

Glück für alle

Wie aus einer spontanen Idee ein Marktführer wurde.

Seite 16

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Vor mehr als 20 Jahren, da gab es noch diese eine Veranstaltung bei der IHK Heilbronn-Franken für alle Tüftler: „Erfinderinformationen für jedermann“ hieß sie und richtete sich nicht nur an Kammermitglieder, sondern an alle, die sich mit dem Gedanken trugen, eine Neuentwicklung anzumelden. „Da hatten sich dann alle möglichen Erfinder gemeldet“, erinnert sich Stefan Gölz. Damals war der heutige Geschäftsleiter der Bereiche Branchen und Recht unter anderem für jene Veranstaltung zuständig. „Heute ist das Ganze professioneller geworden“, erzählt er. Beratung in Fragen zu Patenten und Gebrauchsmustern wird bei der Heilbronner Kammer aber immer noch angeboten.

Allerdings ist das Thema nun neu aufgestellt worden. Seit Mitte Januar arbeitet Yana Rüdener bei der IHK: Die promovierte Ingenieurin, die auch schon ein Start-up für Virtual Reality als Spinoff am Karlsruher KIT mitgegründet hat, zuletzt in den Bereichen Software und KI aktiv war, baut nun die neue Schnittstelle zwischen Forschung und Wirtschaft auf. Offiziell lautet ihre Position „Referentin Technologietransfer“, und die Aufgaben reichen von Kontakten zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen in der Region bis zu Angeboten für die Kammermitglieder.

Kooperationen mit Hochschulen sind für die Heilbronner IHK an sich nichts Neues. Von 2011 bis 2021 wurde der Forschungstransferpreis vergeben, zunächst nur in Zusammenarbeit mit der Hochschule Heilbronn, später auch mit weiteren Einrichtungen. Sein Ziel: Beispielhafte Produkte auszeichnen, die von Unternehmen aus Heilbronn-Franken zusammen mit der Forschung entwickelt wurden. Im Zuge der Coronapandemie schief der Wettbewerb ein, und inzwischen meint Stefan Gölz: „Er ist auch nicht mehr zeitgemäß.“ Das scheinen auch die Unternehmen in der Region so zu sehen: Es habe keine Beschwerde gegeben, dass der Preis nicht mehr ausgeschrieben wird, berichtet er.

Ohnehin gibt es nun – quasi als Ersatz – nicht nur schon seit 2015 den landesweiten Wettbewerb „Elevator Pitch“, sondern bei den Heilbronnern

Von Erfindern zur Transformation

Die IHK Heilbronn-Franken hat im Laufe der Jahre die Förderung von Innovationen angepasst.



auch noch den Wettbewerb „Jugend macht Zukunft“. Auf dem Zukunftswiesen Summit in Ilshofen wurden erst vor wenigen Wochen zum zweiten Mal junge Entwicklerteams ausgezeichnet. Lenn Hoffmann und Jonas Nolte belegten mit ihrem Projekt „FarmerOS“ den ersten Platz: Die beiden Gründer haben ein digitales Betriebssystem für Bestell- und Rechnungsprozesse in landwirtschaftlichen Betrieben geschaffen und bereits erste Vertriebsfolge erzielt. Bei der Premiere des Wettbewerbs ging der Sieg an Marvin Klee und Thomas Wöppel von Konrad Bau aus Lauda-Königshofen. Sie schlugen vor, Übungsarbeiten aus der überbetrieblichen Ausbildung im Straßenbau dauerhaft im öffentlichen Raum umzusetzen, um Plätze und Wege zu verbessern. Einen vorderen Platz belegte auch das Eventformat „Teal“ von Florian Kunde aus Heilbronn – seitdem hat sich das junge Format in der Stadt einen guten Namen erarbeitet.

Yana Rüdener fasst ihre Aufgaben aber viel weiter. Sprechtag für Fördermöglichkeiten sind geplant, Workshops für KI-Einsatz im Mittelstand oder Webinare zum Beispiel zu Automatisierung im Vertrieb. Ein Patentcoaching hat sich die Referentin vorgenommen, vorstellen kann sie sich außerdem einen „Open Lab Day“ zusammen mit den regionalen Forschungsinstitutionen, um gerade kleineren und mittleren Unternehmen die Möglichkeiten einer Kooperation aufzuzeigen. „Denn was die Unternehmen selbst nicht können, bekommen sie oft bei den Forschungseinrichtungen“, erklärt sie. Auch Netzwerke sollen sich dadurch bilden, unter den Unternehmen ebenso wie unter den Forschern und unter den Kammern im Land.

Insgesamt verfolge die IHK Heilbronn-Franken damit drei Ziele, erläutert Gölz: Kleine und mittlere Unternehmen sollen an die Wichtigkeit von Innovationen herangeführt werden, bestehende Produkte sollen innovativer und Produktionsmethoden verbessert werden – und natürlich sollen aus den Kooperationen auch neue Produkte und Ideen entstehen. Auch künstliche Intelligenz und ihre vielfältigen Einsatzmöglichkeiten sollen aufgezeigt werden. „Viele verbinden KI noch damit, dass man ChatGPT verwendet“, sagt Gölz. Dieses Denken zu beenden – auch dafür will sich Yana Rüdener einsetzen.

Baden-Württemberg bleibt an der Spitze

Wie hoch ist das Innovationspotenzial im europäischen Vergleich? Dazu gibt es den Innovationsindex.

Das Statistische Landesamt von Baden-Württemberg veröffentlicht alle zwei Jahre den von ihm selbst entwickelten Innovationsindex – zuletzt vor ziemlich genau einem Jahr. Dieser Index bündelt die Daten von sechs Innovationsindikatoren in einer Kennzahl und ermöglicht damit den direkten Vergleich der Innovationsfähigkeit der in die Berechnung des Index einbezogenen Wirtschaftsräume. Insgesamt werden dabei 60 Länder und Regionen der Europäischen Union berücksichtigt.

Als innovationsrelevante Indikatoren fließen in die Berechnung die Ausgaben für Forschung und Entwicklung (FuE), das FuE-Personal, die Beschäftig-

ten in Hochtechnologiebranchen, in wissensintensiven Dienstleistungsbranchen, in wissenschaftlich-technischen Berufen und die Anzahl der Patentanmeldungen ein. In der Berechnung 2024 wurden die Daten bis 2023 verwendet.

Der Innovationsindex 2024 zeigt: Baden-Württemberg ist innerhalb der Europäischen Union weiterhin die Region mit der höchsten Innovationsfähigkeit. Mit einem Indexwert von 76 Punkten liegt der Südwesten an der Spitze des Innovationsvergleichs – 13 Indexpunkte vor der südlichen Region der Niederlande, die auf Platz zwei des Rankings folgt. In der Spitzengruppe, mit einem Indexwert von ebenfalls mehr als 50 Punkten, folgen Schweden, die französische Hauptstadtregion Île de France, Bayern, Berlin, Dänemark, Finnland, Hamburg und Hessen. Die letzten Plätze belegen demnach die Kanaren, Südschweiz, Rumänien, Sizilien und Bulgarien.

Die höchste Anzahl an Patentanmeldungen wurde dabei von Erfindern aus der Region im Süden der Niederlande angemeldet, heißt es in dem Bericht zum

aktuellen Innovationsindex. Dort seien namhafte Industrieunternehmen mit Forschungseinrichtungen ansässig, darunter von Philips, Canon und DAF, die beträchtlich in Forschung und Entwicklung investierten und eine Vielzahl von Patenten anmeldeten.

Baden-Württemberg liegt bei diesem Indikator inzwischen knapp hinter Bayern auf Platz drei, schreiben die Statistiker. Der Südwesten verfüge damit nicht nur über enorme Forschungs- und Entwicklungsressourcen, sondern zähle neben Bayern zu den größten Patentanmeldern Deutschlands und Europas. Bezogen auf eine Million Einwohner werden demnach von baden-württembergischen Erfindern weit mehr als dreimal so viele Patente beim Europäischen Patentamt pro Kopf angemeldet wie im Durchschnitt aller 27 EU-Länder. Besonders vorteilhaft wirke sich dabei aus, dass Unternehmen wie Bosch, Daimler, ZF Friedrichshafen, Porsche, Mahle, Valeo, Voith, Trumpf, SAP, Heidelberger Druckmaschinen, Festo, IBM oder Hewlett Packard ihren Hauptsitz oder ein Tochterun-

ternehmen in Baden-Württemberg haben. Einige von ihnen investierten hierzulande beachtliche Ressourcen in Forschung und Entwicklung und zählten auch zu den größten Patentanmeldern Deutschlands und Europas.

Dass der Landeswert im Innovationsindex im Vergleich zu 2022 etwas zurückgegangen ist, bereitet den Statistiker nur wenige Sorgen. Baden-Württemberg weise bei drei der betrachteten Innovationsindikatoren bereits ein sehr hohes Niveau – im EU-Vergleich sogar das höchste Niveau – auf. Um diese Werte prozentual nennenswert zu erhöhen, wären deutlich höhere Aktivitäten erforderlich als in Ländern und Regionen mit einer vergleichsweise niedrigen Ausgangsbasis. Ausschlaggebend für die insgesamt abgeschwächte Innovationsdynamik sei vor allem der seit einem Jahrzehnt festzustellende abwärtsgerichtete Trend bei der Zahl der Patentanmeldungen. Insgesamt habe sich Innovationsfähigkeit im europäischen Vergleich immer noch leicht überdurchschnittlich verbessert. *red*

Aus dem Inhalt

Anlaufstelle für Musiker
In der Region sind einige Musikhäuser aktiv mit Verkauf und Service. **Seite 6**



Große Hochschulszene
Von der Hochschule bis zur Ecole 42 reicht das Spektrum der Region. **Seiten 12, 13**



Weininnovation gesucht
Bei Lidl in Bad Wimpfen stellten Weinerzeuger neue Konzepte vor. **Seite 15**



ANZEIGE

Unseren
kostenlosen
Depotcheck
finden Sie
auf Seite 15.

Ein Produkt der Heilbronner Stimme,
Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme



Tipp

Bewerben für Karrieretag

Am 10. Juli lädt die Stiftung Familienunternehmen zum nächsten „Karrieretag Familienunternehmen“ ein, der diesmal bei der Schwarz-Gruppe im Schulungszentrum am Stiftsberg in Neckarsulm stattfindet. Mit mehr als 70 Familienunternehmen wird es der bisher größte Karrieretag in seinem 20-jährigen Bestehen. Neben den Unternehmen der Schwarz-Gruppe sind unter anderem DM, Kärcher, Rossmann und Schunk vertreten. Interessenten müssen sich bewerben, um mit Vertretern der Unternehmen ins Gespräch zu kommen und ihre Karrierechancen zu erfahren. Bewerbungsschluss ist der 15. Juni.

Weitere Informationen:
www.karrieretag-familienunternehmen.de

Schulpartner-Preis

Außerschulische Organisationen können sich um den neu ins Leben gerufenen Schulpartner-Preis bewerben. Inhalt muss ein Kooperationsprojekt mit einer öffentlichen Schule sein. Ziel ist es, Leuchtturmprojekte vorzustellen, die den Schulalltag ergänzen, Schüler fördern und gleichzeitig die Lehrer entlasten. Ausgelobt wird der Schulpartner-Preis von der Initiative Schulpartner Deutschland. Bewerbungsschluss ist der 30. Juni.

Weitere Informationen:
www.schulpartner-deutschland.de

Naturschutz-Zuschuss

Ab sofort können sich gemeinnützige Organisationen, kommunale Stellen, Unternehmen und Privatpersonen bei der Stiftung Naturschutzfonds um einen Zuschuss für Naturschutzprojekte im Land bewerben. Rund 5,9 Millionen Euro stehen zur Verfügung. Voraussetzung ist, dass die Projekte konkret der Aufwertung von Natur und Landschaft dienen und in dem Naturraum, in dem das Projekt durchgeführt werden soll, Ersatzzahlungen zur Verfügung stehen.

Die Ausschreibung endet am 30. September.

Weitere Informationen:
https://stiftung-naturschutzfonds-bw.de/

Impressum

WirtschaftsStimme

Wirtschaftszeitung für die Region Heilbronn-Franken

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

Chefredaktion: Uwe Ralf Heer

Redaktionelle Koordination: Heiko Fritze

Redaktion: Heiko Fritze (frz), Simon Gajer (ing), Claudia Ihlefeld (cid), Jürgen Paul (jüp), Martin Peter (map), Alexander Schnell (aos); 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

Kärcher reinigt die Freitreppe



Schwäbisch Hall Die historische Freitreppe vor der Kirche St. Michael in Schwäbisch Hall ist von Kärcher kostenlos gereinigt worden. Die Aktion fand im Rahmen des 90-jährigen Firmenbestehens statt, zu dem das Unternehmen weltweit 90 Reinigungsprojekte angesetzt hatte. Die Anfang des 16. Jahrhunderts errichtete Freitreppe mit ihren 53 Stufen ist ein zentraler Ort der Begegnung und Bühne für die bekannten Freilichtspiele der Stadt. Ein Team

von bis zu sechs Kärcher-Mitarbeitern arbeitete eine Woche lang an dem Projekt. Zum Einsatz kamen Heißwasser-Hochdruckreiner, die mit einem geringen Druck von nur 0,5 bis einem Bar arbeiten. Diese sanfte Methode schont den historischen Sandstein der Treppenstufen. Ein weiterer Vorteil der hohen Temperatur ist die Zerstörung von Samen und Sporen des biologischen Bewuchses in den Gesteinsporen.

Foto: Kärcher

Firmen von A bis Z

Audi 11
Bausch + Ströbel 9
Bausparkasse Schwäbisch Hall 3
Bechtle 8, 14
Beyerdynamic 6, 7
Blanco 4
Böpple 9
BW-Bank 10

D11Z.Ventures 9
D&B Audiotechnik 7
Dieffenbacher 4
Distelhäuser 8
EBM-Papst 11
Gemü 15
Groninger 16

Hep Kapitalverwaltung 10

Jako 14

Kärcher 2
Kaufland 12, 14
König & Meyer 7
Konrad Bau 1

Lapp 9
Lauda Dr. R. Wobser 15
Lidl 8, 15

Mann & Schröder 12
Marbach 10
Modepark Röther 6
MPDV 10
Musik Kässer 6
Musikhaus Weinsberg 6

Parsa Beauty 6
Prehensio 13

Rensch 7

Schunk 10
Schwarz Digits 14
Shure 7
Soyez 16
Sweet & Lucky 16

Würth 4, 10



Die Erweiterung des Bildungscampus in Heilbronn wächst allmählich in die Höhe: Es wird weiter in die Hochschullandschaft investiert. Foto: Ralf Seidel

Mittelständler kämpfen ums Überleben

Vor allem in der Automotive-Branche haben es Zulieferer mit einer gefährlichen Mischung an Krisen zu tun.

Gastautor

Von Hans-Andreas Fein



„Wer macht aktuell Gewinn?“ fragte der Gastgeber eines Erfahrungsaustauschs mit acht Geschäftsführern mittelständischer Betriebe. Die Antwort war Schweigen, die Beklemmung war zu spüren. Die Szene beschreibt die aktuelle Lage vieler Autozulieferer, Maschinen- und Werkzeugbauer. Widrigkeiten von allen Seiten nehmen Betrieben die Luft zum Atmen. Dabei bilden die Mittelständler in Industrie, Handwerk, Handel und Dienstleistung das Fundament unserer Wirtschaft und unseres Wohlstands.

Vor ein paar Jahren hat der Druck der Politik und die „Nur-noch-Elektro“-Strategie der Autobauer Zulieferern für Motor, Antriebsstrang und Auspuff die Grundlagen genommen. Die Strategien gingen aber nicht so auf wie gedacht, die Verbrenner leben doch länger. Nun verlangen die Autohersteller von ihren ausgehungerten Zulieferern wieder eine Verlängerung der Produktionsdauer für die verpönten Teile über 2030 hinaus. Diese sollen die Zulieferer zu Selbstkosten produzieren. Eine Bezahlung für Werkzeug-Erneuerungen oder Anlagen-Investitionen lehnen die Autohersteller in der Regel ab. Doch wie sollen die Betriebe investieren, wenn sie seit zwei Jahren unter den sinkenden Aufträgen leiden? Ein beträchtlicher Teil der Zulieferer schreibt rote Zahlen und bekommt kaum noch eine Finanzierung.

Ungeachtet der Gesamt-Umstände verlangen Einkäufer von ihren Zulieferern unverändert regelmäßige Preissenkungen. Da müssen „die Supplier“ für einen Auftrag die Fertigungs-Kapazität für sieben Jahre Modell-Zyklus und zudem mit maximaler Mengen-Flexibilität gewährleisten. Aber umgekehrt bekommen sie dafür keine Abnahme-Zusicherung

des Kunden über die übliche sechswöchige Abruffrist hinaus. Und in dieser Abhängigkeit leiden sie unter der ständigen Drohung, den Auftrag jederzeit an günstigere Lieferanten zu verlieren.

Im Betrieb haben Zulieferer mit dem deutschen Arbeitszeitgesetz zu kämpfen: Die erlaubte tägliche Arbeitszeit ist kürzer als in anderen Ländern. Ob es bei einem Auftrag um ein schnell benötigtes Teil gegen ein Cybercrime-Risiko oder um die Erfüllung einer neuen EU-Abgasregelung zu einem Stichtag geht, spielt keine Rolle. Im schlimmsten Fall gibt es Ärger mit dem Betriebsrat oder dieser lässt sich seine Zustimmung zu Mehrarbeit nur gegen Zugeständnisse abringen. Unser Arbeitszeit-Gesetz stammt aus einer Zeit, in der Projekt-Termine, Fristen und „China Speed“ noch nicht die Regeln bestimmten.

In mittelständischen Betrieben ist es um das Verständnis für die Erfordernisse des Geschäfts und um den Teamgeist meist gut bestellt. Doch wo die Work-Life-Balance den obersten Wertmaßstab stellt, sieht es weniger gut aus. Dabei sollte jeder überlegen, ob das Ergebnis der Arbeit die Gesamtkosten für das Brutto-Gehalt plus aller Zuschläge,

Editorial

Von Heiko Fritze



Eine Region der Forschung

Wer wissen will, wie es um die Bildungs- und Forschungslandschaft in Heilbronn-Franken bestellt ist, der muss bloß einmal den Blick auf unsere Doppelseite 12/13 werfen: Von der alteingesessenen Hochschule Heilbronn bis zu den neuen Ansiedlungen von Ecole42, TUM und ETH reicht inzwischen das Spektrum. Zugegeben – renommierte Voll-Universitäten befinden sich woanders, aber an allen hiesigen Instituten und Einrichtungen wird an dem getüftelt und geforscht, was die Unternehmen vor Ort unmittelbar brauchen. Es ist also häufiger zweckgebunden beziehungsweise praxisnah, anders als die sogenannte Grundlagenforschung. Und das ist kein Nachteil.

Gerade an den dualen Hochschulen sind Unternehmen und Lehre eng verzahnt, werden die Studienarbeiten in der Regel im Betrieb an einer aktuellen Aufgabe geschrieben. Und doch hat sich zum Beispiel der Fachbereich Handel der DHBW Heilbronn einen bundesweiten Ruf mit seiner Expertise erarbeitet, was die zahlreichen Medienauftritte seiner Professoren belegen.

Forschung und Entwicklung findet aber auch in den Betrieben selbst statt, wie zahlreiche Patentanmeldungen regionaler Unternehmen zeigen. Aus Initiativen wie einem digitalen Souveränitäts-Index könnten einmal bundesweite Standards entstehen. Audi hat in Neckarsulm bereits einige für die gesamte Branche wegweisende Entwicklungen gemacht. Und mit reichlich Investorengeld im Rücken sind Organisationen wie der Zukunftsfonds oder D11Z unterwegs und suchen das nächste Einhorn, also das nächste Start-up, das in kurzer Zeit eine Bewertung von einer Milliarde Dollar erreichen könnte.

Klar ist allen: Sich auf dem Erreichten ausruhen ist riskant. Zu schnell sind andere Mitstreiter mit Entwicklungen auf dem Markt, die alles infrage stellen. „Stillstand ist Rückschritt“ mag ein uraltes Unternehmer-Motto sein, im Grunde gilt es aber immer noch. Nur dass sich das Tempo im Vergleich zu den 70ern oder 80ern enorm erhöht hat, nach Computern, Internet und Cloud nun die Künstliche Intelligenz ganz neue Anwendungen ermöglicht – und etablierte Geschäftsmodelle obsolet machen könnte.

Wohin die Reise geht? Das kann selbst KI nicht vorhersagen. Aber sie kann es auf Basis all dessen, womit sie gefüttert wurde, was sie daraus gelernt und geschlussfolgert hat, in einem wohlformulierten Text zusammenfassen. Ihre Grenzen liegen immer noch – und wahrscheinlich noch lange – dort, wo sie etwas schaffen muss, was noch nie da war.

Übrigens: Dieser Text wurde vom Autor höchstpersönlich getippt. Ohne Hilfe von KI.

die Infrastruktur des Arbeitsplatzes und Investitionen des Unternehmens deckt.

Wenn dann der Auftrag abgearbeitet ist, darf die Firma auf die Zahlung vom Kunden hoffen. Bei Lieferungen ins Ausland kann das 90 oder 120 Tage dauern. Kommt das Geld dann und bleibt am Ende tatsächlich ein Gewinn übrig, hält der Fiskus schon gleich die Hand auf. Hinzu kommen Grundsteuern, Gebühren und Abgaben, bauliche Vorschriften, Brandschutz, Fluchtgänge, Gewerbeaufsicht, Umweltauflagen, Sozialräume, Arbeitsplatz- und Parkplatzvorgaben.

In dieser Lage braucht es mehr als Abschreibungsvergünstigungen für grüne Investitionen und vereinzelte Reformen. Wir erleben eine fundamentale Krise im Inneren und globale Krisen. Für beides passt unser altes Denken und unser regelintensives System nicht mehr.

Die gute Nachricht zum Schluss: Der Wiederaufbau nach dem Krieg und der Neustart nach der Wiedervereinigung sind uns eindrucksvoll gelungen. Bekanntlich sind aller guten Dinge drei.

Dipl. Kfm. Hans-Andreas Fein

Seit über 30 Jahren Berater und Trainer für Autozulieferer und Maschinenbauer



Samuel Keitel ist Gründer und Initiator des Zukunftswiesen Summit in Hohenlohe. Fotos: Zukunftswiese

Samuel Keitel vernetzt Start-ups und Mittelstand – und denkt dabei immer schon einen Schritt weiter.

Von unsrem Redakteur Martin Peter

Samuel Keitel redet schnell, aber nicht hektisch, eher wie einer, dessen Kopf schon drei Ideen weiter ist als das Gespräch. Während andere in seinem Alter noch überlegen, was sie einmal werden wollen, organisiert der 24-Jährige mit seinem Team Großveranstaltungen, vernetzt Mittelständler mit Start-ups und diskutiert mit Konzernvorständen über die Zukunft der Arbeit. Der Zukunftswiesen-Summit, seine bisher größte Idee, begann jedoch weniger glamourös. „Es war eine heiße Nummer, dass es überhaupt funktioniert hat“, sagt Keitel über die Veranstaltung, die gerade zum dritten Mal stattfand, heute aber in ganz anderen Dimensionen. Groß denken, hart arbeiten, nicht aufhalten lassen: eine Grundhaltung, die Keitel sich schon in jungen Jahren aneignet.

Keitel wirkt zunächst nicht wie der klassische Start-up-Gründer. Kein geschnielt auftretender Selbstoptimierer aus Berlin-Mitte, kein Dauerpitcher. Seine Geschichte beginnt in Obereichenrot, einem Weiler bei Schrozberg im Landkreis Schwäbisch Hall. Da steht der Bauernhof, der einst den Großeltern gehörte – samstags wurde gemeinsam angepackt. „Da wurde richtig geschafft“, sagt er. Die Bodenständigkeit prägt ihn bis heute und sie steht in einem Kontrast zu dem Tem-

po, das sein Leben inzwischen angenommen hat – zwischen Dorf und Großstadt, zwischen Mittelstand und Start-up-Welt, zwischen großen Visionen und einem Bankkonto, das diesen noch hinterherläuft. „Ich lebe in zwei Welten“, verrät Sam Keitel, der bei einem USA-Austausch früh vom Gründergeist gepackt wird. Bei der weltweit größten Leadership-Konferenz trifft er auf lauter verrückte Amerikaner. „Die Unternehmer haben die jungen Leute angehauen: Macht was, gebt einfach Gas“, berichtet Keitel. „Zu Hause dachte ich: Lass mal was probieren.“

Er gründet mit 17 sein erstes Start-up, einen Online-Marktplatz für regionale Produkte. Anfangs lief es gut, doch als er sein Geschäft ausbauen will und eine Finanzierungsrunde startete, kam Covid. Niemand wollte mehr investieren. „Dann lief es ins Leere“, sagt Keitel. Das Scheitern verbuchte er als Erfahrung, gab das Gründen aber nicht auf. Mit dem Studium Management und Technologie an der TU München fand er das für ihn richtige Umfeld. Nicht in München, wie er dachte. Sondern in Heilbronn. „Ich habe es erst

„Es war eine heiße Nummer, dass es überhaupt funktioniert hat.“ Sam Keitel

einen Tag vor Beginn gesehen“, verrät er. Nach dem ersten Schock war er aber begeistert vom Bildungscampus, Campus Founders und allem, was in der Stadt so passiert. Nährboden für seinen Zukunftswiesen Summit. Keitel erlebt früh zwei Welten: die internationale Gründer-Bubble mit ihrem Tempo und ihren Visionen und die Region mit ihren Weltmarktführern, an die es schwer heranzukommen ist. Und er erlebt Unternehmer, die offen sind für neue Ideen – wenn nur jemand die richtigen Leute zusammenbringen würde. Also beschließt er, genau das zu tun.

Die Idee klingt größer als die Möglichkeiten ihres Erfinders. Ein Zukunftsfestival mitten in Hohenlohe: Viele halten das für unrealistisch. „Das wird niemals funktionieren“, hört Keitel immer wieder. Doch Keitel lässt sich nicht beirren, geht den Weg zunächst alleine. „Ich habe aber gemerkt, dass ich es nicht allein schaffe.“ Also baut er ein Team auf und gewinnt in Walter Döring seinen wichtigsten Förderer. Der frühere baden-württembergische Wirtschaftsminister hört Keitel zu. „Wenn ein junger Mann vor dir sitzt und dir seine Idee präsentiert, hast du zwei Möglichkeiten“, sagt Döring. „Entweder du erklärst ihm, warum es nicht funktioniert. Oder du packst mit an.“

Döring stellt sein Netzwerk bereit, öffnet Türen. „Da hieß es plötzlich: Hey Sam, dich ruft gleich jemand an“, erinnert sich Keitel. „Und auf einmal waren 15.000 Euro Sponsoring geklärt.“ Trotz der Hilfe bleibt die erste Ausgabe „bis zuletzt eine Zitterpartie“. Einen Tag vor der Premiere

hat sich erst die Hälfte der 500 Teilnehmer angemeldet, die er Sponsoren versprochen hatte. Am Ende kamen 540.

Der Summit ist für Keitel und seine Helfer Hobby, seinen Unterhalt verdient der gebürtige Hohenloher heute mit dem Start-up Senior Connect, einer Plattform, die erfahrene Fachkräfte mit Unternehmen verbindet. Als Geschäftsführer sitzt er mit Unternehmen und Investoren zusammen. Verdient aber gerade genug, um davon zu leben. Seine zwei Welten.

