

# WIRTSCHAFT

IM SÜDWESTEN

MÄRZ 2021  
erscheint am 01.03.2021

Ein Jahr Corona und die Wirtschaft

## Gebeutelte Unternehmen

**REGIO  
REPORT**  
mit  
Konjunkturumfrage  
der IHK

### Irish-Pub-Chef

Michael Steiger ist  
vielfach engagiert

### Gewebedrucker

Freiburger Projekt  
3D-Bio-Net

### Büroklassiker

Der Eames Aluminium  
Chair von Vitra



## Liebe Leserinnen, liebe Leser

Seit einem Jahr dominiert die Coronapandemie unser privates, gesellschaftliches sowie vor allem das wirtschaftliche Leben und beutelt viele Branchen: Im März 2020 begann der erste Lockdown; als diese Ausgabe entstanden ist, steckte das Land noch mitten im zweiten, wenn sie erscheint, gibt es vielleicht Öffnungsszenarien. In unserer Titelgeschichte ziehen wir anhand von Berichten aus verschiedenen Branchen eine Bilanz zu einem Jahr Corona in der Region und blicken auf das laufende ungewisse Jahr (Seite 6).

Bild: Florian Forstbach



**Ulrich Plankenhorn**  
Leitender Redakteur

Dabei zeigt sich, genauso wie in der Konjunkturumfrage der IHK zum Jahresbeginn, wie unterschiedlich die Krise die einzelnen Branchen erfasst. Während Industriebetriebe vergleichsweise wenig Einbußen hinnehmen mussten, sind Einzelhandel, Hotellerie und Gastronomie inklusive der Veranstaltungsbranche besonders hart getroffen (Regio Report).

Zu den von der Coronapandemie Betroffenen gehört auch der Gastronom Michael Steiger aus Villingen-Schwenningen. Durch sein vielfältiges Engagement unter anderem in Gremien der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg verleiht er den Wirten seiner Region eine Stimme. Unser „Kopf des Monats“ ist davon überzeugt, dass seine Branche mit einem „tiefblauen Auge davonkommt, wenn die staatlichen Hilfen rechtzeitig kommen“ (Seite 12).

Und noch kurz in eigener Sache: Nach über 30 Jahren als verantwortlicher Redakteur dieser Zeitschrift gehe ich in Rente. Ich wünsche Ihnen und Ihren Unternehmen viel Glück in diesen schwierigen Zeiten und auch danach.

Viel Spaß beim Lesen.

*Ulrich Plankenhorn*



Wir versuchen, unsere Texte geschlechtsneutral zu formulieren. Wenn uns dies aus Gründen der Lesbarkeit nicht möglich erscheint, verwenden wir zur Bezeichnung von Personengruppen die männliche Form. Sie gilt dann im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter. Dies ist nicht wertend gemeint.

# INHALT

## MÄRZ

### 4 PANORAMA

### 6 > TITEL

Gebeutelte Unternehmen: Die Wirtschaft nach einem Jahr Corona

### 12 LEUTE

#### > 12 Kopf des Monats: Michael Steiger

14 Gründer:  
Josa Rudow

15 Sven Siegin

16 Personalien:  
Christian Eschbach/Klaus Jost/  
Rainer Liebenow/André Marker  
Mathias Bandle  
Erich Sessler/Mike Heizmann  
Tobias Dickreuter  
Ewald Marquardt  
Patrick Mattes

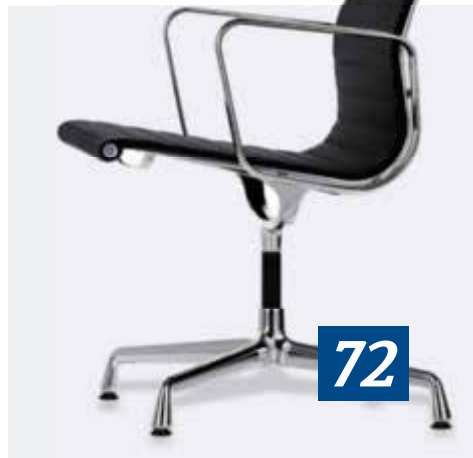
### 17 REGIO REPORT

> IHK-Konjunkturumfrage und weitere Neuigkeiten aus dem IHK-Bezirk

### 38 UNTERNEHMEN

- > 38 Projekt 3D-Bio-Net
- 40 e.optimum, BBS Motorsport
- 41 Alexander Bürkle
- 42 Streit Service & Solution
- 43 Genesys
- 44 Historia
- 45 Partyservice Mattes, PLAN 4 Software
- 46 Jenne Landmaschinen Morfeld CC

> Themen der Titelseite



### Aus dem Südwesten

## Büroklassiker

Der Eames Aluminium Chair ist in vielen Büros zu finden. Entworfen hat ihn das Ehepaar Charles und Ray Eames im Jahr 1958. Vitra produziert ihn in Weil am Rhein für Europa und den Mittleren Osten.



## REGIO REPORT

Neues aus dem IHK-Bezirk

17



Kopf des Monats

## Michael Steiger

Michael Steiger ist einer der bekanntesten und engagiertesten Gastronomen in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg – und unser Kopf des Monats.

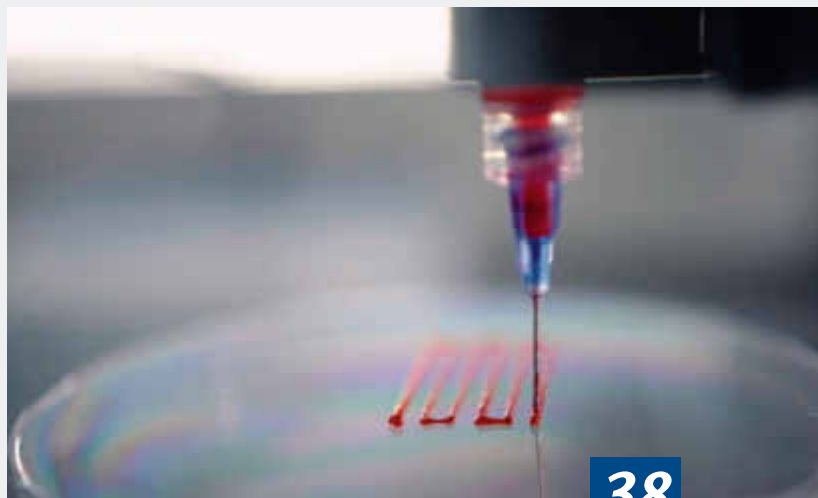


6

Die Wirtschaft nach einem Jahr Corona

## Gebeutelte Unternehmen

Im März vor einem Jahr legte der erste Lockdown quasi über Nacht große Teile der Wirtschaft lahm. Nach einigen Monaten der Erholung sind Restaurants, Kinos, Reisebüros und Hotels seit Wochen wieder geschlossen. Wie erging und ergeht es den verschiedenen Branchen in der Coronakrise, drohen viele Insolvenzen, kommen die Hilfen an? Wir werfen einen Blick in die Region.



