

Milch und Fußball

Schwarzwaldmilch zieht Bilanz und ist neuer Hauptsponsor des SC

Banker und Taktgeber

Markus Dauber, Chef der neuen „Volksbank in der Ortenau“, im Porträt

Bunt und laut

Werma-Signalsäulen aus Rietheim überwachen viele Betriebe

Schwarzwald-Tourismuskongress

Wein, Wald und Gesang

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Um die Macht der Regionalität, um den Schwarzwald als Marke, um regionale Produkte, kurz um das Motto „Wir sind Schwarzwald“ ging es Mitte Juli beim Schwarzwald-Tourismuskongress der fünf Industrie- und Handelskammern, deren Bezirke sich geografisch mit dem Schwarzwald decken (Seite 6).

Eines der Unternehmen, das im Firmennamen den Schwarzwald führt, ist die Schwarzwaldmilch in Freiburg. Sie ist neuerdings auf dem Trikot des Freiburger Sportclubs zu finden – dort auch mit ihrem Firmenemblem, dem Bollenhut. Über das vergangene Geschäftsjahr und das Sponsoring der Molkerei berichten wir auf den Seiten 41 und 52.

Die Schwarzwälder Industrie lebt zu einem großen Teil von Exportgeschäften, und sie stellt häufig hochkomplexe Produkte her. Da geht es auch darum, diese Produkte zu erklären – in vielen Sprachen dieser Welt. Mit dem Übersetzen von technischen und anderen Texten befasst sich die Übersetzungsfirma RKT aus Schramberg (Seite 34).



Ulrich Plankenhorn
Leitender Redakteur

Der 47-jährige Markus Dauber ist Vorstandschef der Volksbank in der Ortenau, die kürzlich aus der Fusion der bisherigen Volksbanken Offenburg und Achern entstand. Er war eine der treibenden Kräfte dieser Fusion. Dauber ist unser Kopf des Monats (Seite 14).

Zum Schluss ein Blick über die Grenze: Bei der Entsendung von Mitarbeitern nach Frankreich – und Entsenden kann auch schon eine kurze Tätigkeit auf einer Messe oder das Abliefern von Gütern per Lkw bei einem französischen Kunden sein – gelten seit 1. Juli wesentlich strengere Regeln. Ihre Einhaltung wird nun stärker überwacht und Verstöße können sehr teuer werden (Seite 53).

Viel Spaß beim Lesen.

Ulrich Plankenhorn

SEPTEMBER

4 PANORAMA

6 > TITEL

Schwarzwald-Tourismuskongress der IHKs: Regionales Wir-Gefühl

12 LEUTE

Adolf Scheck/Uwe Kohler, Roland Mack, Hanns-Peter Knaebel, Svend Koch, Christina Lauber, Eckart Escher, Manfred Hammes, Jürgen Kiefer, Dirk Freund, Karlheinz Hillenbrand/Uwe Köhn

14 > Kopf des Monats: Markus Dauber

16 Gründer: Roland Meiselbach

17 REGIO REPORT

Neues aus dem IHK-Bezirk

34 UNTERNEHMEN

34 RKT

36 Tanzschule Gutmann

37 SWEG

38 Südbadenbus

39 BCT Technology

40 Brauerei Ganter/Straßenverkehrsgenossenschaft Baden

> 41 Schwarzwaldmilch

42 EWS, Bürstner

43 Badischer Winzerkeller, Hotel Schloss Reinach

44 Leibinger, FSM

45 Öschberghof

> Themen der Titelseite

REGIO REPORT

Neues aus dem IHK-Bezirk

17



Aus dem Südwesten Signalsäule von Werma

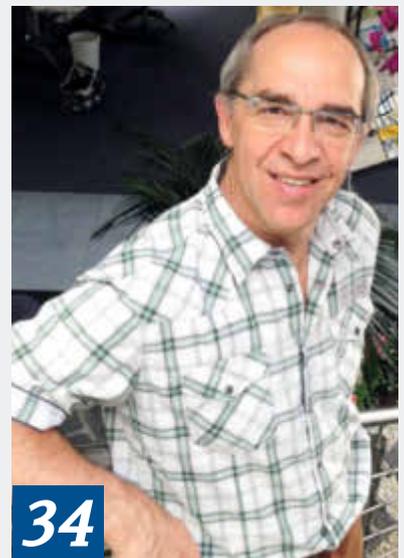
Signalsäulen des Rietheimer Herstellers Werma sind universell und weltweit im Einsatz. Vor allem in Fertigungen und Logistikzentren zeigen sie, ob alles im grünen Bereich ist oder eine Störung vorliegt.

88

RKT beherrscht „Übersetzung 4.0“

Technikaffine Übersetzer

Die RKT Übersetzungs- und Dokumentations GmbH übersetzt Texte aus Technik oder Marketing. Nach eigenen Angaben ist sie eine der größten Inhouse-Übersetzungsagenturen im süddeutschen Raum. Der Firmengründer Roland Trost (Bild) erklärt, was es mit „Übersetzung 4.0“ auf sich hat.



34



6

TITEL: Tourismuskongress

Wir sind Schwarzwald

Wie unterschiedliche Branchen vom Schwarzwald als national und international bekannter Marke profitieren können, war Thema des Schwarzwald-Tourismuskongresses der IHKs im Juli in Ettenheim. „Wein, Wald und Gesang“ lautete das Motto des Tages, als erster Akt der Reihe „Wir sind Schwarzwald“.

Gefahr aus China

Unsicheres Onlinegeschäft

Auch international erfahrene Unternehmen werden immer wieder Opfer von Betrügern aus China.

Diese gehen meistens nach einem Schema vor, das mit ein wenig Aufmerksamkeit erkannt werden kann.

54



- 46 Bracchi
- 47 IMS Gear
- 48 Meiko
- 49 Volksbank Freiburg

50 THEMEN & TRENDS

- 50 Schwarzwälder Schinken: Zuwachs im Ausland
- 51 WVIB: Badische Unternehmen weiterhin im Plus
- 52 Schwarzwaldmilch und SC Freiburg: Neue Partner
- 53 Frankreich: Schärfere Regeln

54 PRAXISWISSEN

- 54 International
- 57 Umwelt
- 59 Innovation
- 62 Recht
- 65 Steuern

66 MESSEN

- 66 Kalender
- 67 News

88 DIE LETZTE SEITE

- Aus dem Südwesten: Die Signalsäulen von Werma

STANDARDS

- 60 Impressum
- 68 Literatur
- 84 Börsen

■ BEILAGENHINWEIS

Der Gesamtausgabe liegt ein Flyer der Unitymedia Kabel BW GmbH in Köln bei. Ebenfalls liegen einer Teilaufgabe Prospekte der Rae Wirtschaftsprüfer Stb, Limberger Fuchs Koch & Partner mbB in VS-Schwenningen und der Julius Eller GmbH & Co. KG in VS-Schwenningen bei.

Online-Umfrage unter Journalisten Zu wenig Zeit für Wirtschaftsthemen

Aus Sicht von Journalisten wird die Wirtschaftsberichterstattung schlechter – das hat eine Umfrage des Ernst-Schneider-Preises der IHKs ergeben. Der Untersuchung zufolge liegt das daran, dass die Bedeutung von Wirtschaft für die Gesellschaft unterschätzt wird. Zudem mache sich der Sparkurs in den Redaktionen negativ bemerkbar. Es fehle zunehmend an Expertenwissen, Fachwissen und Kontakten. Themen würden häufig erst aufgegriffen, wenn sie aktuell werden, Analysen und langfristige Einschätzungen fänden immer weniger statt. Außerdem räume das Fernsehen Wirtschaftsthemen viel zu wenig Platz ein. An der Umfrage haben 158 Journalisten teilgenommen, die fürs Fernsehen, den Hörfunk, für Zeitungen und Zeitschriften oder Onlinemedien arbeiten. Der Ernst-Schneider-Preis ist ein Wirtschaftspreis, der seit 1971 von den deutschen IHKs vergeben wird. Durch ihn soll die Berichterstattung über wirtschaftliche Themen gefördert werden. Die nächste Preisverleihung ist am 17. Oktober in Karlsruhe. **dihk**

Juli 2016 VERBRAUCHERPREIS-INDEX



Basisjahr 2010=100; QUELLE: Statistisches Landesamt (Angaben ohne Gewähr)

GEWERBLICHE WIRTSCHAFT IN ZAHLEN 2016

	Betriebe <small>(mit mehr als 50 Beschäftigten)</small>			Beschäftigte <small>(in 1000)</small>			Umsatz <small>(in Mio Euro)</small>			Ausland <small>(in Mio Euro)</small>		
	April	Mai	Juni	April	Mai	Juni	April	Mai	Juni	April	Mai	Juni
Stadtkreis Freiburg	40	40	40	8	8	8	185	169	207	111	98	122
Breisgau-Hochschwarzwald	92	92	92	17	17	18	294	268	297	149	140	142
Emmendingen	65	65	65	12	12	12	196	174	205	105	106	124
Ortenaukreis	220	220	220	45	45	45	1038	928	1036	495	406	474
Südlicher Oberrhein	417	417	417	83	83	83	1712	1540	1746	860	750	863
Rottweil	102	102	104	20	20	20	410	368	444	190	170	220
Schwarzwald-Baar-Kreis	153	153	153	27	27	27	427	390	442	169	163	178
Tuttlingen	133	133	133	29	28	29	555	502	570	296	271	305
Schwarzwald-Baar-Heuberg	388	388	390	75	75	76	1392	1260	1456	655	603	703
Konstanz	76	76	77	16	16	16	443	428	472	239	236	262
Lörrach	90	90	90	18	18	18	397	374	386	240	228	235
Waldshut	55	55	55	12	12	12	276	248	298	115	99	127
Hochrhein-Bodensee	221	221	222	46	46	46	1116	1049	1156	594	563	624
Regierungsbezirk Freiburg	1026	1026	1029	205	205	205	4220	3849	4357	2109	1916	2190
Baden-Württemberg	4337	4332	4333	1115	1116	1118	29775	26408	30441	17383	15409	17671

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, die Angaben sind gerundet und ohne Gewähr (WIS 9/2016)

Förderung

Hilfen von L-Bank und Bürgschaftsbank

In der ersten Hälfte dieses Jahres hat die L-Bank im Regierungsbezirk Freiburg 1.198 Unternehmen aller Branchen gefördert. Das ausgezahlte Darlehensvolumen lag bei 389,70 Millionen Euro. Investitionen von insgesamt 571,1 Millionen Euro wurden angeregt und 1.581 Arbeitsplätze durch die Fördergelder geschaffen. Unter den geförderten Unternehmen sind 420 Existenzgründer, die Darlehen von 79 Millionen Euro erhielten. An 778 etablierte mittelständische Unternehmen wurden Fördermittel in Höhe von 310,8 Millionen Euro ausgezahlt. Gemeinsam mit den Wirtschaftskammern bietet die L-Bank regelmäßig Finanzierungssprechstage an.

Die Bürgschaftsbank und die Mittelständische Beteiligungsgesellschaft Baden-Württemberg haben den Unternehmen im Regierungsbezirk Freiburg im ersten Halbjahr 147 Finanzierungen mit einem Volumen von fast 46 Millionen Euro ermöglicht – das entspricht 14 Prozent der Finanzierungen dieser Institute in Baden-Württemberg. 1.230 Stellen konnten dadurch gesichert und 370 neue Arbeitsplätze geschaffen werden. Insgesamt 100 Gründungsvorhaben wurden unterstützt, davon waren 49 Neugründungen und 41 Nachfolgevorhaben. Das Finanzierungsvolumen für Unternehmensnachfolgen ist landesweit gestiegen, da neue Programme Impulse gaben. Wie die L-Bank bietet auch die Bürgschaftsbank Beratungssprechstage in Kooperation mit den Kammern an. Fördermittel und Bürgschaften erhalten können Existenzgründer, Firmen-Übernehmer und etablierte Unternehmer. Die Anträge werden grundsätzlich bei der Hausbank gestellt.

wis



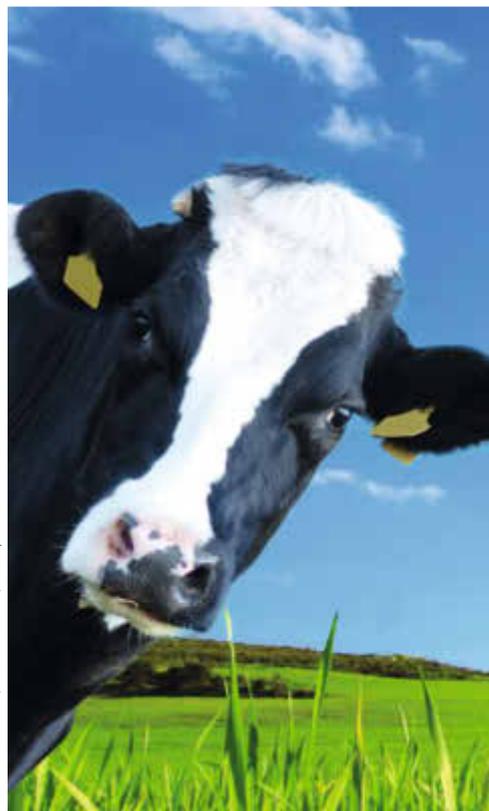
Gründerwettbewerb

Wanted: Jungunternehmer mit digitalen Innovationen

Der „Gründerwettbewerb - Digitale Innovationen“, ausgeschrieben vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), geht in die neue Runde. Digitale Startups können sich wieder mit innovativen Geschäftsideen bewerben. Voraussetzung ist, dass diese auf modernen Informations- und Kommunikationstechnologien basieren. Außerdem vergibt das BMWi die beiden Sonderpreise „Digitale Bildung“ und „Big Data“. Die Bewerbungsfrist endet am 30. September. Auf der CeBIT in Hannover im März 2017 werden die Sieger dann gekürt – für eine gelungene Idee winken Preisgelder bis zu 32.000 Euro.

ew

www.gruenderwettbewerb.de



Bilder: ranczandras, Michael Burrell, oraztopuccio – Fotolia

Gemeinschaftskongress „Ländlicher Raum“ Smart und erfolgreich

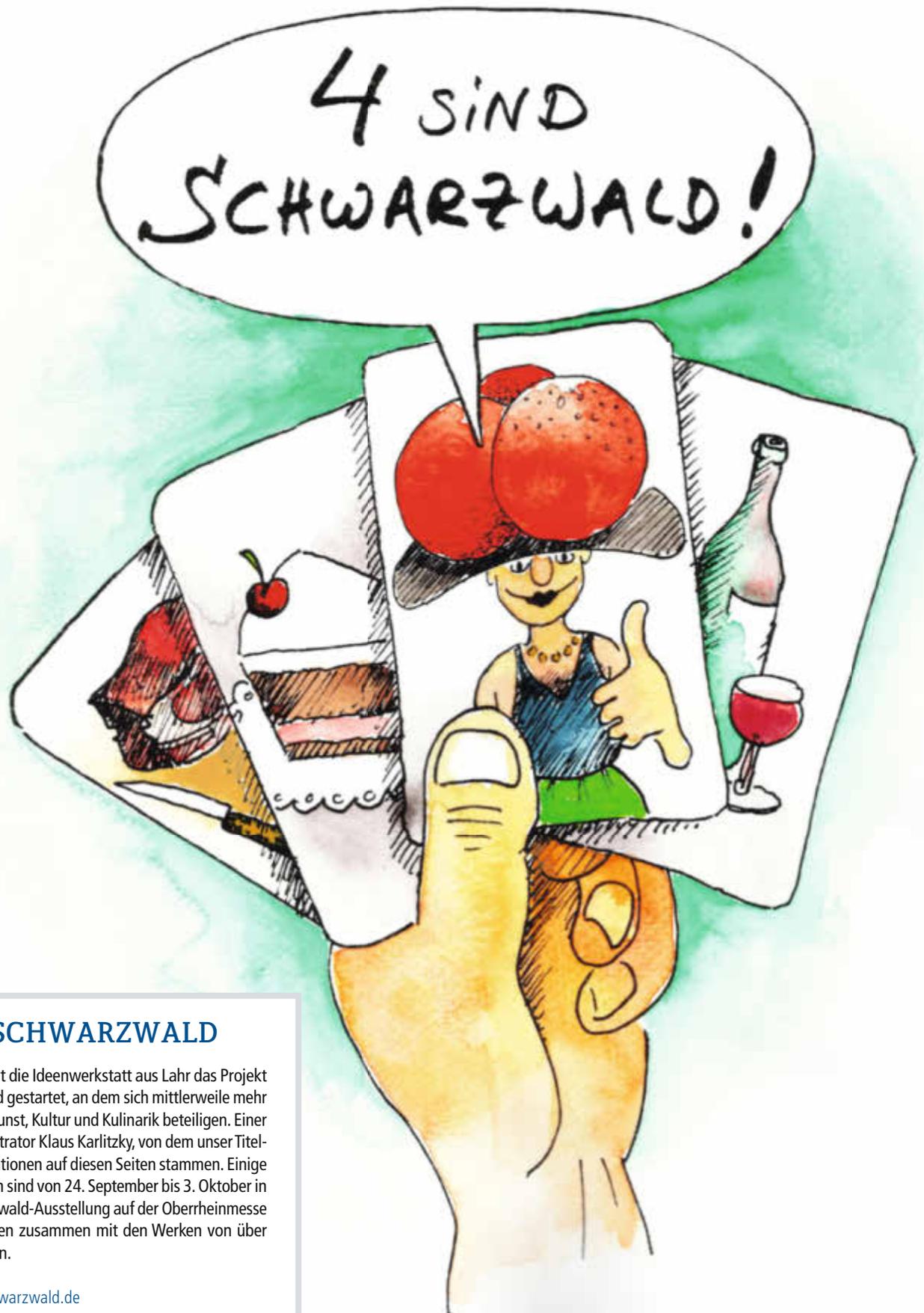
Wie sieht die Zukunft auf dem Land aus? Bei dem Kongress „Ländlicher Raum“ am 29. September in den Donauhallen Donaueschingen werden Chancen und Herausforderungen für Unternehmen, Kommunen und ländliche Regionen vorgestellt – von der Digitalisierung bis zur erfolgreichen Strategiebildung. Veranstaltet wird der Kongress von den baden-württembergischen Industrie- und Handelskammern und der Akademie Ländlicher Raum Baden-Württemberg in Kooperation mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und dem baden-württembergischen Verbraucherschutz und Landkreistag Baden-Württemberg. Experten und Pioniere werden ihre Modellvorhaben vorstellen, die

in der Kommune, Region und im Unternehmen realisiert wurden.

Unter anderem wird Roland Scherer von der Universität St. Gallen zum Thema „Wirtschaftsmotor Ländlicher Raum, Wachstum außerhalb von Metropolen anhand europäischer Beispiele“ sprechen. Weitere Experten werden über die Zukunft von Familienunternehmen sowie smarte Strategien für die Regionalentwicklung referieren.

Die Teilnahmegebühr beträgt 60 Euro pro Person. Anmeldungen und weitere Informationen lassen sich auf der Internetseite regionaler IHKs, wie zum Beispiel auf der Seite www.schwarzwald-baar-heuberg.ihk.de abrufen.

lis



KOSMOS SCHWARZWALD

Vergangenes Jahr hat die Ideenwerkstatt aus Lahr das Projekt Kosmos Schwarzwald gestartet, an dem sich mittlerweile mehr als 40 Kreative aus Kunst, Kultur und Kulinarik beteiligen. Einer von ihnen ist der Illustrator Klaus Karlitzky, von dem unser Titelbild sowie die Illustrationen auf diesen Seiten stammen. Einige von Karlitzkys Bildern sind von 24. September bis 3. Oktober in der Kosmos-Schwarzwald-Ausstellung auf der Oberheimmesse in Offenburg zu sehen zusammen mit den Werken von über 25 anderen Künstlern.

i www.kosmos-schwarzwald.de

Regionales Wirgefüh

Der Schwarzwald ist eine der bekanntesten Regionen deutschland- und weltweit. Wie können unterschiedliche Branchen von dieser Macht der Regionalität profitieren? Und welche Rolle spielen dabei regionale Produkte? Darum ging es Mitte Juli beim Schwarzwald-Tourismuskongress, zu dem die fünf Schwarzwälder Industrie- und Handelskammern eingeladen hatten.

Ganz am Ende gab es auch noch den Gesang. Unter der Regie von Moderator Hansy Vogt, der sonst als Entertainer, Bauchredner oder Schwarzwaldbotschafter auftritt, stimmten die rund 150 Teilnehmer des Tourismuskongresses fröhlich eine moderne Version des Regionalklassikers „Liebe kleine Schwarzwaldmarie“ an. Damit war das Motto des Tages komplett, denn um Wein und Wald war es zuvor schon auf dem Podium und in den Diskussionsrunden gegangen. „Wein, Wald und Gesang“ hatten die fünf Schwarzwälder IHKs, die den Tourismuskongress gemeinsam mit der Schwarzwald Tourismus GmbH veranstalteten, diesen Tag überschrieben, der Mitte Juli im Ettenheimer Weingut Weber stattfand. Es war der erste Akt einer Reihe unter dem Titel „Wir sind Schwarzwald“, die in den kommenden Jahren ihre Fortsetzung finden soll. Es geht darum, wie unterschiedliche Branchen vom Tourismus sowie dem Schwarzwald als Marke profitieren können und wie die Region attraktiv bleibt – nicht nur für Touristen, sondern auch für die Menschen, die hier leben.

Sichtweisen der Heimat

Hinter vielen typischen Schwarzwaldbildern steckt die Geschichte der Region, so wie die Kuckucksuhr die Uhrmachertradition zeigt oder die Kirschtorte die kulinarische. Am Anfang waren die Glashütten, die Holzfäller und die Flößer, es gab Schnitzer, Uhrmacher, Feinmechaniker und Heilbäder. „Aus den Wurzeln haben sich verschiedene Cluster entwickelt“, sagte Vera Haueisen als erste Referentin des Kongresses. Die frühere Direktorin des Hotels Bareiss in Baiersbrunn und heutige Unternehmensberaterin sieht in den vielen erfolgreichen Unternehmen der für die Region typischen Branchen auch Botschafter: „Die Firmen sind weltweit unterwegs und tragen den Schwarzwald nach draußen.“ Haueisen skizzierte Natur, Wirtschaft und Gesellschaft als Zahnräder, die nur funktionieren, wenn sie ineinander greifen. Die Balance müsse stimmen und man müsse Rahmenbedingungen schaffen, dass die Zukunft hier stattfinden kann.

Das sehen Regierungspräsidentin Bärbel Schäfer und Andreas Kempff, Hauptgeschäftsführer der IHK Südlicher Oberrhein, auch als Aufgabe ihrer Institutionen. „Tourismus braucht Infrastruktur“, sagte Schäfer. Und dazu zählten Straßen und Schienen genauso wie Schulen, Einzelhandel und Breitband. Kempff will Unternehmensstandorte sichern, auch hinten im Tal. Das Internet biete die Chance im ländlichen Raum zu bleiben, ohne Hinterwäldler zu werden. Die Herausforderung besteht laut Schäfer darin, nicht in Sparten zu denken, sondern zu vernetzen. „Auf die Menschen kommt es an, die hier leben und arbeiten, die sich mit ihrem Lebensraum

identifizieren und stolz auf ihn sind“, betonte Beraterin Haueisen. Es gelte, im Miteinander von Natur, Tradition und Innovation ein Alleinstellungsmerkmal zu kreieren. Denn wenn sich die Menschen wohlfühlen, entstehe das Gefühl „Wir sind Schwarzwald“.

„Heimat liegt im Trend“, sagte Marketingexpertin Caroline Doderer von der Agentur Gruppe Drei aus Villingen (siehe auch Interview auf Seite 9). Davon profitiert die Region – das zeigen die Tourismuszahlen: Immer mehr Menschen besuchen den Schwarzwald, sowohl die Zahl der Gästekünfte als auch die der Übernachtungen ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. 2015 wurden annähernd acht Millionen Ankünfte und über 21 Millionen Übernachtungen gezählt. Fast ein Drittel der Gäste kommen aus dem Ausland. Wie das IHK-Freizeitbarometer zeigt, registrieren auch die Freizeiteinrichtungen im Schwarzwald immer mehr Besucher, 2015 waren es fast 19 Millionen. Und die aktuelle Studie „Destination Brand“ attestiert dem Schwarzwald weiter wachsende Beliebtheit: 90 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ist demnach der Schwarzwald als mögliches Ferienziel bekannt, 78 Prozent finden ihn sympathisch, 52 Prozent können sich in den nächsten drei Jahren einen Kurzurlaub und 39 Prozent eine längere Reise in den Schwarzwald vorstellen.

Doch Tradition allein reiche künftig nicht aus, um Heimat zu vermitteln, betonte Doderer. Es brauche auch Neues und Tabubrüche wie die gepiercte Bollenhutträgerin. Eine Kombination von Tradition und Moderne mache es der jungen Generation einfacher, Heimat zu mögen, und Zeitgeist sei auch wichtig fürs Marketing. Doderer plädierte für eine „Highmat“ als Verbindung von Heimat und Hightec. Dagegen definierte Gastgeber Werner Weber, Seniorchef des Weinguts samt Restaurant sowie offizieller baden-württembergischer Genussbotschafter, den Begriff berufsbedingt kulinarisch: „Heimat und Liebe gehen durch den Magen.“

»Highmat«
verbindet Heimat
und Hightec

Debatten in der Sprechcke

Wein und Bier von hier, Schwarzwälder Holz und Baukunst sowie regionale Naturerlebnisse und Lebensmittel standen denn auch an dem heißen Sommertag in Ettenheim im Mittelpunkt. Diese Themen hatten die Veranstalter als „Speaker's Corners“ inszeniert. Fünf Referenten durften – wie beim Original im Londoner Hyde Park – ihre Ansätze von einem Podest herab präsentieren und mit ihren Zuhörern diskutieren. Die Sprechcken verteilten sich im und um das Weingut, zu je dreien konnte jeder Kongressteilnehmer pilgern. ➤

WO IST SCHWARZWALD?

Geografisch betrachtet ist der Schwarzwald ein Mittelgebirge, das sich vom Hochrhein im Süden bis zum Kraichgau im Norden erstreckt, im Westen an die ober-rheinische Tiefebene grenzt und im Osten in Gäu, Baar und das Hügelland westlich des Klettgaus übergeht. Aus wirtschaftlicher Sicht ist er vor allem eine starke Marke: Black Forest, Forêt Noir oder Foresta Nera kennen Menschen weltweit, weshalb beispielsweise auch Karlsruher Firmen sich international gerne im Schwarzwald verorten. Dass man beim Destinationsmarketing dennoch auch auf das „Upper Rhine Valley“, also den Oberrhein setzt, liegt an der trinationalen Zusammenarbeit. Die französischen und Schweizer Verbandspartner wollen sich nicht in den Schwarzwald verlegen lassen. Und der Rhein ist weltweit ähnlich bekannt.

Das Wort Schwarzwald lässt sich nicht schützen und darf von jedem verwendet werden. Anders die Wort-Bild-Marke „Schwarzwald herz.erfrischend.echt“ samt stilisiertem Bollenhut: Dafür besitzt die Schwarzwald Tourismus GmbH (STG) seit 2009 die Markenrechte. STG-Chef Christopher Krull freut sich, wenn Firmen auf den Schwarzwald setzen, denn seine Aufgabe ist es, für den Schwarzwald zu werben, und je mehr Betriebe ihn in ihrem Namen oder Auftritt führen, desto besser. Deshalb hat die STG auch vor zwei Jahren zusammen mit der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe (FWTM) sowie fünf privaten Unternehmen die Markenrechte für die Spielstätte des SC Freiburg erworben, die



seither Schwarzwaldstadion heißt. Dazu passt, dass der neue Trikotsponsor seit kurzem Schwarzwaldmilch ist (siehe dazu auch Seite 52). Die Molkerei, die früher Breisgaumilch hieß, setzt selbst seit einigen Jahren mit Namen und Marketing auf den Schwarzwald und zählt auch zu den knapp zwei Dutzend Premiumpartnern der STG. Diese schließen einen dreijährigen Vertrag mit dem Tourismusverband ab, dürfen ihn dafür beispielsweise bei Messen begleiten und die Marke nutzen. Die STG akquiriert ihre Partner nicht aktiv. „Es darf uns jeder ansprechen“, sagt Krull. „Es muss passen, die Qualität muss stimmen, und die Firmen sollten nicht zu sehr miteinander konkurrieren.“ **kat**

- › Trotz Hitze kamen muntere Debatten zustande, die mit wechselndem Publikum unterschiedliche Richtungen einschlugen.

Besonders beliebt war **Georg Schwendes** Speaker's Corner im Innenhof des Weinguts. Denn der Chef der **Fürstenbergbrauerei** aus Donaueschingen hatte seinen Zuhörern kühles Bier mitgebracht. „Biere sind Botschafter der Region“, betonte er und warb für die Vielfalt regionaler Biere in Baden-Württemberg. 190 Brauereien mit vielen Sorten zählt das „Land der tausend Biere“, nur in Bayern gibt es noch mehr. Schwende sieht auch Fürstenberg selbst als regional, wengleich der Eigentümer seit 2005 nicht mehr das Donaueschinger Fürstenhaus, sondern die Brau Holding International mit Sitz in München ist. Als damals neuer Chef führte Schwende deshalb vor einigen Jahren den neuen Slogan „Wir im Süden“ statt „Eines der besten Biere der Welt“ ein. „Regionale Produkte werden hochwertiger wahrgenommen“, begründete er die Ausrichtung. Die Zahlen geben ihm recht: Auf dem insgesamt schrumpfenden Biermarkt entwickeln sich die kleinen regionalen Brauereien besser, auch Fürstenberg wächst. Allerdings hätten es die Brauereien nicht geschafft, Bier als Genussmittel zu etablieren, klagte Schwende: „Da können wir viel von der Weinwirtschaft lernen.“

Als Vertreterin dieser beneideten Zunft scharte **Isabella Vetter** auf der anderen Seite des Gebäudes die Zuhörer um sich. Die **Badische Weinkönigin 2015/16** hatte sich das Zusammenwirken von Wein und Tourismus zum Thema gemacht. Und das sei durchaus noch ausbaufähig. Denn obwohl der Schwarzwald weltweit bekannt ist, verorten die Winzer sich lieber im Badischen. Eine

rühmliche Ausnahme präsentierte Vetter: Die Winzer-genossenschaft Alde Gott aus Sasbachwalden hat den Schwarzwald in ihren Namen und konsequent in ihr Marketing integriert. Mit „Genuss aus dem Schwarzwald“ und „Schwarzwaldwein“ wirbt das „Weindorf mit Schwarzwaldkulisse“ und erwähnt die Badische Weinstraße erst nach den Schwarzwaldhängen.

Dass man mit der geografischen Zuordnung ruhig großzügig umgehen darf, verkündete **Jörg Maier** von seiner Speaker's Corner im Foyer: „Von je weiter weg die Menschen anreisen, desto größer wird der Bereich des Schwarzwalds“ (siehe Kasten oben). Allerdings behauptete der Chef der Sulzburger Reiseagentur **Original Schwarzwald**, dass niemand wegen der Natur allein in den Schwarzwald komme. Er bietet deshalb seinen Gästen Erlebnisse im Paket an – Krimtouren, Wanderungen zum Sonnenaufgang oder außergewöhnliche Übernachtungen. „Es geht nicht ums Wohin, sondern ums Was“, sagte Maier. Der Strickurlaub, den er zu Beginn seiner Selbstständigkeit 2008 im Programm hatte, brachte ihm bundesweite Aufmerksamkeit ein. Heute liegen vor allem abgesicherte Abenteuer im Trend, zum Beispiel die Übernachtung auf der Schwarzwaldwiese samt Dusche und heißem Kaffee zum Frühstück. Maier kann mit Tradition bei seinen Gästen punkten, aber sie muss trendig verpackt sein, berichtete er.

Währenddessen sprach **Jan Bulmer** im ersten Stock des Weinguts über die Rolle und Bedeutung von Holz und Wald für die Menschen, die Wirtschaft und den Tourismus in der Region. Der Schwarzwald, so wie wir ihn heute kennen, sei eine Kulturlandschaft, erläuterte der Forstwirt und Geologe vom Verband **Pro Holz** ▶

Fortsetzung Seite 10



»Regionale Produkte werden hochwertiger wahrgenommen«

» Schwarzwald muss zu den eigenen Werten passen «

Für das Gastgewerbe, für Brauereien oder beispielsweise Schinkenhersteller liegt es nah, mit dem Standort Schwarzwald zu werben. Aber inwiefern kann das auch für Betriebe anderer Branchen sinnvoll sein? Das haben wir die Marketing- und Standortexpertin Carolin Doderer von der Agentur Gruppe Drei in Villingen gefragt.

Heimat liegt im Trend. Warum?

Weil sich die Dinge auf der Welt verändern. Die aktuellen Ereignisse geben einem das Gefühl von Unsicherheit und lassen uns nach Sicherheit und Geborgenheit suchen. Zudem wecken die Digitalisierung, die technischen Entwicklungen überhaupt und eine strukturelle Labilität das Bedürfnis nach Entschleunigung. Heimat ist Entschleunigung, Stabilität und Vertrauen.

Wie lässt sich diese Sehnsucht nach Heimat ins eigene Marketing integrieren?

Eine gute Marke suggeriert auch Sicherheit und Verlässlichkeit, weil der Kunde da weiß, was er bekommt. Die Marke kann also auch Heimat sein. Entscheidend sind die Werte, denn langfristig kann man nur über Werte verkaufen, nicht über das eigentliche Produkt.

Für welche Branchen kann es sinnvoll sein, mit der Heimat, also mit dem Schwarzwald zu werben? Was bringt das beispielsweise einem kleinen metallverarbeitenden Betrieb mit ausschließlich gewerblichen Kunden?

Natürlich ist es für B2C-Firmen, also solche mit Endkundengeschäft naherliegender, mit der Marke Schwarzwald zu werben. Aber auch für andere kann das sinnvoll sein – vor allem, wenn die Werte der Firmenphilosophie den Werten des Schwarzwalds entsprechen,

wie es bei traditionellen, inhabergeführten Familienunternehmen häufig der Fall ist.

Bleiben wir bei der kleinen Stanzei: Wie geht sie vor, wenn sie den Standort Schwarzwald für ihr Image nutzen will?

Sie muss die Werte, die der Schwarzwald transportiert, in ihre Produkte, ihre Marketing- und Kommunikationsstrategie integrieren und das auf eine authentische Art und Weise. Sie sollte also zum Beispiel die Feinwerktradition des Schwarzwalds oder das Tüfteln nach dem Optimum betonen. Das funktioniert natürlich nur bei entsprechender Qualität. Ramschprodukte sollte man nicht mit Schwarzwälder Traditionen bewerben.

Welche Zielgruppe erreicht ein Unternehmen mit der Marke Schwarzwald?

Eher die Wohlsituierten, also jene, die die selben Vorstellungen haben und Wert auf Qualität legen. Die Werte, mit denen das Unternehmen wirbt, sollten natürlich mit den Werten seiner Zielgruppe übereinstimmen.

Mit welchen Schwarzwaldbildern sollte man arbeiten – klassischen oder modernen?

Das kann ein Mix sein, aber auch hier gilt: Es muss zu den Werten der eigenen Marke passen. Wenn sich das Unternehmen innovativ und modern präsentiert, bieten sich auch eher moderne Schwarzwaldbilder an.

Kann es sein, dass zu viele Firmen in der Region sich gegenseitig mit dem Schwarzwald umwerben?

