



Unsere jährliche Tabelle der größten Arbeitgeber spiegelt die Probleme der regionalen Wirtschaft wider.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Der Jobmotor läuft langsamer

Jahrelang standen die Schwarz-Gruppe und der Würth-Konzern vor allem für eines: Wachstum, verbunden mit der Schaffung von neuen Arbeitsplätzen in der Region. In diesem Jahr ist es anders gekommen. Zwar hat die Schwarz-Gruppe nochmals leicht aufgestockt und bleibt unangefochten größter Arbeitgeber der Region. Die Zeiten, in denen alleine ihre neu geschaffenen Stellen einem der größeren regionalen Arbeitgeber entsprachen, sind aber vorbei: Dieses Jahr steht nur ein Plus von 669 Beschäftigten in der Statistik.

Dabei legt die Schwarz-Gruppe beim Umsatz weiterhin zu, baut die Entsorgungssparte und die Digitalsparte weiter aus. Der Würth-Konzern bekommt hingegen die Flaute am Bau und die Krise der produzierenden Industrie immer mehr zu spüren. So steht – erstmals in der Geschichte unserer Tabelle – diesmal ein Minuszeichen vor seiner Entwicklung: 437 Beschäftigte weniger als vor einem Jahr wurden uns gemeldet. Hatte man sich in den Jahren zuvor fast schon ausrechnen können, wann Würth Audi als zweitgrößten Arbeitgeber in Heil-

bronn-Franken ablöst, so ist dies nun auf unbestimmte Zeit verschoben. Zumal Audi wider Erwarten wieder leicht zugelegt hat bei der Mitarbeiterzahl. Insgesamt lassen sich mehrere Trends ausmachen: Automobilnahe Arbeitgeber haben Stellen gestrichen. Spezialisierte Maschinenbauer boomten weiterhin. Arbeitgeber des Sozialwesens stocken nach wie vor auf. Und Hersteller von Konsumgütern sind teilweise schwer gebeutelt worden.

Bei den Autozulieferern strichen unter anderem Bosch, Continental und Thyssen-Krupp Arbeitsplätze in der Region – und der Jobabbau bei Bosch in Abstatt soll noch weitergehen. Dafür hielten Magna und Rheinmetall den Wert des Vorjahres, wobei einzelne Standorte durchaus Einbußen hinzunehmen hatten. Rheinmetall ist insofern ein Sonderfall, als erstmals auch die Belegschaftszahl für den Infrarotsensor-Hersteller AIM einbezogen wurde, an dem der Rüstungskonzern die Hälfte der Anteile hält. Immerhin: Nach Jahren der Tränen blicken die Personaldienstleister wieder optimistischer nach vorne. Aber selbst für den momentan größten, Sure Personal mit Sitz in Schwäbisch Hall, reichte es die-

ses Jahr nicht für einen Eintrag in unserer Liste – er ergatterte Rang 77.

Im Spezialmaschinenbau laufen die Geschäfte immer noch gut. Vor allem die Verpackungsanlagenbauer haben weiter aufgestockt. Optima hat dadurch die Position als größter Maschinenbauer in der Region verteidigt, dicht gefolgt von Bausch & Ströbel aus Ilshofen, spezialisiert auf Medikamenten-Abfüllanlagen. Während Schunk, Rommelag und Wittenstein etwas weniger Personal in der Region meldeten, haben auch Schubert, Groninger und Syntegon aufgestockt – auch sie sind im Verpackungsmaschinenbau tätig. Andere Spezialisten wie Dieffenbacher stagnierten.

Den wachsenden Gesundheits- und Betreuungsbedarf illustrieren die Entwicklungen bei sozialen Arbeitgebern. Fast alle Kliniken haben aufgestockt, am stärksten das auf Psychiatrie und Neurologie spezialisierte Klinikum am Weissenhof. Die Evangelische Heimstiftung ist erneut gewachsen, ebenso der ASB Heilbronn-Franken, der ebenfalls stark in der Altenpflege ist. Aufgespalten wurde der Diakoneo-Konzern: Der Landkreis Schwäbisch Hall hat das Diak-Klinikum übernom-

men und führt es in eigener Trägerschaft weiter. Nun ist Diakoneo noch mit der Behindertenwerkstatt Sonnenhof sowie Kindertageseinrichtungen, Senioreneinrichtungen und ambulanten Pflegediensten vertreten. Erstmals in die Liste aufgenommen wurden die Weckelweiler Gemeinschaften im Landkreis Schwäbisch Hall. Nur knapp am Einzug in die Liste schrammte der Friedenshort vorbei, der vor allem in der Jugendhilfe aktiv ist.

Ein eher unerfreuliches Jahr war 2025 für die Hersteller von Konsumgütern: Nicht nur Würth, Berner und Förch als Zulieferer für Handwerk und Industrie sind leicht geschrumpft, auch beim Möbelhersteller Rauch in Freudenberg, beim Dachfenster-Produzenten Roto Frank in Bad Mergentheim und im Markisenwerk von Warema in Wertheim wurde Personal abgebaut. Vion mit dem Schlachthof in Crailsheim sowie Unilever mit dem Heilbronner Knorr-Werk fielen wieder aus der Liste heraus. Schon lange nicht mehr vertreten ist das Joghurtwerk von Landlebe, das einst mit mehr als 750 Beschäftigten einen sicheren Mittelfeldplatz in der Tabelle hatte: Im nächsten Jahr will der neue Besitzer Theo Müller den Standort schließen. Schon jetzt ist die Belegschaft weit unter 500 gesunken, jene Marke, ab der wir einen Arbeitgeber jährlich nach der Mitarbeiterzahl befragen. Und zwar immer auf dieselbe Weise: Gezählt werden Köpfe, inklusive Auszubildenden und Dualen Studenten, aber ohne im Unternehmen tätige Leiharbeiter, ohne Personen in Elternzeit, in der Passivphase der Altersteilzeit, ohne Freiwilligendienstler. Über all die Jahre garantiert das inzwischen eine hohe Vergleichbarkeit.

Wenn der Lachs aus dem Drucker kommt

Die Veranstaltungsreihe der Wittenstein Stiftung beschäftigte sich mit der menschlichen Ernährung in der Zukunft.

Die Veranstaltungsreihe „Enter the Future“ der Wittenstein Stiftung widmete sich einem der drängendsten Themen unserer Zeit: „Die Zukunft unserer Ernährung – Rohkost oder Hightech auf dem Teller?“ In der Tauber Philharmonie in Weikersheim trafen sich zwei Experten, um über die Versorgung der Weltbevölkerung von morgen zu diskutieren.

Beide Referenten sind an der Universität Hohenheim tätig: Professor Jan Frank als Fachgebietsleiter für Biofunktionalität der Lebensmittel, Professor Mario Jekle als Fachgebietsleiter für Pflanzliche Lebensmittel.

Manfred Wittenstein, Stifter und Kuratoriumsvorsitzender der Wittenstein Stiftung, unterstrich im Rahmen der Veranstaltung, wie eng Landwirtschaft, Ernährung und technologische Innovationen heute verknüpft sind. Dabei werde Ernährung zunehmend nicht nur zum ökologischen, sondern auch zum gesellschaftlichen Brennpunkt: Sie ist zugleich Treiber und Opfer des Klimawandels. „Unsere Zukunft hängt entscheidend davon ab, wie wir mit natürlichen Ressourcen umgehen und technologische Potenziale nutzen“, sagte Wittenstein.

Denn während rund 40 Prozent der globalen Treibhausgasemissionen auf Ernährung und Landwirtschaft zurückzuführen sind – unter anderem durch ressourcenintensive Fleischproduktion und Lebensmittelverschwendung –, geraten gleichzeitig Erträge durch Dürre, Extremwetter und Bodendegradation unter Druck. Hinzu kommt: Bis 2050 müssen voraussichtlich zehn Milliarden Menschen ernährt werden – mit steigendem

Bedarf an Protein, dem Grundbaustein unseres Lebens.

Daher stellten die beiden Referenten pflanzliche und alternative Proteinquellen ins Zentrum. Neben klassischen Quellen wie Hülsenfrüchten, Nüssen und Getreide gewinnen mikrobiell hergestellte Proteine aus Algen, Hefe, Pilzen oder Bakterien ebenso an Bedeutung wie Insekten und kultiviertes Fleisch. Die Vision: eine vielfältige Ernährung, die weniger Ressourcen verbraucht und gleichzeitig gesund bleibt.

Beispielhaft erläutert wurde dies anhand eines 3D-gedruckten Lachsersatzes aus Pilzprotein – technologisch faszinierend, ernährungsphysiologisch aber kritisch zu bewerten, da hochverarbeitet. Tatsächlich stammen heute rund 50 Prozent der täglichen Kalorienaufnahme aus stark verarbeiteten Produkten, die oft arm an Vitaminen, Ballaststoffen und Mineralstoffen sind, aber reich an Fett, Zucker und Salz – Diabetes, Übergewicht und Bluthochdruck nehmen weltweit zu.

Die Lösung liege nicht in einem dogmatischen „entweder – oder“, sondern in einem bewussten „sowohl – als auch“: Mehr unverarbeitete, pflanzenbasierte Lebensmittel, ergänzt durch Technologien zur Anreicherung, Haltbarmachung oder Formgebung – wie etwa durch 3D-Drucker, die nur produzieren, was tatsächlich gebraucht wird. Für Kantinen, Klinikverpflegung oder Spezialdiäten könne dies enorme Vorteile bieten.

Ein weiteres Zukunftsfeld ist personalisierte Ernährung. Zwar ermöglichen genetische und mikrobiologische Analysen die Ermittlung individueller Nährstoffbedarfe – doch bleibt deren Umsetzung komplex und Zukunftsmusik. Die Kernbotschaft des Abends: Die Ernährung der Zukunft ist individuell, technologieoffen und orientiert sich an gesundheitlichen wie ökologischen Leitplanken. Mehr Gemüse, Obst, Hülsenfrüchte und Nüsse, weniger Zucker und Fleisch – so lautet der Fahrplan für eine nachhaltigere Ernährungskultur. *red*

Seite 9

Aus dem Inhalt

Intersport fächert auf
Der Sporthändler eröffnet Flagship Stores und startet auch ein Basis-Angebot. **Seite 6**



Wachstumssprünge
Der Teamsport-Experte Jako hat eine beachtliche Entwicklung hingelegt. **Seite 8**



Gut gegessen
Caterer bereiten täglich tausende Mahlzeiten für den Mittagstisch zu. **Seite 15**



Mut zur Farbe
Wie und warum regionale Unternehmen Farben bewusst einsetzen. **Seite 16**



Ein Produkt der Heilbronner Stimme,
Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme

Tipp

Mitwirkwerk

Mit der Klimastiftung der Kreissparkasse Heilbronn werden Projekte zum Natur- und Umweltschutz, der Landschaftspflege sowie Erziehung und Bildung in der Region gefördert. Eines der Förderprojekte ist das „Mitwirkwerk“ – ein Angebot für Vorschulkinder, um die Natur mit allen Sinnen zu erleben. Noch bis zum 1. Dezember können sich Kindergärten für die Teilnahme bewerben. Der zirka vierstündige Projekttag mit Waldpädagogin in Zusammenarbeit mit dem Waldnetzwerk richtet sich an Vorschulkinder im Stadt- und Landkreis Heilbronn. Pro Projekttag können maximal 20 Kinder teilnehmen.

Weitere Informationen:
www.mitwirkwerk.de

Pitch im Handwerk

Bei „Der Pitch im Handwerk“, der am 4. März 2026 auf dem Kongress Zukunft Handwerk ausgetragen wird, werden die besten Ideen im Handwerk gesucht. Im Fokus sind 2026 die Themenfelder Unternehmensführung, Personal sowie KI im Betrieb. Gesucht werden Projekte und Ideen, die bereits seit mindestens sechs Monaten umgesetzt sind. Die Bewerbung ist noch bis zum 5. Januar über ein Online-Formular möglich.

Weitere Informationen:
www.zukunftshandwerk.com

Innovationsgutschein

Mit dem Innovationsgutschein „Mittelstand trifft Start-up“ unterstützt das Land die Kooperation von kleinen und mittleren Unternehmen mit Start-ups. Das Landes-Wirtschaftsministerium erweitert dabei das seit 2008 bestehende Förderprogramm um eine neue Kategorie. Künftig gibt es neben dem „Innovationsgutschein BW“, dem „Innovationsgutschein Hightech BW“ und dem „Innovationsgutschein Start-up BW“ den „Innovationsgutschein Mittelstand trifft Start-up“. Er richtet sich an kleine und mittlere Unternehmen und unterstützt diese dabei, innovative Produkte und Dienstleistungen direkt bei Start-ups einzukaufen. Die Antragstellung ist bis zum 1. Januar möglich.

Weitere Informationen:
www.l-bank.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: Simon Bitsch (sbi), Heiko Fritze (frz), Jürgen Paul (jüp), Martin Peter (map), Jürgen Strammer (jüs); Alexander Rülke (arü/PR), Tanja Weilemann (tawe/PR)

Tel. 07131 615-365
Fax 07131 615-373
E-Mail: redaktion@wirtschaftsstimme.de
Anzeigen: Martin Küfner (verantw.)

Tel. 07131 615-570
E-Mail: anzeigen-hn.stimme@stimme-mediengruppe.de

Verlag und 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

Godzilla auf der Staumauer



Winnenden Kärcher, die Filmfigur Godzilla und die Präfektur Saga – eine nicht ganz alltägliche Kombination, die nun auf einem Staudamm in Japan Realität geworden ist. Der Iwayagawachi-Staudamm in Saga, der als Leinwand diente, feierte sein 50-jähriges Bestehen und die Filmfigur Godzilla ihren 70. Geburtstag. Durch das gezielte Abtragen von Verschmutzungen mit Kärcher-Hochdruckreinigern entstand auf der Betonober-

fläche der Talsperre aus dem Kontrast von gereinigter und ungeräumter Fläche eine Zeichnung, die Godzilla in einer Großstadtszenarie zeigt. „Diese Zeichnung war zwar nicht das erste Reverse Graffiti für uns, ist aber dennoch etwas ganz Besonderes. Godzilla gehört in Japan sozusagen zum modernen Kulturgut“, sagt Nick Heyden, der als Projektmanager von Kärcher das Projekt umsetzte.

Foto: Kärcher

Firmen von A bis Z

Amphenol	5	W. Gessmann	4	Panorama Catering	15
AOK Heilbronn-Franken	4	Groninger	4, 5	Pilzland	12
ASB Heilbronn-Franken	4			Prezero	5, 8
Audi	4, 5	Härdtner	4	Procter & Gamble	4
		Hausgemacht Bio Catering	15		
Bausch & Ströbel	4, 5	Hengstenberg	12	R. Stahl	4
Bausparkasse Schwäbisch Hall	4, 9, 16	Hofmann Menü	4, 15	Rauch	4
BBT-Gruppe	4, 5	Hohenloher Molkerei	13	Recaro Aircraft Seating	4, 5
Bechtle	3, 4, 5, 6	Hosta	3	Rheinmetall	4
Beck Spanferkel	13			Rommelag-Gruppe	4
Bera	5	Illig	5	Roto Frank	4
Berner-Gruppe	4	Intersport	6, 7	Rüdinger	4, 16
BESH	12				
Better Taste Group	15	Jako	7	Saller	7
Bindergroup	4	JM Schuller	5	Sapros	13
Bosch	4	Hermann Jung-Kramer	4, 13	Schubert	4, 5
Bosch Tiernahrung	4			Schunk	4, 5
Bott-Gruppe	4	Kaco New Energy	5	Schwarz-Gruppe	4, 5, 6, 8
Brand-Gruppe	4	Kärcher	2, 4	SLK-Kliniken	4
Bürger Maultaschen	4, 12, 13	Kaufland	5, 8, 12, 13	Stahl Kartoffeln	13
Bürkert	4	Klinikum am Weissenhof	4	Südwestdeutsche Salzwerke	4
		König & Meyer	5	Südzucker	12
Continental	4	Kramer-Gruppe	4	Syntegon	4
		Kreissparkasse Heilbronn	4	Systemair	14
Deutsche Bahn	4	Kurtz Ersä	4		
Deutsche Post	4	L-TV Heilbronn	5	Thyssen-Krupp	4
Diak-Klinikum	4	Läpple	4		
Diakoneo	4	Landkreisklinikum Crailsheim	4	Unilever	10, 12
Dieffenbacher	4, 5	Layher	4		
Distelhäuser Brauerei	13	Lebenswerkstatt	4	Vereinigte Spezialmöbel	4
		Leonhard Weiss	4	Vion	12
EBM-Papst	4	Lidl	5, 8, 9	Voith	4
Edeka Südwest	4, 5	LTI	4Magna5	VR Bank Heilbronn Schwäbisch Hall	4
Edeka Ueltzhöfer	14	Mann & Schröder	4		
EnBW	4, 5	Marbach	4	Warema	4
Ensinger	12	Meyer Menü	15	Weckelweiler Gemeinschaften	4
Envases Öhringen	4	Milchwerk Crailsheim	13	Weinig	4
Evangelische Heimstiftung	4	Molkerei Schrozberg	13	Wild Kartoffeln	13
Evangelische Stiftung Lichtenstern	4	MPDV	16	Wirthwein	6
		Müller Lila	4, 5, 16	Wittenstein	1, 4, 5, 8
Förch	4	Mustang	5	Wolff & Müller	15
Frießinger Mühle	12			Würth	4, 5
Fritz-Gruppe	4	Olymp	8	Ziehl-Abegg	4
		Optima	4, 5, 8	Zimmermann	12
Gemü	4				

Ohne Forschung kein Wohlstand

Neue Ideen und Innovationen bringen dem Land nachhaltige Wertschöpfung, meint unser Gastautor.

Gastautor

Von Alfred Gramling



In Deutschland scheinen grundlegende Wahrheiten über wirtschaftliche Zusammenhänge verloren gegangen zu sein. Es entsteht immerfort Neues, während das Alte untergeht. Doch Politik, Gesellschaft und zu viele Unternehmen kümmern sich um das Alte und vernachlässigen das Ringen um Innovationen. Unsere Wirtschaft scheint von Verunsicherungen durchdrungen und viele Beschäftigte fürchten, dass ihre Arbeitsplätze verloren gehen.

Doch Ignoranz gegenüber dem Fortschritt können wir uns nicht mehr leisten. Bei allzu vielen Entscheidungen wurde der Erfolg der Vergangenheit für die Zukunft hochgerechnet. Dabei ist es eine alte Weisheit, dass nichts so bleibt, wie es ist, schon gar nicht im globalen Wettbewerb. Vom Verschwinden der Uhren-Produktion aus dem Schwarzwald über den Niedergang von Kodak bis hin zu Nokia zeigen viele Beispiele, dass eine Weltmarktführung immer bedroht ist, wenn sie sich auf alten Rezepten ausruht. Haben die Manager der einst führenden deutschen Konzerne wirklich gedacht, dass die Entwicklung so weiter geht?

Diese Denkmuster müssen sich ändern. Wer seine Erfolgsmuster permanent infrage stellt, mit der Sicht von außen angreift und daraus Lehren zieht, bleibt dem Wettbewerb einen Schritt voraus. Auch die jahrelange Praxis der Übergabe von Knowhow an Konkurrenten oder wirtschaftliche Rivalen hat nun gravierende Folgen. Unsere weltweit führende Fahrzeug-Industrie, Basis unseres Wohlstandes, wurde zum Unwort degradiert und in die Hände der chinesischen

Partner abgeschoben. Dabei ist der Brennstoff ja nur ein Teilaspekt, denn das Prinzip eines Kolbenmotors kann ja auch mit anderen Kraftstoffen Bewegungs-Energien entwickeln. Da wurde das Kind mit dem Bade ausgeschüttet.

Der stetige Know-how-Abfluss, nicht genutzte Synergie-Effekte und der fehlende Vorausblick treffen die Automobilindustrie mitsamt den Zulieferern nun sehr heftig. Damit ist die strategische Absicherung für den Wirtschaftsstandort Deutschland in weite Ferne gerückt. Einst wurden Großunternehmen durch die Innovationskraft ihrer Zulieferer erfolgreich. In der Krise entzieht man ihnen nun die wenigen verbliebenen Aufträge. Obendrein quält die Politik die Betriebe, die der Heimat noch treu sind, mit immer neuen und oft unrealistischen Vorschriften wie dem Lieferkettengesetz. Nun landen wir im Niedergang.

Der Weg zurück an die Weltspitze gelingt nur mit Erfindungen und neuen Produkten. Leider schwächelt Deutschland auch in der Forschung, der einstigen Domäne des Landes. Forschung wird bei uns mit sehr viel Aufwand betrieben, mit

Editorial

Von Heiko Fritze



Fast schon Selbstversorger

Der Spruch ist mittlerweile schon etwas abgedroschen: Wer sich ausschließlich mit Produkten aus Heilbronn-Franken ernähren wollte, der würde nicht verhungern. Denn tatsächlich liefern Betriebe, vom Landwirt bis zum Konzern, nahezu alles, was der Mensch zur vollwertigen Ernährung benötigt – von Getreide über Fleisch, Milch und Eier bis zu daraus hergestellten Waren. Einzig bei exotischen Früchten wird es schwierig – weder Ananas noch Reis oder Erdnüsse gedeihen hierzulande, und im Neckar schwimmen weder Thunfisch noch Heringe oder Krabben.