Der Summit hätte dem Zukunftsmacher diesmal ein ordentliches Gehalt gebracht. Aber: „Das fließt alles zurück“, sagt Keitel. In das Team – immerhin ist es eine Teamleistung – und in den Summit selbst. Der steht vor der nächste Phase, wo es nur mit Freiwilligen vielleicht nicht mehr geht, es also bezahlte Kräfte geben wird für die vierte Auflage. „Das ist wieder eine neue Phase. Aber Wachstum gehört zum Start-up-Dasein ja dazu“, sagt Keitel, der wieder eine Idee weiter ist.

Firmen

Neuer Look für den Fuchs

Der Fuchs, Markenzeichen der Bausparkasse Schwäbisch Hall, hat ein Update erhalten. Mit einem neuen Erscheinungsbild richtet das Unternehmen seine Markenfigur stärker auf digitale Kanäle, soziale Medien und konkrete Zielgruppen aus. Im Zentrum des Updates steht eine erweiterte Mimik, die dem Fuchs künftig mehr emotionalen Ausdruck verleiht – von nachdenklich bis pointiert. Sticker und Icons ergänzen die klassischen Motive und erleichtern den Einsatz in Social Media oder digitalen Kampagnen. Perspektivisch soll der Fuchs außerdem eine klar definierte eigene Stimme erhalten. Bei der Weiterentwicklung arbeitete Schwäbisch Hall mit der Kreativagentur Ogilvy Germany sowie dem Animations- und Digitalspezialisten Parasol Island zusammen.

Erstmals in der Schwäbisch Hall-Werbung zu sehen war das Markensymbol 1975: Als ausgestopfter Fuchs mit Hornbrille und Geldbündel im Maul. Die Resonanz war so positiv, dass der Fuchs 1976 zurückkehrte und geblieben ist. Heute zählt er zu den bekanntesten Markenfiguren Deutschlands. Über die Jahre hat der Fuchs viele Wandlungen durchlaufen, bekam seine typische Kleidung mit gelbem Oberteil und blauer Hose, jeweils zeitgemäße Brillen – und 2026 zum ersten Mal auch Turnschuhe. red

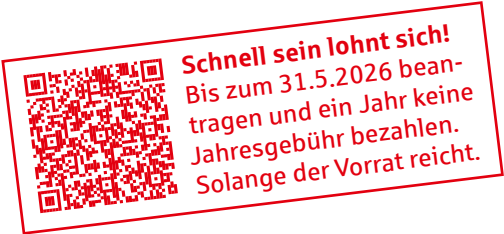


ANZEIGE



BusinessCard – die Kreditkarte für Sie und Ihre Mitarbeiter.

Gewinnen Sie mehr Liquidität und Flexibilität mit der Sparkassen BusinessCard.



Weil's um mehr als Geld geht.

Kreissparkasse Heilbronn

Buchkritik

So klappt's an der Börse

Die Börse und die Deutschen – das ist immer noch eine schwierige Beziehung. Dabei sind die Renditechancen bei Aktien und Fonds erwiesenermaßen deutlich größer als bei anderen Geldanlageformen.

Die Journalistin und Börsenexpertin Jessica Schwarzer will den Menschen diese Angst nehmen. In ihrem Buch „Über die Psychologie der Börse“ gibt sie in leicht verständlicher Sprache 20 Lektionen über Börsenpsychologie. Gerade für Einsteiger und Skeptiker eine lohnenswerte Lektüre. Neben altbekannten Anlegerregeln wie „Nicht alle Eier in einen Korb legen“ oder „Greife nie in ein fallendes Messer“ erklärt Schwarzer auch, warum die Börse kein Casino ist – und was man tun sollte, wenn man doch zocken möchte. Sie beschäftigt sich

mit den Vor- und Nachteilen der Gier, erklärt, warum Geduld und ein langer Atem an der Börse so wichtig sind und – ganz wichtig – wie man bei Börsencrashes die Ruhe behält.

Eine zentrale Lektion des Buchs lautet: Entwickle eine für dich passende Strategie – und halte unbeirrt an ihr fest. Wer ständig den neuesten Trends hinterherhüpft und stets mit der Masse rennt, wird an der Börse keinen Erfolg haben. Jessica Schwarzer berichtet sehr persönlich aus ihren langjährigen Börsenerfahrungen, inklusive teurer Lektionen wie etwa ein Investment in Wirecard-Aktien. Ein lehrreiches, unterhaltsames Buch für alle, die sich bisher nicht an die Börse getraut haben. Wer sich an die 20 Lektionen hält, kann über die lange Frist nicht viel verkehrt machen. *jüp*

Jessica Schwarzer: Über die Psychologie der Börse
Deutscher Wirtschaftsbuch Verlag, 256 Seiten, 18 Euro

Köpfe

Neu bei Blanco

Der Küchenspülenhersteller Blanco besetzt die Position des Chief Operating Officers neu. **Markus Laub** (48) tritt das Amt zum 1. Juli an und verantwortet künftig weltweit Produktion, Einkauf, Qualitätsmanagement, Logistik sowie das Supply Chain Management bei dem Unternehmen der Oberderdinger Blanc & Fischer Familienholding. Damit ist die Umgestaltung des Top-Managements

bei Blanco vollzogen. Zuletzt war Laub bei der Mymuesli AG zuständig für den Vorstandsbereich Operations. *red*

Wechsel bei Dieffenbacher

Zum 30. April hat **Lothar Fischer** den Eppinger Maschinen- und Anlagenbauer Dieffenbacher verlassen. Fischer war seit 2018 technischer Geschäftsführer. Sein Nachfolger ist **Stefan Zipf**, der im August 2025 in die Geschäftsführung berufen wurde und planmäßig zum 1. März die Position von Fischer übernommen hat. „Herr Fischer hat in den acht Jahren seiner Tätigkeit für Dieffenbacher viel bewegt. Zu seinen Verdiensten zählen vor allem die Stärkung unserer Lieferketten und der weitere Ausbau unseres globalen Produktionsnetzwerks“, sagt Dieffenbacher-Unternehmensleiter Christian Dieffenbacher. *red*



Markus Laub
Foto: Blanco



Seit 1997 lockt das Würth-Open-Air im Sommer bis zu 10.000 Fans am Abend: wie Bryan Adams im vergangenen Juni. Foto: Archiv/Kunz

Gänsehautmomente

Ob Klassik oder Rock und Pop: Wie die Kunst spielt Musik bei Würth eine Rolle in der Unternehmensphilosophie.

Von unserer Redakteurin
Claudia Ihlefeld

Klassikkonzerte, ein Open-Air-Festival und mit den Würth Philharmonikern seit ihrer Gründung 2017 ein eigener Klangkörper. Bis dahin hatten oft Justus Frantz und seine Philharmonie der Nationen die klassische Note bei Würth gesetzt. Mit dem eigenen Orchester und international namhaften Gästen – gerade waren wieder die Berliner Philharmoniker im Carmen-Würth-Forum in Künzelsau zu erleben und hat Kent Nagano die Würth Philharmoniker dirigiert – ist Klassik bei Würth zum herausragenden Ereignis mit einem breiten Repertoire gereift.

Unter der Leitung von Chefdirigent Claudio Vandelli und mit renommierten Gastdirigenten tritt dieser Klangkörper der Reinhold-Würth-Musikstiftung auch in anderen Konzertsälen europaweit auf. Soeben erst wurde der Vertrag von Claudio Vandelli bis 2029 verlängert.

Hochkultur in Hohenlohe, das heißt aber auch, dass Kinder-, Schüler- und Familienkonzerte altersgerecht Musik auf die Bühne bringen. Federführend

hier ist die Österreicherin Elisabeth Fuchs, Chefdirigentin der Philharmonie Salzburg, bekannt für ihre langjährige Erfahrung mit Education-Projekten.

Und so ist das Carmen-Würth-Forum nicht nur ein Ort für Konferenzen und Symposien, sondern Aufführungsort unterschiedlicher Konzertformate. Stars wie Anna Netrebko, Hélène Grimaud, Sol Gabetta, Anne-Sophie Mutter, Bryn Terfel, Rudolf Buchbinder, Fazil Say oder Christiane Karg waren Gäste oder kommen wieder. Dirigenten wie Martin Panteleev oder Kirill Petrenko, Orchester

wie die Sächsische Staatskapelle Dresden, das Luzerner Sinfonieorchester, die Camerata Salzburg, das Mozarteumorchester Salzburg oder der Bachchor Salzburg konzertieren in Künzelsau. Zur Musik gehören auch Ballettgastspiele wie die Ballettmatineen der Semperoper.

Das musikalische Engagement bei Würth ist vielseitig. Seit vielen Jahren fördert die Reinhold-Würth-Musikstiftung das Verständnis für Vielfalt und Bedeutung von Musik, Initiativen für hochbegabte Musikerinnen und Musiker, Musikveranstaltungen, Konzerttourneen

und weitere Projekte wie Workshops und Wettbewerbe. Und sie unterstützt den Erwerb und Erhalt historischer Musikinstrumente. Seit 1991 besteht die Kooperation der Stiftung Würth und der Jeunesses Musicales Deutschland (JMD), die im Schloss Weikersheim ihren Sitz hat. Daraus ist der Würth-Preis der Jeunesses Musicales Deutschland hervorgegangen mit Preisträgerinnen und Preisträgern wie Philip Glass, Claudio Abbado, Christian Tetzlaff oder der wunderbaren Dirigentin Mirga Grazinyte-Tyla.

Beim Hohenloher Kultursommer vergibt die Stiftung Würth zudem den Reinhold-Würth-Förderpreis beim Internationalen Wettbewerb für Violine.

Die Attraktion im Sommer ist seit 1997 das Würth-Open-Air. Bis zu 10.000 Besucherinnen und Besucher pro Abend kamen seither zu den Auftritten von Udo Lindenberg, Revolverheld, den Fantastischen Vier, von Gianna Nannini, Sting, Gary Moore, Clueso, Nico Santos, Suzi Quatro, Lena, Bryan Adams und vielen mehr. In diesem Juni werden unter anderem Zucchero und Nena auftreten.

Nicht zu vergessen bei diesem musikalischen Portfolio: das Musikfest der Stiftung Würth – das Festival für das Miteinander von Menschen mit und ohne Behinderung, das Carmen Würth 2013 ins Leben gerufen hat und das alle zwei Jahre ausgerichtet wird.

„Sowie die Kunst alle Sinne berühren kann, erleben wir Momente in der Musik, die uns Gänsehaut bescheren“, sagt C. Sylvia Weber, Intendantin Kultur bei Würth und Leiterin der Reinhold-Würth-Musikstiftung. „Und auf diese Momente freue ich mich.“



Immer wieder in Hohenlohe: Stargeigerin Anne-Sophie Mutter, hier im Februar mit den Würth Philharmonikern im Carmen-Würth-Forum. Foto: Archiv/Neukircher.

Fünf Fragen an... Sabine Jakoby

1 Sie waren einst Betriebsrätin bei Galeria Kaufhof. Wann und was haben Sie dort zuletzt eingekauft?
Sabine Jakoby: Ich habe für meine Tochter ein Armband in der Schmuckabteilung gekauft, das war kurz vor Ostern.

2 Wie fühlen Sie heute noch mit deren Belegschaften bei all den aktuellen Problemen im Einzelhandel?
Jakoby: Für mich ist das Thema Galeria immer noch sehr emotional, war ich doch dort 32 Jahre beschäftigt. Was die Kolleg*innen in den Filialen jeden Tag erleben müssen, macht mich traurig. Ich weiß, dass die Beschäftigten ihr Bestes geben und dass die Filialen zum großen Teil nur noch so gut funktionieren, weil der Zusammenhalt sehr groß ist und die Atmosphäre familiär ist. Es wurden über Jahre Managementfehler gemacht, der Staat hat Galeria mit 680 Millionen Euro gestützt, letztlich hat es trotzdem viele Menschen den Arbeitsplatz gekostet. Herr Benko



Sabine Jakoby ist neue Geschäftsführerin des DGB Heilbronn-Franken. Foto: privat

hat so viel Geld, wie er konnte, aus dem Unternehmen herausgezogen und ich hoffe, dass es auch für ihn ein wenig Gerechtigkeit gibt. Ich bin dennoch davon überzeugt, dass das Warenhaus eine Zukunft hat, man muss es nur richtig anpacken – im Ausland gibt es ja ganz gute Beispiele. Und wenn man auf die Erfahrung der Beschäftigten hören würde, wäre auch Galeria auf einem besseren Kurs.

3 Als DGB-Chefin haben Sie es mit einem ganzen Strauß an Gewerkschaften zu tun. Wie kommen Sie mit denen klar bei aller Unterschiedlichkeit – von Metall bis Polizei?
Jakoby: Jede Gewerkschaft hat ihre eigenen Themen und Schwerpunkte. Ich versuche, mich in Gesprächen mit den Vertreter*innen der Gewerkschaften auszutauschen und immer dort, wo wir als DGB unterstützen können, das auch zu tun. Die persönliche Zusammenarbeit ist bei aller Unterschiedlichkeit der Themen sehr gut.

4 Die Region Heilbronn-Franken ist groß. Wo waren Sie noch nicht?
Jakoby: Ich habe es bisher noch nicht bis nach Wertheim geschafft, das steht aber demnächst an.

5 Wie wollen Sie sich in den nächsten Monaten bekannter machen?
Jakoby: Derzeit habe ich jede Woche Termine, in denen ich Vertreter von Verbänden, Kammern, aus der Politik oder dem Ehrenamt kennenlernen. Ich durfte bei der Heilbronner Veranstaltung zum Internationalen Frauentag reden und am 1. Mai haben mich tatsächlich schon Kollegen erkannt und angesprochen. Meine Vorgängerin hatte ein breites Netzwerk an Kooperationspartnern, das mir bereits viele Türen geöffnet hat, und dafür bin ich sehr dankbar.

Die Fragen stellte Heiko Fritze

Digitale Souveränität: Bechtle entwickelt Messverfahren

Bechtle erweitert sein Beratungsangebot um ein neues Analyseverfahren für Unternehmen und öffentliche Organisationen. Der „Bechtle Index of Sovereignty“ – kurz BloS – soll helfen, digitale Abhängigkeiten sichtbar zu machen und strategische Entscheidungen auf eine belastbare Datenbasis zu stellen.

Handlungsfähigkeit messen

Geopolitische Unsicherheiten, steigende regulatorische Anforderungen und die zunehmende Konzentration großer Technologieanbieter stellen viele Unternehmen vor neue Herausforderungen. Immer stärker rückt dabei die Frage in den Fokus, wie unabhängig und handlungsfähig die eigene IT-Struktur tatsächlich ist. Genau hier setzt Bechtle mit dem neuen „Bechtle Index of Sovereignty“ (BloS) an. Das softwarebasierte Assessment analysiert die digitale Souveränität eines Unternehmens datenbasiert, objektiv und herstellerunabhängig. Ziel ist es, Transparenz über die eigene Ausgangslage zu schaffen und fundierte Entscheidungen zu ermöglichen. „Digitale Souveränität entscheidet darüber, ob Organisationen auch unter veränderten Markt-, Sicherheits- und Regulierungsbedingungen weiterhin handlungsfähig bleiben – strategisch wie operativ“, sagt Prof. Dr. Martin Kaloudis, Bereichsvorstand der Bechtle AG.

Souveränitätsgrad bestimmen

Der Fokus von BloS liegt auf drei zentralen Bereichen: Datenhoheit, techno-



Mit BloS hat Bechtle ein Verfahren zur Messung und Vergleichbarkeit der digitalen Souveränität von Unternehmen und Organisationen entwickelt.

Foto: Bechtle

logische Unabhängigkeit und Kompetenzen innerhalb der Organisation. Anders als klassische Beratungsansätze arbeitet das Verfahren mit objektiven Messgrößen statt mit subjektiven Einschätzungen. Die Analyse basiert auf der Dokumentation der IT-Infrastruktur sowie auf der Bewertung geschäftskri-

tischer Prozesse. Die Software erfasst Infrastrukturdaten und bewertet den Grad digitaler Souveränität anhand von rund 1300 Merkmalen in 24 Kategorien. Mehrere KI-gestützte Verfahren sorgen dabei für die Qualitätssicherung der Auswertung. Am Ende entsteht ein Gesamtwert zwischen 0 und 5, der den

Souveränitätsgrad einer Organisation beschreibt. Dieser Wert dient vor allem als Vergleichsmaßstab innerhalb ähnlicher Branchen und Unternehmensgrößen. Gleichzeitig liefert die Analyse einen detaillierten Blick auf mögliche Schwachstellen der bestehenden IT-Landschaft.

Konkrete Maßnahmen

BloS soll jedoch nicht bei der reinen Analyse stehen bleiben. Die Software zeigt auch konkrete Maßnahmen zur Stärkung der digitalen Souveränität auf. Dazu gehören beispielsweise mehr Unabhängigkeit durch den Einsatz ver-

schiedener Anbieter, Open-Source-Alternativen, die bessere Portabilität von Diensten oder vorbereitete Exitstrategien für Cloud-Angebote. Zudem lassen sich Szenarien simulieren und die Auswirkungen geplanter Veränderungen bereits vor einer Investitionsentscheidung bewerten. Bechtle begleitet das Assessment mit zertifizierten IT-Business-Architekt:innen von der ersten Analyse bis zum Abschlussbericht mit individuellen Handlungsempfehlungen. „Mit dem Bechtle Index of Sovereignty geben wir unseren Kunden ein flexibles, ganzheitliches Instrument an die Hand, um die Resilienz und Steuerungsfähigkeit ihrer digitalen Infrastrukturen fundiert zu analysieren“, sagt Martin Kaloudis.

Digitale Zukunftsfähigkeit

Neben strategischen Fragen spielt auch die Einhaltung regulatorischer Vorgaben eine immer größere Rolle. Die strukturierte Dokumentation des Assessments unterstützt Unternehmen unter anderem bei Anforderungen rund um DSGVO, KRITIS, NIS2 oder DORA. Bechtle pilotiert das BloS-Assessment derzeit in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Perspektivisch soll das Angebot auch in weiteren europäischen Ländern verfügbar sein. Auch für mittelständische Unternehmen könnte das Verfahren damit zu einem wichtigen Werkzeug werden, um ihre digitale Zukunftsfähigkeit besser einschätzen und gezielt weiterentwickeln zu können. *anz*

Mehr erfahren
Weitere Informationen finden Sie auch im Internet unter bechtle.com

IT vorausgedacht.

results by Bechtle: nachhaltig produziert, kostenlos im Abo, voll auf Zukunft programmiert. In der neuesten Magazinausgabe: Alles rund um Digitale Souveränität. Wie Heidelberg Materials mit Bechtle die IT seiner weltweit 130 Zementwerke absichert. Was Quantenrechner versprechen und was sie heute schon können. Und viele weitere zukunftsstarke IT-Themen, erzählt von Bechtle.

Jetzt abonnieren
bechtle.com/results

Firmen

Kooperation mit Kamrad

Etwas mehr als ein Jahr ist es her, dass der Heilbronner Kopfhörer- und Mikrofon-Hersteller **Beyerdynamic** und der deutsche Singer-Songwriter Kamrad eine Zusammenarbeit verkündet haben. Die zunächst auf zwölf Monate ausgelegte Kooperation übertraf alle Erwartungen und wird deshalb nun langfristig fortgesetzt, teilt das Unternehmen mit.

Ihre Fortsetzung hat die Kooperation bereits gefunden: So



Kamrad arbeitet mit Beyerdynamic zusammen. Foto: Beyerdynamic

wird die Kamrad-Tour 2026, die am 5. Februar begonnen hat, erneut von Beyerdynamic gesponsert – dieses Mal in noch größerem Umfang. Neben Listening-Stationen auf den Konzerten plant das Unternehmen Social-Media-Kampagnen, exklusive Aktionen und Kamrad live in Talheim bei Haigern Live 2026 – nur wenige Kilometer vom Firmensitz entfernt. red

Eigenes Maskottchen

Lachen, Fotos, Selfies und jede Menge fröhliche Kinderaugen – so präsentierte sich die Premiere von „Röthi“, dem neuen Maskottchen von **Modemark Röther**, bei den Kindertagen. Gemeinsam mit Fritze, dem Maskottchen des VfB Stuttgart, sorgte Röthi in den Filialen in Weinstadt, Michelfeld, Heilbronn und Backnang für unvergessliche Momente.

Kinder konnten einen Parcours mit Rätsel- und Bewegungsaufgaben erkunden, kleine Herausforderungen meistern und sich am Ende über ein Geschenk an der Kasse freuen. „Es war unglaublich,



Modemark Röther hat jetzt ein Maskottchen, hier mit Fritze. Foto: privat

zu sehen, wie Kinder und Familien auf Röthi und Fritze reagiert haben. Die Begeisterung war sofort spürbar. Es wurden zahlreiche Autogrammkarten, kleine Tänze und unzählige Selfies gemacht“, erzählt Pia Huber, Projektleiterin Firmenmaskottchen und duale Studentin im fünften Semester BWL-Dienstleistungsmanagement.

„Röthi bringt unsere Werte auf sympathische Weise zum Leben, schafft Nähe zu unseren kleinsten Kunden und wird künftig bei vielen spannenden Aktionen und Veranstaltungen für fröhliche Momente sorgen“, kündigt Fabian Messner, Geschäftsführer von Modemark Röther, an. red

Auch mit bald 70 noch voll im Takt

Warum die Inhaber zweier Musikgeschäfte nicht ans Aufhören denken – und warum die Region sie braucht.

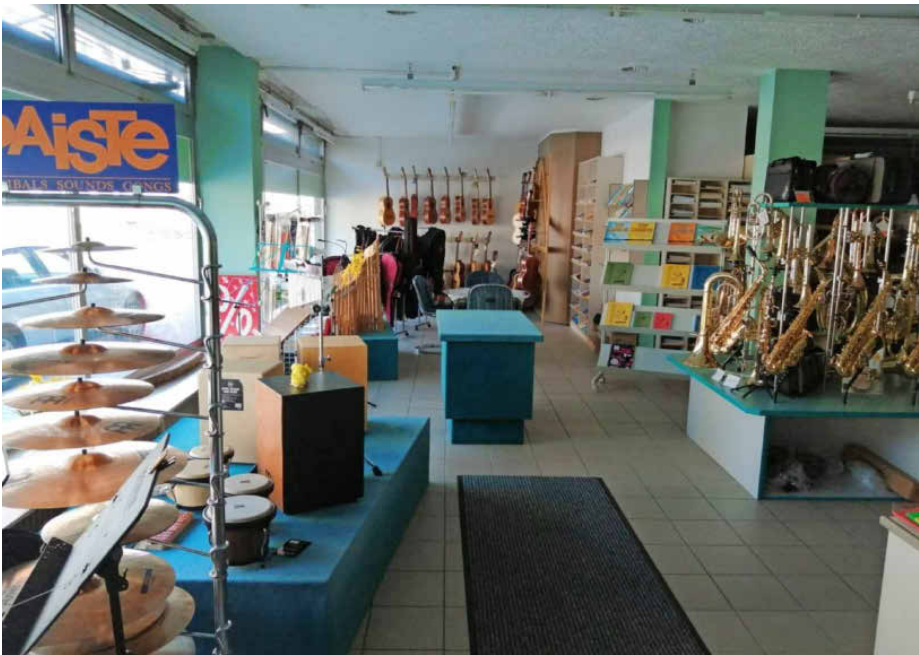
Von unserem Redakteur Martin Peter

Eigentlich könnte Werner Käser auch die Füße hochlegen, Fahrradtouren machen und seine Rente genießen. Doch auch mit 70 Jahren möchte er immer noch arbeiten. „Mir macht es Spaß und es hält mich jung. Ich habe seit 50 Jahren dasselbe Gewicht“, verrät der Inhaber von Musik Käser in Bretzfeld. Es sind auch die vielen sozialen Kontakte, die seinen Tag schöner machen, die zufriedenen Kunden. „Die schätzen, dass es uns gibt“, sagt der leidenschaftliche Musiker.

Ohne die Dienste von Käser hätten vor allem Blasmusikvereine ein großes Problem. „Gerade mit unserer Werkstatt sind wir die einzigen weit und breit“, sagt der 70-Jährige. Reparaturen und Generalüberholungen machen inzwischen den größeren Anteil seines Geschäfts aus. Zuletzt hat er seine Ladenzeiten verkürzt. Zwar hat Musik Käser weiter jeden Tag, außer sonntags, geöffnet. „Abends aber nicht mehr so lang, nur noch bis 18 Uhr“, sagt Werner Käser. Die gewonnene Zeit nutzt er für Reparaturen und den Service.

Sein Einzugsgebiet ist relativ groß, Kunden kommen aus Hohenlohe, Schwäbisch Hall – wo es inzwischen nicht mal mehr ein Musikgeschäft gebe – Heilbronn und Ludwigsburg. „Wir sitzen in Bretzfeld zentral, wo vier Landkreise zusammenstoßen“, sagt Werner Käser. Vorwiegend sind es Vereinsmusiker, die mit ihren Instrumenten zu ihm kommen. „Wir schicken nichts weg, machen alles selber: Das ist im Vergleich preisgünstiger“, sagt Käser.

Der gelernte Feinmechaniker hat sich auf Holzblasinstrumente spezialisiert und arbeitet seit beinahe 30 Jahren Hand in Hand mit einem Musikfachgeschäft nahe Tauberbischofsheim. Dort hat Helene Schmid den Laden des Vaters übernommen und vor kurzem ihre Meisterprüfung für Blechblasinstrumente gemacht. Damit deckt das ungleiche Duo alle Blasinstrumente ab. Den Service schätzten die Kunden. Schon bevor er 1988 in Obersulm sein Geschäft eröffnete. „Ich habe schon davor Reparaturen für Vereine gemacht.“ Entsprechend bekannt ist Käser, der Querflöte spielt und seit 60 Jahren Mitglied im Musikverband ist. 2019 verlegte er sein Geschäft nach Bretzfeld, da er damals auch seinen Wohnort verändert hatte. Den zwei Kilometer langen Arbeitsweg legt er meistens mit dem E-Bike zurück – auch das hält jung.

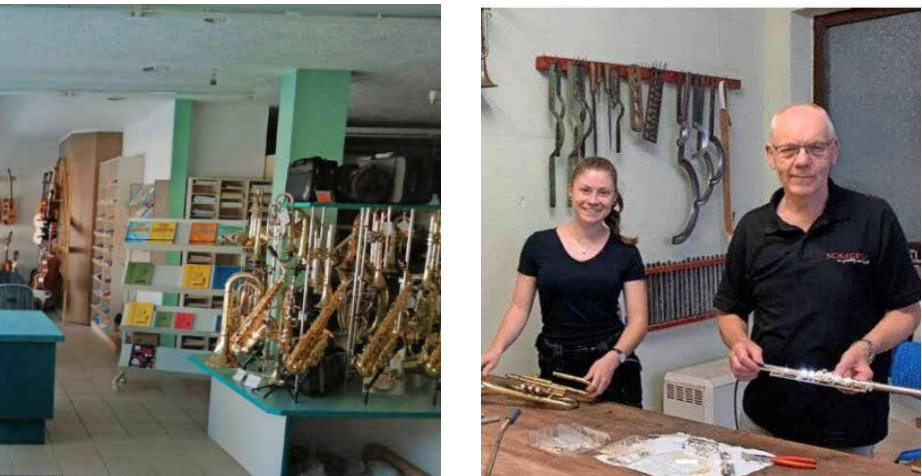


Heike und Joachim Schmidt sind mit der Tastenabteilung des Musikhauses Heilbronn nach Weinsberg gezogen und firmieren unter Musikhaus Weinsberg. Fotos: Peter

Während Käser auch Gitarren und Musikzubehör verkauft, machen doch die Blasinstrumente den Mammutanteil auf den 160 Quadratmetern Ladenfläche aus. Während Schülerinstrumente preislich etwa bei 700 Euro losgehen, geht es darüber schnell in die Tausende. Eine Tuba, wie sie im Laden steht, „kann schon mal 15.000 Euro kosten“.