38

Projekt 3D-Bio-Net

## Gewebe aus dem Drucker

In einem von Freiburg aus koordinierten Forschungsprojekt haben neun kleine und mittlere Unternehmen sowie universitäre Einrichtungen gemeinsam den Prototyp eines 3D-Bio-Druckers entwickelt. Das Gerät kann funktionale menschliche Gewebe drucken.



WIS IM NETZ

Ausgewählte Inhalte und das komplette E-Magazin unter: [wirtschaft-im-suedwesten.de](http://wirtschaft-im-suedwesten.de)

- 47 Kronen Nahrungsmitteltechnik
- 48 Estec, Blue Tree Real Estate
- 49 Julabo  
Energieagentur Regio  
Freiburg
- 50 Volksbank Lahr, Sparkasse  
Lörrach-Rheinfelden

### 51 THEMEN & TRENDS

Die Flotten standen still:  
Euro-Airport zählt 71 Prozent  
weniger Passagiere

### 52 PRAXISWISSEN

- 52 Steuern
- 53 Recht
- 54 Umwelt & Innovation
- 56 International

### 58 MESSEN

Messenews

### 72 DIE LETZTE SEITE

- Aus dem Südwesten:  
Eames Aluminium Chair von Vitra  
aus Weil am Rhein

### STANDARDS

- 57 Literatur
- 68 Börsen
- 69 Impressum

### ■ BEILAGENHINWEIS

Dieser Ausgabe ist ein Supplement „900+1 Jahre Freiburg“ beigelegt.  
Den Regionalausgaben Südlicher Oberrhein und Hochrhein-Bodensee sind Prospekte der ernst + könig GmbH, Freiburg beigelegt.  
Den Regionalausgaben Freiburg und Lahr ist eine Umschlagflappe der IHK Südlicher Oberrhein beigelegt.



## Stadtmacher statt Schlusslicht Impulse für Innenstädte

Die Coronapandemie hat die bisherige Funktion der Innenstadt als Ort zum Leben, Kaufen und Arbeiten nachhaltig verändert. Fachgeschäfte verschwinden, Kundenfrequenzen sinken, Leerstände nehmen zu. Um dazu beizutragen, dass die Innenstädte in der Region attraktiv bleiben, haben die IHKs Hochrhein-Bodensee, Schwarzwald-Baar-Heuberg und Südlicher Oberrhein zusammen mit der Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbH das Onlineimpulsformat „Stadtmacher statt Schlusslicht“ entwickelt. Dabei wollen sie Erfolgsbeispiele aus der Region vorstellen. Außerdem geht es darum, welche Impulse jetzt auf eine Innenstadtagenda gehören, wie Kommunalverantwortliche ihre Gewerbetreibenden und Standorthelden vor Ort stärken können und was diese Standorthelden schon heute leisten. Der erste Onlineimpuls findet am Dienstag, 30. März, von 10 bis 12 Uhr statt. Keynote Speaker ist Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Handelsverbandes. Den Link zum Livestream erhalten alle Interessierten nach Anmeldung. **sum**

„she succeeds award“

## Nachfolgerinnen gesucht

Etwa eine Viertelmillion kleine und mittlere Unternehmen brauchen in den nächsten zwei Jahren einen neuen Inhaber oder eine neue Inhaberin. Frauen treten immer noch seltener die Nachfolge an. Das möchte der Verband deutscher Unternehmerinnen (VdU) ändern und hat deshalb einen Preis ausgeschrieben. Der „she succeeds award“, den das Bundeswirtschaftsministerium fördert, sei der „erste und einzige in Deutschland, der weibliche Nachfolgeunternehmerinnen auszeichnet und sie als Vorbilder sichtbar macht“, heißt es in einer Pressemitteilung. Bis 31. März können Unternehmerinnen und Altinhaberinnen, die vor mindestens zwölf Monaten die Übernahme beziehungsweise Übergabe abgeschlossen haben, nominiert werden. **kat**

[www.vdu.de](http://www.vdu.de)



**IHK Hochrhein-Bodensee:** Lena Häslér

☎ 07531 2860-130

✉ lena.haesler@konstanz.ihk.de

**IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg:**

Philipp Hilsenbek

☎ 07721 922-126

✉ hilsenbek@vs.ihk.de

**IHK Südlicher Oberrhein:** Thomas Kaiser

☎ 07821 2703-640

✉ thomas.kaiser@freiburg.ihk.de



Januar 2021

## Verbraucherpreisindex

	Deutschland	Baden-Württemberg
Index	106,3	106,8
Veränderung zum Vorjahr	+1,0%	+1,1%

Basisjahr 2015=100; Quelle: Statistisches Landesamt/Statistisches Bundesamt (Angaben ohne Gewähr)

## Neue Gästekarte

# Bodensee, Rheinflall und Schwarzwald

Es gibt eine neue, grenzüberschreitende Gästekarte für die Region: Die Drei Welten Card bietet ab dem 1. April Touristen den kostenlosen Besuch beziehungsweise das kostenlose Nutzen verschiedener Attraktionen im Schwarzwald, am Rheinflall und am Bodensee. Darunter sind die Sauschwänzlebahn in Blumberg, die Rheinflall-Schiffahrt, die Triberger Wasserfälle, das Musicaltheater Bad Säckingen, die Rothaus-Erlebniswelt und die Solemar-Therme in Bad Dürreim. Die Voraussetzung: Die Urlauber müssen bei einem beteiligten

Gastgeber mindestens zwei

Nächte verweilen. Finanziert

wird die Gästekarte über eine Umlage der

Beherbergungsbetriebe. Dies

erklärte Markus Spettel, Geschäfts-

führer der neuen Drei Welten

Tourismus GmbH, bei einer

Pressekonferenz auf der

Stuttgarter Tourismusmesse

CMT, die am 26. Januar

digital stattfand. Zu diesem

Zeitpunkt waren 80

Gastgeber – vom Hotel bis zum

Campingplatz – daran

beteiligt. Die Drei Welten

GmbH ist eine Tochtergesell-

schaft der Kur- und Bäder

GmbH in Bad Dürreim. Der

Schwarzwald-Baar-Kreis, der

Landkreis Waldshut und

der Kanton Schaffhausen

haben zusammen 750.000

Euro als Anschubfinanzierung

beigesteuert. Sie erhalten

dafür eine EU-Förderung. **mae**



dreiwelten.com/schoene-aussichten/

Ein Coradia Polyvalent, wie er in Frankreich fährt. Dieser Zug soll für den grenzüberschreitenden Zugverkehr zwischen Frankreich und Deutschland umgerüstet werden.



