten des Handelsunternehmens in Hinblick auf umweltbewusstes Handeln. Wenn sie einen Zuhörer mitnimmt auf die Reise durch den Supermarkt, beginnt sie bei den Ladesäulen auf dem Parkplatz, verweist beim Pfandautomaten auf die Mög-



Wiederverwendbare Eierkartons und Brotbeutel statt Papiertüten sind nur zwei der Nachhaltigkeits-Maßnahmen bei Kaufland.
Fotos: Kaufland



lichkeit, das Pfand für einen guten Zweck in der Region zu spenden, und steht dann in der Obst- und Gemüseabteilung. Ob sich der symbolische Preis für die Plastikbeutel bereits auswirkt, indem Kunden seltener Beutel nehmen, könne noch nicht gesagt werden, erzählt sie. Aber dies ist ja nicht die einzige Maßnahme.

Neben Bio-Ware legen die Märkte auch Wert auf regionale Lieferanten – und diese dürfen höchstens 30 Kilometer vom Markt entfernt sein. „Jede unserer sechs deutschen Regionen hat ein Regio-Scout-Team, das solche Lieferanten sucht“, sagt sie. Mehr als 2000 gebe es inzwischen, bei knapp 800 Filialen.

Auch beim Backshop gibt es inzwischen Mehrweg-Brotbeutel, im Kosmetik-Regal eine Naturprodukt-Linie, Antipasti können im Mehrwegbecher erworben werden und die Verpackungen der Eigenmarken wurden zum Teil auf Silphie-Papier der Schwesterfirma Prezero umgestellt oder im Gewicht reduziert. 46 Prozent des Plastiks in Verpackungen wurden seit 2017 eingespart, erzählt Ines Rottwilm – Ziel bis 2025 war aber nur 30 Prozent. „Das macht einen schon stolz.“

Inzwischen hat Kaufland eine umfassende Nachhaltigkeits-Strategie aufgesetzt – nach jahrelangen Vorarbeiten. 16 Themenfelder werden darin bearbeitet, von Tierwohl über Menschenrechte bis zu Kreislaufwirtschaft und Logistik. „Es ist jetzt eine Verbindlichkeit drin“, sagt die Nachhaltigkeits-Leiterin. „Aber das Wichtigste ist: Wir müssen die Kunden mitnehmen.“

Mit diesem Engagement ist Kaufland nicht alleine, weder in der Schwarz-Gruppe noch im deutschen Lebensmittel-Einzelhandel. Auch das Schwesterunternehmen Lidl versucht, seine Kunden zu umweltbewussterem Konsum zu bewegen. Auch dort gibt es Obstbeutel, Bioware und vegane Alternativen. Für Aufsehen sorgte der Schritt, vegane Eigenmarken-Artikel neben fleischhaltigen Produkten zu platzieren und zum selben Preis anzubieten. „Der Ausbau des Bio-Sortiments ist eines unserer Hauptziele“, heißt es bei Lidl Deutschland. Bezogen auf den Gesamtmarkt sei der Umsatz von Bio-Artikeln 2024 im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Dabei sei der Eigenmarkenanteil gegenüber den Markenartikeln gewachsen. Mittlerweile gebe es rund 600 Bio-Artikel, mehr als 130 davon tragen das Bio-Land-Siegel. Lidl überlasse zwar den Kunden die Wahl, für welches Produkt sie sich entscheiden. „Um die Sichtbarkeit in den Filialen zu erhöhen, sind die Bio-Produkte direkt neben den konventionellen Pendants platziert.“ Und immer wieder gebe es „Probierpreise“ für die Bio-Ware.

Firmen

Kwasny hat angebaut

Die Gundelsheimer Firma Kwasny, Hersteller von Lacksprühdosen, hat im firmeneigenen Technikum angebaut. Dabei wurde eine Lackierkabine errichtet und Mitte Januar in Betrieb genommen. Sie wird zukünftig nicht nur für interne Prüfungen neuer Produkte genutzt, sondern auch für Schulungszwecke, Präsentationen sowie die Ausbildung und Weiterbildung von Lackierern und Kunden. „Die Erweiterung unseres Technikums ist ein klares Signal für unsere Zuversicht in die Zukunft der Lackindustrie und die Entwicklung unserer Region“, erklärt Sabine Kwasny-Grimminger, Firmeninhaberin und Geschäftsführerin der Peter Kwasny GmbH. Der Anbau ist etwa zwölf Meter lang, vier Meter breit und etwa 6,50 Meter hoch. Es wurden 500 000 Euro investiert. red



In der neuen Lackierkabine von Kwasny. Foto: privat

ANZEIGE



In Döhlau wurde von PVStrom eine von mehreren Freiflächenanlagen mit 4,26 MWp und anschließender Betriebsführung auf einer ehemaligen Konversionsfläche realisiert.
Foto: PVStrom Solar Investments

Nachhaltige Energielösungen für Unternehmen

Die PVStrom Solar Investments aus Nordheim blickt als erfahrener Anbieter auf mehr als 800 erfolgreiche Photovoltaik-Projekte zurück. Die Kombination aus technischem, kaufmännischem und organisatorischem Know-how in Sachen Energiemanagement zeichnet PVStrom besonders aus.

Die Energiewende ist nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine wirtschaftliche Chance für Unternehmen. Steigende Strompreise, regulatorische Anforderungen und der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit erfordern zukunftsichere Energielösungen. Genau hier setzt die PVStrom an.

Full-Service-Partner

Als etablierter Full-Service-Partner im Bereich erneuerbare Energien bietet das Unternehmen innovative, ganzheitliche Photovoltaik-Lösungen für Gewerbe, Industrie und Landwirtschaft. Mit intelligentem Energiemanagement lassen sich Betriebskosten nachhaltig senken: Der selbst erzeugte Strom kann direkt genutzt, gespeichert oder ins Netz eingespeist werden. Zentral ist ein dynamisches Lastmanagement, das für eine Auslastung

ohne Überlastung sorgt. Batteriespeicher sorgen dafür, dass Lastspitzen gekappt werden, so dass hohe externe Stromkosten vermieden werden. Mit „Energy shifting“ kann außerdem tagsüber erzeugter Strom nachts zum Verbrauch genutzt werden, beispielsweise zum Laden von Elektrofahrzeugen. Hier bietet PVStrom umfassende, integrierte Ladelösungen mit Wallboxen und Schnellladesystemen, passend zum jeweiligen Bedarf der Fahrzeugflotte. Unternehmen profitieren so langfristig von stabilen Energiekosten und einer renditestarken Investition. PVStrom bietet technische Lösungen für Dachanlagen, Fassadenanlagen oder Freiflächenanlagen. Ungenutzte Flächen lassen sich dann wirtschaftlich nutzen, um nachhaltigen Solarstrom zu gewinnen. Dank innovativer Speicherlösungen steht die gewonnene Energie auch nachts oder bei schlechtem Wetter zur Verfügung. Neben der reinen Stromerzeugung ist Power-to-Heat eine sinnvolle Anwendung für PV-Anlagen. Hierbei wird überschüssiger Solarstrom zur Wärmeerzeugung genutzt, um Heiz- und Warmwasserkosten zu senken. Auch hier ist das Thema intelligente Speichertechnologie

zentral, um unabhängig von schwankender Sonneneinstrahlung bleiben. Unternehmen, die auf erneuerbare Energien setzen, positionieren sich nicht nur technologisch zukunftsorientiert, sondern auch als umweltbewusst und progressiv. Dies stärkt nicht nur das Image, sondern kann auch steuerliche Vorteile und staatliche Förderungen mit sich bringen. PVStrom hilft Unternehmen, diese Chancen optimal zu nutzen. Von der ersten Idee bis zur Inbetriebnahme und auch weiter im laufenden Betrieb bietet PVStrom umfassenden Service an.

Zu den Leistungen gehören:

- Individuelle Beratung & Planung: Standortanalyse, Wirtschaftlichkeitsberechnungen und Genehmigungsmanagement
- Projektentwicklung & Realisierung: Schlüsselfertige Umsetzung und Netzanschluss
- Technische und kaufmännische Betriebsführung: 24/7-Monitoring, Wartung, Versicherung, Instandhaltung und Ertragsoptimierung
- Fehlerdiagnose mit Drohnen und Wärmebildkameras: Schnelle und effiziente Überprüfung der PV-Anlagen zur Maximierung des Ertrags

anz



PV-Lösungen für Industrie, Wohnbau und Freiflächen

Investieren,
Strom erzeugen,
Betriebskosten
senken

Jetzt Kontakt aufnehmen
und beraten lassen:
07133 - 180 924 0
anfrage@pvstrom.de

Firmen

Ecovadis-Medaillen

Gleich mehrere Unternehmen aus der Region sind mit Medaillen im Rahmen des Nachhaltigkeitsratings von Ecovadis ausgezeichnet worden. Das 2007 in Paris gegründete Unternehmen gilt als weltweit anerkannter Anbieter solcher Ratings und hat bereits mehr als 150000 Unternehmen bewertet. Die Bewertung basiert auf internationalen Nachhaltigkeitsstandards wie den zehn Grundsätzen des UN Global Compact, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO), dem Standard der Global Reporting Initiative (GRI) und der Norm ISO 26000. Sie umfasst 21 Kriterien zu vier Kernthemen: Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung.

So wurde der Schwäbisch Haller Anlagenbauer **Optima** mit der Platinmedaille ausgezeichnet. Sie wird nur dem besten einen Prozent der bewerteten Unternehmen verliehen. Optima ist dabei eines von acht Unternehmen im Maschinen- und Anlagenbau in ganz Deutschland, die 2024 mit der Platinmedaille ausgezeichnet wurden.

Die Optima-Nachhaltigkeitsstrategie „We care for tomorrow“ wurde 2022 veröffentlicht. Seitdem werden zunehmend Verpackungen erarbeitet, die recyclebar sind. Als zweite Säule wurde der Energie- und Materialverbrauch von Maschinen verbessert. Energieeinsparungen, energetisch hochwertige Gebäude, Ökostrom und Solarkollektoren sind zusätzliche Bausteine. Als nächste Schritte plant die Unternehmensgruppe die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts und die Einbindung der Lieferanten zu Sozial- und Umweltthemen.

Die Künzelsauer **Adolf Würth GmbH & Co. KG**, Deutschland-Gesellschaft des Würth-Konzerns, wurde mit der Gold-Medaille für zukunftsfähige weltweite Lieferketten ausgezeichnet. Damit gehört das Unternehmen zu den besten fünf Prozent der Unternehmen, die weltweit bewertet wurden. In der eigenen Branche ist Würth sogar unter den besten drei Prozent vertreten. Besonders hohe Bewertungen erhielt das Unternehmen in den Bereichen Umwelt und nachhaltige Beschaffung, was unter anderem auf die Anforderungen an Lieferanten sowie Zertifizierungen nach ISO 14001 (Umweltmanagement) und 50001 (Energiemanagement) zurückzuführen ist, heißt es in einer Mitteilung.