Da kann das Klavier der Marke August Förster mithalten, wie es im Musikhaus von Joachim und Heike Schmidt in Weinsberg steht. Die beiden Verkaufsräume im neuen Zuhause des Geschäfts für Tasteninstrumente sind gerade fertig. „Wir sind erst seit ein paar Wochen hier in Weinsberg“, sagt Heike Schmidt. Ursprünglich ist das Geschäft Teil des Musikhauses Heilbronn gewesen, das 30 Jahre lang in Böckingen seine Heimat hatte. Nach einer Eigenbedarfskündigung hatte das Musikhaus Heilbronn kein gemeinsames neues Zuhause gefunden.

„Ein halbes Jahr war knapp“, sagen die Schmidts. In der Folge haben sich die drei Einzelfirmen nach Wohnort aufgeteilt. Bläser und Streichinstrumente sind nun in Nordheim zu finden, die Tasteninstrumente der Schmidts in Weinsberg.



Werner Käser von Musik Käser in Bretzfeld in der Werkstatt mit Helene Schmid (oben). Links ein Blick in sein Ladengeschäft, das seit 2019 in Bretzfeld ist. Fotos: privat



Der Veränderungen zum Trotz sagt Joachim Schmidt: „Wir sind zufrieden.“ Gleiches gelte für die Musikhäuser in Nordheim. Die Tastenabteilung hat durch den Umzug sogar ihr Einzugsgebiet erweitert und neue Kunden gefunden. „Wir sind durch die Autobahn gut angebunden, jetzt kommen auch Leute von hinter Schwäbisch Hall zu uns“, so der 69-Jährige. Viel Konkurrenz hat auch das Musikhaus Weinsberg nicht, das neben dem Verkauf auch Reparaturen und das Stimmen von Klavieren anbietet. Unter den Kunden sind oft auch Menschen, die im Ruhestand wieder aktiv Klavier spielen wollen. Sie können in Weinsberg aus bis zu 15 Klavieren oder aus den E-Pianos auswählen.

Die nehmen den weitaus größeren Raum ein, um die 40 bis 45 elektrische Pianos stehen im größeren der beiden Verkaufsräume. Preislich geht es im Vergleich zu Klavieren weiter unten los, ein einfaches E-Piano ist schon ab 500 Euro zu haben. Im Musikhaus können Interessierte die verschiedenen Geräte testen, ganz in Ruhe. „Viele Kunden rufen vorher an und sagen, dass sie eine Beratung möchten“, sagt Joachim Schmidt. Sorgen,

dass Kunden dann im Internet kaufen, haben die Schmidts nicht. „Wir können mit den Preisen im Internet mithalten, weil wir bei den Herstellern die entsprechende Abnahme haben“, sagt Heike Schmidt. Wobei das Gros der Kunden nicht gleich kauft: „Unser Hauptgeschäft ist die Vermietung“, sagt die 68-Jährige. Für rund 15 bis 20 Euro im Monat können E-Pianos ausgeliehen werden. Das bietet Anfängern und Leuten, die wieder anfangen wollen, einen sanften, günstigen Einstieg. Zumal die Hälfte der Leihgebühr bei einem späteren Kauf angerechnet wird.

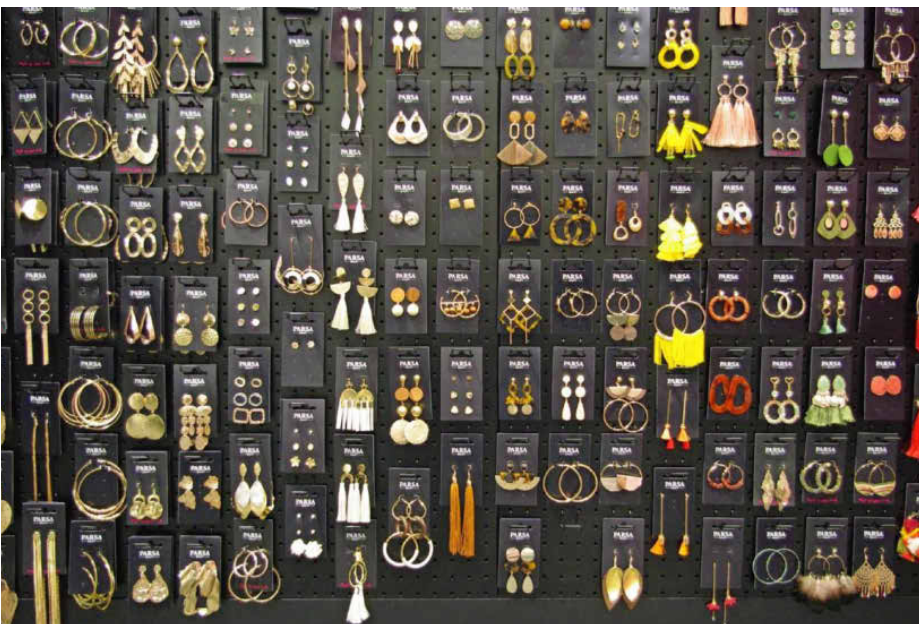
Wie Werner Käser sind auch die Schmidts in einem Alter, in dem sie nicht mehr arbeiten müssten. „Aber wir können doch nicht einfach zumachen“, sagt Heike Schmidt. „Wir haben große Freude an diesem Beruf.“ Und auch die Verantwortung spielt mit: Wo sonst sollen die Musiker denn noch hin? Viel gibt es auch in diesem Bereich in der Region nicht mehr. Die Schmidts haben ihre Öffnungszeiten angepasst, montags und dienstags geschlossen. Ein Nachfolger ist bei ihnen aber nicht in Sicht. Da könnte Werner Käser mehr Glück haben: „Viel leicht habe ich im Verein jemanden.“

40 Jahre im Dienst der Schönheit

Parsa Beauty hat sich zu einem Marktführer seiner Branche entwickelt und investiert in den Stammsitz.

Der Haarpflege- und Accessoire-Händler Parsa Beauty aus Sinsheim feiert in diesem Jahr sein 40-jähriges Bestehen. Seit der Gründung am 8. Oktober 1986 steht das Unternehmen für trendige und qualitativ hochwertige Haar- und Kosmetikartikel sowie Accessoires. Mit mehr als 5000 Artikeln und Vertretungen in fast 40 Ländern hat sich Parsa Beauty als europäischer Marktführer in seiner Branche etabliert.

Gegründet wurde das Unternehmen einst von Hans Schröder, Gesellschafter von Mann & Schröder, zusammen mit seinem Vertriebsleiter Emil Hofer. 1970 war jener zu dem Pflegeartikel-Hersteller nach Sieglbach als Verkaufsleiter gekommen, stieg dann auf zum Vertriebsleiter und Geschäftsführer. In diese Zeit fiel die Idee, zu den Kosmetik-



Modeschmuck, Kosmetik- und Haarpflegeartikel werden von Parsa Beauty vertrieben. Das Unternehmen feiert 40-jähriges Bestehen. Foto: Archiv/Fritze

produkten eine verwandte Linie in einem eigenen Unternehmen aufzubauen – und so gründeten Hofer und Schröder Parsa Beauty. Seit 2008 ist das Unternehmen vollständig in Besitz der Familie Hofer. „Beauty hat mich schon immer angetrie-

ben, den Alltag der Frauen verschönern“, erzählte Emil Hofer bei seinem 80. Geburtstag 2022. Das Produktwissen holte er sich mit Karen Evers in die Firma, die er von Mann & Schröder kannte. Bewusst habe er sich auf Verbraucher- und Dro-

geriemärkte als Kunden konzentriert. Und sich dabei vorgenommen: „Du musst selber die Märkte gestalten und darfst nicht der Billigste sein.“

Heute sagt sein Sohn Heiko Hofer: „Der Erfolg von Parsa Beauty basiert auf unternehmerischem Mut, Innovationsbereitschaft und einem engagierten Team, das seit vier Jahrzehnten an der erfolgreichen Weiterentwicklung unseres Unternehmens arbeitet. Unsere Stärke liegt in unserer Entscheidungsfreiheit: Wir können unabhängig handeln, konsequent investieren.“

Parsa Beauty beschäftigt mittlerweile mehr als 300 Mitarbeiter an seinem Stammsitz Sinsheim und ist damit einer der größten Arbeitgeber der Stadt. Seit 2002 wächst das Unternehmen kontinuierlich. Alleine in den vergangenen fünf Jahren wurde der Umsatz um knapp 50 Prozent gesteigert – 2025 erzielte das Unternehmen mehr als 145 Millionen Euro. Seit 2021 besteht ein Außenlager in Kirchardt. Zuletzt wurde eine neue Lager- und Logistikhalle an der Firmenzentrale mit mehr als 5000 Quadratmetern errichtet. Sie wird im Rahmen eines Jubiläums-Sommerfestes für die Mitarbeiter und ihre Familien eingeweiht. frz

Mikros, Boxen, Instrumente

In der Region gibt es mehrere Firmen, die Artikel rund um Musik produzieren. Einige haben lange Tradition.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Instrumentenbauer sind selten geworden in der Region. Sowohl im Handwerksberuf als auch als Unternehmen sind nur noch wenige in Heilbronn-Franken tätig. Und mit Laukhuff in Weikersheim ist der größte unter ihnen, ein renommierter Orgelbauer, 2021 in die Insolvenz gegangen – der Betrieb schloss für immer. Doch es gibt noch einige Firmen, die mit Instrumenten oder Equipment ihre Umsätze machen und in der Region Betriebe haben.

Orgelbau Rensch: Richard Rensch eröffnete 1956, nach Lehrjahren bei der Firma Walcker in Ludwigsburg, seine eigene Werkstatt für Orgelbau – in Laufingen, der Heimatstadt seiner Frau Lina. Als er 1973 verunglückte, übernahmen seine Söhne Christhard und Klaus den Betrieb. Neben Neubauten wurden Restaurierungen und Reparaturen immer bedeutender. 2015 gab Christhard Rensch das Unternehmen weiter an Philipp Neßling, der seit 1993 im Betrieb ist und dort schon seine Lehre gemacht hat. Heute arbeiten etwa 15 Beschäftigte in dem Betrieb in der Lauffener Bahnhofstraße.

Beyerdynamic: Es war ein Mikrofon aus Heilbronn, über das die verschütteten Bergeleute in Lengede 1963 erstmals wieder mit der Außenwelt sprechen konnten. Damals hieß das Unternehmen noch Beyer und war vor allem mit Mikrofonen erfolgreich. Heute sind es Konfe-



Christhard Rensch gab das Orgelbau-Unternehmen 2015 weiter. Foto: Archiv/Veigel

renztechnik-Systeme und Kopfhörer für Privatleute und Profis, die das Produktspektrum prägen. Angefangen hat alles 1924 in Berlin, wo der Elektroingenieur Eugen Beyer ein Unternehmen zur Herstellung von Kinolautsprechern gründete. Kopfhörer folgten 1937. Nach dem Zweiten Weltkrieg siedelte das Unternehmen 1948 nach Heilbronn um und bezieht 1960 den heute noch bestehenden Firmensitz. Bis 2003 leiten Nachkommen des Firmengründers das Unternehmen, danach familienfremde Geschäftsführer. Der große Einschnitt folgt 2025: Die Eigentümer veräußern das Unternehmen an den chinesischen Hersteller Cosonic.

König & Meyer: Der größte regionale Hersteller der Musikbranche hat sich auf etwas spezialisiert, was jeder Musiker benötigt: Notenständer und andere Utensilien zum Abstellen und Aufstellen. Das 1949 gegründete Unterneh-



Beyerdynamic produziert Kopfhörer für Profi-Anwender wie Musiker und Tonstudios. Das Heilbronner Unternehmen ist inzwischen in chinesischem Besitz. Foto: Beyerdynamic

men mit Sitz in Wertheim beschäftigt mehr als 300 Mitarbeiter und wird heute geleitet von Gabriela König, Enkelin eines der beiden Gründer. Das Sortiment ist umfangreich, es umfasst neben Notenständern auch Pulte, Stative, Leuchten und Sitze für Musiker – insgesamt mehr als 1500 Produkte.

Shure: Ein weiterer Spezialist für Mikrofone und Audiotechnik ist seit 2011 in Eppingen ansässig: Damals verlegte die Europa-Niederlassung des Herstellers ihren Sitz mit etwa 50 Mitarbeitern von den Böllinger Höfen bei Heilbronn, wo sie seit 1991 ansässig war, in einen Neubau im frisch erschlossenen Gewerbegebiet Tiefental – damals war das US-Unternehmen die vierte Ansiedlung auf den 30 Hektar Gesamtfläche. Gegründet 1925 in Chicago, startete das Unternehmen mit Mikrofonen, nahm aber bald auch Plattenspieler-Nadeln und Konfe-

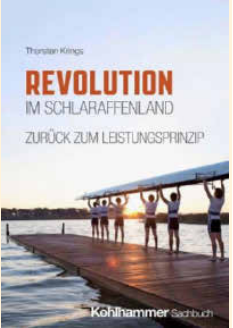
renztechnik ins Sortiment auf – mittlerweile üblicherweise drahtlos.

D&B Audiotechnik: Lautsprecher für Konzerte aller Art sind das Spezialgebiet des Unternehmens mit Sitz in Backnang, das seit 2017 ein Logistikzentrum in Ilsfeld betreibt. Jürgen Daubert und Rolf Belz gründeten ihre Firma 1981 in Korb, um Spitzentechnik für professionelle Anwender zu liefern, und zogen 1989 nach Backnang um. Seit 2007 befindet sich das Unternehmen mit mehr als 1100 Mitarbeitern weltweit in den Händen von Finanzinvestoren, aktuell Providence. Für den Hausgebrauch hat D&B Audiotechnik übrigens nichts im Angebot: Das Spektrum fängt erst bei der Ausstattung größerer Räume wie Hallen, Theater oder Opernhäuser an. Gut 30 Prozent des Umsatzes macht das Unternehmen heute mit solchen Installationen, der Rest entfällt auf Tour-Equipment und Service.

Buchkritik

Zurück zur Leistung

Der Heilbronner DHBW-Professor Thorsten Krings ist ein streitbarer Mensch. Er steht zu seiner Meinung – und hat diese jetzt zwischen Buchdeckel gepackt. Mit „Revolution im Schlaraffenland“ nimmt er sich die Lage in Deutschland vor, insbesondere die Haltung zu Arbeit, Leistung und Entlohnung. Leistung, so das Credo des Professors für Personalführung und Organisation, sollte sich nicht nur wieder lohnen, sie sollte auch gesellschaftlich akzeptiert und anerkannt werden.



Krings bezieht mit Formulierungen wie „Bullerbü-Romantik“ klar Stellung gegen zu viel Versorgungsansprüche gegenüber dem Staat, warnt vor diktatorischen Elementen in Parteiprogrammen sowohl der AfD wie der Linken und des BSW. Auch ein paar autobiographische Anekdoten enthält das Büchlein, ebenso wie die eine oder andere Spitze gegen Heilbronn und seinen reichsten Einwohner. Das macht das Ganze kurzweilig, lesenswert und regt zu Debatten an. Wäre da nur nicht das schlampige Lektorat des Verlags, dem selbst einfachste Fehler durchgegangen sind. frz

Thorsten Krings: Revolution im Schlaraffenland
Zurück zum Leistungsprinzip
Kohlhammer, 163 Seiten, 19 Euro

ANZEIGE



Der ORSYmat WGT erkennt über integrierte Wiegezellen, wenn Artikel entnommen wurden, und bestellt sie automatisch und transparent nach. Foto: Würth/Peter Petter

Würth setzt im Vertrieb auf Nähe und digitale Stärke

Digitalisierung und KI als Wachstumstreiber – Mehr Effizienz, mehr Zeit für Beratung und Kundennähe

Der Direktvertrieb ist seit jeher die zentrale Stärke von Würth. Was vor über 80 Jahren mit handschriftlichen Aufträgen und Musterkarten begann, legte den Grundstein für eine Verkaufsphilosophie, die bis heute von Kundennähe, Verlässlichkeit und lösungsorientierter Zusammenarbeit geprägt ist. 44.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Vertrieb betreuen weltweit 4,5 Millionen Kunden aus Handwerk und Industrie.

Verändert haben sich vor allem die Herausforderungen der Kunden. Steigende Anforderungen im Markt wie Fachkräftemangel, zunehmende Dokumentationspflichten, Kosten- und Zeitdruck sowie wachsende Komplexität prägen ihren Arbeitsalltag. Gleichzeitig verändern technologische Entwicklungen die Erwartungen

an Beratung und Service. Auch die Warenbeschaffung verläuft zunehmend über digitale Kanäle. Würth setzt deshalb auf einen Vertrieb, der persönliche Nähe und digitale Stärke verbindet. Der Außendienstmitarbeiter bleibt dabei das entscheidende Bindeglied zum Kunden. Digitale Lösungen und Künstliche Intelligenz helfen ihm dabei, diese Rolle noch wirksamer auszufüllen.

Prozesse optimieren

Nach Angaben des Unternehmens werden Digitalisierung und KI gezielt als Wachstumstreiber genutzt. Leistungen werden durch bessere Informationen und effizientere Prozesse optimiert, um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Vertrieb zu unter-

stützen und die Kundenbetreuung weiter zu verbessern.

Beispielsweise macht der Sprach- und Chatassistent PICO die Fahrzeiten des Außendienstes produktiver. Per Sprachsteuerung können unter anderem Rechnungen versendet und Lieferscheine verschickt werden, sodass mehr Zeit für den Kunden bleibt. Auch die ORSY-Systemlösungen digitalisieren Lagerung, Entnahme und Nachbestellung vollautomatisiert und verschaffen den Kunden Zeit für ihr Tagesgeschäft. Bei individuellen Fragen kommt zudem der Spezialvertrieb zum Einsatz, der Fachkompetenz und kundenorientierte Lösungen etwa im Bereich Fahrzeugeinrichtungen vereint.

Der Außendienst bleibt nach wie vor das wichtigste Asset von Würth. anz

**WÜRTH**

NEUGIERIG?

Wir auch. Deshalb steckt hinter jedem Produkt, jeder Technologie und jedem Service bei Würth eine Idee. Der Drang, Dinge besser zu machen, und jede Menge Leidenschaft all unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hier ein paar Einblicke hinter die Kulissen des Reinhold Würth Innovationszentrums CURIO.



Thomas: Montageband POWER



Michael: 3D-Druck



Achim und Aliz: Dübel SHARK® TWIST

Firmen

150 Jahre Kunde

2026 ist für die Brauerei **Distelhäuser** ein besonderes Jahr: Das Unternehmen feiert sein 150-jähriges Bestehen. Bei der offiziellen Feier wurden drei Gaststätten geehrt, die seit der Gründung der Brauerei im Jahr 1876 ununterbrochen zu ihren Kunden zählen. Es sind das Gasthaus Grüner Baum in Schweinberg, Zum Hirschen in Oberbalbach und Café Berberich in Gissigheim. Die beiden Geschäftsführer Moritz Bauer und Christoph Ebers überreichten die Auszeichnungen. Als sichtbares Zeichen der Wertschätzung erhielten die Betriebe eine eigens geschnittene Holzfasstür, individuell graviert mit dem Namen des jeweiligen Hauses. „Die Partnerschaften zu unseren Kunden sind das Fundament unserer Brauerei. Viele von ihnen begleiten uns seit Generationen – und genau dieses Vertrauen macht Distelhäuser zu dem, was wir heute sind. Unser Jubiläum ist nicht nur ein Blick zurück, sondern vor allem ein Dankeschön an all jene, die diesen Weg mit uns gehen“, sagte Moritz Bauer. *red*



Drei Gaststätten sind seit 150 Jahren Kunde. Foto: Distelhäuser

Junge Frauen gezielt fördern

Seit vorigem Jahr bietet die Bechtle-Stiftung mit „Female Upgreat“ Startchancen und Netzwerke für die IT-Branche.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Die einen tragen Business-Kostüm, die anderen Jeans und T-Shirt, und eine hat ihre kleine Tochter mitgebracht. Von der Schülerin bis zur Berufstätigen mit erster Führungserfahrung reicht das Spektrum an diesem Nachmittag. Bei „Female Upgreat“ geht es schließlich um Frauen und ihre Karriere in der IT-Branche: Die Bechtle-Stiftung baut seit etwas mehr als einem Jahr gezielt ein Stipendien-Programm auf, um weiblichem Nachwuchs den Weg zu ebnen. Und das nicht nur bei Bechtle – die Stipendiatinnen kommen auch von anderen Unternehmen, etwa der Drogeriemarktkette Rossmann, sind an Hochschulen tätig oder haben ein Start-up gegründet.

Es geht ums Netzwerken, um Hilfe und Unterstützung, um Selbstvertrauen und Zielstrebigkeit. 103 Stipendiatinnen wurden im ersten vollen Jahr bereits aufgenommen, zurzeit läuft die Ausschreibung für dieses Jahr – Schülerinnen können sich noch bis zum 19. Juni melden, für berufstätige Frauen läuft die Bewerbungsphase bis 28. Juni. Die Anforderungen sind unterschiedlich, erläutert Julia Loza Roger, Geschäftsführerin der Bechtle-Stiftung: Während bei Schülerinnen ein Motivationsschreiben, eine Empfehlung eines ihrer Lehrer und ein Beleg ehrenamtlicher Tätigkeiten reicht, steigert es sich für Studentinnen und



Nicht nur hier ziehen Frauen an einem Strang. Der sogenannte Bus Pull bewies ihnen aber, dass sie vereint selbst tonnenschwere Fahrzeuge ins Rollen bringen können. Foto: Bechtle

nochmals für Berufstätige. Wer nach einem Punktesystem in die engere Wahl kommt, wird zu Video-Interviews und je nach Gruppe auch zu Assessment Centern eingeladen. Zurzeit wird nur deutschlandweit ausgeschrieben, nächstes Jahr sollen aber auch EU-Länder einbezogen werden. Das Ziel sind etwa 300 Stipendiatinnen.

Was ihnen geboten wird, ist an diesem sonnigen Apriltag in der Bechtle-Konzernzentrale in Neckarsulm zu erleben: Netzwerken und gemeinsam Aufgaben lösen, Gesprächsrunden und Workshops. Es geht um generationenübergreifendes Mentoring, um sogenannte Allyship und Unternehmenskultur. Einmal im Jahr findet dieses „Full House“ statt, wie es Julia Loza Roger nennt. Weitere Treffen im Jahresverlauf richten sich speziell an Berufstätige, Schülerinnen und Studentinnen sowie neue Stipendiatinnen.

Hinzu kommt ein Jahresprogramm an Videocalls. Außerdem werden Fachbudgets vergeben, für die Teilnahme an

Veranstaltungen, Literatur, Hard- und Software. „Wir schaffen mit diesem Programm Vorbilder, die diesen Weg schon gegangen sind“, sagt die Stiftungs-Geschäftsführerin. „Denn wir haben viele Stipendiatinnen, deren Umfeld dagegen ist, dass sie in die IT gehen. Die gesellschaftlichen Hürden sind nach wie vor ziemlich hoch.“

Beim Bechtle-Vorstand stößt die Stiftung auf volle Unterstützung. „Wir lassen wertvolles Potenzial liegen, wenn wir Frauen nicht fördern“, sagt Konzernchef Thomas Olemotz. „Es ist in rational wirtschaftlichem Interesse – aber auch für uns eine Herzensangelegenheit.“ Manche Hürden seien aber schwer abzubauen – etwa, einer Führungskraft Teilzeitarbeit zu ermöglichen. „Erstrebenswert ist es in jedem Fall, die Umsetzung in der betrieblichen Praxis ist aber nicht ganz einfach“, räumt Olemotz ein.

„Ich sehe, dass wir in unserer Branche männergeprägt sind“, ergänzt sein designierter Nachfolger an der Konzernspitze, Konstantin Ebert. „Bei einem CTO

denkt jeder an einen Mann, weil es etwas Technisches ist. Der entscheidende Punkt ist der Mut: Frauen konzentrieren sich noch zu sehr darauf, dass sie Lücken haben.“ Das sieht auch Carmen Wittmer so, Vorsitzende des Netzwerks Frauen im Management. „Frauen bewerben sich oft nicht auf Positionen – weil sie sich nicht trauen.“ Sie rät den Stipendiatinnen daher zum Aufbau eines Netzwerks, zur Suche nach Mentoren und Unterstützern, die helfen und empfehlen können. „Wir haben in Baden-Württemberg viele Netzwerke in der IT, in denen sich Frauen gegenseitig unterstützen.“ Dass das funktioniert, berichtet Christine Rittner, bis 2020 Personalvorständin bei Lidl. „Wichtig war, dass ich jemanden hatte, der mich sichtbar gemacht und in die richtige Richtung geschubst hat.“

Für die jungen Frauen im Saal ist der erste Schritt bereits geschafft. Das Stipendium kann bis zu 15 Jahre laufen. Und Stiftungs-Geschäftsführerin Loza Roger sagt: „Man bleibt als Alumna für immer Teil des Netzwerks.“

ANZEIGE



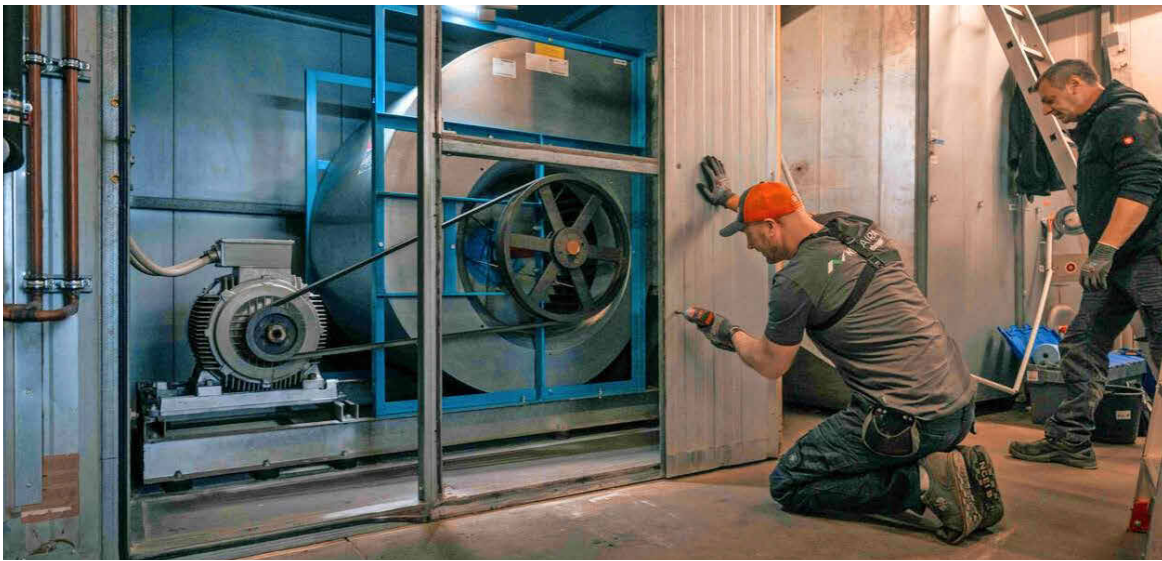
the digital ecosystem of ebm-papst

Preisgekrönte Energieeffizienz mit der neuen Ära der Luft-, Heiz- und Kühltechnik

NEXAIRA von ebm-papst vereint moderne Ventilatoren mit digitalen Mehrwerten. Unser digitales Ökosystem macht den Betrieb von Ventilatoren und Gebäudeklimasystemen effizienter, nachhaltiger und wirtschaftlicher. Dafür wurde NEXAIRA unter anderem mit dem Umwelttechnikpreis Baden-Württemberg ausgezeichnet und war Finalist beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis.