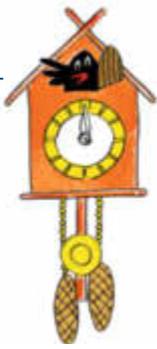
Ich glaube nicht. Es sind ja gar nicht so viele, auf die diese Werte richtig passen, die da voll dahinter stehen können. Je authentischer die Produktkette ist und je nachvollziehbarer, desto besser. Denn es wird schwieriger, sich als Schwarzwälder Firma zu positionieren, wenn beispielsweise die verarbeiteten Materialien nicht aus der Region stammen, oder der Eigentümer nicht von hier ist. Bei Bionade* beispielsweise, die als regionales Produkt sehr erfolgreich war, hat der Verkauf an Radeberger für herbe Einbrüche gesorgt. **Interview: kat**

*Anm. d. Red.: Ursprünglicher Eigentümer und Erfinder der Bionade war die Peter Brauerei aus dem fränkischen Ostheim/Rhön.



CAROLIN DODERER

Carolin Doderer wurde 1982 in Freiburg geboren und ist in Königsfeld im Schwarzwald aufgewachsen. Sie machte ihr Abitur an den dortigen Zinzendorfsschulen und ging im Anschluss nach Königstein im Taunus, wo sie im Hotel Kempinski Hotelfachfrau lernte und als Bankett-Assistentin arbeitete. Nach einem einjährigen Aufenthalt in Neuseeland kehrte Carolin Doderer 2006 in die Heimat zurück und stieg in die Werbeagentur Gruppe Drei ein, die ihr Vater Alexander Doderer 1990 in Villingen gegründet hat. In einem Abendstudium bildete sie sich zur Marketingfachwirtin weiter und rückte 2012 in die Geschäftsführung der Agentur auf. Ihre Stärken sind Tourismus- und Standortstrategien sowie Marketing- und Kommunikationsfragen. Seit 2013 gehört Carolin Doderer der Vollversammlung sowie dem Berufsbildungs- und Tourismusausschuss der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg an.



»Beliebigkeit gibt es überall, Schwarzwaldhäuser nur hier«



➤ **Schwarzwald.** „Der Mensch hat den Wald geformt und der Wald hat den Menschen geformt.“ Doch während es früher selbstverständlich war, regionaltypisch zu bauen, wie die ideal an ihre Umgebung angepassten Schwarzwaldhäuser zeigen, ist es heute die Aufgabe von Bulmer und seinen Kollegen, die Holzkultur der Region zu erhalten, für Holz zu begeistern sowie eine nachhaltige Baukultur zu unterstützen. „Beliebigkeit gibt es überall, Schwarzwaldhäuser nur hier“, betonte Bulmer und präsentierte gelungene Beispiele von Hotels und Gaststätten, die ihre Häuser modern und zugleich traditionsbewusst umgebaut haben wie der Gasthof Sommerau in Bonndorf. Bulmer kann sich auch im Gewerbebau anderer Branchen mehr Holz und damit mehr Schwarzwald vorstellen. Aber es sei schwierig, wenn man in Beton denkt – „man muss gleich in Holz planen“. Schwarzwald auf dem Teller – darum ging es bei **Ulrich Müller**, der sein Eckchen vor den Weber'schen Weinfässern und vielfältigen künstlerischen Interpretationen von Bollenhut & Co. bezogen hatte. Das Thema des Betreibers der **Markt-Scheune** in **Gengenbach-Berghaupten** lautete „Regional ist das neue Bio“, und das ist auch das Credo seines Regionalmarktes samt Bauerncafé. Als zertifizierter Naturparkwirt (siehe Kasten unten) verpflichtet sich Müller, Produkte und Zutaten regionaler Erzeuger zu verwenden und zu verkaufen, also beispielsweise Schwarzwälder Schinken, der nicht nur hier geräuchert wurde, sondern bei dem auch das Vieh von hier kommt. Diesen hohen Qualitätsanspruch teilen zwar viele, aber es braucht immer einen Macher, der die Kooperationen herstellt. So einer ist Müller. Der

Vollerwerbslandwirt vom Ramsteinerhof in Fischerbach betreibt seit fünf Jahren die Markt-Scheune. Er beschäftigt aktuell 21 Festangestellte sowie rund 30 Aushilfen und vermarktet über 1.000 Produkte von mehr als 100 Landwirten sowie Kleinerzeugern. Das Wichtigste: Die Markt-Scheune arbeitet profitabel. Auch sonst ist Regionalität rentabel und liegt im Trend: Regionale Produkte haben in den vergangenen Jahren zwischen sechs und acht Prozent zugelegt.

Zusammen erfolgreich

Der Schwarzwald Tourismuskongress der IHKs dient neben den wechselnden Themen immer auch der Kommunikation, dem Netzwerken, wie es heute heißt. Als gemeinsame Veranstalter gehen die fünf Schwarzwälder Kammern dabei mit gutem Beispiel voran. Seit vielen Jahren organisieren sie im Wechsel den Branchentreff, der früher Wirtschaftstag Tourismus hieß. Er richtet sich vor allem an Führungskräfte aus der Tourismusbranche. Die Hoteliers, Gastronomen, Reiseveranstalter und Tourismusförderer aus vielen Ecken des Schwarzwalds sollen bei dem Treffen den Wert der Zusammenarbeit entdecken. „Erfolgreich sind wir vor allem in der Kooperation“, betonte Christopher Krull, Geschäftsführer der Schwarzwald Tourismus GmbH, die sich zum dritten Mal an der Veranstaltung des Tourismuskongresses beteiligte. „Wenn die Eitelkeiten zu groß und die Kirchtürme zu hoch sind, dann funktioniert es nicht.“ Das gemeinschaftliche Singen der Schwarzwaldmarie klang denn auch schon ziemlich harmonisch. **Kathrin Ermert**

WAS IST WAS?

Der Schwarzwald bietet vielerlei Naturerlebnisse, es gibt einen National- und mehrere Naturparks sowie neuerdings ein Biosphärengebiet. Aber was ist eigentlich was?

Der **Nationalpark Schwarzwald** hat vor zwei Jahren eröffnet. Er erstreckt sich auf einer Fläche von rund hundert Quadratkilometern und umfasst Staatswaldflächen in den Landkreisen Ortenau, Rastatt und Freudenstadt sowie Kommunalwaldflächen in Baden-Baden und Bühl. Im Nationalpark steht die Natur an oberster Stelle – 75 Prozent der Fläche sind der Nutzung durch den Menschen entzogen.

Im **Biosphärengebiet Schwarzwald**, das offiziell seit Februar diesen Jahres besteht und die Stadt Freiburg sowie 28 Gemeinden in den Landkreisen Lörrach, Waldshut-Tiengen und Breisgau-Hochschwarzwald

mit zusammen über 630 Quadratkilometer Fläche umschließt, dürfen nur drei Prozent der Fläche nicht genutzt werden. Bei diesem Naturschutzprojekt geht es vordergründig darum zu zeigen, wie sich Aktivitäten im Bereich der Wirtschaft, der Siedlungstätigkeit und des Tourismus mit den Belangen von Natur und Landwirtschaft in Einklang bringen und nachhaltig weiterentwickeln lassen.

Die beiden **Naturparke Schwarzwald Mitte/Nord** und **Südschwarzwald** kennzeichnen ihre große Fläche, ihre Funktion als Erholungsgebiete und die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit. Das Naturschutzniveau ist niedriger als im Nationalpark und im Biosphärengebiet. Der Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord umfasst mit 375.000 Hektar in den Landkreisen Calw, Freudenstadt, Karlsruhe, Rastatt, Rottweil, Enzkreis und Ortenaukreis sowie Teile von Baden-Baden und Pforzheim.

Insgesamt leben in den 105 Gemeinden des Naturparks rund 700.000 Menschen. Der Naturpark Südschwarzwald ist mit 394.000 Hektar der flächenmäßig größte Naturpark Deutschlands. Er erstreckt sich von Elzach bis Waldshut sowie von Freiburg bis hinter Villingen-Schwenningen und umfasst über 115 Gemeinden mit über 550.000 Einwohnern in fünf Landkreisen sowie einem Stadtkreis.

In Deutschland gibt es über 100 Naturparke, 7 davon in Baden-Württemberg. International, vor allem außerhalb Europas sind diese allerdings weniger bekannt. Anders der Nationalpark: Er ist Menschen weltweit ein Begriff und deshalb auch dazu geeignet, noch mehr Besucher in den Schwarzwald zu locken. Auch die Bekanntheit des Biosphärengebiets oder genauer -reservats als von der Unesco anerkannte Modellregion ist international hoch. **kat**

OFFENBURG



An der Spitze des Aufsichtsrats der **Edeka Südwest** mit Sitz in Offenburg hat es einen Wechsel gegeben: **Adolf Scheck** (65, Bild links), der dem Aufsichtsrat seit 1986 angehörte und seit 2002 den Vorsitz innehatte, hat sich in den

Ruhestand verabschiedet. Zu seinem Nachfolger wählte die Generalversammlung **Uwe Kohler** (50, rechts). Adolf Scheck betreibt zwölf Märkte zwischen Achern und Frankfurt mit zusammen rund 45.000 Quadratmeter Verkaufsfläche und circa 900 Mitarbeitern. Er engagierte sich nicht nur bei der Edeka Südwest, sondern auch bei der Zentrale in Hamburg, wo er seit 2002 im Aufsichtsrat saß, von 2010 bis 2016 als Vorsitzender. Nach der Generalversammlung wurde Scheck verabschiedet und für seine Verdienste in der genossenschaftlichen Arbeit geehrt. Er erhielt die goldene Ehrennadel des Deutschen Genossenschafts- und Raiffeisenverbands. „Selbstständige Kaufleute ihres Kalibers sind leuchtende Vorbilder für einen gesamten Berufsstand“, sagte der Vorsitzende der Edeka-Zentrale Markus Mosa. Auch Schecks Nachfolger Kohler engagiert sich auf nationaler Ebene: Seit 2011 ist er Mitglied im Aufsichtsrat der Edeka Zentrale und seit Mitte Juni dessen Vorsitzender. Zudem gehört er dem Aufsichtsrat der Edeka Bank an. Uwe Kohler stieg nach seinem dualen Betriebswirtschaftsstudium 1996 in das Familienunternehmen ein, das er zusammen mit seinem Vater Helmut und seinem Bruder Gerd leitet. Edeka Kohler betreibt sieben Märkte in Diersburg (Stammhaus), Niederschopfheim, Altenheim, Oberweier, Lahr, Seelbach und Kehl mit zusammen knapp 14.000 Quadratmeter Verkaufsfläche und etwa 325 Mitarbeitern. **ine**

RUST/BERLIN



Europa-Park-Chef Roland Mack (66, Bild) hat Anfang Juli in Berlin den Deutschen Gründerpreis für sein Lebenswerk erhalten – eine der bedeutendsten Auszeichnungen für Unternehmer in Deutschland. Er brachte den Freizeitpark aus den USA nach Deutschland. Roland Mack stammt aus dem traditionsreichen Waldkircher Wohnwagen- und Karussellbauunternehmen und eröffnete 1975 zusammen mit seinem Vater Franz Mack den Europa-Park in

Rust. Beeindruckt vom amerikanischen Disney World, das die beiden bei einer Amerikareise kennengelernt hatten, wagten sie die Investition von 25 Millionen Mark, die sich von Beginn an auszahlte. Der Europa-Park, der seither vielfach durch immer neue Attraktionen, Hotels und Konferenzzentren erweitert wurde (zuletzt wurde Mitte Juli der Themenbereich Irland mit vielen Fahrgeschäften und landestypischer Gastronomie eröffnet), ist heute der größte Freizeitpark Deutschlands mit jährlich über 5,5 Millionen Besuchern aus dem In- und Ausland sowie rund 3.500 Mitarbeitern. Die Mutterfirma Mack Rides hat sich zum Top-5-Hersteller weltweit für Achterbahnen und Fahrgeschäfte entwickelt. Viele internationale Einkäufer besuchen den Europa-Park, um die bis zu 25 Millionen Euro

teuren Anlagen selbst zu erleben. Das Familienunternehmen Mack, in dem von Beginn an auch Roland Macks Frau Marianne und später sein zehn Jahre jüngerer Bruder Jürgen mitarbeiten, stellt gerade die Weichen für die nächste Generation: Roland Macks Söhne Michael (37) und Thomas (35) wurden kürzlich Geschäftsführer (siehe WiS 6/16). Zudem steht die größte Investition in der über 200-jährigen Geschichte des Familienunternehmens an: 2018 soll das über 100 Millionen Euro teure Wasser-Erlebnis-Resort des Europa-Parks öffnen. **kat**

FURTWANGEN



Der Hochschulrat der **Hochschule Furtwangen** hat aus den Reihen seiner Mitglieder **Aesculap-Chef Hanns-Peter Knaebel** (Bild links) für die nächsten drei Jahre zu seinem neuen Vorsitzenden gewählt. Der bisherige Vorsitzende

Ulrich van der Meer (Hewlett Packard) war aus dem Gremium ausgeschieden. Der Hochschulrat hat zudem ein neues externes Mitglied: **Dirk Schallock** (Bild rechts), Geschäftsführer des Ventilatorenherstellers **EBM-Papst St. Georgen**, soll dem Gremium bis 2019 angehören. Der Hochschulrat besteht aus fünf internen sowie sechs externen Mitgliedern und verantwortet die strategische Ausrichtung der Hochschule. Knaebel ist seit September 2015 externes Mitglied des Furtwanger Hochschulrats. Der Mediziner ist Vorstandsvorsitzender des Tuttlinger Medizintechnikherstellers Aesculap, lehrt an der Universität Heidelberg und ist Vorsitzender des dortigen Universitätsrates. Aktuell sitzt Knaebel zudem noch dem Hochschulrat der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Villingen-Schwenningen vor, will dieses Amt aber Ende September abgeben. **wis**

SINGEN



Seit Anfang Juli verantwortet **Svend Koch** (55) als General Manager die **TFC-Niederlassung** in Singen, die für Süddeutschland zuständig ist. TFC mit Stammsitz im britischen Heathfield entwickelt und vertreibt Befestigungen und Federn. Die Firma ist in den meisten größeren Industrieländern präsent und setzt weltweit rund 26 Millionen Euro um. In Deutschland betreibt TFC außer der Niederlassung in Singen noch eine in Bochum, die für Norddeutschland zuständig ist. TFC Singen ging vor zwei Jahren aus der Übernahme der Firma Steppacher Schrauben Großhandel hervor. Svend Koch hat viele Jahre bei Mercedes Benz sowie in leitenden Positionen bei Saf-Holland in Singen und bei Logotec Solutions in Schaffhausen gearbeitet. Er stammt aus Düsseldorf, hat eine Ausbildung als technischer Kaufmann absolviert und an der Berufsakademie Stuttgart Kommunikationswissenschaft studiert. Vor seinem Berufseinstieg war er als Berufssoldat an mehreren Nato-Standorten tätig. **ine**

■ FREIBURG



Die Gebietsweinwerbung **Badischer Wein GmbH** hat die zum Herbst vakante Stelle in der Geschäftsführung neu besetzt und sich für **Christina Lauber** (49) entschieden. Die Stuttgarterin hat in Hohenheim Wirtschaftswissenschaften studiert und arbeitete nach Stationen bei Procter & Gamble sowie Kodak zuletzt als Geschäftsführerin Marketing und Vertrieb bei Aqua Römer in Göppingen. „Durch diese Tätigkeit kennt Sie nicht nur Markt und Branche,

sondern auch die relevanten Zielgruppen und hat Erfahrung in der strategischen Führung und Positionierung starker Marken und Dachmarken“, heißt es in einer Pressemitteilung. Die Badischer Wein GmbH ging 2009 aus der Weinwerbezentrale badischer Genossenschaften hervor, die seit 1952 für badische Weine warb. Sie ist eine Marketinggemeinschaft der badischen Weinerzeuger, deren Kosten die Mitglieder freiwillig tragen. Aktuell gehören 157 Winzergenossenschaften, Weingüter und -kellereien zur Badischer Wein GmbH. **ine**

■ BREISACH

Nachdem die Generalversammlung des **Badischen Winzerkellers** den bisherigen Aufsichtsratsvorsitzenden **Eckart Escher** als hauptamtlichen Vorstand bestätigt hatte, wählte der Aufsichtsrat in seiner konstituierenden Sitzung Mitte Juli **Bernd Simon** in den Aufsichtsrat. Er vertritt wie Escher den Bereich Tuniberg. Zudem wurden **Rainer Zeller** und **Ernst Fünfgeld**, beide für das Markgräflerland, sowie **Rolf Mauch** für den Breisgau als Aufsichtsratsmitglieder wiedergewählt, und **Thomas Honold** wurde für den ausscheidenden **Jürgen Bender** für den Kraichgau neu in den Aufsichtsrat gewählt. Neuer Aufsichtsratsvorsitzende ist **Rainer Zeller**, der bislang stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender war, und neuer stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender ist **Edgar Gimbel** aus Schallstadt (Geschäftsbericht Badischer Winzerkeller S.43). **wis**

■ OFFENBURG



Manfred Hammes (66, Bild), seit 2005 Geschäftsführer der **Wirtschaftsregion Offenburg/Ortenau** (WRO) ist in den Ruhestand gegangen. Der gebürtige Trierer, auch als Journalist, Schriftsteller und Filmemacher tätig, hat nach dem Jurastudium und einem Volontariat als Redakteur und Lektor eines juristisch-technischen Fachverlags seine berufliche Laufbahn begonnen. Er war Verlagsleiter eines mittelbadischen Tageszeitungsver-

lages und baute dann als Geschäftsführer einen großen deutschen Corporate Publishing Verlag auf. Zu Beginn von Hammes Amtszeit bei der WRO hatte diese 14 Städte und Gemeinden als Mitglieder, heute sind es 53. Dazu kommen gut 150 Unternehmen. Die WRO koordiniert die Öffentlichkeitsarbeit und das Standortmarketing für den Ortenaukreis und ihre Mitglieder. Aufsichtsratsvorsitzende der WRO ist die Offenburger Oberbürgermeisterin Edith Schreiner, Vorsitzender des Wirtschaftsbeirates ist der Unternehmer Nicolas Erdrich. Nachfolger von Hammes ist **Dominik Fehringer** (39). **orn**

■ RHEINFELDEN



Nach 28 Jahren bei **Schöler Fördertechnik** in Rheinfelden hat sich Finanzvorstand **Jürgen Kiefer** (66, Bild) in den Ruhestand verabschiedet. Kiefer begann 1988 bei dem Gabelstaplerspezialisten als Leiter der Buchhaltung, wurde bald Prokurist und kaufmännischer Leiter. Seit 1996 begleitete Kiefer als Finanzvorstand das Wachstum der mittelständischen AG. Mit über 350 Mitarbeitern am Hauptsitz sowie an sieben Niederlassungen in Baden-Württemberg ist

Schöler heute der größte Linde-Händler Süddeutschlands. Kiefers bisheriges Aufgabengebiet übernehmen einstweilen der kaufmännische Leiter **Alexander Lang** sowie die beiden verbleibenden Vorstände **Ulrich Kurz** und Firmengründer **Dieter Schöler**. **ine**

■ TUTTLINGEN

Dirk Freund, im Vorstand der Aesculap AG zuständig für Forschung & Entwicklung sowie Regulatory Affairs, hat „aufgrund unterschiedlicher Auffassungen darüber, wie der Bereich Forschung & Entwicklung und das Innovationsmanagement zukünftig weiterzuentwickeln sind, sein Amt zum 1. August im Einvernehmen mit dem Aufsichtsrat niedergelegt“. Das teilte der Medizintechnikhersteller in einer Presseinformation mit. Demnach hat der Vorstandsvorsitzende **Hanns-Peter Knaebel** den Geschäftsbereich übernommen und führt diesen nun zusammen mit seinen weiteren Ressorts Finanzen & Controlling, Qualitätsmanagement, Medical Scientific Affairs und der Stabsstelle Organisationsentwicklung. Gleichzeitig wurde ein neues Vorstandsressort mit den Geschäftsbereichen Marketing & Vertrieb, Personal & Recht, Aesculap Akademie und Aesculap Marketing Communication geschaffen, das **Jens von Lackum** leitet. Lackum wurde vom Aufsichtsrat der Aesculap AG einstimmig zum stellvertretenden Mitglied des Vorstands gewählt und übernimmt zusätzlich die Position des Arbeitsdirektors von Knaebel. **ine**

■ KEHL



Karlheinz Hillenbrand (Jahrgang 1950, Bild links) hat sich Ende Juli in den Ruhestand verabschiedet. Er war seit 1984 Direktor des **Landeshafens in Kehl** und seit 1995 Geschäftsführer der Bäder- und Kurverwaltung Baden-Württemberg (BKV) in Baden-Baden.

Hillenbrand, in Lahr geboren und in Kehl aufgewachsen, wurde nach seinem Ingenieurstudium in Karlsruhe und einer Tätigkeit für ein internationales Bauunternehmen Geschäftsführer der landeseigenen Hafenerwaltung in Kehl. Der Rheinhafen hat sich unter seiner Führung zu einem bevorzugten Industriestandort und wichtigen Verkehrsknotenpunkt entwickelt. Hillenbrands Nachfolger als Hafendirektor ist seit 1. August **Uwe Köhn** (53, rechts). Der Jurist hat zuvor in Aufsichtsgremien von Landesbetrieben gearbeitet und kennt sich mit der Führung von Unternehmen der öffentlichen Hand aus. **kat**

Der Rhythmusgeber

Markus Dauber, Vorstandsvorsitzender der neuen „Volksbank in der Ortenau“



OFFENBURG. Nach Herkunft und Jugendzeit befragt, kommt Markus Dauber (47) schnell auf den Musikverein, dem er angehört hat, zu sprechen. Schlagzeug hat er dort gespielt. „Das Schlagzeug gibt den Rhythmus an“, sagt der gebürtige Hesse und das Engagement im Vorstand dieses Vereins hat noch weitere seiner Talente gefördert, die ihm im heutigen Berufsleben zugute kommen. So hat er früh gelernt, Geschäfte zu organisieren und zu führen, damals beispielsweise eine Konzertreise in die USA mit 140 Teilnehmern. Und es hat ihn gelehrt, ohne Nervosität vor Publikum zu sprechen: Dauber ist außerordentlich redegewandt, kann Ideen entwickeln und seinen Zuhörern nahebringen, er überzeugt, hat immer den großen Hintergrund seiner Aussagen parat und verliert nie den roten Faden. Bei jeder Pressekonzferenz seiner Bank wird das deutlich. Dazu gesellen sich sowohl Teamfähigkeit als auch eine Begabung zur Führung von Gruppen. Die erste und zweite Ebene der Bank sei ein sehr gut eingespieltes Team, sagt Dauber. Strategien entwickelt er gemeinsam mit allen Betroffenen – so wird die „Schwarmintelligenz“ der Mitarbeiter systematisch genutzt. Die Bank laufe so gut, dass Zeit für Innovationen bleibe. Dauber

Deren Fusion mit der Volksbank Gießen veranlasste ihn, sich anderweitig umzusehen. So kam er nach Offenburg. Im Oktober 2005 wurde Dauber Vorstand der Volksbank Offenburg eG – unter dem Vorstandsvorsitzenden Richard Bruder, mit dem ihn ein enges Senior-/Juniorverhältnis verband. 2013 wurde er als Nachfolger Bruders Vorstandsvorsitzender.

Die (bisherige) Volksbank Offenburg expandiert seit Jahren in vielen Bereichen, was sich in überdurchschnittlichen Wachstumsraten niederschlug. Ein bundesweites Alleinstellungsmerkmal erlangte das Institut beim kartengestützten Bezahlen. Es betreibt ein Zahlungssystem für große und sehr bekannte Filialisten und viele Einzelhändler. An über 45.000 Kassenterminals finden sich die Lösungen aus Offenburg. Dazu gesellt sich das jetzt so stark aufkommende E-Commerce-Geschäft dieser Kunden. Der Umsatz der Bestandskunden wächst jährlich um zehn bis fünfzehn Prozent. Vergangenes Jahr hat Dauber weitere Zahlungssystemanbieter dazugekauft. Dieses Geschäft bietet inzwischen 40 Arbeitsplätze und trug zu über einem Drittel zum Provisionsergebnis der (bisherigen) Volksbank Offenburg bei.

Wo immer er einen Vorteil für die Kunden, Mitglieder, die Region oder die Bank sieht, setzt Dauber auf Kooperation, statt „Energie in sinnlose Verdrängung zu verschwenden“, wie er sagt. Zwei „neue Kinder“ sind zum einen das Immobilienportal Ortenau, das die digitale Schlagkraft gegenüber den Internet-Monopolisten erhöht und die Kosten für alle Beteiligten verringert. Und zum Zweiten ist es das weite Feld des E-Commerce-Handels: Die E-Com-Region Ortenau ist eine Initiative von Unternehmen der digitalen Wirtschaft in der Ortenau, der Hochschule Offenburg, der Volksbank sowie der öffentlichen Verwaltung mit dem Ziel, die führende Stellung der Region im Onlinehandel deutschlandweit auszubauen.

Der Höhepunkt aber in Daubers bisherigem Wirken ist die Fusion mit der benachbarten Volksbank Achern zur „Volksbank in der Ortenau“. Ende Juni haben die Vertreterversammlungen der beiden bisherigen Volksbanken (Offenburg und Achern) der Fusion zugestimmt. Damit, davon ist Dauber überzeugt, konnte man „Gestalter und nicht Opfer“ der strukturellen Veränderungen am Bankenmarkt bleiben. Die neue Volksbank beschreibt er als ein Institut mit knapp drei Milliarden Euro Bilanzsumme und 500 Mitarbeitern. Dauber ist Vorstandsvorsitzender und führt mit seinen Kollegen Andreas Herz, Clemens Fritz und Günter Quicker die Bank.

Das Ende der Fahnenstange ist damit aber sicher noch nicht erreicht. Dauber, der mit Frau und zwei Kindern in Oberkirch lebt, werden die Ideen nicht ausgehen. **orn**

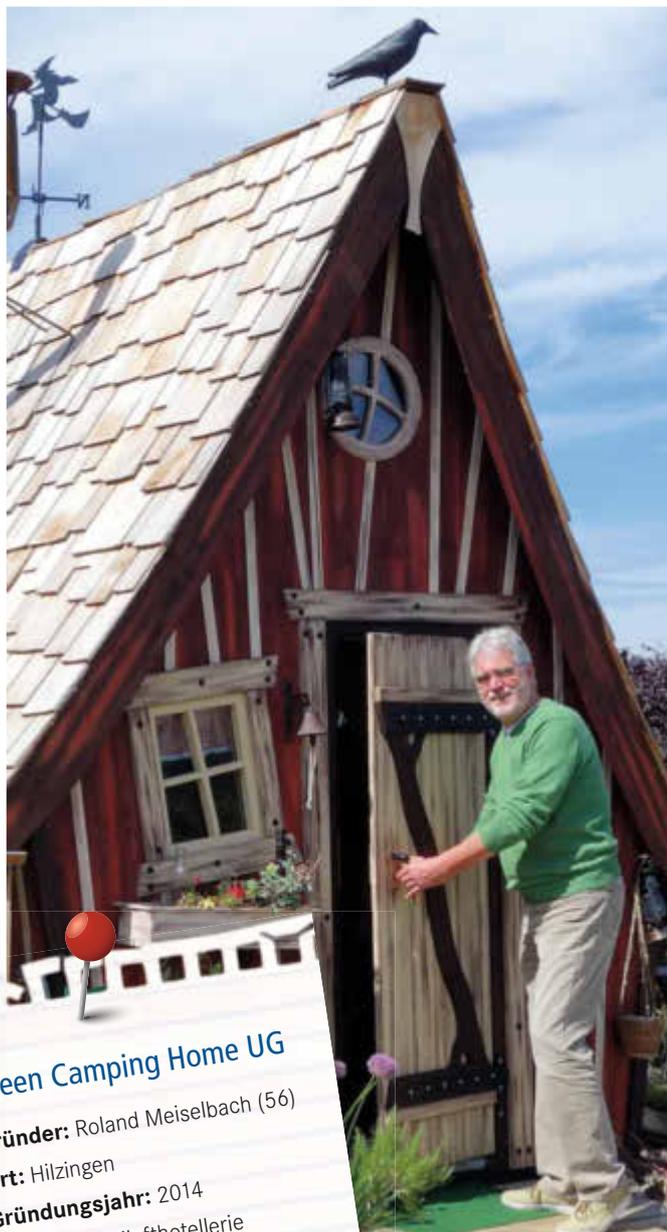
» Nach der Fusion fast drei

Milliarden Bilanzsumme «

ist davon überzeugt, dass es die kleineren Banken nur über massive Strukturveränderungen schaffen, angesichts der Herausforderungen – Nullzinspolitik der EZB, regulatorische Anforderungen und Digitalisierung – gegenüber den großen Instituten, den Direktbanken und den Fintechs zu bestehen.

Der Sohn des Geschäftsführers eines großen Unternehmens aus der Baustoffbranche ist früh mit dem Volksbankensystem in Berührung gekommen, nämlich über ein Praktikum in der elften Klasse. Er hat eine Lehre bei der Marburger Volksbank gemacht, Wirtschaftswissenschaften studiert und als Diplom-Kaufmann abgeschlossen. An der Steinbeis-Hochschule in Berlin hat er ein weiteres Studium zum Master of Business Administration mit dem Schwerpunkt Financial Services Industry absolviert. Bei der Marburger Volksbank wurde er Vorstandsassistent, später Prokurist, Generalbevollmächtigter und schließlich, im Jahr 2004, Vorstand dieser Bank.





Green Camping Home UG

Gründer: Roland Meiselbach (56)

Ort: Hilzingen

Gründungsjahr: 2014

Branche: Freiluftthotellerie

Idee: Vertrieb von Mobilheimen, Baumhäusern, „Hexenhäusern“, Kotas, Schlaffässern, Podhouses und ähnlichem.

Roland Meiselbach vertreibt Freizeitheime

Hexenhäuser nach Maß

Herr Meiselbach, wie sind Sie auf die Idee zu Ihrer Gründung gekommen?

Ich komme aus der Immobilienbranche und habe viele Jahre im Vertrieb von Bauträgern gearbeitet. Seit gut zwölf Jahren bin ich ausschließlich im Freizeitsektor für Übernachtungsmöglichkeiten tätig – ich vertreibe Mobilheime für Campingplätze, Freizeitparks, Freizeitgrundstücke und private Freizeitgelände. Zu den Mobilheimen kommen Sauna- und Schlaffässer, Podhouses, Baumhäuser, Kotas und diverse andere Übernachtungsmöglichkeiten, beispielsweise auch für Kinder, dazu. Daraus entstand 2014 meine Firmengründung „Green Camping Home UG“.

Etwas recht spezielles sind die „Hexenhäuser“?

Ja, dieses Nischenprodukt bietet ein besonderes Flair und die krummen Holzhäuser sind mittlerweile ein wichtiges Standbein in meinem Unternehmen geworden.

Wer sind Ihre Kunden?

Große Kunden sind Betreiber von Campingplätzen und Ferienparks. Der Privatbereich nimmt allerdings mittlerweile sehr stark zu. Die Kunden kommen hauptsächlich aus Deutschland, aber auch aus Österreich, der Schweiz, Frankreich, den Niederlanden und Belgien.

Wieviele Kunden haben Sie inzwischen?

Das geht schon an die 200.

Wen vertreten Sie?

Ich vertrete derzeit zwölf Hersteller, die ich mir alle genau angeschaut habe, bevor ich begann, ihre Produkte zu vertreiben. Ich besuche die Werke und sehe mir die Produktionen an, natürlich auch das jeweilige Programm.

Und wieviele Wohnmöglichkeiten haben Sie in den zwei Jahren seit Ihrer Existenzgründung verkauft?

Gut 50 Mobilheime verschiedener Hersteller und über 40 der schrägen Märchenhäuser, dazu mehrere Dutzend der anderen Produkte.

Wie werden die Häuser aufgebaut?

Meist von den Kunden selbst oder durch unsere Montageteams. Bei Mobilheimen schauen wir uns vorher genau das Grundstück an, um ein reibungsloses Aufstellen zu gewährleisten

Was kosten die Bauwerke?

Die kleinsten gibt es ab 600 Euro, die großen Märchenhäuser ab knapp 3.000 Euro. Nach oben ist natürlich viel Spielraum.

Können Sie von Ihrer Existenzgründung leben?

Ja, das kann ich und ich habe sie aus eigenen Mitteln gestemmt. Zuhilfe geht mir meine Frau, ich denke aber auch schon über Anstellungen von Mitarbeitern nach.

Interview: upl



Mehr Platz, eine moderne Ausstattung und bessere Erreichbarkeit: Der neue Konstanzer IHK-Standort bietet viele Vorteile.

Gut erreichbar im neuen Kammersitz

Volle Kraft voraus am Seerhein

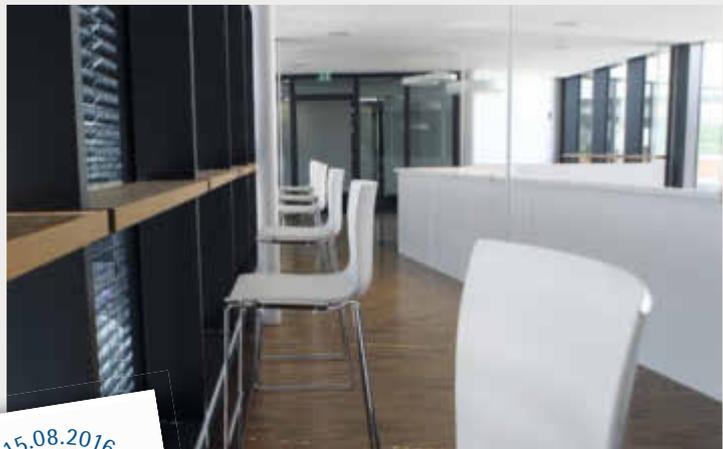
Seit dem 15. August ist es offiziell: Die IHK Hochrhein-Bodensee hat ihren neuen Sitz in der Reichenaustraße 21 in Konstanz bezogen und heißt Mitglieder, Gäste und Kunden in den neuen Räumlichkeiten „Herzlich Willkommen!“.

Über 450 Kartons wurden für den Umzug des Kammersitzes vom Konstanzer Stadtteil Paradies an den Seerhein gepackt, 50 Tonnen Papier digitalisiert oder entsorgt. Mit dem neuen Gebäude entsteht ein Jahr nach der Eröffnung des Bildungszentrums Schopfheim auch in Konstanz ein offenes Haus für die Mitgliedsunternehmen und eine moderne Stätte für die Aus- und Weiterbildung. Ohne Übergangszeit heißt es nun „Volle Kraft voraus am Seerhein“.

Für die Gäste bietet der neue Standort in allen Facetten Vorteile. Die gute Erreichbarkeit mit dem Pkw, der direkt gegenüberliegende Parkplatz, die Bushaltestelle vor dem Gebäude und die Barrierefreiheit sind nur äußere Vorteile, die der neue Standort bietet.

Innen stehen moderne Tagungs- und Seminarräumlichkeiten auch für die Nutzung der Mitgliedsunternehmen zur Verfügung. „Die duale Ausbildung und eine moderne Weiterbildung müssen mit den Angeboten von Universitäten, Fachhochschulen und anderen Anbietern mithalten können. Unser alter Standort in der Schützenstraße war hierfür nicht mehr geeignet. Mit den neuen Räumlichkeiten wird unser Angebot deutlich ausgebaut. Zudem ist ein offenes Haus für die Mitgliedsunternehmen entstanden“, freut sich IHK-Hauptgeschäftsführer Claudius Marx. Im ehemaligen „Centrotherm-Gebäude“ findet man die IHK auf den oberen beiden Etagen. Im Erdgeschoss entsteht mit dem „BodenseeForum“ ein neues Kongress- und Veranstaltungshaus der Stadt Konstanz. **wu**

› Im neuen Kammersitz freut sich IHK-Hauptgeschäftsführer Claudius Marx nach dem Auspacken seiner Umzugskisten auf Mitglieder, Gäste und Kunden.