Neben der **Adolf Würth GmbH & Co. KG** haben sich auch weitere Gesellschaften der Würth-Gruppe einer eigenen Bewertung unterzogen und eine Medaille erhalten: Insgesamt gab es dabei einmal Platin, sechsmal Gold, sechsmal Silber und zehnmal Bronze.

Der Satteldorfer Baukonzern **Leonhard Weiss** hat die Silber-Auszeichnung erhalten und zählt damit weltweit zu den besten 15 Prozent der bewerteten Unternehmen. „Wir sind stolz auf dieses Ergebnis“, sagt Christian Ott, Geschäftsführer Unternehmenssteuerung. „Unsere Verbesserungen in den Bereichen Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte spiegeln unser Engagement für eine nachhaltige und ethische Geschäftspraxis wider.“

Auch der Heilbronner Stanzformenhersteller **Marbach** wurde mit der Silber-Medaille ausgezeichnet – bereits zum zweiten Mal. Die Nachhaltigkeitsbeauftragte **Eva-Maria Agreiter** reagierte erfreut: „Dass wir auch unter verschärfen Bedingungen wieder mit der Silber-Medaille ausgezeichnet wurden, erfüllt mich mit großem Stolz.“ *red*



Viele Bio-Erzeuger vermarkten ab Hof oder liefern an Verarbeiter. Einige haben es aber selbst ins Regal geschafft.

Molkerei Schrozberg

Seit stolzen 51 Jahren produziert die Molkerei Schrozberg unter dem Markennamen Schrozberger Milchbauern in Demeter-Qualität. 104 Landwirte liefern die Milch in der geforderten Qualität – aus der Region zwischen Sinsheim, Würzburg und Neuendettelsau, aber auch aus dem Umkreis der hessischen Stadt Marburg. Daraus werden vor allem Milch, Sahne und Joghurts hergestellt. Die Demeter-Sparte macht etwa 40 Prozent der gesamten Milchverarbeitung des genossenschaftlich organisierten Unternehmens aus und läuft strikt getrennt von der konventionellen Verarbeitung. Die Bio-Produkte werden deutschlandweit vertrieben und sind außer in Biomärkten auch im traditionellen Lebensmittel-Einzelhandel erhältlich. Angesichts des anhaltenden Wachstums sind in diesem Jahr wieder Erweiterungen geplant, unter anderem ein Anbau des Kühlagers und eine Vergrößerung des Labors. Und außerdem wird gefeiert: Die Molkerei Schrozberg wird 125 Jahre alt. *frz*

Dorfkäserei Geifertshofen

Fast wäre es um die Dorfkäserei Geifertshofen geschehen gewesen: Die kleine, feine Bio-Käserei schillerte 2014 in die Insolvenz, nachdem ihre Großinvestition in einen Reifekeller wegen technischer Mängel zu verdorbener Ware führte. Schließlich sprang die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall ein. Aus ihrer Mitte wurde eine Auffanggesellschaft gegründet, die weitere Gesellschafter in der Region akquirierte, von Banken über Kommunen bis zu Privatleuten und den zuleifernden Heumilchbauern. Mit Erfolg: 2015 ging der Betrieb an die neue Firma über und erwirtschaftete seitdem regelmäßig schwarze Zahlen. Und die Produkte, vor allem der Heumilchkäse, sind in vielen Supermärkten, Biomärkten und Fachgeschäften erhältlich sowie über den Onlineshop der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall.

Die Dorfkäserei Geifertshofen startete 1998 im gleichnamigen Örtchen im Landkreis Schwäbisch Hall und hatte sich rasch einen Namen in der Bio-Branche gemacht. Die Gründer setzten konsequent auf das Prinzip Nachhaltigkeit – vom Stromanbieter über die Heiztechnik bis zur Bankverbindung. Heute gehört zu dem Unternehmen auch ein eigener Dorf-

laden sowie ein Gasthof, neben Käse wird auch Butter hergestellt, weitere Produkte sind angedacht. *frz*

Huober

Bundesweit aktiv ist der Knabbergebäck-Hersteller Huober Brezel in Erdmannshausen im Kreis Ludwigsburg. Mittlerweile zählt das Unternehmen zu den größten deutschen Brezelbäckern. Der langjährige Firmeninhaber Karl Huober, der 2019 verstorben ist, hatte die Leitung des elterlichen Betriebs 1980 übernommen und bis 1996 komplett auf Bio-Grundstoffe umgestellt. Noch 2016 entstand unter seiner Regie das erste deutsche Brezelmuseum unweit des Firmensitzes. Heute wird der Betrieb von seinem Sohn Arnd Huober geleitet. Beschäftigt werden mehr als 200 Mitarbeiter. Das Knabbergebäck ist in nahezu allen Supermarktketten erhältlich, auch im Ausland, zum Beispiel

in Österreich. Gegründet wurde das Unternehmen 1950 von Emil Huober als „Erste württembergische Brezelfabrik“, ihre Wurzeln liegen aber in einer 1914 in Stuttgart gegründeten Bäckerei. Das Rezept für die große Knusperbrezel hatte Emil Huober schon 1939 entwickelt. Noch bis 1958 wurden die Brezeln in Handarbeit hergestellt, seitdem sind Stanzmaschinen im Einsatz.

1989 gründete Karl Huober mit Bio-Landwirten eine weitere Firma: Erdmannshausen. Sie begreift sich als gelebte Partnerschaft mit den Lieferanten der landwirtschaftlichen Produkte und ist seit 1991 ein selbstständiges Unternehmen. Außerdem wurde die Marke Bio-Gourmet 2011 übernommen. *frz*

Stutz

Das Heilbronner Ökoweingut Stutz gehört zu den Pionieren im ökologischen

Weinbau in der Region. 1994 übernahm Andreas Stutz das Weingut und stellte es von einer naturnahen Wirtschaftsweise auf den kontrollierten ökologischen Anbau um. Stutz wurde Mitglied und später erster Vorsitzender der Ecovin-Regionalgruppe Württemberg. Die Ecovin-Richtlinien gehen weit über die gesetzlichen Bedingungen der Europäischen Union für Ökoweinbau hinaus. Seit dem Jahr 2003 werden die Weinberge von Stutz konsequent nach biologisch-dynamischen Methoden gepflegt. Das Weingut ist auch Demeter-zertifiziert. Die Weine des Ökoweinguts Stutz sind in ausgewählten Super- und Getränkemärkten in der Region zu finden.

Zum Jahreswechsel 2024/25 zog das Ökoweingut von der Liebigstraße in der Heilbronner Südstadt in die Stahlbühlwiesen unterhalb des Gaffenberges. Dort übernahmen Andreas und Sabrina Stutz das Weingut und die Besenwirt-

schaft von Helga Drauz. Ausgeschenkt werden neben den klassischen Bio-Weinen auch sogenannte Piwi-Sorten, also Weine aus pilzresistenten Rebsorten. *jüp*

Schäfer-Heinrich

Seit 1990 hat sich das Heilbronn Weingut Schäfer-Heinrich dem ökologischen Weinanbau verschrieben. Seit 2012 sind die Weine auch vegan. Andreas und Elke Hiebe führen den echten Familienbetrieb im Letten unterhalb des Wartbergs, dessen Erzeugnisse es in einigen Getränkemärkten in der Region und direkt im Weingut zu kaufen gibt. *jüp*

Gunkel

Ein Saftpionier aus Heilbronn ist das Unternehmen Gunkel. Das 1945 von Doris und Otto Gunkel in einer Garage gegründete Unternehmen befindet sich seit 1960

in der Badstraße und wird heute von Jürgen Gunkel geführt. Gunkel setzt – soweit möglich – auf regionale Früchte und hat im Laufe der Jahre immer mehr Bio-Säfte ins Sortiment genommen. Die Gunkel-Säfte finden sich in zahlreichen Getränkemärkten in der Region. *jüp*

Beil

Den Neckarsulmer Fruchtsafthersteller Beil gibt es bereits seit 1904. Das Unternehmen setzt ebenfalls auf regionales Obst und hat sein Sortiment an Bio-Säften in den vergangenen Jahren ausgebaut. In etlichen Supermärkten und Getränkemärkten in der Region stehen die Fruchtsäfte von Beil im Regal. *jüp*

Naturata

Mehr als Bio: Mit diesem Motto ist Naturata seit bald 50 Jahren unterwegs. Als An-

fang der 1970er Jahre erste Großhandels- und Importunternehmen für die Herstellung und Lieferung ökologischer Waren entstanden, gründete sich 1976 Naturata, das inzwischen in Marbach sitzt. Das Ziel damals: Naturkosteinzehändler zuverlässig mit hochwertigen Produkten in Demeter- und Bio-Qualität versorgen. Anfangs als Großhändler auf dem Biomarkt unterwegs, entwickelte und vermarktete die Naturata eG bald Produkte, die es damals noch nicht in Bio-Qualität gab.

Seither hat sich das Unternehmen, das seinen Sitz einst in Brackenheim hatte, von der ursprünglichen Funktion eines Großhändlers hin zu einer Marke für Premium Naturkost entwickelt, das Waren-geschäft firmiert seit 2003 als AG. Aus der Genossenschaft wurde die Natura Logistik eG, die sich auf Logistik-Dienstleistungen konzentriert. Zudem gibt es die Natura-Feinkostläden wie in Bad Rappenau. Naturata-Produkte gibt es in der Region



aber auch in Biomärkten, Reformhäusern und bei Edeka Ueltzhöfer. Die Produktpalette reicht von Schokolade über Nudeln bis hin zu Kaffee. „Mit erlesenen und biologisch-dynamisch erzeugten Lebensmitteln leisten wir unseren Beitrag für eine bessere Welt, in der wir gezielt auf die Bedürfnisse von Mensch und Natur eingehen“, schreibt das Unternehmen. *map*

Spielberger

Natur verpflichtet: Unter diesem Motto verarbeitet die Familie Spielberger in ihrer Mühle in Brackenheim seit drei Generationen Rohstoffe aus Demeter-Landwirtschaft, der ältesten und strengsten Form der Bio-Landwirtschaft. Das Sortiment umfasst rund 200 Produkte, dazu zählen Getreide, Mahlerzeugnisse, Müslis, Flocken, Reis und verschiedene Teigwaren.