## Interreg unterstützt Forschungsprojekt Züge über die Grenze

Damit Pendler zwischen Deutschland und Frankreich künftig nicht mehr an der Grenze umsteigen müssen, entwickelt das Interreg-Projekt „Coradia polyvalent“ derzeit Nahverkehrszüge, die technisch in der Lage sind, auf französischen und deutschen Schienen zu fahren sowie die notwendigen Zulassungen dafür bekommen. Daran sind die französische Eisenbahngesellschaft SNCF und die französische Region Grand Est sowie die Bundesländer Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und Saarland beteiligt. Das Projekt umfasst ein Volumen von insgesamt fast 12,5 Millionen Euro und wird mit drei Millionen Euro Interreg-Förderung der Europäischen Union unterstützt. Ziel ist es, bis 2024 für die sieben Bahnstrecken entlang der 451 Kilometer langen deutsch-französischen Grenze, darunter auch die geplante neue Verbindung von Colmar nach Freiburg, passende Nahverkehrszüge zu haben. Dafür wird der „Coradia Polyvalent“, den die SNCF in Frankreich bereits nutzt, entsprechend weiterentwickelt. Für die Zeit, bis die Bahnlinie Colmar-Freiburg voraussichtlich Mitte 2023 reaktiviert wird, soll auf der Strecke ein Schnellbus fahren, sagte die Freiburger Regierungspräsidentin Bärbel Schäfer bei einem Pressegespräch Ende Januar. Geplant sei eine Verbindung mit etwa einer Stunde Fahrzeit, wenigen Haltestellen und eventuell einer eigenen Busspur.

Bilder: Alstom

## GEWERBLICHE WIRTSCHAFT IN ZAHLEN 2020

	Betriebe			Beschäftigte			Umsatz			Ausland		
	(mit mehr als 50 Beschäftigten)			(in 1000)			(in Mio Euro)			(in Mio Euro)		
	Oktober	Novemb.	Dezemb.	Oktober	Novemb.	Dezemb.	Oktober	Novemb.	Dezemb.	Oktober	Novemb.	Dezemb.
Stadtkreis Freiburg	47	47	47	10	10	10	217	259	270	128	166	138
Breisgau-Hochschwarzwald	98	98	98	19	19	19	332	331	287	165	155	143
Emmendingen	67	67	67	14	14	14	212	211	224	133	129	146
Ortenaukreis	237	237	237	48	48	48	1096	1055	992	494	435	457
<b>Südlicher Oberrhein</b>	<b>449</b>	<b>449</b>	<b>449</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>91</b>	<b>1857</b>	<b>1855</b>	<b>1773</b>	<b>919</b>	<b>885</b>	<b>883</b>
Rottweil	108	108	108	22	22	22	146	473	352	200	223	175
Schwarzwald-Baar-Kreis	163	163	163	27	27	27	453	460	371	182	190	154
Tuttlingen	150	150	150	31	31	31	591	640	532	343	364	292
<b>Schwarzwald-Baar-Heuberg</b>	<b>421</b>	<b>421</b>	<b>421</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>1460</b>	<b>1574</b>	<b>1254</b>	<b>724</b>	<b>777</b>	<b>621</b>
Konstanz	77	77	77	17	17	17	521	509	510	237	247	254
Lörrach	83	83	82	17	17	17	299	334	293	192	214	189
Waldshut	55	55	55	12	12	12	430	422	335	188	185	145
<b>Hochrhein-Bodensee</b>	<b>215</b>	<b>215</b>	<b>214</b>	<b>46</b>	<b>46</b>	<b>45</b>	<b>1249</b>	<b>1265</b>	<b>1138</b>	<b>616</b>	<b>646</b>	<b>587</b>
<b>Regierungsbezirk Freiburg</b>	<b>1085</b>	<b>1085</b>	<b>1084</b>	<b>217</b>	<b>217</b>	<b>216</b>	<b>4566</b>	<b>4694</b>	<b>4165</b>	<b>2260</b>	<b>2309</b>	<b>2091</b>
<b>Baden-Württemberg</b>	<b>4554</b>	<b>4554</b>	<b>4553</b>	<b>1160</b>	<b>1158</b>	<b>1154</b>	<b>31560</b>	<b>32604</b>	<b>30628</b>	<b>18161</b>	<b>18458</b>	<b>17666</b>

Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, die Angaben sind gerundet und ohne Gewähr (WIS 03/2021)

Die regionale Wirtschaft nach einem Jahr Corona

# Gebeutelte Betriebe

Im März vergangenen Jahres war fast über Nacht auf einmal alles anders: Der erste Lockdown legte einen großen Teil der Wirtschaft praktisch lahm, die Arbeit in den Betrieben, die offen blieben, musste neu organisiert werden. Ein Jahr später ist längst noch nicht alles, wie es einmal war. Wir werfen einen Blick in verschiedene Branchen der Region, ziehen eine erste Bilanz nach einem Jahr Corona und wagen einen Ausblick. Redaktionsschluss war der 18. Februar.



## Einzelhandel

„Es ist ein Desaster – insbesondere für Bekleidungs- sowie Schuhgeschäfte und Parfümerien, aber auch für Kauf- und Warenhäuser und Sportgeschäfte, die in der Innenstadt angesiedelt sind.“ Mit diesen Worten beschreibt Peter Spindler, Hauptgeschäftsführer des Handelsverbands Südbaden, die Lage des Einzelhandels. Während die Branche 2020 deutschlandweit vor allem wegen des boomenden Online- und Versandhandels um 3,9 Prozent zulegte, verbuchten die stationären Mode- und Schuhhändler einen Umsatzrückgang von 23,4 Prozent. Der erste Lockdown im März 2020 sei für die Händler ein Schock gewesen, allen voran für die Modegeschäfte, die ihre Lager mit der neuen Frühjahrsware gefüllt hatten, die sie später im Jahr, wenn überhaupt, dann nur mit Abschlägen verkaufen konnten. Während es im Sommer für die Branche wieder einigermaßen lief, „fing es ab Oktober erneut an, schwierig zu werden“, sagt Spindler und nennt den Appell von Bundeskanzlerin Angela Merkel, Kontakte zu reduzieren, als Grund. Verschärft wurde die Situation ab November: Mit dem „Lockdown light“ ging die Zahl der Kunden deutlich zurück, bis sie ab Mitte Dezember mit den verordneten Schließungen auf null sank. „Ganz schlimm ist, dass das Weihnachtsgeschäft gänzlich weggebrochen ist und dass die Aussichten, 2021 mit einem vernünftigen Ergebnis rauszukommen, von Tag zu Tag schwinden“, so Spindler. Die Mode- und Schuhhändler stehen zudem vor demselben Problem wie vor einem Jahr: Wieder sind die Lager voll, da sie bereits im Herbst die aktuelle Frühjahrsmode bestellen mussten, und wieder wissen sie nicht, wann oder ob sie diese verkaufen können. Auch wenn die meisten weniger als sonst bestellt haben, sind viele derzeit gezwungen, sich mit Krediten über Wasser zu halten, berichtet Spindler. Der Impfstoff sei ein Hoffnungsschimmer gewesen, der sich aber – angesichts der Dauer des zweiten Lockdowns – immer mehr zerschlagen habe. Die Möglichkeit, bei ihnen vorab bestellte Waren abzuholen, sei für viele Händler nur ein Tropfen auf den heißen Stein. Spindler rechnet „mit erheblichen Ladenschließungen in Südbaden und Problemen, die auf alle Innenstädte zukommen“.