Doch abgesehen davon geht unsere Region durchaus als eine Region der Selbstversorger durch. Landwirtschaft spielt bereits unmittelbar an der Stadtgrenze von Heilbronn eine große Rolle, im Hohenlohekreis, in Main-Tauber und im Landkreis Schwäbisch Hall ist das Leben trotz aller Maschinenbauer, Ventilatoren- und Ventilhersteller noch immer agrarisch geprägt. Das schlägt sich auch in der Branchenstruktur nieder: Es gibt gleich drei große Molkereien, die mit unterschiedlichem Produktspektrum erfolgreich sind. Mehrere Mühlen verarbeiten das angebaute Getreide, mehrere Schlachtbetriebe zerlegen Rinder, Schweine und Geflügel.

In der nächsten Stufe stehen dann die Großbäckereien, Fertigenmü-Produzenten, Maultaschen- oder Trockensuppen-Hersteller: namhafte Unternehmen, große Arbeitgeber, zum Teil noch immer in Familienbesitz, zum Teil in Konzernstrukturen eingebunden. Das Überleben in Zeiten des sich weiter konzentrierenden Handels ist nicht immer einfach. Dann lautet das Stichwort: Rationalisierung. Wie dies gelingt, haben wir am Beispiel des Heilbronner Knorr-Werks dargestellt. Dass der Standort vor fünf Jahren vor der Schließung stand, merkt man ihm nicht mehr an: Es wird investiert, umgekrempelt und neu sortiert.

Eine kleinere, aber hochdynamische Branche ist der Sportfachhandel. Neben dem Branchenprimus Intersport, der im nächsten Jahr sein 70-jähriges Bestehen feiert und einst in Heilbronn gegründet wurde, haben sich auch kleinere Spezialisten hochgearbeitet. Jako stattet mittlerweile mehrere Mannschaften der Fußball-Bundesliga aus, während Saller aus Weikersheim in bescheidenerem Umfang aktiv ist. Sport wird jedenfalls von vielen Unternehmen nicht mehr bloß als Freizeitbeschäftigung angesehen: Viele größere Betriebe haben eigene Fitnessstudios und sogar Joggingstrecken rund um das Firmengebäude eingerichtet, andere bieten Kurse an. Und gerne werden populäre und telegene Sportarten gesponsert – von den Unternehmen der Schwarz-Gruppe, von Würth, Audi, aber auch vielen kleineren Unternehmen, die es so bis in Bundesligen schaffen.

Vorschriften, Richtlinien und ideologischen Vorgaben. Wen wundert's, dass dem nur wenig nennenswerte Ergebnisse gegenüberstehen?

Kurzum, es muss eine radikale Kehrtwendung angeschoben werden, in allen Bereichen. Ohne ideologische Scheuklappen muss mit dem Willen zum Erfolg geforscht werden. Wir schaden uns selbst, wenn nun selbst in Forschung und Entwicklung Arbeitsplätze abgebaut werden, wenn ältere Spitzenkräfte entlassen werden und von den Unerfahrenen dann in einer 30-Stunden-Arbeitswoche der Wandel für neue Produkte herbeigeführt werden soll. In der KI-Euphorie glauben viele, alles wird nun besser. Ganz sicher wird die KI in einigen Bereichen nützlich sein. Sie verarbeitet vor allem das im Netz vorhandene Wissen schneller. Doch sie erfindet bis jetzt nichts Neues. Es bleibt dabei: Forschung und Entwicklung ohne Denkverbote, ohne Vorgaben und ohne Zeitkorsett sind der Schlüssel, um den selbst verursachten Rückstand wieder aufzuholen.

Alfred Gramling, Besigheim

Früher Chefin als gedacht

Laura Opferkuch übernahm 2019 unverhofft die Leitung von Hosta und formt das Unternehmen seitdem um.

Von unserer Redaktion

Es ist sechs Jahre her, dass Laura Opferkuch plötzlich die Führung des familieneigenen Unternehmens Hosta in Stimpfach im Landkreis Schwäbisch Hall übernehmen musste. Als ihr Vater 2019 mit gerade einmal 60 Jahren überraschend starb, steckte die junge Frau noch mitten im Jura-Examen. „Ich habe keine Sekunde gezögert. Für mich war das selbstverständlich: Ich übernehme“, erzählt sie. Heute blickt sie zurück – auf eine Zeit voller Herausforderungen und Entscheidungen. Ohne Führungserfahrung, aber mit klaren Werten war sie eingestiegen. Die ersten Monate beschreibt sie als überwältigend: „Ich wollte Sicherheit ausstrahlen, aber habe heimlich in Meetings gegoogelt, um mitzukommen und zumindest einigermaßen informiert zu sein.“ Ihre Strategie: lernen, beobachten, Haltung zeigen. Ein wesentlicher Wendepunkt war ein Coaching, das ihr half, sich von der Rolle ihres Vaters zu lösen und ihren eigenen Stil zu finden. Mit dem Programm „Hostafari“ etablierte sie Schritt für Schritt eine neue Unternehmenskultur. Werte wie Authentizität und Wertschätzung spiegeln sich



Laura Opferkuch leitet seit sechs Jahren den Süßwaren-Hersteller Hosta. Foto: privat

seither im Wechsel vom Sie zum Du, was sie unternehmensweit eingeführt hat, und verpflichtenden Leadership-Trainings wider. „Führung beginnt nicht beim Titel, sondern bei der inneren Haltung“, betont sie. Laura Opferkuch hat nicht nur ihren Führungsstil weiterentwickelt, sondern auch sich selbst besser kennengelernt: Sie setzt heute Prioritäten und verlässt sich stärker auf ihr Bauchgefühl. „Letztes Jahr war mein Vorsatz, weniger Ja zu sagen. Seitdem habe ich beim Thema People Pleasing eine Kehrtwende gemacht.“ Dies mache ihren Arbeitsalltag effektiver und entspannter. Manche Veränderungen sorgten anfangs zwar für Irritationen, heute prägen sie jedoch die Zusammenarbeit. Neben kulturellem Wandel standen auch strukturelle Veränderungen auf dem Plan: Ein neues ERP-System, eine überarbeitete Prozesslandschaft und eine neue Meetingstruktur wurden eingeführt. Digitalisierung und Dokumentation werden bei Hosta heute aktiver gelebt. „Wir wollen nicht länger von den Erfahrungen Einzelner abhängig sein, sondern Wissen und Abläufe für alle zugänglich machen.“ Auch bei der Produktentwicklung setzt Opferkuch auf Substanz. Fünf neue Produkte hat der Hersteller von Süßwaren – am bekanntesten ist der Puffreisriegel Nippon – seit 2019 auf den Markt gebracht, darunter mehrere Limited Editions sowie neue Packungsformate. Hinzu kommen Relaunches der Marken Mr. Tom, Amor di Pane, Nippon und Romy. „Wir haben viele Ideen. Aber wir bringen nur das auf den Markt, was wirklich zu uns passt.“ Ein Meilenstein wurde die Modernisierung des Verwaltungsgebäudes. Das Projekt, das der jungen Unternehmerin besonders am Herzen liegt, wurde in diesem Jahr intensiv vorangetrieben. Für Laura Opferkuch ist es mehr als nur ein

Gebäude: „Unsere modernisierte Verwaltung ist ein Symbol für die Veränderung und Transformation, die ich vom ersten Tag an immer im Fokus hatte.“ Auch für die Region hat sich unter ihrer Führung viel getan: neue Jobs, Sponsoring-Aktionen, Partnerschaften. Künftig soll auch ihr Herzensprojekt, die Waldschänke, ein schwäbisches Restaurant in Ellwangen, das sie ebenfalls von ihrem Vater geerbt hat, eine größere Rolle spielen – mit Events, Spendenaktionen und als Ort für mehr gesellschaftliches Miteinander. Laura Opferkuch bleibt trotz der Chef-Position auch einfach Mensch. Die alleinige Inhaberin der Firma teilt in der internen Kommunikation genauso wie auf Social Media offen ihre Erfahrungen, Perspektiven und Gedanken. Und am Ende eines harten Tages weiß die 35-Jährige auch, wie sie einen Ausgleich findet: „Wenn ich abends mit meiner Schwester Playstation spiele und von einem Horrorclown gejagt werde, ist das der perfekte Stressabbau für mich.“ *frz*

Firmen

1000. Ladepunkt

Die Bechtle AG hat die Marke von 1000 Ladepunkten für Elektrofahrzeuge an den Unternehmensstandorten in der DACH-Region erreicht. Im Rahmen der baulichen Erweiterung in Gütersloh wurde der eintausendste Ladepunkt in Betrieb genommen. Die Gesamtzahl entspricht einer Verzehnfachung der installierten Ladeinfrastruktur seit 2020, heißt es in einer Mitteilung. Alleine in diesem Jahr kamen demnach 166 Ladepunkte neu hinzu. Mittlerweile bietet das größte deutsche IT-Systemhaus an 61 Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz die Möglichkeit zum Laden von hybriden und vollelektrischen Fahrzeugen am Arbeitsplatz. Der Ausbau soll die nachhaltige Fuhrparkstrategie von Bechtle unterstützen. Teil der Nachhaltigkeitsstrategie ist es, auch in weiteren der insgesamt 14 europäischen Länder, in denen Bechtle mit eigenen Standorten vertreten ist, die Ladeinfrastruktur weiter auszubauen. Derzeit verfügt Bechtle außerhalb der DACH-Region über rund 60 Ladepunkte unter anderem in Belgien, Frankreich und den Niederlanden. Ende 2024 betrug der Anteil alternativer Antriebe im Fuhrpark des Neckarsulmer IT-Dienstleisters rund 47 Prozent, davon rund 21 Prozent vollelektrische Fahrzeuge. Die größte E-Ladetankstelle der Gruppe befindet sich am Konzernsitz, wo derzeit rund 170 Ladepunkte in Betrieb sind. Hier startete bereits 2014 der schrittweise Auf- und Ausbau der Ladeinfrastruktur. *red*

ANZEIGE

Maßgeschneiderte Finanzdienstleistungen für Freiberufler

Ein Team von 17 Beratern der Kreissparkasse Heilbronn ist auf diese Berufsgruppe spezialisiert

Freiberufler haben spezielle Bedürfnisse und Anforderungen, wenn es um ihre Finanzen geht. Ob Abwicklung des Zahlungsverkehrs, Liquiditätsmanagement, Finanzierung von hochmoderner Technik, Risikoabsicherung, Altersvorsorge oder der Kauf beziehungsweise Verkauf von Praxis, Kanzlei oder Büro: Bei all dem ist es gut, einen zuverlässigen Partner wie die Kreissparkasse Heilbronn an der Seite zu wissen. Die fachkundigen Beraterinnen und Berater unterstützen Menschen aus den heilenden Berufen wie Ärzte und Apotheker ebenso versiert wie Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer, Steuer- und Unternehmensberater, Architekten und Ingenieure. Seit fast 20 Jahren betreut die Kreissparkasse Heilbronn die Berufsgruppe der freien Berufe in sämtlichen Vorsorge-, Finanzierungs- und Vermögensfragen – und das vom Studium über den Berufseintritt, von der Praxis- oder Kanzleigründung bis in die Rentenphase. Dabei gehört es auch zum täglichen Geschäft der Sparkassenspezialisten, gesetzliche Änderungen, die freiberuflich Tätige betreffen, im Blick zu haben, sich methodisch weiterzubilden und immer auf dem aktuellsten Stand zu sein. Und so sind die Beraterinnen und Berater der Kreissparkasse bestens vertraut mit den Herausforderungen dieser Berufsgruppen. Unsere Kunden profitieren entsprechend von einer ganzheitlichen Betreuung angepasst an die jeweilige Lebenssituation. Maßgeschneiderte, individuelle Lösungen zu allen Finanzangelegenheiten des privaten und unternehmerischen Bereichs sind damit garantiert. Das wird sichergestellt, indem unsere Beraterinnen und Berater als Tandem aus Vermögens- und Firmenkundenberater auftreten.

In den KompetenzCentern für Freie Berufe in Heilbronn, Eppingen, Lauffen und Neckarsulm sind die Beraterinnen und Berater von Montag bis Freitag persönlich für ihre Kunden da. Für ein Beratungsgespräch kommen diese selbstverständlich in Ihre Praxis, zu Ihnen nach Hause oder nutzen Video-calls. Mehr als 2000 freiberuflich Tätige im Stadt- und Landkreis schätzen den umfassenden Service der Kreissparkasse Heilbronn. Vertrauen Sie auf unser Fachwissen und unsere langjährige Erfahrung – gemeinsam gestalten wir Ihre berufliche Zukunft. Wir beraten Sie gerne. *anz*

Weitere Informationen und Terminvereinbarung vor Ort unter Freie Berufe | Kreissparkasse Heilbronn (sparkasse-heilbronn.de), unter www.ksk-hn.de oder telefonisch über unser Kundencenter 0800 162 0500.



Die Beraterinnen und Berater der Kreissparkasse Heilbronn sind bestens vertraut mit den Herausforderungen, mit denen freiberuflich Tätige zu tun haben. Foto: Kreissparkasse Heilbronn

Kerngesund: Auch finanziell

Heilberufe Beratung – an alles gedacht

Die Experten der Kreissparkasse Heilbronn verfügen über relevante und aktuelle Branchenkenntnisse und wissen genau, worauf Sie achten müssen – ganz gleich in welcher Phase Sie sich mit Ihrer Praxis oder Apotheke befinden.

Weil's um mehr als Geld geht.

 **Kreissparkasse Heilbronn**

Firmen

Packaging Valley wächst

Die Mitglieder von Packaging Valley Germany trafen sich zur Mitgliederversammlung bei SEW-Eurodrive in Graben-Neudorf. 2025 begrüßte das Netzwerk bereits 20 neue Mitglieder – ein starkes Zeichen für seine Rolle als Plattform und Sprachrohr der Branche. Das 2007 gegründete Cluster gilt als führendes Kompetenzzentrum für intelligente und nachhaltige Verpackungs-, Maschinen- und Automatisierungslösungen. Es entstand aus der Fusion der Cluster Packaging Valley Region Hohenlohe und Packaging Excellence Region Stuttgart und vernetzt heute mehr als 120 Unternehmen in ganz Deutschland. Seit 2024 integriert Packaging Valley auch deutschlandweit ansässige Unternehmen.

red

Umwelttechnikpreis

Der Fibertractor von **Dieffenbacher** ist mit dem zweiten Platz beim Umwelttechnikpreis Baden-Württemberg in der Kategorie „Zirkuläres Wirtschaften und Vermeidung von Umweltbelastungen“ ausgezeichnet worden. Es handelt sich dabei um einen Dampfdruckbehälter zur Auffaserung von holzbasier-



Dieffenbacher erhielt den Umwelttechnikpreis. Foto: privat

ten Faserplatten. Er ist das Herzstück eines Recyclingprozesses, der erstmals die industrielle Wiederverwendung von Spanplatten möglich macht. Damit sind Hersteller in der Lage, recycelte Fasern einzusetzen und Frischholz zu ersetzen.

„Holzfaserplatten wurden am Ende ihres Lebenszyklus bisher in der Regel thermisch verwertet“, berichtet Michael Rupp, Leiter der Business Unit Recycling bei Dieffenbacher. „Mit unserem Prozess können wir die Platten ohne Qualitätsverlust wiederauffasern und die so gewonnenen Fasern erneut in der Plattenproduktion nutzen.“

red

Optima in Irland

Die **Optima**-Unternehmensgruppe hat die neue Gesellschaft Optima Machinery Ireland Ltd. gegründet. Mit dem neuen Standort erweitert Optima die Präsenz in Irland. „Irland ist ein wichtiger Standort insbesondere der globalen Pharmaindustrie“, sagte Christoph Müller, Finanzchef der Gruppe. „Mit Optima Machinery Ireland Ltd. können wir unsere Kunden künftig direkt vor



Optima hat jetzt auch eine Niederlassung in Irland. Foto: Optima

Ort begleiten und die Zusammenarbeit über alle Unternehmensbereiche hinweg weiter vertiefen.“ Die neue Gesellschaft arbeitet eng mit dem britischen Schwesterunternehmen Optima Machinery UK PLC zusammen. Bernard Quinn übernimmt die Geschäftsführung beider Standorte.

red

Die größten Arbeitgeber 2025

Unternehmen	Mitarbeiter in der Region*	Personal Tendenz	Branche	Ort	Umsatz weltweit letztes Geschäftsjahr	Bemerkungen
1. Schwarz-Gruppe	23105 (22346)	↗	Lebensmitteleinzelhandel	Neckarsulm	175,4 Mrd. €	Stand 31.12.2024
2. Audi	15515 (15464)	↔	Fahrzeugbau	Neckarsulm	64,5 Mrd. €	
3. Würth-Gruppe	13583 (14020)	↔	Handel: Befestigungstechnik	Künzelsau	20,2 Mrd. €	
4. Bosch	5922 (6100)	↘	Autozulieferer	Abstatt	90,3 Mrd. €	
5. SLK-Kliniken	5581 (5534)	↔	Gesundheit	Heilbronn	547 Mio. €	Bauleistung
6. Leonhard Weiss	3682 (3531)	↗	Hoch- und Tiefbau	Satteldorf	2,6 Mrd. €	
7. Bausparkasse Schwäbisch Hall	3506 (3461)	↔	Bausparkasse	Schwäbisch Hall	82,7 Mrd. €	
8. EBM-Papst	3423 (3580)	↔	Motoren und Ventilatoren	Mulfingen	2,1 Mrd. €	
9. Ziehl-Abegg	2970 (2768)	↗	Motoren und Ventilatoren	Künzelsau	893 Mio. €	mit Hohenloher Krankenhaus
10. BBT-Gruppe	2935 (3030)	↔	Gesundheit	Bad Mergentheim	1,40 Mrd. €	
11. Bechtle	2760 (2703)	↔	IT-Dienstleistungen	Neckarsulm	6,31 Mrd. €	
12. Kramer-Gruppe	2604 (2538)	↔	Gebäudereinigung	Heilbronn	k. A.	
13. Magna	2450 (2151)	↔	Automobilzulieferer	HN, Assamstadt, U'gruppenbach	42,8 Mrd. \$	FTE: 1180
14. Optima-Gruppe	2320 (2280)	↗	Maschinenbau	Schwäbisch Hall	800 Mio. €	
15. Bausch + Ströbel	2277 (2227)	↗	Maschinenbau	Ilshofen	464 Mio. €	
16. Bürkert	2086 (2086)	↔	Ventiltechnik	Ingelfingen	667 Mio. €	
17. Deutsche Post/DHL	2052 (2190)	↔	Post, Logistik	Heilbronn	84,18 Mrd. €	MSI, Huayu, AIM
18. Rheinmetall	2010 (1560)	↔	Rüstung, Automotive	Neckarsulm	9,8 Mrd. €	
19. Lebenswerkstatt	1992 (1985)	↔	Sozialdienst	Heilbronn	576 Mio. €	
20. Klinikum am Weissenhof	1956 (1852)	↗	Gesundheit	Weinsberg	217 Mio. €	
21. Diakoneo	1895	↔	Pflege- und Heimdienste	Schwäbisch Hall	736 Mio. €	u. a. Sonnenhof
22. EnBW	1811 (1802)	↔	Energie	Heilbronn	34,5 Mrd. €	inkl. GKN, Zeag
23. Schunk	1770 (1810)	↔	Maschinenbau	Lauffen	600 Mio. €	Bilanzsumme
24. ASB Heilbronn-Franken	1744 (1721)	↔	Rettings- und Sozialdienst	Heilbronn	90,3 Mio. €	
25. Kreissparkasse Heilbronn	1698 (1653)	↔	Sparkasse	Heilbronn	13,5 Mrd. €	
26. Evangelische Heimstiftung	1690 (1595)	↗	Pflege	Region	580 Mio. €	
27. Rommelag-Gruppe	1680 (1715)	↔	Maschinenbau	Sulzbach-Laufen	k. A.	Übernahme durch LK Schw. Hall
28. Diak-Klinikum	1618	↔	Gesundheit	Schwäbisch Hall	186,6 Mio. €	
29. Vereinigte Spezialmöbel	1591 (1572)	↔	Möbel	Tauberbischofsheim	351,6 Mio. €	
30. Wittenstein	1583 (1613)	↔	Maschinenbau	Igersheim	562,2 Mio. €	
31. Kärcher	1500 (1600)	↔	Reinigungsgeräte	Obersontheim, Bühlermann	3,446 Mrd. €	Gesamtleistung (vorläufig)
32. Gemü	1449 (1498)	↔	Ventiltechnik	Ingelfingen	525 Mio. €	
33. Schubert	1411 (1325)	↗	Maschinenbau	Crailsheim	421 Mio. €	
34. Layher	1400 (1400)	↔	Gerüste	Güglingen	k. A.	
35. Recaro Aircraft Seating	1342 (1336)	↔	Flugzeugsitze	Schwäbisch Hall	588 Mio. €	Gesamtleistung
36. Groninger	1316 (1187)	↗	Maschinenbau	Crailsheim	300 Mio. €	
37. Syntegon	1250 (1200)	↔	Maschinenbau	Crailsheim	1,6 Mrd. €	
38. Procter & Gamble	1100 (1100)	↔	Damenhygiene	Crailsheim	84,3 Mrd. \$	
39. Förch	1025 (1069)	↔	Handel: Befest.-technik	Neuenstadt	584 Mio. €	(inkl. Azubis, DH-Studenten)
40. Voith	1007 (1100)	↔	Maschinenbau	Crailsheim	5,2 Mrd. €	
41. Continental	1000 (1050)	↔	Folien, Kunstleder	Weißbach	6,4 Mrd. €	
42. Hermann Jung-Kramer	993 (1085)	↔	Nahrungsmittel	Jagsthausen, Möckmühl	158,4 Mio. €	
43. Läpple-Gruppe	980 (1151)	↔	Automobilzulieferer	Heilbronn	567 Mio. €	inkl. Fibro
44. Weinig	979 (930)	↔	Maschinenbau	Tauberbischofsheim	k. A.	Personalentwicklung ↗ steigend ↔ gleich bleibend ↘ fallend
45. Bosch Tiernahrung	928 (911)	↔	Tiernahrung	Blaufelden	k. A.	
46. Mann & Schröder	918 (862)	↗	Körperpflege	Siegelsbach	218,6 Mio. €	
47. Bürger Maultaschen	915 (922)	↔	Nahrungsmittel	Crailsheim	304 Mio. €	
48. R. Stahl	906 (999)	↘	Explosionsschutz	Waldenburg	344,1 Mio. €	Quelle: Main-Echo ohne Schenker
49. SWS-Konzern	870 (850)	↔	Bergbau	Heilbronn, Bad Fr'hall	337 Mio. €	
50. Hårdtner	855 (817)	↔	Bäckerei	Neckarsulm	78,3 Mio. €	
51. Bott-Gruppe	854 (715)	↗	Fahrzeugausrüstung	Gaildorf	248 Mio. €	
52. Dieffenbacher	852 (852)	↔	Maschinenbau	Eppingen	529 Mio. €	inkl. Elabo
53. Ev. Stiftung Lichtenstern	850 (800)	↔	Sozialdienst	Löwenstein	k. A.	Neu
54. AOK Heilbronn-Franken	820 (798)	↔	Krankenkasse	Heilbronn	k. A.	
55. Rauch	796 (880)	↘	Möbel	Freudenberg	168,8 Mio. €	
56. Deutsche Bahn	776 (1090)	↔	Verkehr, Logistik	Heilbronn, Ilsfeld	26,2 Mrd. €	
57. Hofmann Menü	775 (722)	↔	Nahrungsmittel	Boxberg	k. A.	Logistik, C&C
58. Roto Frank	750 (800)	↔	Dachfenster	Bad Mergentheim	884,3 Mio. €	
59. Landkreisklinikum Crailsheim	740 (733)	↔	Gesundheit	Crailsheim	56,7 Mio. €	
60. Weckelweiler Gemeinschaften	731	↔	Pflegedienste	Kirchberg/Jagst	25,4 Mio. €	
61. Berner-Gruppe	730 (742)	↔	Handel: Befest.-technik	Künzelsau	1,1 Mrd. €	Umsatz TK Automotive
62. Edeka Südwest	727 (755)	↔	Lebensmitteleinzelhandel	Ellhofen	10,7 Mrd. €	
63. Brand-Gruppe	725 (745)	↔	Laborgläser	Wertheim	k. A.	
64. Thyssen-Krupp Automotive	710 (765)	↘	Automobilzulieferer	Heilbronn	7,5 Mrd. €	
65. Warema	682 (710)	↔	Markisen	Wertheim	687 Mio. €	Bilanzsumme
66. Franz Binder	670 (806)	↔	Steckverbinder	Neckarsulm	k. A.	
67. VR Bank Heilbronn Schwäbisch Hall	662 (615)	↔	Bank	Heilbronn, Schwäbisch Hall	4,8 Mrd. €	
68. Kurtz-Ersa	661 (597)	↔	Metallverarbeitung	Wertheim	158 Mio. €	
69. Marbach	660 (658)	↔	Stanzformtechnik	Heilbronn	k. A.	Gewerkschaftsangabe
70. Fritz-Gruppe	659 (671)	↔	Logistik	Heilbronn	k. A.	
71. Müller-Lila-Gruppe	650 (580)	↗	Logistik	Blaufelden	248,7 Mio. €	
72. Envases Öhringen	648 (680)	↔	Verpackungen	Öhringen	k. A.	
73. Rüdinger	647 (599)	↗	Logistik	Krautheim	87 Mio. €	inkl. Osterburken
74. LTI Metalltechnik	645 (650)	↔	Metallteile/Blecbearb.	Schöntal	105 Mio. €	
75. W. Gessmann	639 (620)	↔	Schaltgeräte	Leingarten	112,7 Mio. €	