Entdecken Sie NEXAIRA



Im Mittelpunkt von NEXAIRA steht die Optimierung von Lüftungs- und Kühlsystemen als Gesamtsystem. Je nach Ausgangssituation sind Energieeinsparungen von bis zu 50 Prozent möglich. Foto: ebm-papst

Ausgezeichnete digitale Effizienz

NEXAIRA optimiert Industrie- und Datacenter-Infrastrukturen und senkt Energie- sowie Betriebskosten spürbar

Digitale Effizienz wird zunehmend zu einem entscheidenden Faktor für Wettbewerbsfähigkeit, Versorgungssicherheit und die erfolgreiche Transformation des Energiesystems. Dass dieser Ansatz nicht nur technologisch überzeugt, sondern auch wirtschaftlich relevant ist, zeigt die breite Anerkennung des digitalen Ökosystems NEXAIRA von ebm-papst.

Das KI-gestützte System ist aktuell gleich zweifach auf renommierten Shortlists vertreten: für den Deutschen Innovationspreis (unter anderem getragen von der „Wirtschaftswache“) sowie für den AI Impact Award des „Manager Magazins“ in Kooperation mit Porsche Consulting. Darüber hinaus wurde NEXAIRA bereits mehrfach ausgezeichnet – unter anderem mit dem Umwelttechnikpreis Baden-Württemberg, dem Wirtschaftspreis „Schwarzer Löwe“ sowie als Finalist beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis. Auch international erhält die Lösung Aufmerksamkeit. Diese Anerkennung zeigt: Digitale Effizienz wird dort prämiert, wo sie messbar Energie spart, Kosten senkt und Betriebssicherheit erhöht. „Die Energie- und In-

dustriepolitik braucht Lösungen, die sofort wirken – nicht erst in zehn Jahren“, sagt Dr. Klaus Geißdörfer, CEO der ebm-papst Gruppe. Digitale Effizienz sei dabei ein zentraler Hebel. „Mit NEXAIRA zeigen wir, wie sich bestehende und neue Infrastruktur intelligent nutzen lässt, um Energie zu sparen, Netze zu entlasten und Wettbewerbsfähigkeit zu stärken.“

Warum NEXAIRA überzeugt

NEXAIRA wirkt einem zentralen Engpass der Transformation entgegen: Steigender Strombedarf trifft auf begrenzte Netzinfrastruktur, hohe Investitionskosten und enge Zeitachsen. Neben Ausbau und Neubau rückt ein weiterer Hebel in den Fokus – digitale Effizienz über den gesamten Lebenszyklus von Gebäuden, Industrieanlagen und Rechenzentren.

Mit NEXAIRA zeigt ebm-papst, der weltweit führende Hersteller von Ventilatoren, wie sich der Energieverbrauch in Bestands- und Neuanlagen durch Digitalisierung und künstliche Intelligenz sofort im laufenden Betrieb senken lässt. Die Lösung ist be-

reits weltweit im Einsatz und kombiniert energieeffiziente Hardware mit KI-basierter Systemintelligenz.

Im Mittelpunkt steht die Optimierung von Lüftungs- und Kühlsystemen als Gesamtsystem. Die Plattform analysiert Betriebsdaten in Echtzeit, visualisiert Einsparpotenziale und passt Regelparameter dynamisch an. Mithilfe digitaler Zwillinge lassen sich nicht nur Ventilatoren, sondern auch Pumpen, Wärmetauscher, Rückkühler und Kältemaschinen optimal aufeinander abstimmen. Je nach Ausgangssituation sind Energieeinsparungen von bis zu 50 Prozent möglich.

Ein Beispiel aus der Praxis: Im Vorfeld der Hannover Messe 2026 wurden zentrale raumlufttechnische Anlagen energetisch und digital modernisiert und an die NEXAIRA Plattform angebunden. Bestehende, riemengetriebene AC-Ventilatoren wurden durch hocheffiziente EC-Ventilatoren ersetzt und digital vernetzt. Bereits dieser erste Schritt senkte den Stromverbrauch signifikant und führt zu jährlichen Einsparungen von rund 100 Megawattstunden und über 20.000 Euro Betriebskosten. *anz*

Tom Villinger, Chef des Investors D11Z.Ventures, über Technologien, Strategien und die Rolle Heilbronnns.

Welche Technologien sind gerade gefragt? Und wo stehen Deutschland und die Region im weltweiten Wettbewerb? Tom Villinger, CEO von D11Z.Ventures, gibt Antworten.

Herr Villinger, als Geschäftsführer des Frühphaseninvestors D11Z.Ventures sehen Sie viele technologische Trends früher als andere. Was sind aktuell die großen Tech-Trends?

Tom Villinger: Im Mittelpunkt steht ganz klar die Künstliche Intelligenz (KI). Besonders relevant ist derzeit alles, was mit industrieller KI zu tun hat, also der Schritt weg von reinen Anwendungen hin zu echter Automatisierung in Unternehmen. Ziel ist es, Prozesse produktiver zu machen und Unternehmen wettbewerbsfähig zu halten. Deutschland hat hier noch Aufholbedarf, befindet sich aber aus meiner Sicht auf einem guten Weg.

Und in Europa?

Villinger: In Europa geht es vor allem um technologische Souveränität. Also um sichere Datenverarbeitung, den Aufbau einer belastbaren europäischen Infrastruktur und die Fähigkeit, souveräne KI-Systeme in Europa selbst zu entwickeln und zu betreiben.

Was kann Deutschland in Sachen neue Technologien und Gründerszene von den USA und anderen Hotspots lernen?

Villinger: Vor allem Geschwindigkeit. Die technologischen Trends und Entwicklungen haben wir durchaus im Blick. Aber in den USA oder im Asean-Raum werden Entscheidungen schneller getroffen. Dort ist die Bereitschaft größer, Dinge entschlossener voranzubringen, auch mit dem Risiko des Scheiterns. Diese Kultur, Scheitern als Teil von Fortschritt zu akzeptieren, ist ein wichtiger Punkt.

An Tempo müssen wir zulegen, aber technologisch sind wir auf der Höhe?

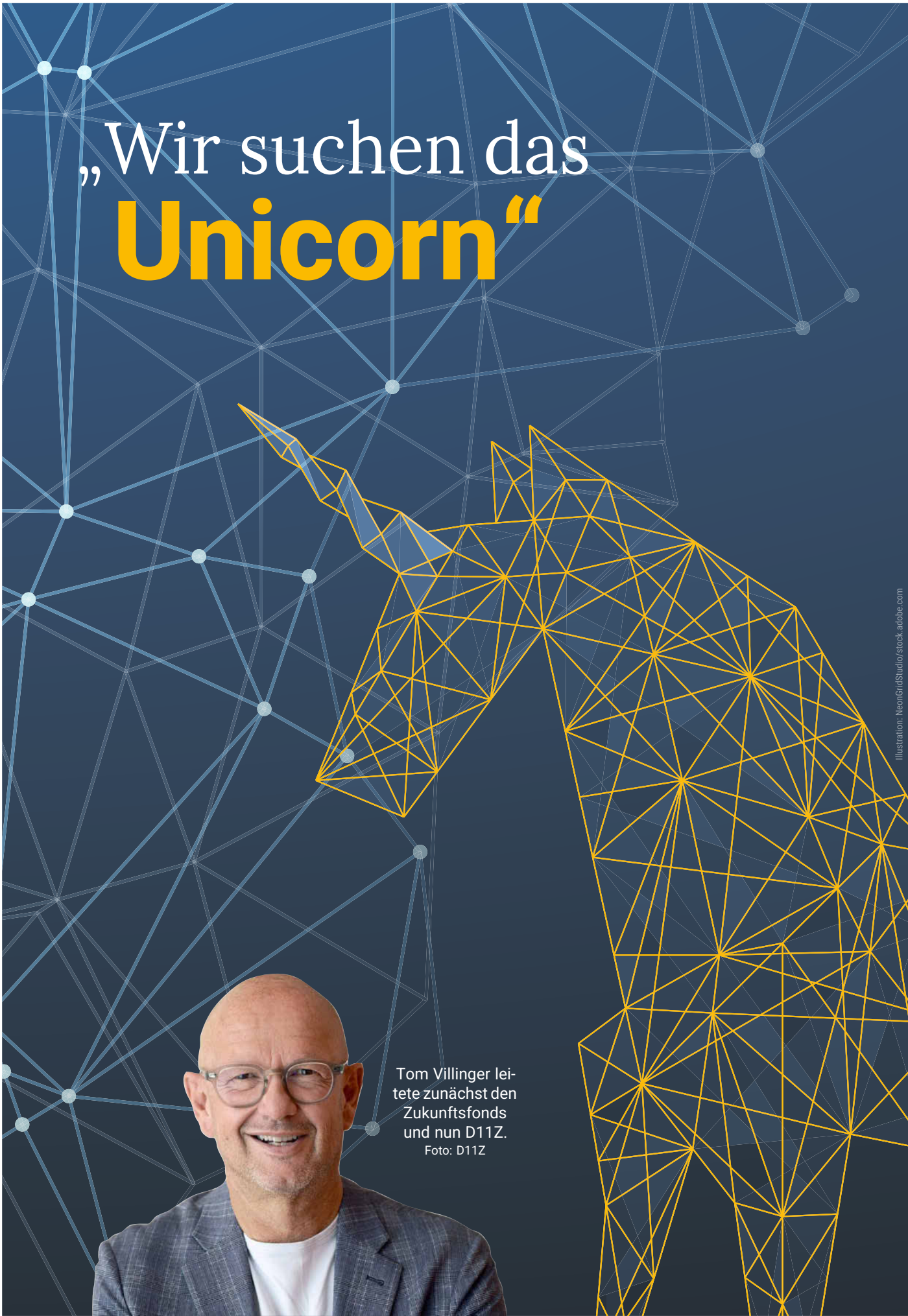
Villinger: Ja. Die grundlegenden Trends sind weltweit ähnlich. Embedded AI, also der Einsatz von KI nicht zur Unterhaltung, sondern zur Effizienzsteigerung und für nachhaltigen Fortschritt. Das gilt auch für unsere Investmentstrategie bei D11Z. Wir investieren gezielt in Technologien, mit denen Industrieunternehmen schneller vorankommen, international wettbewerbsfähig bleiben und ihre Innovationsgeschwindigkeit erhöhen können.

Wie beurteilen Sie die Bemühungen in Deutschland und vor allem in der Region Heilbronn, Start-ups mit dem industriellen Mittelstand zusammenzubringen, um die Digitalisierung der Industrie voranzutreiben?

Villinger: Entscheidend ist, dass der industrielle Mittelstand offen für die Zusammenarbeit mit Start-ups ist. Genau das versuchen wir gemeinsam mit unseren Partnern im Heilbronner Ökosystem zu fördern. Das ist aus meiner Sicht ein zentraler Erfolgsfaktor für Deutschland und die Dach-Region. Denn einen solch starken industriellen Mittelstand wie hier gibt es in dieser Form nur selten. Mit D11Z.Ventures versuchen wir, die Start-ups aus unserem Portfolio gezielt mit Mittelständlern zusammenzubringen. Man muss viel mehr zusammenarbeiten, um Forschung, Entwicklung, Unternehmertum und Start-ups zusammenzubekommen. Es braucht deutlich mehr Zusammenarbeit zwischen Forschung, Entwicklung, Unternehmertum und Start-ups, damit daraus echte Innovationskraft entsteht.

Wird das in Heilbronn entstehende KI-Ökosystem Ihrer Meinung nach die hohen Erwartungen als KI-Hotspot Europas erfüllen?

Villinger: Heilbronn ist auf einem beeindruckenden Weg. Die Region hat sich in den vergangenen 20 Jahren zu einem be-



deutenden Tech-Ökosystem mit den Schwerpunkten AI und Deep Tech entwickelt. Damit etabliert sich Heilbronn zunehmend als wichtiger europäischer KI-Standort und bewegt sich inzwischen auf Augenhöhe mit Städten wie Paris, London, München oder Zürich. Das Besondere hier ist die industrielle Basis im Mittelstand, das ist ein großer Vorteil. Deshalb sollten wir diesen Weg konsequent weitergehen und im Ipai Mittelstand, Start-ups und wissenschaftliche Einrichtungen noch enger zusammenbringen, um schneller zu werden und international anschlussfähig zu bleiben.

„Heilbronn bewegt sich auf Augenhöhe mit Paris, London, München oder Zürich.“
Tom Villinger

D11Z.Ventures investiert in junge Tech-Unternehmen, die sich mit KI, Deep Tech und Internet of Things beschäftigen. Ist dies bisher erfolgreich?

Villinger: Der Zukunftsfonds Heilbronn als Vorläufer ist 2005/2006 gestartet und hat über 18 Jahre in Medizintechnik, Pharma und Biotech investiert. Viele dieser Unternehmen wurden an den Standort geholt und später oft erfolgreich veräußert. D11Z.Ventures wurde vor gut zwei Jahren gegründet. Das war ein klares Rebranding mit einem Fokus auf digitale Geschäftsmodelle. Diese Strategie entwickelt sich bislang sehr gut. Wir investieren sehr gezielt in frühen Phasen wie Pre-Seed und Seed, halten aber gleichzeitig ausreichend Kapital zurück, um auch in späteren Phasen weiter investieren zu können.

In wie vielen Unternehmen ist D11Z.Ventures aktuell investiert?

Villinger: Aktuell haben wir rund 40 bis 45 Start-ups im Portfolio. Unser Ziel ist es, acht bis zwölf Investments pro Jahr zu tätigen. Dabei bieten wir jungen Unternehmen auch die Chance, mit Mittelständlern zusammenzuarbeiten. Unser Fokus liegt auf KI und Deep Tech, ergänzt um Themen wie Security und Defense, die zunehmend an Bedeutung gewinnen. Grundsätzlich entwickelt sich die Strategie erfolgreich. Endgültig bewerten lässt sich das im Venture Capital aber erst nach sieben bis zehn Jahren. Erst dann zeigt sich, welche Unternehmen skalieren, veräußert werden oder neue Investoren finden. Das ist in unserer Branche völlig normal.

Mussten Sie bisher noch nichts abschreiben, weil es noch zu früh ist?

Villinger: Doch, solche Entscheidungen treffen wir auch früher. Wir finanzieren Unternehmen nicht weiter und ziehen uns in frühen Phasen zurück, wenn sich Marktfokus oder das Management-Team nicht so entwickeln wie erwartet. Wir gehen zunächst mit relativ begrenztem Kapital in die Unternehmen und beobachten dann, wie sie sich weiterentwickeln.

Welchen Anteil haben Rückzüge und Abschreibungen?

Villinger: Das betrifft etwa zehn Prozent unserer Investments. Das ist überschaubar und gehört zum Venture-Capital-Geschäft dazu. Wir suchen den großen Gewinner, im Idealfall ein Unicorn. Deshalb konzentrieren wir uns konsequent auf die stärksten Teams und die überzeugendsten Unternehmen.

Was ist der wichtigste Erfolgsfaktor eines Start-ups? Die Gründer selbst, die Ge-

schäftsidee, die Skalierbarkeit oder die finanziellen Möglichkeiten?

Villinger: Der wichtigste Faktor ist ganz klar das Team. Eine mittelmäßige Idee mit einem A-Team ist meist stärker als eine gute Idee mit einem B-Team. Ein starkes Gründerteam, idealerweise mit exzellentem Hintergrund und relevanter Erfahrung, hat immer einen großen Vorteil. Das Team steht an erster Stelle, danach kommen die Marktgröße, also das Kundenproblem. Entscheidend ist nicht, ob Gründer ihre Idee spannend finden, sondern ob es dafür echte Nachfrage im Markt gibt. Hinzu kommt die Skalierbarkeit des Geschäftsmodells, möglichst europaweit und international. Kapital allein reicht nicht. Erst das Zusammenspiel aus starkem Team, relevantem Markt, echten Kunden und Skalierbarkeit macht den Unterschied.

D11Z.Ventures

D11Z.Ventures wurde Ende 2023 als Nachfolger des Zukunftsfonds Heilbronn gegründet. Das Unternehmen versteht sich als Frühphasen-Investor mit dem Schwerpunkt Künstliche Intelligenz und Deep Tech. Der Name ist eine Anspielung auf den Heilbronner Milliardär Dieter Schwarz, der den Zukunftsfonds Heilbronn 2005 ins Leben gerufen und mit rund 200 Millionen Euro ausgestattet hatte. Wer angesichts des Namens die Buchstaben zwischen D und Z zählt, kommt auf elf. Geschäftsführer von D11Z.Ventures ist Tom Villinger. Der 63-Jährige hatte zuvor auch den Zukunftsfonds Heilbronn geleitet. jüp

Firmen

Preis für Bausch+Ströbel

Die patentierte Stopfenbahn von **Bausch+Ströbel** hat den Rapid.Tech3D-Exzellenzpreis 2026 gewonnen. Prämiert wurde ein Bauteil, das zeigt, wie sich die steigenden Anforderungen der EU an Reinigbarkeit, Strömungsführung und Materialintegrität durch additive Fertigung gezielt erfüllen lassen. Beim 3D-Druck werden Kom-



Tobias Geiger und Julia Schaaf bei der Preisverleihung. Foto: privat

ponenten Schicht für Schicht aufgebaut. Dadurch entstehen konstruktive Freiheiten, die mit klassischen Fertigungsverfahren kaum realisierbar sind. Seit 2020 treibt ein interdisziplinäres Projektteam bei Bausch+Ströbel die Einführung und Weiterentwicklung der additiven Fertigung voran. red

Hackathon bei Lapp

Mehr als 20 junge Mint-Talente traten am Stand des Stuttgarter Kabelherstellers **Lapp** auf der Hannover Messe gegeneinander an. Ihr Ziel: aus realen Verbrauchs- und Logistikdaten neue KI-gestützte Services und Geschäftsmodelle entwickeln. Als Basis dienten den Teilnehmern anonymisierte Datensätze aus Lapps eKanban-System. „Damit verbinden wir normale Kabeltrommeln mit der digitalen Welt“, erklärt Dominik Schmalzried, der bei Lapp digitale Geschäftsmodelle entwickelt. „Dank Sensorik und digitalem Zwilling können Kunden so ihren Kabelverbrauch online überwachen, Nachbestellungen auslösen und die Lagerhaltung optimieren.“ Das Familienunternehmen will Talente aus den Bereichen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik frühzeitig für Zukunftsthemen begeistern und ihnen einen realistischen Einblick in Industriepraktiken geben.

Das Gewinnerteam entwickelte einen digitalen Kabelquerschnitt-Optimierer. Damit können Kunden für jeden Einsatzzweck das passende Kabel mit optimaler Leitungsdicke finden. red

Preis für Böpple

Die Bauunternehmung **Böpple** GmbH aus Heilbronn wurde von Great Place To Work als einer der besten Arbeitgeber Deutschlands 2026 ausgezeichnet. Das Unternehmen realisierte schlüsselfertige Projekte im Gewerbebau, Wohnbau und Bauen im Bestand. Ergänzt wird das Leistungsspektrum durch Projektentwicklung, Rohbau, Facility Management und Haustechnik. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung, denn sie zeigt, dass unsere Mitarbeiter sich bei Böpple wohlfühlen und Vertrauen erleben“, sagen die Geschäftsführer Christian Pötter und Michael Wiesner. Teamgeist habe für das Unternehmen oberste Priorität. red



Böpple wurde als einer der besten Arbeitgeber geehrt. Foto: Böpple

Köpfe

Neue Vorsitzende

Nathalie-Lorena Kletti, Geschäftsführerin des Mosbacher IT-Unternehmens MPDV, ist zur neuen Vorsitzenden des Freundeskreises Technoseum gewählt worden. MPDV und die Mannheimer Einrichtung wollen damit ein Zeichen für eine verstärkte Förderung junger Menschen und die Vermittlung digitaler Kompetenzen setzen. Die studierte Volkswirtschaftlerin folgt auf Professor Astrid Hedtke-Becker.



Nathalie Kletti
Foto: MPDV

Der Freundeskreis Technoseum versteht sich als Botschafter des Mannheimer Museums: Seine Mitglieder unterstützen das Haus dabei, junge Menschen für Naturwissenschaft, Technik und Informatik zu begeistern – Themen, die auch für MPDV seit Jahrzehnten von zentraler Bedeutung sind. Für Kletti ist die neue Aufgabe eng mit persönlichen Erfahrungen verbunden: „Schon früh hat mich das Technoseum für die Welt der Technik begeistert – ein Funke, der bis heute brennt und mich antreibt, diese Faszination an kommende Generationen weiterzugeben.“ *red*

Neuer Risiko-Vorstand

Der Aufsichtsrat der Hep Kapitalverwaltung AG hat **Nikolai Noeske** (48) mit Wirkung zum 1. Mai zum Chief Risk Officer der Gesellschaft berufen. Er folgt auf Olaf Timm (48), dessen Vorstandsmandat turnusgemäß zum 30. April endete und der das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen hat.

Nikolai Noeske ist seit August 2024 als Senior Expert Risk Management Teil der Hep KVG. Er verfügt über langjährige Erfahrung im internationalen Finanzsektor und bringt umfassende Expertise in Risikomanagement und Governance mit. Die Güglinger Hep Kapitalverwaltung AG konzipiert und verwaltet alternative Investmentfonds mit dem Anlagenschwerpunkt Photovoltaik. *red*

Wechsel bei der BW-Bank

Norman Bolay hat zum 1. Mai die Leitung des Private Banking-Geschäfts in der Region Nord-Ost der BW-Bank übernommen. Er trägt damit die Verantwortung für die Betreuung vermögender Privatkunden an den Standorten Aalen, Heilbronn, Ludwigsburg, Schwäbisch Hall und Waiblingen. Sein Vorgänger, Ralph Egeler, wird neue Aufgaben im Stab des Private Banking der BW-Bank in Stuttgart wahrnehmen.



Norman Bolay
Foto: BW-Bank

Der studierte Theologe und Betriebswirt startete 2004 seine duale Ausbildung bei der LBBW. Danach durchlief er Stationen im Private Banking der BW-Bank – zunächst als Berater, seit 2014 in Führungspositionen unter anderem in Gerlingen, Ludwigsburg und Stuttgart. Seit Mai 2025 ist der 50-Jährige verantwortlich für das Private Banking an den Standorten Ludwigsburg, Waiblingen und Heilbronn.

„Norman Bolay verfügt über eine große fachliche Expertise und kennt den Markt vor Ort seit vielen Jahren. Ich freue mich, dass er – nun mit einem größeren Verantwortungsbereich – das Private Banking-Geschäft in unserer Region Nord/Ost erfolgreich in die Zukunft führen und weiterentwickeln wird“, sagt Ilka Knoth, Leiterin des Private Banking bei dem Stuttgarter Geldinstitut. *red*

Würth, Schunk und Marbach zeigen, wie vielfältig Forschung und Entwicklung in der Region ist.

Von Martin Peter und Jürgen Paul

Das Problem ist hochkomplex. Die Lösung aber scheint nahezu einfach. Um maroden Brücken Herr zu werden – im Land sind 16.000 Bauwerke sanierungsbedürftig –, hat die Forschungs- und Entwicklungsabteilung von Würth mit dem Relast-System eine Technologie zur nachträglichen Verstärkung von Stahl- und Spannbetonbauten entwickelt. Der Clou: Es braucht lediglich spezielle Schrauben und ein wenig chemischen Mörtel. Ohne in den Verkehr einzugreifen, die Montage erfolgt im laufenden Betrieb von unten, lässt sich die Nutzungsdauer alternder Brücken nach Angaben des Montage- und Befestigungsspezialisten ressourcenschonend um Jahre verlängern. „Wenn die Tragreserven nicht mehr ausreichen, verstärkt Relast das Bauwerk nachträglich und erhöht so seine Tragfähigkeit.“, erklärt Nico Maier, Leiter des Zukunftsmanagements bei Würth.

Gerade arbeiten die Ingenieure daran, die Zulassungen des Systems auf weitere Anwendungsbereiche auszuweiten. „Schäden an Brücken können vielfältig sein, daher entwickeln wir unsere Systeme stetig weiter und berücksichtigen dabei die Anforderungen des Marktes“, sagt Maier. Die Idee für das Relast-System ist in Zusammenarbeit mit einer Tochtergesellschaft des Konzerns entstanden und wurde mit Mitteln des Reinhold Würth Innovationszentrums Curio, entwickelt und finanziert. Forschung und Entwicklung gibt es bei Würth schon seit Jahrzehnten, sie war maßgebend für den Wandel des Unternehmens vom reinen Händler zum Hersteller. Im September 2022 wurde das Innovationszentrum eröffnet, ein Gebäude, in dem Forschung und Entwicklung, aber auch Produktma-

„Wir wollen immer wissen: Geht das noch besser?“

Nico Maier, Würth

nagement, Materialprüfung und Qualitätssicherung untergebracht sind. Mehr als 250 Menschen suchen hier nach dem nächsten großen Ding.

Geschaffen wurde ein Ort der Begegnung. „Innovation lebt dann, wenn die richtigen Leute zur richtigen Zeit am richtigen Ort zusammentreffen“, sagt Maier. Die Labore in der Schliffenstraße sind nicht nur Heimat für Mitarbeiter der Adolf Würth GmbH & Co. KG, sondern auch für Studenten der Partnerhochschulen sowie Mitarbeiter der Tochtergesellschaften. Gemeinsam folgen sie dem Leitsatz von Reinhold Würth, der immer wissen wollte, was hinterm Berg und ums Eck ist. „Wir wollen immer wissen: Geht das noch besser?“ sagt Maier. Im frühen Scouting verschafft sich das Zukunftsmanagement einen Überblick über Technologien und Märkte, behält das Kundenverhalten im Blick, um ja keine Entwicklung zu verpassen. Die Frage dahinter: „Was können wir heute tun, um auch in fünf Jahren erfolgreich zu sein?“ erklärt Maier, dessen Zukunftsmanagement die Produktparten in der Entwicklung vernetzt. Bei der Ideenfindung folgen die Mitarbeiter einer strategischen Ausrichtung. Und dem Austausch mit den Anwendern, sprich: Kunden.

Die Kundennähe mit bis zu 40.000 Kundenkontakten allein Deutschland jeden Tag sei eine große Stärke, ein Alleinstellungsmerkmal. „Durch den täglichen Austausch bekommen wir viele Anregungen und Impulse und haben ein direktes Feedback“, sagt Maier. Kunden werden auch bei der Entwicklung mit einbezogen und ins Curio eingeladen. Dadurch stellt Würth einen hohen Praxisbezug sicher.