Peter Spindler  
Hauptgeschäftsführer  
Handelsverband Südbaden,  
Freiburg



Thomas Burger  
WVIB-Präsident und  
Geschäftsführer Burger  
Group, Schonach



Alexander Hangleiter  
Geschäftsführer Dehoga,  
Freiburg

## Industrie

Natürlich ist auch die regionale Industrie von den Folgen der Pandemie betroffen, allerdings weniger stark als beispielsweise die Veranstaltungsbranche oder der Handel, wie Christoph Münzer betont. Der Hauptgeschäftsführer des Wirtschaftsverbands industrieller Unternehmer Baden (WVIB) sagte Anfang Februar vor der Presse: „Corona trifft die Industrie hart, aber nicht frontal.“ Der Umsatz der Mitgliedsunternehmen ging 2020 durchschnittlich um 8,42 Prozent zurück. Das ist das Ergebnis einer Umfrage, an der sich 400 der über 1.000 Mitgliedsunternehmen beteiligten. Bereits im Vorjahr meldeten sie einen – allerdings kleinen – Rückgang von 0,12 Prozent vor allem wegen der Transformation der Automobilindustrie. 2020 indes erlebte die Industrie, so wie das Gros der Wirtschaft,

ein Auf und Ab: Nach einem Umsatzrückgang um zwölf Prozent im ersten Halbjahr gab es „eine Aufholjagd, die durch den zweiten Lockdown gebremst wurde“, so Münzer. Die stärksten Rückgänge verbuchte die Mess- und Regeltechnik, gefolgt von Automotive, Metallverarbeitung sowie Maschinenbau, Konsumgüter und Medizintechnik. Allerdings sind die Unternehmen der einzelnen Branchen unterschiedlich betroffen. Medizintechnikunternehmen, die Schutzkleidung und andere Hygieneprodukte herstellen, legten natürlich zu. Und die Automobilzulieferer profitierten von den wieder steigenden Exporten nach China und in die USA, wie Thomas Burger, WVIB-Präsident und geschäftsführender Gesellschafter der Burger Group aus Schonach, berichtet.

Die Erwartungen sind besser als vor einem Jahr: 42 Prozent der Befragten rechnen in den nächsten sechs Monaten mit steigenden (Vorjahr: 26 Prozent), 46 Prozent mit gleichbleibenden (49 Prozent) und 12 Prozent (25 Prozent) mit sinkenden Umsätzen. Der Auftragszugang ist in der Industrie durchschnittlich um knapp fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. „Das ist nicht so gut wie geplant, aber besser als zwi-schendurch befürchtet“, so Münzer.

## Hotellerie und Gastronomie

Ungleich mehr als die Industrie, aber ebenfalls unterschiedlich leiden Gastronomie und Hotellerie seit einem Jahr: Allen machen die Lockdowns und die unklaren Aussichten zu schaffen. Doch während auf Urlaubern spezialisierte Hotels und Gaststätten vor allem im Schwarzwald und am Bodensee im Sommer gute Geschäfte machen konnten, mussten die auf Tagungen, Geschäftsleute und Reisegruppen spezialisierten Häuser und auch andere Stadthotels das ganze Jahr über massive Einbußen hinnehmen, wie Alexander Hangleiter, Leiter der Geschäftsstelle Freiburg des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga), betont. Ausnahmen seien einzelne, beispielsweise in der Nähe von Großbaustellen gelegene Häuser, die die dortigen Arbeiter beherbergen. Auch auf Veranstaltungen spezialisierte Restaurants sowie Cateringunternehmen leiden besonders. Für das gesamte Gastgewerbe rechnet Hangleiter mit einem Umsatzrückgang von rund 50 Prozent im vergangenen Jahr. Schlusslichter sind Clubs und Diskotheken, die seit Mitte März 2020 geschlossen sind. „Wie die überleben sollen, weiß ich nicht“, sagt er. Laut einer Umfrage des Dehoga vom Januar bangen 75 Prozent der Mitgliedsbetriebe in Baden-Württemberg um ihre Existenz, ein Viertel zieht konkret in Betracht zu schließen. „Uns liegen immer mehr Gewerbeabmeldungen vor“, berichtet Hangleiter. Er befürchtet, dass viele Betriebe dauerhaft abgemeldet bleiben, häufig mit Schulden, aber ohne Insolvenz anzumelden, so dass sie auch in keiner Insolvenzstatistik auftauchen werden. Dem gegenüber steht ein „Interesse an Existenzgründungen“, das der gelernte Hotelfachmann und Jurist ebenfalls beobachtet – wie es nach Krisen häufig der Fall ist. ➤



## › Tourismus

„Wir waren es gewöhnt, immer wieder von Rekordzahlen zu sprechen“, sagte Hansjörg Mair, Geschäftsführer der Schwarzwald Tourismus GmbH (STG), Ende Januar auf der Stuttgarter Tourismusmesse CMT online. Nun habe sich die Situation „von Overtourism zu zero Tourism“ entwickelt, spitzte er zu. Für 2020 rechnet er mit rund 30 bis 40 Prozent weniger Ankünften und Übernachtungen im Schwarzwald (die genauen Zahlen standen Ende Januar noch nicht fest, siehe zum Tourismus auch Kasten Seite 10). Januar und Februar 2020 seien noch sehr gut gelaufen. Nach dem ersten Lockdown war die Branche hoffnungsfroh, der Sommer sehr gut. „Der zweite Lockdown war für uns ein harter Lockdown“, sagte Mair mit Blick auf die Teilschließungen ab November. Gastronomie, Hotellerie, Campingplatzbetreiber, Kleinvermieter und die Eventbranche bräuchten dringend die staatlichen Hilfen, betonte Mair und kritisierte die schleppende Auszahlung. Er pochte zudem auf zügige Impfungen. Die seien ein psychologischer Anker für die Branche, um wieder planen zu können. Denn die Betriebe könnten nicht von heute auf morgen aufmachen, sie brauchten Vorlauf und Planungssicherheit.