INHALT

- › **17** **IHK ist umgezogen**
Neuer Standort am Seerhein moderner und großzügiger
- 19** **DIHK-Umfrage zum Brexit**
Unternehmer rechnen langfristig mit sinkenden Exporten
- 20** **Azubis aus Frankreich**
Erfolgreiche deutsch-französische Kooperation
- 21** **Mehrwert Werteorientierung**
Zehn Jahre Fachbereich „Kirche und Wirtschaft“ der Erzdiözese
- 22** **Interview zu „Go.for.europe“**
Im Gespräch mit Michael Wiedemer von Sedus Stoll
- 26** **„Tag der kleinen Forscher“**
Wie Kinder für die Naturwissenschaft begeistert werden
- 28** **Prüfung der Floristinnen**
Acht junge Frauen machten ihren Abschluss
- 31** **Nachwuchs überzeugt**
Absolventen im Hotel- und Gaststättengewerbe
- 32** **Lehrgänge und Seminare der IHK**



Seit 15. August:

Kammersitz in Konstanz
Reichenaustraße 21, 78467 Konstanz

Tag der offenen Tür
Sonntag, 23. Oktober 2016

Vermietung der Räume an Mitgliedsunternehmen:
Karin Wiehrer, Telefon 07531 2860-121
karin.wiehrer@konstanz.ihk.de

Umfrage zu Folgen des Brexit

Über 5.600 Unternehmen aus ganz Deutschland haben an einer Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertags zu den möglichen Folgen des Brexit teilgenommen. Mehr als 100 Unternehmen aus der Region der Industrie- und Handelskammer Hochrhein-Bodensee haben sich daran beteiligt. Davon exportieren rund 50 Prozent Produkte und Dienstleistungen nach Großbritannien.

Exportgeschäft nimmt langfristig ab

12 Prozent der an der Umfrage beteiligten Unternehmen aus der Region Hochrhein-Bodensee haben ein Tochterunternehmen oder eine Zweigstelle in Großbritannien. Rund drei Viertel der Firmen erwarten in den nächsten zwei Jahren keine Änderungen ihrer Exporte. 23 Prozent befürchten eine Abnahme. Langfristig rechnen aber mehr als die Hälfte der Unternehmen in der Region mit einem abnehmenden Exportgeschäft. Großen Einfluss auf die Beschäftigtenzahlen erwarten sie jedoch zurzeit nicht.

Gemäßigtes Wirtschaftswachstum in der EU

Mit 76 Prozent bereitet die politische und rechtliche Unsicherheit den Unternehmen in der Region am meisten Sorgen. Zudem fürchten sie einen Dominoeffekt bei anderen Ländern. Die Zunahme der bürokratischen Hürden wie Zolldokumente, Ausfuhrbescheinigungen, aber auch Zollabgaben oder Steuern werden als mögliche Folgen befürchtet. Ebenso wird angenommen, dass die Wechselkursrisiken steigen. 22 Prozent der Unternehmen in der Region haben Sorge,

dass der Austritt eine Verlangsamung des Wirtschaftswachstums in der EU für mehrere Jahre zur Folge haben wird.

Unsichere Lage für Unternehmensvertreter

Insgesamt macht sich momentan auf Bundesebene und in der Region eine abwartende Haltung bemerkbar. „Für die Unternehmen ist es ebenfalls Neuland, es gibt keine Erfahrungswerte“, erläutert Uwe Böhm, Geschäftsführer Fachbereich International. „Entsprechend unsicher stellt sich die Lage für die Unternehmensvertreter dar. Naheliegende Handelshemmnisse wie Zölle, Steuern oder Bürokratie werden aber von allen Unternehmen erwartet. Manche befürchten sogar, dass die EU insgesamt wirtschaftlich für die nächsten Jahre schwächer vertreten sein wird. So vermuten fast 60 Prozent der Unternehmen, dass das britische Wirtschaftswachstum für mehrere Jahre gehemmt sein wird und sich damit die Befürchtung, dass alle Beteiligten verlieren, bewahrheiten könnte“, so Uwe Böhm. bö

■ ÜBER DIE UNTERNEHMEN

50 Prozent der regionalen Unternehmen, die an der Umfrage teilnahmen, haben bis zu 99 Mitarbeiter. Der Rest verteilt sich auf größere beziehungsweise Großunternehmen. Hauptbranchen waren die Metallerzeugung und -bearbeitung, Elektrotechnik, Maschinenbau, Pharma und die Ernährungsindustrie.

Gelungene grenzüberschreitende Ausbildung

Neun französische Auszubildende profitieren

Ganz im Zeichen der grenzüberschreitenden Ausbildung stand der erste deutsch-französische Arbeitskreis Schule-Wirtschaft am Lycée Mermoz in St. Louis. Alexander Graf, Geschäftsführer Fachbereich Standortpolitik der IHK betonte im Blick auf den steigenden Fachkräftebedarf die Bedeutung dieser deutsch-französischen Kooperation zwischen den Betrieben im Dreiländereck und der größten Berufsschule im Elsaß. „Ebenso groß ist auch das Interesse auf der französischen Seite“, wie Schulleiter Jean-Luc Schildknecht betonte. „Da wir im Gegensatz zu Deutschland“, so Schildknecht, „eine Jugendarbeitslosigkeit von 26,5 Prozent haben, propagieren wir bei unseren Schülern die Karrieremöglichkeiten beim Nachbarn und setzen auf eine verstärkte Förderung der deutschen Sprache.“ Peter Krause, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Weil am Rhein unterstrich die Win-win-Situation dieser Partnerschaft durch Zahlen zur demografischen Entwicklung („Deutschland gehen die Fachkräfte aus“) und zur Geburtenrate, die in Frankreich „eben wesentlich höher ausfalle“.

Durch die deutsch-französische Rahmenvereinbarung haben IHK und Schule Neuland betreten. Erst seit September 2013 ist es möglich, eine Duale Ausbildung in einem deutschen Betrieb zu absolvieren und gleichzeitig die französische Berufsschule zu besuchen. Dies senkt die Sprachbarriere und eröffnet jungen Franzosen mit noch lückenhaften Deutschkenntnissen die Möglichkeit, eine Lehre in Deutschland zu beginnen. Dass die jungen Nachwuchskräfte in punkto Sprache sehr schnell dazulernen, bescheinigten die anwesenden Ausbildungsleiter der beteiligten Unternehmen.

Im anschließenden Interview mit Betriebsvertretern und Azubis gab es dann ausnahmslos Lob für das Engagement der jungen „Pioniere“. Ein Grund für Patricia Brotz, Geschäftsführerin des Mega Möbelhauses in Binzen und der Brotz-Gruppe, deshalb weiter am Ball zu bleiben und weitere grenzüberschreitende Ausbildungsverträge abzuschließen. „Denn viele unserer Arbeitsplätze sind zweisprachig gestaltet und wir haben einen hohen Anteil elsässischer Kunden“, sagte Brotz. Birgit Hinz von Hieber in Weil am Rhein betonte, dass es für gute Absolventen eine Übernahme-garantie von 100 Prozent gäbe. Thomas Pietrek und Marc Kaiser von Evonik, Rheinfelden, lobten ebenfalls den Einsatz ihrer Azubis. Sie haben sich zum Ziel gesetzt, beiden Kandidaten die Doppelqualifikation durch eine zusätzliche IHK-Prüfung in Deutschland zu ermöglichen.

IHK-Ausbildungsberater Rainer Reisgies zeigte zusammen mit Jean-Luc Schildknecht die Besonderheiten des deutschen und französischen Bildungssystems auf. „Fest steht, dass beide Partner viel voneinander lernen können“, stellte Reisgies fest. So sei festzuhalten, dass das französische System schneller sei, das deutsche System punkte mit wesentlich höheren Praxisanteilen und einer damit einhergehenden Arbeitsplatzgarantie.

Fazit der Veranstaltung: Die neun Verträge mit französischen Azubis sind erfolgreich. Jetzt gilt es, sowohl mehr deutsche Betriebe als auch mehr junge Elsässer zum Mitmachen zu motivieren. Denn eines ist sicher: Als Europäer kann man von solchen Projekten profitieren. **re**

Unternehmer-Ass Award für die besten Versicherungsvermittler

Büro aus Konstanz ganz vorne dabei

Bereits zum elften Mal wurde der Unternehmer-Ass Award für die besten Versicherungsvermittler vergeben. Über 150 Vermittlerbetriebe bewarben sich um den Titel in den Kategorien „Deutsche Versicherungsagentur des Jahres 2016“ beziehungsweise „Deutscher Versicherungsmakler des Jahres 2016“. Das Versicherungsbüro Martin Bantle aus Konstanz konnte sich erfolgreich gegen die Mitstreiter durchsetzen und belegte den zweiten Platz zur Deutschen Versicherungsagentur des Jahres 2016.

Die Preisverleihung war in den Unternehmertag in Göttingen eingebunden. Überreicht wurden die Auszeichnungen von den Award-Initiatoren, dem Bundesverband Deutscher Versicherungskaufleute (BVK), dem Institut Ritter, der Fachzeitschrift Versicherungsmagazin sowie dem IVV Institut für Versicherungsvertrieb. Die Bewertungskriterien berücksichtigen die erzielten betriebswirtschaftlichen Ergebnisse, die internen Abläufe in Vertrieb und Betrieb, die professionelle Arbeit der Mitarbeiter sowie die unternehmerische Strategie und die Alleinstellungsmerkmale der Unternehmen. Zu den Erfolgsfaktoren der professionellen Vermittlerbetriebe zählt zudem die Fokussierung auf eine bestimmte Zielgruppe. Das Versicherungsbüro Martin Bantle hat sich auf die

Zielgruppe der Grenzgänger spezialisiert. Ein Grund dafür ist die Nähe zur Schweiz, ein weiterer sind die seit 2005 bestehenden Regelungen des Doppelbesteuerungsabkommens und des Alterseinkünftegesetzes in Deutschland. Das Versicherungsbüro bietet Beratungen und eine Musterkalkulation zur Grenzgängervorsorge an. Die Spezialisierung auf eine bestimmte Zielgruppe erfordert besonderes Know-how, ist aber auch die Basis für zusätzlichen Erfolg.

Die Qualität und Professionalisierung der Vermittlerbetriebe in Deutschland ist so hoch wie nie zuvor, lautet die zentrale Erkenntnis des Unternehmer-Ass Awards 2016. Nach Überzeugung seiner Initiatoren veranschaulicht der Wettbewerb, dass Erfolg kein Zufall ist: Vertriebsfolge, Servicequalität und individuelle Kundenberatung könnten systematisch geplant, aufgebaut und erreicht werden. **lk**



Martin Bantle hat sich auf Versicherungsfragen für Grenzgänger spezialisiert.

Werteorientierung ist ein Mehrwert

Das zehnjährige Bestehen des Fachbereichs Kirche und Wirtschaft der Erzdiözese Freiburg haben mehr als 100 Führungskräfte aus Wirtschaft und Kirche in der Seminarkirche des „Collegium Borromaeum“ in Freiburg gefeiert. Ingrid Hempel, ehemalige stellvertretende Präsidentin der IHK Hochrhein-Bodensee, beteiligte sich im Anschluss der Festlichkeiten am Podiumsgespräch. Im Mittelpunkt stand das Thema „Werteorientierung ist ein Mehrwert“. Hempel hob hervor, welche zentrale Bedeutung die Mitarbeiter für den Erfolg eines Unternehmens haben. Für diese fühle sie sich als Unternehmerin verantwortlich, ebenso wie sie von den Mitarbeitern Engagement erwarte.

Die Arbeit des Fachbereichs greift seit 2006 Fragen von Unternehmen und Führungskräften auf, die ihr Unternehmen werteorientiert führen wollen. „Viele solcher ethischen Fragen, können Führungskräfte im Arbeitsumfeld nicht ansprechen“, erläuterte Sebastian Friese, der Leiter des Fachbereichs. Deswegen seien Räume der Begegnung mit Gleichgesinnten außerhalb des Unternehmens von großer Bedeutung. „Weiterhin stelle ich immer wieder fest, wie notwendig auch spirituelle Angebote durch Mediationen, Seminare oder Impulstexte sind. Denn viele Führungskräfte sind persönlich auf der Suche, welche Orientierungspunkte der Glaube für ihre verantwortungsvolle Tätigkeit geben kann. Hier besteht echter Nachholbedarf, da das weder in der Wirtschaft noch in der Kirche ausreichend im Blick ist“, sagte der promovierte Theologe. Der Fachbereich Kirche und Wirtschaft der Erzdiözese Freiburg bietet Vorträge und Seminare, Impulse und Spiritualität für Unternehmer und Führungskräfte an. Glücklich werden kann nach Überzeugung des Erzbischofs von Freiburg, Stephan Burger, nur der, der seinen Nächsten mit im Sichtfeld hat: „Das gilt auch mit Blick auf die Wirtschaft: Kein Unternehmen ist Selbstzweck. Und auch Gewinn und Überfluss sind kein Selbstzweck. Sie stehen letztendlich und immer im Dienst der Menschen.“ Unter Hinweis auf die im Grundgesetz verankerte Sozialpflichtigkeit des Eigentums (Eigentum verpflichtet) erklärte der Erzbischof: „Jede unternehmerische Tätigkeit ist letztendlich immer auch ein Dienst an den Mitmenschen und der Allgemeinheit. Kunden, Mitarbeitende, Dienstleister und Zulieferer haben alle ihre je eigenen Anliegen und leisten ihren je eigenen Beitrag. Wenn diese mit den eigenen Interessen sorgsam austariert werden, dann wird das Unternehmen zum Segen – für alle Beteiligten.“ sf



Der Freiburger Erzbischof Stephan Burger mit Ingrid Hempel, ehemalige stellvertretende Präsidentin der IHK Hochrhein-Bodensee.

Forum für Führungskräfte im Kloster Hegne

Der Fachbereich Kirche und Wirtschaft der Erzdiözese Freiburg und die Führungsakademie Baden-Württemberg laden am **27. Oktober** ins Hotel St. Elisabeth, Kloster Hegne ein. Das Thema des Forums für Führungskräfte lautet „Nachhaltigkeit als Markenkern – Die Philosophie der Insel Mainau“. Bettina Gräfin Bernadotte wird eine Einführung in ihre Unternehmensphilosophie geben und anschließend an Gesprächen und Austausch teilhaben. Die Veranstaltung beginnt um 18.30 Uhr.

i Anmeldung bis zum 14. Oktober unter www.mitwertenwirtschaften.de/anmeldung

Interview mit Michael Wiedemer

» Ein Traum: Während der Ausbildung ins Ausland «

Sedus Stoll AG engagiert sich für IHK-Projekt „Go.for.europe“

Herr Wiedemer, als Personalreferent der Sedus Stoll AG engagieren Sie sich tatkräftig für das Projekt Go.for.europe. Warum beteiligt sich Sedus Stoll an dem Projekt und ermöglicht den Auszubildenden im Betrieb ein Auslandspraktikum?

Wir, als Ausbildungsbetrieb verfolgen eine europäische Denkweise. Ich empfinde es daher als sehr wichtig auch bei den jungen Menschen diesen europäischen Horizont zu öffnen. Das Projekt ermöglicht uns, unsere Azubis während der Ausbildung ins Ausland zu entsenden und bietet außerdem eine tolle Unterstützung für dieses Vorhaben an. Wir sind so begeistert von dem Projekt, dass wir für unsere Firma einen eigenen Antrag gestellt haben. So können wir noch mehr Azubis das Praktikum im Ausland ermöglichen. Der Vorstand hat damals, meinen Vorschlag einen eigenen Antrag zu stellen, sehr begrüßt. Auch von unseren Auszubildenden selbst erhalten wir nur positives Feedback. Alle sind sehr dankbar, die Möglichkeit zu bekommen, ein Auslandspraktikum als Teil ihrer Ausbildung absolvieren zu können. Bisher hat auch alles immer super geklappt mit dem Ergebnis, dass sich immer mehr Azubis für das Projekt interessieren. Das Projekt hat sich in unserem Betrieb inzwischen als wichtiger Bestandteil innerhalb der Ausbildung etabliert. Für uns trägt dies ungemein zur Steigerung der Attraktivität als Ausbildungsunternehmen bei. Die Auszubildenden bekommen die Chance, ihre Sprachkompetenz zu verbessern und erlangen Sicherheit bei der sprachlichen Anwendung, beim Telefonieren und bauen Berührungsängste ab.



Michael Wiedemer,
Personalreferent Sedus Stoll AG

„Persönlich weitergebracht“



Verena König (links), Go.for.europe-Projekt-leiterin der IHK mit Veronika Isele, die ein Auslandspraktikum während ihrer Ausbildung absolviert hat.

Veronika Isele macht eine Ausbildung zur Industriekauffrau bei Sedus Stoll. Sie hat ihr Auslandspraktikum in Plymouth in England absolviert. Ihre Erfahrungen sind durchweg positiv: „Ich habe mich sehr auf mein Praktikum im Ausland gefreut. Am Anfang hatte ich etwas Bedenken wegen der englischen Sprache, aber es hat alles super geklappt. Die Menschen sind sehr freundlich und hilfsbereit. Ich habe dort in einer sozialen Gemeinschaft, vergleichbar mit der Tafel hier in Deutschland, gearbeitet. Ich durfte auch einige Bürotätigkeiten übernehmen, aber der Kontakt zu den Menschen hat mir am meisten Freude bereitet.

Während dem Aufenthalt in England habe ich viel Englisch gesprochen und viel Neues dazugelernt. Das Team hat mich bei der Arbeit voll miteinbezogen und ich fühlte mich gut aufgehoben. Die Kinder von meiner Gastmutter sind alle schon ausgezogen und sie hat es vermisst, jemand um sich zu haben. Dort waren noch weitere Azubis und Studenten untergebracht. So konnten wir uns auch untereinander austauschen. Meiner Gastmutter hat es genauso viel Spaß gemacht wie mir. Sie hat ihren Job als Hostmum geliebt und hat für alle gut gesorgt.

Auch über das Wetter kann ich mich nicht beschweren. Es hat gerademal zwei- oder dreimal geregnet. Ich würde das Projekt auf jeden Fall weiterempfehlen und jederzeit nochmal daran teilnehmen. Es hat mich vor allem persönlich stark weitergebracht.“

Viele Azubis konnten bereits an dem Projekt teilnehmen und ein Praktikum im Ausland absolvieren – inwiefern profitieren die Azubis, aber auch das Unternehmen?

Bereits im Bewerbungsgespräch fragen viele Bewerber nach dem Projekt. Andere Auszubildende werben für das Projekt und somit auch für die Ausbildung. Vor allem während der Zeit im Ausland posten viele Teilnehmer Fotos in Social-Media-Plattformen. Wir verzeichnen, auch dank dem Projekt, konstante Bewerberzahlen und erhalten wirklich gute Bewerbungen aufgrund des hohen Interesses an einem Auslandspraktikum. In der Regel entsenden wir die Azubis gegen Ende des ersten Ausbildungsjahres ins Ausland. In den vier Wochen erleben sie einen Sprung in ihrer Persönlichkeitsentwicklung. Das merken wir besonders, wenn die Auszubildenden aus dem Ausland zurückkehren. Viele müssen sich und das Arbeitsleben zum ersten Mal selbstständig organisieren. Sie nabeln sich ein Stück weit von zuhause ab und sind auf sich gestellt. Außerdem eröffnet ein Auslandspraktikum ganz neue Chancen am Arbeitsmarkt und ermutigt viele Azubis nach der Ausbildung noch eine Weiterbildung oder Ähnliches zu machen. Nicht zu unterschätzen ist auch der finanzielle Zuschuss. Dieser ist für uns von enormer Bedeutung. Das Projekt wird von mehreren Partnern bezuschusst. Zum Großteil werden die Auslandspraktika von dem EU-Berufsbildungsprogramm „Erasmus+“ finanziert. Ein hoher finanzieller Anteil an dem Gesamtprojekt kann so durch die Geldgeber getragen werden.

Was gilt es zu beachten und wie läuft eine solche Entsendung ins Ausland in der Regel ab? Mit welcher Unterstützung können Unternehmen und Azubis rechnen?

Unternehmen, die einen Antrag für sich stellen, müssen sich darüber im Klaren sein, dass damit einige Stunden Arbeit zusammenhängen. Allerdings bietet die IHK eine große Unterstützung und der Antrag wurde bisher auch immer bewilligt. Ich arbeite seit 2009 mit der Projektleiterin Verena König zusammen. Ich schätze die Unterstützung der Servicestelle Go.for.europe sehr. Wichtig zu wissen ist ebenfalls, dass die Azubis während dem Auslandsaufenthalt weiterhin ihren Lohn bekommen. Sie werden von dem Unternehmen für diese Zeit freigesellt. Für die Teilnehmer handelt es sich hierbei nicht um Urlaub, sondern um eine Verlagerung des Lernortes.

Wir versuchen die Azubis so gut wie möglich auf die Zeit im Ausland vorzubereiten. Es werden beispielsweise zusätzliche Themen im internen Ausbildungsunterricht durchgesprochen. Oder der Exportleiter hält einen Vortrag zum Thema Arbeitswelt in England.

Was würden Sie Unternehmen oder Auszubildenden raten, die mit dem Gedanken spielen, an dem Projekt Go.for.europe teilzunehmen?

Zuallererst, würde ich jedem raten: Es lohnt sich – es lohnt sich extrem für alle. Wenn man mit dem Gedanken spielt, einfach ausprobieren! Als Unternehmen kann zu Beginn die tolle Möglichkeit über die IHK genutzt werden und ein oder zwei Azubis können entsendet werden. Dadurch entsteht automatisch genügend Werbung innerhalb des Unternehmens, sodass die nächsten Azubis anklopfen und ebenfalls an dem Projekt teilnehmen möchten. Größere Unternehmen können dann immer noch einen eigenen Antrag stellen. lk

Über das Projekt: Go.for.Europe

Seit 2008 setzt sich Go.for.europe als Servicestelle für Auszubildende und Unternehmen für die Internationalisierung der Berufsausbildung in Baden-Württemberg ein. Über 2.000 Auszubildende konnten bereits ein Praktikum im Ausland machen.

Die Servicestelle entsendet Auszubildende in europäische Unternehmen und berät Ausbildungs- und Berufsbildungspersonal. Darüber hinaus trägt Go.for.europe zum Transfer des deutschen dualen Berufsbildungssystems ins europäische Ausland bei.

Go.for.europe ist ein Gemeinschaftsprojekt der baden-württembergischen Wirtschaft – des Baden-Württembergischen Handwerkstages, des Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertags und des Verbands der Metall- und Elektroindustrie Südwestmetall. Das Projekt wird durch das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft Baden-Württemberg aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds unterstützt.

www.goforeurope.de

i Verena König: Tel.: 07531
2860-157, verena.koenig@
konstanz.ihk.de

Exkursion des IHK-Verkehrsausschusses Das Ziel hieß Leipzig

Ende Juni unternahm der IHK-Verkehrsausschuss eine Exkursion nach Leipzig. Die Stadt gilt als Logistikhochburg. Mit insgesamt zehn Teilnehmern wurden neben einer Schifffahrt auf dem Markkleeberger See und einer Stadtführung durch Leipzig auch ortsansässige Unternehmen besucht.

Besonders eindrücklich war die Besichtigung des DHL Hub Leipzig, die mitten in der Nacht stattfand. Mit einer Fläche von fast zwei Millionen Quadratmetern entstand in Leipzig einer der bedeutendsten Umschlagplätze der Welt für Luftfracht. Mit über 4.000 Arbeitsplätzen ist DHL ein wichtiger Job-Motor der Region Mitteldeutschland. Von Leipzig aus werden über 120.000 Zieladressen versorgt und jede Nacht starten und landen mehr als 60 Flugzeuge. In einer Nacht können bis zu 350.000 Sendungen oder bis zu 2.000 Tonnen umgeschlagen und auf dem Vorfeld bis zu 52 Flugzeuge gleichzeitig be- und entladen werden. Das weltweit operierende Unternehmen Future Electronics EDC Services GmbH ist Marktführer in der Distribution und Vermarktung von Halbleitern und elektromechanischen Komponenten. Über 6.000 Bestellungen im 24-Stunden-Lieferservice werden täglich über das Distributionszentrum in Leipzig abgefertigt. Außerdem sind über 100.000 unterschiedliche Bauteile in den Hochregallagern permanent vorrätig, um Just-in-Time-Lieferungen und kundenspezifische Supply-Chain-Konzepte realisieren zu können. Bedient werden die 23 Meter hohen und 100 Meter langen Regale durch zwölf Kräne. Ein vollautomatisiertes



Die drei Tage in Leipzig werden den Exkursionsteilnehmern (hier bei der Firma Cargo Beamer) noch lange in Erinnerung bleiben.

Order Picking System greift die gewünschte Ware aus 285.000 Behälterstellplätzen und 4.500 Palettenstellplätzen.

Mit einem der Waggonaufsätze der Cargo Beamer AG können auch nicht kranbare Sattelaufleger von der Straße auf die Schiene umgeschlagen werden und so den Kombinierten Verkehr zukunftsfähig machen. Solche Systeme werden bei der Überlastung der Straßen immer wichtiger, um mehr Lkws von der Straße auf die Schiene zu bekommen. Bei der Besichtigung der Firma Cargo Beamer wurden die Vor- und Nachteile solcher Systeme unter den Exkursionsteilnehmern diskutiert und Erfahrungen ausgetauscht. Im Anschluss fand eine Vorführung im Werksterminal in Leipzig statt. So konnten die Teilnehmer das System in der Praxis genauer unter die Lupe nehmen.

jsl

Zwei neue Bildungspartnerschaften Berufsorientierung weiter ausgebaut

Das Schulzentrum Efringen-Kirchen besiegelte zwei neue Bildungspartnerschaften mit der Rheinkalk GmbH und den Kliniken des Landkreises Lörrach. Die Kooperationspartner versprechen sich von der Zusammenarbeit eine Win-win-Situation, von der sowohl die Schüler bei der Berufswahl als auch die Unternehmen bei der Fachkräftesicherung profitieren. „Die bereits bestehenden Kontakte sollen nun weiter ausgebaut werden, um den Schülern frühzeitig die Materie näher zu bringen und das Interesse zu wecken,“ sagte Peter Leifgen, Leiter des Kalkwerks, das rund 100 Mitarbeiter am Standort beschäftigt. Er übergab gemeinsam mit Arne Hilt vom Industrieverband Steine und Erden Baden-Württemberg (ISTE) dem Schulzentrum einen Geokoffer „Bausteine des Landes“ mit Unterrichtsmaterialien. Beide Betriebe bieten eine Vielzahl an Ausbildungsberufen und Studiengängen an. Die Kliniken beschäftigen an ihren Standorten Lörrach, Rheinfelden und Schopfheim rund 1.500 Mitarbeiter. Entsprechend vielschichtig sind die beruflichen Möglichkeiten. Laut Dubravka Kavur, Leiterin des Pflegedienstes der Kliniken, gebe es vor allem bei den medizinischen Fachangestellten einen Mangel.

ep

Wirtschaftsjunioren und -senioren Zu Besuch beim Mercedes-Benz-Autohaus Kestenholz

Gemeinsam besichtigten die Wirtschaftsjunioren Hochrhein und die Wirtschaftssenioren Hochrhein das Lörracher Mercedes-Benz-Autohaus der Kestenholz-Gruppe. Das ehemalige Autohaus Bühler in Lörrach wurde von Max Bühler, einem früheren Wirtschaftsjunioren, gegründet. Die Niederlassungen in Lörrach und Bad Säckingen werden nun von Thomas Kestenholz geleitet. Die Schweizer Kestenholz-Gruppe hat ihren Ursprung 1952 auf der Basler Seite. Mittlerweile beschäftigt die Gruppe mehr als 600 Mitarbeiter an insgesamt neun Standorten in der Schweiz und Deutschland.

Bei seiner kurzweiligen Führung durch die Räumlichkeiten und die Werkstatt von Kestenholz berichtete Thomas Kestenholz über die Besonderheiten. So wird strikt in Pkw- und Lkw-Service unterteilt. An diesem Tag wurde gerade ein Pistenräumfahrzeug des Euro-Airports gewartet. Doch nicht nur Theorie, auch Praxis stand auf dem Programm. Fünf Modelle der Marke Mercedes, darunter auch ein C-Klasse AMG-Modell, standen den Teilnehmern für Probefahrten zur Verfügung.

bö

350 Kinder forschten, entdeckten und feierten am „Tag der kleinen Forscher“

Kinder für naturwissenschaftliche Zusammenhänge begeistern



Die Kinder präsentierten bei der Zertifikatsübergabe ihre selbstgebaute Solarautos.

Der diesjährige „Tag der kleinen Forscher“ stand unter dem Motto „Willst Du mit mir feiern?“. 350 Kinder aus 25 Einrichtungen frühkindlicher Bildung am Hochrhein erlebten, wieviel Naturwissenschaft, Mathematik und Technik in einer richtigen Feier stecken. Sie durften unter anderem sprudelnde Zitronenlimonade herstellen, eigene Schminke mischen und mit Riesenseifenblasen experimentieren. Um dieses tolle Programm anbieten zu können, haben die Schüler der Fachschule für Sozialpädagogik der Justus-von-Liebig-Schule über 15 verschiedene Experimentier- und Forschungsstationen vorbereitet. Die kleinen und großen Forscher waren eingeladen auf dem Gelände und in den Räumlichkeiten der Stoll Vita Stiftung in Waldshut den Forscherfesttag gemeinsam zu gestalten und zu erleben. Die Kinder nutzten die Gelegenheit, probierten Party-Spiele aus, ließen Helium-Luftballons mit Wunschkarten steigen und bauten eigene Instrumente. Nach der Musikeinlage mit den selbstgebaute Instrumenten, schafften sie es sogar eigene „Feuerbälle“ über dem offenen Feuer herzustellen.

Der bundesweite Mitmachtag „Tag der kleinen Forscher“ wird einmal jährlich im Rahmen der gemeinnützigen Stiftung „Haus der kleinen Forscher“ veranstaltet. Zwei Bundestagsabgeordnete, Gabriele Schmidt und Thomas Dörflinger, besuchten ebenfalls den Forschertag und überzeugten sich von den kreativen Ideen für Kinder und dem bunten Treiben. Adelheid Kummle, Vorsitzende der Stiftung, forderte die Kinder auf, stets neugierig zu sein, weiterhin viele

Fragen zu stellen und sich vor allem die kindliche Neugier zu bewahren.

Zum Abschluss des Tages überraschte die Clownin Tusnelda die Kinder mit ihrem Versuch die eigene Geburtstagsparty vorzubereiten. Sie wollte eigentlich einen Kuchen backen und mit ihren Gästen feiern. Leider sagte ein Gast nach dem anderen ab, was Tusnelda sehr traurig stimmte. Doch glücklicherweise gelang es den Forscherkindern sie wieder aufzumuntern.

Landkreis Waldshut neu dabei

Der Landkreis Waldshut engagiert sich als neuer Partner für die Initiative „Haus der kleinen Forscher“ und erhält erstmalig die Plakette. Bei der diesjährigen Zertifikatsübergabe begrüßte Martin Kistler, Landrat Landkreis Waldshut die Erzieherinnen, Kinder, Eltern und alle anwesenden Vertreter vom Haus der kleinen Forscher. Er gratulierte den Kitas, die für ihre Projekte in den Bereichen Naturwissenschaft, Mathematik und Technik ausgezeichnet wurden und erinnerte daran, dass alle Alltagsgegenstände einmal von Forschern erfunden wurden.

Anschließend stellten die Kinder ihre Projekte vor. Der katholische Kindergarten St. Franziskus aus Todtnau-Präg wird zum ersten Mal zertifiziert. Die Kinder haben zum Thema „Messen und Wiegen“ geforscht und trugen ihr Projekt in Form eines Gedichts vor. Bereits zum zweiten Mal erhält der Kindergarten Wunderfitz aus Hohentengen die Auszeichnung. Stolz präsentier-



Schminke konnte selbst hergestellt werden.



ten die Kinder ihre selbstgebauten Solarautos aus Margarinedosen zum Thema Wetter und erneuerbare Energien. Die Kinder aus dem Kinderhaus St. Marien aus Waldshut haben einen Zahlenraum eingerichtet, in dem verschiedene Übungen und Spiele rund um Zahlen durchgeführt werden können. Die Einrichtung wird dank diesem Projekt bereits zum zweiten Mal rezertifiziert.

Die Aufführung der Clownin Tusnelda sorgte für Spannung.

lk

DAS NETZWERK HOCHRHEIN

Die Industrie- und Handelskammer Hochrhein-Bodensee setzt sich seit 2014 als regionaler Partner für die Stiftung „Haus der kleinen Forscher“ ein. Alexandra Thoß, Leiterin des Fachbereichs Ausbildung der IHK erläutert, warum: „Wir engagieren uns für die Initiative, da es für uns als IHK sehr wichtig ist, bereits die Kinder in den Kitas für naturwissenschaftliche Zusammenhänge zu interessieren. Schlussendlich bietet dies einen enormen Vorteil für unsere Mitgliedsunternehmen, da im Bereich der MINT-Berufe auch in unserer Region ein Fachkräftemangel herrscht.“ Der Verband der Metall- und Elektroindustrie Südwestmetall ist lokaler Netzwerkpartner der Stiftung Haus der kleinen Forscher für das Südwestmetall-Netzwerk Hochrhein. Koordiniert wird das Netzwerk vor Ort durch den gemeinnützigen Bildungsträger BBQ Berufliche Bildung gGmbH. Das Netzwerk engagiert sich für die Bildung von Mädchen und Jungen in Kindertagesstätten in den Bereichen Naturwissenschaft, Mathematik und Technik und bietet seit 2010 allen Einrichtungen am Hochrhein kontinuierlich Fortbildungen, Zertifizierungen, Fachtage und Aktionstage wie beispielsweise den „Tag der kleinen Forscher“ an und fördert deren Engagement. Unterstützt wird es tatkräftig von den regionalen Partnern: der Stoll Vita Stiftung, dem Verein Fachschule Jugendhilfe, der Justus-von-Liebig-Schule, dem Landkreis Waldshut und Lörrach sowie der Industrie- und Handelskammer.

lk

Schlüsselfertiges
Bauen

Stahlbau

Elementbau
Beton und Holz
Hallen

Industriebau

Objektbau

Schulen

Kindergärten

Anbauten

Modernisierung



Die acht glücklichen Absolventinnen überzeugen mit ihrer Blumenkunst (links).

IHK-Abschlussprüfungen in Schopfheim

Junge Floristinnen präsentierten ihre Blumenkreationen

Acht junge Floristinnen stellten während der Abschlussprüfung der Industrie- und Handelskammer Hochrhein Bodensee ihr Können unter Beweis. Unter den strengen Augen des Prüfungsausschusses präsentierten die Prüflinge in der Stadthalle in Schopfheim ihre Blumenkreationen. Im Rahmen der Freisprechungsfeier erhielten die Absolventinnen anschließend ihre Zeugnisse. Überreicht wurden diese durch Alexandra Thoß, Geschäftsführerin des Fachbereichs Ausbildung bei der IHK und Gabriele Marx, Leiterin der Außenstelle Schopfheim der Mathilde-Planck-Schule Lörrach.