* Vorjahreswerte in Klammern HSt-Grafik

2001 listete unsere Redaktion erstmals die größten Arbeitgeber der Region auf. Einiges hat sich seitdem getan.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Es war damals eine einfache Idee: Welche Unternehmen gibt es in Heilbronn-Franken, die mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen? Die Liste der Kandidaten bekam unsere Redaktion von der IHK Heilbronn-Franken, die selbst eine ungefähre Größenklassifizierung führte. Dann telefonierte der damals im Unterressort Wirtschaft Regional eingesetzte Volontär diese Firmen ab, konfrontierte Pressesprecher, Personalleiter oder Geschäftsführer mit unserem Anliegen und erhielt mal mehr, mal weniger genaue Angaben zu Mitarbeiterzahl vor Ort und Umsatz.

Manches war damals noch nicht machbar, zum Beispiel die Mitarbeiterzahl von Lidl zu bekommen. Daher taucht in den ersten Tabellen nur Kaufland auf, ohne die Discountswester, ohne die zentralen Dienste der Schwarz-Gruppe. Das änderte sich erst mit der Tabelle 2004 – eine kleine Revolution und eine neuartige Offenheit in der bis dahin sehr verschlossenen Schwarz-Gruppe.

Damals rangierte der Handelsriese noch auf dem zweiten Rang unserer Tabelle, weit hinter dem Audi-Werk. 2020 löste Schwarz den Autohersteller aber an der Spitze ab und ist ihm seitdem immer weiter enteilt, während auch die Würth-Gruppe immer näher an den einstigen Beschäftigungsprimus heranrückt – mit einem Rückschlag in diesem Jahr.

Umfasste die erste Tabelle 2001 gerade mal 63 Unternehmen – wobei manche wohl auch einfach übersehen wurden –, so hat sie inzwischen den verfügbaren Platz gesprengt. In diesem Jahr sind es 88 Arbeitgeber, die mindestens 500 Beschäftigte in Heilbronn-Franken haben, so dass wir die Liste längst auf die größten 75 beschränkt haben. Unter dem Strich wird damit auch die Dynamik und das Wachstum der Region sichtbar: Es sind nicht nur weitere Arbeitgeber zu den größten von 2001 hinzugekommen.

Warum China so digital ist

Technische Begeisterung statt Datenschutz: Ein leitender VW-Mitarbeiter erzählt von seinen Erfahrungen im Reich der Mitte.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Lars Bäumann hat schon viele Länder gesehen in der Volkswagen-Welt. Jahrelang war er als Logistikleiter im Ausland, unter anderem in Mexiko und in der Slowakei. Zuletzt hat es ihn aus familiären Gründen nach Ostasien verschlagen: Zweieinhalb Jahre lebte er in China, genauso lange ist er nun in Malaysia. Und hat somit frische Einblicke in den Stand der Digitalisierung in jenen Ländern gewonnen – und in die dahinterstehende Mentalität der Bevölkerung. Über seine Erlebnisse berichtete er im Rahmen des Deep Racer Student Cups bei Audi auf den Böllinger Höfen.

Schon 2015 habe er festgestellt, dass China in Sachen Digitalisierung deutlich weiter als Europa ist, erzählt der VW-Mann, der aktuell Südostasien-Repräsentant des Bundesverbands für Logistik (BVL) ist. Und das habe sich bis heute fortgesetzt. Dafür macht Bäumann vor allem zwei Gründe aus: „Es herrscht einfach ein großer Pragmatismus“, erzählt



Das Landliebe-Werk, früher Campina, stand schon 2001 auf der Liste der größten Arbeitgeber. Es schließt nächstes Jahr. Foto: Archiv/Seidel

Die 25. Tabelle – und ihre Geschichte



Atmel war lange der größte Arbeitgeber im sogenannten Telefunkenpark. Die Firma ist deutlich geschrumpft und heißt heute Microchip. Foto: Archiv/Berger



Der Anlagenbauer Bausch & Ströbel ist enorm gewachsen. Foto: privat



Auf dem Stiftsberg hat die Schwarz-Gruppe 4000 Mitarbeiter. Foto: Fritze

Viele, die von Anfang an auf der Liste stehen, sind auch deutlich gewachsen.

Das trifft vor allem auf den Maschinen- und Anlagenbau zu. Der Schwäbisch Haller Verpackungsmaschinen-Hersteller Optima meldete für die erste Ausgabe 600 Mitarbeiter – aktuell sind es 2320, Tendenz stetig steigend. Mit Bausch & Ströbel wetteifert Optima um den Titel des größten Maschinenbauers in Heilbronn-Franken – wobei auch die Ilshofener ihre Belegschaft in der Region seit 2001 mehr als verdreifacht haben.

Ähnlich beeindruckende Wachstumsgeschichten erzählen die Zahlen für Schunk, Wittenstein und die Schubert-Gruppe. Groninger als weiterer großer Vertreter der Branche war damals noch nicht einmal aufgeführt, weil es noch zu wenige Beschäftigte waren. Wittenstein hat seine Belegschaft seit damals ebenso verdreifacht wie Recaro Aircraft Seating – dabei war der Schwäbisch Haller Sitzhersteller sogar zeitweise nach einem Stellenabbau aus der Tabelle gerutscht. Auch das enorme Wachstum von Bechtle war 2001 noch Zukunftsmusik, der IT-Dienstleister meldete 2001 knapp 600 Mitarbeiter – seitdem sind alleine in der Region Heilbronn-Franken knapp 2200 hinzugekommen.

Andere Unternehmen sind aber aus der Liste verschwunden. Die Schaeff-Gruppe wurde noch 2001 vom US-Konzern Terex übernommen, nach Sparrunden und Werksschließungen ist nur noch ein Rumpfbetrieb übrig. Deutlich geschrumpft sind der Chiphersteller Atmel, der nun Microchip heißt und nur noch etwa 120 Mitarbeiter zählt, der Steckerhersteller Amphenol und der Schwingquarz-Produzent Telequarz. Auch der Jeanshersteller Mustang macht nur noch in deutlich kleinerem Umfang weiter, ebenso der Glasverarbeiter JM Schuller oder der Maschinenbauer Illig. Das damalige Campina-Werk gehört heute Müller Milch und wird nächstes Jahr geschlossen, die Telekom hat einen Großteil ihrer Standorte aufgegeben, während das Kernkraftwerk GKN ganz von der EnBW übernommen wurde – wie auch das Hohenloher Krankenhaus in der BBT-Gruppe aufging oder der Gerätehersteller Getrag im Magna-Konzern. Sigloch gehört heute zu Müller Lila und Spar zu Edeka.

Manche Firmen in den 25 Listen waren sogar wie Feuerwerksraketen – sie stiegen auf, strahlten und verschwanden wieder. Wie Kaco New Energy, Söhner und Bera. Unsere Liste, sie erzählt auch vom Auf und Ab in der Region.

erfolgreich abgeschlossen wird, wird das groß gefeiert.“

Auch der Familienzusammenhalt trage zur Digitalisierung bei: Es sei selbstverständlich, dass die Jungen ihren Eltern oder Großeltern helfen, wenn diese mit den neuen, digitalen Anwendungen nicht zurechtkommen. „Man verehrt dort die Vorfahren“, erklärt Bäumann.

In der Autobranche herrsche zwar immer noch großer Respekt vor den deutschen Ingenieurleistungen, hat der VW-Mann festgestellt. Der Geschmack der Chinesen sei aber ein anderer: Sie sind begeistert von Spielereien, die ein europäischer Autobauer meist als unnötigen Firlefanz abtue. Wenn da ein Kaninchen über das Display laufe, halten das Europäer für Quatsch – für Chinesen ist es ein Kaufargument.

Dennoch: Grundsätzlich sei die Digitalisierung etwa in der Produktion nicht viel weiter als in Europa oder den USA. Bislang hätten aber die chinesischen Autohersteller vor allem für den eigenen Markt produziert, anfangs vieles händisch machen lassen und erst jetzt automatisiert und auf Export umgestellt. „Wenn dann 1000 Arbeiter benötigt werden, ordnet die Partei an, dass sie gestellt werden – und dann sind sie da.“ Auch das autonome Fahren sei nicht viel weiter entwickelt als im Westen. „Es gibt aber mehr Bereitschaft, das auszuprobieren. Und dieser Pragmatismus erzeugt eine Schnelligkeit, bei der wir im Moment nicht mithalten können.“

Köpfe

Wirtschaftsmedaille

Gabriela König, kaufmännische Geschäftsführerin der Firma König & Meyer mit Sitz in Wertheim, ist mit der Wirtschaftsmedaille des Landes ausgezeichnet worden. Sie führt heute als Enkelin eines der beiden Gründer das 1949 gegründete Unternehmen, das mit mehr als 300 Mitarbeitern Notenständer und Pulte, Stative und Sitze für Musiker – insgesamt mehr als 1500 Produkte – herstellt. *red*



Gabriela König
Foto: privat

Neue Marketingchefin

Seit dem 1. November hat der Eppinger Maschinen- und Anlagenbauer Dieffenbacher eine neue Marketingleitung. **Kathrin Kamm** hat die Aufgabe von Dirk Eisenmann übernommen, der auf eigenen Wunsch zum Jahresende ausscheidet. Eisenmann war seit 2016 Marketingchef. Zu seinen zahlreichen Meilensteinen zählen die strategische Neuausrichtung der Marke, die Einführung eines Smart-Plant-Konzepts sowie die Neugestaltung des Employer Brandings. Auch über seine Marketingaufgaben hinaus hat Eisenmann das Unternehmen geprägt, unter anderem bei der Einführung der unternehmensweiten Nachhaltigkeitsprämissen. Kathrin Kamm ist seit 2022 als Marketing Managerin bei Dieffenbacher tätig und seit November 2024 stellvertretende Marketingleiterin. Vor ihrer Tätigkeit bei Dieffenbacher sammelte sie umfangreiche Marketingfahrung auf Agenturseite. *red*



Kathrin Kamm
Foto: privat

Wechsel bei Prezero

Seit 1. November ist **Stefan Tollinger** neuer Leiter von Prezero Austria. Er folgt auf Manfred Riegthofer, der das Unternehmen verlässt. Tollinger gilt als profilierter und erfahrener Manager in der österreichischen Kreislauf- und Entsorgungswirtschaft mit über 30 Jahren in Führungspositionen bei Unternehmen wie Brantner, Remondis und Vorwagner, heißt es in der Mitteilung der Entsorgungssparte der Schwarz-Gruppe. Zu seinen Erfolgen zählten demnach die Errichtung der modernsten Kompostieranlage Österreichs, die Entwicklung einer Verwertungsanlage für Mischkunststoffe auf Basis eines chemischen Recyclingverfahrens sowie die Patentierung eines Aufbereitungsverfahrens für Reststoffe aus der Müllverbrennung. *red*



Stefan Tollinger
Foto: Prezero

Neu bei L-TV

Christian Altwein übernimmt als Leiter Unternehmensentwicklung und Organisation zentrale Steuerungsfunktionen für münchen.tv, tv.ingolstadt und L-TV Heilbronn. Inhaber Max Schlereth und Geschäftsführer Horst Rettig bauen damit die Führungsriege der Regionalsender-Gruppe aus. Der Münchener war Consultant mit internationalem Fachgebiet als auch 13 Jahre in der Welt der Medien – darunter neun Jahre bei ProSiebenSat.1, unter anderem als Director Sales Strategy & Operations, tätig. In seiner neu geschaffenen Position soll er Abläufe schärfen, Schnittstellen verzahnen und neue Betriebsmodelle implementieren. *red*

Köpfe

In den Ruhestand

Nach mehr als drei Jahrzehnten bei den Stadtwerken Schwäbisch Hall wurde **Ronald Pfitzer** in den Ruhestand verabschiedet. Sein Geschäftsführerkollege Gebhard Gentner übernimmt die Leitung des kommunalen Versorgungsunternehmens künftig allein. Pfitzer war zuletzt zuständig für Verwaltung und IT. Er begann seine Laufbahn bei den Stadtwerken in den frühen 1990er-Jahren, zunächst als freier Mitarbeiter in der IT, 1995 als Abteilungsleiter. Über verschiedene Stationen führte ihn sein Weg 2012 in die Geschäftsführung. *red*



Roland Pfitzer
Foto: privat

Zürn im Aufsichtsrat

Die Creglinger Wirthwein SE hat den Aufsichtsrat erweitert. Mit **Peter Zürn** gewinnt der Kunststoffverarbeiter einen ausgewiesenen Spezialisten für internationales Vertriebsmanagement, mit Thomas Klocac einen Kenner der pharmazeutischen Primärpackmittelindustrie und Medizintechnik. Zürn war mehr als 42 Jahre für den Würth-Konzern tätig, zuletzt in der Konzernführung. Seit 2020 ist Ralf Zan Finanzvorstand, 2024 wurde er außerdem Sprecher des Vorstands. Gemeinsam mit Technikvorstand Holm Riepenhausen und Vertriebsvorstand Thomas Kraus führt er weiterhin das Unternehmen. *red*

Beste Kommunikatorin

Susanne Marell wurde bei den PR Report Awards in Berlin als Kommunikatorin des Jahres ausgezeichnet. Sie ist Bereichsvorständin Corporate Affairs bei der Schwarz-Gruppe und verantwortet damit die Kommunikation des Unternehmens, zu dem unter anderem Lidl und Kaufland gehören. Marell ist seit 2023 für die Gruppe tätig. In dieser Zeit habe sie maßgeblich dazu beigetragen, dass Schwarz von einem Unternehmen, das so gut wie gar nicht kommunizierte, zu einem Akteur geworden sei, der sich neben dem Lebensmittelhandel auch im Bereich Zukunftstechnologien geschickt positioniert habe, so die Juroren. Zuvor war Susanne Marell unter anderem Leiterin der Agenturen Hill & Knowlton Strategies sowie Edelman. *red*



Susanne Marell
Foto: privat

Neuer Leiter Schweiz

Der Neckarsulmer IT-Dienstleister Bechtle hat **Martin Krull** zum neuen Vice President Switzerland ernannt. Der 60-jährige Schweizer folgt auf Christian Speck, der das Unternehmen nach neun Jahren in beiderseitigem Einvernehmen verlässt. Er verantwortete in seiner letzten Funktion die Aktivitäten von Bechtle Schweiz AG und Bechtle Suisse SA sowie von Bechtle Direct AG. Krull kommt vom ICT-Dienstleister Orange Business, wo er acht Jahre in Führungspositionen tätig war und zuletzt als Managing Director die Regionen Deutschland-Österreich-Schweiz und Osteuropa verantwortete. Weitere berufliche Stationen waren unter anderem der Systemintegrator Etrali SA, das weltweit tätige Kommunikationsunternehmen Avaya und der Cybersecurity-Hersteller Acronis. *red*



Martin Krull
Foto: Bechtle

Für jeden Kunden der passende Laden

Intersport entwickelt sich weiter: Nach Flagship Stores kommen nun auch Geschäfte für preisbewusste Käufer.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

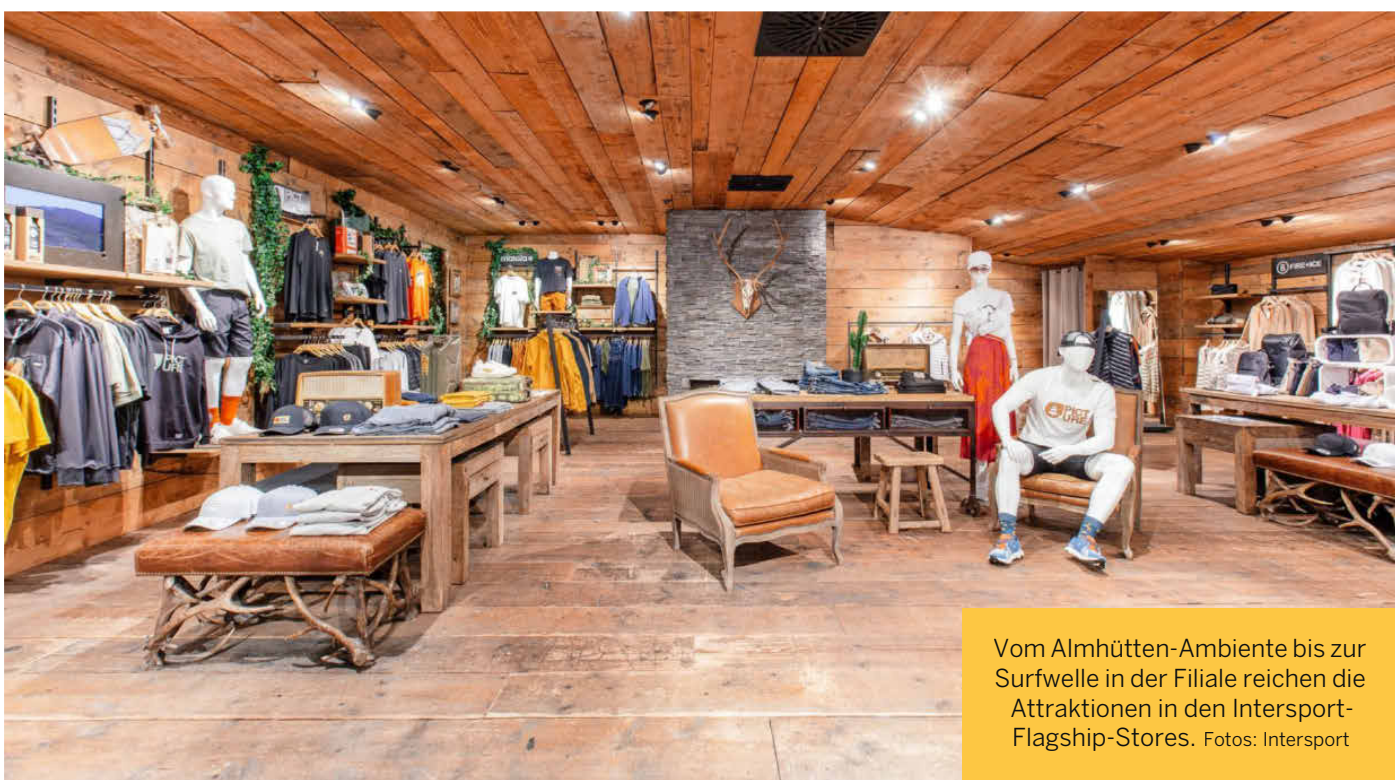
Es kann die Kletterwand mitten im Geschäft sein, oder sogar die Surfwelle. Auf jeden Fall etwas Besonderes – in den Flagship Stores zeigt der Sporthändlerverbund Intersport, was in der Branche möglich ist. „Dies ist die Speerspitze des Sportfachhandels“, sagt Vorstandsvorsitzender Alexander von Preen. Vor zwei Jahren hat die Genossenschaft mit Sitz in Heilbronn begonnen, die ersten ausgewählten Standorte ihrer Mitglieder entsprechend umzubauen. Inzwischen gibt es sechs Flagship Stores in Deutschland, nächstes Jahr sollen zwei weitere hinzukommen. Insgesamt sollen es bis 2030 exakt 15 sein.