„Ich hoffe, dass möglichst viele Betriebe diese schwierige Zeit überwinden“, so Mair. Angesichts der ausgesetzten Insolvenzpflicht gibt es von der STG derzeit noch keine Einschätzung zu möglichen Insolvenzen. Außerdem sind etwa zwei Drittel der rund 12.000 Gastgeber im Schwarzwald im Nebenerwerb tätig, sodass sie im Zweifelsfall gar nicht Insolvenz anmelden würden. Nichtsdestotrotz ist Mair zuversichtlich, dass der Schwarzwald als Gewinner aus der Pandemie hervorgeht. „Die Menschen suchen nach Vertrauen, Sicherheit und Nähe“ – all dies biete der Schwarzwald. Und auf den 24.000 Kilometern Wanderwege trete man sich nicht auf die Füße.

## Fitnessstudios

In ihrer Existenz bedroht sieht Frank Jäger, Studioleiter des Rückgrats in Donaueschingen, viele Unternehmen seiner Branche aufgrund der Coronapandemie – sein eigenes eingeschlossen. „Wir gehen aber davon aus, dass wir die Krise überstehen, wenn auch mit einer reduzierten Mitarbeiterzahl“, sagt er. Das Fitnessstudio wurde 1993 gegründet, beschäftigt 13 festangestellte Mitarbeiter – die zurzeit alle kurzarbeiten – sowie normalerweise 30 Minijobber, und ist „als Premium-Fitnesscenter konzipiert mit Spezialisierung auf Rücken und Gelenke“, wie Jäger erklärt. Dafür bietet das Rückgrat ein selbst entwickeltes Trainingskonzept an. Dieses und das sehr gutes Wirtschaften in der Vergangenheit sieht der Studioleiter als Gründe, warum das Rückgrat „noch relativ gut dasteht“. Gleichwohl brach der Umsatz zwischen März 2020 und Februar 2021 um 42,9 Prozent ein. Vom 17. März bis zum 2. Juni war und seit dem 2. November ist das Fitnessstudio wieder geschlossen. Zwischen den zwei Lockdowns war der Zuspruch der Kunden groß – und der Umsatz entsprach dem des Vorjahreszeitraums. Dies sowie die verschiedenen Hilfen einschließlich des Kurzarbeitergelds konnten die Verlus-



Bild: #heimat/Dimitri Dell

Hansjörg Mair  
Geschäftsführer  
Schwarzwald Tourismus  
GmbH, Freiburg



Christel Kauschwitz  
Inhaberin Löwen-Licht-  
spiele, Kenzingen



Frank Jäger  
Geschäftsführer Rückgrat  
Donaueschingen

te aber bei Weitem nicht auffangen, sagt Jäger. „Hätten wir gewusst, dass wir innerhalb eines Jahres sechs Monate schließen müssen, hätten wir wirtschaftlich ganz anders agiert.“ Den Frühjahrslockdown vor einem Jahr nutzte das Rückgrat, um neue, miteinander vernetzte Geräte anzuschaffen und ein günstiges Liquiditätsdarlehen aufzunehmen. Hätten Inhaber Lutz Kruger und Finanzchefin Sigrid Speck gewusst, dass ein zweiter, längerer Lockdown folge, hätten sie die dreifache Menge beantragt, berichtet Jäger. „Jetzt stehen wir aus Sicht der Banken natürlich nicht mehr so gut da wie noch vor einem Jahr.“ Ein weiteres Problem: Da die Fitnessstudios geschlossen sind, können sie zurzeit keine neuen Mitglieder akquirieren, um die übliche Fluktuation der Kunden aufzufangen. Den bestehenden bieten Frank Jäger und sein Team dafür über einen Youtube-Kanal verschiedene Trainings an. „Das ist wichtig zur Mitgliederbindung“, sagt er.

## Kinos

„Wir freuen uns, wenn wir wieder öffnen können und hoffen, dass es wieder angenommen wird“, sagt Christel Kauschwitz, die zusammen mit ihrem Mann Lothar und zwei Minijobbern die Löwen-Lichtspiele in Kenzingen betreibt. Sie verfügen über einen Saal mit 174 sowie ein Studio mit 29 Plätzen und sind ein für den ländlichen Raum typisches kleines Kino, das sich schon vor Corona in einer Nische behaupten musste – und dies auch machte. Bis die Lichtspiele Mitte März 2020 plötzlich schließen mussten. „Das war natürlich richtig, aber es war ein Schock. Das gab es noch nie“, erinnert sich Christel Kauschwitz, die das von ihren Eltern nach dem Krieg wiederaufgebaute Haus seit über 50 Jahren betreibt. Sie und ihr Mann sind längst im Rentenalter, doch am Kino hängt ihr Herzblut. Solange sie die Unkosten – Heizung, Strom und vor allem die Leihgebühr für die Filme – wieder einspielen, machen sie weiter. Das haben sie sich vorgenommen. Ob das 2020 gelungen ist, weiß Christel Kauschwitz noch nicht. Der Umsatz ist vergangenes Jahr um 68 Prozent eingebrochen. Von Mitte Juli bis Ende Oktober kamen trotz des Hygienekonzepts mit seinen Abstandsregeln nur sehr wenige Gäste – zu wenige, um die Kosten zu refinanzieren. Die, die kamen, halfen dem Ehepaar hingegen beim Desinfizieren und sprachen ihm Mut zu. Über die staatlichen Hilfen ist die Kinobetreiberin dankbar. Ihr Appell an die Politik: „Wir brauchen Planungssicherheit. Nur so bleibt die Kinokultur im ländlichen Raum erhalten.“

## Reisebüros

Reisebüros gehören ebenfalls zu den besonders betroffenen Branchen in der Krise. Waren sie vergangenes Frühjahr vor allem mit Rückabwicklungen und Stornierungen beschäftigt, hatten Arbeit, hohe Kosten und mussten bereits verdientes Geld zurückerstatten, machen ihnen jetzt die unsicheren Aussichten zu schaffen. Der Deutsche Reiseverband (DRV) rechnet erst mit verstärkten Buchungen, wenn es Lockerungen gibt und pocht daher



Bild: sorbetto

auf weitere staatliche Hilfen sowie schnelle Impfungen. Viele der Reisebüros, besonders kleine, kommen dank Erspartem, Kurzarbeit und staatlichen Hilfen zumindest bislang einigermaßen über die Runden. Allerdings rechnen deutschlandweit rund drei Viertel der Reisebüros und -veranstalter für 2020 mit einem Umsatzrückgang von 80 bis 90 Prozent. Das geht aus einer Umfrage des Deutschen Reiseverbands (DRV) hervor, die Anfang Dezember veröffentlicht wurde. Rund 90 Prozent von ihnen sehen sich demnach in ihrer Existenz bedroht.