Einführung ins Berufsleben

Ein besonderer Dank galt den Ausbildungsbetrieben und deren unternehmerische Entscheidung, Ausbildungsplätze für junge Leute bereitzustellen. Alexandra Thoß unterstrich in ihrer Rede die Qualität einer Ausbildung: „Das duale System der Berufsausbildung, kurz gesagt die klassische Lehre, zeichnet sich dadurch aus, dass der Nachwuchs durch die Verzahnung von Theorie und Praxis schrittweise ins Berufsleben geführt wird. Deshalb kennen unsere Absol-

ventinnen und Absolventen keinen sogenannten Praxisschock nach der Ausbildung. Sie kennen sich aus an ihren Arbeitsplätzen, wissen, wie der Hase läuft und stehen im Berufsleben ihren Mann beziehungsweise ihre Frau.“

Der Prüfungsablauf

Die Abschlussprüfung beinhaltete eine komplexe Prüfungsaufgabe, drei Arbeitsproben und ein kundenorientiertes Beratungsgespräch. Die komplexe Prüfungsaufgabe haben die Floristinnen bereits zuvor abgelegt. Hierbei konnte aus den folgenden Bereichen gewählt werden: Hochzeits-, Trauer-, Raum- oder Tischschmuck. Zum gewählten Thema erhielten die Auszubildenden eine Aufgabe und mussten dazu schriftlich eine Kalkulation sowie eine entsprechende Skizze erarbeiten. An der praktischen Prüfung erfolgte die Umsetzung der Aufgabe. Außerdem musste ein Gefäß bepflanzt, ein Strauß gebunden und eine gesteckte Vasen- oder Schalenfüllung angefertigt werden. Ik

i Stefanie Folk, Tel.: 07622 3907-224,
E-Mail: stefanie.folk@konstanz.ihk.de

Die Absolventinnen

Katharina Bächle: Jürgen Grass, Floristik, Handel, Schnittblumen, Garten- und Landschaftsbau, Laufenburg

Julia Ferraro: Andreas Hinn, Blumen Schmitt, Grenzach-Wyhlen

Annabelle Grether: Bernhard Maier, Gärtnerei und Blumengeschäft, Wehr

Lena Leisinger: Blumen- und Gartencenter Schmitt oHG, Lörrach

Elsa Schatt: Blumen- und Gartencenter Schmitt oHG, Lörrach

Marie Schlachter: Jürgen Grass, Floristik, Handel, Schnittblumen, Garten- und Landschaftsbau, Laufenburg

Saskia Strittmatter: Elke Bruder-Fischer, Gerhard Kessler, Floristik und Dekoration, Weil am Rhein

Julia Zimmermann: Benjamin Scholtz-Tautz, Blumenaus und Gartenbau e.K., Lauchringen

Netzwerktreffen

Erfahrungsaustausch zum Thema Energieeffizienz

Die Industrie- und Handelskammer bietet interessierten Unternehmen aller Branchen und Betriebsgröße für einen Zeitraum von zwei bis drei Jahren ein „EnergieEffizienzNetzwerk“ mit zwei Netzwerktreffen pro Jahr an. Im Fokus stehen die Themenfelder: Energieeffizienz, Energiemanagement und interne Energieaudits, Energienetze, Ressourceneffizienz, Prozessoptimierung und Projekte im Energieumfeld. Gerade der branchen- und betriebsgrößenübergreifenden Austausch von Erfahrungen kann das voneinander Lernen gut gewährleisten. Mit den regelmäßigen Treffen soll der Austausch über organisatorische und technische Effizienzmaßnahmen sowie regulatorische Rahmenbedingungen gefördert werden. Die Themenauswahl wird vom Teilnehmerkreis selbst festgelegt. Bei speziellen Themen werden auf Wunsch auch Fachreferenten hinzugezogen.

Am **28. September** von 9 bis 12 Uhr findet die Kick-off-Veranstaltung in der IHK Schopfheim, E.-Fr.-Gottschalk-Weg 1, statt. Die Teilnahme ist kostenlos. Weitere Informationen zu der Veranstaltung finden sich auf der Internetseite www.konstanz.ihk.de unter der Dokumenten-Nr. 11031. Michael Zierer, Referent für Umwelt und Energie bei der IHK, steht außerdem für Fragen zur Verfügung. wis

 Michael Zierer, Tel.: 07622 3907-214
E-Mail: michael.zierer@konstanz.ihk.de

Veranstaltung

Risiken im Bereich Umweltschutz

Unternehmen sind hinsichtlich des Umweltschutzes einer Vielzahl von Risiken ausgesetzt. Doch kleine und mittlere Unternehmen betreiben selten ein aktives Risikomanagement. Im Alltag geraten deshalb viele Risiken aus dem Blickfeld, die zum Beispiel beim Betrieb von unter Umständen genehmigungspflichtigen Anlagen, bei der Anlieferung, dem Umgang und dem Abtransport von Stoffen oder Abfällen bestehen. Schäden und Gefahren drohen auch durch Feuer und Einwirkungen von außen. Innerbetrieblich wird zwar allgemein auf Unfallvorsorge geachtet, darüber hinaus werden aber viele organisatorische Pflichten vernachlässigt, die direkt oder indirekt zu Umweltrisiken führen können.

Diese Aspekte sollen in der Veranstaltung des Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertags „Risiken für ihr Unternehmen im Umweltbereich“ insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen ins Bewusstsein gerufen werden. Dabei wird ein Überblick gegeben und die Thematik anhand diverser Beispiele erläutert. Die kostenlose Veranstaltung findet am **12. Oktober** von 14 bis 17 Uhr bei der Industrie- und Handelskammer Hochrhein-Bodensee, E.-Fr.-Gottschalk-Weg 1 in Schopfheim statt. wis

 Michael Zierer, Tel.: 07622 3907-214
E-Mail: michael.zierer@konstanz.ihk.de



Die jungen Nachwuchstalente aus dem Landkreis Konstanz.

100 Absolvantinnen und Absolventen überzeugen mit ihrem Können

Nachwuchstalente für das Hotel- und Gaststättengewerbe

Das Hotel- und Gaststättengewerbe freut sich über die jungen Nachwuchstalente aus der Region Hochrhein-Bodensee. Rund 100 Absolvantinnen und Absolventen haben ihre Abschlussprüfung bei der IHK erfolgreich bestanden. Im Rahmen der Freisprechungsfeier nahmen die Prüflinge ihre Zeugnisse entgegen. Die Feierlichkeiten fanden für den Landkreis Konstanz im Steigenberger Inselhotel in Konstanz und für die Landkreise Waldshut und Lörrach im IHK-Bildungszentrum in Schopfheim statt. Überreicht wurden die Zeugnisse von Alexandra Thoß, Geschäftsführerin des IHK-Fachbereichs Ausbildung und in Konstanz von Manfred Hölzl, Geschäftsführer des Konzils Konstanz sowie in Schopfheim von Alexandra Mußler, Inhaberin des Hotel-Restaurants Storchen in Riedmatt.

„Bleiben Sie dem schönen Berufsfeld treu!“

Alexandra Thoß forderte die Absolvantinnen und Absolventen auf, dem schönen Berufsfeld treu zu bleiben und betonte die Vorzüge einer Ausbildung im Hotel- und Gaststättengewerbe: „Sie müssen nie arbeitslos sein. Sie haben die Möglichkeit, in die Welt hinauszuziehen und finden fast überall eine Anstellung – vom Wellnesshotel über Clubs und Kreuzfahrtschiffe bis hin zu Sternerestaurants. Aber auch hier in der Region haben Sie vielfältige Möglichkeiten.“

Planen einer Silberhochzeit mit 50 Gästen

Die Prüfungsaufgabe für die Absolvantinnen und Absolventen aus dem Landkreis Konstanz lautete: „Planen einer Silberhochzeit mit 50 Gästen“. Die zehn Köchinnen und Köche konnten hierbei aus dem folgenden Warenkorb wählen: Rotzunge zur Vorspeise, Schweinefilet, Blätterteig und Kalbsknochen als Hauptgang sowie Brombeeren und Milch zum Dessert. Die 21 angehenden Hotelfachfrauen und -männer sollten ein Angebot für die Silberhochzeit aufbereiten und eine Radtour mit Picknick planen. Das zu erstellende Vier-Gänge-Menü mit korrespondierenden Weinen sollte das „Weltenbummlerleben“ des Paares berücksichtigen und als „Reise durch Europa“



Die Freisprechungsfeier für die Prüflinge aus den Landkreisen Waldshut und Lörrach fand im IHK-Bildungszentrum in Schopfheim statt.

erstellt werden. Je eine Restaurantfachfrau und ein -mann erhielten neben „Tisch eindecken“ und „Servieren“ die Aufgabe, Kirschen zu flambieren und mit Vanilleeis zu präsentieren. Desweiteren wurden drei Fachkräfte im Gastgewerbe, ein Beikoch, ein Fachpraktiker für die Küche sowie zwei Fachmänner für Systemgastronomie geprüft.

Konzipieren einer dreitägigen Fahrradtour

Die knapp 30 Köchinnen und Köche aus den Landkreisen Waldshut und Lörrach überzeugten die ehrenamtlichen Prüferinnen und Prüfer mit ihren Kreationen. Der Warenkorb beinhaltete die folgenden Vorgaben zur Auswahl: Lachsforelle zur Vorspeise, Rehkeule als Hauptgang sowie Brombeeren und Kuvertüre zum Dessert. Die Prüfungsaufgabe der 14 angehenden Hotelfachfrauen und -männer umfasste das Aufbereiten und Planen eines dreitägigen Ausfluges mit dem Fahrrad. Die 12 Restaurantfachfrauen und -männer durften neben „Tisch eindecken“ und „Servieren“, eine Forelle filetieren. Zudem wurde eine Hotelkauffrau, eine Fachkraft im Gastgewerbe sowie drei Beiköche geprüft.

lk

Lehrgänge und Seminare der IHK

*Wann?**Was?**Wo?**Euro*

Informationen: Konstanz, Tel.: 07531 2860-118; Schopfheim, Tel.: 07622 3907-230, www.konstanz.ihk.de

Ausbildungsakademie

27.09.16	Benimm ist IN!	Schopfheim	99
29.09.16	Umgang mit Kunden und Kritik	Schopfheim	99
29.09.16	Meine Stärken, meine Chancen	Schopfheim	99
04.10.16	E-Mails und Briefe richtig schreiben	Konstanz	99

Außenwirtschaft

20.09./19.10.16	Warenverkehr mit der Schweiz	Schopfheim/Konstanz	270
27.09.16	Einreihung von Waren in den Zolltarif	Konstanz	270
05.10.16	1 x 1 des Imports – Einfuhr aus Drittländern	Schopfheim	270
11.10.16	Export-, Zoll- und Versandpapiere richtig erstellen	Schopfheim	270

Betriebswirtschaft/Finanz- und Rechnungswesen/Marketing und Vertrieb

ab 05.10.16	Betriebswirtschaftliche Grundlagen für Nicht-Kaufleute	Schopfheim	900
13.10.16	Der verkaufsstarke Innendienst	Schopfheim	270

Einkauf/Logistik

16.+17.09.16	Ladungssicherung nach VDI 2700 A	Lörrach	285
--------------	----------------------------------	---------	-----

Büromanagement/Führung/Persönlichkeitsentwicklung

30.09.16	Zeitgemäße Geschäftskorrespondenz	Schopfheim	270
ab 05.10.16	Management-Assistent/in (IHK) – Zertifikatslehrgang	Schopfheim	2.150
11.10.16	Zeitmanagement und Arbeitstechnik	Konstanz	270
12.10.16	Wirkung zeigen – Mit Spannung präsentieren	Konstanz	270

Gesundheit/Pflege

ab 07.10.16	Gesundheitsmanager/in – Zertifikatslehrgang	Schopfheim	2.900
-------------	---	------------	-------

Immobilienmanagement

29.+30.09.16	Basiswissen für Immobilienmakler	Konstanz	490
--------------	----------------------------------	----------	-----

Weitere Seminare und Lehrgänge finden Sie unter www.konstanz.ihk.de

Das Angebot weiterer Weiterbildungsanbieter ist zu finden unter www.wis.ihk.de.

Das Firmengebäude von RKT in Schramberg bei Abendstimmung: Im Inneren besticht der Bau durch Offenheit und Transparenz. Es gibt nur wenige Wände im Gebäude und wenn, dann sind sie zumeist aus Glas.

RKT beherrscht „Übersetzung 4.0.“

Eine technikaffine

SCHRAMBERG. Mitten im Schwarzwald, in Schramberg, arbeiten 32 Angestellte der RKT Übersetzungs- und Dokumentations-GmbH an anspruchsvollen Übersetzungen von Texten aus dem Bereich Technik oder Marketing. Darunter sind neben Projektmanagern auch ITler und ein „Pixelschieber“, wie ihn die Kollegen liebevoll nennen. Die 1989 gegründete schwäbische Firma ist alles andere als hinterwäldlerisch. Erst vor Kurzem hat ihr Firmenchef Roland Trost bei einem Treffen des Innovationsnetzwerks Schwarzwald-Baar-Heuberg erklärt, was es mit „Übersetzung 4.0“ auf sich hat. Die Verständigung mit den etwa 300 regelmäßigen Kunden, das sind größtenteils mittelständische Firmen aus dem deutschsprachigen Raum, beispielsweise aus dem Maschinenbau, aus der Medizin- und Lasertechnik oder aus der Elektrotechnik, erfolgt vorzugsweise via Internet. Das allerdings unter Einhaltung größtmöglicher Sicherheitsvorkehrungen.

„Um der Digitalisierung Rechnung zu tragen, habe ich vor ein paar Jahren einen Programmierer eingestellt. Er hat mehrere Softwaretools entwickelt, mit deren Hilfe wir alle zur Abwicklung eines Auftrags erforderlichen Daten über einen eigenen Server übertragen können, inklusive Übersetzungstext“, sagt Trost. „Das spart viel Zeit und Kosten.“ Im hauseigenen Serverraum befinden sich knapp 50 virtuelle Computer. Diese sind nötig, weil RKT unterschiedliche Textverarbeitungsprogram-

me, unter anderem Word oder Indesign in mehreren Versionen bereitstellen muss, je nachdem, mit welcher die jeweilige Firma arbeitet. „Ein lokaler Rechner am Arbeitsplatz würde viel zu langsam werden, daher greifen wir über das Firmennetzwerk auf das passende Programm aus dem Serverraum zu“, so Trost.

Der „Pixelschieber“, eigentlich ein Mediengestalter, sorgt dafür, dass auch das Layout nach einer Übersetzung entsprechend angepasst und formatiert wird. „Denn beim Übersetzen in eine romanische Sprache wächst die Textlänge um ein Viertel“, erläutert Trost. Der Unternehmer kommt ursprünglich aus dem Maschinenbau und kann daher seinen Übersetzern Begrifflichkeiten und Fachtermini näherbringen. Er legt viel Wert auf Effizienz. „Wenn wir etwa eine Homepage übersetzen, dann ist es am besten, wir erhalten die Datei im Ausgangsformat zum Beispiel Typo 3. So passt alles am Schluss auf die Internetseite des Kunden und es gibt keine unerwartete Überlänge oder Fehler beim Übertragen in ein anderes Format.“ In einer Datenbank speichert der Übersetzungsdienstleister außerdem fertigestellte Übersetzungen. Wenn sich eine Firma dann mit einer ähnlichen Textart wie beispielsweise einer Bedienungsanleitung an RKT wendet, spart der Kunde Geld, der Übersetzer Zeit. Bis zu 100 Prozent der Sätze können wiedererkannt und müssen somit nicht erneut übersetzt werden. „Das klappt aber nur, wenn

Bildunterschrift

Übersetzungsagentur

die Firmen nicht zu viele Synonyme für ein und denselben Begriff verwenden.“ In einer weiteren Datenbank werden darüber hinaus die wichtigsten Fachtermini abgespeichert. „Man muss sich das vorstellen wie ein Vokabelheft aus der Schule“, erklärt der Schramberger. „Nur, dass nicht in einer, sondern zumeist gleich in mehreren Sprachen Übersetzungen hinterlegt werden. Übersetzt wird in alle Sprachen dieser Welt, am häufigsten in europäische wie Englisch, Französisch, Italienisch oder Polnisch. Auch Chinesisch, Japanisch und andere, exotischere Sprachen wie Vietnamesisch hat das Unternehmen in petto. 14 Übersetzer, darunter auch einige Muttersprachler, sind fest in Schramberg angestellt. Zudem kooperiert Trost mit rund 350 freien Übersetzern, mit denen er langjährig zusammenarbeitet. Wer festangestellter Übersetzer werden will, muss ein Studium vorweisen, technisches Verständnis mitbringen und anhand einer Probeübersetzung sein Können unter Beweis stellen.

Nach eigenen Angaben handelt es sich bei RKT um „eine der größten Inhouse-Übersetzungsagenturen im süddeutschen Raum“. Das RKT „Inhouse-Konzept“, also im Haus so viele festangestellte Übersetzer zu haben, ist laut Trost außergewöhnlich. Die meisten Wettbewerber arbeiteten ausschließlich mit freien Übersetzern. Wichtig ist dem Firmenchef, der das Unternehmen ursprünglich im Privathaus in Aichhalden

gründete, dass sich seine Mitarbeiter wohlfühlen. Das Firmengebäude bietet viel Grün und wirkt offen. Türen und Wände gibt es nur wenige und wenn, dann sind sie aus Glas. Ein Springbrunnen vor dem Haus und im Inneren sorgt für eine entspannende Atmosphäre. In der Mitte des zweistöckigen Gebäudes befindet sich eine Glastreppe, die von exotischen Pflanzen wie Palmen, Strelitzien und Orchideen umgeben ist.

Trost blickt optimistisch in die Zukunft, auch wenn ihm missfällt, dass vermehrt auf Übersetzungen aus dem Internet zurückgegriffen wird. „Google liest schließlich mit“, warnt er. Mit der Entwicklung seines Unternehmens, das im vergangenen Jahr einen Umsatz von 1,6 Millionen Euro erzielte, ist er zufrieden. Denn die Texte, die RKT bearbeitet, müssen hohen qualitativen Anforderungen genügen. „Da geht es oftmals auch um Sicherheitsaspekte und Haftung“, sagt Trost. „Wenn eine Bedienungsanleitung falsch übersetzt und dadurch eine Maschine falsch bedient wird, kann das schließlich schwerwiegende Folgen haben.“ ew

» Beim Übersetzen in
eine romanische Sprache
wächst die Textlänge «



Bilder: V. Behringer

Ein Tänzchen zur Eröffnung: Mit 6.000 Besuchern an vier Tagen feierte die Tanzschule Gutmann Anfang des Jahres ihr neues Ballhaus.

Tanzschule Gutmann und Brauerei Ganter investierten 4,5 Millionen Euro

Freiburgs neues Ballhaus

FREIBURG. Die Tanzschule Gutmann führte in den ersten zehn Jahren ihres Bestehens ein beschauliches Dasein: Sie zählte zwei Tanzlehrer, etwa 400 Schüler und lediglich ein Gebäude. Seit Matthias Blattmann Mitte der Neunzigerjahre das Ruder von den Firmengründern Peter und Anneliese Gutmann übernommen hat, ist es vorbei mit der Beschaulichkeit. Die Zahl der jugendlichen und erwachsenen Tanzschüler hat sich seither auf rund 5.000 vervielfacht, und das zur Firmengruppe gewachsene Unternehmen beschäftigt mittlerweile weit über hundert Mitarbeiter – Tanzlehrer, Organisatoren, Barkeeper und andere. Die Kurse verteilten sich bis vor Kurzem nicht nur auf die drei Gutmann-Standorte in der Brombergstraße, im Friedrichsbau und im Bahnhof, sondern auch auf Schulen und Hallen in der ganzen Stadt. Seit Anfang des

Jahres ist damit Schluss: Da feierte die Tanzschule, die Blattmann gemeinsam mit den beiden anderen geschäftsführenden Gesellschaftern Johnny Schmidt-Brinkmann und Christian Spengler führt, mehrere Tage die Eröffnung ihres Ballhauses, mit dem sie sich nun größte Tanzschule Europas nennt. Das Gebäude schmiegt sich so natürlich zwischen Tankstelle und Brauerei Ganter auf der vielbefahrenen Schwarzwaldstraße, als sei es immer schon da gewesen. Es steht auf dem Areal von Ganter – dort, wo früher Limonade abgefüllt wurde, und die Brauerei hat auch die Baukosten getragen. Den Innenausbau finanzierte die Tanzschule, die einen langfristigen Pachtvertrag für die neuen Räume hat. Zusammen summierten sich die Investitionen auf rund 4,5 Millionen Euro. Das Ballhaus bietet insgesamt 2.500 Quadratmeter Tanz-

oder Veranstaltungsfläche samt Bar, Lounge und Terrasse. Die zwölf Säle können einzeln oder als Ganzes genutzt werden – alle Wände lassen sich komplett zur Seite schieben, um größere Flächen entstehen zu lassen. So eignet sich das neue Gebäude auch für Veranstaltungen mit bis zu 1.500 Besuchern. „Es gab eine Lücke dieser Größenordnung in der Stadt“, sagt Matthias Blattmann. „Das merken wir an den Anfragen.“ Schon bald nach der Eröffnung war das Ballhaus ziemlich ausgebucht, vom Firmenfest bis zum Abiball. Mit ihrer Agentur „Gutmann Events“ bieten Blattmann und seine Kompagnons den zugehörigen Rundumservice. Sie organisiert nicht nur alle Eigenveranstaltungen im Ballhaus, sondern auch die Abschlussbälle im Konzerthaus und zusammen mit Partnern externe Großveranstaltungen in Baden-Baden oder im Europa-Park. Die beiden mehrtägigen Festivals „Euro Dance“ und „Ladies Only“ sind europaweit einmalig und ziehen jedes Jahr mehrere tausend Besucher an. Rund 40 Prozent tragen die Events mittlerweile zum Umsatz bei, die Tanzschule selbst sorgt für etwas mehr als die Hälfte, die Gastronomietochter für knapp zehn Prozent. Zusammen setzte die Gutmann-Gruppe 2015 rund vier Millionen Euro um. Mit dem neuen Ballhaus klettert der Umsatz dieses Jahr voraussichtlich auf fünf Millionen Euro. Die Nachfrage steigt – aber ein kleines bisschen Beschaulichkeit wollen die Gutmann-Chefs sich und ihren Familien dann doch noch erhalten. **kat**



Als sei es immer da gewesen, schmiegt sich das neue Ballhaus an die Schwarzwaldstraße im Osten Freiburgs.

Die SWEG liegt wieder im Plus

Zahl der Fahrgäste gestiegen

LAHR. Die Südwestdeutsche Verkehrs-Aktiengesellschaft (SWEG) blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2015 zurück. Das Jahresergebnis erreichte ein Plus von 0,83 Millionen Euro. In den beiden Vorjahren hatten hohe Kosten in der Schienenfahrzeugunterhaltung die Ergebnisse deutlich belastet. Die Umsatzerlöse stiegen auf 84,5 Millionen Euro beziehungsweise auf 98,3 Millionen Euro (von 91 Millionen Euro) im Gesamtkonzern. Die Zahl der Fahrgäste erreichte 51,2 Millionen (Vorjahr 45,4 Millionen) beziehungsweise 60,8 Millionen (60,3 Millionen) im Gesamtkonzern. Vorstandssprecher Johannes Müller sieht den Erfolg des Unternehmens umso mehr bestätigt, als bundesweit die Zahlen im Nahverkehr stagnierten und geringere Kraftstoffpreise den motorisierten Individualverkehr begünstigten. Die Investitionen lagen vergangenes Jahr bei 16 Millionen Euro, davon allein über sechs Millionen Euro für neue Busse. Diese sind behindertengerecht und klimatisiert und verfügen über emissionsarme Motoren.

Das vergangene Jahr war auch davon gekennzeichnet, dass die Ortenau-S-Bahn nicht mehr von der Tochtergesellschaft Ortenau-S-Bahn GmbH, sondern von dem in die SWEG integrierten Verkehrsbetrieb Ortenau-S-Bahn bedient wurde. Seitdem gibt es kostenlosen Internetzugang, ebenso ein Videosystem zur Überwachung. Außerdem wurden auf der Strecke im Achertal die alten Triebwagen durch zwei neue Regioshuttles ersetzt. WLAN gibt es neuerdings auch für die Busfahrgäste im Stadtverkehr Lahr sowie in Weil am Rhein und in Lörrach. Für die kommenden Jahre rückt das Nahverkehrskonzept „Breisgau-S-Bahn 2020“ in den Fokus, das den Ausbau und die Elektrifizierung der Bahnstrecken im Großraum Freiburg vorsieht. Dazu gehört die Kaiserstuhlbahn.

Die SWEG ist eines der großen Verkehrsunternehmen in Baden-Württemberg und betreibt zwischen Lörrach/Weil am Rhein und Bad Mergentheim Busverkehr im Stadt- und Überlandverkehr sowie Schienen-Personennahverkehr. In dem Unternehmen und seinen Tochtergesellschaften arbeiten über 800 Mitarbeiter, mehr als 80 Schienenfahrzeuge und über 350 Busse sind im Einsatz. **orn**



KURZ NOTIERT

Der Gundelfinger Verpackungsspezialist **Prodinge** hat die in Kerpen ansässige **MPV Verpackungsmaschinen Vertrieb GmbH** übernommen. Damit will die Gruppe ihr Technikportfolio erweitern. Mit der Übernahme stelle man sich im Bereich Verpackungsmaschinen breiter auf und könne vom Standort Kerpen aus Kunden in Nordrhein-Westfalen besser betreuen. Bislang



betreibt Prodinge außer dem Hauptsitz in Gundelfingen Standorte in Coburg, Erfurt, Nürnberg, Stei-

nen sowie im Schweizer Arisdorf und beschäftigt mehr als 440 Mitarbeiter. Prodinge sieht sich damit als größtes Vertriebsunternehmen für Transportverpackungen im deutschsprachigen Raum. Zum Sortiment zählen über 20.000 unterschiedliche Verpackungen – von Folien und Säcken über Kartonagen und Klebebänder bis zu Polstermaterialien und Warensicherung (Bild). Seit Mitte August baut Prodinge in Herbolzheim: Für 7,5 Millionen Euro entstehen ein neues Verwaltungsgebäude und mehr Lagerfläche.

Das Internetportal **www.druckanfrage-online.de** hat beim Innovationspreis-IT das „Best-of 2016“-Siegel in der Kategorie E-Business erhalten. Die Initiative Mittelstand kürt damit innovative Lösungen, die mittelständische Unternehmen fit für die digitale Zukunft machen. „druckanfrage-online.de“ aus Villingen-Schwenningen bringt Angebot und Nachfrage für Drucksachen zusammen. Einkäufer von Flyern oder Broschüren können ihre Anfrage über das Portal an Druckereien in ganz Deutschland übermitteln, erhalten schnell Angebote und können so das Beste für sich finden. Dadurch sparen sie Zeit und Geld. Die Druckereien bekommen Anfragen direkt ins Haus und können ihre Kapazität besser auslasten. Sie zahlen keine Provision, sondern einen Monatsbeitrag. „druckanfrage-online.de“ wurde 2006 von Hubert Baumann gegründet und zählt heute rund 1.100 Anfragen pro Jahr.

Etwas weniger Schüler dafür mehr Fahrgäste insgesamt nutzten vergangenes Jahr die Busse und Bahnen im Regio Verkehrsverbund Freiburg. Das neue Schüler-Abo für die Regiokarte soll diese Kundengruppe noch besser erreichen.



Regio-Verkehrsverbund Mehr Fahrgäste

FREIBURG. Der Regio-Verkehrsverbund Freiburg (RVF) hat im Geschäftsjahr 2015 insgesamt 118,2 Millionen Fahrgäste in seinen Bussen und Bahnen gezählt – knapp ein Prozent mehr als im Vorjahr. Durchschnittlich hat also jeder Einwohner Freiburgs sowie der Landkreise Emmendingen und Breisgau-Hochschwarzwald vergangenes Jahr 185 Fahrten mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) unternommen. Entsprechend sind auch die Einnahmen gestiegen und zwar um 2,8 Prozent. Aus dem Verkauf des Verbundtarifs durch die Verkehrsunternehmen erzielte der RVF insgesamt fast 84 Millionen Euro. Hinzu kommen Tarifzuschüsse des Landes sowie des Zweckverbands Regio-Nahverkehr Freiburg

(ZRF) in Höhe von knapp 9 Millionen Euro. In Summe kann der RVF fast 93 Millionen Euro an die 20 Verkehrsunternehmen verteilen. „Wir freuen uns, nach dem Rückgang im letzten Jahr nun wieder einen Zuwachs vermelden zu können“, sagt Dorothee Koch, Geschäftsführerin des RVF. Allerdings sei das Bild uneinheitlich: Zwar gab es deutlich mehr Kunden mit Einzelfahrschein und auch die Regiokarten legten nochmals zu, leicht rückläufig waren dagegen die Fahrgastzahlen bei Schülern. **ine**

Regio Busgesellschaften

Neuer Zusammenschluss

FREIBURG/KARLSRUHE. Die fünf baden-württembergischen DB Regio Busgesellschaften – Südbadenbus, Südwestbus, Rhein-Neckar-Bus, Regiobus Stuttgart und Friedrich Müller Omnibusunternehmen – haben sich vor einigen Monaten neu organisiert. Sie treten seit Mai als „neue“ Regio Bus Region Baden-Württemberg mit Hauptsitz in Karlsruhe auf. Die 15 Niederlassungen und 16 Kunden- oder Service-Center blieben jedoch erhalten. „Der Grund für die Reorganisation liegt in der geänderten Marktsituation, die uns vor neue Herausforderungen stellt. In der gemeinsamen Zentrale profitieren wir von den regional unterschiedlichen Erfahrungen der Gesellschaften, wir bündeln Know-how und können Innovationen besser vorantreiben“, sagt Manfred Hovenjürgen, Vorsitzender der Regionalleitung, DB Regio Bus Baden-Württemberg, zu diesem Schritt.

2.100 Busse, 1.900 Mitarbeiter und 140 Millionen Fahrgäste jährlich zählen die fünf Regio Bus Gesellschaften im Land, die sich nun zusammengeschlossen haben.



Zusammengenommen befördern die fünf Busgesellschaften jährlich 140 Millionen Fahrgäste in 2.100 Bussen (davon 1.000 eigene und 1.100 von mittelständischen Busunternehmen, die im Auftrag fahren). Mit 90 Millionen Fahrkilometer wird pro Jahr geplant. Zu DB Regio gehören zehn Werkstätten. In den Bussen, den Werkstätten, den Verkaufsstellen und der Verwaltung werden 1.900 Mitarbeiter beschäftigt. **wis**

BCT Technology

25-jähriges Bestehen

WILLSTÄTT. Die BCT Technology AG hat im Juli ihr 25-jähriges Bestehen gefeiert. Das Softwareunternehmen wurde 1991 als Tochter der Badischen Stahlwerke (BSW) in Kehl gegründet und hat schnell seinen Kundenkreis über die Mutterfirma hinaus ausgedehnt. BCT ist auf Software und Dienstleistungen für CAD („Computer aided Design“, also rechnerunterstütztes Konstruieren) sowie PLM („Product Lifecycle Management“ – Lebenszyklusmanagement von Produkten) spezialisiert und arbeitet seit über zwanzig Jahren als Entwicklungs- und Vertriebspartner für PLM-Produkte von Siemens. Aufgrund der Digitalisierung der Arbeitsplätze in vielen Unternehmen – Stichwort: Industrie 4.0 – sind solche Technologien stark nachgefragt. Dieser Trend spiegelt sich im Erfolg von BCT wider. Das Unternehmen habe sich in den zurückliegenden Jahren „hervorragend entwickelt“, heißt es in einer Pressemitteilung zum 25. Jubiläum. Demnach haben die rund 60 Mitarbeiter 2015 einen Umsatz von 12,7 Millionen Euro erwirtschaftet.

BCT hat seinen Hauptsitz in Willstätt nahe Kehl und betreibt sechs Niederlassungen in Deutschland sowie einen Standort in der Schweiz. Das Kundenspektrum reicht vom kleinen Mittelständler bis zum großen Konzern. Sie kommen aus dem Maschinenbau, der Automobil-, Zuliefer- und Konsumgüterindustrie, der Medizintechnik oder der Luftfahrt. BCT betreut Kunden aus aller Welt, vor allem aus Europa und den USA. In den Vereinigten Staaten, genauer in New York hat das Unternehmen 2001 allerdings auch einen großen

Der Hauptsitz von BCT in Willstätt. Dort arbeiten die meisten der insgesamt 60 Mitarbeiter des Softwareunternehmens, das jetzt sein 25. Jubiläum gefeiert hat.



Schicksalsschlag erlebt. Bei den Terroranschlägen auf das World Trade Center am 11. September kamen der damalige Vorstandsvorsitzende Heinrich Kimmig sowie zwei weitere Führungskräfte ums Leben. BCT musste sich daraufhin komplett neu aufstellen. Die heutigen Vorstände Jürgen Hillemann und Klaus Erdrich bedankten sich in dem Zusammenhang bei der Unternehmensgruppe BSW und dem Partner Siemens als „Pfeiler für die Entwicklung und den heutigen Status des Unternehmens“.

ine



Bis zu 8.000 Flaschen mit Bügelverschluss kann die neue Anlage pro Stunde befüllen.

Brauerei Ganter investiert 2,8 Millionen Euro Neue Flaschenabfüllanlage

FREIBURG. Die Brauerei Ganter, die im vergangenen Jahr ihr 150-jähriges Bestehen feierte, hat Ende Juli eine neue Flaschenabfüllanlage in Betrieb genommen. Dafür wurden 2,8 Millionen Euro investiert. Seit der Neuausrichtung im Jahr 2010 – ganz auf regionale Produkte – hat das Unternehmen über zehn Millionen Euro investiert und sich damit auch gesundgeschrumpft, so der baden-württembergische Minister für länd-

lichen Raum und Verbraucherschutz, Peter Hauk, bei der Inbetriebnahme.

Die neue Anlage kann 8.000 Flaschen mit Bügelverschluss in der Stunde füllen und 10.000 Flaschen mit Kronenverschluss. Befüllungen sowohl von Halb- als auch von Drittelliterflaschen sind möglich. Die Brauerei Ganter wird geleitet von Katharina Ganter-Fraschetti und Detlef Frankenberger. Der Umsatz lag vergangenes Jahr bei 17 Millionen Euro. **orn**

Straßenverkehrsgenossenschaft Baden Nord und Süd vereint

FREIBURG/MANNHEIM. Die Straßenverkehrsgenossenschaften in Nord- und Südbaden haben zur SVG Baden eG fusioniert, und die Verbände des Verkehrsgewerbes der beiden Landesteile treten nun gemeinsam als Verband des Verkehrsgewerbes Baden e.V. auf. Grund dafür sind einer Pressemitteilung zufolge „erhebliche Effizienzgewinne“. Mit der Eintragung im Genossenschaftsregister wird die Fusion rückwirkend zum 1. Januar rechtskräftig. Der Hauptsitz der SVG Baden ist Freiburg. Die geschäftsführenden Vorstände Peter Welling und Arno Lauth steuern die SVG Baden bis zum Jahresende gemeinsam, dann geht Lauth in den Ruhestand. Der Aufsichtsrat wurde paritätisch mit jeweils drei Mitgliedern aus den Landesteilen besetzt. Aufsichtsratsvorsitzender ist Harald Vogt, Geschäftsführer der Albin Vogt Transport GmbH in Donaueschingen, sein Stellvertreter Jochen Graeff, Geschäftsführer der Spedition Graeff in Mannheim. Die SVG Baden und der Verband des Ver-

kehrsgewerbes Baden betreiben künftig zwei „Häuser des Straßenverkehrs“ in Freiburg und Mannheim mit insgesamt rund 100 Mitarbeitern. Zum SVG-Geschäft, das mit den Tochter- und Beteiligungsgesellschaften einen Jahresumsatz von 36 Millionen Euro erwirtschaftet, gehören der SVG-Europart Zubehörhandel, das Versicherungsgeschäft mit der Kravag, das gewerbeeigene Bildungswerk des Verkehrsgewerbes Baden GmbH mit seinen Fahrschulen, die Abwicklung und Finanzierung der Lkw-Maut in Deutschland und Europa, das Tankkartenangebot für Lkw sowie die arbeitssicherheitstechnische und -medizinische Betreuung der Unternehmen. Darüber hinaus wird in Freiburg das Kombiterminal der „Rollenden Landstraße“ betrieben, einem alpenquerenden Lkw-Reisezug von Freiburg nach Norditalien. Der Verband des Verkehrsgewerbes Baden betreut etwa 600 Verbandsmitglieder, darunter 400 Transport- sowie Logistikbetriebe und 200 Taxibetriebe. **ine**

Bio trotz dem Trend

FREIBURG. Von den Turbulenzen auf dem globalen Milchmarkt ist auch die Schwarzwaldmilch vergangenes Jahr nicht verschont geblieben. Der Umsatz der genossenschaftlichen Molkerei mit Standorten in Freiburg und Offenburg sank 2015 um über zwölf Prozent auf rund 163 Millionen Euro (2014: 187 Millionen). Zwar ging auch der Absatz leicht zurück (um drei Prozent auf knapp 160 Millionen Tonnen), doch der wesentliche Grund für die starken Umsatzeinbußen war der gefallene Milchpreis. Schwarzwaldmilch-Geschäftsführer Andreas Schneider berichtete bei der Bilanzpressekonferenz Anfang Juli von Reduktionen zwischen 10 und 50 Prozent. Betroffen davon waren vor allem Milchpulverprodukte, die Schwarzwaldmilch in Offenburg herstellt, und Handelsmarken. Aus diesem Grund hat das Offenburger Werk vergangenes Jahr nur halb so viel Milch zugekauft wie im Vorjahr (2015: rund 5.100 Tonnen, 2014: 10.900 Tonnen). So konnte die leicht gestiegene Anlieferungsmenge der eigenen knapp 1.100 Milcherzeuger (2015: 213.500 Tonnen, 2014: 212.000 Tonnen) komplett verarbeitet werden.