Dabei handelt es sich nicht unbedingt um Geschäfte in Großstädten. Zwar wurde der bislang nächstgelegene Flagship Store bei Engelhorn in Mannheim eröffnet – dort findet sich besagte Kletterwand. Es gibt Geschäfte mit diesem Konzept aber auch schon in Kempten, Mülheim-Kärlich und in Ravensburg. Die Surfwelle wurde in Osnabrück eingebaut, ein Standort in Augsburg umfasst ein Sportstudio für Personal Training.

Gemeinsam haben diese Läden, dass sie überdurchschnittlich große Verkaufsflächen haben – und vor allem in ihren Spezial-Sportarten im Prinzip alles bieten, was es zu kaufen gibt, wobei auch das Personal Expertenwissen hat. „Es ist unser Highend-Konzept“, sagt der Intersport-Chef. „So etwas gibt es bisher nicht in Deutschland.“ Teil des Ganzen sind auch Erlebnisse und Events, zu denen teils Einladungen ausgesprochen werden, teils Anmeldungen und Verlosungen möglich sind. Das reicht von der Vorbereitung und Teilnahme am Berlin Marathon über Skitests bis zur Besteigung eines Viertausenders in der Schweiz.

„Es hat sich bislang keiner getraut, solche Tempel des Sports zu entwickeln“, sagt Alexander von Preen selbstbewusst. „Das bedeutet ja auch große Investitionen in hochpreisige Ware, die Gestaltung des Gebäudes und des Stores.“ Dafür sei aber die Resonanz der Kunden sehr positiv. „Die Communities bemerken rasch, dass man dort besondere Produkte bekommt.“ Umliegende Intersport-Mitglieder seien dennoch nicht benachteiligt, meint der Vorstandschef. „Das beobachten wir nicht.“ Es gebe quasi additive Sortimente – Highend in den Flagship Stores, die normale Ware bei den normalen Geschäften. „Wichtig ist, dass man sich voneinander abgrenzt.“ Daher seien in Flagship Stores kaum Preiseinstiegs-Artikel zu finden.

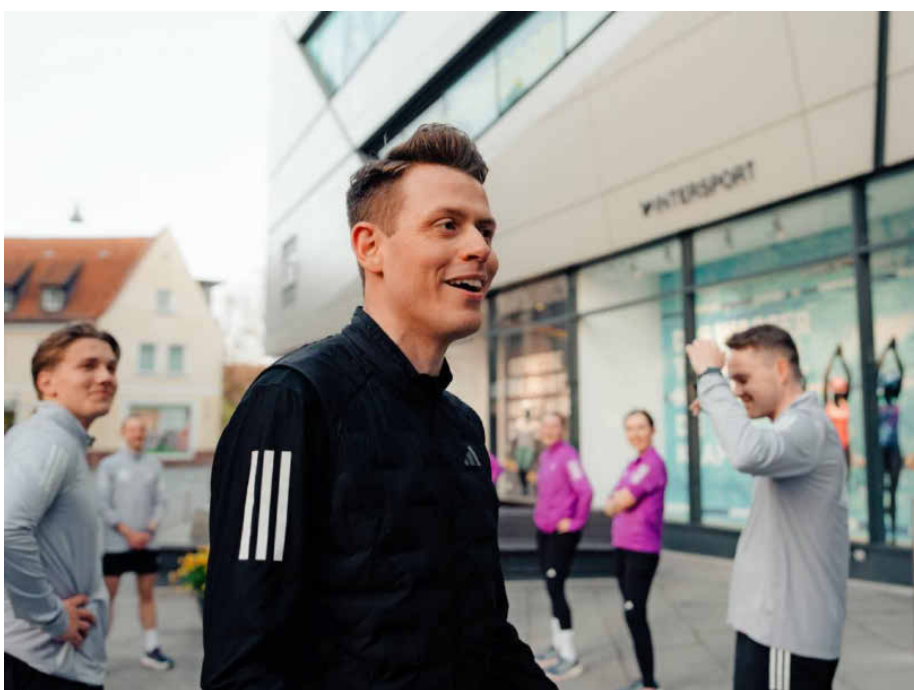
Doch auch in jenem Segment will Intersport sich breiter aufstellen. Lag bis-



Vom Almhütten-Ambiente bis zur Surfwelle in der Filiale reichen die Attraktionen in den Intersport-Flagship-Stores. Fotos: Intersport



Die Flagship-Stores bieten immer wieder Events an, zum Beispiel Ski-Tests.



5 Fragen an... Alexander von Preen

Alexander von Preen steht seit 2018 an der Spitze der Sporthändler-Genossenschaft Intersport mit Sitz in Heilbronn. Seit 2022 ist er auch Präsident des Handelsverbands Deutschland. Mit ihm sprach Heiko Fritze.

1 Herr von Preen, welchen Sport haben Sie in Ihrer Jugend betrieben und wie gut waren Sie darin?
Alexander von Preen: In meiner Jugend habe ich mit viel Leidenschaft Eishockey im Winter und Tennis im Sommer gespielt. Als Eishockey-Torwart habe ich es mit meinem Team bis in die Oberliga geschafft. Unser Tennis-Team hat es bis in die 1. Verbandsliga in Nordrhein-Westfalen geschafft. Das gemeinsame Einsetzen für ein Ziel und der besondere Teamspirit beim Sport sind für mich als Manager immer ein wertvoller Kompass geblieben.

2 Und welchen Sport können Sie heute neben Ihren vielen Aufgaben betreiben?
von Preen: Gut vereinbar mit

meinen Aufgaben als CEO von Intersport Deutschland sind regelmäßige Spaziergänge: entweder im schönen Heilbronn in den Weinbergen oder eben dort, wo ich gerade bin in Deutschland. Das gemeinsame Fahrradfahren mit meiner Frau ist auch etwas, das ich genieße. Wir versuchen, regelmäßig gemeinsam aktiv unterwegs zu sein, und wenn wir etwas Zeit haben – zum Beispiel im Urlaub –, genießen wir unsere gemeinsamen Golf-Runden.

3 Wie viele Sport-Fernsehkkanäle haben Sie abonniert – und was schauen Sie dort?
von Preen: Ich schaue nicht viel Fernsehen, habe aber Magenta Sport. Insbesondere für Eishockey der DEL und DEL 2 und Golf.

4 Neben Ihrer Position an der Spitze von Intersport Deutschland sind Sie Präsident des Handelsverbands Deutschland – und dem Handel geht es derzeit nicht besonders gut. Kommen Sie da eher frustriert oder ermu-

tigt aus Terminen in Berlin zurück?

von Preen: Ich bin von Hause aus ein Optimist und sehe mich als Möglichmacher und Chancen-Aufzeiger in allen Umfeldern, wo ich mich engagiere. Mein Ehrenamt als Präsident des HDE erfordert leider auch seit Antritt der neuen Regierung einiges an Frustrationstoleranz, zumal wenn ich auf Entwicklungen blicke wie das ungebremste Wachstum von fragwürdigen Drittstaaten-Plattformen wie Temu und Shein. Hier muss endlich etwas passieren vonseiten der Bundesregierung und auch auf europäischer Ebene. Ich schöpfe meine Kraft aus den Herausforderungen, die man zu lösen hat.

5 Welche Fähigkeit mussten Sie sich für Ihre Verbands-Amt noch aneignen?
von Preen: Als HDE-Präsident und BDA-Vize-Präsident wird man zur Person des öffentlichen Interesses. Man muss sicherstellen, alle Fragen zu den Themen Handel und Arbeitsmarkt gerne beantworten zu können.



Alexander von Preen ist Vorstandsvorsitzender von Intersport. Foto: dpa

Als Trainer wollte Richard Saller Fußballern zu günstiger Ausrüstung verhelfen – so entstand mit der Zeit Sport-Saller.

Von unserem Redakteur
Martin Peter

Der Chef? Auch die Verkäuferin muss suchen. „Wisst ihr, wo der Chef steckt?“, fragt sie im Büro. Achselzucken. „Vermutlich irgendwo im Haus unterwegs“, sagt sie. Natürlich hat der Firmenchef ein eigenes Büro, „aber da ist er weniger“. Richard Saller ist immer in Bewegung, verschwindet und taucht wieder auf. Steht plötzlich da. Ein drahtiger, großer Mann, Typ Ausdauerportler. Dass er im nächsten Jahr 80 wird, scheint sein Körper nicht zu wissen. Und Richard Saller selbst schert sich weniger darum. Morgens ist er immer der Erste und abends der Letzte – seit über 50 Jahren, die es Sport-Saller schon gibt. Anfangs war das noch keine große Kunst: Da gab es nur ihn, den Fußballlehrer, der mit 17 Trainer auf dem Dorf war und das Hobby zwischenzeitlich zum Beruf machte.

Noch bevor er mit den Würzburger Kickers später – in der Saison 1976/1977 – in die 2. Bundesliga Süd aufstieg, öffnete sich nebenbei das Tor zu einem eigenen Sportgeschäft. Als Trainer auf dem Dorf wollte er Fußballern zu günstigeren Schuhen verhelfen. „Im Geschäft haben die damals zehn Prozent Rabatt bekommen vielleicht – mussten dafür aber einen Hofknicks machen.“ Saller aber konnte über Bekannte günstiger bei Adidas einkaufen und gab die Rabatte weiter. Aus dem Kofferraumverkauf vor dem Training ist mit der Zeit mehr geworden. „Ich bin vom Tellerwäscher zum Tellerverkäufer geworden“, sagt Saller, der mit einem Fachgeschäft 1972 Sport-Saller gründete. Aus der Idee, gute und preiswerte Produkte für Fußballteams zu verkaufen, entwickel-



Fotos: Sport Saller

te sich der zwischenzeitlich größte Team-sport-Versand in Deutschland, der mit seiner Eigenmarke Saller auch zum Sportartikelhersteller avancierte.

Die zunehmende Bekanntheit öffnete Sport-Saller – das Unternehmen hatte seinen Firmensitz 1990 von Tauberrettersheim nach Weikersheim verlegt – Türen: Zwischenzeitlich statteten die Tauberfranken Proficlubs wie den SC Paderborn aus und spielten bei den Großen der Branche mit. In der Hochzeit arbeiteten 70 Menschen für Sport-Saller. „Heute sind es 35“, sagt Saller. Aus dem Profifußball hat sich der Ausrüster weitgehend zurückgezogen. Rot-Weiß Erfurt in der 3. Liga sowie die Nationalmannschaften Litauens und aus Gambia gehören zu den Kunden.

Das Geschäft sei schwieriger geworden, sagt Saller. Es bleibe nicht mehr beim Ausrüs-

ten. Vor zwei, drei Jahren sei ihm Werder Bremen angeboten worden. „Wir sollten den Verein im Wert von zwei Millionen mit Ausrüstung versorgen – und fünf Millionen Cash mitbringen.“ Zu viel, sagte Saller. 2024 endete auch die Partnerschaft mit Zweitligist Paderborn, auch der Deal mit Jahn Regensburg lief aus. Das kleine Unternehmen besinnt sich wieder stärker auf seine Wurzeln: den Dorffußball.

Eine Rückkehr auf die große Bühne ist nicht vorgesehen: Ausrüster wie Jako haben Sport-Saller überholt, lassen den Rivalen beinahe wie ein Auslaufmodell aussehen. „Die machen das besser als wir“, sagt Saller mit Blick auf das Unternehmen von Rudi Sprügel, der einst für ihn tätig war, neidlos. Kontakte zu Proficlubs zu hal-

ten, sei immer die Aufgabe seines Sohns Heiko gewesen, der die Firma hätte übernehmen sollen. Doch 2024 starb er überraschend, ein Schlag für die Familie Saller, aber auch das Unternehmen.

Das steht aber auf einer soliden Basis, sagt Richard Saller, dessen Sohn Stefan ebenfalls in der Firma tätig und für das Design und Auslandskontakte verantwortlich ist. „Dem Geschäft geht’s gut, wir haben keine Kredite und unsere Leute haben zu Essen“, wiegelt Richard Saller mögliche Zukunftssorgen ab. Umsatzzahlen verrät er nicht, „wir machen aber ein paar Millionen“, sagt er. Als Tante-Emma-Laden habe Sport Saller auch künftig seinen Platz.

Saller selber, der einen tiefen Glauben hat, denkt noch immer nicht ans Aufhören. Er habe seine Position im göttlichen Spiel, wie er das Leben nennt, gefunden. „Wer bis zu seinem Lebensende arbeitet, der kommt in den Himmel“, sagt er. Bis dahin bleibt er in Bewegung.

Richard Saller verkaufte anfangs Fußballschuhe aus dem Auto heraus.

Firmen

Hyrox-Partner

Die Intersport International Corporation GmbH, IIC, eine der weltweit führenden Sporthandelsgruppen, hat ihre Partnerschaft mit Hyrox, der World Series of Fitness Racing, verlängert. Im Jahr 2026 wird Intersport offizieller Titelpartner von drei großen europäischen Hyrox-Rennen – in Bordeaux, Hamburg und Stockholm. Hyrox entstand in Hamburg und kombiniert Fitness und funktionelles Training in einem Indoor-Wettkampfformat. In Deutschland hat sich die Sportart zu einer festen Größe in der Fitness-Szene entwickelt.

Die Partnerschaft zwischen Intersport und Hyrox besteht seit diesem Jahr. Die Veranstaltung Intersport Hyrox Maastricht zog mehr als 7000 Athleten sowie mehr als 8500 Zuschauer an. Das Rennen in Hamburg erreichte sogar mehr als 15000 Teilnehmer und 12000 Fans. Mit Veranstaltungen in Bordeaux (20. bis 23. November) und Stockholm (18. bis 21. Dezember) geht 2025 zu Ende. Insgesamt werden rund 18000 Athleten und Zuschauer erwartet.

red



Hyrox hat sich zu einem Fitnesstrend entwickelt. Foto: Intersport

ANZEIGE



Würth begleitet die deutsche Nationalmannschaft als starker Partner – wie hier beim WM-Qualifikationsspiel gegen Luxemburg im Oktober.
Foto: imago

Sport als verbindendes Element

Würth ist in vielen Sportarten präsent – überregional und regional im Hohenloher Land

Wer im Fußballstadion steht, kennt diese besondere Atmosphäre kurz vor dem Anpfiff. Die Hymnen erklingen, die Fans sind gespannt. Und dort, auf den Werbebanden hinter den Toren, erscheint ein rot-schwarzes Logo, das vielen in der Region vertraut ist: Würth.

Ein Stück Heimat

Die Szene läuft auch in Wohnzimmern, Kneipen und Vereinsheimen. Für viele wirkt es wie ein kleines Stück Heimat in einer großen Welt. Dass ein Unternehmen aus Künzelsau an solchen Orten sichtbar ist, hat seinen Ursprung in den 1970er Jahren, als Würth mit seinem Engagement im Motorsport begann. Heute ist das Unternehmen in vielen Sportarten

präsent, von Fußball, Handball, Eishockey bis hin zu Wintersport und den ganz großen internationalen Turnieren. Doch diese große Bühne erzählt nur einen Teil der Geschichte. Wer genauer hinschaut, entdeckt das Würth-Logo auch an den Sportplätzen im Hohenloher Land. Dort zeigt sich das Engagement auch in persönlicher Form, in Gesprächen, Arbeitsstunden und gemeinsamen Projekten. Ein Beispiel dafür ist die Initiative Würth Vereinsheimwerker.

Gemeinsam mit dem DFB unterstützt Würth seit einigen Jahren Amateurevereine in ganz Deutschland dabei, ihre Sportstätten zu renovieren oder neu zu gestalten. Was klein begann, hat inzwischen bundesweit große Resonanz gefunden. Gerade in

ländlichen Regionen, in denen Vereine stark vom Ehrenamt getragen werden.

Gemeinsam anpacken

Norbert Heckmann, Mitglied der Konzernführung der Würth-Gruppe, sagt dazu: „Auch ich war früher stark im Verein und Ehrenamt aktiv, im Volleyball, Fußball, in der Jugendgruppe und im Ferienprogramm. Deshalb unterstütze ich zu 100 Prozent, dass es Menschen gibt, die nach Feierabend oder am Wochenende noch auf der Baustelle stehen, weil ihnen ihr Verein am Herzen liegt. Anpacken, Verantwortung übernehmen und gemeinsam etwas schaffen, das passt sehr gut zu dem, was wir bei Würth täglich erleben.“

anz

Mehr als Fußball:
ENGAGEMENT, DAS VERBINDET.

Fußballvereine sind Orte der Begegnung. Der Amateurfußball lebt von seinen Persönlichkeiten: starke Spieler, begeisterte Zuschauer und engagierte Handwerker, die das Vereinsheim in Schuss halten. Gemeinsam mit dem DFB gibt Würth ihren Projekten eine Bühne. Denn ohne Ehrenamt kein Vereinsleben. Und ohne Vereinsleben keine Gemeinschaft. Herzlichen Glückwunsch an die Gewinner der Würth Vereinsheimwerker-Aktion 2025: Sie erhalten jeweils 10.000 Euro für ihre handwerklichen Herzensprojekte. Die nächste Runde startet im Februar 2026.

[wuerth.de/vereinsheimwerker](https://www.wuerth.de/vereinsheimwerker)

05_423

Firmen

Ehrung für Wittenstein

Der Igersheimer Technologiekonzern **Wittenstein** ist beim Event „Startup the future“ in der Kategorie „Excellence“ ausgezeichnet worden. Prämiert wurde die Entwicklung „Digitaler Zwilling entlang der Customer Journey“. Die Preisverleihung würdigt herausragende Innovationen aus Baden-Württemberg, die die digitale Transformation in der Industrie maßgeblich vorantreiben. Eine Delegation rund um Berttram Hoffmann, Vorstandsvorsitzender der Wittenstein SE, nahm den Preis entgegen. „Diese Auszeichnung ist eine großartige Bestätigung für die Innovationskraft unseres Teams und unserer Partner“, sagte Hoffmann.

Bei der Jubiläumsausgabe des Innovations-Events wurde das zehnjährige Bestehen der Allianz Industrie 4.0 Baden-Württemberg gefeiert. Im Fokus der Veranstaltung standen insbesondere die Themen Künstliche Intelligenz und Robotik als zentrale Zukunftstreiber für die industrielle Wertschöpfung in Baden-Württemberg. *red*

Bestnoten für Olymp

In der Imageanalyse „Oberteile Menswear 2025“ des Wirtschafts- und Modemagazins „Textilwirtschaft“ hat sich **Olymp** unter den 32 wichtigsten Marken für Männeroberteile in Deutschland souverän behauptet: Mit Bestnoten in zehn Kategorien wurde die Marke aus Bietigheim-Bissingen von den Einkaufsverantwortlichen der Fachgeschäfte für Männermode und des Bekleidungshandels auf einen Spitzenplatz im Ranking gewählt.

Die Marketing Research Textilwirtschaft führte die Erhebung im Rahmen einer personalisierten Onlinebefragung von Juli bis August 2025 durch. Nach Bewertung durch die Einkaufsverantwortlichen des Modeeinzelhandels wurden Olymp anschließend Bestwerte in den folgenden Kategorien attestiert: „Category Leader Hemden“, „Qualität“, „Passform“, „Nachhaltigkeit“, „Kollektionsbekanntheit“, „Geführte Lieferanten“, „Stammlieferant“, „Ungestützte Abfrage“, „Sorti-



Olymp bietet längst nicht mehr nur Hemden an. Foto: Olymp

mentsverankerung II“ und „Lieferleistung II“. Mark Bezner, Geschäftsführender Gesellschafter der Olymp Bezner KG, zeigte sich sehr zufrieden: „Unser Anspruch ist klar: Wie schon mit unseren Hemden wollen wir auch mit unseren weiteren Produkten an die Spitze des Marktes.“ *red*

40 Jahre in den USA

Die Optima Machinery USA Corporation, eine Tochtergesellschaft der Schwäbisch Haller **Optima Packaging Group**, hat ihr 40-jähriges Bestehen in den USA gefeiert. Gegründet 1985 in Green Bay, Wisconsin, hat sich das Unternehmen von einem Zwei-Personen-Büro zu einem Anbieter von Verpackungs- und Abfülltechnologien mit mehr als 200 Mitarbeitern in den USA und Puerto Rico entwickelt. Dabei reichen die Aktivitäten von Optima in den USA bis in die 1970er-Jahre zurück, als die ersten Windelverpackungsmaschinen das Interesse amerikanischer Hersteller weckten. *red*

Jako rüstet sich mit neuem Logistikzentrum für weiteres Wachstum. Zuletzt haben die Hohenloher mächtig zugelegt.