Im Jahr 1930 von Hermine Spielberger gekauft und mit ihrem Mann betrieben, führt Enkel Volkmar Spielberger das Unternehmen heute. Seitdem hat sich viel verändert: Statt mit Wasserkraft der Zaber betreibt Spielberger seine Mühle mit Strom komplett aus regenerativen Quellen. Und seit 1984 werden allein Demeter-Rohstoffe verarbeitet, die Produkte ausnahmslos im Naturkost-Fachhandel vertrieben. Neben der Mehlmühle gehört inzwischen eine Flockenmühle in Würzburg zum Unternehmen.

Spielberger setzt zudem Schritt für Schritt sein plastikfreies Verpackungskonzept mit Beuteln komplett aus Papier um. 94 Prozent der Produkte seien schon in Papier verpackt, an den anderen sechs Prozent arbeite man, teilt das Unternehmen auf seiner Homepage mit. *map*

BESH

Mit dem Schwäbisch-Hällischen Landschwein, liebevoll auch Mohrenköpfe genannt, fing alles an. Die alte Hausschweinerasse galt Anfang der 1980er Jahre als ausgestorben, nur sieben Sauen und ein Eber hatten auf Höfen in Wolpertshausen überlebt. Hohenloher Bauern gelang es, diese verloren geglaubte, traditionsreiche Landrasse mit dem schwarzen Kopf und Hinterteil wieder zu beleben. Daraus entstand im Jahr 1988 die heutige Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, der sich inzwischen rund 1500 Bauernhöfe angeschlossen haben.

Nach eigenen Angaben ist die BESH führender Erzeuger und Vermarkter von Bio-Fleisch, das mithilfe von alten Landrassen erzeugt wird. 2005 zeichneten führende Umwelt- und Tierschutzverbände die BESH mit dem Förderpreis „Pro Tier“ aus. Zum Mohrenköpfe kamen mit der Zeit das Bœuf de Hohenlohe, weitere Rinder- und Schweinearten sowie das Hohenloher Lamm hinzu. Die Tiere werden im eigenen Schlachthof in Schwäbisch Hall geschlachtet, verarbeitet und streng kontrolliert. Zudem bauen die Landwirte ökologische Naturgewürze von alten aromatischen Sorten sowie Senf an. *map*

Firmen

Neuartige Beschichtung

Weber-Hydraulik aus Gütingen setzt mit einem neuen Verfahren auf eine umweltfreundliche Beschichtung von Kolbenstangen in der Hydraulik. Zusammen mit der Firma Rübig GmbH & Co. KG, einem Spezialisten für plasmaunterstützte Oberflächenbehandlung, wurde eine neue Technologie getestet, die eine chromfreie Alternative darstellt. Das Beschichtungsverfahren nutzt Niedertemperaturplasma, um Fremdatome in gasförmigem Zustand auf die Kolbenstangenoberfläche aufzubringen. Dieses Verfahren verzichtet gänzlich auf ökologisch bedenkliche Stoffe wie Elektrolyseflüssigkeiten. Derartig beschichtete Kolbenstangen werden seit mehreren Monaten in Pistenraupen in Schweden, Finnland und am Kauteriteler Gletscher sowie in Strandreinigungsgaräten an der Ostsee getestet. *red*

Lade-Kooperation

Die Stadtwerk Tauberfranken GmbH hat eine strategische Partnerschaft geschlossen und beteiligt sich an einer Gesellschaft für den Betrieb von Ladeinfrastruktur. Die Regioladen plus bindet die Ladeinfrastruktur der Gesellschafter, steigert Effizienz und senkt Kosten. Die insgesamt 15 Gesellschafter betreiben etwa 900 Ladepunkte. Bis 2030 plant das neue Unternehmen den Betrieb von mehr als 1500 Ladepunkten. Das Stadtwerk Tauberfranken bringt seine Ladeinfrastruktur von aktuell 92 Ladepunkten, davon acht Schnellladepunkte, ein.

Die Thüga-Gruppe ist mit rund 9300 Ladepunkten deutschlandweit größte Anbieterin für Ladeinfrastruktur. Mit Regioladen plus hat sie jetzt eine Hausschweinerasse gegründet, die die Effizienz im Ladegeschäft steigert, Assets bündelt und den Gesellschaftern den nächsten Schritt beim Ausbau ermöglichen soll. Als neuer Besitzer der Ladesäulen kümmert sich das Unternehmen um deren Betrieb und treibt Expansionspläne voran. „Der Betrieb wird beispielsweise dadurch einfacher und günstiger, dass die Zahl der Backends reduziert wird“, erklärt Miriam Stoff, Geschäftsführerin bei Regioladen plus. „Außerdem fallen Verwaltungskosten nicht in jedem der teilnehmenden Unternehmen an, sondern nur einmal zentral.“ *red*

Anlage für Gigahub

Der Schwäbisch Haller Maschinenbauer **Optima** hat für das Wasserstoff-Projekt Gigahub in Hamburg eine Anlage zur seriellen Produktion von Elektrolyse-Stacks entwickelt und installiert. Die Stacks gelten bei der Erzeugung von grünem Wasserstoff als zentrales Element. Sie sind das technologische Herzstück eines Elektrolyseurs, durch dessen Einsatz grüner Wasserstoff hergestellt wird. Durch die automatische Serienfertigung kann bis zu 75 Prozent der bisherigen Produktionszeit eingespart werden.

Der Geschäftsbereich Life Science von Optima ist unter anderem auf Anlagen zur Herstellung von Elektrolyse-Stacks spezialisiert. *red*



Auf dieser Anlage werden Elektrolyse-Stacks produziert. Foto: privat



Die Molkerei Schrozberg und die Dorfkäserei Geifertshofen stellen schon lange Bioprodukte aus Milch von Ökolandwirten her. Das Ökoweingut Stutz (rechts) engagiert sich seit etwa 30 Jahren für den ökologischen Weinbau. Fotos: Fritze/privat



Der Heilbronner Saftabfüller Gunkel hat auch Bio-Säfte im Sortiment (unten). Das Hällische Landschwein wurde vor dem Aussterben bewahrt und ist heute Markenzeichen der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall. Archivfotos: Sawatzki, Koch



Firmen

Würth Elektronik geehrt

Für seine familienfreundliche Unternehmenskultur wurde **Würth Elektronik Eisos** mit dem Family-Net 4.0-Award in der Kategorie „Familienfreundlichkeit und Gesundheit“ ausgezeichnet. Der Preis würdigt Unternehmen, die durch innovative Konzepte eine moderne Unternehmenskultur fördern und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben unterstützen. Er wird vom Landes-Wirtschaftsministerium und dem Bildungswerk der Baden-Württembergischen Wirtschaft in den Kategorien „Familienfreundlichkeit und Gesundheit“ sowie „Führung, Personalentwicklung und Diversität“ vergeben. Würth Elektronik Eisos überzeugte mit seinem umfassenden Angebot wie flexible Arbeitszeitmodelle, mobiles Arbeiten innerhalb der gesamten EU, betrieblich unterstützte Kinderbetreuung, Gesundheitsmanagement sowie Beratungen zu verschiedenen Lebensphasen. In diesem Jahr prämiierten die Veranstalter aus 24 Bewerbungen zwei Unternehmen. *red*



Ministerin Hoffmeister-Kraut (li.) übergab den Preis. Foto: privat

„Bio könnte seinen Trend fortsetzen“

Warum der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln wieder steigt und welche Rolle Handelsketten dabei spielen.

Der Heilbronner DHBW-Professor Stephan Rüschchen ist einer der führenden Handelsexperten in Deutschland. Mit ihm sprach unser Redakteur Heiko Fritze.

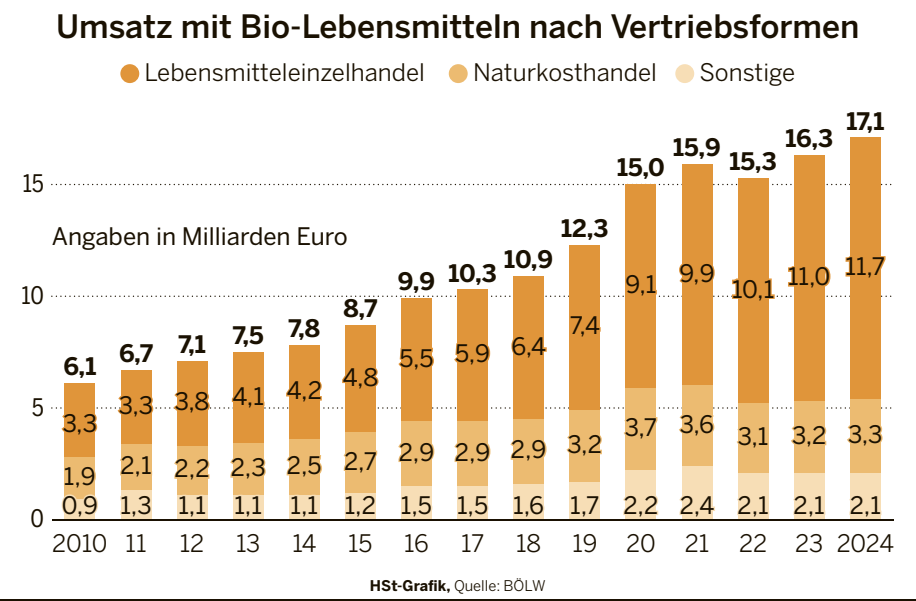
Herr Rüschchen, Sie waren gerade auf der Messe Biofach in Nürnberg. Wie war die Stimmung dort?

Stephan Rüschchen: Die Stimmung war nicht schlecht. Die Branche ist das zweite Jahr hintereinander wieder im Plus. Das Minus in 2022 ist zwar erklärbar, aber es war trotzdem für die Branche etwas, was sie so nicht kannte. Und das war schon ein großer Knick, auch in der Stimmung vor zwei Jahren.

Dabei gibt es doch ehrgeizige politische Ausbauziele. Wie realistisch sind die?

Rüschchen: Wir sind noch weit weg von den politischen Zielen, 30 Prozent Anbaufläche bis 2030 zu erreichen. Zurzeit liegen wir bei elf Prozent in Deutschland. Es haben alle erkannt, dass das nur dann erreicht werden kann, wenn die Nachfrage mitzieht. Es war ja sogar letztes Jahr so, dass der Umsatz stärker gestiegen ist als die Steigerung der Anbaufläche. Nein, das Ziel ist nicht erreichbar, und das sagt auch keiner. Nach 25 Jahren beträgt der Umsatzanteil gerade elf Prozent – das ist absolut nicht machbar.

Bei der Zahl der Biobetriebe scheint momentan sowieso eine Art Gipfel erreicht...



Rüschchen: Man darf sich ja auch nicht vorstellen, dass da nur glückliche Kühe sind, nur glückliche Bauern im Kleinsthof arbeiten. Die Betriebe müssen größer sein, um wirtschaftlich arbeiten zu können. Insofern ist das erklärbar.