Dass der Milchpreis so niedrig ist, hat mehrere Ursachen. Zum einen wird immer mehr Milch produziert, seit keine Quote mehr die Menge begrenzt. Die deutschen Milchbauern lieferten vergangenes Jahr knapp zwei Prozent mehr, die europäischen über zwei Prozent. Auf der anderen Seite hat sich die globale Nachfrage weiter deutlich abgeschwächt: China importierte 2015 etwa zwei Milliarden Kilogramm weniger Milch, Russland, das früher rund zwei Milliarden Kilo einführte, hat das Importverbot europäischer Lebensmittel verlängert, und auch wichtige Abnehmer im Nahen Osten wie Libyen fallen krisen- und kriegsbedingt nach wie vor weitestgehend aus. „Das Jahr 2015 war schwierig, 2016 ist noch schwieriger“, resümierte Schneider. Im Moment sei nicht absehbar, wie es weitergeht. Immerhin: Im Sommer habe es ganz leichte Entspannungen gegeben.

Trotz des Umsatzrückgangs steht die Schwarzwaldmilch insgesamt verhältnismäßig gut da, weil sie zwei Drittel des Umsatzes im Freiburger Werk mit Markenartikeln erwirtschaftet, die weniger vom Preisverfall betroffen waren. Der Umsatz mit Markenartikel büßte 2015 lediglich knapp drei Prozent ein, das Biosortiment legte vergangenes Jahr sogar um 13 Prozent zu. Deshalb konnte die Molkerei 2015 ihren Bilanzgewinn sogar auf 1,02 Millionen Euro steigern und die Eigenkapitalquote auf knapp 40 Prozent erhöhen. Auch auf die Zahl der Mitarbeiter hat sich der Umsatzrückgang nicht ausgewirkt, sie liegt unverändert bei 345. „Das zeigt, dass wir wieder wachsen wollen“, sagte Schneider. Dafür verfolgt die Schwarzwaldmilch eine „Differenzierungsstrategie“, wie Marketingleiterin Caroline von Ehrenstein es bezeichnete, um die einzelnen Produkte und Marken zu stärken. In dem Zusammenhang stehe

auch die neue Trikotwerbung beim SC Freiburg. „Wir müssen in die Wahrnehmung der Produkte investieren. Der SC ist dafür der richtige Partner“, sagte der Aufsichtsratsvorsitzender Markus Kaiser, der zugleich Vorstandsvorsitzender der Genossenschaft ist und somit für die Erzeuger spricht (zum Sponsoring siehe auch Seite 52).

Aufgrund des hohen Markenanteils kann die Schwarzwaldmilch ihre Lieferanten besser als andere Molkereien bezahlen. Der Auszahlungspreis, den die Erzeuger von der Molkerei pro Liter konventioneller Milch erhalten, lag in den ersten fünf Monaten dieses Jahres durchschnittlich bei 35,19 Cent im vergangenen Jahr bei 37,47 Cent. Das war der höchste Wert in Baden-Württemberg (Landesdurchschnitt 2015: 35,31 Cent) und der zweithöchste in Deutschland (Bundesdurchschnitt 2015: 33,02 Cent). Nur die Milchwerke Berchtesgadener Land zahlten etwas mehr. Deutlich besser geht es derzeit den Biomilchbauern. Sie erhielten von Januar bis Mai durchschnittlich 51,91 Cent für jeden Liter, den sie der Schwarzwaldmilch lieferten. Das Interesse, auf Bio umzustellen, ist daher groß, doch die Molkerei bremst, weil sie befürchtet, dass eine höhere Menge auch bei Biomilch die Preise drücken könnte. Es gibt deshalb eine Warteliste für neue Biobetriebe. „Wir raten Landwirten ab, auf Bio umzustellen, wenn es ihnen nur um die Differenz des Auszahlungspreises und nicht um ideologische Gründe geht“, sagte Molkerei-Chef Schneider. Zwei bis drei Jahre dauert die Umstellung. In der Zeit könne sich beim Milchpreis viel tun. Bislang sind circa 15 Prozent der bei der Schwarzwaldmilch angelieferten Menge Biomilch. Der Bioanteil im Verkauf liegt je nach Produkt zwischen fünf und zwölf Prozent. Insgesamt kann Schneider sich einen Bioanteil zwischen fünfzehn und zwanzig Prozent vorstellen. **kat**

Während die Schwarzwaldmilch 2015 insgesamt über zwölf Prozent Umsatz einbüßte, legte das Biosortiment um dreizehn Prozent zu.



KURZ NOTIERT

Die **Aberle GmbH & Co. KG** hat einen neuen Eigentümer: Die **PPM Company** aus Hongkong, Tochter des chinesischen Autozulieferers PPM Solutions, hat sämtliche Geschäftsanteile des Gutacher Präzisionsdrehteileherstellers übernommen. Sie will die Marke, die Technologie und den Marktzugang von Aberle in ihren Konzern integrieren und ausbauen sowie für das Kernprodukt Lenkspindeln den nordamerikanischen und chinesischen Markt erschließen. Aberle wurde 1928 als Dreherei gegründet und ist heute auf Präzisionsdrehteile aus Metall spezialisiert. Die wichtigsten Kunden kommen aus der Automobilindustrie, der Sanitär- und Uhrenbranche. Weil zuletzt die Umsätze stetig gesunken waren, hatten die bisherigen geschäftsführenden Gesellschafter Günter und Torsten Hummel ein Restrukturierungsprogramm über die Acherner Kanzlei Schulze und Braun gestartet, das mit dem Verkauf seinen Abschluss fand. Man ist zuversichtlich, dass das Unternehmen nach der Übernahme weiter wachsen wird und weitere Arbeitsplätze schaffen kann. Derzeit beschäftigt Aberle 100 Mitarbeiter in Gutach.



Wien IT in Schramberg hat neue Räume: In der Sulgauer Straße mitten im Ortsteil Sulgen bezog das Computerfachgeschäft eine ehemalige Apotheke sowie das darüber liegende Büro (Bild). Damit hat sich die Fläche für die 13 Mitarbeiter um Firmengründer Martin Wien auf über 300 Quadratmeter mehr als verdoppelt. Wien IT wurde im Jahr 2000 gegründet und hat sich auf Netzwerktechnik sowie die Reparatur von PCs, Notebooks, Servern und neuerdings auch Smartphones spezialisiert. Über 250 Geschäfts- und über 500 Privatkunden zählt das Unternehmen, das auch in den nächsten Jahren weiter wachsen will.

EWS Elektrizitätswerke Schönau
Mehr Kunden, besseres Ergebnis

SCHÖNAU. Die Elektrizitätswerke Schönau haben im vergangenen Geschäftsjahr 160.250 Kunden (eine Zunahme von drei Prozent) mit ökologischem Strom und 11.050 Kunden (ein Plus von 22 Prozent) mit Gas versorgt. Der gesamte Umsatz ging von 170 Millionen Euro auf 163 Millionen Euro zurück, weil ein Weiterverteiler im Stromhandel abging. Das Jahresergebnis der EWS-Gruppe konnte von drei Millionen Euro im Jahr 2014 auf sechs Millionen Euro im Jahr 2015 gesteigert werden. Dies lag daran, dass sich keine außerordentlichen und periodenfremden Aufwendungen sowie Sondereffekte wie im Vorjahr auf das Ergebnis belastend auswirkten. Eine Dividende in Höhe von 3,5 Prozent wurde ausgeschüttet.

Das Unternehmen hatte Ende vergangenen Jahres 4.795 Mitglieder, die ein Geschäftsguthaben von 37,3 Millionen Euro einbringen. 100 Mitarbeiter waren Ende 2015 in der EWS-Gruppe tätig. Wie die Vorstände Armin Komenda, Rolf Wetzel, Sebastian Sladek und Alexander Sladek bei der Generalversammlung der Unternehmensgruppe mitteilten, rechnet man 2016 mit einer stabilen Entwicklung und einem leicht erhöhten Umsatz. Allerdings hätten sich infolge der EEG-Novelle 2016 die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen für die erneuerbaren Energien verschlechtert. Zur Unternehmensgruppe gehören neben der bisherigen Muttergenossenschaft Netzkauf EWS eG (ihre Umfirmierung in „EWS Elektrizitätswerke Schönau eG“ wurde bei der Generalversammlung beschlossen) eine ganze Reihe Tochterunternehmen zur Gruppe. **orn**

Bürster baut Marktposition aus
8.600 Reisemobile und Caravans

KEHL. Wie das Unternehmen mitteilt, konnte es vor dem Hintergrund eines wachsenden Marktes in Deutschland und auch in Frankreich seine Marktposition stabilisieren und weiter ausbauen. Bis zum Schluss der Saison 2015/2016 Ende August hat man 8.600 Caravans und Reisemobile gebaut und vermarktet. Circa 70 Prozent davon waren Reisemobile. Ursprünglich hatte man für die Saison 2015/16 mit 7.500 Einheiten geplant. Der Jahresumsatz zu Ende August lag bei 300 Millionen Euro (Vorjahr: 270 Millionen Euro). Für die Saison 2017 peilt Bürstner 9.400 Freizeitfahrzeuge an.

An den Standorten Kehl und Wissembourg beschäftigt Bürstner über 850 Mitarbeiter, darunter 14 Auszubildende.

Die Investitionen im neuen Geschäftsjahr sollen unter anderem in ein neues Dach für die Produktionshalle fließen. Auch wird man die Beleuchtung auf LED umstellen und dafür rund 9.000 Leuchtstoffröhren ersetzen, was zu einer spürbaren Stromersparung führen wird. **orn**

Ein Reisemobil von Bürstner.



Badischer Winzerkeller konnte Umsatz 2015 leicht steigern

Ein kleines Plus

BREISACH. Ist es ein Ende des Abwärtstrends? Die Antwort lautet ja, wenn man auf den Umsatz des Badischen Winzerkellers im vergangenen Jahr schaut, denn der ist 2015 erstmals seit einigen Jahren wieder leicht gestiegen um 1,5 Prozent auf 40,9 Millionen Euro (2014: 40,3). Dagegen hält der negative Trend mengenmäßig an: Der Absatz der Breisacher Genossenschaft ging vergangenes Jahr erneut zurück. 14,5 Millionen Liter Wein verkaufte der Winzerkeller 2014, 14,1 Millionen Liter 2015. Ist das Glas nun also halb voll oder halb leer? Peter Schuster, seit Anfang des Jahres Vorstandsvorsitzender, hat sich für vorsichtigen Optimismus entschieden. „Wir sind auf einem soliden Kurs“, sagte er bei der Pressekonferenz, die es erstmals seit einigen Jahren wieder zur Präsentation der Geschäftszahlen gab. Zwar sei der Sprung nicht so groß, „dass er unsere volle Zufriedenheit finden würde. Aber die Richtung stimmt“, betonte Schuster. Der Badische Winzerkeller ist ein Zusammenschluss von Winzergenossenschaften (WG). Er zählt 53 Mitglieder mit zusammen rund 3.000 Winzern von der badischen Bergstraße bis zum Bodensee. 30 WGs liefern ihre komplette Erntemenge in Breisach ab, 23 einen Teil davon. Etwa 15 Millionen Liter gingen vergangenen Herbst beim Winzerkeller ein, das entsprach etwa 15 Prozent der gesamten badischen Ernte. Der Winzerkeller keltert sowohl für die einzelnen WGs als auch eigene Marken. Die meisten Trauben sind Spätburgunder (43

Prozent), gefolgt von Müller-Thurgau (22 Prozent), Ruländer (12 Prozent), Weißburgunder (11 Prozent) Riesling und Gutedel (je 2 Prozent). Der hohe Rotweinanteil macht den badischen Winzern und damit auch dem Winzerkeller zu schaffen, denn die Deutschen trinken weniger deutschen Rotwein.

„Dass wir es trotzdem geschafft haben, die Preise stabil zu halten, war eine Herkulesleistung“, sagte Christof Joos. Überhaupt sei der deutsche Weinmarkt sehr gesättigt, berichtete der Marketingleiter des Winzerkellers. Positiv könnte man auch sagen: Der Markt ist stabil. Die Deutschen tranken 2015 zwar etwas weniger Wein, gaben dafür aber etwas mehr aus. Den überwiegenden Teil des Weines insgesamt wie auch des Winzerkellers verkaufen mittlerweile Supermärkte und Discounter (80 Prozent). Diese Entwicklung geht zulasten des Fachhandels und des Ab-Hof-Geschäfts. Dagegen konnte der Winzerkeller den Verkauf an die Gastronomie stabil halten und den Direktverkauf insbesondere über den Online-shop um knapp zehn Prozent steigern. Der Privatkundenbereich trägt mittlerweile fünf Prozent zum Umsatz bei. Im Lebensmitteleinzelhandel hat der Badische Winzerkeller damit zu kämpfen, verloren gegangene Regalmeter zurückzugewinnen. Die kleinen Ernten in den vergangenen Jahren haben sich zwar positiv



Der Winzerkeller kann aufgrund seiner zweiten Annahmestation für Vollernter mehr maschinell gelesene Trauben verarbeiten.

auf den Preis ausgewirkt, dafür aber eben Verkaufsfläche gekostet. Mit

einer aufgestockten Vertriebsmannschaft will der Winzerkeller seine Weine wieder besser in deutschen Supermärkten platzieren. Ein neuer Kollege soll sich zudem speziell um den Export und um Spezialkunden wie die Systemgastronomie kümmern.

Als „Teil der Qualitätsoffensive“ prästentiertere Winzerkeller-Chef Schuster die hohen Investitionen des vergangenen Jahres. Mit 7,8 Millionen Euro lagen sie weit über dem Durchschnitt (2014: 2,9 Millionen Euro) und sollten dazu beitragen, den Investitionsstau der vergangenen Jahre abzubauen. Die wichtigsten Neuerungen waren eine zweite Annahmestelle für sogenannte Vollernter, mit der nun noch mehr maschinell gelesene Trauben entgegengenommen werden können, und eine neue Abfülllinie, die Ende des Jahres 2015 in Betrieb genommen wurde. **kat**

Hotel Schloss Reinach investiert über vier Millionen Euro

Neue Zimmer, mehr Wellness und ein großer Pool

FREIBURG-MUNZINGEN. Nach einjähriger Bauphase wurde Ende Juni Richtfest für den neuen Anbau im Hotel Schloss Reinach in Freiburg-Munzingen gefeiert. Hotelier René Gessler und seine Familie haben damit ehrgeizige Ziele verwirklicht: 18 neue Zimmer mit einer Größe ab 30 Quadratmeter sind durch den Zukauf und die Sanierung des benachbarten ehemaligen Gasthofs Engel sowie durch eine Erweiterung dieses Altbaus entstanden. Im Untergeschoss des Hotels gibt es jetzt zudem auf einer Fläche von mehr als 400 Quadratmetern einen neuen Wellnessbereich mit

verschiedenen Saunen, Himalaya-Salzgrotte, Infrarot-, Kosmetik- und Massagekabinen. Und im neu entstandenen hinteren Innenhof wartet ein 25 Meter langer Edelstahl-Pool auf sportliche Hotelgäste.

Über vier Millionen Euro hat Hotelchef Gessler in die Erweiterung investiert. Die Zahl der Arbeitsplätze im Hotel soll dadurch um rund zehn Prozent auf 120 steigen. **wis**



Johannes, Beatrix und René Gessler vor dem neuen, 25 Meter langen Pool im frisch renovierten Innenhof des Hotels Schloss Reinach.

Bild: Stefanie Sazzer-Deckert

KURZ NOTIERT

Die „highQ GmbH“ hat im Sommer ihr 20-jähriges Bestehen gefeiert. Am 4. Juni 1996 haben die Diplomphysiker Christian Disch und Thomas Hornig die Freiburger Softwareschmiede gegründet, die auf Lösungen für Mobilität, Controlling und Benchmarking spezialisiert ist. highQ wirkte beispielsweise im Auftrag des baden-württembergischen Verkehrsministeriums an der Umsetzung der Stuttgarter „polygoCard“ mit über 200.000 Karteninhabern mit. Auch E-Ticketing, Fahrgeldmanagement oder Software für den Finanzsektor zählen zum Angebot der Freiburger, deren Kunden Verkehrsunternehmen und -verbände, Banken, Sparkassen sowie Hotellerieverbände sind. highQ beschäftigt mittlerweile 50 Mitarbeiter an vier Standorten. Am Hauptsitz in der Freiburger Schwimmbadstraße arbeiten 40, die anderen in den Niederlassungen in Berlin, Hamburg und Stuttgart.

Die **Familienheim Freiburg** hat 2015 ihr genossenschaftliches Gesamtvermögen (Bilanzsumme) um 7,1 auf 153,2 Millionen Euro gesteigert. Das Eigenkapital wuchs aufgrund gesteigener Spareinlagen auf 58,6 Millionen Euro. Die Eigenkapitalquote beträgt rund 38 Prozent. Die Baugenossenschaft erwirtschaftete einen Jahresüberschuss von 1,95 Millionen Euro. Die Erlöse aus der Miethausbewirtschaftung wurden größtenteils in die Modernisierung reinvestiert. Insgesamt hat die Familienheim 2015 knapp zehn Millionen Euro in die Modernisierung und Instandhaltung ihres Bestands gesteckt, der knapp 2.700 Wohnungen in Freiburg sowie im nahen Umland umfasst. Für 5,2 Millionen Euro baute die Genossenschaft vergangenes Jahr 61 neue Wohnungen.



61 neue Wohnungen baute die Familienheim Freiburg 2015 wie diese im Rennweg.

Leibinger baut aus
Getränkeabfüllanlagen sorgen für Wachstum

TENINGEN. Das Maschinenbauunternehmen Leibinger verdoppelt derzeit die Fläche seiner Produktionshalle auf 2.000 Quadratmeter und stockt darüber hinaus das Verwaltungsgebäude um circa 500 Quadratmeter auf. Ende 2016 sollen die Baumaßnahmen abgeschlossen sein. Die Investitionen für die Erweiterungsbauten belaufen sich auf 2,5 Millionen Euro. Hintergrund: Das Unternehmen expandiert vor allem aufgrund des derzeit weltweit stark wachsenden Marktes der Craft-Bierszene. Die Produzenten dieser handwerklich hergestellten Biere arbeiten gerne mit den Maschinen und Anlagen von Leibinger. Die Firma entwickelt, konstruiert und baut nach Kundenwunsch.

Das Teninger Unternehmen trägt der steigenden Nachfrage auch mit einer Vergrößerung des Mitarbeiterstamms Rechnung. Hatte man Ende des vergangenen Jahres noch 25 Beschäftigte, so sind es derzeit 35, Ende des Jahres sollen es 43 sein und Ende 2017 bereits annähernd 60. Im Jahr 2015 lag der Umsatz bei 3,5 Millionen Euro, dieses Jahr werden 7 Millionen Euro erwartet und im Jahr 2017 sollen es 10 Millionen Euro werden. Der Exportanteil am Umsatz liegt bei 90 Prozent. Handelsvertretungen haben die Teninger in Australien, den USA und mehreren europäischen Ländern.

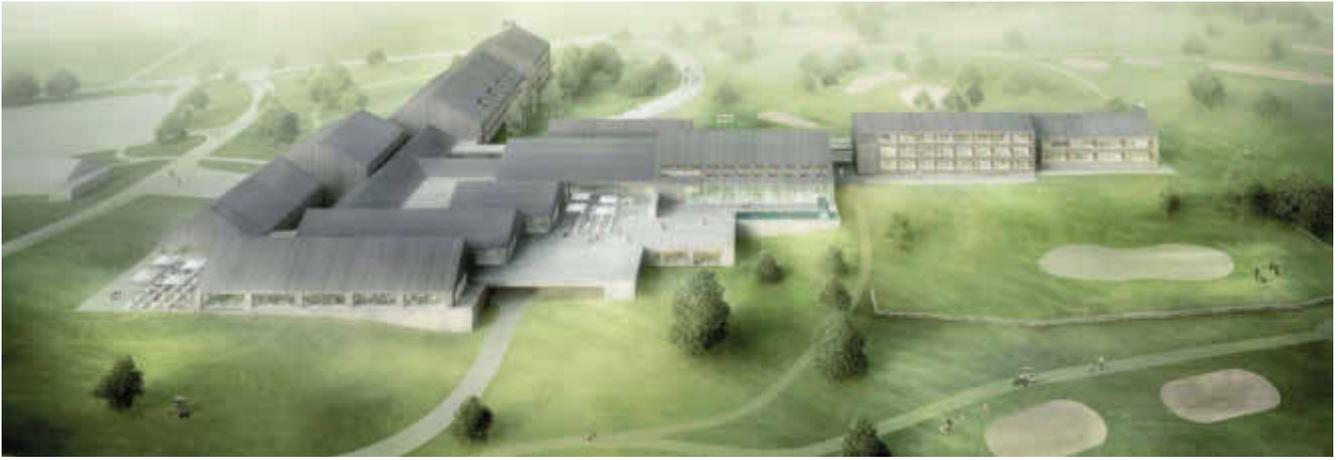
Die Produzenten von Craftbieren arbeiten gerne mit Maschinen von Leibinger.



Die starke Nachfrage der Craft-Bierhersteller registriert Leibinger seit dem Jahr 2014. Gesellschafter und Geschäftsführer des Unternehmens ist Benedikt Leibinger. Im Jahr 2013 hat der Maschinenbauer den deutschen Innovationspreis für Klima und Umwelt vom Bundesumweltministerium verliehen bekommen. **orn**

FSM: Batteriemagementsysteme für E-Bikes
Neues Gebäude bezogen

KIRCHZARTEN. Die FSM AG hat ein 4.600 Quadratmeter großes neues Firmengebäude bezogen und dafür neun Millionen Euro investiert. Der Neubau entstand in einer Bauzeit von nur acht Monaten. Das 1989 gegründete Unternehmen entwickelt, produziert und vertreibt elektronische Baugruppen und Komplettgeräte in den Bereichen Druckmesstechnik, Trafoschaltrelais und Akkutechnik. Im Bereich Akkutechnik ist FSM einer der führenden Hersteller für Batteriemagementsysteme in Europa, unter anderem im Wachstumsmarkt E-Bike. Unter der Marke Aqpak entwickelt und produziert man moderne Akkupacks mit intelligenten Batteriemagementsystemen. Die Produkte werden meist an Unternehmen verkauft, die diese wiederum in ihren Produkten verbauen. Das Unternehmen wächst kontinuierlich und erzielte im Jahr 2015 einen Umsatz von knapp 19 Millionen Euro. 130 Mitarbeiter werden beschäftigt. **orn**



Öschberghof wird für 55 Millionen Euro erweitert und neu gestaltet

Größer, moderner, komfortabler

DONAUESCHINGEN. Der Öschberghof investiert bis 2018 rund 55 Millionen Euro in eine komplette Neugestaltung. Das Golfhotel in Donaueschingen, das zur Unternehmensgruppe des Discounters Aldi Süd zählt, soll größer, moderner, komfortabler und funktionaler werden. Anfang Juni wurde die erste von vier Etappen abgeschlossen: Neben dem Hotel wurde ein „Konferenzhüttendorf“ eröffnet, das während der Umbauarbeiten bis 2017 den Tagungsgästen als Provisorium dient. Ab kommendem Jahr entsteht ein neues Tageszentrum mit sechs Räumen und einem 400 Quadratmeter großen Festsaal. In vollem Gange sind zudem die Arbeiten an einem neuen 18-Loch-Golfkurs, der den bestehenden alten 18-Loch-Kurs ergänzt, parallel entsteht ein neuer 9-Loch-Kurs, und die alte 27-Loch-Anlage wird überarbeitet. Damit soll der Golfplatz des Öschberghofs zu einer der größten Anlagen in Deutschland anwachsen.

Auch am Hotel selbst haben die Bauarbeiten begonnen: Im Februar wurde der Bürotrakt abgerissen, der dem künftigen Eingangsbereich des Hotels weicht. Seit Mai laufen erste Arbeiten im Inneren, und im August wurde der Spa-Bereich geschlossen, weil er um 800 auf dann 3.500 Quadratmeter erweitert und komplett neu ausgerichtet wird. Parallel entstehen im ersten Bauabschnitt eine Parkgarage, die neuen Südzimmer und Suiten sowie die neue Lobby. Für Herbst 2017 ist eine Teileröffnung geplant. Das Hotel bleibt während des gesamten Umbaus weitestgehend geöffnet. Es wird von jetzt 73 auf dann 125 Zimmer erweitert, zu dem werden alle bestehenden Zimmer neu gestaltet. Der Öschberghof wurde 1976 als Golfclub samt Superiorhotel im Auftrag von Aldi-Gründer Karl Albrecht (1920-2014) gebaut. Bis zu seinem Tod besuchte Albrecht, der ein begeisterter Golfspieler war, regelmä-

Big den Öschberghof und wohnte in einem schlichten Bungalow, der im Zuge der Neugestaltung nun entfernt wurde. 1984 kam das Restaurant Hexenweiher hinzu, 1993 erweiterte man um zwei zusätzliche Konferenzräume und 1998 um einen weiteren 9-Loch-Golfplatz. Zum 25-jährigen Bestehen 2001 wurde das Hotel umfassend renoviert und modernisiert. 2006 öffnete der Wellnessbereich, 2008 das Restaurant Öschberghof und 2014 die „Öventhütte“.

Die aktuelle Großinvestition wird von Aldi Süd finanziert. Der Öschberghof wirtschaftet indes profitabel. Die durchschnittliche Auslastung liegt zwischen 83 und 85 Prozent. Die meisten Gäste kommen aus Deutschland und der Schweiz. Derzeit beschäftigt das Hotel 224 Mitarbeiter. Nach der Erweiterung soll die Zahl auf 260 bis 270 steigen.

Daniel Burkhard, Leiter Filialentwicklung Aldi Süd (links), und Alexander Aisenbrey, Geschäftsführer des Öschberghofs, zeichnen verantwortlich für die Investition, die das Hotel komplett neu gestaltet (Bild oben: eine Visualisierung der künftigen Gesamtanlage).



KURZ NOTIERT

Die **Kaisers Gute Backstube GmbH** führt ihren Expansionskurs fort und schärft weiter ihr gastronomische Profil. Seit Juli gehört auch das **Gasthaus Krone** am Firmensitz in Ehrenkirchen-Kirchhofen zu Kaisers. Das traditionsreiche bisher familiengeführte Haus (seit 1754) wurde saniert und modernisiert, seinen Namen hat es behalten. Bisher zählte das Unternehmen 36 Bäckereifachgeschäfte. Die Kaisersfilialen beruhen auf den drei Säulen Bäckereifachgeschäft mit Kaffeebar, Bäckereifachgeschäft mit Themencafé und Bäckereifachgeschäft mit Café und Restaurant. Insgesamt beschäftigen die Ehrenkirchener mittlerweile rund 460 Mitarbeiter – davon sind zehn für das neue Gasthaus im Einsatz.

Die **Rehatec Planungsgesellschaft** hat ihren Firmensitz von Endingen nach Riegel verlegt. Grund für den Umzug war die positive Geschäftsentwicklung und der damit verbundene starke Mitarbeiterzuwachs. Das Unternehmen startete 1988 als kleines Planungsbüro mit der Spezialisierung auf Reinraum-Halbleiter-Technik. Heute beschäftigt Rehatec über 40 Mitarbeiter und sieht seine Kompetenz in der technischen Gebäudeausrüstung, der Prozesstechnik und Gebäudeplanung. Zu den Kunden zählen Kommunen, Landesbetriebe und Forschungseinrichtungen sowie mittelständische und große Unternehmen. Die Geschäftsführung teilen sich Robert Wehrle und Georgios Dimitriou.

Die **Heri-Rigoni GmbH** aus Niederschach hat sich am Werbeartikelmarkt verstärkt: Der Spezialist für Schreibgeräte mit Stempel und Kunststoffspritzgussteile hat den Werbeartikelhersteller **Emotion Factory GmbH** aus Vaihingen/Enz übernommen. Das bisher zur Jung-Gruppe (Vaihingen) gehörende Unternehmen, das auf „wachsende Werbeideen“, also Samentütchen, Pflanzen oder Töpfchen sowie auf kreative Weihnachtsgeschenke spezialisiert ist, siedelte in den Schwarzwald um und wird dort vollständig in die Firma Heri-Rigoni integriert.

Bracchi im Gewerbegebiet DYNA 5
Logistik für Aufzüge

ETTENHEIM/MAHLBERG. 2013 hat das italienische Logistikunternehmen Bracchi, das in der Nähe von Bergamo beheimatet ist, ein 43.000 Quadratmeter großes Grundstück im interkommunalen Gewerbegebiet DYNA 5 der Gemeinden Ettenheim und Mahlberg gekauft. 2014 wurde dann eine 28.000 Quadratmeter große Halle (220 Meter lang, 140 Meter breit und 14 Meter hoch) errichtet und im Frühjahr 2015 eingeweiht. Bracchi hat hier einen einzigen Kunden, mit dem die Italiener seit über 20 Jahren zusammenarbeiten: den Schweizer Aufzugs- und Rolltreppenhersteller Schindler, der zu den größten Anbietern solcher Anlagen auf der Welt zählt. Bracchi seinerseits verfügt über Logistikzentren nicht nur am Heimatstandort Fara Gera d'Adda in Norditalien, sondern auch in der Slowakei und in Polen. Die Firma beschäftigt circa 300 Mitarbeiter und erzielt einen Umsatz von um die 80 Millionen Euro. Spezialitäten sind der Transport von Landmaschinen sowie Logistikdienstleistungen für Aufzugshersteller. Im Ettenheimer Bracchi-Zentrum werden sämtliche europaweit hergestellten Teile für Aufzüge zusammengeführt, gelagert und dann so zusammengestellt, dass ein Lkw einen bis vier Aufzüge zu Baustellen bringen kann, wo diese dann von Schindler-Monteuren in die entsprechenden Gebäude eingesetzt werden. Die Bracchi-Halle in Ettenheim (die im Übrigen inklusive Einrichtung 17,5 Millionen Euro Investitionen erfordert hat) ist mit riesigen Regalen ausgerüstet, in denen die Einzel- beziehungsweise schon verpackten Teile Platz finden und die von Hubstaplern bedient werden. 24 Mitarbeiter sind hier tätig – erstaunlich wenig angesichts der Dimensionen der Halle. Sie stellen circa 18.000 Aufzüge pro Jahr zusammen. 900 bis 1.000 Lkw pro Monat fahren das Lager (man nennt es in der Branche „Konsolidierungslager“) an. Die Baustellen, die von hier aus beliefert werden, liegen zu 20 Prozent in Nord- und Westeuropa, zu je 40 Prozent in Deutschland und in der Schweiz. Das Geschäft ist stark abhängig von der Bautätigkeit und diese wiederum vom Wetter. Derzeit aber, so sagt Marc Sauer, Bracchi-Niederlassungsleiter in Ettenheim, brummt das Aufzugsgeschäft, es wird viel neu gebaut und auch nachgerüstet. Für das Logistikzentrum hat er ein ganz neues Team zusammengestellt, zu dem auch einige Franzosen gehören.

orn

Blick in die Hallen von Bracchi, in denen die Teile für Aufzüge der Firma Schindler zusammengestellt und versendet werden.





Ein Prüfstand für Schneckenräder im Labor von IMS Gear. Die Schneckenräder kommen in elektromechanischen Servolenkungen zum Einsatz.

IMS Gear nähert sich der halben Milliarde Euro Umsatz

„Besser werden kann's nicht“

DONAUESCHINGEN. Wie die Vorstandsmitglieder Dieter Lebzelter, Bernd Schilling und Wolfgang Weber bei einem Pressegespräch ausführten, haben sie für den Zahnrad- und Getriebespezialisten IMS Gear das Umsatzziel von 485 Millionen Euro im Jahr 2016 fest im Blick. Das Unternehmen wird dann im siebten Jahr hintereinander zweistellige Umsatzzuwächse erzielt haben. 2009 hatte der Umsatz bei 112 Millionen Euro gelegen, 2015 hatte man 442 Millionen Euro Umsatz und eine Rendite von circa neun Prozent erreicht. 90 Prozent des Umsatzes erzielt IMS Gear mit dem Automotivegeschäft. Kunden sind die großen Systemlieferanten. Dank seiner Komponenten, Baugruppen und Getriebe, die beispielsweise in elektrischen Sitzverstellungen, Servolenkungen und Parkbremsen millionenfach Anwendung finden (Parkbremsen jährlich 11 Millionen, Sitzlängsverstellgetriebe 20 Millionen Stück im Jahr) ist das Unternehmen eine feste Größe im Automobilssektor geworden. Mittlerweile beschäftigt IMS Gear 2.900 Mitarbeiter. Davon sind 1.900 in den deutschen Werken in Donaueschingen, Eisenbach und Trossingen tätig sowie 1.000 in den beiden US-amerikanischen Werken in Gainesville und Virginia Beach, im mexikanischen Werk in Querétaro und am chinesischen Produktionsstandort in Taicang. Umfangreiche Bauten an allen Standorten konnten mit der schnellen Entwicklung des Unternehmens kaum standhalten. In den USA ist man mittlerweile in Gainesville seit 20 Jahren tätig, dort steht

auch das größte IMS-Werk mit 21.000 Quadratmetern Fläche. In Deutschland hat IMS die Produktionsflächen seit 2009 um 25.000 Quadratmeter erweitert. In China ist ein neues Werk mit 12.000 Quadratmetern entstanden. In Mexiko hat man 7.000 Quadratmeter neu gebaut und verfügt dort jetzt über 11.000 Quadratmeter.

Derzeit sind die Materialpreise günstig, der Dollarkurs ist gut und die Produkte des Unternehmens finden nicht nur in Oberklasse- oder gehobenen Mittelklasse-Pkw Verwendung, sondern immer mehr auch in der breiten Masse. Dieter Lebzelter meinte denn auch „besser werden kann's nicht“.