Das größte inhabergeführte Unternehmen der Branche in der Region, das Reisebüro Bühler mit Hauptsitz in Schramberg, 37 Büros und 220 Mitarbeitern, musste Ende November Insolvenz anmelden. Grund waren die zu hohen Fixkosten. Laut Ingo Schorlemmer, Pressesprecher der Schultze & Braun Rechtsanwalts-gesellschaft für Insolvenzverwaltung mbH mit Sitz in Achern, ist das Reisebüro Bühler bei den Coronahilfen durchs Raster

gefallen – zu klein und unbekannt, um wie Lufthansa oder Tui vom Staat gerettet zu werden, und zu groß, um mit den vergleichsweise geringen Hilfen von maximal 50.000 Euro überleben zu können. Ein „Webfehler“ bei den Hilfen, so Schorlemmer. Das Problem sei gewesen, dass die verschiedenen stationären Reisebüros nicht als einzelne Firmen geführt wurden. Wäre dies so gewesen, hätte das gesamte Unternehmen ein Vielfaches der staatlichen Hilfen erhalten. Allerdings wurden zwei externe Investoren gefunden: Contravo aus Berlin hat den Bereich Geschäftsreisen inklusive der sechs zugehörigen Büros übernommen, die AER Travel Holding, ebenfalls mit Sitz in Berlin, 14 der stationären Reisebüros. Rund zwei Drittel der Mitarbeiter waren Ende Januar übernommen worden oder bei anderen Betrieben der Branche untergekommen, darunter alle 42 Azubis.



Ingo Schorlemmer  
Schultze & Braun  
Rechtsanwalts-gesellschaft  
für Insolvenzverwaltung,  
Achern

## HILFSPROGRAMME

Alle Hilfsprogramme im Überblick

🌐 [www.bmwi.de/Redaktion/DE/Coronavirus/coronahilfe.html](http://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Coronavirus/coronahilfe.html)

Infos zu den Überbrückungs- und Monatshilfen

🌐 [www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de](http://www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de)

Details zum Tilgungszuschuss Corona für Schau-steller und die Eventbranche gibt es unter

🌐 [wm.baden-wuerttemberg.de](http://wm.baden-wuerttemberg.de), Rubriken  
Service, Förderprogramme

Mehr zum KfW-Schnellkredit ist zu lesen unter

🌐 <https://www.kfw.de/inlandsfoerderung/Unternehmen/KfW-Corona-Hilfe/>

## Staatliche Hilfen

Dass manche Unternehmen wie das Reisebüro Bühler bei den staatlichen Überbrückungshilfen durchs Raster fallen, ist ein Problem. Ein anderes, dass sich deren Auszahlung zum Teil zwei bis drei Monate hinzieht und den betroffenen Unternehmen somit dringend benötigte Liquidität fehlt. Die Einzelhändler und andere Unternehmer, die Mitte Dezember ihre Geschäfte schließen mussten, konnten die für sie erweiterte Überbrückungshilfe III erst ab 10. Februar beantragen. Die Rechtsunsicherheit aufgrund neuer EU-Regeln kommt erschwerend hinzu: Lange gab es Befürchtungen, dass ein Teil der bereits bewilligten Überbrückungshilfe II zurückgezahlt werden muss. Diese Sorgen sind nun für fast alle Unternehmen ausgeräumt. Davon berichtet Martin Rau, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater bei der Loeba Treuhand GmbH in Lörrach, einer auf Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung spezialisierten Kanzlei mit 65 Mitarbeitern.

Die Kritik an der schleppenden Auszahlung der November- und Dezemberhilfen für die Hotellerie und

› Gastronomie sowie die Veranstaltungs- und Freizeitbranche, die ab November schließen mussten, kann er indes nicht nachvollziehen. Ein bis zwei Tage nach Antragstellung sei an die Mandanten seiner Kanzlei ein Abschlag von 50 Prozent gezahlt worden. „Es ist aber zum Teil eine Enttäuschung da, weil die unterschiedlichen Hilfen miteinander verrechnet werden“, sagt Rau. Wer Novemberhilfe beantragt hat, aber auch Kurzarbeitergeld bezieht und Überbrückungshilfe erhalten hat, bekomme bei Weitem nicht die maximal möglichen 75 Prozent des Umsatzes aus dem Vorjahresmonat. Rau begrüßt es daher, dass gerade für kleine Unternehmen – das sind neben Soloselbstständigen auch viele Gastronomen – in Baden-Württemberg im Rahmen der Überbrückungshilfe I und II ein Unternehmerlohn von maximal 1.180 Euro im Monat eingeführt wurde, der nicht auf die Monatshilfen angerechnet wird. Konnten die Unternehmen die Soforthilfen im vergangenen Frühjahr noch selbst beantragen, sind dafür nun angesichts von Betrugsfällen die Steuerberater zuständig. „Das ist für uns ein erheblicher Mehraufwand in einer Zeit, in der wir angesichts der Jahresabschlüsse voll ausgelastet sind“, sagt Rau. Finanziell lohnen würde sich das Zusatzgeschäft nicht, es sei eher Service für die Mandanten.

## Insolvenzen

Weil die staatlichen Coronahilfen so schleppend ausbezahlt werden, ist derzeit die Insolvenzpflicht für alle Unternehmen, die Anspruch auf diese Hilfen haben, ausgesetzt (Stand bei Redaktionsschluss: bis Ende April). Aber was kommt danach? „Es ist schon davon auszugehen, dass die Coronapandemie eine Bremsspur hinterlassen wird“, sagt Ingo Schorlemmer von Schultze & Braun mit Blick auf künftige Insolvenzen. „Aber ob es ein Tsunami wird oder sich über einen längeren Zeitraum zieht, lässt sich jetzt noch nicht sagen.“ Er rechnet damit, dass vor allem bestimmte Teile der Wirtschaft betroffen sein werden – zum Beispiel Hotels, die auf Dienstreisende und Tagungen spezialisiert sind, die Veranstaltungsbranche vom Messebauer bis zum



Martin Rau

Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Loeba Treuhand GmbH, Lörrach



Lars P. Feld

Professor für Wirtschaftspolitik an der Uni Freiburg und Leiter des Walter Eucken Instituts

Technikdienstleister sowie die Reisebranche und alle, die von ihr abhängen bis hin zum Flugzeugbauer und deren Zulieferern oder Dienstleistern. Alles hängt seiner Ansicht nach davon ab, wie gut die verschiedenen staatlichen Maßnahmen wirken. Das sind neben den Coronahilfen das Kurzarbeitergeld und das zum Jahresbeginn in Kraft getretene neue Insolvenzrecht (Gesetz über den Stabilisierungs- und Restrukturierungsrahmen für Unternehmen, Starug), das helfen soll, angeschlagene Unternehmen auch ohne Insolvenzverfahren zu sanieren. All das kann dazu führen, „dass die Insolvenzwelle abgemildert wird“, so Schorlemmer.