Warum greifen Verbraucher wieder vermehrt zu Bio-Lebensmitteln?

Rüschchen: Es gibt zwei einfache Gründe: gut für die Umwelt, gut für mich. Nach unserer eigenen Untersuchung, die wir seit vier Jahren erheben, lässt das Thema Nachhaltigkeit als Kaufgrund nach. Etwas anderes spielt immer mehr eine Rolle: gut für mich. Eine der Lösungen für Bio, um deutlich mehr Umsatz zu machen, ist aus der Ecke „gut für die Umwelt“ rauszukommen und eher das Narrativ zu wählen: Es ist gut für dich, für deine Gesundheit. Bei „gut für die Umwelt“ greift das sogenannte Attitude Behavior Gap, also

der Unterschied zwischen dem, was wir tun wollen und tatsächlich tun. Ob ich jetzt die Bio-Banane kaufe oder nicht – deswegen wird das Klima auch nicht gerettet. Tatsächlich achten Kunden mehr darauf, etwas Gutes für sich und ihre Gesundheit zu tun. Deshalb essen sie auch vegetarisch oder vegan. Vegan ist ja nicht automatisch bio, sondern es ist erstmal einfach keine tierischen Produkte. Das Thema „gut für mich“ scheint eine relevante Rolle zu spielen und scheint auch ein bisschen eine Lösung für Bio zu sein.

Wie sind aber die Schwankungen der letzten Jahre zu erklären?

Rüschchen: Grundsätzlich haben wie einen linearen Trend der Umsatzzunahme bei Bio. Es gab aber den Ausschlag zur Corona-



Stephan Rüschchen ist Studiengangleiter an der DHBW Heilbronn. Foto: privat

Zeit, als die Menschen zwar Geld hatten, aber kaum Möglichkeiten, was sie damit tun sollen. Da haben die Leute sich in jeglicher Hinsicht einfach mehr gegönnt. Die Frage ist nun, ob die Leute grundsätzlich Bio wollen oder nicht. Das merkt man an den Handelsmarken im Biobereich: Sie haben inzwischen einen Umsatzanteil von 65 Prozent. Das ist eine dramatische Entwicklung. Das ist etwas, was die Branche bewegt. Denn wenn die Produkte fast nur noch über Handelsketten vertrieben werden, ist das ein Problem für Hersteller, die Marken haben. Dann ist es ein Problem der Innovation, für Start-ups, dann ist das keine gute Grundlage, dass sich der Markt weiterentwickelt. Hersteller haben sehr lange nur über den Biofachhandel vertrieben, aber nicht über Edeka, Rewe und schon gar nicht über Lidl und Aldi. Das hat sich jetzt gedreht. Die Biomarken erkennen, dass sie Distribution brauchen, also Erhältlichkeit. Man findet jetzt Rapunzel zunehmend bei Edeka und auch schon bei anderen. Der Gesamtumsatz wächst, aber das Wachstum kommt schon lange fast ausschließlich vom Discount, Supermärkten und von Drogerien.

Welche Effekte könnte der Ausgang der Bundestagswahl haben?

Rüschchen: Ich glaube nicht, dass er irgendeine große Relevanz für die Bio-Branche hat. Man kann generell festhalten: Der Mensch an sich denkt schon ein bisschen mehr nachhaltig, an die Umwelt, vor allen Dingen aber an seine Gesundheit, und insofern hat die Bedeutung von Bio zwangsläufig zugenommen und könnte ihren Anteil mindestens behalten. Wenn jetzt keine Erschütterung kommt, dann könnte Bio diesen linearen Trend fortsetzen, was aber noch weit weg ist von diesen 30 Prozent bis 2030. Die Branche wird daran festhalten, dass Bio die richtige Antwort für viele Herausforderungen bei den Themen Artenvielfalt, Böden und so weiter ist. Und wird deshalb auch weiterhin darum kämpfen zu wachsen.

ANZEIGE



Gemeinsam Energiewende möglich machen

Für eine lebenswerte Zukunft und die nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung baut und betreibt die ZEAG Energie AG Anlagen für erneuerbare Energien zusammen mit Kommunen in der Region Heilbronn-Franken. Gleichzeitig ertüchtigt ihre Netztochter NHF das Stromnetz für die Energiewende. Dafür investiert die ZEAG bis 2030 rund eine Milliarde Euro.

www.zeag-energie.de

Energiewende muss bei den Menschen vor Ort ankommen

Klimakrise und CO₂-Reduzierung sind viel diskutierte Begriffe unserer Zeit. Die Temperaturen steigen weltweit in hoher Geschwindigkeit. Daten des EU-Erdbeobachtungsprogramms Copernicus ergaben, dass es bislang weltweit keinen wärmeren Januar gab als im Jahr 2025.

Im selben Monat befragten laut einer repräsentativen Umfrage der Deutschen Energieagentur (dena) mehr als zwei von drei Deutschen die Energiewende. Trotz hoher Zustimmungswerte sind Energiewende-Projekte jedoch mancherorts Anlass für Proteste und juristische Auseinandersetzungen. Dabei ist der Ausbau erneuerbarer Energien unverzichtbar, um dem Klimawandel zu begegnen und eine lebenswerte Zukunft zu erhalten. „Auch wir setzen uns mit Kritik an der Errichtung von Windrädern und PV-Parks auseinander“, sagt Franc Schütz. Der Vorstand der ZEAG Energie AG in Heilbronn kennt zahlreiche solcher Projekte aus eigener Erfahrung. Die ZEAG betreibt und entwickelt in der Region Heilbronn-Franken gemeinsam mit den jeweiligen Kommunen Windenergie- und Photovoltaik-Anlagen. Mit ihrer Stromnetztochter NHF baut sie gleichzeitig das Stromnetz für die Energiewende aus. Damit spielt das Energieunternehmen eine wichtige Rolle für die Zukunft einer der dynamischsten Regionen in Deutschland. Wie das gelingt, erklärt Franc Schütz in einem Satz: „Entscheidend ist die Akzeptanz der Menschen.“

Zauberwort Teilhabe

Daher macht die ZEAG Erneuerbare-Anlagen in sogenannten BürgerEnergie-Gesellschaften zu gemeinsamen Projekten mit den Gemeinden vor Ort. Dabei können auch die Bürgerinnen und Bürger selbst über Genossenschaften von den Erträgen profitieren. Das Besondere dabei: Gewinne, Steuern und Abgaben aus regenerativer Energieerzeugung bleiben zu einem Großteil in der Kommune.

Ein Beispiel ist der Windpark Harthäuser Wald – mit 18 Anlagen und einer Gesamtleistung von 54 Megawatt einer der leistungsstärksten Windparks in Baden-Württemberg. Eine zusätzliche PV-Freiflächenanlage liefert weitere neun Megawatt peak. Insgesamt können die Anlagen rechnerisch mehr als 40 000 Haushalte mit grüner Energie versorgen. Die Gemeinde Harthausen am Kocher nutzt die Erträge aus den Erzeugungsanlagen für öffentliche Bauprojekte: „Wir investieren in gemeindeeigene Freizeiteinrichtungen, ohne den Gemeindehaushalt zusätzlich zu belasten“, berichtet Bürgermeister Thomas Einfalt. „Das ist nur möglich, indem die Einnahmen aus dem Harthäuser Windkraftfonds für diese Baumaßnahmen verwendet werden.“

Dank des Windparks vor der Haustür konnte die Gemeinde einen Abenteuerplatz realisieren. Auf einem weiteren Spielplatz finanzierten die Windenergieanlagen neue Spielgeräte. Auch zukünftig möchte Harthausen das zusätzliche Geld in der Gemeindekasse in Form von gemeinnützigen Investitionen an seine Bürgerinnen und Bürger zurückgeben.

Gemeinschaftsprojekt

Für Franc Schütz von der ZEAG ist „die nachhaltige und sichere Energieinfrastruktur das Fundament für eine lebenswerte Zukunft und für die wirtschaftliche Entwicklung in der Region. Der Ausbau erneuerbarer Energien gelingt dann besonders gut, wenn sich alle beteiligen und profitieren können. So schaffen wir Akzeptanz und machen gemeinsam die Energiewende möglich.“ *anz*

Mehr unter
www.zeag-energie.de



Der Windpark Harthäuser Wald – mit 18 Anlagen und einer Gesamtleistung von 54 Megawatt einer der leistungsstärksten Windparks in Baden-Württemberg.
Foto: ZEAG Energie AG

Von unserem Redakteur
Martin Peter

In der Öffentlichkeit zu stehen, ist für Rainer Grill normal. Es gehört ein Stück weit zum Anforderungsprofil des Unternehmenssprechers. In seinen knapp 14 Jahren, die der heute 58-jährige beim Ventilatoren- und Motorenhersteller Ziehl-Abegg in Künzelsau tätig ist, wurde er schon von vielen Medien zitiert, in Filmen und auf Fotos gezeigt. „Ich gebe der Firma ein Gesicht“, sagt Grill über seinen Job, den er so liebt.

Als dieses Gesicht im Frühjahr 2023 einem Millionenpublikum zu Teil wurde, hatte Rainer Grill davon jedoch keine Ahnung. Ein Video des tanzenden Unternehmenssprechers hatte den Weg in die ZDF-Nachrichtensatire-Sendung „heute show“ gefunden, unter dem Titel: Tanzen gegen den Fachkräftemangel. Natürlich bekam Grill – der namentlich genauso wenig genannt wurde wie Ziehl-Abegg – sein Fett weg. „Da möchte man sich direkt bewerben, damit der endlich aufhört zu tanzen“, johlte Moderator Oliver Welke.

„An dem Abend lief mein Whatsapp wie blöd“, sagt Rainer Grill. Freunde, Bekannte und Kollegen hatten ihn in den wenigen Sekunden, in denen er über den Bildschirm tanzte, erkannt. Der Spott hallte eine ganze Weile nach, auch am Montag noch, als er ins Geschäft ging. „Da waren Leute der Meinung, dass ich da ja eine richtige Klatsche bekommen habe“, erinnert sich Rainer Grill noch gut. Selber sah er das anders: „Es war doch nicht beleidigend.“ Also: nicht schlimm.

Die Rolle des „alten Dicken mit Kravatte und Anzug“ kannte Rainer Grill vor der „heute show“ schon. Auf gewisse Weise ist es die Rolle seines Lebens, seit er im Jahr 2020 mit einem kleinen Team begonnen hatte, kurze, lustige, zuweilen selbstironische Videos aus dem Büroalltag auf TikTok hochzuladen. Und ja: auch irgendwie gegen den Fachkräftemangel zu tanzen. Rainer Grill selber ist zum Hauptdarsteller geworden, hat alleine aufgrund seines Alters und seiner Firmenkrawatte einen Kultstatus und hohen Wiedererkennungswert. Das ist wichtig. Zwar produziert und vertreibt Ziehl-Abegg seine Produkte weltweit – doch abgesehen von seiner Branche ist der Mittelständler kaum jemandem ein Begriff. Das macht die Gewinnung von Nachwuchs schwierig.