Auch der Lauffener Spann- und Greiftechnikspezialist Schunk investiert seit jeher viel in Forschung und Entwicklung. Das gilt insbesondere für die Bereiche Robotik und Automatisierung. „Die

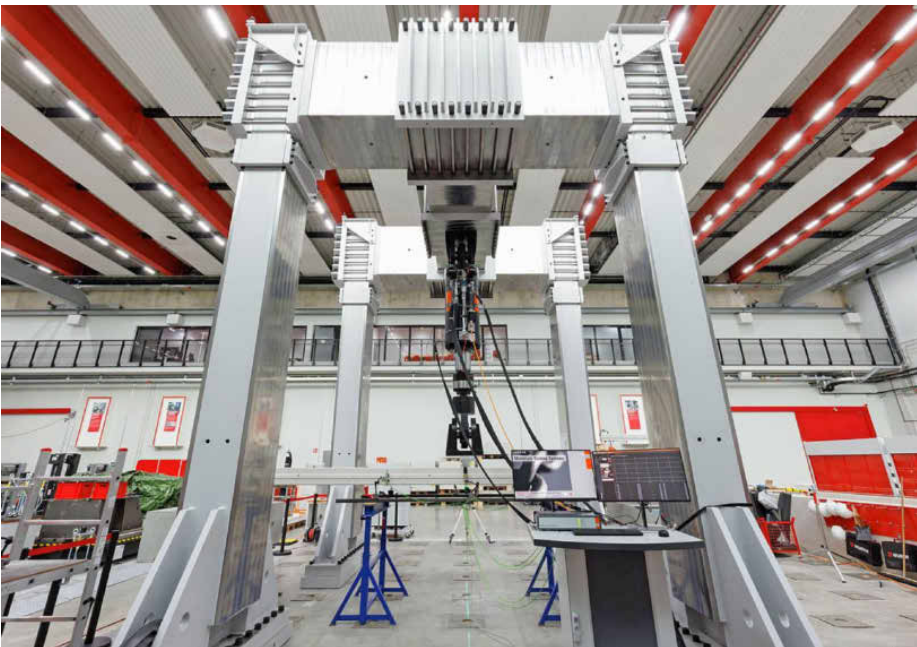


Bei Marbach stehen Nachhaltigkeit und Funktionalität im Zentrum der Forschungs- und Entwicklungsarbeit. Foto: Marbach

Schritt für Schritt in eine bessere Zukunft



Die Ingenieure bei Schunk um Technikvorstand Timo Gessmann sehen in der humanoiden Robotik den nächsten großen Entwicklungsschritt. Foto: Schunk



Blick ins Reinhold Würth Innovationszentrum Curio in Künzelsau: Zu sehen ist der Versuchsaufbau, um ein neues Produkt zu testen. Foto: Würth

humanoide Robotik ist der nächste große Entwicklungsschritt in der Robotik. Dieses Feld hat enormes Marktpotenzial, weil es Automatisierung dort möglich macht, wo klassische Systeme heute noch an Grenzen stoßen“, sagt Timo Gessmann, Chief Technology Officer.

Schunk bündelt seine Entwicklungsarbeit in einem eigenen Tech-Spin-off mit Start-up-Charakter namens Schunk Humanoid Robotics. Mit der Ausgründung wollen die Lauffener den Freiraum schaffen für ein agiles, eigenständiges Unternehmen mit einem starken technologischen Fundament und großer Marktnähe. „So bringen wir Innovationen schneller in industrietaugliche Produkte und stärken unsere Position als führender Partner in der Automatisierung“, sagt Gessmann. Ziel von Schunk ist es, einen globalen Standard für humanoide Hände

zu etablieren. Im Mittelpunkt steht eine modulare Plattform für anthropomorphe Fünf-Finger-Roboterhände mit Handgelenk und Unterarm. Damit lasse sich für unterschiedlichste industrielle Aufgaben jeweils die passende Hand konfigurieren – vom Griff in die Kiste im Warenlager bis hin zur präzisen Montage von Autoteilen.

Schunk baut in diesem Bereich seine Kooperation mit dem Deutschen Luft- und Raumfahrtzentrum (DLR) aus. Die DLR-Technologie soll in die Entwicklung bei Schunk einfließen, um die feinmotorischen Manipulationsfertigkeiten der Schunk-Hände auszubauen. „Den nächsten Sprung erreichen wir durch Physical AI: Greifmechanik beherrschen wir seit Jahrzehnten – jetzt bekommt die Greifhand die Intelligenz, die sie als universelles und flexibles Werkzeug steuert“, sagt Gessmann. Mithilfe von KI könne die

Hand als digitaler Zwilling neue Fähigkeiten schneller erlernen, trainieren und auf die reale Welt übertragen.

Das Heilbronner Familienunternehmen Marbach investiert sowohl in der Stanzformtechnik als auch im Werkzeugbau, seinen beiden Geschäftsbereichen, in Forschung und Entwicklung: Im Werkzeugbau beschäftigt sich das Traditionsunternehmen vornehmlich mit Werkzeugen für Lebensmittelverpackungen wie etwa Margarinebecher, Fleischschalen, Joghurtbecher, Trinkbecher und Kaffeekapseln. Im Zentrum der Forschungs- und Entwicklungsarbeit stehen dabei zwei Themen: Nachhaltigkeit und Funktionalität. Ziel ist es, Verpackungen möglichst material- und energieeffizient zu gestalten und gleichzeitig einen optimalen Produktschutz sowie eine einfache Recyclingfähigkeit zu gewährleisten. Parallel dazu werden Anforderungen an Benutzerfreundlichkeit, Öffnungsmechanismen, Wiederverschließbarkeit oder spezielle Funktionen kontinuierlich weiterentwickelt.

Ein Vorteil im Entwicklungsprozess ist die technische Infrastruktur: Marbach verfügt selbst über drei Thermoformmaschinen. Dadurch können die Kundenwerkzeuge und neuen Entwicklungen

„Humanoide Robotik hat enormes Marktpotenzial.“

Timo Gessmann, Schunk

noch vor Ort unter realen Produktionsbedingungen getestet und weiterentwickelt werden. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Digitalisierung: So können mittlerweile Produktionsdaten weltweit analysiert und Prozesse optimiert werden. Aktuell konzentriert sich die Entwicklungsarbeit stark auf den Einsatz von recycelbaren Materialien sowie alternativen Faserstoffen. Rund fünf Prozent Jahresumsatzes investiert der Geschäftszweig Werkzeugbau in Forschung und Entwicklung. In der Abteilung sind drei Mitarbeiter beschäftigt.

In der Entwicklung der Stanzformtechnik arbeiten acht Mitarbeiter. Das Unternehmen entwickelt und fertigt Werkzeuge für die Herstellung von Verpackungen aus Karton und Wellpappe, etwa für Lebensmittel, Pharma-, Kosmetik- oder Konsumgüter. Darüber hinaus kommen die Lösungen auch in technischen Anwendungen wie Etiketten oder Komponenten für die Automobilindustrie zum Einsatz. Die Forschungs- und Entwicklungsarbeit konzentriert sich auf drei Kernbereiche: Werkzeugperformance, Effizienzsteigerung und neue Materialien. Ziel ist es, die Produktivität der Stanzmaschinen zu erhöhen und stabile Produktionsprozesse sicherzustellen.

Neue Entwicklungen werden auf einer Stanzmaschine getestet und mit Kunden unter realen Bedingungen erprobt. Im Bereich Materialentwicklung hat das Unternehmen einen Auswerfergummi für Stanzformen entwickelt, der sich erfolgreich im Markt etabliert hat und mittlerweile ein Umsatzvolumen von 1,0 bis 1,2 Millionen Euro erreicht. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Automatisierung der eigenen Fertigung: Spezielle Maschinen und Pick-and-Place-Anlagen werden entwickelt, um die Produktion effizienter zu gestalten.

Audi forscht am Auto der Zukunft

Am Standort des Autobauers in Neckarsulm werden Verbrenner und Hochvoltsysteme unter einem Dach entwickelt. Leichtbau spielt ebenfalls eine große Rolle.

Von unserem Redakteur
Alexander Schnell

In Neckarsulm produziert Audi die Modelle A5, A6 und A8. Eher unbekannt ist hingegen, dass in der Autofabrik in der Region einige Bereiche der Technischen Entwicklung (TE) angesiedelt sind. Gut 1600 der insgesamt 15.500 Beschäftigten forschen an der Mobilität der Zukunft. Rund 600 sitzen in einem der neuesten Gebäude, das es auf dem riesigen Werksgelände gibt. In dem Bau mit der Bezeichnung C20 sind Werkstätten, Büros und Prüfstände untergebracht. „Unser Multifunktionsgebäude ist das Herz der Technischen Entwicklung in Neckarsulm“, sagt Matthias Honzen, der bei der Marke mit den vier Ringen die Entwicklung von Verbrennungsmotoren und Hybridsystemen leitet.

Honzens Co-Partner im Gebäude C20 ist Jens Baumann, der die Entwicklung von Energiesystemen verantwortet – also alles, was im weitesten Sinne mit elektrifizierten Fahrzeugen zu tun hat. Und eben das ist die Besonderheit der TE in Neckarsulm: Entwickler von Verbrennungsmotoren und Hochvoltsystemen arbeiten gemeinsam unter einem Dach.

„Das gab es so noch nie bei Audi“, sagt Baumann. „Das sorgt für kurze Wege und eine optimale Vernetzung.“ Gleichwohl aktuell sehr viel über E-Autos gesprochen werde, arbeite man weiterhin mit Hochdruck an den Verbrennern. „Wir



In der Klimahöhenkammer von Audi in Neckarsulm herrschen je nach Testbetrieb Temperaturen von 30 Grad unter Null bis zu 55 Grad über Null. Foto: Audi

entwickeln unsere Benzin- und Dieselmotoren hinsichtlich Leistung, Effizienz und künftiger Abgasnormen konsequent weiter.“ Es gebe noch viel Potenzial für Innovationen, so Honzen, der auf den neuen, mehrfach elektrifizierten Sechszylinder-Diesel verweist, der bereits für A6 und Q5 und später im Jahr auch für den Q9 verfügbar sein wird.

Gänzlich neu in dem fünfstöckigen Gebäude C20 ist das sogenannte Batterietechnikum zur Entwicklung und Erprobung von Hochvolt-Speicher-Technologien. „In diesem Technikum erproben besonders geschulte Mitarbeiterinnen

und Mitarbeiter, die zum Teil zuvor im Prüftechnikum für Verbrennungsmotoren tätig waren, neue Hochvolt-Speicher-Module für verschiedene E-Fahrzeuge“, erzählt Jens Baumann. Das bedeutet: Akkus für E-Autos der Zukunft werden hier in der Region entwickelt. Vieles ist noch geheim und nicht für die Öffentlichkeit bestimmt. Aber das erste fertige Produkt, blickt Baumann in die Zukunft, solle eine Batterie für ein vollelektrisches SUV-Modell von Audi sein.

Eine weitere Besonderheit im Gebäude C20 ist, dass neben den Entwicklern auch Experten aus der Produktion

arbeiten. „Diese Vernetzung hilft ungemein für die Umsetzung von der Entwicklung in die Serie“, sagt Ingenieur Baumann. „Fast täglich nutzen die Entwickler die kurzen Wege und erarbeiten mit den Kollegen der Produktion, wie neue technische Ideen oder notwendige Änderungen baulich umgesetzt werden können.“ Für die Produktion sei es extrem wichtig, dass die Dinge, die entwickelt werden, in der Serienfertigung gut umsetzbar sind. Hier seien die Kollegen von Anfang an dabei. Eine so enge Verzahnung verschiedener Unternehmensbereiche sei dafür ein Erfolgsfaktor.

Direkt im Gebäude C20 und an anderen Stellen im Werk gibt es verschiedene Prüfstände für Motoren und Batteriesysteme. Eine Besonderheit ist die Klimahöhenkammer, in der extreme Temperaturen und Höhensimulationen möglich sind.

Bekannt ist die Technische Entwicklung in Neckarsulm schon lange für ihre Leichtbaukompetenz. 1994 startete die Produktion des ersten A8: Die Luxuslimousine war seinerzeit das weltweit erste Serienfahrzeug mit einer vollständigen Karosserie aus Aluminium. Mittlerweile haben die Spezialisten viele andere Werkstoffe wie Karbon im Fokus. Getreu dem Motto: das richtige Material an der richtigen Stelle in der richtigen Menge.

Die Ingenieurinnen und Ingenieure im Leichtbauzentrum entwickeln aber nicht nur für die Marke Audi, sondern für den gesamten VW-Konzern. Sie finden dabei auch Lösungen für die Anforderungen an Modelle mit alternativen Antrieben, etwa für die Batteriegehäuse von Elektromodellen. Ziel ist es, die Karosserien so leicht und stabil wie möglich und gleichzeitig wirtschaftlich zu gestalten. Die Bauteilentwicklung basiert überwiegend auf Simulationsmodellen, die einen digitalen Zwilling der realen Fahrzeuge abbilden. Damit können nach Angaben des Autobauers mit einer minimalen Anzahl von Erprobungsfahrzeugen neue Technologien in Serie gebracht werden.

Firmen

Voices Award

Der Ventilatorenhersteller **EBM-Papst** ist in Berlin mit dem Voices Award 2026 in der Kategorie „Best Intranet im deutschsprachigen Raum“ ausgezeichnet worden. Verliehen wurde der Preis im Rahmen des Voices-Kongresses, einer der wichtigsten Fachveranstaltungen für interne Kommunikation mit rund 1700 Teilnehmern aus Wirtschaft, Verwaltung und Verbänden. Der Preis ist die bedeutendste und größte Auszeichnung für interne Kommunikation in dieser Region.

Mit „Fans“ hat EBM-Papst eine Plattform geschaffen, die am Arbeitsalltag der Mitarbeiter ausgerichtet ist. Ziel war es, Information, Orientierung und Austausch an einem Ort zu bündeln – für Beschäftigte in der Produktion ebenso wie für Bürobereiche und Führungskräfte.

Die Plattform bietet neben aktuellen Informationen auch Videoformate und Community-Angebote sowie Beiträge der Unternehmensleitung. Mitarbeiter können sich mit eigenen Inhalten beteiligen und sich standort- und bereichsübergreifend vernetzen. „Interne Kommunikation wirkt dann, wenn sie relevant, verständlich und nah am Alltag ist“, sagt Hauke Hannig, Vice President Communications & Global Affairs und Sprecher von EBM-Papst. Auch die Geschäftsführung misst der Plattform eine strategische Bedeutung bei und nutzt diese aktiv: Konzernchef Klaus Geissdörfer betonte auf dem Kongress die Bedeutung der Plattform als zentrales Kommunikations- und Führungsinstrument. *red*

ANZEIGE



Innovationsschmiede in München: Im Hightech Innovation Center arbeitet Würth Elektronik eng mit Forschung und Industrie zusammen. Foto: FloHagen/fotolevel

Innovation aus der Region

Würth Elektronik zählt erneut zu Deutschlands innovativsten Unternehmen

Wer gehört zu den innovativsten Unternehmen Deutschlands? Das Wirtschaftsmagazin „Capital“ und das Statistikportal „Statista“ geben darauf jedes Jahr eine datenbasierte Antwort. Für die aktuelle Studie bewerteten 2785 Innovationsfachleute mehrere tausend Unternehmen aus 20 Branchen. 503 schafften es auf die Liste – darunter erneut die Würth Elektronik Gruppe mit einer Vier-Sterne-Bewertung in der Kategorie „Elektronik & Elektrotechnik, Automatisierungs- & Messtechnik“.

International erfolgreich

Die Unternehmensgruppe mit ihren Hauptsitzen in Waldenburg, Niederrhein und Walldorf beschäftigt weltweit rund 7300 Mitarbeitende und erzielte 2025 einen Umsatz von 1,06 Milliarden Euro. Als Teil der Würth-Gruppe ist sie mit drei Unternehmensbereichen auf verschiedenen Märkten international aktiv: elektronische und elektromechanische Bauelemente,

Leiterplatten sowie intelligente Power- und Steuerungssysteme. Über 23 Produktionsstandorte weltweit sichern die Verfügbarkeit auf allen Märkten. Zugleich ist das Unternehmen tief in der Region Hohenlohe verwurzelt – als Arbeitgeber und als Innovationstreiber.

Besonders sichtbar wird die Innovationskraft im Bereich der elektronischen und elektromechanischen Bauelemente am Standort Waldenburg. Von hier aus erstreckt sich ein weltweites Vertriebsnetz mit rund 900 technischen Mitarbeitenden, das einzigartig im Elektronikmarkt ist. Im Mittelpunkt steht die enge technische Zusammenarbeit mit Kunden: von der ersten Design-Idee bis zur Serienfertigung.

Auch im Hightech Innovation Center in München entstehen neue Lösungen gemeinsam mit Hochschulen und Partnern aus Industrie und Forschung. Start-ups werden gezielt unterstützt, um Technologien schneller in die Anwendung zu bringen – insbe-

sondere in zukunftsweisenden Bereichen wie Elektromobilität, intelligente Komponenten und digitale Lösungen.

Zukunftsfähige Lösungen

Die Auszeichnung bewertet nicht nur Produktinnovationen, sondern auch Prozesse sowie Kultur- und Sozialinnovationen. Bei Würth Elektronik wird Innovation nicht als isoliertes Projekt verstanden, sondern als Teil der gelebten Unternehmenskultur. Unter dem Leitgedanken „creating together“ setzt das Unternehmen auf enge Zusammenarbeit sowohl intern über Disziplinen hinweg als auch extern mit Partnern, Kunden und Start-ups.

Gerade in einem anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfeld zeigt sich, wie wichtig diese Haltung ist. Während viele Unternehmen die Rahmenbedingungen für Innovation kritisch bewerten, gestaltet Würth Elektronik sie aktiv mit – durch Offenheit, Kooperation und den klaren Fokus auf zukunftsfähige Lösungen. *anz*



WÜRTH ELEKTRONIK MORE THAN YOU EXPECT

VON WALDENBURG IN DIE WEITE WELT



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

www.we-online.com

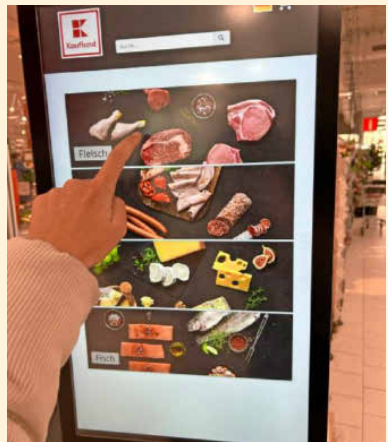


Firmen

Kaufland ausgezeichnet

Seit November testet **Kaufland** eine digitale Bestellstele in der Filiale Rottweil. Für diese Innovation ist das Unternehmen mit dem Retail Technology Award (Reta Award) ausgezeichnet worden. „Mit unserer Bestellstele zeigen wir, wie digitale Innovation den Einkauf verbessert“, sagt Jasminka Marinovic, Vertrieb International Kundenkommunikation bei Kaufland.

Das System ist in Zusammenarbeit mit der IT- und Digital-Sparte der Schwarz-Gruppe, Schwarz Digitis, sowie dem Waagenspezialisten Bizerba entstanden. Kunden



So sieht die Bestellstele bei Kaufland in Rottweil aus. Foto: Kaufland

können an der Bestellstele Fleisch-, Wurst- und Käseartikel per Touch-Display auswählen. Die Bestellung erscheint dann sofort auf der Waage an der Theke. Parallel erhält der Kunde einen Bon mit einer Bestellnummer. Während der Kunde den restlichen Einkauf erledigt, bereiten die Mitarbeiter die Bestellung vor. Ein Monitor an der Bedientheke signalisiert, dass die Bestellung bereit ist.

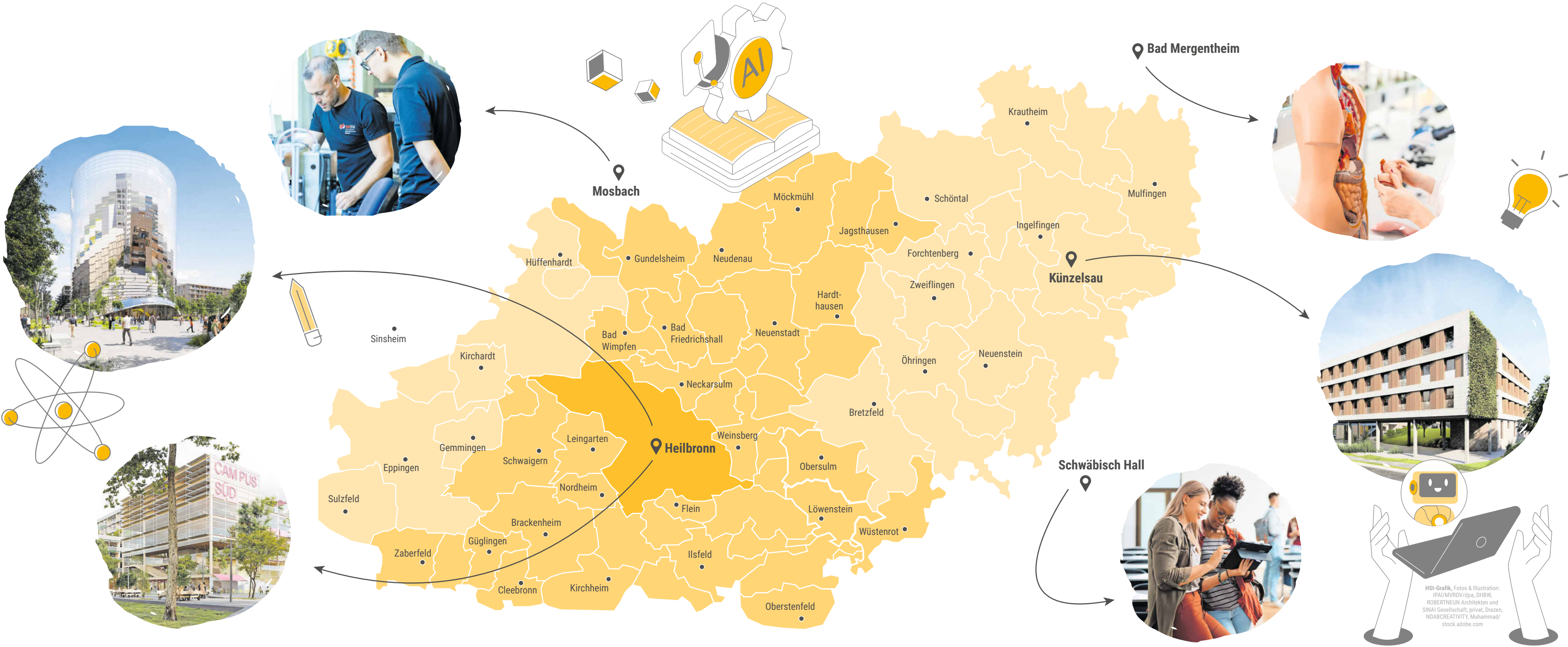
Der Reta Award wird jährlich vom EHI Retail Institute verliehen. Er zeichnet Handelsunternehmen für herausragende und innovative Technologielösungen aus. red

Erstes Patent

Die **Mann & Schröder** Cosmetics Group aus Sieglingsbach hat einen Meilenstein in ihrer 75-jährigen Unternehmensgeschichte erreicht: Das Unternehmen hat sein erstes Patent erhalten. Geschützt ist eine neuartige Granulat-Rezeptur der Nachhaltigkeitsmarke we:care², die in Wasser aufgelöst eine Handseife oder ein Duschgel ergibt – nicht zu unterscheiden von konventionellen Produkten.

Granulatbasierte Körperpflegeprodukte sind keine neue Idee. Doch bisherige Lösungen konnten in puncto Qualität nicht überzeugen: Nach dem Anmischen mit Wasser entstanden trübe, schleimige Konsistenzen ohne zufriedenstellendes Schaumverhalten. Die Forschungs- und Entwicklungsabteilung bei Mann & Schröder ist genau hier einen Schritt weitergegangen. Die patentierte Rezeptur ergibt eine glasklare, fließfähige Handseife oder ein Duschgel mit Schaum – vergleichbar mit konventionellen Produkten aus der Flasche. Durch die Granulat-Technologie können Handseifen und Duschgele außerdem in Papierschächts statt in Plastikflaschen verpackt werden.

2021 startete das Projekt, Ende desselben Jahres wurde die erste Patentversion eingereicht. Es folgten drei Prüfungsrunden mit dem Patentamt, zusätzliche Tests und umfangreiche Dokumentation. An der Entwicklung waren die Abteilungen Forschung & Entwicklung sowie Verfahrensentwicklung maßgeblich beteiligt. „Vier Jahre Forschung, drei Prüfungsrunden, ein Ergebnis: unser erstes Patent in 75 Jahren Unternehmensgeschichte. Das ist kein Zufall – das ist das Ergebnis eines Teams, das Mut, Ausdauer und Leidenschaft für Innovation vereint“, sagt Geschäftsführerin Christine Steger. red



Zwischen Techcampus Sontheim und Ipaai siedeln sich viele Akteure an

Die Anfänge liegen in Sontheim: Hier, idyllisch gelegen im Grünen, hat die Hochschule Heilbronn mit dem heutigen Techcampus ihre Wurzeln. Dank der Dieter-Schwarz-Stiftung hat Heilbronn mittlerweile mehrere Standorte, an denen wissenschaftlich gearbeitet wird. Und die Tendenz ist klar: Es sollen noch mehr kommen.

Zweite zentrale Anlaufstelle in der Stadt ist der Bildungscampus, wo die Hochschule Heilbronn ebenfalls vertreten ist. Damit nicht genug: Die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) bildet hier duale Studenten aus. Wer nach dem Bachelor weitermachen möchte, findet am Center for Advanced Studies der DHBW Anschluss. Lebenslanges Lernen: Darum geht es neben dem DHBW Cas auch am Heilbronner Institut Hill, das zur Hochschule Heilbronn gehört. Der Campus Heilbronn der Technische Universität München (TUM) ist aktuell über mehr als einen Standort in Heilbronn verteilt. Hörsäle befinden sich in diversen Gebäuden. Die Freude ist groß, wenn sie alle einmal vereint am Bildungscampus West unterkommen, an dessen Gebäuden gerade gebaut wird.

Stark präsent ist Fraunhofer mit mehreren Forschungsinstituten, die unter der Marke HN Fiz auftreten: Zu den speziellen Schwerpunkten gehört unter

anderem Hybride Künstliche Intelligenz, Cybersicherheit und KI-basierte Robotik. Auch mit Chip-Design befassen sich Fraunhofer-Wissenschaftler. Chip-Design ist mittlerweile zum Thema für die Region geworden, weil sich mit Unterstützung des Landes auch das belgische Chipforschungsinstitut Imec am Innovationspark für Künstliche Intelligenz (Ipaai) angesiedelt hat. Interdisziplinär arbeitet das Team des Ferdinand-Steinbeis-Instituts, das Wirtschaft und Gesellschaft mitgestalten möchte. Die Intersectoral School of Governance Baden-Württemberg am Bildungscampus versteht sich als „ein Kompetenzzentrum für wissenschaftliche Weiterbildung“.

Eigene Ausbildungsmethoden hat die Programmierschule 42: Wer hier dabei ist, lernt nicht entlang eines starren Stundenplans, sondern im Team. Daraus entstanden ist zudem ein Heilbronner Softwarelabor Level 3. Wie zu hören ist, soll es im Bereich Software noch zu weiteren Projekten in Heilbronn kommen.