Zu dem Erfolg beigetragen haben das hochspezielle Wissen des Unternehmens sowohl um die Kunststoff- als auch um die Metallfertigung, das man seit der Firmengründung als Zulieferer für die Uhrenindustrie im Jahr 1863 (Eisenbach) aufgebaut hat. Von den 2.900 Mitarbeitern sind 250 in der Entwicklung und im Engineering tätig. Bis ein Produkt marktreife erlangt, kann es durchaus mehrere Jahre dauern. Die Entwicklung verläuft rechnergestützt und mittels spezieller Simulationssoftware, um den späteren Einsatz wirklichkeitsnah nachbilden zu können. Parallel dazu werden auch Prototypen für Funktions- und Lebensdauerversuche hergestellt. Die Entwicklungsarbeiten können soweit reichen, dass man neue Werkstoffe und Verfahren kreiert. Für Schneckenräder beispielsweise, die in elektromechanischen Servolenkungen eingesetzt werden,

verwendet das Unternehmen einen eigens entwickelten Hochleistungskunststoff. Außerdem kommt bei der Produktion dieser Schneckenräder ein ebenfalls von IMS entwickeltes Kunststoffspritzgießverfahren zum Einsatz. Auf Basis der kundenseitig vorgegebenen Spezifikationen werden die Produkte vor dem Serieneinsatz auf Herz und Nieren geprüft. Das geschieht in der Regel auf speziellen Prüfständen in Labors der Kunden, in eigenen Labors und speziell präparierten Autos, die auf Teststrecken und im Straßenverkehr geprüft werden. Die zugehörigen Fertigungsprozesse, die IMS ebenfalls selbst entwickelt, werden parallel zur Produktentwicklung realisiert, verfeinert und getestet. Bei dem oben erwähnten Schneckenrad werden dabei Faktoren wie die Übertragung von hohen Drehmomenten, Verschleißfestigkeit, Bauraum, Gewicht, Spielarmut und Akustik bedacht. Die von IMS gebauten Maschinen und Anlagen müssen eine stabile und fehlerfreie Großserienproduktion rund um die Uhr ermöglichen und nicht nur in Deutschland, sondern auch an den internationalen Standorten dupliziert und prozesssicher betrieben werden können.

Einen großen Vorteil haben die IMS-Produkte: Sie sind für jedes Antriebskonzept eines Pkw verwendbar, egal ob es sich um einen Verbrennungsmotor oder aber um ein E-Automobil handelt. Komponenten und Antriebe in den Bereichen Komfort, Sicherheit und Energieeffizienz bei Automobilen werden überall gebraucht.

orn

KURZ NOTIERT

Die **Genesys Elektronik GmbH** hat ihr 20-jähriges Bestehen gefeiert. Die Ursprünge des Sensoren- und Messtechnikspezialisten liegen im Steinbeis-Transferzentrum der Hochschule Offenburg. 1996 starteten sechs Ingenieure und ehemalige Mitarbeiter des Instituts in die Selbstständigkeit. Heute beschäftigt Genesys 20 Mitarbeiter und agiert weltweit. Zu den Kunden zählt beispielsweise die Herrenknecht AG, deren Tunnelbohrmaschinen mit Genesys-Technik genau auf Kurs bleiben. Ein weiteres Standbein der Offenburger Ingenieure sind Kamerasysteme zur automatisierten Qualitätskontrolle. Zudem liefert Genesys Produkte zur Messung von Geschwindigkeit und Kurs beim autonomen Fahren.

Im Juli haben sich die Singener in einem Bürgerentscheid mit deutlicher Mehrheit für den Bau eines **ECE-Centers** ausgesprochen. Das dreistöckige Einkaufszentrum soll direkt an den Bahnhof sowie die Fußgängerzone angrenzen. Geplant ist eine Verkaufsfläche von 16.000 Quadratmetern mit rund 80 Shops und gastronomischen Angeboten. 500 Parkplätze sind außerdem vorgesehen. Das 140 Millionen Euro-Projekt soll voraussichtlich im Herbst 2018 fertiggestellt sein. Die Architektur und das Design orientieren sich am vulkanischen Erbe der Region und der industriellen Tradition der Stadt. Das ECE entwickelt, plant, realisiert, vermietet und managt seit 1965 Shopping-Center und hat 196 Einkaufszentren im Management. Insgesamt wird ein Jahresumsatz von rund 23 Milliarden Euro erzielt.

Die **Bareg GmbH**, ein Tochterunternehmen der Paul Becker GmbH Firmengruppe aus Denzlingen, hat in der Freiburger Auerstraße ihr neues Recyclingcenter offiziell eröffnet. Im Zuge der Investition von 6 Millionen Euro verlegte die Firma ihren Hauptsitz von Emmendingen nach Freiburg. Neben Freiburg und Emmendingen führt die Bareg zwei weitere Recyclingcenter in Eschbach und Orschweier.

Kommunikation zwischen Mensch und Maschine: Mit ihrem grünen Auge („Green-Eye“-Technologie) sagt die Maschine, wie man sie am günstigsten bestückt, damit sie wirtschaftlich betrieben wird.

Meiko wächst weiter
Spültechnik wird digital

OFFENBURG. Die Meiko Maschinenbau GmbH & Co. KG hat ihren Umsatz vergangenes Jahr um knapp acht Prozent auf 301 Millionen Euro gesteigert. In einer Presseinformation berichtet das Unternehmen von einem „erfreulichen Ergebnis in einem Markt, der sich zumindest für die starken Länder Deutschland, Österreich und die Schweiz im Bereich Spültechnik als gesättigt darstellt“. Meiko ist auf die Herstellung professioneller Spülmaschinen für viele Branchen spezialisiert. Das 1927 gegründete Unternehmen, das am Hauptsitz in Offenburg sowie in den USA und in China produziert, liefert in über 90 Länder. Die Exportquote lag 2015 bei 60 Prozent. Zu den Kunden zählen Hotels, Gaststätten und Kantinen, Krankenhäuser und Pflegeheime. Spültechnik von Meiko findet sich zudem in vielen Kreuzfahrtschiffen, an Flughäfen und in Flugzeugen, in sämtlichen ICEs sowie bei Feuerwehren für die Reinigung von Atemschutzmasken. Insgesamt arbeiten 2.160 Männer und Frauen für Meiko, 1.160 davon in Offenburg.

Geschäftsführer Stefan Scheringer sieht neben dem Export die Digitalisierung als zweiten großen Motor für Veränderungen. An der Kommunikation zwischen Mensch und Maschine arbeitet Meiko daher in vielerlei Weise. Bereits heute kommuniziert die Spültechnik mit den Menschen, die sie bedienen. Per „Green-Eye-Technologie“ sagt die Maschine beispielsweise, wie man sie am günstigsten bestückt, damit sie am wirtschaftlichsten betrieben werden kann. Für den Herbst plant Meiko zudem eine App, mit der die Nutzer Zugriff auf Projekt- und Maschinendaten wie Maschinendokumente, Servicehistorie oder Ersatzteillisten haben. Jede Maschine werde mit einem QR-Code ausgestattet, der mit Smartphone oder Tablet eingescannt werden kann.

Das Unternehmen blickt zuversichtlich auf das laufende Jahr. „Wir gehen weiterhin von einem moderaten Wachstum aus“, sagt Unternehmenssprecherin Regine Oehler. **kat**





Volksbank Freiburg/Breisgauer Katholischer Religionsfonds

Neubau für 105 Millionen Euro

Entwurf des Architekturbüros Hadi Teherani aus Hamburg für die Volksbank Freiburg.

FREIBURG. Die Volksbank Freiburg will ihr in den Siebzigerjahren errichtetes Gebäude gegenüber dem Freiburger Hauptbahnhof und das anschließende, ihr ebenfalls gehörende Hotel Rheingold abreißen und sowohl einen Verwaltungsneubau als auch ein neues Hotel errichten. Diesem Vorhaben schließt sich der Breisgauer Katholische Religionsfonds an. Er möchte die ebenfalls über 40 Jahre alte Aula des benachbarten St. Ursula-Gymnasiums abreißen und neu bauen. Die derzeitigen Gebäude entsprechen in vieler Hinsicht nicht mehr dem heute geforderten Standard an Sicherheit und Energieeffizienz und müssten – im Falle einer Renovierung – mit Summen nachgerüstet werden, für die man auch einen Rohbau erstellen kann.

Da schien sowohl der Volksbank als auch dem Religionsfonds ein Neubau die bessere Lösung. Die Volksbank und der Religionsfonds entschlossen sich, mit der Freiburger Niederlassung der Strabag Real Estate als Projektentwickler einen nicht öffentlichen Wettbewerb mit zwölf Architekturbüros durchzuführen. Vier der Büros kamen aus Freiburg, vier aus dem restlichen Süddeutschland sowie vier aus Norddeutschland. In der ersten Runde gab es drei zweite Preise. Die Gewinner wurden in einer zweiten Runde aufgefordert, ihre Entwürfe nachzuarbeiten. Als Sieger ging das Hamburger Büro Hadi Teherani hervor. Teherani ist ein international bekannter Architekt, der unter anderem den ersten „grünen“ Bahnhof Deutschlands am Frankfurter Flughafen sowie die Kölner Krankenhäuser am Rheinufer entworfen und auch in Abu Dhabi, Berlin, Hamburg, Istanbul, Kopenhagen, Rom, Teheran, in Moskau und

Mumbai gebaut hat. Hochhäuser, Unternehmenszentralen, Behörden, Einkaufswelten, Schulen und Universitäten gehören zu seinem Spektrum.

Das Freiburger Ensemble wird aus dem neuen Verwaltungsbau der Volksbank, einem 150-Betten-Hotel sowie der Aula des St. Ursula-Gymnasiums inklusive Verwaltungs- und Schulräumen bestehen. Es umfasst außerdem eine gemeinsam genutzte Tiefgarage. Die Bauten für die Volksbank sowie für ergänzende Büroflächen, Hotel und Einzelhandel sollen eine Bruttogeschossfläche von 21.000 Quadratmetern haben (jetzt 18.300 Quadratmeter); knapp 4.000 Quadratmeter sind für die Aula, Unterrichtsräume und weitere Büros vorgesehen. Die Gesamtkosten sollen sich auf 105 Millionen Euro belaufen, davon 80 Prozent für die Volksbank. Der endgültige Entwurf soll Ende 2016 vorliegen und der Bauantrag im Frühjahr 2017 gestellt werden. Der Abriss der jetzigen Gebäude ist für Ende 2017 vorgesehen, der Baustart für 2018. Im Laufe des Jahres 2021 könnten die Gebäude fertig sein.

Die Volksbank Freiburg hat eine Bilanzsumme von drei Milliarden Euro und beschäftigt 518 Mitarbeiter. Den Breisgauer Katholischen Religionsfonds, der eine rechtlich selbstständige kirchliche Stiftung des öffentlichen Rechtes ist, gibt es seit dem 18. Jahrhundert. Der Fonds hilft Kirchengemeinden bei ihren Bauaktivitäten und fördert den Bau sowie Unterhalt vieler Kirchen und Pfarrhäuser. Seine Bilanz weist in Aktiva und Passiva eine Summe von rund 65 Millionen Euro aus. Jährlich werden rund 950.000 Euro für stiftungsgemäße Aufwendungen bewilligt.

orn

Schwarzwälder Schinken

Zuwachs im Ausland

Der Schutzverband der Schwarzwälder Schinkenhersteller hat für 2015 eine positive Bilanz gezogen. Das Wachstum sei „solide“ gewesen, teilte der Verband in einer Presseinformation mit. 9,14 Millionen Schinken zu jeweils etwa fünf Kilo wurden demnach vergangenes Jahr verkauft, das sind 2,2 Prozent mehr als 2014 (8,94 Millionen). Die Position von Schwarzwälder Schinken als Marktführer im Segment der Rohschinken sei damit weiter gefestigt. Allerdings fanden die Zuwächse größtenteils im Ausland statt. Der Export legte vergangenes Jahr deutlich zu – 20 Prozent der Schinken gingen 2015 ins Ausland, vor allem nach Frankreich und Österreich, in die Beneluxländer sowie nach Osteuropa und Skandinavien. „Mit dieser Entwicklung sind wir zufrieden“, lässt sich der Vorstand des Schutzverbandes zitieren. „Es geht uns nicht um Steigerungen um jeden Preis, sondern um konsolidiertes Wachstum, wie wir das in den vergangenen Jahren auch angestrebt und erzielt haben.“

Dem Schutzverband der Schwarzwälder Schinkenhersteller gehören 14 Unternehmen – darunter zwei Großbetriebe, der Rest Mittelständler – sowie drei Fleischerinnungen an. Vorsitzender ist der Tannenhof-Chef Hans Schnekenburger, Elisabeth Adler-Göbmann von Adler aus Bonndorf ist Marketingvorstand. Die wichtigsten Absatzkanäle für Schwarzwälder Schinken sind Supermärkte und Discounter: 85 Prozent werden hier verkauft. 11 Prozent gehen über den Fachhandel und 4 Prozent werden über die Gastronomie abgesetzt.

Ein primäres Anliegen ist es dem Verband, „die Wertschätzung für unsere Spezialität gerade auch bei den jüngeren Konsumenten zu steigern“. Deshalb ist man sehr zufrieden mit den Ergebnissen einer eigens bei der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) in Auftrag gegebenen Studie. Denn danach sind rund 30 Prozent der Käufer von Schwarzwälder Schinken jünger als 44 Jahre. Gut 50 Prozent der Käufe tätigen Familien im mittleren Alter. Und Senioren stellen mit circa 20 Prozent die kleinste Käufergruppe dar. Als erfreulich bezeichnet der Verband zudem die Kaufkraft seiner Kunden: Über 50 Prozent der Haushalte, die Schwarzwälder Schinken

kaufen, kämen aus der gutverdienenden Mittelschicht. Im Vergleich zu anderen europäischen Rohschinken attestieren die GfK-Zahlen dem Schwarzwälder Schinken die höchste Käuferreichweite und die höchste Wiederkauftrate. Die „junge, kreative, dynamische Zielgruppe“ will der Verband mit seiner neuen Social-Media-Kampagne noch besser erreichen. Die abgebildete Schwarzwaldmaid ist ein Motiv daraus. **ine**

Mit einer Social-Media-Kampagne zielt der Schutzverband der Schwarzwälder Schinkenhersteller vor allem auf jüngere Käufer. Einer GfK-Studie zufolge sind etwa ein Drittel der Schinkenkunden jünger als 44 Jahre.



HINTERGRUND

„Schwarzwälder Schinken“ ist eine sogenannte geschützte geografische Angabe (ggA). Das bedeutet, dass die Zutaten zwar von anderswo stammen können (was auf 85 Prozent des zu Schwarzwälder Schinken verarbeiteten Schweinefleisches zutrifft), die Herstellung aber in der Region und nach vorgeschriebenem Verfahren erfolgen muss. **ine**

„Schwarzwald AG“ weiter im Plus

Der WVIB hat seine rund 1.000 Mitgliedsunternehmen in der regelmäßig stattfindenden Erhebung nach der konjunkturellen Situation im ersten Halbjahr 2016 befragt. 350 Mitglieder antworteten. Im Durchschnitt konnten sie ihren Umsatz im Vergleich zum ersten Halbjahr 2015 um 5,5 Prozent erhöhen. Wie WVIB-Präsident Klaus Endress und Hauptgeschäftsführer Christoph Münzer mitteilten, hat dazu vor allem die gute Binnenkonjunktur beigetragen. In Übersee (etwa Brasilien und China) habe es einige Enttäuschungen gegeben, aber beispielsweise in Frankreich, Spanien und Italien habe man Lichtblicke gesehen, das US-Geschäft lief gut.

Keine der befragten Branchen hat Umsatzrückgänge gemeldet, positiver Ausreißer waren die industrienahen Dienstleistungen, die gar ein Umsatzplus von 15 Prozent verzeichneten. Es folgten die Kunststoffverarbeitung (plus 8,3 Prozent) sowie die Elektrotechnik

und Optik mit 7,8 Prozent. Den geringsten Zuwachs verzeichnete der Maschinenbau mit zwei Prozent. Für das laufende Halbjahr rechnen 52 Prozent der Firmen mit einem Umsatz auf dem gleichen Niveau, 37 Prozent erwarten nochmals eine Steigerung. Der Auftragseingang hat über alle Branchen hinweg um 4,6 Prozent zugelegt.

Zusätzliches Personal haben 57 Prozent der Unternehmen eingestellt, 18 Prozent hielten die Teams in gleicher Größe und 25 Prozent haben ihre Personaldecke verkleinert. Über 1.100 neue Arbeitsplätze wurden geschaffen. Der Trend zum Einstellen wird auch im zweiten Halbjahr anhalten. 28 Prozent sind auf der Suche nach Arbeitskräften. Damit ist der Wunsch nach neuen Mitarbeitern noch stärker als vor einem Jahr (23 Prozent). Die guten Jahre 2014 und 2015 haben auch zu höheren Investitionen geführt. 33 Prozent der Unternehmen haben ihre Investitionen gegenüber 2015 nochmals erhöht, 77 Prozent dieselbe

Summe investiert. Die Investitionsquote liegt seit 2010 bei einem soliden Wert von fünf bis sieben Prozent vom Umsatz. Für das zweite Halbjahr planen 30 Prozent, ihre Investitionen nochmals zu steigern.

Die Erträge sind durchweg zufriedenstellend: 91 Prozent bezeichnen die Ertragslage als gut oder befriedigend, vor einem Jahr waren das 84 Prozent. Nur noch neun Prozent klagen über eine schlechte Ertragslage.

Von zentraler Bedeutung für die Befragten ist die Frage „Wer übernimmt das Unternehmen“, da 90 Prozent der WVIB-Mitglieder Familienunternehmen sind. 42 Prozent planen mit einem Nachfolger aus der Familie, 28 Prozent mit einem angestellten Geschäftsführer. Fünf Prozent ziehen einen Verkauf in Betracht und vier Prozent wollen bis zur Nachfolge aus der Familie einen Interimsgeschäftsführer einsetzen. Die verbleibenden 21 Prozent verfolgen andere Nachfolgestrategien.

orn

Schwarzwaldmilch sponsort SC

Neue Partner

Seit 1. Juli hat der SC Freiburg einen neuen Haupt- und Trikot-sponsor. Das Logo der Molkerei Schwarzwaldmilch ziert nun das Trikot des wieder erstklassigen Fußballbundesligisten.

Wenn die Spieler des SC Freiburg im Schwarzwaldstadion auflaufen, steht bei ihnen jetzt Schwarzwaldmilch auf der Brust. Das passt, fanden die Verantwortlichen der Molkerei und des Vereins. „Es kommt zusammen, was zusammen gehört“, sagte Schwarzwaldmilch-Geschäftsführer Andreas Schneider Ende April bei der Vertragsunterzeichnung. Er sieht viele Gemeinsamkeiten zwischen der Molkerei und dem Verein: „Wir sitzen beide in Freiburg, sind bodenständig, ehrlich, nah, nicht künstlich und beide die Davids in unserem jeweiligen Themenfeld.“ Mit dem Sponsoring wolle man die Marke stärken – vor allem lokal und regional, gerne auch bundesweit – und damit schließlich auch den Umsatz steigern. „Wir freuen uns sehr, mit der Schwarzwaldmilch einen Partner gefunden zu haben, der sich mit der Philosophie des Vereins zu hundert Prozent identifiziert“, sagte SC-Präsident Fritz Keller. „So wie die Schwarzwaldmilch fühlen wir uns als Verein auch den Menschen hier in der Region sehr verbunden, die diese Kulturlandschaft pflegen, bewirtschaften und erhalten und damit auch die Kultur prägen.“

Zur Höhe des Engagements äußerten sich die Vertragspartner wie üblich nicht. In der Fachpresse war von rund drei Millionen Euro jährlich die Rede. Die Molkerei habe ihr Vermarktungsbudget nicht erhöht, sondern lediglich umgeschichtet, betonte Schneider. Die Rückendeckung der Milcherzeuger, die derzeit niedrige Auszahlungspreise erhalten, hat der Molkerei-Chef. Schwarzwaldmilch gehört den Genossenschaftsmitgliedern und die hätten dem Sponsoring schon vor der Vertragsunterzeichnung in den Gremien zugestimmt. Und auch die Generalversammlung am 30. Juni war dafür. „Die Mehrzahl sieht es positiv“, berichtete der Vorstandsvorsitzende der Genossenschaft, Markus Kaiser. **kat**

Zum Geschäftsjahr 2015 der Schwarzwaldmilch siehe Seite 41

Das neue SC-Trikot mit Schwarzwaldmilch-Logo bei seinem ersten Einsatz: SC-Spieler Vincenzo Grifo Mitte Juli in einem Freundschaftsspiel gegen eine Regioauswahl in Kippenheim.



Bild: Achim Keller

Wenn Mitarbeiter die Grenze überqueren

Ob Waren nach Frankreich geliefert werden, eine Reparatur durchgeführt wird oder Mitarbeiter an einer Messe teilnehmen – deutsche Unternehmen sollten auf die dort geltenden arbeits-, sozialversicherungs- und steuerrechtlichen Formalitäten achten. Viele Firmen wännen sich in Sicherheit. Tatsächlich sind jedoch alle betroffen, die in Frankreich unternehmerisch aktiv sind. Seit 1. Juli gelten nun auch verschärfte Regeln für Transportunternehmen und es wird generell stärker kontrolliert. Bußgelder bis zu 500.000 Euro können drohen.

Ausländische Unternehmen, die in Frankreich tätig sind, sind bereits seit Jahren von einer Reihe von Regelungen betroffen, ohne dass sie sich dessen bewusst sind. Dies gilt nicht nur bei Montagetätigkeiten in Frankreich, bereits bei einer Warenlieferung besteht rechtlich eine Mitarbeiterentsendung, die bei der Inspection du Travail angemeldet werden muss. In der Vergangenheit hatte ein Fehlverhalten nur selten rechtliche Konsequenzen. Doch das hat sich geändert – Bußgelder von mehreren Tausend Euro werden immer häufiger verhängt. Und es kann noch teurer werden. Hat ein Unternehmen keinen Vertreter in Frankreich benannt, der im Fall einer Kontrolle als Ansprechpartner für die französische Kontrollbehörde fungiert, können die französischen Behörden Bußgelder bis zu 500.000 Euro verhängen. Die französische Verwaltungsbehörde ist zudem berechtigt, in bestimmten Fällen schwerer oder wiederholter Verstöße die Tätigkeit eines Unternehmens innerhalb Frankreichs ganz auszusetzen. Bisher wurden Mitarbeiterentsendungen eher als längerfristige Tätigkeit im Ausland verstanden. Diese liegen aber bereits dann vor, wenn ein Arbeitnehmer auf Weisung des deutschen Arbeitgebers vorübergehend eine Beschäftigung in Frankreich ausübt, beispielsweise einen Kunden besucht und Verkaufsgespräche führt oder an einer französischen Messe teilnimmt und potenzielle Kunden berät. Die Dauer der Beschäftigung in Frankreich muss von vorneherein festgelegt und der Inspection du Travail angezeigt werden. Auch Geschäftsreisen nach Frankreich können unter Umständen unter diese Regelung fallen.

Seit 1. Juli müssen auch Transportunternehmen die neuen Regeln für ihr entsendetes Fahrpersonal beachten und den französischen

Mindestlohn einhalten. Bisher war dieser Bereich von den Vorschriften der Mitarbeiterentsendung nicht betroffen. Transportunternehmen, die Waren für Dritte entgeltlich von ihren Mitarbeitern nach Frankreich liefern oder dort abholen lassen oder regelmäßige Fahrten nach Frankreich organisieren und Passagiere nach Frankreich befördern oder von dort abholen, fallen unter die beschriebenen Regelungen. Ab dem 1. Januar 2017 müssen sie ihre Entsendebescheinigungen über das Portal „SIPSI“ übermitteln (www.sipsi.travail.gouv.fr). Bis dahin müssen Transportunternehmen lediglich eine Entsendebescheinigung ausstellen und dem Fahrer aushändigen – ohne Vorabmeldung bei der Inspection du Travail.

Von den Regelungen nicht betroffen sind Selbstständige, Firmeneigentümer und Taxiunternehmen, die über die Grenze in Frankreich tätig sind. Im Fall der klassischen Entsendung (alle sonstigen nicht zum Transportgewerbe gehörenden Unternehmen) gelten schärfere Bedingungen: Sobald ein Mitarbeiter in Frankreich tätig ist, müssen die aufgeführten Regeln eingehalten werden. Zudem müssen die entsprechenden Mitarbeiter jedes Mal vorher angemeldet werden. Während des Aufenthalts in Frankreich haben sie eine Bescheinigung A1 bei sich zu führen. Wie bei den Transportunternehmen auch muss ein Vertreter in Frankreich benannt werden, der im Fall einer Kontrolle als Ansprechpartner für die französische Kontrollbehörde fungiert. Die Entsendemeldungen können bis zum 30. September in Papierform an die zuständigen Inspections du Travail verschickt werden. Ab 1. Oktober können sie nur noch über das Onlineportal „SIPSI“ übermittelt werden.



INFORMATION

Alle wichtigen Informationen zu diesem Thema sind in Merkblättern für den jeweiligen Unternehmenstyp zusammengefasst, die sich auf der Internetseite www.suedlicher-oberrhein.ihk.de downloaden lassen. Am 20. Oktober vormittags findet außerdem bei der IHK in Lahr eine Veranstaltung in Zusammenarbeit mit der Inspection du Travail statt – Anmeldung bei Christine Richmann: Tel.: 07821 2703-692.

Ansprechpartner:

IHK Südlicher Oberrhein:

Frédéric Carrière
Tel.: 07821 2703-650
frederic.carriere@freiburg.ihk.de

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg:

Jörg Hermle, Tel.: 07721 922-123
hermle@vs.ihk.de

IHK Hochrhein-Bodensee:

Monika Platkova
Tel.: 07622 3907-268
monika.platkova@konstanz.ihk.de

Gefahr bei Onlinegeschäften

Betrug aus China

Auch international erfahrene Unternehmen werden immer wieder Opfer von Betrügern aus China. Diese gehen meistens nach einem Schema vor, das mit ein wenig Aufmerksamkeit erkannt werden kann. Im Folgenden werden die häufigsten Formen des Betrugs beschrieben und es wird aufgezeigt, wie man sich schützen kann.

Viele Geschäfte werden nur noch über das Internet abgewickelt, ohne dass sich die Geschäftspartner kennen. Solche Geschäfte bergen Gefahren. Die Angebote aus China sind verlockend: Hoher Profit, schneller Abschluss und eine langfristige Geschäftsbeziehung. Das chinesische Unternehmen tritt mit glanzvoller Website auf und antwortet auf Fragen schnell. Doch Wachsamkeit lohnt sich sowohl für Einkäufer wie für Exporteure.

Ein Container voller Schrott

Handelsplattformen im Internet sind wichtige Bezugsquellen. Erstkäufer aus Deutschland können dabei leicht zu Opfern werden. Zunächst erhaltene Warenmuster sind meist einwandfrei. Erfolgt dann die erste größere Bestellung, werden nur wertlose Waren geliefert. In der Regel hat der Käufer bereits bezahlt und die Rechtsverfolgung in China ist aussichtslos. Das Akkreditiv (Abwicklung über eine chinesische Bank) bietet keinen ausreichenden Schutz, denn die erforderlichen Dokumente werden gefälscht. Neben einer Überprüfung des chinesischen Geschäftspartners ist es sinnvoll, die Waren

vor Verschiffung durch eigene Mitarbeiter oder Dienstleister prüfen zu lassen.

„Einladung“ nach China

Besonders kleinere Firmen werden von chinesischen Betrügern angeschrieben und erhalten – oft ungewöhnlich große – Bestellungen. Nach kurzer Korrespondenz und „erfolgreichem“ Geschäft bittet der chinesische Käufer die deutschen Geschäftspartner, nach China zu fliegen, denn es gelte, den Vertrag feierlich zu unterzeichnen. Die Deutschen finden sich mit hoher offener Rechnung in einem chinesischen Restaurant wieder, von den „Geschäftspartnern“ fehlt nach dem rauschenden Abend jede Spur. Auch Forderungen nach Anzahlungen, angeblichen Notargebühren oder Ähnlichem tauchen in diesem Zusammenhang auf. Eine Checkliste der IHK hilft, solche Anfragen aus China nach Auffälligkeiten zu prüfen.

„Neue“ Kontoverbindungen

Bereits länger bekannt ist auch der Fall, dass deutsche Unternehmen von ihrem chinesischen Lieferanten per Mail eine angeblich neue Kontoverbindung genannt bekommen. Betroffen sind hier eher Unternehmen, die bereits seit langem Geschäftsbeziehungen nach China pflegen. Arglos leistet das Unternehmen eine Anzahlung, damit die Produktion in China anläuft. Erst wenn sich der wahre Lieferant nach einiger Zeit meldet, wie es um die Zahlung steht, fliegt der Betrug auf. Als Schutz genügt oft ein Anruf beim Lieferanten, um sich die Kontoänderung bestätigen zu lassen.

„Vertrauliche Projekte“

Diese aufwendige Form des Betrugs trifft am ehesten größere Mittelständler, deren Organisationsstrukturen die

chinesischen Betrüger vorab gut ausspionieren. Ein Mitarbeiter in entsprechender Position erhält eine gefälschte Mail vom Geschäftsführer, der selbst gerade auf Reisen ist. Mit der Mail weist der Chef an, eine hohe Zahlung an einen chinesischen Empfänger zu leisten. Es sei eilig und wichtig zur Absicherung eines drohenden Risikos, die Angelegenheit sei jedoch mit höchster Diskretion zu behandeln. Hier helfen interne Prozesse der Rückversicherung solcher Entscheidungen. Auch sollte eng mit der eigenen Bank zusammengearbeitet werden, die derartige Fälle gegebenenfalls kennt und helfen kann, notwendige Bestätigungen einzuholen.

Domain-Name in Gefahr

Oft werden deutsche Firmen von chinesischer Stelle angeschrieben, weil angeblich der Firmenname oder ein wichtiger Schlüsselbegriff als Domäne-Antrag in China vorläge. Die Firma wird dadurch unter Druck gesetzt, sich diese Domäne doch umgehend – durch die vermeintliche Agentur – selbst zu sichern. Solche angeblichen fremden Registrierungen sind jedoch oft nur vorgetäuscht, um die deutsche Firma zu einer kostenpflichtigen Registrierung zu drängen. Und das, obwohl diese chinesischen Absender solcher Schreiben oft selbst keine Befugnis zur Domain-Registrierung haben. Die Deutsche Handelskammer in China kann auch in diesen Fällen helfen, prüft, ob ein solcher Antrag tatsächlich vorliegt und unterstützt deutsche Unternehmen, wenn tatsächlich die Registrierung der eigenen Domain gewünscht wird. Auch wenn selbstverständlich der größte Teil der Geschäfte mit China vollkommen zuverlässig abläuft, gibt es unseriöse Praktiken, denen auch deutsche Unternehmen zum Opfer fallen. Die IHK hält weitere Informationen und Checklisten bereit und kann über das Netzwerk der Deutschen Auslandshandelskammern (AHK) helfen, Geschäfte mit China auf sichere Beine zu stellen. tö

i Susi Tölzel, Tel.: 0761 3858-122
susi.toelzel@freiburg.ihk.de





Carnet-ATA-System

Brasilien tritt bei

Das ATA Carnet ist ein international anerkanntes Zolldokument, das bei der vorübergehenden, abgabenfreien Einfuhr bestimmter Warengruppen eingesetzt wird.

Brasilien ist weltweit das 76. Land, das der internationalen Garantiekette beitrifft und nach Chile und Mexiko das dritte lateinamerikanische Land. „Gerade angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Situation in Brasilien ist der Beitritt ein wichtiges Signal. Dies galt gleichermaßen für die Olympischen Spiele im Sommer 2016, da ATA Carnets zur vorübergehenden, zollfreien Einfuhr von Waren – vom Rennpferd, über Foto- und Filmausrüstung bis hin zu Segelbooten – genutzt werden konnten“, sagt Oliver Wieck, Generalsekretär der Internationalen Handelskammer Germany (ICC) in Deutschland.

Das Carnet-ATA-System wird von der World Chambers Federation der ICC und der Weltzollorganisation verwaltet. Die Ausstellung von ATA-Carnets erfolgt über nationale Organisationen, in Deutschland sind dies die lokalen Industrie- und Handelskammern. Carnets sind international anerkannte Zolldokumente und auch als „Warenpass“ bekannt. Unternehmen nutzen sie für die Einfuhr von Berufsausrüstung, Warenmustern sowie Exponaten bei Messen und Ausstellungen. Wer ATA Carnets benötigt, muss sich also an die für ihn zuständige IHK wenden.

wis

Sie erfolgreich in der
„Wirtschaft im Südwesten“

ANZEIGEN-HOTLINE
07221/2119-12

Rufen Sie uns an – wir beraten Sie gerne!



Elektro- und Elektronikgeräte

Rückgabe im Handel

Seit Ende Juli können defekte Elektro- und Elektronikgeräte in größeren Elektro-Geschäften abgegeben werden. Die bisherigen kommunalen Sammelstellen bleiben gleichzeitig erhalten. Davon erhofft sich der Bundesgesetzgeber eine Steigerung der Sammelmengen, die dann dem Recycling zugeführt werden können. Zur Rücknahme verpflichtet sind Elektro-Märkte mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 Quadratmetern für Elektro- und Elektronikgeräte. Kleinere Märkte können eine freiwillige Rücknahme anbieten. Aus Sicht des (privaten oder gewerblichen) Verbrauchers gilt: Kleinere Geräte (mit Abmessungen von jeweils maximal 25 Zentimetern) können kostenlos abgegeben werden, ohne dass gleichzeitig etwas Neues eingekauft wird. Bei Geräten mit größeren Abmessungen gilt, dass eine kostenlose Rückgabe möglich ist, wenn gleichzeitig ein Neugerät mit gleicher oder ähnlicher Funktion gekauft wird.

Wer als Händler Altgeräte zurücknimmt, muss diese einer korrekten Entsorgung zuführen und dies speziell dokumentieren. Zulässig ist, dass ein Händler die von ihm zurückgenommenen Altgeräte anschließend zu kommunalen Sammelstellen bringt; dies dürfte bei geringen Mengen sogar der einfachste Weg sein.

Dass defekte Geräte so weit wie möglich dem Recycling zugeführt werden, ist generell sinnvoll im Hinblick auf Ressourcenschonung, Wiederverwendung der Inhaltsstoffe sowie unter Schadstoffaspekten. Von Seiten der IHK-Organisation wird aber bezweifelt, dass sich die Sammelmengen allein durch die Rückgabemöglichkeiten im Handel deutlich steigern lassen. Denn primär kommt es darauf an, dass alle Gerätenutzer defekte Geräte nicht achtlos in die „graue Tonne“ werfen, sondern sich um eine separate Entsorgung kümmern. Wenn sie dazu bereit sind (was sogar gesetzlich vorgeschrieben wird), dürften sie dazu in der Regel genügend Rückgabemöglichkeiten finden. Auf der IHK-Homepage wurden IHK-Merkblätter zu Details und weiteren Aspekten der Elektrogeräte-Gesetzgebung veröffentlicht. ba

i Wilfried Baumann, Tel.: Tefon 0761 3858-265
wilfried.baumann@freiburg.ihk.de

Heizungspumpen

Förderprogramm zum Austausch gestartet

Seit 1. August gibt es ein neues Förderprogramm des Bundeswirtschaftsministeriums. Gefördert werden der Tausch von Heizungspumpen, der hydraulische Abgleich von Heizungen und weitere gering investive Maßnahmen. Anträge können beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) gestellt werden. Förderfähig sind auch Maßnahmen in Unternehmen. Die Rahmenbedingungen für das Förderprogramm zur Heizungsoptimierung ergeben sich aus der Förderrichtlinie, die am 29. Juli im Bundesanzeiger veröffentlicht wurde. Die Richtlinie sieht zwei Fördertatbestände vor. Erstens wird der Austausch von Heizungspumpen gefördert, die älter als zwei Jahre sind. Welche hocheffizienten Heizungs- und Warmwasserzirkulationspumpen förderfähig sind, wird vom BAFA in einer Positivliste aufgeführt. Der zweite Fördertatbestand umfasst unter dem Begriff Heizungsoptimierung unter anderem die Durchführung eines hydraulischen Abgleichs, den Einbau von voreinstellbaren Thermostatventilen oder die Neuinstallation eines Pufferspeichers – alles in Systemen, die älter als zwei Jahre sind.