An diesem Punkt setzte die Idee von Grill an: „Wenn ich junge Leute erreichen will, muss ich auch dahin, wo sie sind. Auf Social Media“, sagt er. Im Rumänien-Urlaub hatte der technisch interessierte Pressesprecher zuvor die chinesische Videoplattform ausprobiert – und war selber erstaunt. „Ich habe ein paar Bären gefilmt und das Video einfach hochgeladen.“ Und obwohl er niemanden kannte, sprich: keine Follower hatte, wurde der Clip ratzfatz über 800 Mal angesehen. „Wie cool ist das denn, bitte schön“, sagt Grill, der das Potenzial der App gleich erkannte.



Angefangen haben Rainer Grill und sein Team mit Videos nach Feierabend.
Foto: Ziehl-Abegg

Der auf Tiktok tanzt

Rainer Grill hat das Potenzial des Netzwerks erkannt und Ziehl-Abegg Bekanntheit verschafft. Er selber ist inzwischen Kult.

Weil auch die Geschäftsführung der Sache offen gegenüberstand, legte Grill in der Firma mit zwei Leuten los. Versuchsweise, erstmal nur nach Feierabend und mit privatem Handy. Der Erfolg aber stellte sich schnell ein, heute hat der Mittelständler 110000 Follower. Was aus Sicht des Unternehmensprechers aber die eigentlich relevante Währung ist, sind die 100 Millionen Ansichten. „Views sind die Reichweite“, sagt Rainer Grill. „100 Millionen, und das als Hersteller von Ventilatoren und Motoren.“

Alleine das Weihnachtsvideo „Tanz meinen Tanz“ sahen sich 2023 binnen einer Woche 4,4 Millionen Menschen an, es gab 43000 Likes. „4800 Menschen haben es sich abgespeichert, ich verstehe selber nicht warum“, sagt Grill. Diese Reichweite ist es, die auf die Marke Ziehl-Abegg einzahlt. Das doch ungewöhnliche Social-Media-Engagement sprach sich rum, bald schon stand der Weg der Hohenloher im Praxishandbuch für Social Media Recruiting. Wurde zu Beginn über den Ventilato-

renhersteller als gutes Beispiel berichtet, ist Grill selber inzwischen als Autor gefragt. Dazu kommen Einladungen zu Veranstaltungen, „wo erst die Leute von Meta sprechen – danach spricht Ziehl-Abegg“, erzählt Grill. Sonst niemand.

Medien weltweit berichten bis heute über die Hohenloher, auch das Fernsehen wurde bald auf Ziehl-Abegg aufmerksam. Arte drehte unter dem Titel „Wenn die Arbeit liegen bleibt“ eine Reportage über den Erfolg des Unternehmens bei der Gewinnung von Fachkräften und filmte dabei den tanzenden Grill, der sich wenige Monate später beim ZDF in der „heute show“ wiederfand.

Ihre Bekanntheit und Vorreiterrolle haben Grill und Ziehl-Abegg in der Folge genutzt, um 2023 erstmals die „Social Media Days“ auszurichten, eine kostenpflichtige Veranstaltung, an der Behörden und Unternehmen teilnehmen können. „Das gibt uns wieder Reichweite“, sagt Grill. Genau wie der AI Communications Award, eine Auszeichnung für innovative Ansätze in der Kommunikation – von Ziehl-Abegg ins Leben gerufen.

„Wir haben nie gedacht, dass die Videos so gut ankommen, sich alles so entwickelt“, sagt Grill. Zumal Ziehl-Abegg via TikTok neue Mitarbeiter gefunden hat.

Gelernter Journalist

Auf einer Marketing-Veranstaltung wurde Grill gefragt, wodurch er zum **Social-Media-Versteher** wurde und welche Schulung ihm geholfen habe. „Darüber musste ich lange nachdenken“, sagt er. Eine Schulung in dem Sinn hatte der Vater von drei erwachsenen Kindern nie. Aber sein Volontariat bei einer Tageszeitung habe ihm alles mitgegeben. „Als Journalist habe ich eigentlich alle Bordmittel dabei“, sagt der 58-Jährige. *map*

Standpunkt

Die E-Rechnung ist da

Mit der seit Jahresbeginn geltenden E-Rechnungspflicht für Umsätze zwischen inländischen Unternehmen sollen Bürokratie abgebaut und die Digitalisierung vorangebracht werden. Ferner dient die elektronische Rechnung der Bekämpfung des Umsatzsteuerbetrugs.

Doch noch längst nicht jedes Unternehmen stellt und versendet bereits E-Rechnungen im Sinne der Neuregelung. Ist das überhaupt zulässig? Was bedeutet die E-Rechnungspflicht?

Vereinfacht ausgedrückt sind alle umsatzsteuerlichen Unternehmen verpflichtet, E-Rechnungen empfangen zu können. Hierfür ist eine – möglichst gesonderte – E-Mail-Adresse nötig. Die E-Rechnungen müssen unverändert und über acht Jahre unveränderbar gespeichert werden. Die Speicherung in der Mailbox reicht nicht aus.

Die Empfangspflicht betrifft alle Unternehmen, auch Betreiber von PV-Anlagen mit Einspeisung. Die Pflicht, E-Rechnungen zu erstellen und zu versenden, beginnt frühestens 2027 für Unternehmen mit mehr als 800000 Euro Umsatz. Ab 2028 sind alle Unternehmen zur Ausstellung von E-Rechnungen verpflichtet. Ausnahmen gelten für Kleinunternehmer, Unternehmer mit rein steuerfreien Umsätzen und für Lieferungen und Leistungen an Privatpersonen.

Elektronische Rechnungen haben ein spezielles Format, das für den Menschen nicht lesbar ist. Dies ermöglicht eine maschinelle und vollautomatisierte Verarbeitung der Daten. Gängige Formate sind etwa „XRechnung“ und „Zugferd“; PDF-Rechnungen sind keine E-Rechnungen im vorstehenden Sinn.

Die auf den ersten Blick aufwendige Umstellung lohnt sich: Wer die E-Rechnung nutzt, verkürzt die Durchlaufzeiten und spart bares Geld. Es gibt bereits fertige Softwarelösungen, die dabei helfen.

Dirk Sinzinger, Steuerberater in Öhringen



Dirk Sinzinger
Foto: privat

Tipp

Meisterpower

Der Schülerwettbewerb Meisterpower richtet sich an Schüler allgemeinbildender Schulen der Klassen 7 bis 11. Die Teilnahme ist bis 4. Juli jederzeit möglich. Dabei winken Preise im Gesamtwert von mehr als 8000 Euro. Außerdem wird in jeder Stufe ein Landessieger gekürt.

Weitere Informationen:
www.hwk-heilbronn.de/meisterpower

ANZEIGE

**QUALITÄT BESTIMMT
UNSER HANDELN**

Ihr Profi für individuelle Beschichtungslösungen für Industrie und Handwerk

- Von der Kleinserie bis zur Großserie
max. Abmessung: 3000 mm L, 1400 mm H, 800 mm B
- Hochwertige, korrosionsbeständige Vorbehandlung
- Kurze Durchlaufzeiten durch vollautomatische Beschichtung

Ihre Oberfläche, unsere Stärke – Pulverbeschichtung, die überzeugt. Fordern Sie uns heraus!

Likamed PULVERBESCHICHTUNG

Raußmühlstraße 7 · 75031 Eppingen
Tel.: +49 7262 9189-38 · daniel.baecker@likamed.de
www.likamed-pulverbeschichtung.de

ANZEIGEN

Frisch, regional, ethisch und geschmacksintensiv.

Reservieren Sie Ihren Tisch in Neuenstein.

goldene Sonne

ANZEIGEN

die Schmuckmanufaktur
WERKSTATTBETRIEB

Anja Muth
Goldschmiedemeisterin
staatl. gepr. Designerin
für Schmuck und Gerät

Friedhofstraße 3
74336 Brackenheim
07135-939 83 26
Termine nach Vereinbarung.

**nachhaltig Ressourcen schonen
aus Alt mach Schön
Erinnerungen bewahren
wiederverwerten erhalten**

www.die-schmuckmanufaktur.de

Standpunkt

Kein Modewort mehr

Im Jahr 2025 ist Nachhaltigkeit in der Unternehmensfinanzierung kein reines Modewort mehr, sondern ein entscheidender Faktor. Unternehmen, die nachhaltige Faktoren in ihren Geschäftsmodellen verankern, profitieren von besseren Finanzierungskonditionen.



C. Käser-Ströbel
Foto: privat

Banken und Investoren orientieren sich zunehmend an ESG-Kriterien (Environment, Social, Governance). Banken müssen zunehmend berichten, wie ESG-konform die Kunden sind. Die Bankenaufsicht Bafin beachtet das ESG-Risikomanagement der Banken genau. Im Umkehrschluss werden diese Finanzierungen mit vorteilhafteren Konditionen umgesetzt als andere.

Wenn Unternehmen ein einzelnes Projekt oder auch das gesamte Unternehmen finanziert bekommen möchten, gehört im Jahr 2025 die Darstellung der wirtschaftlichen Aktivitäten auf Umwelt und Gesellschaft grundsätzlich in das Unterlagenset. Wichtig: Unverändert wird jedoch die wirtschaftliche Betrachtung mit Blick auf die erwartete Fähigkeit, den Kapitaldienst – also Zins und Tilgung – zu leisten, ein starkes Entscheidungskriterium sein.

Nachhaltigkeit ist 2025 nicht mehr nur eine moralische Verpflichtung, sondern eine wirtschaftliche und gesellschaftliche Notwendigkeit. Die Masse der Unternehmen muss kein eigenständiges ESG-Reporting erstellen. Unabhängig davon, ob eine Pflicht zur Erstellung eines Reports besteht oder nicht: Wirtschaftlich erfolgreiche und nachhaltig agierende Unternehmen stärken die Region und bilden somit auch Treibstoff für die eigene Weiterentwicklung.