Der Bildungscampus ist auch wichtige Anlaufstelle, wenn es um frühkindliche Bildung und Schulen geht: Hierauf liegt gerade bei der Akademie für Innovative Bildung (AIM) der Schwerpunkt; die Initiative Zukunftsbildung möchte Kinder stark machen für eine Welt im steten Wandel. ing

Die Duale Hochschule ist in Mosbach und Bad Mergentheim präsent

Mit einem eigenständigen Standort ist die Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) erst seit knapp über zehn Jahren in Heilbronn, davor war dieser Standort eine kurze Zeit eine Außenstelle der DHBW in Mosbach. Die Trennung kam im Neckar-Odenwald-Kreis nicht gut an. Daran denkt heute kaum mehr jemand.

Die DHBW bezeichnet sich selbst als die größte Hochschule im Land, in der Region ist sie zudem noch in Mosbach und Bad Mergentheim vertreten. Zu den

Angeboten an der dortigen Fakultät Wirtschaft gehören beispielsweise die Bereiche Bank, Handel oder Nachhaltiges Bauen und Ressourcenmanagement. An der Fakultät Technik geht es unter anderem um die Bereiche Bauingenieurwesen, Elektrotechnik und Informations-technik oder Wirtschaftsingenieurwesen. Im Standort Heilbronn hat sich die DHBW schnell einen Namen gemacht, sie gilt unter anderem als die „größte Handeldshochschule“, die die gesamte Wert-schöpfung abdeckt. ing

Eine Region der Wissenschaft

Hochschule Heilbronn, Technische Universität München, Duale Hochschule: Wer Antworten braucht, wird fündig.

Von unserem Redakteur
Simon Gajer

Die Region Heilbronn entwickelt sich zum Schwerp-wicht mit wissenschaftlichen Einrichtungen. Dank der finanziellen Unterstützung und Weitsicht der Dieter-Schwarz-Stiftung schreitet vor allem Heilbronn voran. Wo einst nur die Hochschule Heilbronn eine Anlaufstelle für Studenten und ein Partner für Unternehmen war, tummeln sich nun viele Akteure vor allem auf dem Bildungscampus. Und es ist gerade dieses Areal, das wächst. Inhaltlich und räumlich.

Die Erweiterung des Bildungscampus in Richtung Neckar läuft auf Hochtouren, ein erstes Gebäude ist bezogen. Parallel dazu laufen bereits Überlegungen, den Schritt in Richtung Innenstadt zu schaffen. Eisstadion, Rollschuhbahn und das Soleo sollen abgerissen werden

und Platz schaffen, damit auch auf diesem Gelände langfristig der Bildungscampus heimisch wird.

Mit dem Campus Heilbronn der Technischen Hochschule München begann der starke Aufschwung. Mittlerweile sind Fraunhofer-Institute ansässig. Wissenschaftler arbeiten genauso im Ferdinand-Steinbeis-Institut. Die Eidgenössische Technische Hochschule Zürich ist mit einem kleinen Team bereits vor Ort, die Berufungen der Professoren laufen. Die Max-Planck-Gesellschaft baut hier ebenfalls einen Standort auf, an dem unter anderem Nachwuchswissenschaftler vorangebracht werden. Auch das Land setzt auf Spitzenforschung.

Von diesem Boom profitieren letztlich Unternehmen in der Region: Haben sie Fragen zu speziellen Anliegen, so dürfte es vermutlich zu sehr vielen Themen hier klare, wissenschaftliche Unterstützung geben.

Es ist allerdings so kurz gegriffen, lediglich auf die wissenschaftlichen Einrichtungen zwischen Heilbronn und Schwäbisch Hall zu blicken. Die hier ansässigen, verschiedenen wissenschaftlichen Akteure sind weltweit vernetzt, die Dieter-Schwarz-Stiftung fördert internationalen Professuren. Die Region Heilbronn ist deshalb immer Anlaufstelle internationaler Gäste. Eine so kompakte Präsenz an wissenschaftlichen Einrichtungen gibt es selten.

Die HHN ist verlässlicher Partner auch in Künzelsau und Schwäbisch Hall

Die Hochschule Heilbronn (HHN) versteht sich als Hochschule der Region und für die Region. Fachkräfte ausbilden, das gehört zu ihren Zielen. Deshalb möchte die HHN gerade auch über neue, englischsprachige Angebote internationale Studenten gewinnen. In einem ersten Schritt für ein Studium in der Region, in einem zweiten dann als sehr gut vorbereiteter Arbeitnehmer für die vielen Firmen.

Eine Hochschule der Region – das ist nicht nur ein Slogan, sondern das zeigt sich zugleich an der Positionierung in die Region hinein. Mit Heilbronn im Namen ist sie mit einem eigenen Campus in Künzelsau als Reinhold-Würth-Hochschule vertreten. Direkt am Fluss liegen hier die Schwerpunkte auf Technik und Wirtschaft. Den Standort Künzelsau als Landmarke setzt dabei auch das Institut für Digitalisierung und elektrische Antriebe.

Die HHN hat noch ein weiteres Standbein, den Campus in Schwäbisch Hall mit der Fakultät Management und Vertrieb.

Die Hochschule Heilbronn erweitert stets ihre Angebote, hinterfragt immer wieder die Ausrichtung der einzelnen Studiengänge. Bei neuen Ideen sind die Verantwortlichen immer im Austausch mit Firmen vor Ort. Froh sind die Verantwortlichen deshalb, dass unter anderem Technik-Studiengänge wieder stärker nachgefragt werden.

Mit besonderen Programmen will die HHN die Studenten fit für den Arbeitsmarkt machen, dazu gehören auch kurze Auslandsprogramme sowie Doppelabschlüsse mit Partnern weltweit. Neue Kooperationen entstehen. Auf Praxisnähe setzt die HHN auch im Inland, zum Angebot gehören Studienmodelle, um schon früh das Hochschulwissen anwenden zu können. ing

Das Wachstum am Bildungscampus geht weiter

Der Bildungscampus in Heilbronn wird größer. Die bestehenden wissenschaftlichen Einrichtungen wachsen und brauchen neue Vorlesungs- und Forschungsmöglichkeiten. Dank der Dieter-Schwarz-Stiftung kommen renommierte Institutionen in die Region. Summen und Förderhöhen nennt die Stiftung nie.

Mit zu den größten Coups der Stiftung gehört, dass die Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETH) ihre erste Niederlassung in Deutschland in Heilbronn eröffnet. Das kleine Team wächst sukzessive, die Berufungen der Professuren sind am Laufen. Unter anderem soll es in Heilbronn um den Bereich Digitale Transformation und Datenwissenschaft gehen, insbesondere um Künstliche Intelligenz (KI).

Auch die Max-Planck-Gesellschaft lässt sich am Bildungscampus nieder. Das Max-Planck-Institut für medizinische Forschung aus Heidelberg zieht mit einer

Abteilung in die Stadt, eine weitere soll aufgebaut werden. Zudem werden die Max-Planck-Schools als gemeinsames Programm deutscher Universitäten und außeruniversitärer Forschungseinrichtungen weiterentwickelt.

Das Land, das den Ipaai mit 50 Millionen Euro fördert und auch die Imec-Ansiedlung maßgeblich finanziell unterstützt hat, setzt mittlerweile ebenfalls sehr auf Heilbronn in Sachen KI: Das Land sowie die Universitäten Karlsruhe, Stuttgart und Tübingen siedeln hier ein Landesgraduierzentrum für angewandte KI an (ConnAIx). Die selbst gesteckten Ziele sind hoch: Das Wissenschaftsministerium spricht davon, dass das Land Spitzenkräfte benötige, um seinen Platz als führende Innovationsregion Europas in Zukunftsfeldern der angewandten KI auszubauen. Dafür sei das Landesgraduierzentrum eingerichtet worden. ing

Firmen

ER Lab Days

An den ER Lab Days des Entrepreneurship Research Lab arbeiteten internationale Studierende, Lehrende sowie Innovationsakteure der europäischen Hochschulallianz ERUA (European Reform University Alliance) gemeinsam an realen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen. Das ER Lab als Gastgeber des fünftägigen Programms ist ein gemeinsames Projekt der Campus Founders aus Heilbronn und der Europa-Universität Viadrina aus Frankfurt an der Oder, der Partnerstadt Heilbronn.

Das Bootcamp verband europäische Hochschulzusammenarbeit mit unternehmerischem Lernen und internationalem Austausch. Besonders war dabei der starke Fokus auf mittel- und osteuropäische Perspektiven innerhalb der Allianz: Studenten und Expertinnen und Experten aus Bulgarien, Polen, Litauen und Deutschland brachten unterschiedliche gesellschaftliche, wirtschaftliche und kulturelle Erfahrungen in die gemeinsame Arbeit ein. Beteiligt waren die Euro-



Internationale Studenten trafen sich in Heilbronn. Foto: privat

pa-Universität Viadrina, die SWPS University (Krakau und Breslau), die Mykolas Romeris University (Vilnius) sowie die New Bulgarian University (Sofia).

Heilbronn wurde bewusst als Austragungsort gewählt: Mit dem Bildungscampus, dem Innovation Park Artificial Intelligence (Ipaai) sowie einem starken Netzwerk aus Unternehmen, Start-ups und Forschungseinrichtungen zählt die Region zu den dynamischsten Innovationsstandorten Deutschlands.

Über fünf Tage hinweg arbeiteten die Teilnehmer an Aufgaben aus Politik, Zivilgesellschaft und Wirtschaft. Die Themen reichten von Fachkräftemangel und geopolitischen Risiken über nachhaltige Gesundheitsversorgung bis zu Fragen kultureller Transformation und gesellschaftlichen Wandels. red

Kandidaten ausgewählt

In der ersten Auswahlrunde 2026 für das Landesprogramm Start-up BW Pre-Seed sind die Entscheidungen gefallen: Elf junge Unternehmen können auf eine Förderung in dem Frühphasenförderprogramm hoffen.

Ausgewählt wurde auch die **Prehensio** GmbH aus Heilbronn für die Entwicklung und den Vertrieb von mit Fünf-Finger-Roboterhänden ausgestatteten Automatisierungslösungen für Maschinenbestückung und Kommissionierung in Produktion und Logistik.

Voraussetzung ist, dass die Unternehmen jetzt eine aussagekräftige und vollständige Bewerbung bei der L-Bank einreichen, die dann über die Zuteilung der Förderung entscheidet. Für die Start-ups geht es um eine finanzielle Unterstützung von zunächst bis zu 320.000 Euro. Die Summe teilen sich das Land und ein Co-Investor zu gleichen Teilen. In Einzelfällen kann die Förderung zu einem späteren Zeitpunkt auf bis zu 640.000 Euro erweitert werden. „Start-up BW Pre-Seed ist ein wichtiger Eckpfeiler unserer Gründungsförderung“, sagt Wirtschaftsministerin Nicole Hoffmeister-Kraut. red

Köpfe

Wechsel bei Kaufland

Seit 1. Mai ist **Kai Hummel** (45) neuer Geschäftsführer Corporate Affairs von Kaufland. In dieser Funktion verantwortet er die interne und externe Unternehmenskommunikation, Public Affairs sowie die Nachhaltigkeitsstrategie des Lebensmittel Einzelhändlers. Er folgt auf Rüdiger Teutsch, der das Unternehmen im vorigen Herbst verlassen hat. Hummel kommt von der Schweizer Barry Callebaut Gruppe, dem führenden Hersteller von Kakao- und Schokoladenprodukten, wo er zuletzt weltweit die externe und interne Konzernkommunikation verantwortete. red



Kai Hummel
Foto: Kaufland

Nominierung

Der Heilbronner Insolvenzanwalt **Erik Silcher** wurde zu Beginn des 23. Deutschen Insolvenzrechtstags im Rahmen der Agis Awards Night für den Titel „Eigenverwalter des Jahres 2025“ nominiert. Diese Ehrung würdige seine Expertise und sein Engagement im Bereich der Eigenverwaltung sowie seine Begleitung von Unternehmen durch Restrukturierungs- und Insolvenzverfahren. Gerade in der Eigenverwaltung zeige sich, wie wichtig strategisches Denken, Erfahrung und Verhandlungsgeschick sind, wird mitgeteilt. red



Erik Silcher
Foto: privat

Torhüter bei Jako

Der Hollenbacher Teamsportausrüster Jako verpflichtet **Michael Zetterer** als neuen Athlet. Der 30-jährige Bundesliga-Torhüter, aktuell bei Eintracht Frankfurt unter Vertrag, wird von Jako ausgestattet und in Kampagnen sowie auf Social-Media-Kanälen zu sehen sein. Zetterer begann seine Laufbahn beim TuS Holzkirchen, einem von Jako ausgestatteten Verein. Bereits in seiner Jugend kam er mit der Marke in Kontakt. Bestandteil der Zusammenarbeit ist die Entwicklung von Torwarthandschuhen, an denen seit 2024 gearbeitet wurde und die in Kürze im Handel erhältlich sind. Seit Januar setzt Zetterer sie im Spielbetrieb ein. „Ich finde es spannend, meine Erfahrungen einzubringen und Produkte aktiv mitzuentwickeln“, sagt er. red



Michael Zetterer
Foto: Jako



Keiner möchte Unbefugten Zugriff auf seine Daten geben. Ob fremde Mächte draußen bleiben, sollen Indizes zeigen.
Foto: ipopba/stock.adobe.com

Welcher Index soll's denn sein?

Bechtle und Schwarz Digits haben nahezu gleichzeitig Skalen für die digitale Souveränität entwickelt.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Den eigenen Wert, jenen, den Bechtle erreicht hat, den verrät Martin Kaloudis nicht. „Alle unsere Kunden haben uns zu Geheimhaltung darüber verpflichtet – und so halten wir es natürlich auch bei uns“, sagt der Bereichsvorstand. Schließlich geht es um sensible Daten, um die Antwort auf die Frage, wie es in einem Unternehmen um die digitale Souveränität bestellt ist. Null hieße ganz schlecht, Fünf ist der Bestwert.

Kaloudis und sein Team – entwickelt wurde der Index am Bechtle-Standort Bonn – haben den Begriff dabei bewusst weit gefasst: Es geht, anders als in der aktuellen politischen Debatte, nicht darum, ob Soft- oder Hardware von Unternehmen mit Sitz außerhalb der EU stammen. „Man kann auch von europäischen Anbietern abhängig sein“, sagt der Bechtle-Manager. „Man sollte immer auf einen Plan B zugreifen können.“

Erst seit April ist der Neckarsulmer IT-Dienstleister mit dem Produkt auf dem Markt, dass er „Bechtle Index of Sovereignty“ oder kurz Bios getauft hat. Das Interesse bei den Kunden sei immens,

berichtet Kaloudis. „Aber der Kunde muss mit der Antwort auch leben können.“ Sprich: Die Unternehmensleitung muss gegebenenfalls auch bereit sein, daraus Konsequenzen zu ziehen, also ihre IT-Ausstattung zu verbessern.

Und wie wird gewertet? Für den Index werden 1300 Merkmale in 24 Kategorien analysiert. Das kann vom Handscanner reichen über Server und Rechenzentren bis zur Software in der Buchhaltung. „Wir sind dazu in der Lage“, sagt der Bereichsvorstand selbstbewusst. Schließlich arbeite Bechtle mit mehr als 350 Lieferanten von IT-Komponenten aller Art zusammen, könne also einschätzen, was wie zusammenhängt und wo Risiken entstehen könnten. Das Ganze laufe automatisiert – und am Ende stehe, aufbauend vom einzelnen PC und endend bei den Geschäftsprozessen, ein Wert zwi-

schen null und fünf – mit den entsprechenden Handlungshinweisen.

„Wir schauen aber nicht nach der Herkunft“, betont Kaloudis: Anders als in der politischen Debatte spiele es keine Rolle, ob die Hardware aus China oder die Software von einem US-Konzern kommt. Wichtig sei vielmehr, dass es keine Klumpen gebe, dass sich einzelne Elemente der IT-Landschaft zur Not einfach gegen andere austauschen ließen. „Wir bewerten aber auch die Offenheit der Dokumentation eines Herstellers“, ergänzt der Bereichsvorstand: Je mehr Transparenz die Software habe, um so besser wird sie gewichtet.

Noch ist der Bechtle-Index ein Produkt, das auf einer im Haus geschaffenen Skala beruht. Ob daraus eines Tages eine allgemeingültige Ordnung werden kann, wird gerade geklärt. Kaloudis könnte sich

auch vorstellen, dass sich aus den Ergebnissen einmal ein bilanzieller Wert ableiten lässt, dass also das festgestellte Souveränitäts-Risiko in eine Unternehmensbewertung einfließt.

Der Neckarsulmer IT-Dienstleister ist mit diesem Ansatz zwar nach Kenntnis des Bereichsvorstands derzeit alleiniger Anbieter. In etwas speziellerer Ausprägung, nämlich für Cloud-Anwendungen, gibt es aber inzwischen Ähnliches. So präsentierte die Schwarz-Gruppe auf der Hannover Messe einen eigenen Index – allerdings bezieht jener sich nur auf die digitale Souveränität in der Cloud. „European Sovereign Stack Standard“, kurz ES³, hat die Digitalsparte Schwarz Digits das Ganze getauft. Ein Reifegrad-Modell bewerte dabei die digitale Souveränität von IT-Services in vier Stufen, heißt es in einer während der Messe veröffentlichten Mitteilung. Mithilfe einer Analyse erstellt Stackit, der Cloud-Anbieter von Schwarz Digits, dann eine Empfehlung für IT-Lösungen, die dem technischen Bedarf und dem Bedarf an digitaler Souveränität entsprechen. Dabei handelt es sich um Angebote von Technologie-Partnern, die über die Stackit-Cloud verfügbar sind.

Das Reifegrad-Modell folgt der Struktur, Werten und Prinzipien des Cloud Sovereignty Frameworks der Europäischen Kommission, wird betont. Mit diesem Ansatz solle langfristig ein Industriestandard für die EU etabliert werden, der eine praxisorientierte Bewertung und größere Detailtiefe erlaubt. Denn das Reifegrad-Modell messe Souveränität anhand eines differenzierten Katalogs mit mehr als 100 Kriterien und ermögliche eine direkte Vergleichbarkeit über vier Stufen hinweg.



Schwarz Digits wählte die Hannover Messe, um sein Modell zur Ermittlung digitaler Souveränität vorzustellen. Foto: Schwarz Digits

ANZEIGE

Stimme
Mediengruppe

Schneller.
Besser.
Mit KI im
Büroalltag.

1-Tages-Seminar*
mit Praxiswissen für den Arbeitsalltag
11. Juni 2026 – 07. Juli 2026 – 16. Juli 2026
jeweils von 9 bis 17 Uhr
Heilbronner Stimme
Allee 2, 74072 Heilbronn
790 € pro Person zzgl. MwSt.

Anmelden unter:
stimme-mediengruppe.de/ki-im-bueroalltag/

*Eine Veranstaltung der
Stimme Mediengruppe
in Zusammenarbeit
mit der Münchner
Marketing Akademie



Neue Ideen für Wein gesucht

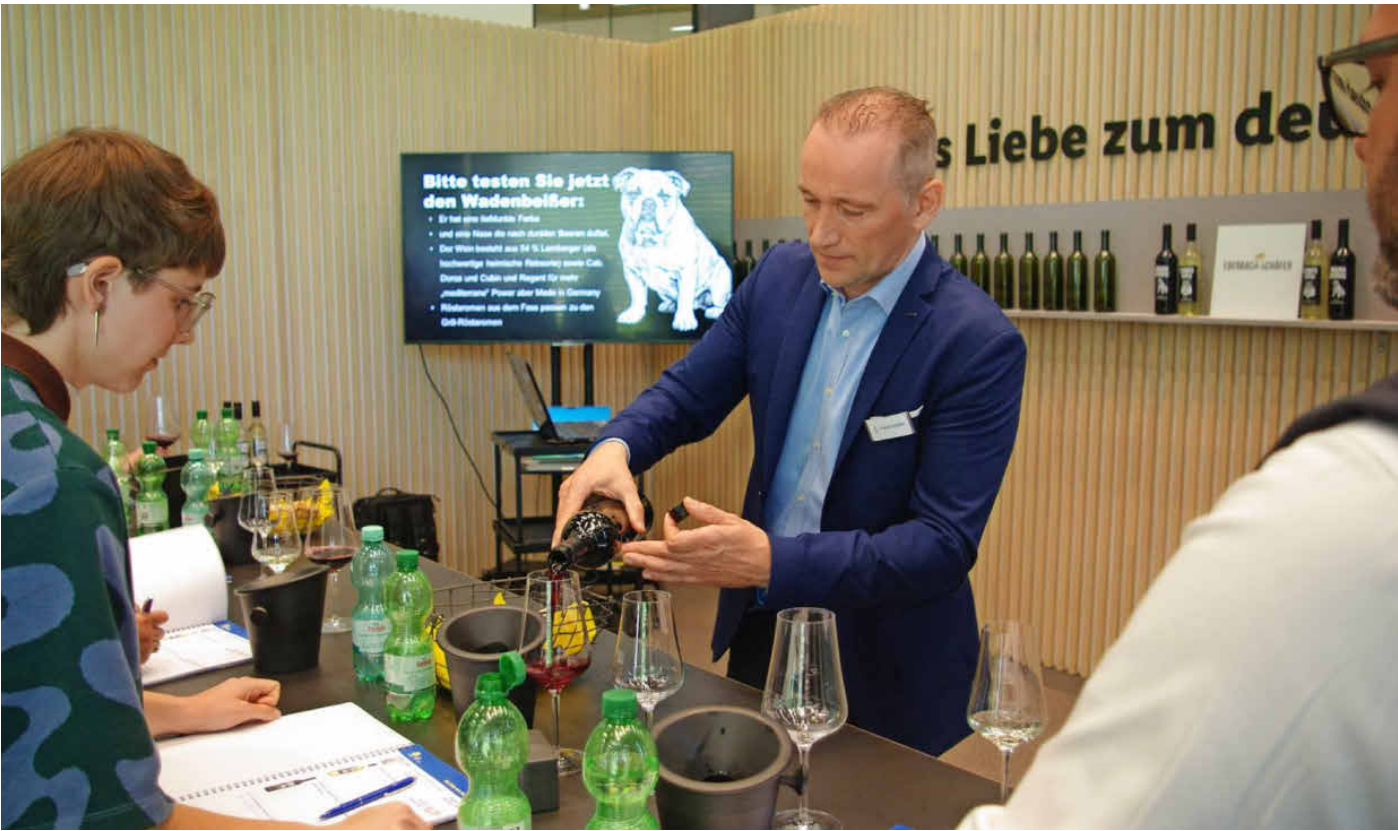
Lidl lädt Weinerzeuger zu einem Wettbewerb ein. Der Sieger darf sein neues Produkt ins Regal stellen.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Kein Konzept gleicht dem anderen. Da ist das inklusive Weingut von der Mittelmose, das die erste Weinflasche mit Blindenschrift geschaffen hat. Da sind die beiden Schwestern, die eine Landwirtin, die andere Weinbau-Auszubildende, beide bei Instagram rege für ihren Berufsstand aktiv und mit dem Juniorchef einer Großkellerei am Start. Da ist die Genossenschaft aus der Pfalz, deren 35 Mitglieder sich als Manufaktur begreifen, die Winzerin und junge Mutter, die das elterliche Weingut in Rheinhessen übernommen hat, und Frieder Schäfer aus Lauffen, der mit dem Weingut Eberbach-Schäfer bewusst Produktlinien für junge Käuferschichten kreiert.

Insgesamt elf Weinerzeuger sind hier in der Deutschlandzentrale von Lidl zusammengekommen. Sie sollen heute pitchten, also in einem Wettbewerb einer Expertenjury ihre Idee vorstellen in der Hoffnung, den Zuschlag zu bekommen. Der Preis ist lukrativ: Mindestens 40.000 Flaschen Wein würde Lidl abnehmen und in seine Regale stellen. Beim kleinsten Teilnehmer, dem Weingut Fischer aus Vaihingen, entspräche das nahezu der gesamten Produktion des Vier-Hektar-Betriebs.

Das Besondere ist hier gefragt, die Innovation. Denn dass der Weinkonsum sich verändert, spürt auch der Discoun-



Frieder Schäfer schenkt der Jury beim Lidl-Pitch „Aus Liebe zum deutschen Wein“ seinen „Wadenbeißer“ aus. Das Weingut Eberbach-Schäfer aus Lauffen ist einer der elf Finalisten. Foto: Heiko Fritze

ter der Schwarz-Gruppe, berichtet Jean-Marc Esling, als Geschäftsführer Einkauf unter anderem zuständig für den Bereich Getränke. „Die Leute trinken mehr low alcohol, mehr Weißwein“, erzählt der gebürtige Franzose. „Wir müssen da innovative Artikel finden.“

Massentauglich muss der Wein sein, ohne zu flach und zu gefällig zu wirken. Ein originelles Etikett, ein innovatives Konzept, eine junge Zielgruppe stellen sich die Juroren vor. In der Vorauswahl hatten sie aus 175 Einreichungen 79 Weine von 40 Bewerbern ausgesucht, nun stehen die elf Finalisten mit insgesamt 20 Weinen vor ihnen.

Neben vier Vertretern von Lidl, darunter Sommelier Alexander Marställer,

sind auch Melanie Broyé-Engelkes, Geschäftsführerin des Deutschen Weininstituts (DWI), und die Wein-Influencerin Marie, die sich selbst „Die Weinsteigerin“ nennt, in der Jury. Konzept, Authentizität, Vertriebsfähigkeit und Wein-Qualität werden bewertet.

„Wir haben es sehr begrüßt, als Lidl auf uns zukam“, erzählt DWI-Chefin Broyé-Engelkes. „Wir wollen neue Ideen an ein großes Publikum bringen.“ Esling ergänzt, Lidl kenne die Bedürfnisse seiner Kunden und habe den Schlussschluss mit dem deutschen Weinbau gesucht: „Wir können nicht alle Probleme lösen, schon gar nicht alleine. Aber mit diesem Wettbewerb wollen wir einen Neustart im Handel ermöglichen. Wir su-

chen Weine, die Trends setzen.“ Ihnen könne der Discounter sichere Abnahmemengen und Planungssicherheit bieten.

„Tierisch gut“ hat Frieder Schäfer seine neue Produktlinie getauft, den Weißwein „Stubentiger“ und den Rotwein „Wadenbeißer“ mitgebracht. „Die Deutschen sind unheimlich tierelieb“, begründet er die Namen. Die Etiketten sind tierisch dekoriert. „Es muss lustig sein, mit einem Augenzwinkern. Dann hat man Erfolg“, ist er überzeugt. „Die Leute sind in einem Stimmungstief. Wir müssen sie wieder aufmuntern.“ Junge Leute wollten Wein in Storys. Bei Melanie Broyé-Engelkes stößt er damit auf viel Lob: „Cooler Name, cooles Bild. Sie haben alle unsere Empfehlungen befolgt.“

Firmen

Gemü ausgezeichnet

Der Firmensitz der **Gemü**-Gruppe im Gewerbepark Hohenlohe ist mit dem „Best Workspaces Award 2026“ ausgezeichnet worden. Damit zählt das Gebäude zu den prämierten Projekten, die im deutschsprachigen Raum Maßstäbe für moderne Arbeitswelten setzen.

Der „Best Workspaces Award“ ist eine der führenden internationalen Architektur-Auszeichnungen für intelligente Arbeitswelten und Bürobauten. Jährlich werden Projekte prämiert, die durch gestalterische Qualität, funktionale Exzellenz und innovative Konzepte überzeugen. 2026 wurden etwa 70 Projekte ausgezeichnet.