Von unserem Redakteur
Martin Peter

Der graue Riese, der sich in Hollenbach in der Amtstraße gut sichtbar erhebt, erinnert wenig an die Leichtigkeit eines Lionel Messi. Und auch die Strahlkraft eines Cristiano Ronaldo lässt der 60 Millionen Euro teure Koloss aus Stahl und Beton nicht wirklich erkennen. Die Verantwortlichen des Teamsport-Spezialisten Jako jedoch messen dem Gebäudekomplex eine Bedeutung bei, die dem Wirken der Fußball-Ikonen gleichkommt.

Während sich die großen Karrieren von Messi und Ronaldo dem Ende zuneigen, ist das Investment der Hohenloher spielentscheidend in die Zukunft gerichtet. Mit dem Logistikzentrum samt Lagerflächen am Firmenstandort kommt Jako seinen wichtigsten Versprechen nach: einer kontinuierlichen Waren-Verfügbarkeit sowie einer schnellen Lieferung. „Wir grenzen uns damit von unseren Marktgleitern ab“, sagt Tobias Röschl, der Vorstand Marketing und Vertrieb. Der graue unbewegliche Riese steht für weitere Wachstumssprünge – so, wie sie das Unternehmen in den vergangenen Jahren in großem Stil gemacht hat.

Erst 2023 hatten die Hohenloher ihr Hochregallager eröffnet. „Das entsprach damals schon beinahe einer Verdopplung der Lagerkapazität“, sagt Markus Frank, Vorstand Digitalisierung und Logistik bei Jako. „In der Folge sind wir trotzdem mit der Liefer-Performance schnell wieder an Grenzen gestoßen.“ Daher entsteht gerade ein 8000 Quadratmeter großes Gebäude, das neben einem modernen Behälterlager alle Logistikbereiche vom Wareneingang bis zum Versand enthält. Anfang 2027 soll das Zentrum den Betrieb aufnehmen. „Der Rohbau ist trocken, im Februar beginnt der Innenausbau“, sagt Frank.

Die kleine Brücke, die das neue Gebäude mit dem 2016 errichteten Teamcenter verbindet, liegt auf dem Gelände bereit und soll noch dieses Jahr installiert werden. Der Brückenschlag vom Einmann-Betrieb, den Rudi Sprügel in der Garage seines Bruders in Stachenhausen 1989 gründete, zu einem international agierenden Player in der Welt des Sports ist dem Hohenloher Familienunternehmen längst gelungen. Es läuft im Team Jako: Zuletzt hat der Teamsport-Spezialist seinen Umsatz in Rekordzeit verdoppelt.

Aus 100 Millionen im Jahr 2018 sind 200 Millionen Euro geworden „und dazwischen war noch Corona“, gibt Röschl zu bedenken. Brandbeschleuniger für diese rasante Entwicklung seien Nachhol-Effekte gewesen, einerseits. Andererseits die strategische Ausrichtung. „In Summe ha-



Gegenüber dem bestehenden Teamcenter, wie Jako seine Zentrale nennt, entsteht am Firmensitz in Hollenbach derzeit das neue Logistikzentrum, das für den Teamsport-Spezialisten von zentraler Bedeutung ist. Fotos: Jako

Neuer Superstar im Team



Hatte sich das Familienunternehmen lange Zeit auf Team-Ausrüstung konzentriert, haben die Hohenloher nun auch Corporate Teamwear im Angebot.



2021 hat Rudi Sprügel die Verantwortung an den Vorstand um (von links) Markus Frank, seine Töchter Yvonne und Nadine Sprügel sowie Tobias Röschl übergeben.

ben sich die Weichenstellungen ausgezahlt“, sagt Tobias Röschl. Insbesondere das Teamshop89-Konzept, dass Jako 2019 einführte. „Das ist unsere Antwort auf die massiven Herausforderungen im Einzelhandel.“ Ein Drittel der Läden würde wegbrechen, hieß es vor ein paar Jahren.

Die Suche nach einer Möglichkeit, wie Händler weiterhin valide Umsätze ma-

chen und auch Jako selber davon profitieren könnte, mündeten im Teamshop 89, einem modularen, gemeinsamen Marktenkonzept. Im Vergleich zu einem klassischen Franchise-System „geben wir mehr Luft zum Atmen“, sagt Tobias Röschl über die höheren Freiheitsgrade. Bei geringer Kapitalbindung sollen die Fachhändler eigenständig bleiben – und mit Jako einen

starken Partner an der Seite haben. Dafür hat das Unternehmen ein Ladenbau-Konzept aufgesetzt. „Wir haben uns gefragt: Wie muss der perfekte Teamsport-Händler aussehen“, beschreibt Röschl.

Für die Partner sei es dennoch ein fundamentaler Schritt gewesen. Als Sportgeschäfte, die Teamsport nebenher mitgemacht haben, waren sie gewohnt gewesen, von morgens bis abends auf der Verkaufsfläche zu stehen. Im neuen Konzept sind sie Teamsport-Ausrüster mit Showroom, zu denen Vereine mit Termin kommen. Service und persönliche Nähe bleiben indes wichtig. „Menschen kaufen bei Menschen“, sagt Röschl. Heute gibt es 50 Partner in acht Ländern. Und es werden mehr: Partner und Länder. „Wir führen aktuell sehr gute Gespräche in Kroatien und anderen Ländern“, verrät Tobias Röschl. Die Mehrheit der Partner bietet nur Jako an. Auf der einen Seite ein Klumpenrisiko. „Aber auch ein großes Vertrauen in uns als Marke“, sagt Röschl. Ein Mandat, dem die Hohenloher, die neben dem VfB Stuttgart weitere Fußball-Bundesligisten ausstatten und immer bekannter werden, mit ihren 400 Mitarbeitern gerecht werden wollen.

In der Nische der textilen Teamsporthausanbieter ist Jako bereits einer der Marktführer, rund ein Drittel Marktanteil reklamiert das Unternehmen für sich, nur Adidas dürfte auf Augenhöhe sein. 2021 hat Jako sein Sortiment erweitert und bietet seitdem auch Firmenkleidung an, eine Verbindung von Sport und Wirtschaft. Gerade im Sponsoren Umfeld vieler Sportvereine hat Jako potentielle Kunden ausgemacht und verbucht erste Erfolge. „Der Bereich macht etwa fünf bis zehn Prozent des Umsatzes aus und soll noch weiter anwachsen“, sagt Röschl.

Für 2026 kommen die Hohenloher mit einer Neuheit auf den Markt: ihrem ersten eigenen Fußballschuh. Der hat im Sortiment bislang noch gefehlt, geht auf Initiative von Firmengründer Rudi Sprügel zurück. Optisch durchaus filigran. Für Messi und Ronaldo aber eher zu spät.

Wie Firmen der Schwarz-Gruppe Sport fördern

Lidl, Kaufland und Prezero engagieren sich immer mehr in populären Sportarten. Dabei arbeiten sie auch zusammen.

Die Prezero-Arena in Hoffenheim, das Lidl-Trek-Team im Radsport oder Kaufland auf den Trikots der deutschen Skifahrer: Die Marken der Schwarz-Gruppe sind im Spitzensport angekommen. In den vergangenen Jahren wurde das Engagement stetig ausgebaut. Obwohl es hin und wieder auch Zusammenarbeit gibt, unterscheiden sich die Stoßrichtungen.

Prezero, die Entsorgungssparte der Schwarz-Gruppe, wurde durch das Namenssponsoring für das Stadion des Fußball-Bundesligisten TSG Hoffenheim im Jahr 2019 bekannt. Seitdem kamen Partnerschaften hinzu mit dem FC Bayern München, RB Leipzig, VfB Stuttgart, RCD Mallorca und jüngst mit der Deutschen Fußball-Liga. Das Engagement umfasst auch die Handball-Bundesliga, Basketball beim FC Bayern sowie eine Partnerschaft mit dem polnischen Volleyballverband. „Für uns ist der Ansatz entscheidend. Wir

betreiben kein klassisches Sponsoring im Sinne von reiner Logopräsenz, sondern suchen gezielt nach einer inhaltsgetriebenen Zusammenarbeit“, erläutert ein Unternehmenssprecher. „Dabei steht die gemeinsame Wertschöpfung im Vordergrund. Deshalb sprechen wir hier bewusst nicht von Sponsoring.“

Gerade der Sport könne eine Vorbildfunktion einnehmen und die Gesellschaft für Themen wie Abfallvermeidung und Ressourcenschonung sensibilisieren.

„Wir wollen neben Industrien auch die Gesellschaft transformieren. Sport bildet dafür ein wichtiges Rückgrat.“ Wichtig sei Prezero die qualitative Aufladung der Marke: „Durch das Engagement im Sport sowie die Tüv-Zertifizierung von Stadien werden wir als verlässlicher Partner und Lösungsanbieter für Kreislaufwirtschaft wahrgenommen.“

Lidl ist seit 2016 Partner des Deutschen Handballbundes und der der Handball-Bundesliga. International arbeitet



Lidl ist seit 2023 Hauptsponsor im Radsport. Hier gewinnt der Däne Mads Pedersen vom Team Lidl-Trek die vierte Etappe der Deutschland-Tour 2024. Foto: dpa

Lidl mit der EHF und der IHF zusammen, unter anderem bei den Männer- und Frauen-Europameisterschaften. Die Kooperation mit der EHF wurde bis 2028 verlängert. Im Fußball engagiert sich Lidl seit 2023, unter anderem beim FC Bayern München. 2024 war der Discounter Partner der Fußball-Europameisterschaft und bleibt bis 2030 Partner der Frauen-Europameisterschaft. Im Radsport ist Lidl seit 2023 Hauptsponsor des Teams Lidl-Trek, an dem der Discounter seit diesem Jahr die Mehrheit hält. „Mit unseren Sportpartnerschaften setzen wir uns für einen gesunden und aktiven Lebensstil ein“, sagt ein Sprecher. „Lidl wird zunehmend als sportnahe Marke wahrgenommen.“

Kaufland ist seit Mai Partner des Deutschen Skiverbands im Biathlon und in den nordischen Disziplinen und hat in Deutschland erstmals eine große Spitzensportkooperation abgeschlossen. International fördert Kaufland in Tschechien und der Slowakei die Entwicklung des Eishockeys. Das Unternehmen kooperiert zudem mit dem Fußball-Bundesligisten Eintracht Frankfurt und ist seit mehr als 15 Jahren Partner der Fußballschule um Bundesliga-Rekordspieler „Charly“ Körbel. Mit der Initiative „Kaufland Spielfreunde“ wird Jugendarbeit in regionalen Fußballvereinen unterstützt. *fz*

Food-Expertin Carolyn Hutter über nachhaltige Lebensmittel und warum es nicht immer Bio sein muss.

Nachhaltigkeit bei Lebensmitteln ist das zentrale Thema von DHBW-Professorin Carolyn Hutter. Jürgen Paul hat mit der Wissenschaftlerin gesprochen.

Sie haben sich dem Thema Nachhaltigkeit verschrieben. Warum?

Carolyn Hutter: Das Thema Nachhaltigkeit begleitet mich schon mein ganzes Leben. Das hat in meinem Elternhaus eine große Rolle gespielt. Daher bin ich intrinsisch sehr motiviert, dass wir uns im Jetzt darum kümmern, wie es in der Zukunft aussieht. Im Studium habe ich mich mit Klimaschutz und Nachhaltigkeit auseinandergesetzt und habe dazu promoviert. Danach war ich fast zehn Jahre in der Automobilbranche bei Porsche in Stuttgart, wo ich auch für Nachhaltigkeit zuständig war. Dann bin ich über eine Station bei Lidl in die Foodbranche gewechselt.

Warum die Lebensmittelbranche?

Hutter: Weil Lebensmittel Teil des täglichen Lebens sind. Ernährung hat einen großen Effekt auf unser Leben – positiv wie negativ. Für jeden Einzelnen, aber auch für die Umwelt.

Nun ist Nachhaltigkeit zu einem inflationär gebrauchten Modewort geworden. Droht da nicht die Gefahr, dass das Thema nicht mehr ernst genommen wird?

Hutter: Das Problem ist, dass der Begriff Nachhaltigkeit oft einhergeht mit einem Verzichtsnarrativ: Du sollst weniger Fleisch essen. In einer Zeit, in der viele Krisen die Menschen belasten, wollen die Leute nicht, dass man auch noch mit erhobenem Zeigefinger in ihr Essverhalten eingreift. Daher braucht es eine bessere

„Eine nachhaltigere Ernährung ist meistens auch eine gesündere Ernährung.“ Carolyn Hutter

Erzählung: Was hast du davon, wenn du dich besser ernährst? Eine nachhaltigere Ernährung ist meistens auch eine gesündere Ernährung. Man muss nicht immer diesen abgenutzten Begriff verwenden. Ich spreche gerne von Zukunftsfähigkeit.

Sie plädieren für Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette bei Lebensmitteln. Gehen wir die Akteure mal durch: Wie kann der Erzeuger, der Landwirt, für mehr Nachhaltigkeit sorgen?

Hutter: In der Landwirtschaft haben wir sehr viele Ansatzpunkte. Wie wirtschaftet man mit dem Boden? Wie verwende ich Düngemittel und Pflanzenschutzmittel? Dazu kommt die technologische Entwicklung, etwa die Nutzung von Präzisionslandwirtschaftsmethoden mithilfe von Robotertechnik und Künstlicher Intelligenz. Hier liegt ein großes Potenzial für mehr Nachhaltigkeit. Eine wichtige Rolle spielt auch der Ökolandbau mit seinen hohen Anforderungen an Tierhaltung und Umweltschutz. Je enger wir mit den natürlichen Gegebenheiten arbeiten, desto weniger müssen wir hinterher eingreifen.

Welche Rolle spielt der Handel?

Hutter: Eine große Stellschraube ist die Sortimentsgestaltung. Wenn der Handel nachhaltige Produkte ins Regal stellt, sind sie erst zugänglich. Allerdings sind diese oftmals teurer, weil die Schädigung, die konventionelle Produkte erzeugen, etwa Düngemiteileinsatz oder Emissionen, nicht in den Preisen enthalten ist. Im heutigen Preisgefüge wird das Unternehmen belohnt, das am meisten für sich herauszieht. Deshalb sind Produkte aus dem Ökolandbau, wo es meistens geringere Erträge gibt, teurer. Eine weitere Stellschraube ist daher der Preis. Da hat der Handel durchaus Spielraum.

Was kann der Verbraucher tun?

Hutter: Es fängt damit an, dass sich Verbraucher mehr mit ihrer Ernährung auseinandersetzen sollten. Was esse ich? Aus welchen Produkten setzt sich meine Ernährung zusammen? Welchen ökologi-



schen Fußabdruck erzeugt meine Ernährung? Da gibt es tolle Tools, die auch Laien nutzen können. Ein weiterer Ansatz ist die Reduzierung von Lebensmittelverschwendung. In den Privathaushalten werden die meisten Lebensmittel verschwendet, durchschnittlich ganze 78 Kilogramm pro Jahr und Kopf.

Warum gibt es hier so wenig Fortschritte? Das Thema ist ja nicht neu.

Hutter: Wahrscheinlich sind die Preise immer noch zu niedrig, so dass es nicht wehtut, wenn man Lebensmittel wegwirft. Die Deutschen geben deutlich weniger Geld für Lebensmittel aus als etwa die Franzosen oder die Italiener. Es fehlt teilweise an Wertschätzung. Das liegt auch daran, dass wir heute so weit weg von der Lebensmittelerzeugung sind wie nie zuvor. Früher haben viele Menschen zumindest einen Teil ihrer Lebensmittel selbst erzeugt. Da wusste man, wie viel Aufwand da drinsteckt. Auch die ständige Verfügbarkeit von Lebensmitteln trägt zur Verschwendung bei. Man kauft sich lieber ein frisches Brötchen, als das vom Vortag zu essen. Auch schlechtes Haushalten und unpassende Verpackungsgrößen führen zu Verschwendung.



Zur Person

Professor Carolyn Hutter studierte Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hohenheim und beschäftigte sich in ihrer Dissertation mit unternehmerischen Nachhaltigkeitsstrategien in der Automobilindustrie. Für die Porsche AG baute sie die Geschäftsstelle Nachhaltigkeit auf. Als Leiterin Corporate Social Responsibility (CSR) und Nachhaltigkeit bei Lidl Deutschland sammelte sie Er-

Kommen wir zur Ernährungsweise. Ist Veganismus per se nachhaltig?

Hutter: Ich bin kein Freund von Pauschalisierungen. Wir haben bestimmte ernährungsphysiologische Bedürfnisse. Wenn man nicht bis zu einem gewissen Maß tierische Produkte konsumiert und das auch nicht durch Nahrungsergänzungsmittel substituiert, läuft man Gefahr eines Mangels. Zum anderen brauchen wir Tiere, wenn wir nicht alles an Düngemittel künstlich erzeugen und zufügen wollen. Tiere liefern über ihre Exkremente kostenlosen Dünger. Viele Gras- und Wiesenflächen kann man außer mit Weidehaltung gar nicht bewirtschaften. Wenn wir also in Kreisläufen denken, brauchen wir Tiere. Die große Frage ist: Wie viele Tiere brauchen wir? Und in welcher Haltung? Was trägt das Klima? Insgesamt brauchen wir beim Fleischverzehr ein gesundes Maß. Weniger, aber dafür aus nachhaltiger Haltung.

Muss es immer Bio sein?

Hutter: Nein. Bio ist gut, aber es gibt zahlreiche Betriebe, die nicht das Bio-Siegel tragen, aber gut wirtschaften. Als Verbraucher muss man genauer hinschauen, vielleicht auch mal zum Hof fahren und sich das anschauen und nachfragen. In jedem Fall ist das Bio-Siegel eine gute Orientierung mit

hoher Glaubwürdigkeit.

Was sollte die Politik tun, um für mehr Nachhaltigkeit zu sorgen?

Hutter: Die Politik sollte nicht so stark polarisieren, wie das gerade der Fall ist. Man sollte nicht in ein Schwarz-Weiß-Denken verfallen. Als Ökonomin sage ich: Vieles muss der Markt regeln. Aber die Politik muss die Rahmenbedingungen setzen. In vielen Bereichen haben wir in Deutschland sehr gute Voraussetzungen. Man sollte aber niemandem vorschreiben, was er zu essen hat. Die Politik hat einen Hebel bei den Subventionen. Die Steuergelder gehen auf EU-Ebene überwiegend an große Betriebe mit viel Fläche. Dadurch werden große Betriebe noch größer, kleine verschwinden zunehmend. Der zweite Hebel sind Steuern, etwa die Mehrwertsteuersätze. Was wird als Grundnahrungsmittel deklariert und damit niedriger besteuert, was zum regulären Satz? Da müsste man schauen, welche Lebensmittel einen positiven Einfluss auf die Gesundheit der Bevölkerung und die Umwelt haben. So könnte ordnungspolitisch gesünderer und nachhaltiger Konsum unterstützt werden. Auch im Bereich Ernährungsbildung könnte die Politik viel mehr tun.

Welcher Trend macht Ihnen Hoffnung, dass mehr Nachhaltigkeit möglich ist?

Hutter: Ein riesiger Trend ist Gesundheitsbewusstsein. Viele Menschen beschäftigen sich heute viel intensiver mit ihrer Ernährung als früher. Das macht mir grundsätzlich Hoffnung, weil der Fokus damit eher auf Lebensmittel gerichtet wird, die auch nachhaltiger sind.

Und welcher Trend macht Ihnen Sorge?

Hutter: Kurzfristige Hypes wie die Dubai-Schokolade. Denn die Wertschöpfungskette solcher Produkte gerät dadurch unglaublich unter Druck. Wenn plötzlich alle Produkte mit Pistazien essen wollen, stellt sich die Frage, wo die ganzen Pistazien herkommen sollen. Das kann dazu führen, dass auf solche Kulturen umgestellt wird. Da diese Hypes aber meist schnell wieder vorbei sind, hat man andere Kulturen zugunsten eines Produkts verdrängt, das man kurz darauf gar nicht mehr braucht. Klar ist auch: Wenn etwas in kurzer Zeit in großen Mengen produziert werden muss, ist das der Nachhaltigkeit nicht unbedingt zuträglich.

Firmen

50 Jahre Bausparfuchs

Was als ungewöhnlicher TV-Auftritt begann, entwickelte sich zur Erfolgsgeschichte: Ein ausgestopfter Fuchs mit Hornbrille und Geldbündel im Maul warb unter dem Slogan „Bauspar-Füchse schnappen jetzt zu“ für die Bausparkasse Schwäbisch Hall. Die Resonanz war so positiv, dass der Fuchs 1976 zurückkehrte – und geblieben ist.