Christopher Käser-Ströbel
Käser-Ströbel Consulting,
Öhringen

Buchkritik

Durchsetzen lernen

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten – wie in diesen Monaten – ist es in vielen deutschen Unternehmen mit der Gelassenheit vorbei. Das Miteinander ist in nicht wenigen Fällen durch straffes und autoritäres Durchregieren ersetzt worden. Es zählt nur noch das Jetzt und nicht mehr das Morgen. Der Ton ist rauer geworden. Entsprechend ist in den Belegschaften der Frust oft groß. Resignation, Dienst nach Vorschrift und Krankheitsausfälle sind die Folgen. Florian Presslers Buch bietet hier zumindest die Möglichkeit, die persönliche Situation zu verbessern. Es hilft, die Durchsetzungsfähigkeit im Unternehmen zu steigern – ohne dabei eine Schneise der Zerstörung zu hinterlassen. Eigenen Ideen, Konzeptionen oder auch der Position im Unternehmen schadet eine solche Fähigkeit sicherlich nicht. Mit vielen konkreten Beispielen und nützlichen Hilfestellungen richtet sich das Buch des Rhetoriktrainers sowohl an Berufseinsteiger wie auch an das mittlere Management. Ein nützliches Werk in harten Zeiten.



Florian Pressler: **Sich durchsetzen ohne Ellenbogen.** Gabal Verlag, 176 Seiten, 22 Euro



Direkt beim Hersteller kaufen

Mehrere Firmen in der Region betreiben auch Werksverkäufe. Dabei unterscheiden sich sowohl die Konzepte als auch das Sortiment.

Von unserem Redaktionsmitglied Klara Landes

Wer Körperpflege oder eine Packung Maultaschen möchte, geht in der Regel in einen Drogerie- oder Supermarkt. Es gibt aber auch Firmen, die ihre Waren am eigenen Werk verkaufen. Warum stellen Unternehmen in der Region dieses Angebot zur Verfügung?

„Um Endkunden die Möglichkeit zu bieten, direkt vor Ort einkaufen zu können“, erklärt Caroline Brettel, Prokuristin bei Clemens Spieltiere in Kirchardt. Kunden – die überwiegend aus der näheren Umgebung kommen – können das gesamte Sortiment erwerben. Unterschiede zu den Händlerpreisen gebe es keine, jedoch Angebote. Die Nachfrage sei saisonal unterschiedlich, an Weihnachten und Ostern sei sie höher.

Der Haar- und Körperpflegehersteller Mann und Schröder verkauft die Pro-

dukte seiner Eigenmarken auch am Siegsbacher Werk. „Im Werksverkauf erzielen Kunden einen durchschnittlichen Preisvorteil von rund 15 Prozent im Vergleich zum Handel“, sagt Unternehmenssprecherin Katrin Ballhaus. Die Nachfrage sei hoch, erklärt sie, nicht nur bei den Mitarbeitern. Die meisten Kunden kommen aus der Region, es gebe aber auch Käufer, die auf ihrem Weg in den Urlaub einen Zwischenstopp machen.

Die Firma Hengstenberg bietet ihr Sortiment – unter anderem Gewürzgurken, Sauerkraut und Essig – an allen drei Werken auch im Werksverkauf an. Also gibt es auch in Bad Friedrichshall die Möglichkeit, „ein breites Sortiment an erster Wahl und zweiter Wahl“ zu kaufen, berichtet Katja Behringer, Pressesprecherin des Familienunternehmens. Zweite Wahl seien Artikel, „die optische Mängel aufweisen oder nur noch ein kürzeres Mindesthaltbarkeitsdatum haben“. Insgesamt wechsele die Auswahl je nach Saison und Verfügbarkeit. Hauptsächlich kämen die Kunden aus dem Einzugsgebiet des jeweiligen Standorts. „Es gibt aber immer wieder auch Besucher, deren Wohnort doch 30 Kilometer entfernt liegt.“

Einer der beiden Werksverkäufe von Bürger Maultaschen befindet sich in Crailsheim. Stefanie Engelfried-Ferch, Projektmanagerin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, erklärt: „Dieses Angebot ist ein besonderer Service für unsere Kunden, die an Aktionsware interessiert sind oder größere Mengen beziehen möch-

ten.“ Der Werksverkauf sei für Bürger auch eine Möglichkeit, neue Produkte auszuprobieren. Auch Merchandise wie eine kleine Plüsch-Maultasche können dort erworben werden. Im Schnitt besuchen jeweils 2500 Kunden im Monat die beiden Werksverkäufe, erklärt Engelfried-Ferch. Überwiegend kommen diese aus dem näheren Umkreis, es gebe aber auch Kunden von weiter weg.

Die Oettinger Mühle in Ilsfeld bietet in ihrem Mühlenladen das gesamte Warensortiment an, teilt Geschäftsführer

„Der Werksverkauf soll die Kundenbindung stärken.“ Carsten Wiethaup

Klaus Oettinger mit. „Kunden, die direkt bei uns einkaufen, bekommen durch den persönlichen Kontakt, die Beratung und die Einblicke in unseren Betrieb eine engere Bindung an unseren Betrieb als jemand, der unsere Waren über den Handel kauft.“ Die Nachfrage sei zufriedenstellend. Durch die Lage außerorts sei der Verkauf allerdings nur in Verbindung mit einem gastronomischen Angebot, dem Mühlencafé, wirtschaftlich.

Einmal im Monat verkauft die Metzgerei Nothwang an ihrem Bad Friedrichshaller Standort ihre Waren. „Der Werksverkauf soll die Kundenbindung stärken“,

sagt Carsten Wiethaup, Geschäftsleiter Verwaltung. Angeboten werden wechselnde Produkte. „Ergänzt wird das Angebot durch Artikel aus Überproduktion sowie Endstücken.“ Auf der Internetseite des Unternehmens können Kunden ihren Einkauf auch vorbestellen. Das sei kein Muss, verringere aber das Risiko, dass das gewünschte Produkt bereits vergriffen sei. Wiethaup erzählt: „Die Nachfrage erfreut sich wachsender Beliebtheit.“ An den Terminen besuchen den Werksverkauf im Schnitt 400 Kunden. Diese nehmen dafür einen Weg von bis zu 25 Kilometern auf sich, so Wiethaup.

Werksverkäufe bietet der Konsumgüterhersteller Unilever nur in Heppenheim und beim Knorr-Werk in Heilbronn an. Besonders in Heilbronn gebe es eine umfassende Produktvielfalt, erklärt Werksleiter Julius Mannherz. „Ursprünglich wurde der Werksverkauf als Vorteil für unsere Mitarbeiter eingerichtet.“ Wegen der hohen Nachfrage habe Unilever ihn auch der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Das Sortiment umfasse ein große Auswahl an Produkten des eigenen Portfolios sowie ausgewählte Waren von Drittanbietern. Neben dem regulären Sortiment gebe es wechselnde Angebote. Etwa 20000 Kunden nutzen den Werksverkauf jährlich, sagt Mannherz. „Während ein Großteil der Besucher aus Heilbronn und der Umgebung stammt, zieht unser Werksverkauf auch Menschen aus weiter entfernten Städten wie Freiburg oder sogar Berlin an.“

5 Fragen an... Christine Grotz

1 Sind Familienunternehmen die besseren Unternehmen?
Familienunternehmen haben besondere Stärken, aber eine pauschale Schwarz-Weiß-Betrachtung halte ich nicht für angemessen. Als Familienmitglied prägt man das Unternehmen oft anders – mit einer langfristigen Perspektive und einem engen Bezug zu den Mitarbeitenden. Die soziale Verantwortung ist hoch, Herausforderungen werden mit besonderem Engagement angegangen, weil man dem Vertrauen der Mitarbeitenden gerecht werden muss und will. Aufgeben ist keine Option – man denkt in Generationen, nicht in Quartalen.

2 Haben Sie während Ihrer Zeit in Konzernstrukturen etwas gelernt, das Ihnen in eigenen Unternehmen hilft?
Definitiv – vor allem den professionellen Umgang mit Prozessen und Tools. Besonders wertvoll war für mich der Einstieg über eine internationale Nachwuchsgruppe, die mir Einblicke in diverse Unternehmensbereiche ermöglichte. Dadurch

konnte ich viele Qualifikationen erwerben, die mir heute enorm weiterhelfen.

3 Wie schwer wiegt die Verantwortung als geschäftsführende Gesellschafterin?
Die Verantwortung ist groß und erfordert viel Belastbarkeit, bietet aber wertvolle Gestaltungsspielräume. Die Möglichkeit, nachhaltig zu wirken und die Zukunft mitzugestalten, war für mich der entscheidende Grund, 2017 in die Geschäftsleitung einzutreten. In unserer Familie ist das Unternehmen allgegenwärtig – manchmal fühlt es sich an, als säße es wie ein Familienmitglied mit am Tisch.

4 Sie setzen auf Eigenverantwortung und Transparenz. Wie viel Hierarchie ist trotzdem notwendig?
Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten muss der Rahmen für Entscheidungen enger gefasst werden. Dann ist in einigen Bereichen eine stärkere hierarchische Führung notwendig, um schnelle Entscheidungen zu treffen. Unabhängig davon gibt es immer Mitarbeite-



Christine Grotz ist geschäftsführende Gesellschafterin von Weber-Hydraulik.

rinnen und Mitarbeiter, die klare Strukturen und eine eher hierarchische Führung brauchen. Entscheidend ist die richtige Balance zwischen Eigenverantwortung und Hierarchie, angepasst an die Bereiche und die Mitarbeitenden. Transparenz und Offenheit bleiben unser Anspruch.

5 Wie wollen Sie die Zukunft von Weber-Hydraulik sichern?
Die technologische Transformation ist genauso entscheidend wie die kulturelle Weiterentwicklung unseres Unternehmens. Unser aktueller Fokus liegt auf der Digitalisierung unserer Produkte, um unsere Position als Systemanbieter auszubauen. Das ist unerlässlich, um das Unternehmen zukunftsfähig aufzustellen. Entwicklungspartnerschaften mit unseren Kunden und eine konsequente Ausrichtung an den Markt- und Kundenbedürfnissen sind von entscheidender Bedeutung. Zudem setzen wir auf Mitarbeitende mit Verantwortungsbewusstsein bis hin zu selbststeuernden Teams sowie eine breite Risikostreuung durch eine diversifizierte Produktpalette.

Weil der Bedarf vielfältiger wird

Bosch Tiernahrung ist in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Und das Sortiment wird stetig erweitert.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Ein Hund scheint hier jeder zu haben. Vertriebs-Geschäftsführer Klaus Lahrmann ebenso wie Marketingleiter Steffen Dill. Freude am Tier ist schließlich von Vorteil, wenn man bei dem größten Tierfutter-Hersteller in der Region tätig ist. Und obwohl das Unternehmen nicht gerade an den Hauptverkehrsachsen liegt, sondern tief im Hohenlohschen, etwa in der Mitte zwischen Bad Mergentheim, Rothenburg ob der Tauber, Crailsheim und Künzelsau, ist es in der Branche bestens bekannt – und kann auf enormes Wachstum in den vergangenen Jahren zurückblicken.