„Ein modernes Arbeitsumfeld ist für Gemü kein ‚Nice-to-have‘, sondern ein zentraler Erfolgsfaktor. Mit unserem neuen Headquarter haben wir eine Umgebung geschaffen, die Innovation, Zusammenarbeit und Arbeitszufriedenheit gleichermaßen fördert“, sagt Gert Müller, Konzernchef der Gemü-Gruppe. red



Gemü wurde für seine neue Zentrale ausgezeichnet. Foto: Gemü

Weltmarktführer für präzise Messgeräte

Der Taubertaler Hersteller Lauda Dr. R. Wobser wird dieses Jahr 70 Jahre alt. Das wird groß gefeiert.

Der Name ist etwas umständlich, die Position am Weltmarkt aber Spitze. Und die Lauda Dr. R. Wobser GmbH & Co. KG feiert in diesem Jahr 70-jähriges Bestehen. Der Weltmarktführer erwirtschaftet mit rund 570 Mitarbeitern an drei deutschen Standorten sowie in zwölf Auslandsgesellschaften rund 100 Millionen Euro Umsatz. Lauda beliefert Branchen von Chemie, Pharma und Biotech über Medizintechnik und Halbleiterindustrie bis hin zu Elektromobilität und Wasserstoff.

Rudolf Wobser gründete das Messgerätekwerk 1956 in Lauda im Taubertal. Mit neuartigen Laborthermostaten im Baukastensystem und Kälthelmostaten mit maschineller Kühlung etablierte sich das Unternehmen schon in den ersten Jahren auf dem Markt. Die Basis des Erfolgs legt Wobser bereits 1949 mit der Entwicklung und Serienproduktion des ersten Thermostaten der Welt. Zum ersten Mal konnte durch ein kompaktes Gerät durch Flüssigkeitskreisläufe zuverlässig

sig geheizt und gekühlt werden. Nach seiner Flucht aus der DDR 1955 baute er den Betrieb systematisch auf. Wegweisende Neuentwicklungen wie Industriesysteme (1964), Messgeräte (1967) und der weltweit erste Mikroprozessor-Thermostat (1982) folgten.

Nach dem Tod des Firmengründers 1977 übernehmen dessen Söhne Gerhard Wobser und Karlheinz Wobser die Geschäftsführung. Ende 2002 trat Karlheinz Wobser in den Ruhestand. Zum neuen geschäftsführenden Gesellschafter wurde Gunther Wobser bestellt, der bis 2010 zusammen mit seinem Vater Gerhard Wobser die Unternehmensleitung innehat, bevor dieser nach 39 Jahren in den Ruhestand ging.

Unter der Leitung von Gunther Wobser in dritter Generation wurden die internationalen Geschäftsaktivitäten ausgebaut. 2005 wurde mit Lauda France die erste Auslandsgesellschaft gegründet, drei Jahre später folgten Niederlassungen in Lateinamerika, China und den USA. Mit Übernahmen in Spanien (2011) und den USA (2014) sowie weiteren Auslandsgesellschaften in Großbritannien (2012) Italien (2014), Spanien, Brasilien (beide 2016) und Indien (2025) baute der Weltmarktführer seine Präsenz aus. Mit der Akquisition der GFL Gesellschaft für Labortechnik mbH erweiterte Lauda 2019 sein Portfolio. 2021 wird die Lauda Medical gegründet.

Parallel zur internationalen Expansion investiert Lauda kontinuierlich am Hauptsitz. 2013 wurden ein Logistikzentrum und eine Produktionshalle mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 6,2 Millionen Euro in Lauda-Königshofen eingeweiht. 2022 wurde eine Büroerweiterung für 1,1 Millionen Euro eröffnet.

2014 erweiterte Lauda die Geschäftsführung mit Marc Stricker, 2017 mit Mario Englert.

Zum Jubiläum lädt das Unternehmen ein zu einem Tag der offenen Tür am Sonntag, 13. September, in Lauda-Königshofen. Einzelheiten werden rechtzeitig bekanntgegeben. red



Marc Stricker, Gunther Wobser und Mario Englert (v. l.) leiten Lauda. Foto: privat

ANZEIGE



Depotcheck
ab 250.000,-
Capitell AG
VERMÖGENS-MANAGEMENT
HEILBRONN

Ihr unabhängiger Vermögensverwalter in Heilbronn-Franken.

Die Capitell AG Heilbronn steht für bankenunabhängige Vermögensverwaltung und maßgeschneiderte Anlagestrategie durch persönlichen, vertrauensvollen Austausch.

Nutzen Sie jetzt die Gelegenheit zu einem kostenlosen Depotcheck ab 250.000 Euro. Wir analysieren Ihr bestehendes Portfolio, zeigen Chancen und Risiken auf und entwickeln konkrete Optimierungsvorschläge – transparent und unverbindlich.

Sprechen Sie uns an – wir freuen uns auf Sie.



Michael Magnus
Niederlassungsleiter



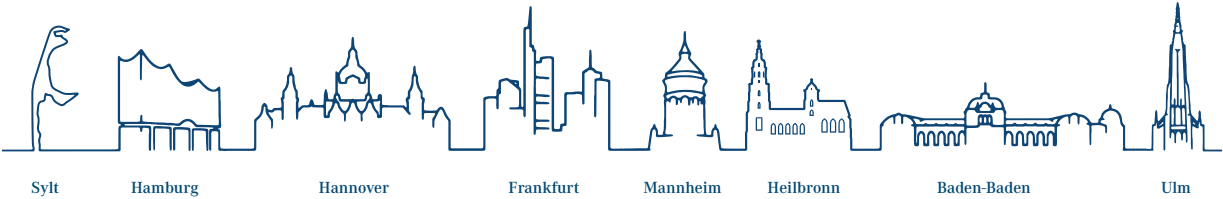
Oliver Karle
Senior Berater



Stefan Maierhofer
Senior Berater

Capitell AG
VERMÖGENS-MANAGEMENT
HEILBRONN

Ferdinand-Braun-Str. 28/1 | 74074 Heilbronn
Tel.: +49 7131 38 432-0 | heilbronn@capitell-ag.de



Firmen

Groninger erweitert

Der Crailsheimer Maschinenbauer **Groninger** hat Richtfest für den Neubau einer Montagehalle samt Verwaltung am Stammsitz gefeiert. Auf rund 85 mal 85 Metern wächst die 7000 Quadratmeter große Montagehalle mit angeschlossenen Verwaltungskomplex in die Höhe. Rohbau und Stahlbau sind inzwischen abgeschlossen, das Gebäude nimmt Konturen an. Im Mittelpunkt der Feier stand der Dank an die am Bau beteiligten Unternehmen und Mitarbeiter. In den nächsten Schritten wird die Hülle geschlossen: Dach, Wände und



Am Neubau von Groninger wurde Richtfest gefeiert. Foto: Groninger

Glasfassaden werden installiert, bevor die Bodenplatte gegossen wird und der Ausbau der technischen Ausstattung im Inneren folgt.

Mit einem Investitionsvolumen von mehr als 30 Millionen Euro ist der Neubau die größte Einzelinvestition in der Geschichte von Groninger. Für den Weltmarktführer ist das Projekt Teil einer langfristigen Standortentscheidung für Crailsheim und die Region. „Hier entsteht Zukunft“, bekräftigte der geschäftsführende Gesellschafter Jens Groninger. *red*

Schulprojekt mit Soyez

Mit dem Projekt „Color Up!“ zeigen die Matern-Feuerbacher-Realschule Großbottwar und **Soyez** aus Ilsfeld, wie Praxis, Berufsorientierung und Mehrwert für den Schulalltag zusammenwirken. 13 Schülerinnen und Schüler der 8. Klasse, die sich dafür beworben hatten, gestalteten dabei zwei Stockwerke ihres Schulgebäudes neu. Ständig begleitet von einer Lehrkraft, arbeiteten sie mit zwei Auszubildenden und einem Ausbildungsgesellen. Dabei erfuhren sie, wie Teamarbeit funktioniert, wie aus Planung Realität wird und welche Fähigkeiten im Handwerk gefragt sind. „Wir wollen Jugendlichen echte Einblicke geben“, erklärt Alina Soyez, die in leitender Funktion im Familienbetrieb tätig ist. „Wenn dabei Räume entstehen, in denen sich Schüler wohler fühlen, profitieren alle Beteiligten.“

Pädagogisch begleitet wird das Projekt von Lehrerin Aylin Colak. Das Ilsfelder Familienunternehmen trägt den überwiegenden Teil der Projektkosten.

Für Soyez ist „Color Up!“ kein Einzelprojekt gewesen, sondern Teil einer konsequenten Nachwuchsarbeit. Seit vielen Jahren investiert das mehrfach ausgezeichnete Unternehmen in moderne Ausbildungskonzepte, Mentoring-Programme, eigene Azubi-Werkstätten und die enge Zusammenarbeit mit Schulen. Derzeit werden 20 Azubis ausgebildet. *red*



Bei der Schulaktion mit Soyez legten die Schüler Hand an. Foto: Soyez

Glück, gebacken im Kraichgau

Wie aus einer spontanen Idee mit Sweet & Lucky der europaweite Marktführer für Glückskekse entstand.

Von unserem Redakteur Martin Peter

Die Zukunft von Viktoria Brauch und ihren beiden jüngeren Geschwistern Alexandra und Christoph brachte vor langer Zeit die Post. Die Verwandtschaft aus den USA hatte zu Weihnachten wieder einmal ein Paket mit allerlei Leckereien zur Müller-Familie nach Gondelsheim im Kraichgau geschickt. Im Paket von 2002 waren auch: Glückskekse. Damit beginnt die Glücksgeschichte der drei Geschwister. Das knusprige kleine Süßgebäck, das im Inneren einen Sinnspruch in Papierform bereithält, war in Deutschland 2002 recht unbekannt und kaum verbreitet. Die Brauch-Geschwister jedenfalls hatten ihren Spaß mit den Keksen. „Wir haben die an Weihnachten gegessen und uns über die Sprüche amüsiert“, erinnert sich Viktoria Brauch. Mitten in dieser Glückseligkeit kam dann die Idee auf, selber Glückskekse herzustellen.

Jung, naiv und voller Energie seien sie damals gewesen. Die Eltern zum Vorbild, die bereits in dritter Generation die Heck-Mühle in Gondelsheim betrieben, wollten auch die Kinder schon immer in die Selbstständigkeit. Gerade erst hatten sie in Rosenheim eine Druckerei für Kunststoffolie gekauft, ohne einen wirklichen Plan dahinter zu haben. Und dann kam die Idee mit den Glückskekzen. Nach einer Recherche bestellten Viktoria, Alexandra und Christoph zwei Monate später ihre erste Maschine und gründeten ihre Firma „Sweet & Lucky“ – ohne zu wissen, was daraus Großes entstehen sollte. „Wir waren jung, hatten kein Geld, aber auch keine Ängste“, sagt die 53-jährige Viktoria Brauch. Auch die Frage des Steuerberaters, ob sie das denn wirklich machen wollten, hielt sie nicht auf. „Wir haben nie einen Gedanken daran verschwendet, dass es nicht funktioniert.“

Heute ist das kleine Unternehmen aus dem Kraichgau nach ei-

Zweifel lassen mehr Träume zerplatzen als jeder Fehler, den du begehst.

genen Angaben Europas größter Hersteller von Glückskekzen. Zu Umsatz und Gewinn machen die drei Geschwister zwar keine Angaben. Aber: „Wir produzieren mehrere Millionen Glückskekse in der Woche“, verrät Viktoria Brauch. Herstellung und Lager sind im benachbarten Neibsheim, wo die Gründer da-



Von der familieneigenen Heck-Mühle (oben) bezieht Sweet & Lucky das Mehl für seine Glückskekse-Produktion in Neibsheim (Mitte). Unten die Inhaber und Geschwister (von links) Viktoria, Christoph und Alexandra Brauch. Fotos: privat



mals auch in einem Mini-Anbau mit Büro loslegten, untergebracht. Sitz bleibt Gondelsheim: Dort wo alles begann. Ursprung, Heimat und Kindheit. Ein Glücksort.

Viktoria Brauch und ihren Geschwistern ist bewusst, dass sie viel Glück hatten. Zwar hätten sie früher nicht viel gehabt – außer Arbeit. Aber die Eltern haben die Kinder in ihrer Selbst-

ständigkeit machen lassen, und, wenn es notwendig war, den Nachwuchs unterstützt. Gerade zu Beginn sei das eine enorme Hilfe gewesen. „Wir konnten uns Geräte ausleihen, die wir nicht hatten“, sagt Viktoria Brauch. Bewusst auf Rechnung. „Wir wollten nichts geschenkt.“ Bis heute bezieht die Glückskekse-Fabrik ihr Mehl von der Mühle, die inzwischen den Geschwistern gehört. Ein Glücksfall war

auch der erste Großauftrag für Sweet & Lucky. Im Sommer 2003 kam eine Einkäuferin des Discounters Penny in den Kraichgau, um Glückskekse für Silvester zu bestellen. Nur war die im Februar bestellte Maschine noch gar nicht da, sprich: „Es gab keine Produktion, die wir hätten zeigen können, nichts“, sagt Brauch. Doch die Penny-Einkäuferin hatte riesigen Zeitdruck, musste gleich wieder los. „Sie hat ihren Auftrag platziert und ist wieder abgereist.“

Als die erste Maschine dann Ende Oktober kam, wurde die Zeit langsam knapp. Binnen weniger Wochen produzierten die Brauchs dann drei Lkw-Ladungen voller Glückskekse und lagerten die rund um die Mühle und die Produktion zwischen. „Wir haben die Nächte durchgearbeitet und so alles von der Pike auf gelernt“, sagt Viktoria Brauch. Die Geschwister stellten damals auch ihre ersten Mitarbeiter ein. Am Ende stand es Spitz auf Knopf. Doch es war der Durchbruch. Das kleine Unternehmen wuchs schnell, zog immer mehr Aufträge an Land, bestellte die zweite Maschine – und verkaufte in immer mehr Länder. Das Produkt hilft dabei auf seine Weise: „Es ist ein totaler Sympathieträger“, sagt Alexandra Brauch. 60 bis 70 Beschäftigte arbeiten heute für Sweet & Lucky – zu den Kunden gehören neben Großmärkten Lebensmitteleinzelhändler wie Aldi, Norma und Lidl, die beispielsweise für ihre Asia-Wochen und Silvester aus dem Kraichgau Glückskekse beziehen.

Trotz des Preisdrucks in der Branche sei die Zusammenarbeit positiv, betonen die Inhaber von Sweet & Lucky. Das liege auch an den netten Einkäufern: Während früher per Fax ein rauer Ton herrschte, werde heute auf Augenhöhe kommuniziert. Weil gerade Lidl hohe Ansprüche an die Qualität hat, schickt das Unternehmen der Schwarz-Gruppe regelmäßig unangekündigte Tester nach Neibsheim. Was dem Unternehmen, das nach dem International Food Standard zertifiziert ist und ohnehin immer wieder getestet wird, nur recht ist. „Unser eigener Anspruch an Qualität ist sehr hoch“, sagt Viktoria Brauch. Auch sollen die Kraichgau-Kekse schmecken und nicht weggeworfen werden, weshalb man auf beste Zutaten setzt. Aus ethischen Gründen arbeitet Sweet & Lucky von Beginn an auch im Drei-Schicht-Betrieb. „Wir würden beim Anlaufen der Maschine sonst jedes Mal Ausschuss produzieren, das können wir nicht vertreten.“

Die Geschwister essen selber täglich Glückskekse. „Man sitzt sich nie daran satt“, findet Alexandra Brauch. Die Sprüche dürften sie auswendig kennen, wobei es etwa 1000 verschiedene gibt. „Wir haben früher mit dem Zitate-Buch dagesessen“, erzählt Viktoria Brauch. Ihr liebster Spruch: „Auf der Jagd nach dem Glück sollten wir auch mal innehalten und einfach nur glücklich sein.“ Daran halten sich auch die Glückskekse-Macher.

Zwischen Geopolitik und Glanzlichtern

Gastbeitrag der Capitell zur aktuellen Kapitalmarktstrategie: Welche Faktoren an den Märkten eine Rolle spielen.

Gastautor

Von Chris Oliver Schickentanz



Die internationalen Kapitalmärkte befinden sich in einem bemerkenswerten Spannungsfeld: Starken geopolitischen Spannungen stehen auf Unternehmensseite herausragende Gewinnberichte gegenüber. Das sorgt für kräftige Schwankungen und eröffnet attraktive Chancen für langfristig ausgerichtete Anleger. Der Iran-Konflikt geht in seinen dritten Mo-

nat und dämpft die weltwirtschaftlichen Wachstumsperspektiven. Durch die Sperrung der Straße von Hormus hat sich der Ölpreis binnen weniger Wochen verdoppelt. Das trifft vor allem die Volkswirtschaften in Europa und Asien.

Europa leidet seit Jahren unter hohen Energiepreisen und hat seit dem Ende des billigen russischen Öls massiv an internationaler Wettbewerbsfähigkeit eingebüßt. Der jetzt erfolgte Energiepreisschock vergrößert diese Probleme. Kein Wunder also, dass die Volkswirte ihre Wachstumserwartungen für Europa (und insbesondere Deutschland) kräftig nach unten anpassen und meist nur mehr eine Null vor dem Komma der BIP-Prognosen steht. Und dass, obwohl der Staat beispielsweise in Deutschland über das Sondervermögen Infrastruktur oder das Thema Aufrüstung Mittel im Gegenwart von einem Prozent des BIPs in die Wirtschaft pumpt.

In Asien bremsst die hohe Abhängigkeit von Öl und Gas aus der Golfregion. Meist sind es mehr als 50 Prozent aller

Energieimporte, die für die meisten Volkswirtschaften aus den Golfstaaten stammen. Positive Ausnahmen sind China und Indien, deren Wachstum in der aktuellen Krise stabiler ausfällt.

Regionaler Krisengewinner ist die US-Wirtschaft, die in diesem Jahr wieder kräftig Wachstumstempo aufgenommen hat. Zwar belasten auch hier die hohen Benzinpreise. Diese werden aber durch üppige Steuerrückerstattungen überkompensiert. Zudem profitiert die USA als Netto-Ölexporteur von den hohen Energiepreisen. In allen Volkswirtschaften hat die Inflation energiepreisbedingt zugelegt. Das könnte dazu führen, dass die Europäische Zentralbank EZB über den Sommer hinweg die Zinsen ein- bis zweimal anhebt.

Wachstumsverlangsamung und steigende Zinsen sind üblicherweise nicht der Mix, der Investoren gefällt. Trotzdem sehen wir als Capitell unverändert gute Chancen an den Kapital- und Aktienmärkten. Denn die Unternehmen haben ihre Hausaufgaben gemacht, sind

extrem kosteneffizient aufgestellt und können so moderate Umsatzzuwächse in ein hohes Gewinnwachstum ummünzen. Das haben in den letzten Wochen bereits die US-Unternehmen aus dem S&P 500 bewiesen, die im Rahmen ihrer Q1-Berichterstattung mehr als 20 Prozent Gewinnplus verbuchen konnten. Das ist der stärkste Zuwachs seit dem Abflauen der Corona-Pandemie und wurde diesmal von allen elf Sektoren gestützt. Gleichzeitig denken die Unternehmen intensiv an ihre Aktionäre – in Europa über rekordhohe Dividendenzahlungen, in den USA vor allem über Aktienrückkäufe im großen Stil. Entsprechend sehen wir bis zum Jahresende neue Allzeithochs an den Aktienmärkten. Bis zu einer Friedenslösung im Mittleren Osten dürften dabei die resilienten US-Börsen die Nase vorn haben, mit einem Frieden im Iran und einer Öffnung der Straße von Hormus dürfte Europa aber nachziehen. Daher empfehlen wir aktuell eine breite regionale und sektorale Streuung mit einem kleinen Akzent im IT-Segment.

Von unserem Redakteur
Heiko Fritze

Vor mehr als 20 Jahren, da gab es noch diese eine Veranstaltung bei der IHK Heilbronn-Franken für alle Tüftler: „Erfinderinformationen für jedermann“ hieß sie und richtete sich nicht nur an Kammermitglieder, sondern an alle, die sich mit dem Gedanken trugen, eine Neuentwicklung anzumelden. „Da hatten sich dann alle möglichen Erfinder gemeldet“, erinnert sich Stefan Gölz. Damals war der heutige Geschäftsleiter der Bereiche Branchen und Recht unter anderem für jene Veranstaltung zuständig. „Heute ist das Ganze professioneller geworden“, erzählt er. Beratung in Fragen zu Patenten und Gebrauchsmustern wird bei der Heilbronner Kammer aber immer noch angeboten.

Allerdings ist das Thema nun neu aufgestellt worden. Seit Mitte Januar arbeitet Yana Rüdener bei der IHK: Die promovierte Ingenieurin, die auch schon ein Start-up für Virtual Reality als Spinoff am Karlsruher KIT mitgegründet hat, zuletzt in den Bereichen Software und KI aktiv war, baut nun die neue Schnittstelle zwischen Forschung und Wirtschaft auf. Offiziell lautet ihre Position „Referentin Technologietransfer“, und die Aufgaben reichen von Kontakten zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen in der Region bis zu Angeboten für die Kammermitglieder.

Kooperationen mit Hochschulen sind für die Heilbronner IHK an sich nichts Neues. Von 2011 bis 2021 wurde der Forschungstransferpreis vergeben, zunächst nur in Zusammenarbeit mit der Hochschule Heilbronn, später auch mit weiteren Einrichtungen. Sein Ziel: Beispielhafte Produkte auszeichnen, die von Unternehmen aus Heilbronn-Franken zusammen mit der Forschung entwickelt wurden. Im Zuge der Coronapandemie schief der Wettbewerb ein, und inzwischen meint Stefan Gölz: „Er ist auch nicht mehr zeitgemäß.“ Das scheinen auch die Unternehmen in der Region so zu sehen: Es habe keine Beschwerde gegeben, dass der Preis nicht mehr ausgeschrieben wird, berichtet er.

Ohnehin gibt es nun – quasi als Ersatz – nicht nur schon seit 2015 den landesweiten Wettbewerb „Elevator Pitch“, sondern bei den Heilbronnern

Von Erfindern zur Transformation

Die IHK Heilbronn-Franken hat im Laufe der Jahre die Förderung von Innovationen angepasst.



auch noch den Wettbewerb „Jugend macht Zukunft“. Auf dem Zukunftswiesen Summit in Ilshofen wurden erst vor wenigen Wochen zum zweiten Mal junge Entwicklerteams ausgezeichnet. Lenn Hoffmann und Jonas Nolte belegten mit ihrem Projekt „FarmerOS“ den ersten Platz: Die beiden Gründer haben ein digitales Betriebssystem für Bestell- und Rechnungsprozesse in landwirtschaftlichen Betrieben geschaffen und bereits erste Vertriebsfolge erzielt. Bei der Premiere des Wettbewerbs ging der Sieg an Marvin Klee und Thomas Wöppel von Konrad Bau aus Lauda-Königshofen. Sie schlugen vor, Übungsarbeiten aus der überbetrieblichen Ausbildung im Straßenbau dauerhaft im öffentlichen Raum umzusetzen, um Plätze und Wege zu verbessern. Einen vorderen Platz belegte auch das Eventformat „Teal“ von Florian Kunde aus Heilbronn – seitdem hat sich das junge Format in der Stadt einen guten Namen erarbeitet.

Yana Rüdener fasst ihre Aufgaben aber viel weiter. Sprechtag für Fördermöglichkeiten sind geplant, Workshops für KI-Einsatz im Mittelstand oder Webinare zum Beispiel zu Automatisierung im Vertrieb. Ein Patentcoaching hat sich die Referentin vorgenommen, vorstellen kann sie sich außerdem einen „Open Lab Day“ zusammen mit den regionalen Forschungsinstitutionen, um gerade kleineren und mittleren Unternehmen die Möglichkeiten einer Kooperation aufzuzeigen. „Denn was die Unternehmen selbst nicht können, bekommen sie oft bei den Forschungseinrichtungen“, erklärt sie. Auch Netzwerke sollen sich dadurch bilden, unter den Unternehmen ebenso wie unter den Forschern und unter den Kammern im Land.

Insgesamt verfolge die IHK Heilbronn-Franken damit drei Ziele, erläutert Gölz: Kleine und mittlere Unternehmen sollen an die Wichtigkeit von Innovationen herangeführt werden, bestehende Produkte sollen innovativer und Produktionsmethoden verbessert werden – und natürlich sollen aus den Kooperationen auch neue Produkte und Ideen entstehen. Auch künstliche Intelligenz und ihre vielfältigen Einsatzmöglichkeiten sollen aufgezeigt werden. „Viele verbinden KI noch damit, dass man ChatGPT verwendet“, sagt Gölz. Dieses Denken zu beenden – auch dafür will sich Yana Rüdener einsetzen.

Aus dem Inhalt

Anlaufstelle für Musiker

In der Region sind einige Musikhäuser aktiv mit Verkauf und Service.

Seite 6



Große Hochschulszene

Von der Hochschule bis zur Ecole 42 reicht das Spektrum der Region.

Seiten 12, 13



Weininnovation gesucht

Bei Lidl in Bad Wimpfen stellten Weinerzeuger neue Konzepte vor.

Seite 15



Baden-Württemberg bleibt an der Spitze

Wie hoch ist das Innovationspotenzial im europäischen Vergleich? Dazu gibt es den Innovationsindex.

Das Statistische Landesamt von Baden-Württemberg veröffentlicht alle zwei Jahre den von ihm selbst entwickelten Innovationsindex – zuletzt vor ziemlich genau einem Jahr. Dieser Index bündelt die Daten von sechs Innovationsindikatoren in einer Kennzahl und ermöglicht damit den direkten Vergleich der Innovationsfähigkeit der in die Berechnung des Index einbezogenen Wirtschaftsräume. Insgesamt werden dabei 60 Länder und Regionen der Europäischen Union berücksichtigt.

Als innovationsrelevante Indikatoren fließen in die Berechnung die Ausgaben für Forschung und Entwicklung (FuE), das FuE-Personal, die Beschäftig-

ten in Hochtechnologiebranchen, in wissensintensiven Dienstleistungsbranchen, in wissenschaftlich-technischen Berufen und die Anzahl der Patentanmeldungen ein. In der Berechnung 2024 wurden die Daten bis 2023 verwendet.

Der Innovationsindex 2024 zeigt: Baden-Württemberg ist innerhalb der Europäischen Union weiterhin die Region mit der höchsten Innovationsfähigkeit. Mit einem Indexwert von 76 Punkten liegt der Südwesten an der Spitze des Innovationsvergleichs – 13 Indexpunkte vor der südlichen Region der Niederlande, die auf Platz zwei des Rankings folgt. In der Spitzengruppe, mit einem Indexwert von ebenfalls mehr als 50 Punkten, folgen Schweden, die französische Hauptstadtregion Île de France, Bayern, Berlin, Dänemark, Finnland, Hamburg und Hessen. Die letzten Plätze belegen demnach die Kanaren, Südschweiz, Rumänien, Sizilien und Bulgarien.

Die höchste Anzahl an Patentanmeldungen wurde dabei von Erfindern aus der Region im Süden der Niederlande angemeldet, heißt es in dem Bericht zum

aktuellen Innovationsindex. Dort seien namhafte Industrieunternehmen mit Forschungseinrichtungen ansässig, darunter von Philips, Canon und DAF, die beträchtlich in Forschung und Entwicklung investierten und eine Vielzahl von Patenten anmeldeten.