## Wirtschaftliche Entwicklung

„Wenn man die Wirtschaft differenziert betrachtet, dann kann man klar sagen, dass wir im vergangenen Jahr noch relativ glimpflich davongekommen sind“, sagte Lars Feld, Professor für Wirtschaftspolitik an der Universität Freiburg, Leiter des dortigen Walter Eucken Instituts und bis Ende Februar Vorsitzender des Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (ob er für eine weitere Amtszeit berufen wird, stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest), im Januar-Podcast der IHK-Südlicher Oberrhein. „Schrille Töne“ höre man natürlich von denen, die besonders stark betroffen sind. „Wer nicht klappert, der kann auch nicht erwarten, dass die Politik ihm irgendetwas gibt“, ordnete Feld dies ein. Bereits im März vergangenen Jahres hatte der Sachverständigenrat in einem Sondergutachten ein Schrumpfen der Wirtschaft im Jahr 2020 um 5,4 Prozent vorausgesagt – eine realistische Einschätzung, wie sich laut Feld gezeigt hat. Für 2021 prognostizierten die Wirtschaftsexperten vergangenen Herbst noch ein Wachstum von 3,7 Prozent – trotz Restriktionen im Winterhalbjahr. So starke Verschärfungen, wie sie dann ab Dezember beschlossen wurden, hatten die Experten damals allerdings nicht erwartet. Deshalb korrigierte Feld seine Prognose im Januar etwas nach unten, betonte aber: „Es ist immer noch eine 3 vor dem Komma möglich.“

Susanne Maerz

Bild Lars Feld: Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung

## DER TOURISMUS IM LAND 2020

Zehn Jahre lang jagte im Tourismus ein Rekord den nächsten, 2020 folgte ein krasser Einbruch: Die Zahl der Gäste ging in Baden-Württemberg vergangenes Jahr coronabedingt um 48,9 Prozent und damit auf 11,9 Millionen zurück. Die Zahl der Übernachtungen sank um 40,2 Prozent auf 34,2 Millionen. Die schlechtesten Monate waren April, Mai und Dezember. Im Sommer boomte es unter anderem am Bodensee. Der Hegau und die Bodenseeregion verbuchten denn auch die geringsten Rückgänge mit 16,1 beziehungsweise 23,8 Prozent weniger Übernachtungen als 2019. Unter den Städten belegte Freiburg wie schon 2019 nach Stuttgart den zweiten Platz – allerdings mit 1,1 Millionen Übernachtungen statt 1,8 Millionen

wie 2019. Fern blieben im ganzen Land vor allem Gäste aus dem Ausland, Geschäftsreisende, aber auch Schulklassen und andere Gruppen. Jugendherbergen, Ferien- oder Schulungsheime mussten Rückgänge von knapp 50 bis etwa 70 Prozent hinnehmen. Die Hotellerie, auf die die meisten Übernachtungen entfallen, verbuchte einen Rückgang von landesweit 45,6 Prozent. Am wenigsten schlecht lief es für Campingplätze (minus 16,5 Prozent) sowie Ferienwohnungen, -häuser und -zentren (minus 19,7 Prozent). All diese Zahlen veröffentlichte das Statistische Landesamt Baden-Württemberg Mitte Februar. Berücksichtigt wurden dafür 6.200 Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Betten oder Stellplätzen. mae



ATION BW  
INNOV 2021

INNOVATIONSPREIS  
DES LANDES  
BADEN-WÜRTTEMBERG  
DR.-RUDOLF-EBERLE-PREIS

Für kleine und mittlere  
Unternehmen in Baden-Württemberg

Preisgelder in Höhe von insgesamt 50.000 Euro

Sonderpreis für junge Unternehmen  
in Höhe von 7.500 Euro

**Bis 31. Mai online bewerben!**

Weitere Informationen erhalten Sie bei der Innovationsberatungsstelle  
Ihrer IHK oder unter [www.innovationspreis-bw.de](http://www.innovationspreis-bw.de)



**Baden-Württemberg**

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU

# Stimme der Wirte

Michael Steiger | Fürstenbergs Irish Pub

**KOPF**  
des Monats

**VILLINGEN-SCHWENNINGEN.** Michael Steiger (53) ist ein Mann der klugen, überlegten und klaren Worte, die er in seine vielfältigen Ehrenämter und in der Öffentlichkeit überzeugend einzubringen weiß. Dies und seine unternehmerischen Erfolge haben ihn zu einem der bekanntesten Gastronomen in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg und darüber hinaus werden lassen. Der gelernte Bäcker, in Marbach (einem Stadtteil von Villingen-Schwenningen) aufgewachsen und bis heute dort wohnhaft, hat seine berufliche Karriere früh begonnen. So arbeitete er in der Schankgaststätte seiner Mutter in Bad Dürkheim mit, und hat sich dann im Alter von 21 Jahren mit einem Musikcafé (er sagt dazu Kneipe) selbstständig gemacht. 1991 übernahm er die erste Gaststätte in Villingen – den Warsteiner Humpen in der Färberstraße, den er bis heute unter dem Namen „s'Hüttle“ betreibt.

1996 dann gründete er mit seinem Partner Werner Hergert (57, gelernter Metzger) in Villingen ein erstes „Fürstenbergs Irish Pub“, ebenfalls in der Färberstraße. Dieses Lokal besteht also nun seit 25 Jahren. Irish Pubs gibt es auf der ganzen Welt, Steiger führt das darauf zurück, dass mehr Iren außerhalb ihres Heimatlandes leben als auf der Insel selbst. Allein in Deutschland sind es über 200 Irish Pubs. 2004 folgte in Tuttlingen das nächste Irish Pub von Steiger und Hergert (mit 400 Quadratmetern Fläche das größte) und 2015 ein weiteres solches Lokal in Schwenningen. Die Verknüpfung des Namens Fürstenberg mit den drei Irish Pubs weist auf die enge Verbindung der Donaueschinger Brauerei mit den beiden Betreibern der Pubs hin. Unter anderem handelt Fürstenberg in der hiesigen Region mit dem Guinness-Bier, wie Steiger berichtet. In den drei Pubs sind an die 120 Mitarbeiter beschäftigt, ein Drittel fest, zwei Drittel als Aushilfen. Seit November sind natürlich alle Betriebe geschlossen, dank Kurzarbeit mussten Steiger und Hergert jedoch niemand entlassen.