Das ist ein Trend, der anhält. „Wir werden dieses Jahr bei der Mitarbeiterzahl die 1000 überschreiten“, sagt Geschäftsführer Lahrmann. Zum Vergleich: 2018 waren es noch 550 Beschäftigte. Das kleine Örtchen Wiesenbach, Teilort von Blaufelden, zählt etwa 750 Einwohner. Bosch Tiernahrung hat also inzwischen mehr Personal, als Menschen in dem Ort wohnen.

Dabei sind die abgesetzten Mengen gar nicht mal so sehr gestiegen, um etwa 20 Prozent in den vergangenen sechs Jahren auf 238000 Tonnen im vorigen Jahr. Doch das Sortiment ist vielfältiger geworden. „Wir waren früher vor allem für den Preiseinstiegsbereich tätig“, erklärt Marketingchef Dill. Da wurden



Bosch Tiernahrung stellt seit 1984 Trockenfutter her. Das Werk wurde mehrfach vergrößert. Fotos: privat

große Mengen einer Sorte hergestellt. „Das hat sich inzwischen gedreht“, sagt er: Bosch stellt mittlerweile nicht nur zu etwa einem Drittel Produkte unter eigenem Namen her, die sich in Supermärkten und im Fachhandel wiederfinden, sondern hat sich auch auf höherwertige Artikel konzentriert. Die enthalten aber mehr Zutaten und werden in kleineren Mengen produziert, und entsprechend häufiger werden die komplizierter gewordenen Arbeitsschritte umgestellt, wofür mehr Personal benötigt wird. „Was die Firma ausmacht, ist die Flexibilität in der Produktion“, sagt Lahrmann.

Zudem tüftelt das Unternehmen ständig an neuen Produkten. Seit dem Schwenk zu Futter für Hunde, Katzen und Vögel ab 1984 wurde stets Trockenfutter hergestellt. Seit wenigen Wochen gibt es auch Pasten im Schlauchbeutel. Damit ist

erstmalig sogenanntes Nassfutter im Sortiment. Dabei hatte alles ganz anders begonnen: Als Kurt Bosch sein Unternehmen 1960 gründete, produzierte er Fertig- und Mineralfutter, Vitaminkonzentrate und Milchaustauscher – für landwirtschaftliche Nutztiere in etwa 30 Kilometer Umkreis.

Nach der BSE-Krise verfügte der Gesetzgeber eine strikte Trennung – entweder durfte ein Werk nur noch Futter für Nutztiere herstellen oder Futter für Haustiere. Bei Bosch entschieden sich die Gesellschafter damals für die Konzentration auf Heimtiernahrung. Kurt Bosch gab zugleich die Geschäftsführung an die zweite Familiengeneration weiter. Diese leitet das Unternehmen nach wie vor.

Dabei fließt auch viel von der persönlichen Einstellung der Eignerfamilie mit ein. Der Einsatz für Nachhaltigkeit wird großgeschrieben, im Fuhrpark ebenso wie bei der Energieerzeugung: Nahezu alle Hallendächer tragen Photovoltaik-Anlagen, gerade werden große Wärmepum-

pen installiert. Und obwohl zu 95 Prozent Trockenfutter hergestellt werden, wird dessen Fleischanteil zum Großteil über Frischfleisch eingebracht. Stetig wird weiter in den Standort investiert, werden Hallen erweitert und neue Maschinen installiert.

Mittlerweile zählt Bosch Tiernahrung zu den vier führenden mittelständischen deutschen Trockenfutterherstellern, wobei die größten Player internationale Konzerne wie Mars, Nestle und Colgate sind. Der Markt dürfte in den nächsten Jahren noch wachsen, gerade im höherwertigen Bereich. „Wo der Mensch am wenigsten spart, das ist bei seinem Heimtier. Die Leute sparen lieber beim eigenen Essen“, sagt Lahrmann.

Und was gibt es an Trends? Inzwischen werden nicht nur Futter für verschiedene Altersstufen angeboten. Auch spezielle Ernährung bei bestimmten Krankheiten wird häufiger nachgefragt, erzählt der Geschäftsführer: „Auch Tiere haben Allergien.“



Firmen

Neubau bezogen

Der Verpackungsanlagen-Hersteller Syntegon hat den Bau seines neuen Bürogebäudes in Crailsheim abgeschlossen. Das Unternehmen hat das Bauprojekt nach gut einhalb Jahren frühzeitig fertiggestellt; die Eröffnung war zunächst für das erste Halbjahr dieses Jahres geplant. Auf vier Stockwerken mit insgesamt 2100 Quadratmetern umfasst der Neubau rund 100 neue Arbeitsplätze, eine Dachterrasse und Kollaborationsräume. Neben der modernen Ausstattung verfügt das Gebäude über die neuesten Standards in Bereichen wie Nachhaltigkeit, Barrierefreiheit oder Akustik.

Der Neubau ist eines der ersten Gebäude, das nach dem Synspaces-Konzept gestaltet ist. Die unternehmensweite Initiative beschäftigt sich mit der Arbeit der Zukunft. Das Konzept legt viel Wert auf die individuellen Bedürfnisse aller Beschäftigten. Es schafft Zonen, in denen abteilungsübergreifendes Arbeiten optimal gelingen sowie Raum für Kreativität und Individualität bleiben soll. *red*



Der Neubau bietet Platz für 100 Beschäftigte. Foto: privat

ANZEIGE



Eine nachhaltige Stadtentwicklung soll Einwohnerinnen und Einwohnern auch weiterhin eine hohe Lebensqualität in Künzelsau garantieren. Mit Blick auf dieses Ziel wurden bereits einige Projekte umgesetzt. Fotos: Stadtverwaltung Künzelsau

Künzelsau stellt nachhaltige Weichen für die Zukunft

Strategiekonzept setzt Fokus auf Stadtentwicklung, Mobilität, Bildung, Gesundheitsversorgung, Zusammenhalt und Tourismus

Künzelsau wird sich „als zukunftsfähige Stadt in der Region Hohenlohe positionieren, mit einem besonderen Fokus auf nachhaltige Stadtentwicklung, Gesundheitsversorgung, Bildung, Mobilität, Zusammenhalt und Tourismus“. Diese Ziele hat der Künzelsauer Gemeinderat im Rahmen der umfassenden Strategie 2040 im vergangenen Herbst formuliert und beschlossen. Schon die zuvor erfolgten Strategieprozesse haben in allen Bereichen der Stadtentwicklung nachhaltige Weichen für die Zukunft gestellt.

Ausbau von Angeboten

Auch im Bereich der Mobilität bestehen bereits viele Ansätze, welche die Stadtverwaltung noch besser miteinander verknüpfen und weiter ausbauen möchte. So ist bereits heute E-Carsharing als gemeinsames Angebot mit dem Stadtwerk Tauberfranken möglich. Auch ein E-Lastenrad kann von den Künzelsauer Einwohnerinnen und Einwohnern kostenfrei für kurze Transportstrecken ausgeliehen



Rad Servicestationen und E-Ladesäulen sind Teil des Mobilitätskonzepts.

werden. Ein vierrädriges Elektro-Lastenrad auf Pedelec-Basis mit Lade- fläche unterstützt die Stadtverwaltung und den Künzelsauer Einzelhandel bei Transporten größerer Art und ist damit eine gute Lösung für die betriebliche Mobilität.

Damit verbunden entwickelt sich zudem die Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge dynamisch weiter. Seit kurzem stehen auf den Wertwiesen neben den vorhandenen Normalladern auch acht neue Schnell-Ladepunkte mit CSS-Anschluss zur Verfügung. Das Parkhaus ELSA, das am

Stadteingang als Mobilitäts-Hub entsteht, wird Nutzer und Besucher der Innenstadt vielfältig mobil halten.

Radfahren fördern

Neue Fahrradboxen samt Lademöglichkeiten werden zukünftig das tägliche Radfahren in Künzelsau noch komfortabler machen. Auf der Gemarkung stehen zudem zahlreiche Rad-Servicestationen kostenlos bereit. Sie wurden durch EU und Land im Programm „Leader“ finanziell gefördert und an Radwegen platziert.

Die Künzelsauer Bergbahn bietet eine spannende Alternative, um vom Neubaugebiet Taläcker auf der Hohenloher Ebene in die Kernstadt zu gelangen.

Im Sinne der Nachhaltigkeit könnte auch die Kochertalbahn die Hohenloher Ebene mit der Tallage verbinden. Die Vorarbeiten laufen – die Kochertalbahn könnte als Zukunftsprojekt einen weiteren Baustein einer nachhaltigen Mobilität in der Region Hohenlohe bilden. *anz*



e-carsharing MOQO künzelsau

Ein Angebot des Stadtwerks Tauberfranken und der Stadt Künzelsau

Video-Anleitung des Stadtwerks auf youtube

Teilen Sie sich ein Auto mit anderen Menschen!
In der Innenstadt von Künzelsau steht zentral erreichbar ein taufischer VW ID3, den auch Sie nutzen können.
Einfach die MOQO-App aufs Smartphone laden, anmelden, den Führerschein registrieren und los geht's!



die kreisstadt des hohenlohekreises
künzelsau



www.kuenzelsau.de

Anstupsen in Richtung Nachhaltigkeit

Wie Kaufland und Lidl ihre Kunden zu umweltbewussterem Einkaufen bewegen möchten.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Manchmal sind es kleine Dinge, die für große Aufregung sorgen können. Als im Dezember die Handelskette Kaufland einführte, für Plastik-Obstbeutel einen symbolischen Cent zu kassieren, kochten in gewissen Online-Portalen die Emotionen hoch. „Ich habe mich vier Wochen lang quasi mit nichts anderem beschäftigen müssen“, erinnert sich Pressesprecherin Alisa Götzing. Dabei war die Großflächensparte der Schwarz-Gruppe gar nicht mal der erste Händler, der diese Gebühr einführte – Aldi ist schon mindestens fünf Jahre früher dran gewesen.

Doch es handelt sich weder um Schikane noch um den Versuch, den Kunden die Tütenrolle bezahlen zu lassen. Denn Kaufland weist in der Obst- und Gemüseabteilung nicht nur auf den Preis hin, sondern auch darauf, dass es zum sogenannten Knotenbeutel eine Alternative gibt: das wiederverwendbare Netz, das Kunden ebenfalls vor Ort kaufen, dann aber jahrelang weiterverwenden können.