Bei allen Maßnahmen beträgt der Förderzuschuss zu den Netto-Investitionskosten (Material + Arbeitsleistung) 30 Prozent bis zu einem Höchstbetrag der Fördersumme von 25.000 Euro. Es gilt ein Kumulierungsverbot, das heißt für die gleiche Maßnahme darf nicht noch ein weiteres staatliches Förderprogramm in Anspruch genommen werden. Antragsberechtigt sind neben Privatpersonen auch Freiberufler und Unternehmen, unabhängig von der Größe. Unternehmen müssen jedoch die De-minimis-Regelung einhalten (die sogenannten „De-minimis-Beihilfen“ dürfen in der Regel nicht mehr als 200.000 Euro innerhalb von drei Steuerjahren betragen). Die Antragsberechtigung gilt für Eigentümer des Gebäudes oder Gebäudeteils, auf oder in dem die Anlage errichtet wurde. Der Antragsberechtigte darf Dritte, unter anderem die Hausverwaltung, zur Antragstellung bevollmächtigen. Für die Administration des Programms hat die BAFA ein Portal auf

seiner Internetseite freigeschaltet. In einem ersten Schritt müssen sich Interessenten hier registrieren und die geplanten Maßnahmen angeben. Nach Erhalt der Registrierungsbestätigung kann mit der Maßnahmendurchführung begonnen werden. Nach Umsetzung aller Maßnahmen, spätestens sechs Monate nach der Registrierung, übermittelt der Antragsteller die für die Bearbeitung notwendigen Daten, unter anderem die Rechnung. Abschließend wird der Förderbetrag ausgezahlt. Förderfähig sind nur Maßnahmen, mit denen bei Registrierung noch nicht begonnen worden ist. Weitere Informationen zum Verfahrensablauf finden sich auf der Homepage des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle. **ao**

www.bafa.de

i André Olveira, Tel.: 0761 3858-267
andre.olveira@freiburg.ihk.de

HINTERGRUND

Bis zum Jahr 2020 soll nach einem neuen Programm des Bundeswirtschaftsministeriums der Austausch von jährlich bis zu zwei Millionen Pumpen und die zusätzliche Optimierung des Betriebs von 200.000 Heizungsanlagen gefördert werden. Mit dem Programm sollen 1,8 Millionen Tonnen CO₂ eingespart und damit ein Beitrag geleistet werden, die Ziellücke beim Klimaschutzziel 2020 zu schließen. Das Förderprogramm ist Teil des Maßnahmenpaketes, das als Alternative zur Klimaabgabe für Kohlekraftwerke beschlossen wurde. **ao**

Gefahrstoffe

Änderungen bei den Technischen Regeln

Anfang August hat die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin eine neue und drei überarbeitete Technische Regeln für Gefahrstoffe (TRGS) veröffentlicht. Die neue sogenannte TRGS 504 „Tätigkeiten mit Exposition gegenüber A- und E-Staub“ gilt zum Schutz von Beschäftigten und anderer Personen bei Tätigkeiten, bei denen eine Exposition gegenüber Staub auftreten kann. Unterschieden wird dabei zwischen einatembarem Staub (E-Fraktion) und alveolengängigem Staub (A-Fraktion), siehe dazu Leitlinien zur Gefahrstoffverordnung Nr. 45 des Länderausschusses für Arbeitsschutz und Sicherheitstechnik (LASI). Die TRGS konkretisiert die allgemeinen Anforderungen zum Schutz der Beschäftigten und anderer Personen nach der Gefahrstoffverordnung und insbesondere deren Anhang I Nr. 2.3 „Ergänzende Schutzmaßnahmen für Tätigkeiten mit Exposition gegenüber einatembaren Stäuben“.

Schwerpunkte setzt die TRGS im Rahmen ihres Kapitels 3 „Gefährdungsbeurteilung“ und des Kapitels 4 „Schutzmaßnahmen“. Insbesondere im Kapitel 4 werden viele Hinweise gegeben, wie Expositionen gegenüber Staub wirksam vermindert werden können. Zudem haben sich weitere Regeln geändert. Kleine Korrekturen und Ergänzungen

vorgenommen wurden in der TRGS 725 „Gefährliche explosionsfähige Atmosphäre - Mess-, Steuer- und Regeleinrichtungen von Explosionsschutzmaßnahmen“, in der TRGS 727 „Vermeidung von Zündgefahren infolge elektrostatischer Aufladung“ und in der TRGS 910 „Risikobezogenes Maßnahmenkonzept für Tätigkeiten mit krebserzeugenden Gefahrstoffen“. Die neue und die drei überarbeiteten Technischen Regeln Gefahrstoffe sind im Geschäftsbereich „Innovation und Umwelt“ der IHK erhältlich. **sch**

i Axel-Rüdiger Schulze,
Tel.: 0761 3858-264
E-Mail: axel-ruediger.schulze@freiburg.ihk.de





Bild: Fotolia

Hochwasser-Serie: letzter Teil

Wichtige Maßnahmen zur Vorsorge

Jedes Unternehmen kann von Hochwasser betroffen sein. Denn Hochwasser kann viele Ursachen haben wie etwa starke Regenfälle am Unternehmensstandort oder – wenn in der Nähe ein Fluss liegt – flussaufwärts überbordende Flüsse oder kleine Seitengewässer, Rückstau in Kanälen, aufsteigendes Grundwasser, Hangwasser und vieles mehr. Landesweit wurden zwar Hochwassergefahrenkarten erarbeitet und veröffentlicht, diese berücksichtigen jedoch nur Hochwasser aus größeren Oberflächengewässern. Jedes Unternehmen sollte dennoch auf der Internetseite www.hochwasserbw.de Einblick in die Karte seines Betriebsgeländes nehmen und seine sonstigen Hochwasserrisiken abschätzen (zum Beispiel infolge von hohen Grundwasserständen, topographischer Lage, Erfahrungen aus Starkregen-Ereignissen). Von Zeit zu Zeit sollte hinterfragt werden, ob der gegebenenfalls vorhandene Schutz gegen Überschwemmungen ausreicht. Unter Umständen verbietet das Wasserrecht sogar, auf dem Betriebsgelände weiter zu bauen oder Gebäude zu erweitern. Denn in

allen Gebieten, die von einem statistisch einmal in 100 Jahren auftretenden Hochwasser überschwemmt werden können, gelten grundsätzlich Bau- und Erweiterungsverbote. Ausnahmen davon werden an hohe Anforderungen geknüpft, die oftmals nur im Zusammenspiel mit der Kommune – wenn überhaupt – erfüllt werden können.

Deshalb sollten sich alle Unternehmen frühzeitig informieren und organisatorische und gegebenenfalls technische Vorsorgemaßnahmen treffen. Dabei gilt der Grundsatz: „Handeln, bevor es zu spät ist!“ Dazu sind insbesondere zehn Maßnahmen zu empfehlen. **ba**

www.hochwasserbw.de

i Wilfried Baumann, Tel.: 0761 3858-265, wilfried.baumann@freiburg.ihk.de
 Marcel Trogisch, Tel.: 07721 922-170 trogisch@vs.ihk.de
 Michael Zierer, Tel.: 07622 3907-214, michael.zierer@konstanz.ihk.de

ZEHN-PUNKTE-PLAN

1. Für ein angemessenes Risikobewusstsein im Unternehmen sorgen (weder Sorglosigkeit noch Panikmache).
2. Verantwortliche benennen, die sich im Betrieb um das Thema kümmern und deren Empfehlungen ernst nehmen.
3. Informationen beschaffen über den Grad der Betroffenheit – auch im Hinblick auf die Zufahrtswege und die lokale Infrastruktur (zum Beispiel ein möglicher Ausfall von Strom oder Telefon).
4. Das Unternehmen auf mögliche Schwachstellen überprüfen, beispielsweise mithilfe von Checklisten.
5. Abklären, welche Vorsorge- und Schutzmaßnahmen die jeweilige Kommune und unter Umständen die eigenen Nachbarn planen und umsetzen.
6. Organisatorische Vorkehrungen treffen, kurzfristig in Form eines ersten Zeitplans mit einer To-do-Liste.
7. Prüfen, ob technische oder bauliche Maßnahmen in Frage kommen – hierzu deren Kosten mit der drohenden Schadenshöhe vergleichen.
8. Regelmäßig testen, ob das innerbetriebliche Krisenmanagement funktioniert (zum Beispiel mittels Alarmübungen).
9. Den Sachversicherer kontaktieren im Hinblick auf ausreichenden Versicherungsschutz.
10. Mögliche Beeinträchtigungen durch Hochwasser auch in Gesprächen mit den wichtigsten Kunden und Lieferanten thematisieren. **ba**

Bilder: Gudelaphoto, Freshidea – Fotolia



ERFINDERBERATUNG

Die **IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg**, Romäusring 4, VS-Villingen, bietet Erfinderberatungen am zweiten Dienstag im Monat von **14 bis 17 Uhr** an. Nächste Termine: **13. September und 11. Oktober**. Anmeldung: Geschäftsbereich Innovation, Technologie der IHK, Telefon 07721 922-181 (Stefanie Giesser) oder Fax 07721 922-9181.

Die **IHK Südlicher Oberrhein** bietet Erfinderberatungen in Freiburg und

Lahr an. Im IHK-Gebäude in **Freiburg**, Schnewlinstraße 11, finden diese immer am ersten Donnerstag im Monat statt. Nächster Termin: **6. Oktober**. Im IHK-Gebäude in **Lahr**, Lotzbeckstraße 31, finden die Erfinderberatungen immer am dritten Donnerstag im Monat statt. Nächste Termine: **15. September und 20. Oktober**. Anmeldung: Synthia Groß, Telefon 0761 3858-263, synthia.gross@freiburg.ihk.de

Diversity Kongress

Von Vielfalt profitieren

Am 12. Oktober veranstalten die baden-württembergischen IHKs und das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg zusammen mit mehreren Partnern den zweiten baden-württembergischen Diversity Kongress. Die ganztägige Veranstaltung findet unter dem Motto „Vielfalt managen – Zukunft gestalten“ im Haus der Wirtschaft in Stuttgart statt. Die aktuelle Zuwanderung und die digitale Transformation stellen Wirtschaft und Gesellschaft vor neue Herausforderungen. Ein erhöhtes Maß an sozialer Vielfalt und kultureller Diversität kommt zeitgleich mit neuen technologischen, arbeitsorganisatorischen, qualifikatorischen und unternehmenskultu-

rellen Anforderungen auf die Unternehmen zu. Ein bewusster, konstruktiver Umgang mit Vielfalt wird zum strategischen Erfolgsfaktor für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation. Dialogorientierte Formate der Plenumsveranstaltungen wie Fachforen, eine begleitende Messe und ein interaktiver Diversity Parcours bieten an diesem Tag eine praxisorientierte wie anregende Plattform für Austausch und Vernetzung. Der Kongress richtet sich an Führungskräfte, Personalverantwortliche und Diversity-Beauftragte aus Unternehmen und Vertreter aus Kammern, Verbänden, Wirtschaftsförderungen und Netzwerken. Die Teilnahmegebühr liegt bei 60 Euro. **wis**



IMPRESSUM

„WIRTSCHAFT IM SÜDWESTEN“
Zeitschrift und amtliches Verkündungsorgan
der Industrie- und Handelskammern im
Regierungsbezirk Freiburg - ISSN 0936-5885

Redaktion:

Pressestelle der Industrie- und Handelskammern
im Regierungsbezirk Freiburg i. Br. e.V.:
Ulrich Plankenhorn (Leitung, v. i. S. d. P.)
Kathrin Ermert
Elisabeth Weidling
Sekretariat: Hannelore Gißler

Schnewlinstraße 11-13, 79098 Freiburg
Postfach 860, 79008 Freiburg
Telefon 0761 15105-0, Fax 0761 3858-398
E-Mail: wis@freiburg.ihk.de
www.wirtschaft-im-suedwesten.de

Titelbild: Klaus Karlitzky

Verlag und Anzeigen:

Prüfer Medienmarketing
Endriß & Rosenberger GmbH
Jägerweg 1, 76532 Baden-Baden
Verlags-/Anzeigenleitung: Achim Hartkopf
Anzeigendisposition: Susan Hirth
Telefon 07221 211912, Fax 07221 211915
E-Mail: susan.hirth@pruefer.com
www.pruefer.com
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 34 gültig ab Januar 2016.

Satz:

Freiburger Druck GmbH & Co. KG
www.freiburger-druck.de

Druck:

Ernst Kaufmann GmbH & Co. KG
www.druckhaus-kaufmann.de

Herausgeber:

IHK Hochrhein-Bodensee
Reichenaustraße 21, 78462 Konstanz
Telefon 07531 2860-0, Fax 07531 2860-165
und Gottschalkweg 1, 79650 Schopfheim
Telefon 07622 3907-0, Fax 07622 3907-250
E-Mail: info@konstanz.ihk.de
www.konstanz.ihk.de
Pressesprecher:
Christian Wulf, Telefon 07531 2860-125

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg

Romäusring 4, 78050 VS-Villingen
Telefon 07721 922-0, Fax 07721 922-166
E-Mail: info@villingen-schwenningen.ihk.de
www.schwarzwald-baar-heuberg.ihk.de
Pressesprecher:
Christian Beck, Telefon 07721 922-174

IHK Südlicher Oberrhein

Schnewlinstraße 11 bis 13, 79098 Freiburg
Telefon 0761 3858-0, Fax 0761 3858-222
und Lotzbeckstraße 31, 77933 Lahr
Telefon 07821 2703-0, Fax 07821 2703-777
E-Mail: info@freiburg.ihk.de
www.suedlicher-oberrhein.ihk.de
Pressesprecherin:
Natalie Butz, Telefon 0761 3858-113

Erscheinungsweise:

Zu Monatsbeginn (ausgenommen August)

Bezug und Abonnement:

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im
Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht
als Mitglied der IHK. „Wirtschaft im Südwe-
sten“ kann zudem für 17,60 Euro/Jahr beim
Verlag abonniert werden.

Uni Freiburg I: Neuer Superrechner

Für große Datenmengen

Sie zählen zu den 500 leistungsfähigsten Rechnern der Welt und stehen Forschern ausgewählter Disziplinen an allen baden-württembergischen Universitäten zur Verfügung: Zwei Supercomputer haben an den Universitäten Freiburg und Tübingen den Betrieb aufgenommen. „NEMO“ in Freiburg ist aus 750 Rechenknoten zusammengesetzt, die wiederum je 20 Recheneinheiten – so genannte Cores – haben. Damit ist er bei maximaler Rechenleistung bis zu 15.000 Mal schneller als handelsübliche Heimcomputer. „BinAC“ in Tübingen verfügt über 296 Rechenknoten mit je 28 Cores sowie vier Rechenknoten mit je 40 Cores. Zusätzlich wird BinAC durch den Einsatz von 120 Grafikkarten wesentlich in der Leistung verstärkt. Das Land und die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) haben für die zwei Hochleistungsrechner mehr als sechs Millionen Euro zu gleichen Teilen investiert. Damit ist die erste Phase der Landesstrategie „Baden-Württemberg High Performance Computing“ (bwHPC) abgeschlossen. Für die Wissenschaft werden Hochleistungsrechner zunehmend wichtig. Zum einen ermöglichen sie das Management und die Analyse großer Datenmengen, woraus sich neue Forschungsfragen ergeben. Zum anderen können Computersimulationen teure Experimente ersetzen. Mit der Landesstrategie bwHPC wird ein mehrstufiges System aufgebaut: Die Hochleistungsrechner in Freiburg, Tübingen, Mannheim, Heidelberg und Ulm sind darauf ausgelegt, dass auch junge Wissenschaftler Zugang bekommen und von Fachleuten in den Rechenzentren beraten werden. pm



Vorbild Natur: Wie Schlangen sollen sich auch Polymeroberflächen häuten können.

Uni Freiburg II: Neues Forschungszentrum
Von der Natur lernen

Phänomene der Natur verstehen, erforschen und übertragen: Dafür ist Mitte Juli das Freiburger Zentrum für interaktive Werkstoffe und bioinspirierte Technologien (FIT) eröffnet worden. Rund 22,4 Millionen Euro hat der Bau gekostet. Die Investitionen stammen aus Mitteln der Zukunftsoffensive „Innovation und Exzellenz“ des Landes und aus Mitteln des Bundes. Die Universität Freiburg beteiligte sich mit 2,5 Millionen Euro. Das FIT vereint Wissenschaftler, die Werkstoffe und Systeme erforschen, die sich am Vorbild der Natur orientieren. Die so genannten smarten Materialien und intelligenten Systeme sollen Menschen den Alltag erleichtern, indem sie zur Lebensqualität, Sicherheit und Gesundheit beitragen. Die Grundlagenforschung am FIT eröffnet weite Anwendungsfelder. Dazu gehören zum Beispiel medizinische Geräte oder Sensoren aus funktionalen Polymeroberflächen, die sich „häuten“, sodass sich die verschlissenen Oberflächen regenerieren und wieder einsatzfähig sind, oder extrem leichte und energieeffiziente Bauteile, die das Prinzip von bestimmten Baumrinden nutzen. Der Neubau mit über 3.200 Quadratmetern Nutzfläche bietet bis zu 140 Wissenschaftlern – unter anderem aus der Mikrosystemtechnik, den Polymerwissenschaften, der Chemie und der Biologie – eine modern ausgestattete Forschungsumgebung. Dazu gehört ein Speziallabor für Mikroskopie und Tomografie, das Materialwissenschaftler und Biologen nutzen können, um komplexe dreidimensionale Strukturen zu visualisieren und zu verstehen. Spezielle Geräte sollen die Möglichkeit bieten, Werkstoffe mittels Folien- oder 3-D-Druck herzustellen. Das spielt etwa bei der Übertragung von Verfahren vom Labormaßstab auf kontinuierliche Herstellungsprozesse eine Rolle. ine

Bilder: Aleksey Stemmer, wisawa222 – Fotolia



„Spitze auf dem Land“

Über eine Million Euro für Betriebe aus der Region

Vier Betriebe aus dem Regierungsbezirk Freiburg erhalten Fördergelder vom Land Baden-Württemberg.

Die erste Bewerbungsrunde des diesjährigen Förderprogramms „Spitze auf dem Land“ endete für vier Betriebe aus dem Regierungsbezirk Freiburg mit einem Erfolg: Sie haben vom Ministerium Ländlicher Raum die Zusage erhalten, dass ihre geplanten Investitionen mit einem Satz von 10 beziehungsweise 20 Prozent aus EU- und Landesmitteln gefördert werden: Die Firma **Krumm** in **Bahlingen**, Hersteller von geschlossenen Kabinen für die Reinigung industriell hergestellter Produkte, erhält für die geplante Verlagerung nach Endingen und die damit verbundene Betriebsverweiterung die Maximalförderung von 400.000 Euro. Die **Imos Gubela GmbH** in **Renchen**, spezialisiert auf Reflektoren und mikro-optische Strukturen für die Sensor-Industrie, kann mit einer Zuwendung von rund 320.000 Euro rechnen. Die **Neumaier Industries GmbH & Co. KG** in **Hofstetten** im Kinzigtal entwickelt und fertigt unter anderem mechatronische Systeme. Sie will in unmittelbarer Nachbarschaft auf Gemarkung Haslach erweitern, wofür ein Zuschuss von rund 350.000 Euro zu erwarten ist Und die **Hipp Medical AG** in **Kolbingen** bei Tuttlingen, die auf Produkte aus den Bereichen Orthopädie, Dental und Osteosynthese spezialisiert ist, erhält rund 220.000 Euro. Damit fließen insgesamt rund 1,275 Mio Euro nicht rückzahlbarer Zuschüsse als Einzelförderung in den Regierungsbezirk Freiburg, der die meisten erfolgreichen Anträge im Land für sich verbuchen konnte.

Mit der Förderlinie „Spitze auf dem Land! Technologieführer für Baden-Württemberg“ spricht das Land kleine und mittlere Unternehmen mit weniger als 100 Beschäftigten im ländlichen Raum an, die das Potenzial zur Technologieführerschaft erkennen lassen, indem sie Innovationsfähigkeit und ausgeprägte Technologiekompetenz aufweisen „Diese Unternehmen sind von besonderer Bedeutung für den Ländlichen Raum, da sie die ausgeglichene Struktur Baden-Württembergs prägen und Kerne für Innovation und Zukunftsfähigkeit sind“, heißt es vom Ministerium für Ländlichen Raum. Dabei können kleine Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten für ihre Investitionen bis zu 20 Prozent Zuschuss, mittlere Unternehmen mit weniger als 100 Beschäftigten bis zu 10 Prozent Zuschuss erhalten. Der maximale Förderbetrag pro Projekt beträgt 400.000 Euro. Bezuschusst werden umfassende Unternehmensinvestitionen in Gebäude, Maschinen und Anlagen zur Entwicklung und wirtschaftlichen Nutzung neuer Dienstleistungen und Produkte. Die Antragstellung erfolgt schriftlich durch die Gemeinden in Zusammenarbeit mit den Unternehmen über das Regierungspräsidium. **wis**

i Joachim Müller-Bremberger, Tel 0761/2084658.



Fehlender Datenschutzhinweis bei Internet-Analysetools

Abmahnungen mehrten sich

Internet-Analysetools wie „Google Analytics“ sind inzwischen weitverbreitet. Damit werden beispielsweise zur besseren Erfolgskontrolle von Werbemaßnahmen und zur Optimierung des Onlineauftritts die Herkunft der Besucher, ihre Verweildauer auf der Webseite oder die Nutzung bestimmter Suchmaschinen analysiert. Ihr Einsatz muss aber bestimmten rechtlichen Anforderungen genügen. Hintergrund ist der Datenschutz. In jüngster Zeit mehrten sich Abmahnungen und Gerichtsverfahren zu diesem Thema. Dies dürfte auch auf eine im Februar in Kraft getretene Gesetzesänderung zurückzuführen sein: In dem „Gesetz zur Verbesserung der zivilrechtlichen Durchsetzung von Verbraucherschützenden Vorschriften des Datenschutzrechts“ wurden die Abmahnbefugnisse von Verbraucherschutzverbänden auch auf datenschutzrechtliche Verstöße erweitert. Daher sind Unternehmer gut beraten, die Fallstricke des Datenschutzrechts zu kennen, die die Nutzung solcher Analyse-Tools bietet. Aktuelles Beispiel: Das Landgericht Hamburg hielt es für unzulässig, dass ein Unternehmer auf seiner Webseite „Google Analytics“ gänzlich ohne Datenschutzerklärung einsetzte (LG Hamburg, Beschluss vom 10.3.2016 – Az. 312 O 127/16). Das Landgericht führte hier im Rahmen einer durch Beschluss erlassenen einstweiligen Verfügung aus, dass der Besucher einer Webseite zu Beginn des Nutzungsvorgangs stets über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung seiner personenbezogenen Daten unterrichtet werden muss. Ein Verstoß hiergegen stelle eine wettbewerbswidrige und damit abmahnbare geschäftliche Handlung dar. Die Pflicht des Webseitenbetreibers zur Unterrichtung ergibt sich dabei aus Paragraph 13 Telemediengesetz („TMG“).

Paragraph 13 TMG (Auszug): „Der Diensteanbieter hat den Nutzer zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung und Verwendung

personenbezogener Daten [...] in allgemein verständlicher Form zu unterrichten [...].“

Dem Beschluss zufolge darf der Betreiber der Webseite seither „Google Analytics“ nicht mehr einsetzen, ohne auf seiner Webseite die erforderliche Datenschutzerklärung vorzuhalten; andernfalls droht ihm ein Ordnungsgeld bis zu EUR 250.000 Euro und ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten. Zudem hatte der Betreiber die Verfahrenskosten und die Kosten des gegnerischen Anwalts zu tragen.

Die Entscheidung des Landgerichts Hamburg zeigt schlaglichtartig, dass ein sorgloser Einsatz von Internet-Analysetools, insbesondere unter Verzicht auf einen Hinweis in der Datenschutzerklärung, ernstzunehmende Folgen nach sich ziehen kann. Dies gilt auch für alle anderen funktionsgleichen Internet-Analysetools. Der Betreiber einer Webseite muss seine Besucher insofern im Rahmen der Datenschutzerklärung stets umfassend über den Einsatz des Internet-Analysetools und die damit einhergehende Datenerfassung und -verwendung informieren. Neben der angepassten Datenschutzerklärung sind die weiteren Voraussetzungen für den datenschutzkonformen Einsatz von „Google Analytics“:

- der Abschluss eines Vertrags zur Auftragsdatenverarbeitung mit Google (Paragraph 11 Bundesdatenschutzgesetz),
- die Anonymisierung der erfassten IP-Adresse des Besuchers sowie
- die Einräumung eines Widerspruchsrechts hinsichtlich der Erfassung von Nutzungsdaten.

Darüber hinaus müssen sämtliche Analysedaten und Profile, die in der Vergangenheit ohne Einhaltung der rechtlichen Voraussetzungen erfasst wurden, gelöscht werden. Unternehmen mit Webseiten, die Analysetools verwenden, sollten daher prüfen, ob sie die oben genannten Voraussetzungen erfüllen.

Jan Sklepek
Schrade & Partner Rechtsanwälte

»Unternehmer sind gut beraten, die Fallstricke des Datenschutzrechts zu kennen«

Vertragshändler

Ausgleichsanspruch auch im Ausland

Nach deutschem Recht haben Vertragshändler einen zwingenden Ausgleichsanspruch bei Vertragsbeendigung, wenn sie „in die Absatzorganisation des Herstellers eingegliedert sind“. Das ist stets der Fall, wenn der Händler Kundendaten übergibt. Dann besteht – wie beim Handelsvertreter – ein Ausgleichsanspruch, der im Voraus vertraglich nicht wirksam ausgeschlossen werden kann. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat in einem kürzlich veröffentlichten Urteil (25.2.2016, Az.: VII ZR 102/15) entschieden, dass der Vertragshändler auch dann einen Anspruch auf Ausgleich hat, wenn er im Ausland sitzt (im entschiedenen Fall in Schweden), die Parteien aber die Anwendung des deutschen Rechts vereinbart haben.

Aus dieser Rechtsprechung folgt, dass jeder Hersteller bei grenzüberschreitenden Vertriebsverträgen sorgfältig prüfen muss, welches Recht gelten soll. Deutsches Recht ist nicht immer die beste Wahl. Droht nach deutschem Recht ein Ausgleichsanspruch, kann es ratsam sein, im grenzüberschreitenden Vertragshändlervertrag ein Recht zu wählen, das keinen Ausgleichsanspruch kennt (im BGH-Fall wäre dies nach schwedischem Recht möglich gewesen). Zusätzlich sollte geprüft werden, welche weiteren Risiken das nationale Recht des Vertragshändlers birgt. So gestehen einige Länder dem Händler einen Anspruch auf Ersatz seiner Investitionen zu, andere schränken insbesondere bei Exklusivverträgen die Kündigung ein. Gerade in wirtschaftlich wichtigen Ländern sollte eine solche Prüfung erfolgen, da sich der Hersteller dem Vertragshändler sonst auf Gedeih und Verderb ausliefert.

Hendrik Thies
Friedrich Graf von Westphalen & Partner

Schwellenwerte im Arbeitsrecht

Zählen Beschäftigte im Ausland mit?

Ob deutsche Vorschriften zum Schutz der Arbeitnehmer in einem Unternehmen anzuwenden sind, bestimmt sich nach dem hergebrachten sogenannten Territorialitätsprinzip. Das heißt: Hängt die Anwendung eines Schutzgesetzes von einer bestimmten Anzahl von Arbeitnehmern ab, zählen nur die in Deutschland tätigen Arbeitnehmer. Das Landgericht Frankfurt hat 2015 für die unternehmerische Mitbestimmung jedoch entschieden, dass auch im Ausland Beschäftigte bei der Anwendbarkeit des Mitbestimmungsgesetzes/



Drittelbeteiligungsgesetzes mitzählen und die Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat mitwählen.

Darüber hinaus war das Kammergericht Berlin im vergangenen Oktober mit der Frage befasst, ob im Ausland beschäftigte Arbeitnehmer bei der Wahl der Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat zu beteiligen sind und hat dem Europäischen Gerichtshof

die Frage vorgelegt, ob es mit Europarecht vereinbar ist, dass das Wahlrecht nur Arbeitnehmern zusteht, die in Deutschland beschäftigt sind. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob auch bei anderen Arbeitsgesetzen wie dem Kündigungsschutzgesetz oder dem Betriebsverfassungsgesetz im Ausland beschäftigte Arbeitnehmer mitzuzählen sind. Unseres Erachtens ist diese Frage zu verneinen. Diese Gesetze beruhen nicht auf europarechtlichen Vorgaben, sondern sind originäres innerstaatliches Recht; die Beschränkung auf das Territorialitätsprinzip bewirkt folglich keine europarechtswidrige oder sonstige Ungleichbehandlung.

Christoph Fingerle
Friedrich Graf von Westphalen & Partner

Bonusregelung

Gericht kann Anspruch bestimmen

Vereinbaren Arbeitgeber und Arbeitnehmer eine Bonusregelung, über deren Höhe sich der Arbeitgeber nach billigem Ermessen eine Entscheidung vorbehält, unterfällt diese Entscheidung einer vollen gerichtlichen Überprüfung. Ist diese aus Sicht des zuständigen Gerichts unangemessen, ersetzt das Gericht die Höhe des Bonus.

Ein Managing Director einer internationalen Großbank, der in deren deutscher Niederlassung vom 1. Januar 2010 bis 30. September 2012 tätig war, vereinbarte mit der Bank eine Teilnahme an deren jeweils gültigen Bonussystem und/oder an einem so genannten „Deferral Plan“. Gemäß der getroffenen Vereinbarungen erhielt der Manager für das Geschäftsjahr 2009 eine garantierte Leistung in Höhe von 200.000 Euro für das Geschäftsjahr 2010 eine Leistung in Höhe von knapp 10.000 Euro. Für das Jahr 2011 erhielt er keinen Bonus oder Deferral Award, wohingegen andere Mitarbeiter Leistungen erhielten, die sich der Höhe nach überwiegend zwischen 25 und 50 Prozent der jeweiligen Vorjahresleistung bewegten. Mit seiner Klage begehrte der Manager Zahlung eines Bonus für das Geschäftsjahr 2011, dessen Höhe er in das Ermessen des Gerichts stellte, wobei dieser jedoch einen Betrag von 54.480 Euro nicht unterschreiten sollte. Das erstinstanzliche Gericht hat die Bank zur Zahlung von 78.720 Euro verurteilt, wohingegen das Berufungsgericht die Klage auf die Berufung der Bank vollends abgewiesen hat.

Das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat der Klage schließlich in der Revisionsinstanz zum Erfolg verholfen. Dem Manager stehe nach Auffassung des BAG ein grundsätzlicher Anspruch auf einen Bonus und/oder den Deferral Award zu. Da die Bank im Verfahren nicht habe darlegen können, dass sie für das Geschäftsjahr 2011 zu einer Festsetzung auf „0“ berechtigt war, könne in einem solchen Fall das Gericht die Festsetzung ersetzen.

Das Bundesarbeitsgericht verwies den Rechtsstreit zurück an das Berufungsgericht, welches durch aktenkundig gewordene Umstände, wie zum Beispiel die Höhe der Leistungen aus den Vorjahren, den wirtschaftlichen Kennzahlen und dem Ergebnis der Leistungsbeurteilung zu entscheiden habe, in welcher Höhe ein Bonus und/oder Deferral Award in Betracht komme.

Olaf Müller, Endriß und Kollegen



Bild: VRD - Fotolia

i BAG, Urteil vom 3. August, 10 AZR 710/14

Pflichtteilergänzungsanspruch

Erbe nach Schenkung

Gesetzliche oder testamentarische Erben wissen oft nicht, dass ihnen wegen lebzeitiger Schenkungen des Erblassers neben ihrem Erbteil ein sogenannter Pflichtteilergänzungsanspruch gegen Miterben oder beschenkte Dritte zustehen kann. Voraussetzung ist zunächst, dass der Erbe zum Kreis der pflichtteilsberechtigten Personen zählt, nämlich Abkömmling oder Ehegatte oder ein Elternteil des Erblassers ist. Der Pflichtteil ist die Hälfte des gesetzlichen Erbteils. Ergänzungspflichtig sind die Schenkungen des Erblassers, die er in den letzten zehn Jahren vor seinem Tod gemacht hat. Dabei werden die Schenkungen innerhalb des ersten Jahres vor dem Erbfall voll und innerhalb jedes weiteren Jahres um jeweils ein Zehntel weniger dem Nachlass hinzugerechnet. Sodann wird der dem Erben zustehende ergänzte gesetzliche Pflichtteil ermittelt. Ist die ermittelte Summe höher als sein Erbteil, dann hat er einen Anspruch auf die Wertdifferenz.

Einfaches Beispiel: Der verwitwete Erblasser hat seine Lebensgefährtin und seinen alleinigen gesetzlichen Erben, seinen Sohn, je zur Hälfte als testamentarische Erben eingesetzt. Der Nachlasswert beträgt eine Millionen Euro. Im letzten Jahr vor seinem Tod hat er der Kirche ein Grundstück im Wert von 400.000 Euro geschenkt. Nur der Sohn ist pflichtteilsberechtigt. Er hat einen Pflichtteilergänzungsanspruch in Höhe der Differenz zwischen seinem hälftigen testamentarischen Erbteil (die Hälfte von einer Million, also 500.000 Euro) und seinem ergänzten gesetzlichen Pflichtteil (die Hälfte von 1,4 Millionen, also 700.000), nämlich von 200.000 Euro. Schuldner sind die Miterben, allerdings nur insoweit, als ihnen, sofern sie selbst pflichtteilsberechtigt sind, ihr ergänzter gesetzlicher Pflichtteil verbleiben muss. Soweit sie nicht verpflichtet sind, kann die/der Pflichtteilsberechtigte grundsätzlich vom Beschenkten die Wertdifferenz herausverlangen.

Lebzeitige Schenkungen des Erblassers an seine Erben sind auf deren Pflichtteilergänzungsansprüche anzurechnen und zwar ohne zeitliche Beschränkung. Hierbei wird die Schenkung dem ergänzten Nachlass hinzugerechnet, hieraus der ergänzte Pflichtteil ermittelt und davon die Schenkung in voller Höhe abgezogen. Wenn im Beispielfall der Sohn vom Vater 200.000 Euro geschenkt bekam, dann reduziert sich sein Ergänzungsanspruch auf 100.000 Euro.

Czaba Láng, Sozietät Jehle, Láng, Meier-Rudolph, Köberle

Besteuerung von Streubesitz-Verkäufen

Vorerst keine Regelung

Wenn Kapitalgesellschaften Dividenden oder Veräußerungsgewinne aus Beteiligungen an anderen Kapitalgesellschaften erzielen, ist dies steuerfrei (bis auf 5 Prozent, die als nicht-abzugsfähige Betriebsausgabe fingiert werden). Für Dividenden aus Streubesitzbeteiligungen, also aus Beteiligungen unter 10 Prozent, gilt diese Steuerfreiheit nicht mehr. Steuerfrei ist bislang noch die Veräußerung solcher Beteiligungen.