Heute zählt der Schwäbisch Hall-Fuchs zu den bekanntesten Markenfiguren Deutschlands. Neun von zehn Befragten kennen ihn. Damit steht er in einer Reihe mit Ikonen wie der lila Kuh oder dem Goldbären. „Der Fuchs prägt unsere Geschichte und ist Teil unserer DNA“, sagt Mario Thaten, Vorstand der Bausparkasse Schwäbisch Hall. „Er steht für Sicherheit und Beständigkeit. Gleichzeitig sind Füchse schlau, schnell und immer einen Schritt voraus. Genau das ist unser Anspruch.“

Seit seinem ersten Auftritt hat der Fuchs viele Wandlungen durchlaufen – heute trägt er Jeans und gelbes Shirt. „Unser Fuchs hat sich immer wieder neu erfunden“, erklärt Britta Streit, verantwortlich für die Marke Schwäbisch Hall. „Sein



Der Fuchs steht seit 50 Jahren für Wohnglück. Foto: Bausparkasse

Design hat sich verändert, doch seine Botschaft ist geblieben: Er steht für Wohnglück und ist der Experte für die individuelle Heimat unserer Kunden.“ Zum 50. Jubiläum feiert Schwäbisch Hall den Fuchs als Superhelden mit einer Kampagne unter dem Motto „Unser Superheld wird 50 – fünf Jahrzehnte im Einsatz für euer Wohnglück.“ red

She leads

Unter dem Titel „She leads – Zukunft. Frauen. Führung.“ luden die Wirtschafts-Juniorinnen Heilbronn-Franken mit den Führungsfrauen Raum Heilbronn in das Gebäude der Xeptum Group in Neckarsulm ein. Moderiert wurde der Abend von Marion Winkler, Geschäftsführerin der Wino Bio GmbH, und Jessica Nagel, Führungskraft bei Xeptum. Auf dem Podium diskutierten Sarina Pfänder, Bürgermeisterin der Stadt Lauffen am Neckar, Rebecca Henn von EBM-Papst, Isabell Dörr-Nill von der Ipai Foundation und Hans Tscherswitschke, Vorstandsmitglied der Xeptum Group. Ergänzt wurde die Runde durch Kirsten Bock, Vorständin der Führungsfrauen Raum Heilbronn.

Was bedeutet weibliche Führung heute? Eine Umfrage im Netzwerk der Führungsfrauen brachte es auf den Punkt: Female Leadership ist mehr als ein Führungsstil, es ist eine Haltung. „Es geht darum, Räume zu schaffen, in denen Mitarbeiter wirken können“, sagte Rebecca Henn. „Wir müssen alte Vorstellungen von Macht und Status hinter uns lassen und stattdessen Zusammenarbeit, Flexibilität und Sinn in den Mittelpunkt stellen.“

Die Runde sprach über traditionelle Strukturen. Dörr-Nill berichtete, dass sie früher bei Bewerbungen für Teilzeit-Führungspositionen regelmäßig Absagen erhielt. „Nicht wegen meiner Qualifikation, sondern weil Teilzeit nicht ins Raster passte. Dabei sollte Führung nicht an eine Vollzeitstelle gekoppelt sein.“ Henn betonte, dass Gleichstellung schon bei der Bildung beginne. „Wir müssen Kinder früh für Mint-Themen begeistern und technische Berufe für Mädchen selbstverständlich machen.“ red

Buchkritik

Nutzen der Mitarbeiter

Mitarbeiter haben zu funktionieren, sie haben keine störenden eigenen Ideen zu entwickeln, sie sollen am besten eine Arbeitsdrohne sein. So stellen sich in diesen Tagen viele Manager ihr optimales Personal vor. Dass damit aber auch viele Möglichkeiten zum Gedeihen des Unternehmens verschenkt werden, wird in solchen Fällen schlichtweg ignoriert.

Die Autoren von „Corporate Heroes“ haben sich hingegen vorgenommen, die Bedeutung von solchen Mitarbeitern aufzuzeigen, die innovativ denken und in vielen Bereichen auch unternehmerisch handeln. Aufgeführt werden zahlreiche Beispiele aus der Unternehmenspraxis.

Allerdings ist das Buch keine leichte Lektüre. Viele Fachbegriffe und eine mitunter schwerfällige Sprache erfordern eine gewisse Anstrengung beim Lesen. Die Mühe kann sich aber lohnen, denn die Fähigkeiten der Mitarbeiter für eine erfolgreiche Weiterentwicklung zu nutzen, ist günstiger als teure Berater ins Haus zu holen.

**Christoph Bornschein/
Sebastian Pioch: Corporate
Heroes**
Redline Verlag, 256 Seiten, 25
Euro

Der jahrelange Investitionsstau löst sich: Im Heilbronner Traditionsunternehmen wird kräftig investiert.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Es klingt nach Tadel, ist aber auch wohlwollend gemeint. „Jahrelang sagte mein Betriebsratsvorsitzender, er wolle endlich mal Bagger auf dem Gelände sehen“, erzählt Werksleiter Julius Mannherz. „Und jetzt, wo die Bagger da sind, sagt er, er wolle endlich mal Kräne sehen.“

Der so Gescholtene steht neben dem Verantwortlichen für das Heilbronner Knorr-Werk – und steckt diese leichte Kritik gerne weg. Schließlich tut sich wieder etwas auf dem Gelände des Unilever-Standorts. Drei Gebäude wurden inzwischen abgerissen, freie Flächen mit Photovoltaik-Modulen belegt, die Bauten frisch gestrichen, Flure neu gestaltet, die Eingänge neu beschriftet. Ziemlich genau sechs Jahre, nachdem Unilever das Ende für das Heilbronner Knorr-Werk verkündete, nach dem Kampf, den Betriebsratsvorsitzender Thilo Fischer gemeinsam mit der Belegschaft, der regionalen Wirtschaft und der Stadt Heilbronn führte, stehen die Zeichen auf Veränderung zum Positiven. „Diese infrastrukturellen Anpassungen liegen uns am Herzen“, sagt Fischer. „Es wurde ja 20 Jahre lang nichts gemacht.“

Nun fließen hohe Summen in den Standort mit 560 Beschäftigten. Alleine 10,5 Millionen Euro werden in die neue Produktionstechnik für die Würze-Mischung investiert, die exklusiv in Heil-



bronn für alle Werke produziert wird. 80 Prozent Energieeinsparung ergeben sich dadurch, rechnet Mannherz vor. Mehr als fünf Millionen Euro gehen in eine automatisierte Verpackungsanlage für sogenannte Displays, große Pappaufsteller für den Einzelhandel. Mehr als drei Millionen Euro hat das Werk in Photovoltaik investiert – nach dem ersten Schritt, in dem das Dach des Logistikzentrums vollständig belegt wurde, folgten Grünflächen entlang der Liebigstraße, eine freie Fläche zur Sontheimer Straße hin sowie eine Fläche, auf der neben der Pforte eine alte Halle stand, die abgerissen wurde. Auch die Pforte selbst soll modernisiert werden, kündigt der Werksleiter an: Künftig werde der Zugang zum Gelände automatisch geregelt. Und in den Werkshallen sind mittlerweile Saugroboter unterwegs. Durch viele dieser Maßnahmen fallen zwar auch Arbeiten weg, die bislang

von Menschen erledigt wurden. Das betreffe allerdings vor allem Aufgaben, die an Dienstleister übertragen wurden, erläutert Betriebsratsvorsitzender Fischer. „Das sind alles Kostenblöcke, die uns helfen.“ Effizienz ist das Schlagwort, nach dem sich alles richtet. Es gibt einen konzerninternen Vergleich über alle Standorte weltweit – und da weise das Heilbronner Werk die größte Verbesserung auf und liege in manch einer Kategorie sogar mit vorne. Bei den Energiekosten hilft vor allem die eigene Photovoltaik. Bereits vor deren Inbetriebnahme wurde der Energieverbrauch um elf Prozent gesenkt, nun steuern die 4000 installierten Solarmodule eine Leistung von zwei Megawatt peak bei. Als nächstes soll noch bis Jahresende ein Batteriespeicher installiert werden mit 800 Megawattstunden Kapazität. „Der ist auch für den Netzbetreiber wertvoll, da



Auf dem Logistikzentrum von Knorr wurde die erste PV-Anlage errichtet. Fotos: Heiko Fritze

er die Anfahrspitzen beim Verbrauch senken hilft“, sagt der Werksleiter. Ob es aber demnächst auch Kräne auf dem Werksgelände geben wird, lässt er offen. Konkrete Pläne gibt er jedenfalls nicht bekannt. Eine Neuerung, die auch nach außen bemerkbar sein wird, betreffe bloß den Fabrikverkauf. Der zieht zum Jahreswechsel um in die Kantine, die seit einigen Monaten mittags auch für externe Gäste geöffnet ist. Das Gebäude, in dem der Fabrikverkauf derzeit noch untergebracht ist, sei verkauft worden, berichtet Mannherz. Insgesamt ist er mit dem Wandel des Knorr-Werks sehr zufrieden. Der vor einem Jahr eingezogene Mieter Protein Distillery hat die Testproduktion hochgefahren, ob weitere Mieter folgen, ist offen. „Es muss auch passen“ schränkt Mannherz ein. Aber eines sei erreicht: „Jetzt ist dies ein moderner Lebensmittelbetrieb.“

ANZEIGE



Forming
into one.

Formen Sie Ihre
Zukunft bei woregg



Mit Standorten in Deutschland, der Schweiz, der Slowakei, in Bulgarien und Mexiko ist Woregg ein führender Spezialist für anspruchsvolle Stanzbiegeteile, komplexe Baugruppen sowie Produkt- und Prozessentwicklung.

Foto: Woregg

Zwei Traditionsunternehmen
wachsen zusammen

Aus Wöhrle und Oskar Rüegg entsteht
die internationale Woregg Group

Vor über 100 Jahren gründeten Karl Wöhrle und Johann Rüegg ihre Unternehmen. So entstanden in Süddeutschland und in der Schweiz zwei exzellente Metallverarbeitungsbetriebe. 2025 wachsen diese beiden Traditionsunternehmen zusammen: Aus der Wöhrle Gruppe und der Oskar Rüegg Gruppe entsteht die internationale Woregg Group.

Führender Spezialist

Mit über 600 Mitarbeitenden in Deutschland, der Schweiz, der Slowakei, Bulgarien und Mexiko ist die Woregg Group nun ein führender Spezialist für anspruchsvolle Stanzbiegeteile,

komplexe Baugruppen sowie Produkt- und Prozessentwicklung. Mehr als 100 Jahre Erfahrung werden in der Woregg Group mit Zusammenhalt, Voraussicht und Entschlossenheit vereint – und daraus die Lösungen von morgen geformt. Im April 1958 gründete Wöhrle einen Zweigbetrieb in Krautheim an der Jagst und investierte zuletzt im Jahr 2022 am Standort Krautheim in eine neue 1000-Tonnen-Servopresse mit innovativen technischen Funktionen und einer zukunftsweisenden Ausstattung. Hierfür wurden 1100 Quadratmeter Hallenerweiterung gebaut und zur Verbesserung der Logistikkabläufe eine weitere Werkseinfahrt ein-

gerichtet. Die Einweihung wurde 2023 am Standort Krautheim groß gefeiert. Das Unternehmen setzte damit ein starkes Signal für die Zukunft und die Region. **Auszeichnung** Im Jahr 2024 wurde das Unternehmen mit dem TOP 100-Award für besondere Innovationsleistungen ausgezeichnet. Um auch weiterhin erfolgreich Unternehmensgeschichte zu schreiben, werden stetig kreative Köpfe mit Leidenschaft und Begeisterungsfähigkeit gesucht, die sich einbringen und die Zukunft der Woregg-Group mitgestalten.

Zur Verstärkung unseres Teams am Standort Krautheim suchen wir:



- CNC-Fräser (m/w/d)
- CNC-Dreher (m/w/d)
- Werkzeugmechaniker (m/w/d)
- Maschinenbediener/-einrichter (m/w/d)
- Auszubildende Werkzeugmechaniker (m/w/d)

Weitere Informationen zu unseren Stellenbeschreibungen erhalten Sie unter:
karriere@woregg.com



Woregg GmbH & Co. KG
Götzstraße 9 | 74238 Krautheim
07054 9262-99019 | www.woregg.com

Langfristig, international, erfolgreich

Bechtle und die Neckarsulmer Handballerinnen

Deutschland braucht Spitzensport. Er hat eine gesellschaftliche und kulturelle Bedeutung, vermittelt Werte wie Fairplay und Disziplin, stärkt den Gemeinschaftssinn, fördert die wirtschaftliche Entwicklung, schafft Vorbilder und inspiriert den Breitensport. Und: Unsere Region braucht Spitzensport.

Starkes Zeichen

Deshalb ist die Bechtle AG bereits seit 2021 Sponsoringpartner der Handball-Bundesligistinnen der Sport-Union Neckarsulm – als verlässlicher, langfristiger Partner, der dem Sport und der Region eng verbunden ist. Ein Engagement aus Überzeugung also. Insbesondere auch, weil Spitzensport häufig männlich ist – Spitzensportler bekommen mehr Aufmerksamkeit als Sportlerinnen, Spitzensportler erhalten höhere Preisgelder und besser dotierte Werbeverträge, ihre Leistung wird mehr, ihr Aussehen weniger beurteilt. Mit der expliziten Entscheidung für die Förderung von Frauen im Spitzensport will die Bechtle AG ein wichtiges Zeichen setzen, für Vielfalt und Chancengleichheit auch im Sport.

Ein gutes Match

Die Handballerinnen der Sport-Union stehen für Werte, die auch Bechtle wichtig sind. Sie sind erfolgreich, haben sich längst in der Bundesliga etabliert, in schwierigen Momenten und Spielzeiten Beharrlichkeit und Durchhaltevermögen bewiesen und sie betreiben ihren Sport mit größter Begeisterung. Darüber hinaus ist das Team von Trainer Thomas Zeitz ambitioniert und divers. Spielerinnen aus acht Nationen



Starke Verbindung für das perfekte Match: Die Neckarsulmer Handballerinnen und Bechtle.

Foto: Sport-Union Neckarsulm

– Deutschland, Polen, Norwegen, Niederlande, Tschechien, Schweiz, Belgien und Österreich – gehen für die Sport-Union auf die Platte, zwischen der jüngsten und ältesten Athletin liegen 16 Jahre Altersunterschied. Diese Vielfalt prägt den Charakter der Mannschaft und schafft eine besondere Dynamik, die sowohl sportlich als auch menschlich bereichernd wirkt, denn: Sie alle eint ein gemeinsames Ziel – Erfolg. Und das gelingt in der laufenden Spielzeit bisher hervorragend, trotz des knappen Scheiterns im Viertelfinale des DHB-Pokals.

Bodenständig und visionär

Der Verein setzt auf eine Mischung aus Stabilität und Ambition, die zu den sportlichen Zielen passt. Cheftrainer Thomas Zeitz, seit 2023 für alles ver-

antwortlich, was auf dem Feld passiert, ist bis zum Ende der Saison 2026/2027 an den Verein gebunden. Er versteht es, die Bodenständigkeit des Vereins zu transportieren und zugleich mit einem hohen sportlichen Anspruch zu verbinden. Dazu passt auch die kurzfristige Verpflichtung der deutschen Nationalmannschaftskapitänin Antje Döll wenige Tage vor Beginn der laufenden Spiel-

zeit. Nach der Insolvenz von Serienmeister HB Ludwigsburg ergriff die Sport-Union Neckarsulm kurzfristig eine sich bietende Chance, verbesserte die Qualität im Kader erheblich und holte zudem eine erfahrene Führungsspielerin, um den jungen Kader zusammen mit Thomas Zeitz auf ein neues Level zu heben. Auch das passt hervorragend zu Bechtle – eine langfristige Vision, die genügend Flexibilität für ak-

tives, kurzfristiges Handeln bietet, wenn sich außergewöhnliche Möglichkeiten ergeben. Bechtle ist stolz, die heimische Sport-Union auf diesem Weg zu begleiten, für die Zukunft zu stärken und somit einen Teil dazu beizutragen, dass der Spitzensport in Neckarsulm weiterhin ein Zuhause hat. Eine starke Verbindung für den Handball – und unsere Region. *anz*

IT vorausgedacht.

Das neue results Magazin: nachhaltig produziert, kostenfrei geliefert, voll auf Zukunft programmiert. In der aktuellen Ausgabe: Wie KI (auch am IPAI) die Welt auf den Kopf stellt. Wie IT-Sicherheit am Flughafen Stuttgart funktioniert. Und viele weitere zukunftsstarke IT-Themen, erzählt von Bechtle.

Jetzt abonnieren
bechtle.com/results



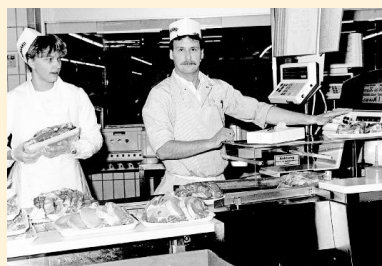
Firmen

40 Jahre Purland

Nach dem 60. Jubiläum seiner Fleischwerke im vergangenen Jahr hat **Kaufland** in diesem Jahr erneut einen Grund zum Feiern: Mit K-Purland besteht die älteste Eigenmarke des Lebensmittelhändlers nun seit 40 Jahren. Heute zählt das Sortiment mehr als 250 Fleischspezialitäten, darunter Klassiker wie die Thüringer Bratwurst, Kasseler oder Rinderfilet, aber auch Innereien oder Sauerbraten.

1984 wurde im Kaufland Neckarsulm eine Schaumetzgerei eröffnet. Der Name „Purland“ der ersten Eigenmarke firmierte dann auch als Namensgeber für die Schaumetzgerei, an der Rind-, Schwein-, Kalb- und Lammfleisch vor den Augen der Kunden zerlegt, portioniert und erstmals in Selbstbedienung angeboten wurden.

Heute werden die Fleischwaren von K-Purland in den eigenen Fleischwerken in Möckmühl, Osterfeld und Heilbad Heiligenstadt frisch zerlegt, verarbeitet, portioniert und verpackt. Dabei setzt das Unternehmen auf bewährte Rezep-



So sah die Schaumetzgerei von Kaufland aus. Foto: Kaufland

turen und handwerkliches Können, verbunden mit moderner Technologie: „Wir setzen an allen Produktionsstandorten auf modernste Schneidetechnologie und Fleischwölfe mit automatischer Kühlung, so dass die Kühlkette zu jedem Zeitpunkt eingehalten wird. Frische und Qualität haben bei uns immer oberste Priorität,“ sagt Stefan Gallmeier, Geschäftsführer Einkauf Fleischwaren. *red*

Ensinger baut

Mit einem feierlichen Spatenstich hat die **Ensinger Mineral-Heilquellen GmbH** den offiziellen Startschuss für die Erweiterung ihres Unternehmens gegeben. Dabei entsteht auf dem erweiterten Mineralgelande ein neues Logistik- und Verwaltungszentrum. „Die Beliebtheit unserer Produkte wächst stetig – gleichzeitig steigen dadurch die Anforderungen an Effizienz, Nachhaltigkeit und Flexibilität in der Logistik“, sagte Ensinger-Geschäftsführer Frank Lehmann. „Wir investieren hier aber nicht nur in Gebäude und Technik, sondern vor allem



Ensinger feierte Spatenstich für die neue Logistik. Foto: Ensinger

in die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens und unserer Region.“ Neben einer emissionsfreien Logistik soll auch die Verwaltung klimaneutral betrieben werden. Insgesamt beschäftigt der Mineralbrunnen in Vaihingen/Enz etwa 180 Mitarbeiter. Das Unternehmen zählt damit zu den größten Abfüllbetrieben in Baden-Württemberg. *red*

Vom Grundnahrungsmittel bis zum Fertiggericht: Die Spannweite der regionalen Lebensmittelhersteller ist groß.

Von unserer Redaktion

Lebensmittelhersteller gibt es viele in Heilbronn-Franken. Vom kleinen landwirtschaftlichen Betrieb mit Hofverkauf reicht die Bandbreite bis zu großen Industrieunternehmen, teilweise mit mehr als 100 Jahren Tradition. Ein Überblick.

■ **Knorr:** Die Keimzelle der Heilbronner Lebensmittelindustrie ist jenes Werk, das mit der Herstellung der sogenannten Erbswurst eine der ersten Fertigmalzeiten lieferte. Gründer Carl Heinrich Theodor Knorr (1800 – 1875) hatte allerdings 1838 mit Zichorienkaffee für seinen Gemischwarenladen angefangen. 1889 brachten seine Söhne Carl und Alfred Knorr die Erbswurst auf den Markt, 1910 folgten Suppenwürfel. Im Zweiten Weltkrieg wurde die Fabrik zerstört. In der Folge verlor die Familie Knorr nach und nach ihre Anteile, das Unternehmen hatte wechselnde Eigentümer, seit 2000 gehört es zu Unilever. Nachdem 2019 die Schließung des Standorts abgewendet wurde, wird jetzt wieder in großem Umfang in das Werk investiert. *frz*

■ **Hengstenberg:** Das 1876 gegründete Familienunternehmen mit Sitz in Esslingen zählt zu den vier größten Herstellern von eingelegten Gemüsen in Deutschland. Das Werk in Bad Friedrichshall gehört seit 1979 zum Unternehmen. Weit mehr als 80 Prozent der hier verarbeiteten Waren werden von Landwirten aus der Region bezogen. Jährlich werden im Durchschnitt 10.000 Tonnen Gemüsegurken und 20.000 Tonnen Rot- und Weißkohl verarbeitet. Außerdem werden 28.000 Tonnen Essigprodukte erzeugt. Die Stammbesellschaft beträgt 140 Mitarbeiter, hinzu kommen bis zu 120 Saisonkräfte. *frz*

■ **Südzucker:** Die Zuckerrübe ist lange Zeit eine der lohnendsten Früchte für Landwirte gewesen. Kein Wunder, dass es mehrere Zuckerfabriken in der Region gab, in Heil-

bronn ebenso wie in Züttlingen und Stuttgart. 1971 nahm jedoch ein zentrales Werk den Betrieb auf: An Stelle der kleineren Fabriken war eine große südlich von Offenau gebaut worden. Alle Schließungswellen bei Südzucker hat der Standort überstanden, trotz EU-Zuckermarktreformen und Preisschwankungen auf dem Weltmarkt. Zu dem Konzern gehört auch ein landwirtschaftlicher Betrieb im Jagsttal. Nächstes Jahr feiert Südzucker das 100-jährige Bestehen. Standortweise, und somit auch rund um Offenau. *frz*

■ **Bürger Maultaschen:** Seinen Sitz hat das Familienunternehmen Bürger in Ditzingen, die Produktion ist aber in Crailsheim ansässig. Nicht nur Maultaschen werden hier hergestellt, sondern auch Gnocchi, Spätzle und weitere Nudel- und Kartoffelgerichte. 1934 gründete Richard Bürger seine Firma in Feuerbach und begann mit der Herstellung von Mayonnaisen und Salaten. 1963 wurden Maultaschen in das Sortiment aufgenommen. Der Firmensitz zog 1978 nach Ditzingen. 1983 ging das Werk in Crailsheim in Betrieb. Seit 2001 führt Martin Bihlmaier das Unternehmen. *frz*

■ **Pilzland:** Neuer Lebensmittelhersteller in der Region ist Pilzland: Das Unternehmen aus Niedersachsen ist seit 2023 mit einem Standort in Baden-Württemberg vertreten.