Es sind Maßnahmen wie diese, die seit Sommer bei Ines Rottwilm zusammenlaufen. Die Leiterin für Nachhaltigkeit bei Kaufland plant, koordiniert und bewertet mit ihrem Team alle Aktivitäten des Handelsunternehmens in Hinblick auf umweltbewusstes Handeln. Wenn sie einen Zuhörer mitnimmt auf die Reise durch den Supermarkt, beginnt sie bei den Ladesäulen auf dem Parkplatz, verweist beim Pfandautomaten auf die Mög-



Wiederverwendbare Eierkartons und Brotbeutel statt Papiertüten sind nur zwei der Nachhaltigkeits-Maßnahmen bei Kaufland.
Fotos: Kaufland



lichkeit, das Pfand für einen guten Zweck in der Region zu spenden, und steht dann in der Obst- und Gemüseabteilung. Ob sich der symbolische Preis für die Plastikbeutel bereits auswirkt, indem Kunden seltener Beutel nehmen, könne noch nicht gesagt werden, erzählt sie. Aber dies ist ja nicht die einzige Maßnahme.

Neben Bio-Ware legen die Märkte auch Wert auf regionale Lieferanten – und diese dürfen höchstens 30 Kilometer vom Markt entfernt sein. „Jede unserer sechs deutschen Regionen hat ein Regio-Scout-Team, das solche Lieferanten sucht“, sagt sie. Mehr als 2000 gebe es inzwischen, bei knapp 800 Filialen.

Auch beim Backshop gibt es inzwischen Mehrweg-Brotbeutel, im Kosmetik-Regal eine Naturprodukt-Linie, Antipasti können im Mehrwegbecher erworben werden und die Verpackungen der Eigenmarken wurden zum Teil auf Silphie-Papier der Schwesterfirma Prezero umgestellt oder im Gewicht reduziert. 46 Prozent des Plastiks in Verpackungen wurden seit 2017 eingespart, erzählt Ines Rottwilm – Ziel bis 2025 war aber nur 30 Prozent. „Das macht einen schon stolz.“

Inzwischen hat Kaufland eine umfassende Nachhaltigkeits-Strategie aufgesetzt – nach jahrelangen Vorarbeiten. 16 Themenfelder werden darin bearbeitet, von Tierwohl über Menschenrechte bis zu Kreislaufwirtschaft und Logistik. „Es ist jetzt eine Verbindlichkeit drin“, sagt die Nachhaltigkeits-Leiterin. „Aber das Wichtigste ist: Wir müssen die Kunden mitnehmen.“

Mit diesem Engagement ist Kaufland nicht alleine, weder in der Schwarz-Gruppe noch im deutschen Lebensmittel-Einzelhandel. Auch das Schwesterunternehmen Lidl versucht, seine Kunden zu umweltbewussterem Konsum zu bewegen. Auch dort gibt es Obstbeutel, Bioware und vegane Alternativen. Für Aufsehen sorgte der Schritt, vegane Eigenmarken-Artikel neben fleischhaltigen Produkten zu platzieren und zum selben Preis anzubieten. „Der Ausbau des Bio-Sortiments ist eines unserer Hauptziele“, heißt es bei Lidl Deutschland. Bezogen auf den Gesamtmarkt sei der Umsatz von Bio-Artikeln 2024 im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Dabei sei der Eigenmarkenanteil gegenüber den Markenartikeln gewachsen. Mittlerweile gebe es rund 600 Bio-Artikel, mehr als 130 davon tragen das Bio-Land-Siegel. Lidl überlasse zwar den Kunden die Wahl, für welches Produkt sie sich entscheiden. „Um die Sichtbarkeit in den Filialen zu erhöhen, sind die Bio-Produkte direkt neben den konventionellen Pendants platziert.“ Und immer wieder gebe es „Probierpreise“ für die Bio-Ware.

Firmen

Aus Zürn wird Brandt

Die Firma Brandt aus Sindringen und die Firma Zürn aus Marlach werden in gut einem Jahr, zum Jahreswechsel von 2025 nach 2026, zusammengehen. „Wir werden unsere Kräfte bündeln“, kündigt Thomas Brandt, Geschäftsführer der Friedrich Brandt GmbH, an. Die Familie Zürn zieht sich vollständig aus der Geschäftsführung zurück, jedoch werden alle Mitarbeiter von Zürn in der neuen Firmenkonstellation an Bord bleiben. Die räumliche Situation werde sich fürs Erste nicht ändern, mittelfristig sei jedoch eine gemeinsame Firmenzentrale geplant. Für Kunden der Firma Zürn ändere sich damit zunächst lediglich das Firmenlogo. Die Firma Brandt wurde 1983 gegründet und konzentrierte sich anfangs auf Blechbearbeitung sowie Sanitär und Badtechnik. Der heutige Geschäftsführer Thomas Brandt trat 2014 ins Unternehmen ein. Beschäftigt werden mehr als 20 Mitarbeiter.

red



Die Firma Zürn geht an die Firma Brandt über. Foto: privat

ANZEIGE

ANZEIGE

Ein zweites Leben für Straßen: Innovatives Recycling-Verfahren macht aus altem Asphalt neuen Schotter

In Baden-Württemberg fallen jedes Jahr hunderttausende Tonnen Altasphalt an. Oft enthalten die Straßenreste das Bindemittel Teer. Das Unternehmen novoRock möchte mit einer innovativen Anlage aus dem eigentlichen Abfallprodukt wieder wertvolle Baustoffe gewinnen.

Viele Straßen und Wege müssen aufgrund ihres Alters in den kommenden Jahren erneuert werden. Schon heute fallen allein in Baden-Württemberg über 400.000 Tonnen teerhaltigen Straßenaufbruchs bei Sanierungsmaßnahmen an – pro Jahr. In deutschen Straßen sind nach Expertenschätzung sogar bis zu eine Milliarde Tonnen teerhaltigen Asphalts verbaut. Ein riesiges Rohstoffvorkommen! Denn der Asphalt besteht zu über 95 Prozent aus hochwertigen Schottersteinen. Allerdings: Der Schatz lässt sich zumindest in Deutschland nicht heben. Es fehlte bisher die notwendige Technologie für solche Recycling-Anlagen. Für einen Großteil des Asphaltbruchs blieb nur der Weg auf die Deponie oder die Aufbereitung im Ausland – beides denkbar schlechte Optionen.

Innovative Lösung für ein altes Problem

Die Firma novoRock, eine Kooperation der Kupferzeller Schotter- und Splittwerke Paul Kleinknecht GmbH & Co. KG und des Bauunternehmens STRABAG AG, möchte genau das ändern. Und das volle Potenzial des Asphaltrecyclings nutzen. In Rüblingen plant das Gemeinschaftsunternehmen eine Anlage zur thermischen Verwertung von teerhaltigem Straßenaufbruch. „Bei unserem Verfahren nutzen wir eine neuartige Technologie. Wir trennen unter Hitzeeinwirkung das Gestein vom Teer, übrig bleibt der wertvolle Schotter“, so Martin Weiß, Geschäftsführer von novoRock. Und ergänzt: „Indem wir das Bindemittel Teer als Energieträger nutzen, brauchen wir weder zusätzlichen Strom noch zusätzliche Heizmittel. Die Anlage arbeitet hocheffizient und energieautark.“ Denn während der Behandlung des Asphalts entsteht Wärme. Diese wird nicht nur zum Beheizen der Anlage genutzt, sondern stellt auch die für den Betrieb erforderliche elektrische Energie zur Verfügung. Eine Zufuhr von fossiler Energie wie bei anderen thermischen Verfahren ist im Regelbetrieb nicht notwendig.

Rückstandslose Beseitigung von Schadstoffen

Die Aufbereitung von teerhaltigem Asphaltaufbruch ist aus einem bestimmten Grund von großer Bedeutung. Bis Anfang der 1980er Jahre wurde auf deutschen Straßen Asphalt mit dem Bindemittel Teer verbaut. Teer enthält so genannte polyzyklisch aromatische Kohlenwasserstoffe, kurz PAK. Durch das spezielle von novoRock entwickelte

Verfahren werden die komplexen Teermoleküle in einfache Kohlenwasserstoffketten zerlegt und vom festen Zustand in ein Prozessgas überführt. Innerhalb dieser Prozessstufe verliert der Teer seine Gefährlichkeit. In einer nachfolgenden Brennkammer verbrennen die Prozessgase mit Luftsauerstoff zu CO₂ und Wasserdampf. Der CO₂-Ausstoß ist dabei geringer als bei herkömmlichen Verfahren. Der gesamte Prozess findet in einem geschlossenen System und unter Anwendung modernster Filtersysteme statt. Es gelangen weder Gerüche noch Stäube in die Umwelt. Selbst in einem Havariefall gelangen prozessbedingt keine Schadstoffe in den benachbarten Lebensraum.

Standortvorteil Rüblingen

novoRock plant, seine Anlage im Steinbruch Rüblingen zu bauen. Durch die direkte Anbindung an das dortige Schotterwerk kann das wiedergewonnene Gestein vor Ort marktfähig aufbereitet und in den regionalen Baustoffkreislauf gebracht werden. Vorteilhaft ist der Standort auch, weil novoRock eine bereits bestehende, freie Fläche nutzen möchte. In Zeiten von Flächenkonkurrenz eine geeignete Lösung, um zusätzlichen Flächenverbrauch zu vermeiden und die Umwelt zu schonen. Denn ein Neubau auf der sprichwörtlichen „grünen Wiese“ ist nicht notwendig.

Kreislaufwirtschaft als Wirtschaftsfaktor

Ein problematisches Abfallprodukt in einen wertvollen unbelasteten Recyclingbaustoff zu verwandeln, ist nicht nur ökologisch und ökonomisch sinnvoll. Es wird auch politisch gefordert. Die Landesregierung etwa setzt sich für eine funktionierende Kreislaufwirtschaft ein. Aus gutem Grund: Rohstoffe sind teuer, Deponieflächen knapp. Deshalb befürwortet die Landesregierung eine thermische Behandlung von teerhaltigem Altasphalt – idealerweise vor Ort. Denn das zurückgewonnene Gestein kann direkt lokal oder regional als Baustoff wiederverwendet werden. Gemessen an der anfallenden Menge teerhaltigen Straßenaufbruchs geht die Landesregierung von bis zu vier notwendigen Anlagen in Baden-Württemberg aus.



„Mit novoRock setzen wir neue Maßstäbe für einen bahnbrechenden Innovationsschritt in der Behandlung von Baurestoffen. Erstmals ist es möglich, die Schadstoffe vollständig zu eliminieren und hochwertigen Schotter ressourcenschonend und energieautark zurückzugewinnen. Wir leisten mit der thermischen Verwertung von teerhaltigem Altasphalt nicht nur einen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft. Wir schaffen auch Wertschöpfung. Vor Ort, hier bei uns in der Region“, fasst Martin Weiß zusammen.

So funktioniert novoRock