Aus der Ungleichbehandlung von Dividenden und Veräußerungsgewinnen aus Streubesitz ergeben sich häufig kritisierte steuerliche Gestaltungen: So können zum Beispiel Gewinne über Jahre thesauriert werden, statt sie (steuerpflichtig) auszuschütten um zu einem späteren Zeitpunkt einen (zu 95 Prozent) steuerfreien Veräußerungsgewinn zu realisieren (sogenanntes „ballooning“).

Obwohl es seit Jahren die erklärte Absicht des Gesetzgebers ist, dies zu ändern, enthält auch der zuletzt von der Bundesregierung vorgelegte Entwurf zur Reform der Investmentbesteuerung keine Regelung über die Besteuerung von Gewinnen aus der Veräußerung von Streubesitzbeteiligungen. Ob und wann ein neuer Anlauf erfolgen wird, ist offen. Unternehmen ist daher zu raten, die Entwicklungen genau zu beobachten und zu prüfen, ob sie Streubesitz-Beteiligungen vor einem möglichen neuen Stichtag (einer neuen Gesetzesinitiative) veräußern oder zu anderen Gestaltungen greifen, um eine Steuer zu vermeiden.

Albert Schröder
Friedrich Graf von Westphalen & Partner

Steuer-Compliance im Unternehmen

Weniger Haftungsrisiken

Trotz Sorgfalt kann es vorkommen, dass eine Steuererklärung, eine Steuer- oder Zollanmeldung falsch oder unvollständig abgegeben wird. Wird der Fehler unverzüglich nach Entdeckung nachträglich berichtigt, liegt weder eine Steuerhinterziehung noch eine leichtfertige Steuerverkürzung vor. Ausnahme: Wenn die Erklärung grob fahrlässig, vorsätzlich fehlerhaft oder unvollständig abgegeben wurde. Dann bleibt nur die straffreie Berichtigung über eine wirksame, deutlich aufwändigere und teurere Selbstanzeige nach Paragraf 371 AO. Entscheidend ist also, den Vorwurf von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit zu widerlegen.

In diesem Bereich hat das Bundesfinanzministerium durch einen neuen Anwendungserlass zu Paragraf 153 der Abgabenordnung für etwas Klarheit gesorgt: Ist im Unternehmen ein innerbetriebliches Kontrollsystem für steuerliche Zwecke (IKSS) eingerichtet, kann dies als Indiz gegen das Vorliegen von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit gewertet werden. Auch wenn die Finanzämter selbst bei Vorliegen eines IKSS nicht von der Prüfung des Einzelfalles befreit sind, sollten Unternehmer oder gesetzliche Vertreter von Unternehmen gegenüber den Finanzbehörden ein IKSS vorweisen können, um das Risiko einer persönlichen Haftung zu reduzieren. Es ist daher ratsam, schnellstmöglich ein solches Kontrollsystem im Bereich Steuern zu installieren sowie dessen Angemessenheit und Wirksamkeit zu dokumentieren.

Claudio Philipp Schmitt,
Bansbach GmbH

84. Foire Européenne, Straßburg, regionale Mehrbranchenmesse für den Endverbraucher, darunter als Sonderbereiche Spezialitäten (Jardin des Delices), Landwirtschaft, Deutschland, Italien, diesjähriges Gastland Tunesien, 2. bis 12. September, 10 bis 19 Uhr (Do bis 21 Uhr, beide Messe-Samstage bis 22 Uhr) Messegelände/Parc des Expositions „Wacken“, Tel. +33 3 88 37 21 46, www.foireurope.com

68. Herbstmesse, Dornbirn/Vorarlberg, regionale Mehrbranchenmesse für den Endverbraucher, darunter die Sektoren Bauen/Wohnen, Haushalt/Küche, Gesundheit, Mode bis Ernährung und Genuss, 7. bis 11. September, 10 bis 18 Uhr, Messegelände, Tel. +43 5572 305-0, www.herbstmesse.messedornbirn.at

AME 2016, VS-Schwenningen, 11. Internationale Astronomie-Messe, mit Vortrags- und Workshop-Programm, 10. September, 10 bis 17 Uhr, Messegelände, Gastveranstaltung, Tel. +49 741 270 62 10, www.astro-messe.de



Baden Messe 2016, Freiburg, regionale Mehrbranchenmesse

für den Endverbraucher, 10. bis 18. September, 10 bis 18 Uhr, am Messesfreitag bis 20 Uhr, Sonderbereiche Natürlich regional (vielfältige Produkte regionaler Firmen), Gesund und Vital (Gesundheit, Wellness, Prävention), Digital Fun (elektronische Spiele und Spielzeuge), Ladies First (Einkaufsparadies für Frauen, nur 10. und 11. September), Männerparadies (verschiedene Produkte, nur 16. bis 18. September), Unterhaltungsprogramm, Tier- und Pflanzenwelt am Äquator und Kinderprogramm, Messegelände, Tel. +49 761 38 81-02, www.baden-messe.de

22. Carrefour Européen du Patchwork, Ste Marie-aux-Mines, Internationale Patchwork-Textilmesse, mit Vorträgen und Workshops, 14. bis 18. September, 9.30 bis 18 Uhr, mehrere Ausstellungsstätten im Val d'Argent (bei Séléstat), Tel. +33 3 89 73 53 52, www.patchwork-europe.eu

InterDive, Friedrichshafen, Internationale Tauchmesse: Tauchen, Schnorcheln, Reisen, 15. bis 18. September, Do/Fr 12 bis 20 Uhr, Sa/So 10 bis 18 Uhr, Messegelände, Gastveranstaltung, Tel. +49 7582 93 20 79 75, www.inter-dive.de



Interboot, Friedrichshafen, 55. Internationale Wassersport-Ausstellung, breites Ausstellungsprogramm, Sport- und Showveranstaltungen, mit „Inter-surf“ (Internationale Surf-Ausstellung), 17. bis 25. September, 10 bis 18 Uhr auf Messegelände und 10 bis 19 Uhr im Interboot-Hafen am Bodensee, Tel. +49 7541 708-0, www.interboot.de

94. Salon Européen de la Brocante et de l'Antiquité, Straßburg, Antiquitätenmesse, 17. und 18. September, Sa 10 bis 19 Uhr, So 10 bis 18 Uhr, Messegelände/Parc des Expositions „Wacken“, Tel. +33 3 88 37 21 46, www.strasbourg-events.com (Nos Salons)



ILMAC, Basel, 21. Fachmesse für Prozess- und Labortechnologie, Messe im Rahmen der Basel Life Science Week, mit Sonderthemen und Vortragsprogramm (Forum), 20. bis 23. September, Di 9 bis 17 Uhr, Mi 9 bis 19 Uhr, Do 9 bis 17 Uhr, Fr 9 bis 16 Uhr, Messegelände, Tel. +41 58 200 20 20, www.ilmac.ch

Salon Régional de l'Immobilier, Straßburg: Immobilienmesse, 23. bis 25. September, 10 bis 19 Uhr, Messegelände/Parc des Expositions „Wacken“, Tel. +33 3 88 37 21 46, www.salonregionaldelimmobilier.com

24. Bad Krozinger Gesundheitsmesse, 24. und 25. September, 11 bis 18 Uhr, Kurhaus Bad Krozingen, Tel. +49 7633 40 08-164, www.bad-krozingen.info (Veranstaltungskalender)



78. Oberrhein Messe, Offenburg, regionale Mehrbranchenmesse für den Endverbraucher, darunter als Rahmenprogramm Bauernmarkt, Kinderland, Modeschauen, Reisewelten mit Multivisionsvorträgen, Digitale Welten, Energietage, Kosmos Schwarzwald (Kunstaussstellung), Tierhalle, 24. September bis 3. Oktober, 10 bis 18 Uhr, Messegelände, Tel. +49 781 92 26-0, www.oberrheinmesse.de

Wega, Weinfelden, Die Thurgauer Messe: regionale Mehrbranchenmesse für den Endverbraucher mit Sonderthemen und Rahmenprogramm, 29. September bis 3. Oktober, Do/Fr 11 bis 21 Uhr, Sa 10 bis 21 Uhr, So 10 bis 19 Uhr, Mo 11 bis 19 Uhr, Ausstellungshallen in der Innenstadt, Tel. +41 71 626 45 01, www.messen-weinfelden.ch

119. Südbadische Gebrauchtwagen-Verkaufsschau, Freiburg, rund 650 eingefahrene Fahrzeuge, 30. September bis 2. Oktober, Fr 14 bis 19 Uhr, Sa/So 10 bis 18 Uhr, Messegelände, Tel. +49 761 38 81-02, www.messe-freiburg.de

Messe am Hochrhein, Waldshut-Tiengen, regionale Mehrbranchenmesse für den Endverbraucher, 30. September bis 3. Oktober, 10 bis 18 Uhr, Festplatz an der Wutach, Gastveranstaltung, Tel. +49 7222 286 86, www.messe-am-hochrhein.de



Saltex, Dornbirn, Messe zu High-Tech-Textilien (Smart

Textiles and Light Weight Materials): textile Fertigungstechniken bis Anwendung, mit Symposium und Sonderthemen, 5. und 6. Oktober, 10 bis 18 Uhr, Messegelände, Tel. +43 5572 305-0, www.saltex.messedornbirn.at

I-Nova, Straßburg, Messe für Neue Technologien und unternehmensnahe Dienstleistungen, mit Vortragsprogramm, 5. und 6. Oktober, 9.30 bis 20 Uhr, Messegelände/Parc des Expositions „Wacken“, Gastveranstaltung, Tel. +33 3 89 47 80 66, www.salon-entreprises.com

Freiburger Antique und Art, 54. Antiquitäten- und Kunst-Verkaufsausstellung, 7. bis 9. Oktober, Fr 17 bis 21 Uhr, Sa/So 11 bis 18 Uhr, Gastveranstaltung, Messegelände, Tel. +49 7032 95 49 30, www.antique-art.info

Energie- und Baumesse Singen, Messe zu Energie, Bauen, Wohnen, 8. und 9. Oktober, 10 bis 17 Uhr, Stadthalle Singen, Gastveranstaltung, Tel. +49 8241 918 43 71, www.energie-bau-singen.messe.ag

41. Internationale Messe Schmuck, Edelsteine, Mineralien, Fossilien, VS-Schwenningen, 8. und 9. Oktober, 10 bis 18 Uhr, Messegelände, Tel. +49 7720 97 42-0, www.mineralien-vs.de

Die Angaben über die oben ausgewählten Messen publizieren wir ohne Gewähr. **epm**



Ergebnis Eurocheval Offenburg

Freizeitfaktor Pferdesport

Die alle zwei Jahre stattfindende Eurocheval Europamesse des Pferdes auf dem Messegelände Offenburg ist die größte Pferdemesse in Süddeutschland. Vom 20. bis 24. Juli stand sie im Zeichen ihres 40-jährigen Bestehens.

Als Kombination aus Open Air- und Indoor-Veranstaltung mit einem breiten Rahmenprogramm von Topschauen, Galaschau, Fachvorführungen und einem Western-Ring begeisterte die Eurocheval dieses Jahr über 41.200 Pferdeliebhaber. Das bedeutet im Messeergebnis praktisch gleich viele Besucher wie zuletzt im Jahr 2014 (41.830). Rund 30 Prozent kamen aus dem Ausland vorwiegend aus Frankreich und der Schweiz. Die 428 Aussteller – 24 mehr als vor zwei Jahren und mit einem internationalen Anteil von knapp 21 Prozent – reisten aus insgesamt 14 Ländern an. Präsentiert wurden rund 500 Pferde von über 40 Pferderassen und alles zu Pferdehaltung, -sport und -zucht. Unter den namhaften Gestüten nutzte das Haupt- und Landgestüt Marbach die Messe erneut als Schaufenster seiner Arbeit. Die Aussteller zeigten sich über den Messerverlauf und das interessierte Publikum sehr zufrieden. Allgemein beschreiben 872 Vereine mit rund 98.800 Mitgliedern sowie 542 Pferdebetriebe als Sondermitglieder im Pferdesportverband Baden-Württemberg den Pferdesport als bedeutenden Wirtschaftsfaktor im Südwesten. Der Landesverband ist der zweitgrößte Mitgliedsverband der Deutschen Reiterlichen Vereinigung. Die nächste Eurocheval in Offenburg findet vom 25. bis 29. Juli 2018 statt. epm

Bodensee-Messen

Auf stabilem Kurs

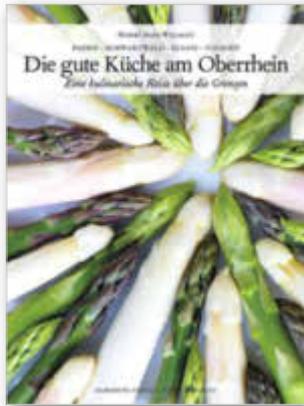
Das Messejahr 2015 ist für die Bodensee-Messen gut gelaufen. Die Messe Friedrichshafen hielt ihren Jahresumsatz mit 34,1 Millionen Euro auf konstant hohem Niveau (2014: 34,2). Im operativen Geschäft vor Steuern und Mietzahlungen an die Gelände-Besitzgesellschaft stehen rund 10,9 Millionen Euro zu Buche (2014: 11,2). Bei den Olma Messen St. Gallen liegt das Jahresergebnis mit 29,7 Millionen Franken Betriebsertrag wie erwartet unter dem Rekordergebnis des Vorjahres (2014: 31,7). Der Cashflow von 8,7 Millionen Franken (2014: 9,4) übertrifft jedoch die Budgetvorgaben deutlich. Die umfangreichen Baumaßnahmen der Messe Dornbirn wirken sich dort auf die Geschäftszahlen zwar negativ aus, aber nicht so wie befürchtet. Der Umsatz stieg 2015 durch Sonderausstellungen sogar um 3,7 Prozent auf rund 6,2 Millionen Euro. Die Kennzahl des operativen Geschäftes betrug minus 154.000 Euro, ein Drittel des erwarteten Verlustes. epm

Auslandsmessen-Förderprogramme 2017

Messebeteiligungen

Auf vorläufig 221 Fachmessen in 45 Ländern plant das Bundeswirtschaftsministerium (BMWi) 2017 Messebeteiligungen zur Unterstützung deutscher Unternehmen. Dabei bleiben China sowie das weitere Südost- und Zentralasien die wichtigste Zielregion, gefolgt von europäischen Ländern außerhalb der EU einschließlich Russland, dem Nahen und Mittleren Osten einschließlich Iran, Nord- und Lateinamerika und Afrika. Mittelständische Unternehmen können sich zu günstigen Konditionen an Gemeinschaftsständen unter der Dachmarke „Made in Germany“ beteiligen. Der hierfür geplante Bundesetat fürs nächste Jahr beträgt 42,5 Millionen Euro. Mit der Exportinitiative „Energie“ unterstützt das BMWi deutsche Aussteller 2017 auf jetzt festgelegten neun Auslandsmessen. Dazu gehören die globalen Intersolar-Messen der Messe Freiburg und ihres Partners Solar Promotion in San Francisco, São Paulo und Mumbai. Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) fördert mit Gemeinschaftsständen deutsche Unternehmen nächstes Jahr auf weltweit 34 Messen. Die Messeauswahl schlägt der Arbeitskreis für Auslandsmessebeteiligungen beim deutschen Messeverband AUMA den jeweiligen Ministerien vor. Auch die Bundesländer organisieren Gemeinschaftsstände auf Auslandsmessen. Hierzulande zeichnet dafür die Baden Württemberg International (bw-i). epm

i www.auma.de („Auslandsmesseprogramme“)
www.bw-i.de („Messebeteiligungen 2017“)



Grenzüberschreitende Gaumenfreuden

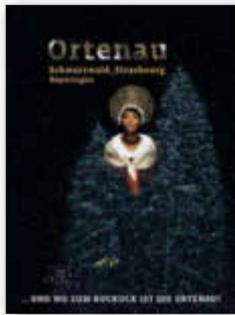
Das hier vorgestellte kulinarische Angebot am Oberrhein gleicht einem „gastronomischen Schlaraffenland“ – so heißt es zumindest im Vorwort der sowohl in einer deutschen als auch in einer französischen Ausgabe herausgegebenen Neuerscheinung. Und das können Gäste der ausgewählten Küche in der Region Baden – Schwarzwald – Elsass – Vogesen mit Sicherheit bestätigen. Der badische Autor Hubert Matt-Willmatt stellt 35 Restaurants vor. Alle zeichnen sich durch eine Besonderheit aus, zum Beispiel haben sie eine geschichtsträchtige Vergangenheit oder werden von einem deutsch-französischen Paar geführt. Die Gastronomen verraten jeweils zwei Rezepte. Bebildert wurde der ansprechend aufbereitete Gastro-Guide, der Lust auf einen Besuch macht, vom Freiburger Fotografen Heinz Linke. Ein Muss für Gourmets! ew

Hubert Matt-Willmatt | Die gute Küche am Oberrhein
Silberburg-Verlag | 224 Seiten | 24,90 Euro

Erfolgreiche Sandwich-Manager

Manager auf der mittleren Führungsebene stehen vor der Herausforderung, ihren Chefs und den unter ihnen stehenden Mitarbeitern gerecht zu werden. Oftmals erhalten sie von oben und von unten Druck. Die Gefahr besteht, dass sie zwischen den unterschiedlichen Ansprüchen zerrieben und durch veraltete Strukturen gebremst oder entmutigt werden. Regina Bergdolt zeigt in dem Titel, wie das vermieden werden kann und wie Mittelmanager vielmehr zu Gestaltern heranwachsen. Sie rät von endlosen Meeting-Marathons ab und plädiert für mehr Freiraum, um schöpferische Kreativität entwickeln zu können. Das Buch enthält auch ein Selbst-Assesment zur eigenen Standortbestimmung. lis

Regina Bergdolt | Erfolgreich führen in der Sandwichposition
Haufe | 216 Seiten | 29,95 Euro



Packende Ortenaureportagen

In der Ortenau lassen sich spannende Geschichten aufspüren – das beweisen 19 Volontäre der Burda-Journalistenschule (BJS). Die Nachwuchsjournalisten hatten die Aufgabe, einen Magazinbeitrag mit Bildstrecken zu erstellen. Veröffentlicht wurden die Wirtschafts- und Tourismusreportagen von der WRO und der BJS. Die Fotos schossen regionale Fotografen. Beispielsweise erfährt der Leser mehr über den Bundesligisten im Damenfußball SC Sand, den aktuellen Imagewandel des Schwarzwalds oder eine Bierbrauerin. Das Magazin ist bei der WRO erhältlich (E-Mail an: christian.leser@wro.de) und lässt sich als PDF auf www.wro.de/presse/veroeffentlichungendownloads.html herunterladen. lis

Nikolaus von der Decken, Manfred Hammes (Hrsg.) | Ortenau. Schwarzwald_Strasbourg Reportagen | 86 Seiten | kostenlos

Kluges Hotel- und Gaststättenmanagement

Wie Hotel- und Gaststättenbetriebe wirtschaftlich geschickt geführt werden, beschreibt das in diesem Sommer aktualisierte in der neunten Auflage erschienene Standardwerk. Darin geben Dozenten des Studiengangs Hotel- und Gastronomiemanagement der Dualen Hochschule Baden-Württemberg in Ravensburg sowie erfahrene Praktiker aus der Hotellerie grundlegendes betriebswirtschaftliches Wissen aus der Branche weiter. Herausgegeben wurde der Titel von Karl Heinz Hänssler, Professor und ehemaliger Rektor an der Hochschule. wis

Karl Heinz Hänssler (Hrsg.) | Management in der Hotellerie und Gastronomie
De Gruyter Oldenbourg | 563 Seiten | 44,95 Euro

KOOPERATIONSBÖRSE

Suche Mode-Designer (w/m), der als Partner mit mir das Revival einer Kopfbedeckung realisiert. Die Idee hat großes Potential für eine weltweite Vermarktung. Gesucht wird Kreativität und Marketing-Know-how. **VS-K-2/16**

EXISTENZGRÜNDUNGS- UND NACHFOLGEBÖRSE

Alteingesessenes, mittelständisches Metallverarbeitungsunternehmen mit eigenem Werkzeugbau, Raum südlicher Schwarzwald, sucht aus Altersgründen einen Nachfolger/Geschäftsführer. Das Unternehmen ist wirtschaftlich solide und verfügt über weiteres Potenzial. Tätigkeitsfeld: Herstellung von Metallteilen aller Art nach Kundenzeichnungen, vorwiegend für den Automotivbereich. CNC-Bearbeitung, Stanzen, Roboter-Schweißen etc., Derzeit werden 35 Mitarbeiter beschäftigt. Unternehmensübernahme ist möglich. **LR-EX-A-47/16**

Für meinen gut eingeführten Partyservice im Markgräflerland suche ich zwecks altersbedingter Aufgabe einen Nachfolger. Bevorzugt geeignet wäre ein Paar aus dem Fachbereich. Der Zeitpunkt der Übernahme ist flexibel. Falls gewünscht, kann eine zeitlich befristete Einarbeitung erfolgen. Räumlichkeiten auf Pachtbasis. **LR-EX-A-50/16**

Großhändler/Distributor im Telekommunikationsbereich abzugeben – Sehr gut eingeführtes seit 1992 bestehendes Unternehmen – Sehr guter Bonitätsindex – Wir bieten eine langfristige Kontinuität bei Umsatz/ Kosten und Gewinn – Mittelstandsunternehmen, in das ein neuer Inhaber /Geschäftsführer leicht eingearbeitet werden kann - Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme. **LR-EX-A-51/16**

Mobile Kaffeebar, bestens eingeführt, fester Kundenstamm, ausbaufähig, Top-Region. Wir suchen einen seriösen Nachfolger für unser liebevoll aufgebautes Kaffeecatering. In dieser Form und Ausführung einzigartig. Komplet,

ausbaufähig, stilvoll, bekannt in der Region. Bei diesem Angebot können Sie sofort loslegen und mit Freude und Einsatz sicher ihr Geld verdienen. Weitere Infos gerne bei Kontaktaufnahme. **KN-EX-N-444/16**

Druckerei aus gesundheitlichen Gründen an Nachfolger zu verkaufen. Kundenstamm vorhanden. Wir verfügen über Digitaldruck, Offsetdruck, Buchdruck, Druckvorstufe und Weiterverarbeitung. **LR-EX-A-53/16**

Küchenstudio direkt an der Schweizer Grenze zu verkaufen oder zu verpachten. Modern gestalteter Showroom mit 166 qm, Büro- und Lagerfläche vorhanden. **KN-EX-A-443/16**

Etabliertes, erfolgreiches Elektronikunternehmen mit ca. 20 hochqualifizierten Mitarbeitern an attraktivem Standort sucht Nachfolger. Aufgrund der Spezialisierung besteht eine große Nachfrage nach unseren Produkten und Dienstleistungen. Der Auftragseingang ist sehr zufriedenstellend. Geeignet für bestehende Firmen zur Erweiterung des Portfolios bzw. Personen mit kaufmännischem Hintergrund, jedoch hoher Technikaffinität. Eine solide finanzielle Basis sollte vorhanden sein. **KN-EX-A-442/16**

Ehemaliges Betriebslabor mit hervorragender Infrastruktur am Standort Lörrach sucht neuen Betreiber oder auch für Nachfolger geeignet, die expandieren wollen. **KN-EX-A-441/16**

Hochwertiges Kindermoden-Fachgeschäft mit über 30-jähriger Tradition in Konstanz am Bodensee zu verkaufen. Exklusivität, Charme, hochwertige Mode für Kinder - dafür steht die Inhaberin des Geschäfts. Großer Kundenstamm bis in die Schweiz vorhanden. Nun ist dieses Schmuckstück aus privaten Gründen zu haben. **KN-EX-A-440/16**

Verkaufe AG mit sechs geschützten Marken (Serienmarken), die die Branchen Metall, Fahrzeuge, Immobilien, Energie, Holz und Medizin abdecken. Zugang zum Markt vorhanden. Der jetzige Inhaber ist langjähriger Vertriebsexperte (mit Führungs- und Trainererfahrung) und unterstützt bei Bedarf den Nachfolger. **KN-EX-A-413/16**

Wir suchen zur Erweiterung unserer Geschäftstätigkeit ein Unternehmen, das in einem der angegebenen Bereiche tätig sein soll: Zerspanungstechnik, Baugruppenmontage, Maschinenbau allgemein, Metallverarbeitung allgemein, auch Automatisierungstechnik. Das Unternehmen sollte über 10 Mitarbeiter verfügen und im Bereich Industrie tätig sein. Den Einstieg können wir uns stufenweise oder gesamthaft vorstellen, auch eine Beteiligung wäre interessant. Die Über-

nahme einer vorhandenen Immobilie wäre bei Eignung ebenfalls denkbar. **VS-EX-N-7/16**

Familienfreundliches Ausflugslokal, welches seit 26 Jahren inhabergeführt ist, sucht aus Altersgründen einen Nachfolger. Insgesamt gibt es im Innenbereich, Zeltanbau, Biergarten je 100 Sitzplätze. Zudem gibt es rund 20 Wohnmobilstellplätze. Das rustikale Ausflugslokal in idyllischer Schwarzwaldlandschaft eignet sich auch bestens als Eventgastronomie für Firmen-, Vereins- und Familienfeiern. Das Grundstück ist insgesamt 6.000 qm groß und erweiterbar um 24.000 qm. **VS-EX-A-40/15**

Als Geschäftsführer stehe ich gerne aktiv für ein kleines oder neues Unternehmen zur Verfügung, eventuell als Nachfolger oder als Entlastung für die Unternehmensführung. Ich habe mit über 50 Jahren seit nunmehr 30 Jahren Berufserfahrung mit Sach- und Fachkunde für den innerstaatlichen und grenzüberschreitenden Güterkraftverkehr als Geschäftsführer in den Bereichen Spedition/Logistik/Transport sowie im Bereich Handel mit Naturbaustoffen. Für Erfahrungen in anderen Bereichen bin ich offen. **VS-EX-N-4/16**

Unsere Firma bietet seit 1981 erfolgreich Prüfmittel-Lösungen im Bereich der elektronischen Mess-, Prüf- und Kontaktierungstechnik an. Neben Standardlösungen liegt unsere besondere Stärke in der Lösung kundenspezifischer Aufgaben, die

ANSPRECHPARTNER

IHK Südlicher Oberrhein (FR/LR),

Hauptgeschäftsstelle Lahr
Lotzbeckstraße 31, 77933 Lahr

Petra Klink

Telefon 07821 2703-642,
petra.klink@freiburg.ihk.de

IHK Hochrhein-Bodensee (KN),

Schützenstraße 8, 78462 Konstanz

Birgitt Richter

Telefon 07531 2860-139,
birgitt.richter@konstanz.ihk.de

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg (VS),

Romäusring 4, 78050 VS-Villingen

Lena Schmiedeknecht

Telefon 07721 922-348,
schmiedeknecht@vs.ihk.de

ONLINE-ADRESSEN

**Bundesweite
Existenzgründungsbörse:**
www.nexxt-change.org

Recyclingbörse:
<http://www.ihk-recyclingboerse.de>

vor Ort besprochen und nach Bedarf maßgeschneidert gelöst werden. Hierfür sind folgende Qualifikationen angedacht: Elektronikkenntnisse, Leiterplatten-Layoutkenntnisse, mechanische Grundkenntnisse, Flexibilität und Ideen, Umgang mit Kunden. Sie übernehmen ein Konzept, das Gestaltungsmöglichkeiten offen lässt. Eine Einführung und begleitende Unterstützung kann auch über einen längeren Zeitraum angeboten werden.

VS-EX-A-13/16

HANDELSVERTRETERBÖRSE

Wir suchen für unsere hochwertigen Fitness- und Wellnessprodukte ein bis zwei Handelsvertreter ohne Gebietsabgrenzung.

VS-HV-8/16

Jedes Unternehmen ist von einem erfolgreichen Vertrieb abhängig. Mit unserem konsequent einfachen und übersichtlichen Akquise-Tool organisieren Sie die Akquise von Neukunden (Leads) einfacher und effizienter als mit Excel, CRM und Zettelwirtschaft. Sie ärgern sich nicht mehr über komplizierte Eingabemasken, überflüssige Daten-

pflüge und benötigen keine Schulungen. Als unser freier Handelsvertreter erhalten Sie für sich selbst eine kostenlose Version und verdienen an jedem Kunden, der sich über Ihre Empfehlung bei uns anmeldet.

KN-HV 504/16

BETEILIGUNGSBÖRSE/ RISIKOKAPITAL

Werden Sie Investor in die Zukunft! Junge motivierte Aktiengesellschaft mit Sitz in Freiburg im Breisgau bietet Beteiligung für innovative Projekte im Bereich eMobility. Garantierte Rendite von 5% sichergestellt. Profitieren Sie als Investor/Aktionär in diesem neuen Markt - und gewinnen Sie in einem der attraktivsten Geschäftsfelder der nächsten 10 Jahre.

LR-B-05/16

Unternehmen für Handel und Vertrieb von Bauartikeln im Raum Freiburg (seit 2008 am Markt; jährliches durchschnittliches Umsatzwachstum von 15%) mit Spezialisierung auf Flachdach-Abdichtung und innovativen Produkten (Marknischen), möchte expandieren und sucht einen Investor.

LR-B-06/16

Sie suchen einen Handelsvertreter, einen Nachfolger für Ihr Unternehmen oder einen Betrieb, den Sie übernehmen können?

Helfen kann ein Eintrag in den Börsen – ein kostenfreier Service der drei Industrie- und Handelskammern im Südwesten. Für allgemeine Geschäftsempfehlungen ist an dieser Stelle kein Platz.

Bei Inseraten aus IHK-Börsen gelten die Bedingungen der jeweiligen Börse. Wenn Sie in den Börsen inserieren wollen: Bitte wenden Sie sich an den für die jeweilige Börse zuständigen Ansprechpartner bei Ihrer IHK (siehe Seite 84). Angebote und Gesuche werden kostenfrei unter einer Chiffre-Nummer veröffentlicht. Wenn Sie auf ein Inserat antworten wollen: Richten Sie Ihre Zuschrift unter Angabe der Chiffre-Nummer an die zuständige IHK.

Welche IHK das ist, können Sie an den ersten beiden Buchstaben der Chiffre-Nummer erkennen – zum Beispiel **FR** oder **LR** für Lahr (IHK Südlicher Oberrhein).

Ihre Zuschrift wird kostenfrei an den Inserenten weitergeleitet.

Signalsäule aus Rietheim

Bunter Überwacher

Sie kann leuchten, blinken oder auch hupen: Die Signalsäule „KombiSIGN“ des Rietheimer Herstellers Werma zeigt, ob alles im grünen Bereich ist, etwas fehlt oder eine Störung vorliegt – für jeden verständlich, ohne Worte oder Vorkenntnisse. Damit ist sie in vielen Fertigungen oder Logistikzentren unerlässlich.

Mit Automatisierung und Kanban

Von den Kunststoffteilen über die Metallkomponenten bis zur Elektronik: Werma macht in seiner Fertigung in Rietheim nahe Tuttlingen beinahe alles selbst. Die bunten Kunststoffbecher heißen „Kalotte“ und entstehen im Spritzgussverfahren. Das läuft mittlerweile fast automatisch in zwölf Maschinen. Die Polycarbonat-Kügelchen werden bei über 300 Grad in Form gebracht. 70 Millimeter Durchmesser misst das abgebildete Modell, es gibt auch 40 Millimeter. Im nächsten Schritt erhalten die Kalotten ihr Innenleben: Roboterarme biegen Drähte, montieren Lampenkontakte sowie Leuchtmittel, bringen Dichtungen an und prüfen die Funktion. Die Montage, die früher häufig in Heimarbeit erledigt wurde, ist heute für die gängigsten Produkte automatisiert. Für die anderen hat Werma sogenannte „One Piece Flow“-Arbeitsplätze eingerichtet. Die Mitarbeiter sind da nicht mehr für eine Tätigkeit sondern für ein ganzes Produkt zuständig. Das schafft mehr Abwechslung und Verantwortung und damit höhere Zufriedenheit und Qualität. Zudem ist die Produktion nach der sogenannten Kanban-Methode und Lean-Kriterien ausgerichtet, das heißt Materialeinsatz und Fertigung sind dezentral, flexibel und richten sich nach der Auftragslage.

Blinken, hupen und funken

Rot-gelb-grün – das ist die klassische Farbanordnung, die jeder von der Ampel kennt. Die Signalsäulen können auch in jeder beliebigen Reihenfolge und mit weiteren Farben gebaut werden, denn sie sind modular konzipiert und lassen sich (fast) wie Legosteine zusammenstecken. Die gängigsten Versionen bietet Werma fertig montiert an, alle anderen kaufen die Kunden als Einzelteile und ordnen sie selbst an. Dafür stehen viele verschiedene Farben und Leuchttarten (Dauer-, Blitz-, Blink-, Flacker- oder Rundumlicht) zur Auswahl. Das schwarze Teil zuoberst ist ein Sprachausgabelement, das Texte oder Töne wiedergibt. Andere akustische Elemente hupen, summen oder klingeln. Ein zusätzliches Element ermöglicht zudem die funkbasierte, intelligente Vernetzung der Signalsäulen. So kann aus jeder Säule ein System zur Maschinen-Datenerfassung (MDE) gemacht werden – Stichwort Industrie 4.0. Im Sortiment von Werma sind viele weitere optische und akustische Signalgeräte.

Text: kat., Bild: Werma



Für Maschinen und Anlagen

Das Blaulicht von Polizei oder Feuerwehr stammt nicht von Werma. Doch von Fahrzeugen abgesehen sind Signalgeräte aus Rietheim universell und weltweit im Einsatz – an Maschinen und Anlagen in Produktionen oder Logistikzentren, in Parkhäusern oder Laboren. So breit wie die Einsatzmöglichkeiten ist das Kundenspektrum. Es reicht vom großen Industrieunternehmen bis zum Ein-Mann-Betrieb. Die Wahrscheinlichkeit, ein Signalgerät von Werma zu sehen oder zu hören, ist hoch. Denn in Europa sind die Rietheimer nach eigenen Angaben Marktführer, weltweit unter den Top 3. Über 40 Prozent des Umsatzes erzielt Werma mittlerweile im Export. Der Vertrieb läuft sowohl über eigene Außendienstler und Niederlassungen als auch über Handelsvertreter und Großhändler sowie seit 2009 über einen eigenen Online-Shop. Dort können Firmen selbst einzelne Stückzahlen bestellen.

Vom Haartrockner zur Signalsäule

Werner und Erich Marquardt gründeten 1950 die Firma Werma, produzierten anfangs Haartrockner sowie Motoren und sattelten Ende der 1950er auf die Herstellung von Summern und Hupen um. 1994 brachte Werma die erste modulare Signalsäule auf den Markt. Heute macht diese Produktgruppe einen wesentlichen Teil des Umsatzes aus. Das Familienunternehmen, an dessen Spitze seit 2009 Matthias Marquardt (Sohn von Erich Marquardt) steht, ist in den zurückliegenden Jahren stark gewachsen, weshalb ein Neubau die Fläche des Firmensitzes gerade mehr als verdoppelt hat. Der Umsatz stieg von rund 12 Millionen Euro im Jahr 2000 auf über 37 Millionen 2015. Innovation wird großgeschrieben bei Werma: Knapp acht Prozent vom Umsatz fließen in die Entwicklung. Damit die Mitarbeiterzahl (aktuell: 314, davon 249 in Rietheim sowie 65 in den mittlerweile sechs Niederlassungen in der Schweiz, in Belgien, Frankreich, Großbritannien, den USA und in China) mit dem Wachstum Schritt halten kann, bildet Werma viel aus, engagiert sich sehr für seine Mitarbeiter sowie die Region und erhält regelmäßig Auszeichnungen.