Am Rande von Schwaigern werden auf 1,8 Hektar Fläche 50 Tonnen Pilze pro Woche angebaut – mehr als ein Viertel der im Land verzehrten Champignons, deren Verbrauch bei geschätzten 180 Tonnen pro Woche liegt. Beschäftigt werden etwa 50 Mitarbeiter. Pilzland wurde 1985 gegründet und ist inzwischen Marktführer in Deutschland mit zehn Zuchtbetrieben. Das Unternehmen gehört zum EW Group-Konzern. *frz*

■ **Frießinger Mühle:** Der größte Mühlenbetrieb der Region hat seinen Sitz in Bad Wimpfen. Das Unternehmen der Familie Frießinger zählt zu den fünf größten Mühlen Deutschlands und wächst stetig weiter. 1859 in Kirchberg an der Murr gegründet, wird das Unternehmen heute in der sechsten Generation von Willi Erich Frießinger geführt. Ein Brand 1987 zerstörte die Mühle in Kirchberg und die Familie erwarb ein Jahr darauf in Bad Wimpfen das Areal der Firma Brand Purina. Zurzeit werden täglich 1200 Tonnen Getreide vermahlen. Beschäftigt werden mehr als 260 Mitarbeiter. *frz*

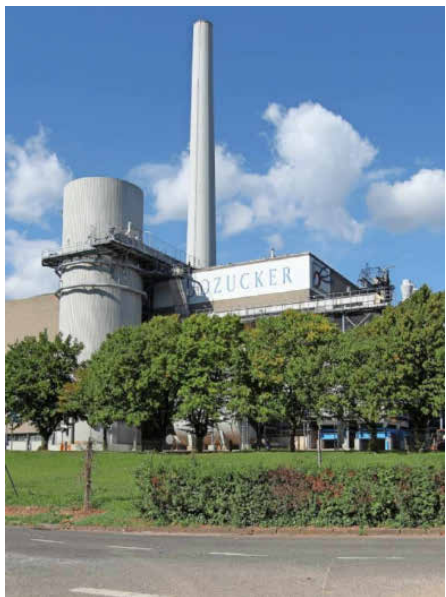
■ **Zimmermann:** Über mehrere Fusionen seit dem Jahr 2000 ist das Toastwerk in Crailsheim inzwischen im tschechischen Agrofert-Konzern angekommen. Hier wird vor allem für die Marke „Golden Toast“ produziert. Der Betrieb zählt mehr als 200 Beschäftigte. *frz*

■ **Vion Fleischwerk:** Eigentlich möchte der Vion-Konzern sein Crailsheimer

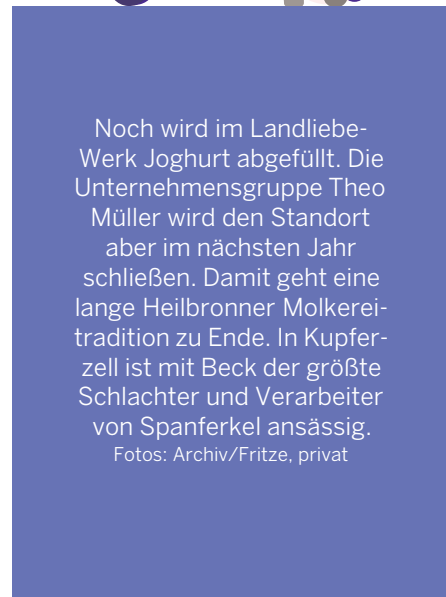
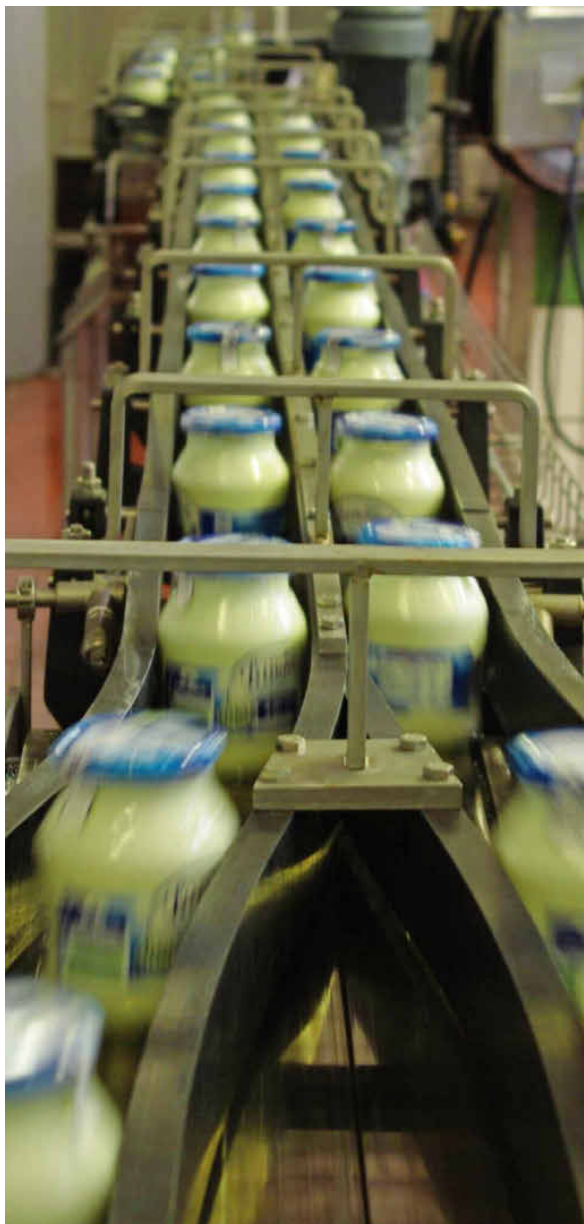
Werk an die Premium Food Group, ehemals Tönnies-Gruppe, verkaufen. Das hat das Bundeskartellamt allerdings im Juli untersagt. Nun sucht Vion nach neuen Interessenten. Bis dahin schlachten und zerlegen die knapp 600 Mitarbeiter weiter pro Woche etwa 21.000 Schweine und 2300 Rinder – der Standort gilt als einer der wichtigsten regionalen Betriebe für konventionelle Rinderzucht. *frz*

■ **BESH:** Auf gehobenem Niveau agiert die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall: Eine Gruppe Landwirte um Rudolf Bühler gründete 1988 eine Zuchtvereinigung, um das Schwäbisch-Hällische Landschwein, wegen seiner Farbbezeichnung auch Mohrenköpfe genannt, vor dem Aussterben zu bewahren. Das sorgte für einen Schub Regionalbewusstsein auch bei den Verbrauchern, es entstanden ein Schlachthof und Verarbeitungsbetriebe, eine Vermarktungsorganisation, das Limpurger Weidewerk wurde mit ins Programm aufgenommen. *frz*

■ **Kaufland Fleischwerke:** Mit einer Wurstküche in der Heilbronner Olgastra-



Das Südzucker-Werk bei Offenau ging 1971 in Betrieb und ersetzte die Fabriken von Heilbronn, Stuttgart und Züttlingen. Inzwischen ist es die einzige Zuckerfabrik in Baden-Württemberg. Die Firma Wild verarbeitet am Rande von Eppingen neben Kartoffeln auch Zwiebeln. Fotos: Archiv/Veigel, privat



Noch wird im Landliebe-Werk Joghurt abgefüllt. Die Unternehmensgruppe Theo Müller wird den Standort aber im nächsten Jahr schließen. Damit geht eine lange Heilbronner Molkereitradition zu Ende. In Kupferzell ist mit Beck der größte Schlachter und Verarbeiter von Spanferkel ansässig. Fotos: Archiv/Fritze, privat



besteht inzwischen ein Standort in Karlsruhe, wo 2012 die Firma Kies aus der Insolvenz übernommen wurde. *frz*

■ **Wild Kartoffeln:** Einsatz für eine tolle Knolle: Die Wild GmbH in Eppingen hat sich zum Ziel gesetzt, dem rückläufigen Konsum von Kartoffeln entgegenzuwirken und sie wieder dahin zu bringen, wo sie nach Ansicht des Familienunternehmens hingehört: auf den Teller. 1955 von Franz und Inge Wild gegründet, ist das Unternehmen seit nunmehr 70 Jahren in der Verarbeitung von Kartoffel- und Zwiebelprodukten tätig, vertreibt aber auch Salate, Obst, Gemüse und vieles mehr. Meilenstein war die Aussiedlung vom Gründungsstandort im Postweg an den Stadtrand im Jahr 1996, wo das Unternehmen heute noch sitzt. 2016 wurde das Verarbeitungswerk neu gebaut. Wild beschäftigt inzwischen 380 Mitarbeiter und betreibt zwei Produktionswerke mit je rund 10.000 Quadratmetern. *map*

■ **Kartoffel Stahl:** Auf eine über 100-jährige Geschichte blickt Kartoffel Stahl zurück. Das Unternehmen aus Neckarwestheim ist in all der Zeit bei seinem Kerngeschäft geblieben und verarbeitet nach wie vor Kartoffeln, Zwiebeln und Knoblauch aus der Region. Dank eines kontinuierlichen Wachstums baute Kartoffel Stahl 2012 die Produktionsanlagen neu, produziert seitdem auf 20.000 Quadratmetern. Von Anlieferung über Kühlung, Hochregallager, Verpackung bis Versand findet alles im Neubau statt. Die bisherigen Produktionshallen werden seither als Abpackung für Bio-Produkte genutzt. *map*

■ **Landliebe:** Ein plötzliches Ende findet nächstes Jahr die mehr als 100-jährige Molkereigeschichte in Heilbronn: 1922 hatte die Stadt eine Milchzentrale gegründet, das Werk an der Alfahrt zur A6 entstand 1968. Ab 1969 kam es zu Fusionen, aus denen 1972 die Südmilch AG entstand. Das Joghurtwerk nahm 1975 den Betrieb auf. Infolge einer Fehlinvestition übernahm die Unternehmensgruppe Müller das gesamte Deutschlandgeschäft – nur um kurz darauf nach und nach die Standorte Köln, Schefflenz und 2026 auch Heilbronn zu schließen. *frz*

Weitere Milchverarbeiter in der Region sind die Molkerei Schrozberg mit einem starken Demeter-Geschäft, das Milchwerk Crailsheim, das sich auf Käseprodukte spezialisiert hat, und die Hohenloher Molkerei, einer der wichtigsten Milchabfüller im Land.

Firmen

Teigwaren-Kooperation

Zwei Marken, ein Ziel: Die Maultasche als schwäbisches Kulturgut über die Grenzen Baden-Württembergs hinaus bekannt machen. Ab sofort arbeiten I love Maultasch, einer der innovativsten Streetfood- und Cateringanbieter rund um Maultaschen, und **Bürger**, der Marktführer für gekühlte Teigwaren, zusammen. Die künftig eingesetzten Fleischmaultaschen haben beide Firmen gemeinsam entwickelt. Sie werden von Bürger für den Einsatz in den Gerichten von I love Maultasch produziert.

„Uns verbindet die Begeisterung für Maultaschen – wir stehen für Qualität und Handwerk, sie für kreative Ideen und Genuss auf die Hand“, sagt Tobias Durst, Key-Account Manager bei Bürger. „Gemeinsam machen wir die Maultasche fit für unterwegs und sprechen damit unternehmungslustige Menschen an, die auch gerne am Foodtruck snacken. So erschließen wir uns eine jüngere Zielgruppe, die wir mit unserem Sortiment im Kühlregal allein nicht erreichen würden.“

I love Maultasch zählt seit 15 Jahren zu den führenden Streetfood-Caterern in Baden-Württemberg. Mit mehreren Fahrzeugen ist das Unternehmen in ganz Baden-Württemberg und darüber hinaus unterwegs. Neben dem Schwer-



I love Maultasch kooperiert mit Bürger. Foto: Bürger

punkt Firmen-Caterings ergänzt auch ein eigener Online-Shop das Angebot. Gemeinsam wurden nun zwei exklusive Maultaschenvarianten mit Fleischfüllung entwickelt, die optimal auf die Anforderungen von Foodtruck, Event- und Business-Catering abgestimmt sind. *red*

Mit Silber ausgezeichnet

Die **Distelhäuser Brauerei** hat eine weitere bedeutende Auszeichnung erhalten: Beim „European Beer Star 2025“ wurde das Distelhäuser Pils mit der Silbermedaille in der Kategorie „German-Style Pilsener“ prämiert. Damit zählt das Pils erneut zu den besten Bieren Europas – nach Gold im Jahr 2023 nun Silber in 2025.

Der European Beer Star zählt zu den weltweit bedeutendsten Wettbewerben für Bierqualität. In diesem Jahr stellten sich mehr als 2000 Biere aus 50 Ländern dem Urteil der Expertenjury, verteilt auf 72 Bierstil-Kategorien. Dabei setzt der Wettbewerb bewusst auf Exzellenz statt Masse: In jeder Kategorie werden ausschließlich drei Medaillen vergeben – Gold, Silber und Bronze – und damit nur die besten Biere ausgezeichnet.

„Wir sind sehr dankbar für diese erneute Ehrung“, sagt Moritz Bauer, geschäftsführender Gesellschafter der Distelhäuser Brauerei. „Sie bestätigt unsere konsequente Qualitätsphilosophie nach den Slow Brewing Richtlinien.“ *red*



Die Distelhäuser Brauerei wurde ausgezeichnet. Foto: privat

Firmen

Siegel für Systemair

Die **Systemair** GmbH mit Sitz in Boxberg hat von der Bescheinigungsstelle Forschungszulage (BSFZ) die Bescheinigung erhalten, dass das Unternehmen im Bereich Forschung und Entwicklung (FuE) tätig ist. Damit ist Systemair berechtigt, das exklusive BSFZ-Siegel zu führen – ein sichtbares Zeichen für die Innovationskompetenz und die technologische Zukunftsorientierung des Unternehmens.

Das BSFZ-Siegel wird nur von der Bescheinigungsstelle Forschungszulage vergeben. Es bescheinigt Unternehmen, dass ihre Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten die Voraussetzungen für die steuerliche Forschungsförderung erfüllen. Mit der Bescheinigung bestätigt die BSFZ, dass Systemair aktiv forscht und entwickelt.

Die Auszeichnung unterstreicht das kontinuierliche Engagement von Systemair, innovative und energieeffiziente Lösungen zu entwickeln, die zur nachhaltigen Zukunft der klima- und Lüftungstechnik beitragen.

red



Der Firmensitz von Systemair in Boxberg. Foto: Systemair

Edeka Ueltzhöfer hat die Produktion von Fertig-Lebensmitteln gestartet. Damit liegt der Händler im Trend.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Die Ueltzhöfers bleiben ihrem Namen treu. Wo normalerweise ein „ü“ steht, verwenden sie gerne das „ue“ – und darum heißt ihre neue Abteilung auch „Kuechenwerk“. Dabei wäre diese Abteilung auch ohne die ungewöhnliche Schreibweise etwas Besonderes: Der größte Edeka-Betreiber der Region ist einer der wenigen selbstständigen Kaufleute der Handelskette, die bereits auf eigene Herstellung von Convenience-Produkten setzen.

Zwar ist der Gedanke, Salate, geschnittenes Obst oder Saucen zu produzieren, gar nicht mal so neu, berichtet Florian Ueltzhöfer, Sohn von Unternehmensgründer Steffen Ueltzhöfer und Geschäftsführer der zu Jahresbeginn gegründeten Produktionssparte. In der Filiale am Südbahnhof startete die Familie schon vor einigen Jahren die Fertigung von zubereitetem Obst und Salat. „Das machte aber nur ein kleines Team, und wenn jemand davon krank oder in Urlaub war, fand das nur noch eingeschränkt statt“, erzählt Ueltzhöfer. Dabei sei der Bedarf da: Die produzierte Fertigware verkaufe sich gut.

Saucen und Fonds kamen 2020 hinzu, als Markus Reinauer, zuvor Küchenchef des Restaurants Jagstmühle im Hohenlohischen, zu dem Unternehmen wechselte. Damals wurde auch das Kuechenwerk als Eventlocation ins Leben gerufen. Seitdem werden dort Seminare, interne und externe Events ausgerichtet, lange Zeit zwischen den Küchengeräten, die dafür erst einmal zur Seite geräumt werden mussten. Mit der steigenden Nachfrage be-



In der eigenen Küche in Sontheim wird nun produziert. Fotos: Mario Berger



Salate und Saucen vom Supermarkt

schlossen die Ueltzhöfers schließlich: Für die Produktion müssen eigene Räume geschaffen werden. Und die in den Filialen bestehenden kleinen Fertigungen werden gleichzeitig zentralisiert. „Es wächst gesund, aber wir hätten die Produktion nicht mehr guten Gewissens dort machen können“, erklärt der Geschäftsführer.

Also gibt es seit Oktober die Convenience-Produktion im oberen Stockwerk der Filiale Sontheim, mit der einst die Geschichte von Edeka Ueltzhöfer begann. 22 Beschäftigte sind für die Convenience-Küche tätig, vom Küchenpersonal bis zu den Auslieferfahrern. Produziert werden neben Salaten, Obst-Bowls, Saucen und Fonds auch Maultaschen, Suppen und Joghurts bis hin zu momentan sechs Fertiggerichten, darunter Chili con Carne und Schmortopf. Und Florian Ueltzhöfer deu-

tet an, dass an weiteren Artikeln gearbeitet wird. „Wir produzieren alles so, wie wir es selbst zu Hause zubereiten würden“, betont er: Es werde wenig gewürzt, es gebe keine Konservierungsstoffe oder Geschmacksverstärker.

Auch bei der Beschaffung werde Wert auf Qualität gelegt. Das Rindfleisch komme von 17 Landwirten, die Limpurger Ochsen lieferten – inzwischen werden 60 Tiere pro Jahr bei Ueltzhöfer verarbeitet. Je nach Saison komme auch Reh oder Wildschwein in die Küche. „Alles ist regionale Wertschöpfung“, sagt der Geschäftsführer. „Das beeinflusst auch die Kunden bei ihrer Kaufentscheidung. Wir müssen aber dennoch wettbewerbsfähig sein.“ Dazu sei die Zentralisierung der Küche ein Beitrag – denn dadurch würden Effizienzen gehoben.

Neben den eigenen Filialen Sontheim, Heilbronn-Südbahnhof, Oedheim, Neuenstadt, Ellhofen und Oberstenfeld werden nur einzelne Gastronomen mit manchen Produkten beliefert, verrät Ueltzhöfer. „Wir wollen das gar nicht ausbauen, zumal unser eigener Bedarf ja auch gedeckt werden muss.“

Bundesweit haben nur wenige andere Edeka-Kaufleute bereits solch eine eigene Produktion in Betrieb genommen. Florian Ueltzhöfer nennt als Beispiele Edeka Scheck mit Sitz in Achern, Edeka Schmidts in Bad Säckingen oder Edeka Schenke in Bielefeld – wie das Heilbronner Unternehmen größere Händler mit mehreren Filialen in ihrer jeweiligen Region. Teilweise haben solche Kaufleute sich wiederum spezialisiert, hat der Geschäftsführer festgestellt.

ANZEIGE

WÜRTH ELEKTRONIK MORE THAN YOU EXPECT

VON WALDENBURG IN DIE WEITE WELT



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

www.we-online.com



Podiumsdiskussion mit Alexander Gerfer (rechts), CTO der Würth Elektronik eiSos Gruppe, und Katrin Kreidel, Mitbegründerin von hydrop systems. Foto: Würth Elektronik

Innovation revolutioniert das Wassersparen

Kooperation zwischen Würth Elektronik und dem Startup hydrop systems unterstützt ressourcenschonende Lösung

Gemeinsam mit hydrop systems hilft Würth Elektronik, unsere wertvollste Ressource zu schonen: Das Projekt der Gründer, das „hydropmeter“, ermöglicht eine präzise Überwachung des Wasserverbrauchs und erkennt Leckagen.