Baden-Württemberg liegt bei diesem Indikator inzwischen knapp hinter Bayern auf Platz drei, schreiben die Statistiker. Der Südwesten verfüge damit nicht nur über enorme Forschungs- und Entwicklungsressourcen, sondern zähle neben Bayern zu den größten Patentanmeldern Deutschlands und Europas. Bezogen auf eine Million Einwohner werden demnach von baden-württembergischen Erfindern weit mehr als dreimal so viele Patente beim Europäischen Patentamt pro Kopf angemeldet wie im Durchschnitt aller 27 EU-Länder. Besonders vorteilhaft wirke sich dabei aus, dass Unternehmen wie Bosch, Daimler, ZF Friedrichshafen, Porsche, Mahle, Valeo, Voith, Trumpf, SAP, Heidelberger Druckmaschinen, Festo, IBM oder Hewlett Packard ihren Hauptsitz oder ein Tochterun-

ternehmen in Baden-Württemberg haben. Einige von ihnen investierten hierzulande beachtliche Ressourcen in Forschung und Entwicklung und zählten auch zu den größten Patentanmeldern Deutschlands und Europas.

Dass der Landeswert im Innovationsindex im Vergleich zu 2022 etwas zurückgegangen ist, bereitet den Statistiker nur wenige Sorgen. Baden-Württemberg weise bei drei der betrachteten Innovationsindikatoren bereits ein sehr hohes Niveau – im EU-Vergleich sogar das höchste Niveau – auf. Um diese Werte prozentual nennenswert zu erhöhen, wären deutlich höhere Aktivitäten erforderlich als in Ländern und Regionen mit einer vergleichsweise niedrigen Ausgangsbasis. Ausschlaggebend für die insgesamt abgeschwächte Innovationsdynamik sei vor allem der seit einem Jahrzehnt festzustellende abwärtsgerichtete Trend bei der Zahl der Patentanmeldungen. Insgesamt habe sich Innovationsfähigkeit im europäischen Vergleich immer noch leicht überdurchschnittlich verbessert. *red*

ANZEIGE

Unseren
kostenlosen
Depotcheck
finden Sie
auf Seite 15.

Ein Produkt der Heilbronner Stimme,
Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme

Der, der Menschen verbindet

Samuel Keitel vernetzt Start-ups und Mittelstand – und denkt dabei immer schon einen Schritt weiter.

Von unsrem Redakteur
Martin Peter

Samuel Keitel redet schnell, aber nicht hektisch, eher wie einer, dessen Kopf schon drei Ideen weiter ist als das Gespräch. Während andere in seinem Alter noch überlegen, was sie einmal werden wollen, organisiert der 24-Jährige mit seinem Team Großveranstaltungen, vernetzt Mittelständler mit Start-ups und diskutiert mit Konzernvorständen über die Zukunft der Arbeit. Der Zukunftswiesen-Summit, seine bisher größte Idee, begann jedoch weniger glamourös. „Es war eine heiße Nummer, dass es überhaupt funktioniert hat“, sagt Keitel über die Veranstaltung, die gerade zum dritten Mal stattfand, heute aber in ganz anderen Dimensionen. Groß denken, hart arbeiten, nicht aufhalten lassen: eine Grundhaltung, die Keitel sich schon in jungen Jahren aneignet.

Keitel wirkt zunächst nicht wie der klassische Start-up-Gründer. Kein geschneigelt auftretender Selbstoptimierer aus Berlin-Mitte, kein Dauerpitcher. Seine Geschichte beginnt in Obereichenrot, einem Weiler bei Schrozberg im Landkreis Schwäbisch Hall. Da steht der Bauernhof, der einst den Großeltern gehörte – samstags wurde gemeinsam angepackt. „Da wurde richtig geschafft“, sagt er. Die

Bodenständigkeit prägt ihn bis heute und sie steht in einem Kontrast zu dem Tempo, das sein Leben inzwischen angenommen hat – zwischen Dorf und Großstadt, zwischen Mittelstand und Start-up-Welt, zwischen großen Visionen und einem Bankkonto, das diesen noch hinterherläuft. „Ich lebe in zwei Welten“, verrät Sam Keitel, der bei einem USA-Austausch früh vom Gründergeist gepackt wird. Bei der weltweit größten Leadership-Konferenz trifft er auf lauter verrückte Amerikaner. „Die Unternehmer haben die jungen Leute angehauen: Macht was, gebt einfach Gas“, berichtet Keitel. „Zu Hause dachte ich: Lass mal was probieren.“

Er gründet mit 17 sein erstes Start-up, einen Online-Marktplatz für regionale Produkte. Anfangs lief es gut, doch als er sein Geschäft ausbauen will und eine Finanzierungsrunde startete, kam Covid. Niemand wollte mehr investieren. „Dann lief es ins Leere“, sagt Keitel. Das Scheitern verbuchte er als Erfahrung, gab das Gründen aber nicht auf. Mit dem Studium Management und Technologie an der TU München fand er das für ihn richtige Umfeld. Nicht in München, wie er dachte. Sondern in Heilbronn. „Ich habe es erst einen Tag vor Beginn gesehen“, verrät er.

Nach dem ersten Schock war er aber begeistert vom Bildungscampus, Campus Founders und was in der Stadt so passiert. Nährboden für seinen Zukunftswiesen Summit. Keitel erlebt zwei Welten: die internationale Gründer-Bubble mit ihrem Tempo und ihren Visionen und die Region mit ihren Weltmarktführern, an die es schwer heranzukommen ist. Und er erlebt Unternehmer, die offen sind für neue Ideen – wenn nur jemand die richtigen Leute zusammenbringen würde. Also beschließt er, das zu tun.

Die Idee klingt größer als die Möglichkeiten ihres Erfinders. Ein Zukunfts-



Samuel Keitel ist Gründer und Initiator des Zukunftswiesen Summit in Hohenlohe
Foto: Zukunftswiesen Summit

festival mitten in Hohenlohe: Viele halten das für unrealistisch. „Das wird niemals funktionieren“, hört Keitel immer wieder. Doch Keitel lässt sich nicht beirren, geht den Weg zunächst alleine. „Ich habe aber gemerkt, dass ich es nicht allein schaffe.“ Also baut er ein Team auf und gewinnt in Walter Döring seinen wichtigsten Förderer. Der frühere baden-württembergische Wirtschaftsminister hört Keitel zu. „Wenn ein junger Mann vor dir sitzt und dir seine Idee präsentiert, hast du zwei Möglichkeiten“, sagt Döring. „Entweder du erklärst ihm, warum es nicht funktioniert. Oder du packst mit an.“

Döring stellt sein Netzwerk bereit, öffnet Türen. „Da hieß es plötzlich: Hey Sam, dich ruft gleich jemand an“, erinnert sich Keitel. „Und auf einmal waren 15.000 Euro Sponsoring geklärt.“ Trotz der Hilfe bleibt die erste Ausgabe „bis zuletzt eine Zitterpartie“. Einen Tag vor der Premiere

hat sich erst die Hälfte der 500 Teilnehmer angemeldet, die er Sponsoren versprochen hatte. Am Ende kamen 540.

Der Summit ist für Keitel und seine Helfer Hobby, seinen Unterhalt verdient der Hohenloher mit dem Start-up Senior Connect, einer Plattform, die Fachkräfte mit Unternehmen verbindet. Als Gründer und Geschäftsführer sitzt er mit Unternehmen und Investoren zusammen. Verdient aber gerade genug, um davon zu leben. Der Summit hätte dem Zukunftsmacher diesmal ein ordentliches Gehalt gebracht. Aber: „Es fließt alles zurück“, sagt Keitel. In das Team und den Summit selber. Der steht vor dem nächsten Schritt, wo es nur mit Freiwilligen vielleicht nicht mehr geht, es also bezahlte Kräfte geben wird für die vierte Auflage. „Das ist wieder eine neue Phase. Aber Wachstum gehört zum Start-up-Dasein ja dazu“, sagt Keitel, der wieder eine Idee weiter ist.

Firmen

Neuer Look für den Fuchs

Der Fuchs, Markenzeichen der Bausparkasse Schwäbisch Hall, hat ein Update erhalten. Mit einem neuen Erscheinungsbild richtet das Unternehmen seine Markenfigur stärker auf digitale Kanäle, soziale Medien und konkrete Zielgruppen aus. Im Zentrum des Updates steht eine erweiterte Mimik, die dem Fuchs künftig mehr emotionalen Ausdruck verleiht – von nachdenklich bis pointiert. Sticker und Icons ergänzen die klassischen Motive und erleichtern den Einsatz in Social Media oder digitalen Kampagnen. Perspektivisch soll der Fuchs außerdem eine klar definierte eigene Stimme erhalten. Bei der Weiterentwicklung arbeitete Schwäbisch Hall mit der Kreativagentur Ogilvy Germany sowie dem Animations- und Digitalspezialisten Parasol Island zusammen.

Erstmals in der Schwäbisch Hall-Werbung zu sehen war das Markensymbol 1975: Als ausgestopfter Fuchs mit Hornbrille und Geldbündel im Maul. Die Resonanz war so positiv, dass der Fuchs 1976 zurückkehrte und geblieben ist. Heute zählt er zu den bekanntesten Markenfiguren Deutschlands. Über die Jahre hat der Fuchs viele Wandlungen durchlaufen, bekam seine typische Kleidung mit gelbem Oberteil und blauer Hose, jeweils zeitgemäße Brillen – und 2026 zum ersten Mal auch Turnschuhe. red



ANZEIGE



Das Vorstandsteam der Volksbank Hohenlohe eG: Tobias Belesnai (von links), Dieter Karle und Harald Braun setzen auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit.
Foto: Volksbank Hohenlohe eG/Wolfgang Reiher

Vertrauen als Fundament

Volksbank Hohenlohe eG setzt auf regionale Stärke

In einem Finanzmarkt, der zunehmend von austauschbaren Angeboten geprägt ist, gewinnt persönliche Beratung immer mehr an Bedeutung. Die Volksbank Hohenlohe eG begegnet dieser Entwicklung mit einem klaren Fokus auf regionale Nähe und maßgeschneiderte Lösungen. Als Genossenschaftsbank setzt sie auf langfristige Partnerschaften und Beratung auf Augenhöhe.

Ganzheitliche Beratung

Der hiesige Wirtschaftsraum ist geprägt von erfolgreichen Mittelständlern und unternehmerischen Familien. Genau an diesen Strukturen orientiert sich das Leistungsangebot. „Unsere Kunden erwarten heute keine isolierten Einzellösungen, sondern

eine Beratung, die Zusammenhänge erkennt und Verantwortung übernimmt“, betont Tobias Belesnai, Marktvorstand der Volksbank Hohenlohe eG. Das Haus begleitet seine Kunden über alle Lebensphasen – vom Vermögensaufbau für Privatpersonen bis zu komplexen Investitionsprozessen im Firmenkundengeschäft.

Im Mittelpunkt steht eine ganzheitliche Beratung, die wirtschaftliche Entwicklungen ebenso berücksichtigt wie persönliche Ziele. Kurze Entscheidungswege und die enge Verbindung zur Region ermöglichen individuelle und praxisnahe Lösungen.

„Unser Anspruch ist es, Stabilität und Verlässlichkeit zu geben – gerade wenn Entscheidungen komplexer werden“, erklärt Dieter Karle, Vor-

standsvorsitzender der Volksbank Hohenlohe eG.

Verlässlicher Partner

Die Volksbank Hohenlohe eG versteht sich dabei nicht nur als Finanzdienstleister, sondern als verlässlicher Partner. Fachliche Expertise und ein tiefes Verständnis für die Bedürfnisse von Privat- und Firmenkunden bilden die Grundlage für vertrauensvolle Zusammenarbeit. „Vertrauen entsteht durch Zuhören sowie sorgfältiges Handeln“, fasst der stellvertretende Vorstandsvorsitzende Harald Braun zusammen. Mit ihrem Leitbild „Begleiter Ihres Vertrauens“ bekräftigt die Volksbank ihren Anspruch, Menschen und Unternehmen dauerhaft zu begleiten – heute und in Zukunft. anz

Begleiter Ihres Vertrauens



Werte bewahren. Zukunft gemeinsam gestalten.

Als älteste Genossenschaftsbank der Welt sind wir tief in Hohenlohe verwurzelt. Wir finden die passende Lösung für Ihre Ziele – persönlich vor Ort oder digital. Gemeinsam mit unserer starken FinanzGruppe stehen wir an Ihrer Seite.

Lassen Sie uns gemeinsam wachsen:

07941 933-0 · kontakt@vb-hohenlohe.de
www.vb-hohenlohe.de



Ihre Bank in Hohenlohe

Volksbank
Hohenlohe eG



Firmen

Kooperation mit Kamrad

Etwas mehr als ein Jahr ist es her, dass der Heilbronner Kopfhörer- und Mikrofon-Hersteller Beyerdynamic und der deutsche Singer-Songwriter Kamrad eine Zusammenarbeit verkündet haben. Die zunächst auf zwölf Monate ausgelegte Kooperation übertraf alle Erwartungen und wird deshalb nun langfristig fortgesetzt, teilt das Unternehmen mit.

Ihre Fortsetzung hat die Kooperation bereits gefunden: So wird die Kamrad-Tour 2026, die am



Kamrad arbeitet mit Beyerdynamic zusammen. Foto: Beyerdynamic

5. Februar begonnen hat, erneut von Beyerdynamic gesponsert – dieses Mal in noch größerem Umfang. Neben Listening-Stationen auf den Konzerten plant das Unternehmen Social-Media-Kampagnen, exklusive Aktionen und Kamrad live in Talheim bei Haigern Live 2026 – nur wenige Kilometer vom Firmensitz entfernt. red

Eigenes Maskottchen

Lachen, Fotos, Selfies und jede Menge fröhliche Kinderaugen – so präsentierte sich die Premiere von „Röthi“, dem neuen Maskottchen von **Modedepark Röther**, bei den Kindertagen. Gemeinsam mit Fritzle, dem Maskottchen des VfB Stuttgart, sorgte Röthi in den Filialen in Weinstadt, Michelfeld, Heilbronn und Backnang für unvergessliche Momente.

Kinder konnten einen Parcours mit Rätsel- und Bewegungsstationen erkunden, kleine Herausforderungen meistern und sich am Ende über ein Geschenk an der Kasse freuen. „Es war unglaublich, zu sehen, wie Kinder und Familien auf Röthi und Fritzle reagiert haben. Die Begeisterung war sofort spürbar. Es wurden zahlreiche Autogrammkarten, kleine Tänze und unzählige Selfies gemacht“, erzählt Pia Huber, Projektleiterin Firmenmaskottchen und duale Studentin im fünften Semester BWL-Dienstleistungsmanagement.

„Röthi bringt unsere Werte auf sympathische Weise zum Leben, schafft Nähe zu unseren kleinsten Kunden und wird künftig bei vielen spannenden Aktionen und Veranstaltungen für fröhliche Momente sorgen“, kündigt Fabian Messner, Geschäftsführer von Modedepark Röther, an. red

Auch mit bald 70 noch voll im Takt

Warum die Inhaber zweier Musikgeschäfte nicht ans Aufhören denken – und warum die Region sie braucht.

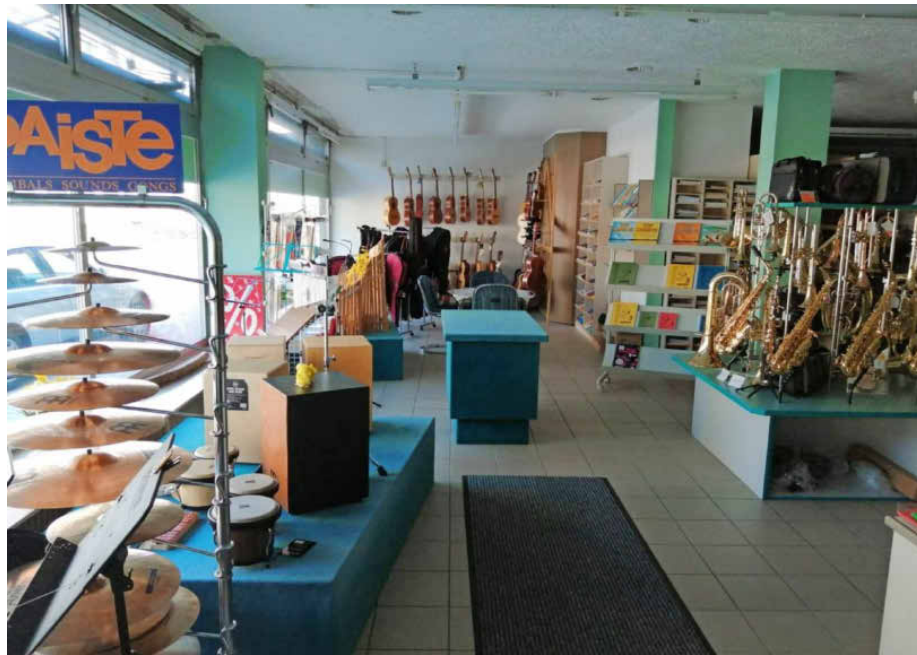
Von unserem Redakteur Martin Peter

Eigentlich könnte Werner Käser auch die Füße hochlegen, Fahrradtouren machen und seine Rente genießen. Doch auch mit 70 Jahren möchte er immer noch arbeiten. „Mir macht es Spaß und es hält mich jung. Ich habe seit 50 Jahren dasselbe Gewicht“, verrät der Inhaber von Musik Käser in Bretzfeld. Es sind auch die vielen sozialen Kontakte, die seinen Tag schöner machen, die zufriedenen Kunden. „Die schätzen, dass es uns gibt“, sagt der leidenschaftliche Musiker.

Ohne die Dienste von Käser hätten vor allem Blasmusikvereine ein großes Problem. „Gerade mit unserer Werkstatt sind wir die einzigen weit und breit“, sagt der 70-Jährige. Reparaturen und Generalüberholungen machen inzwischen den größeren Anteil seines Geschäfts aus. Zuletzt hat er seine Ladenzeiten verkürzt. Zwar hat Musik Käser weiter jeden Tag, außer sonntags, geöffnet. „Abends aber nicht mehr so lang, nur noch bis 18 Uhr“, sagt Werner Käser. Die gewonnene Zeit nutzt er für Reparaturen und den Service.

Sein Einzugsgebiet ist relativ groß, Kunden kommen aus Hohenlohe, Schwäbisch Hall – wo es inzwischen nicht mehr ein Musikgeschäft gebe – Heilbronn und Ludwigsburg. „Wir sitzen in Bretzfeld zentral, wo vier Landkreise zusammenstoßen“, sagt Werner Käser. Vorwiegend sind es Vereinsmusiker, die mit ihren Instrumenten zu ihm kommen. „Wir schicken nichts weg, machen alles selber: Das ist im Vergleich preisgünstiger“, sagt Käser.

Der gelernte Feinmechaniker hat sich auf Holzblasinstrumente spezialisiert und arbeitet seit beinahe 30 Jahren Hand in Hand mit einem Musikfachgeschäft nahe Tauberbischofsheim. Dort hat Helene Schmid den Laden des Vaters übernommen und vor kurzem ihre Meisterprüfung für Blechblasinstrumente gemacht. Damit deckt das ungleiche Duo alle Blasinstrumente ab. Den Service schätzten die Kunden. Schon bevor er 1988 in Obersulm sein Geschäft eröffnete. „Ich habe schon davor Reparaturen für Vereine gemacht.“ Entsprechend bekannt ist Käser, der Querflöte spielt und seit 60 Jahren Mitglied im Musikverband ist. 2019 verlegte er sein Geschäft nach Bretzfeld, da er damals auch seinen Wohnort verändert hatte. Den zwei Kilometer langen Arbeitsweg legt er meistens mit dem E-Bike zurück – auch das hält jung.



Heike und Joachim Schmidt sind mit der Tastenabteilung des Musikhauses Heilbronn nach Weinsberg gezogen und firmieren unter Musikhaus Weinsberg. Fotos: Peter

Während Käser auch Gitarren und Musikzubehör verkauft, machen doch die Blasinstrumente den Mammutanteil auf den 160 Quadratmetern Ladenfläche aus. Während Schülerinstrumente preislich etwa bei 700 Euro losgehen, geht es darüber schnell in die Tausende. Eine Tuba, wie sie im Laden steht, „kann schon mal 15.000 Euro kosten“.

Da kann das Klavier der Marke August Förster mithalten, wie es im Musikhaus von Joachim und Heike Schmidt in Weinsberg steht. Die beiden Verkaufsräume im neuen Zuhause des Geschäfts für Tasteninstrumente sind gerade fertig. „Wir sind erst seit ein paar Wochen hier in Weinsberg“, sagt Heike Schmidt. Ursprünglich ist das Geschäft Teil des Musikhauses Heilbronn gewesen, das 30 Jahre lang in Böckingen seine Heimat hatte. Nach einer Eigenbedarfskündigung hatte das Musikhaus Heilbronn kein gemeinsames neues Zuhause gefunden.

„Ein halbes Jahr war knapp“, sagen die Schmidts. In der Folge haben sich die drei Einzelfirmen nach Wohnort aufgeteilt. Bläser und Streichinstrumente sind nun in Nordheim zu finden, die Tasteninstrumente der Schmidts in Weinsberg.



Werner Käser von Musik Käser in Bretzfeld in der Werkstatt mit Helene Schmid (oben). Links ein Blick in sein Ladengeschäft, das seit 2019 in Bretzfeld ist. Fotos: privat



Der Veränderungen zum Trotz sagt Joachim Schmidt: „Wir sind zufrieden.“ Gleiches gelte für die Musikhäuser in Nordheim. Die Tastenabteilung hat durch den Umzug sogar ihr Einzugsgebiet erweitert und neue Kunden gefunden. „Wir sind durch die Autobahn gut angebunden, jetzt kommen auch Leute von hinter Schwäbisch Hall zu uns“, so der 69-Jährige. Viel Konkurrenz hat auch das Musikhaus Weinsberg nicht, das neben dem Verkauf auch Reparaturen und das Stimmen von Klavieren anbietet. Unter den Kunden sind oft auch Menschen, die im Ruhestand wieder aktiv Klavier spielen wollen. Sie können in Weinsberg aus bis zu 15 Klavieren oder aus den E-Pianos auswählen.

Die nehmen den weitaus größeren Raum ein, um die 40 bis 45 elektrische Pianos stehen im größeren der beiden Verkaufsräume. Preislich geht es im Vergleich zu Klavieren weiter unten los, ein einfaches E-Piano ist schon ab 500 Euro zu haben. Im Musikhaus können Interessierte die verschiedenen Geräte testen, ganz in Ruhe. „Viele Kunden rufen vorher an und sagen, dass sie eine Beratung möchten“, sagt Joachim Schmidt. Sorgen,

dass Kunden dann im Internet kaufen, haben die Schmidts nicht. „Wir können mit den Preisen im Internet mithalten, weil wir bei den Herstellern die entsprechende Abnahme haben“, sagt Heike Schmidt. Wobei das Gros der Kunden nicht gleich kauft: „Unser Hauptgeschäft ist die Vermietung“, sagt die 68-Jährige. Für rund 15 bis 20 Euro im Monat können E-Pianos ausgeliehen werden. Das bietet Anfängern und Leuten, die wieder anfangen wollen, einen sanften, günstigen Einstieg. Zumal die Hälfte der Leihgebühr bei einem späteren Kauf angerechnet wird.

Wie Werner Käser sind auch die Schmidts in einem Alter, in dem sie nicht mehr arbeiten müssten. „Aber wir können doch nicht einfach zumachen“, sagt Heike Schmidt. „Wir haben große Freude an diesem Beruf.“ Und auch die Verantwortung spielt mit: Wo sonst sollen die Musiker denn noch hin? Viel gibt es auch in diesem Bereich in der Region nicht mehr. Die Schmidts haben ihre Öffnungszeiten angepasst, montags und dienstags geschlossen. Ein Nachfolger ist bei ihnen aber nicht in Sicht. Da könnte Werner Käser mehr Glück haben: „Viel leicht habe ich im Verein jemanden.“

40 Jahre im Dienst der Schönheit

Parsa Beauty hat sich zu einem Marktführer seiner Branche entwickelt und investiert in den Stammsitz.

Der Haarpflege- und Accessoire-Händler Parsa Beauty aus Sinsheim feiert in diesem Jahr sein 40-jähriges Bestehen. Seit der Gründung am 8. Oktober 1986 steht das Unternehmen für trendige und qualitativ hochwertige Haar- und Kosmetikartikel sowie Accessoires. Mit mehr als 5000 Artikeln und Vertretungen in fast 40 Ländern hat sich Parsa Beauty als europäischer Marktführer in seiner Branche etabliert.

Gegründet wurde das Unternehmen einst von Hans Schröder, Gesellschafter von Mann & Schröder, zusammen mit seinem Vertriebsleiter Emil Hofer. 1970 war jener zu dem Pflegeartikel-Hersteller nach Siegelbach als Verkaufsleiter gekommen, stieg dann auf zum Vertriebsleiter und Geschäftsführer. In diese Zeit fiel die Idee, zu den Kosmetik-



Modeschmuck, Kosmetik- und Haarpflegeartikel werden von Parsa Beauty vertrieben. Das Unternehmen feiert 40-jähriges Bestehen. Foto: Archiv/Fritze

produkten eine verwandte Linie in einem eigenen Unternehmen aufzubauen – und so gründeten Hofer und Schröder Parsa Beauty. Seit 2008 ist das Unternehmen vollständig in Besitz der Familie Hofer. „Beauty hat mich schon immer angetrie-

ben, den Alltag der Frauen verschönern“, erzählte Emil Hofer bei seinem 80. Geburtstag 2022. Das Produktwissen holte er sich mit Karen Evers in die Firma, die er von Mann & Schröder kannte. Bewusst habe er sich auf Verbraucher- und Dro-

geriemärkte als Kunden konzentriert. Und sich dabei vorgenommen: „Du musst selber die Märkte gestalten und darfst nicht der Billigste sein.“

Heute sagt sein Sohn Heiko Hofer: „Der Erfolg von Parsa Beauty basiert auf unternehmerischem Mut, Innovationsbereitschaft und einem engagierten Team, das seit vier Jahrzehnten an der erfolgreichen Weiterentwicklung unseres Unternehmens arbeitet. Unsere Stärke liegt in unserer Entscheidungsfreiheit: Wir können unabhängig handeln, konsequent investieren.“

Parsa Beauty beschäftigt mittlerweile mehr als 300 Mitarbeiter an seinem Stammsitz Sinsheim und ist damit einer der größten Arbeitgeber der Stadt. Seit 2002 wächst das Unternehmen kontinuierlich. Alleine in den vergangenen fünf Jahren wurde der Umsatz um knapp 50 Prozent gesteigert – 2025 erzielte das Unternehmen mehr als 145 Millionen Euro. Seit 2021 besteht ein Außenlager in Kirchardt. Zuletzt wurde eine neue Lager- und Logistikhalle an der Firmenzentrale mit mehr als 5000 Quadratmetern errichtet. Sie wird im Rahmen eines Jubiläums-Sommerfestes für die Mitarbeiter und ihre Familien eingeweiht. frz

ANZEIGE

PROFI-PFLEGE VON SCHMUTZFANGMATTEN

NORGE REINIGUNG
schnell – fachgerecht – preiswert

Mietmatten-Service
Einfach unkompliziert und komfortabel

Ihre eigenen Schmutzfangmatten waschen wir bei uns. Hol- und Bringlieferservice. Wir beraten Sie vor Ort zu unserem Mietmatten-Angebot.

Tel. 07930-8888
www.norge.de