Innovationen fördern

Bei der Unterstützung von Startups geht es Würth Elektronik vor allem um eines: Innovationen möglich machen. Das hydropmeter ist eine solche Innovation: Das Lesegerät wird auf den Wasserzähler aufgesteckt und macht Durchfluss- und Verbrauchsdaten per Funkverbindung in einer App und für Smart-Home-Systeme verfügbar. So kann der hydropmeter-Kunde seinen Verbrauch sen-

ken und Lecks im Leitungssystem frühzeitig erkennen.

Technische Expertise

Würth Elektronik unterstützt das Startup mit passenden Baugruppen und LEDs für die interne Beleuchtung. Im eigenen Labor wurde außerdem geprüft, ob die Funkverbindung keine Störungen hervorruft. Durch eine interne Abschirmung mit Spezialfolie und langfristig durch gezielte Schaltungsoptimierung wurde das hydropmeter zu einem marktreifen Produkt. Die 3D-Druckabteilung lieferte außerdem Verbesserungsvorschläge zum Gehäusedesign.

„Großartige Ideen scheitern manchmal an kleinen Details“, betont Alexander Gerfer, CTO bei der Würth

Elektronik eiSos Gruppe. „Unsere Zusammenarbeit mit dem Startup hydrop systems ist ein Paradebeispiel dafür, wie wir ein solches Detail entdeckt, gehoben und ein ausgereiftes Produkt auf den Markt gebracht haben.“

Nachhaltig wachsen

„Wie wir heute in unseren Nachbarländern sehen, ist Wasser das nächste große Problem“, stellt Katrin Kreidel, Mitbegründerin von hydrop systems, fest. „Wir entwickeln bereits eine proaktive Lösung für den respektvollen Umgang mit dieser Ressource. Wir wollen nachhaltig wachsen und produzieren. Deshalb setzen wir auf Würth Elektronik, einen starken Partner aus unserer Region.“

anz

Von der Großküche aufs Mensa-Tablett

Die großen Caterer der Region verpflegen Kindergärten, Schulen und Betriebe täglich mit Tau-senden Mahlzeiten.

Von unserem Redaktionsmitglied Simon Bitsch

Wenn die Schulglocke läutet, ist in den großen Küchen der Region schon längst fertig gekocht. Das Mittagessen in den Mensen, Betriebskantinen oder Kindergärten ist bereit für die Ausgabe auf das Tablett. Die Fischstäbchen, das Gulasch, die Tortellini oder der Auflauf wurden dabei vielleicht bei Hausgemacht Bio Catering, Hofmann, Panorama Catering, Meyer oder lunch & more gekocht. Diese Unternehmen beliefern im großen Stil Kindergärten und Schulen in der Region mit Mahlzeiten.

■ **Hausgemacht Bio Catering** kocht die Mahlzeiten in einer großen Küche in Sulzfeld. Wie der Name verspricht, ist das gesamte Menü Bio. Das Unternehmen produziert ausschließlich für Schulen und Kindergärten. Zu Schulzeiten verlassen täglich circa 5300 Essen die Küche, heißt es von Hausgemacht Bio Catering. Die Firma beschäftigt über 50 Mitarbeiter. Das Essen wird in einen Umkreis von circa 50 Kilometern ausgeliefert. Zu den Kunden gehören laut Unternehmen Kindergärten in Heilbronn oder Einrichtungen in Oberstenfeld und Neckarwestheim.

■ Bei **Hofmann Menü** aus Boxberg ist das Konzept ein anderes: Produziert werden Tiefkühlportionen für die ganze Republik – davon 220 000 bis 250 000 täglich, so eine Sprecherin des Unternehmens.



Die Konzepte in der Region unterscheiden sich: ob täglich frisch oder tiefgefroren, ob vor Ort oder in der Zentralküche. Kindergartenkinder, Schüler und Arbeitnehmer wollen versorgt werden. Foto: ercan senkaya/stock.adobe.com

„Davon gehen rund 20 Prozent in die betriebliche Verpflegung. Die übrigen Mengen verteilen sich auf Schulen, Kitas, Healthcare, Essen auf Rädern, Kliniken und Senioreneinrichtungen“, heißt es von Hofmann auf Anfrage der *Stimme*. Beim Unternehmen arbeiten rund 1200 Mitarbeiter, nicht nur Köche, sondern auch zum Beispiel die Fahrer der eigenen Lkw-Flotte mit über 80 Tiefkühl-Lastern. Beliefert werden laut Sprecherin Bildungseinrichtungen, soziale Einrichtungen sowie Betriebe auch im Landkreis Heilbronn, dem Hohenlohekreis und dem Main-Tauber-Kreis. Neben der Schul-, Kita- und Betriebsversorgung vertreibt Hofmann zum Beispiel auch Essen auf Rädern.

■ Das Catering der Firma **Panorama Hotel- und Service GmbH** mit Sitz in Künzelsau-Gaisbach, die zur Würth Gruppe gehört, verantwortet die Mittagsverpflegung in mehrere Betriebsrestaurants

und Schulmensen in Baden-Württemberg. Das Essen bezieht zum Beispiel die Freie Schule Anne-Sophie in Künzelsau. „Das Team bereitet täglich rund 1800 Mahlzeiten zu – davon etwa 1100 für die Betriebsverpflegung und rund 700 Essen für regionale Schulen“, so eine Sprecherin der Würth-Gruppe. Darunter fällt auch die komplette Betriebsverpflegung der Adolf Würth GmbH & Co. KG am Campus Gaisbach. Im Vergleich zu anderen Schul-Partnern hat Panorama Catering keine Zentralküche. Die Mitarbeiter bereiten die Mahlzeiten in Küchen vor Ort zu. Laut Unternehmen sind am Catering-Prozess rund 65 Mitarbeiter beteiligt. Die Firma hat daneben noch weitere Geschäftsfelder, wie beispielsweise Hotellerie.

■ Zu den großen Caterern der Region gehört auch **Meyer Menü**. Die Firma betreibt eine Großküche in Neuenstadt am Kocher und beliefert auch Schulen in der

Region. Gekocht wird bei Meyer nach genauen Rezepten, die von der Zentrale in Bielefeld festgelegt werden. An jedem Standort des Unternehmens stehen Tag für Tag stets dieselben Gerichte auf dem Speiseplan. Der Standort in Neuenstadt wollte auf Anfrage der *Stimme* keine Auskunft über ihre Catering-Geschäfte, wie zum Beispiel aktuelle Zahlen, geben. Bei Meyer kann außer Schulcatering auch Essen auf Rädern bestellt werden.

■ Die **Better-Taste-Group** mit Sitz in Ludwigsburg vereint viele Geschäftsfelder rund ums Essen: Gastronomie, Eventcatering, aber auch das Beliefern verschiedener Einrichtungen mit Mittagsmenüs. Unter unterschiedlichen Marken ist die Gruppe damit in Baden-Württemberg, aber zum Beispiel auch in Darmstadt, also in Hessen, aktiv. In der Region Heilbronn-Franken werden von der Firma „lunch & more“ der Gruppe Mahlzeiten geliefert.

Firmen

Pioneer Award

Das Stuttgarter Bauunternehmen **Wolff & Müller** ist Sieger des The Pioneer Awards in der Kategorie Society Impact. Die Jury betonte bei der Auszeichnung: „Das Familienunternehmen zeigt eindrucksvoll, dass wirtschaftlicher Erfolg und gesellschaftliche Verantwortung keine Gegensätze sind.“ Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung seien hier kein Zusatz, sondern fest im Geschäftsmodell verankert. Damit setze Wolff & Müller Maßstäbe für eine ganze Branche.

Mit dem Gottlob-Müller-Prinzip, benannt nach dem Firmengründer, hat sich das Unternehmen dazu verpflichtet, wirtschaftlichen Erfolg stets mit verantwortungsvollem Handeln zu verbinden. Die Wolfgang-Dürr-Stiftung, die das soziale Engagement von Wolff & Müller bündelt, hat in den vergangenen zehn Jahren rund 2,8 Millionen Euro für gemeinnützige Projekte bereitgestellt. Sie trägt den Namen von Wolfgang Dürr, der das Unternehmen in zweiter Generation leitet. *red*



Wolff & Müller wurde für sein Engagement geehrt. Foto: Rolf Schulten

ANZEIGE

Natürlich.BÜRGERENERGIE: 100 % Ökostrom aus der Region für die Region

Die Energiewende ist eine der zentralen Aufgaben unserer Zeit. Mit dem Stromprodukt Natürlich.BÜRGERENERGIE bietet die ZEAG Energie AG eine Lösung, die nicht nur nachhaltig ist, sondern auch direkt vor Ort wirkt. Der Strom stammt zu 100 Prozent aus Photovoltaikanlagen und ist exklusiv in Kommunen mit ZEAG-Beteiligungsmo-dell verfügbar. Damit bleibt der Nutzen der nachhaltigen Energieerzeugung in der Region und kommt den Menschen vor Ort zugute.

Ein Stromprodukt mit Mehrwert

Natürlich.BÜRGERENERGIE steht für faire und transparente Preise, regionale Wertschöpfung und eine aktive Unterstützung der lokalen Energiewende. Wer sich für dieses Stromprodukt entscheidet, leistet einen direkten Beitrag zum Klimaschutz, stärkt die lokale Wirtschaft und fördert Projekte in der eigenen Gemeinde. Gleichzeitig bleibt das Geld in der Region und sichert Arbeitsplätze vor Ort.

Energiewende mit Teilhabe

Die ZEAG setzt bei der Entwicklung erneuerbarer Energieprojekte auf ein Beteiligungsmodell, das die Menschen in den Kommunen aktiv einbindet. In sogenannten Bürgerenergiegesellschaften werden Solar- und Windkraftanlagen zu Gemeinschaftsprojekten. Davon können auch die Bürgerinnen und Bürger über Genossenschaften von den Erträgen direkt profitieren.

Das Besondere: Gewinne, Steuern und Abgaben der Gesellschaft bleiben in der Regel in der Kommune und können in gemeinnützige Projekte fließen. Ein Beispiel für die erfolgreiche Umset-



Blick von einem Windrad über den interkommunalen Hybrid-Park im Harthäuser Wald. Foto: Andreas Wagner

zung dieses Modells ist der Windpark Harthäuser Wald. Mit 18 Windkraftanlagen und einer Gesamtleistung von 54 Megawatt zählt er zu den leistungsstärksten Windparks in Baden-Württemberg.

Ergänzt wird er durch eine PV-Freiflächenanlage mit einer Leistung von neun Megawatt peak. Zusammen können die Anlagen rechnerisch mehr als 40 000 Haushalte mit grünem Strom versorgen. Zudem sparen sie jedes Jahr mehr als 85 000 Tonnen CO₂-Äquivalente.

Akzeptanz durch Beteiligung

Die Gemeinde Hardthausen am Kocher zeigt, wie die Erlöse aus solchen Projekten sinnvoll genutzt werden können. Bürgermeister Thomas Einfalt berichtet: „Wir investieren in gemeindeeigene Freizeiteinrichtungen, ohne den Gemeindehaushalt zusätzlich zu belasten.“ So konnte die Gemeinde einen Abenteuerspielplatz realisieren und auf einem weiteren Spielplatz neue Spielgeräte finanzie-

ren. Auch in Zukunft sollen die Einnahmen aus dem Hardthausener Windkraftfonds für gemeinnützige Investitionen verwendet werden, die direkt den Bürgerinnen und Bürgern zugutekommen.

Für Franc Schütz, Vorstand der ZEAG Energie AG, ist die Akzeptanz der Menschen vor Ort entscheidend für den Erfolg der Energiewende. „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.“

Das Modell zeigt, wie die Energiewende nicht nur ökologisch, sondern auch sozial und wirtschaftlich nachhaltig gestaltet wird. Es stärkt die Region, bindet die Menschen ein und ermöglicht eine lebenswerte Zukunft. Und mit dem Ökostromtarif Natürlich.BÜRGERENERGIE der ZEAG nutzen das auch die Bürgerinnen und Bürger direkt bei sich zu Hause. *anz*

Mehr Infos unter
www.zeag-energie.de/buerger-energie







Alle Infos zu Ihrem neuen Stromtarif

100 % Ökostrom von hier für Ihr Zuhause

Mit fairen und transparenten Preisen

Jetzt Natürlich.BÜRGERENERGIE bestellen!

zeag-energie.de/buergerenergie

Gemeinsam Energiewende möglich machen

Standpunkt

Freiwillige Entschuldung

Viele Unternehmen leben auf dem Dispo – und merken es kaum. Kontokorrentlinien sind bequem, flexibel und scheinbar immer verfügbar. Doch wer sie dauerhaft ausreizt, finanziert sich teuer und risikoreich.



C. Käser-Ströbel
Foto: privat

Der Betriebsmittel-Sockelkredit bietet hier eine clevere, oft übersehene Alternative – mit klaren Vorteilen für Liquidität, Zinsen und Rating.

Im Kern geht es um die Umschuldung eines dauerhaft genutzten Dispos in ein festes Darlehen. So werden kurzfristige Verbindlichkeiten in planbare Raten mit festen Zinsen umgewandelt. Das Ergebnis: geringere Zinskosten, bessere Bilanzrelationen – und eine automatische Entschuldung über die Laufzeit.

Der Zinsvorteil ist oft erheblich: Während Kontokorrentzinsen aktuell häufig bei über zehn Prozent liegen, lassen sich Betriebsmitteldarlehen mit rund fünf Prozent finanzieren. Förderkredite sind möglich. Auch die Bank profitiert: Sie senkt ihr Risiko und ihre Eigenkapitalbindung. Die Kundenbeziehung wird stabiler, nicht schwächer.

Ein Praxisfall zeigt die Wirkung: Ein mittelständisches Unternehmen hatte seine 300.000-Euro-Kreditlinie fast dauerhaft voll ausgeschöpft – zu 11,75 Prozent Zinsen. Nach der Umschuldung in ein zehnjähriges Darlehen zu 4,95 Prozent lag die Monatsrate bei 3244 Euro. Das Unternehmen zahlt nun zwar rund 300 Euro mehr im Monat, ist aber in zehn Jahren schuldenfrei – mit deutlich besserem Rating und mehr finanzieller Freiheit.

Der Betriebsmittel-Sockelkredit ist damit mehr als eine technische Umschuldung: Er ist ein strategisches Signal an die Bank. Wer seine Finanzierung aktiv steuert, zeigt Kompetenz – und gewinnt Vertrauen. Die freiwillige Zwangsschuldung senkt Zinsen, schafft Planungssicherheit und stärkt die Unabhängigkeit. Das unterscheidet solides Finanzmanagement vom reinen Schuldenmanagement.

Christopher Käser-Ströbel
Käser-Ströbel Consulting,
Obersulm
www.kaeser-stroebel.de

Köpfe

Wechsel bei MPDV

MPDV gibt bekannt, dass **Jürgen Petzel** aus gesundheitlichen Gründen die Geschäftsführung des Spezialisten für Produktions-IT verlässt.



Jürgen Petzel
Foto: MPDV

Er scheidet mit sofortiger Wirkung auf eigenen Wunsch aus.

Während seiner fast 25-jährigen Unternehmenszugehörigkeit setzte er Impulse für das Marktwachstum und die Expansion des Unternehmens. „Jürgen Petzel hat wesentlich zur Entwicklung unseres Unternehmens beigetragen. Wir bedauern diesen menschlich sehr schmerzlichen Schritt zutiefst und wünschen ihm für seine persönliche Zukunft und die Bewältigung seiner neuen Herausforderungen alles erdenklich Gute, vor allem aber beste Gesundheit“, erklärt Nathalie Kletti, Geschäftsführerin von MPDV. Die Aufgaben von Jürgen Petzel übernehmen die Geschäftsführer Nathalie Kletti, Thorsten Strebel und Jürgen Kletti. Nathalie Kletti wird den Bereich Sales mitverantworten. *red*



Bei der Besigheimer Spedition Müller – Die lila Logistik ist der Name Programm: Lastwagen und vieles mehr kommen in Lila daher. Fotos: Müller

Mut zur Farbe!

Warum Unternehmen auf knallige Töne setzen und Änderungen im Corporate Design nur vorsichtig gemacht werden.

Von unserem Redakteur
Jürgen Paul

Das Rot der Sparkassen kennt jeder, das Gelb-Schwarz von Kärcher ebenfalls. Auch Unternehmen aus der Region setzen bewusst auf Farbe, um für Aufmerksamkeit zu sorgen. Drei markante Beispiele aus Heilbronn-Franken zeigen, welche Strategien die Firmen mit dem Farbeinsatz verfolgen.

Am konsequentesten macht das jene Spedition aus Besigheim, die die Farbe schon im Namen trägt: **Müller – Die lila Logistik**. Bei der Gründung 1991 entschied sich CEO Michael Müller für diese eher ungewöhnliche Farbe. „Lila ist für uns mehr als nur eine Farbe“, sagt Müller. Lila entstehe durch die Kombination von Blau und Rot. „Die Farbe Blau steht für den Verstand, die Sachlichkeit und das Denken in der Konzeptionsphase und die Farbe Rot steht für die Emotionalität, die Dynamik und das Handeln“, erläutert der Firmengründer seine Motive. Beides stehe für den Erfolg des Unternehmens als Logistikdienstleister durch das Zusammenwirken von Denken und Handeln beziehungsweise Konzeption und Umsetzung, erläutert der Vorstandschef.

Diese nicht alltägliche Farbe findet bei der Spedition Müller Anwendung bei den Zugmaschinen, den Gebäuden, den Möbeln und auch der Arbeitskleidung im gewerblichen Bereich. „Unsere Erfahrungen sind durchweg positiv“, berichtet Michael Müller. Er bekomme regelmäßig Anerkennung dafür, wie konsequent und vielseitig die Farbe im Unternehmen eingesetzt werde. „Der Wiedererkennungswert ist zudem äußerst hoch, und die Farbe löst positive Reaktionen aus“, sagt der Firmenchef. Eine Änderung der Farbstrategie sei daher nicht geplant. „Wir bleiben Lila treu.“

Wer auf deutschen Autobahnen und Landstraßen aufmerksam den Verkehr beobachtet, wird nicht nur die lila Lastzüge von Müller kennen, sondern auch die orangefarbenen Lkws der Krautheimer **Spedition Rüdinger**. Bei der Gründung des Unternehmens durch Franz Rüdinger im Jahr 1930 spielte die Farbe freilich

noch keine Rolle. Das kam erst 1981, als Rüdinger verstärkt für den Großkunden Interwand in Dörzbach fuhr – das holländische Mutterunternehmen setzte auf Orange als Firmenfarbe und Geschäftsführer Roland Rüdinger gefiel die Farbe so gut, dass er sie übernahm.

„Orange ist die Farbe der Freude“, sagt Rüdinger zur Begründung. Das Unternehmen identifiziere sich mit der Farbe Orange und lade damit seine Marke auf. Rüdinger nennt die Werte Innovation und Technikführerschaft. Zugleich pflege man traditionelle Werte wie langfristiges Handeln, wertschätzenden Umgang mit Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden. „Außerdem eignet sich Orange als Signalfarbe sehr gut beim Einsatz auf Fahrzeugen“, sagt Roland Rüdinger. Änderungen im Corporate Design seien daher nicht geplant, betont der Geschäftsführer, der bei Terminen auch mal ein knalloranges Jackett trägt.

Gleich auf zwei auffällige Farben setzt die **Bausparkasse Schwäbisch Hall** seit vielen Jahren: Gelb und Rot. „Die roten Backsteine liegen seit 1970 auf gelbem Hintergrund und bilden unsere sehr bekannte Bildmarke“, teilt eine Sprecherin mit. Dazu gehört der Werbespruch „Auf diese Steine können Sie bauen.“ Die Kombination der Farben Gelb und Rot sei „enorm markenprägend und im Wettbewerbsumfeld einzigartig und differenzierend“, heißt es aus Schwäbisch Hall.

Der Bausparkasse sei bewusst, dass die Farben Gelb und Rot auffällig seien und nicht jedem gefielen. „Der Fokus liegt aber klar auf der Funktionalität und nicht auf persönlichem Geschmack oder Gewohnheit“, betont die Sprecherin. Um einen hochwertigen und warmen Gesamteindruck zu erzielen, würden die Basisöne Rot und Gelb um einen hellen Gelbton, ein helles Grau sowie Weiß ergänzt. Die Gewichtung dieser Farben sei flexibel und variere abhängig von der kommunikativen und gestalterischen Zielsetzung. Das Unternehmen legt Wert auf die Konzentration auf wenige Farben, um in allen Medien einen konsistenten und markentypischen Gesamteindruck zu erzielen. Ergänzt werde dieser Gesamteindruck durch markenspezifische Bildwelten.

Die Bausparkasse Schwäbisch Hall hat ihr Corporate Design im Jahr 2021 nach Befragungen und Tests evaluiert und behutsam aufgefrischt. So seien das Gelb und das Rot „wesentlicher frischer“ gemacht worden, teilt die Sprecherin mit. Mehr als kosmetische Anpassungen seien aber nicht geplant. „Abgesehen von solchen kleineren Modernisierungen halten wir fest an unseren Farben und der sehr bekannten und wirksamen Kombination“, betont die Sprecherin.



Roland Rüdinger (Mitte, rechts Verkehrsminister Winfried Hermann, links EnBW-Vorstand Dirk Gusewell) mag es orange. Fotos: Rüdinger



Die Flotte der Krautheimer Spedition Rüdinger ist kaum zu übersehen. Das schafft einen hohen Wiedererkennungswert.



Der Fuchs gehört genauso zur Bausparkasse Schwäbisch Hall wie die roten Ziegelsteine auf gelbem Grund. Foto: BSH