Die beiden Unternehmer haben während der vergangenen Jahre ein Konzept entwickelt, das sich auch für ein Franchisesystem eignen würde (jedoch noch nicht umgesetzt wurde). Dazu gehört, dass die Irish Pubs auch eine große Speisekarte anbieten – eher untypisch für eine Gastronomieart, die ursprünglich auf Bier und Whiskey (über 100 Sorten) setzte. Mehr als 50 Prozent des Umsatzes, so Steiger, stammen inzwischen aus

der Küche, an guten Wochenenden gab man in Vor-Coronazeiten über 1.000 Essen in den drei Pubs aus. Auch ein eigenes Logo hat Steiger entwickelt und sich schützen lassen (siehe Bild). Die Idee der Irish Pubs als Nachfolge der Eckkneipe für Jung und Alt, Männlein und Weiblein sowie kosmopolitisch ausgerichtet hat sich in der Region durchgesetzt und wurde auch anderswo bemerkt: 2008 hat die Brauerei Guinness das Tuttlinger Irish Pub als bestes in Deutschland ausgezeichnet. Darauf ist Michael Steiger, der im Übrigen seit einer schweren Bauchspeicheldrüsenentzündung vor einigen Jahren keinen Tropfen Alkohol trinkt, sehr stolz. Die Entwicklung der Färberstraße in Villingen hin zu immer mehr Lokalen und Gästen und damit auch mehr Betrieb und Lärm sorgte zunehmend für Ärger mit Anwohnern und auch der Stadt. Michael Steiger merkte, dass es da einerseits zu vermitteln, andererseits auch den Färberstraßenwirten eine Stimme zu verschaffen galt. Es brauchte eine Person, die die Branche positionieren kann, und das ihre dazu tut, den Wirten zu einem besseren Image zu verhelfen. Steiger tut dies auf vielfältige Art. Seit vielen Jahren ist er Mitglied der Vollversammlung der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg und

**» Ehrenamt ist wichtig,  
um gehört zu werden «**

leitet deren Tourismusausschuss, er ist Kreisvorsitzender des Dehoga Schwarzwald Baar sowie Vorstandsmitglied des Dehoga Baden-Württemberg, und er sitzt für die FDP im Kreistag Schwarzwald Baar. Auch zur regionalen Presse pflegt er gute Beziehungen. „Ehrenamt ist wichtig, um gehört zu werden“ – das ist Steigers Credo, nur so könne man seine Sache vertreten.

Steiger ist auch einer derjenigen, der Gastronomen zu einem ausgeprägt unternehmerischen Denken und Handeln auffordert, denn „ein guter Wirt ist nicht immer ein guter Betriebswirt“. Das aber hält er für unbedingt erforderlich, um auch Krisenzeiten zu überleben. Er und sein Partner beispielsweise haben aus der Krise 2008/09, die auch die Wirte getroffen hat, gelernt, ein Polster zu schaffen, von dem man in schlechten Zeiten zehren kann. Eben in solchen Zeiten wie jetzt mit der Coronakrise. Steiger ist für sich und die ganze Branche überzeugt, dass „wir mit einem tiefblauen Auge davorkommen, wenn die staatlichen Hilfen rechtzeitig kommen“.

upl





## Hofgut Lilienhof GmbH

**Gründer:** Josa Rudow (33)

**Ort:** Ihringen

**Gründung:** Januar 2018

**Branche:** Veranstaltungen

**Idee:** Hochzeiten, Firmenevents und die passende Software

Josa Rudow organisiert Events und vertreibt Software

# Spezialist für schöne Feiern

## Wie ist aus dem als Gestüt gegründeten Hofgut Lilienhof in Ihringen eine Eventlocation geworden?

Um die Jahrtausendwende hat ein christlicher Verein das Anwesen gekauft und aufwendig renoviert. Er bekam bald Anfragen zur Vermietung für schöne Feiern wie Hochzeiten. Weil dieses Geschäft zu groß wurde, hat es erst ein Vereinsmitglied im Nebenerwerb übernommen und schließlich eine Holding. Die hat mich vor fünf Jahren als Geschäftsführer eingestellt. Als die Holding Ende 2017 umstrukturiert wurde, hat man uns angeboten, das Ganze zu übernehmen.

## Was genau bieten Sie an?

Zum einen hochwertige Veranstaltungen für geschlossene Gesellschaften und seit neuestem auch eine „Software as a Service“-Lösung. Wir arbeiten wie eine Eventagentur, nur für unsere Location. Circa zwei Drittel unserer Veranstaltungen sind Hochzeiten, das andere Drittel Firmenveranstaltungen wie Sommerfeste, besondere Tagungen, Weihnachtsfeiern. 2019 haben wir gleich viel Umsatz mit Firmen wie mit Hochzeiten gemacht. Bei uns waren schon Jobrad, Oetiker oder Burda. Der Vorteil von Firmen ist: Die kommen auch mehrmals.

## Warum vertreiben Sie jetzt auch Software?

Die Idee reicht vier bis fünf Jahre zurück. Die Gründe kennen viele Eventlocations: viel Papierkram, komplizierter Informationsfluss bis zur letzten Minute, lange Kundengespräche, überlastete Führungskräfte. Ich komme vom Onlinemarketing, bin sehr digitalaffin und kam so auf die simple Lösung, die Planung online mit einer Art Eventkonfigurator abzubilden. Das haben wir zunächst nur für uns umgesetzt und damit eine Menge Arbeit gespart, Prozesse optimiert und sogar den Umsatz pro Veranstaltung erhöht. Weil das auch anderen Locations nützen würde, haben wir uns 2019 entschieden, das Tool ganz neu aufzusetzen und mit der Marke Eventcloud an den Markt zu gehen.

## Wie lief's bislang, welche Auswirkungen hat Corona?

Seit Oktober sind unsere Kunden des Hofguts auf der Eventcloud und planen ihre Veranstaltung. Im November haben wir den Vertrieb für die Software gestartet. Es ist zwar gerade nicht so leicht, mit den Locations ins Gespräch zu kommen. Aber die, mit denen wir sprechen, sind begeistert. Bei den Veranstaltungen hatten wir jedes Jahr Rekorde. Wir beschäftigen vier feste Mitarbeiter und einen Azubi sowie 70 bis 80 Aushilfen in der Hauptsaison. Auch 2020 sah anfangs sehr gut aus. Im Frühjahr begannen dann die Absagen und Verschiebungen. Wir mussten umplanen und überlegen, wie wir das Jahr ohne Veranstaltungen finanzieren. Der Umsatz lag 2020 unter zehn Prozent des Vorjahres. Wir haben relativ hohe flexible Kosten, die konnten wir runterfahren. Ab Sommer gab es doch ein paar Buchungen, das hat uns geholfen, auch die Überbrückungshilfe. Für 2021 ist unser Kalender zwar voll, aber die Unsicherheit noch groß.

## Haben Sie Hochzeitsspezialist selbst schon eine gefeiert?

Ja, 2012 natürlich auf dem Lilienhof. Insofern habe ich auch einen emotionalen Bezug zum Gebäude. Mittlerweile haben wir vier Kinder zwischen sieben und einem Jahr. kat



## DER MATHEHELD

**Sven Siegin** (39) aus Bad Bellingen hat ein hehres Ziel: „Wir wollen unbedingt das Hausaufgabenproblem lösen“, sagt der Mathematiker, der weiß, dass vor allem Matheaufgaben häufig den Familienfrieden gefährden. Siegin hat neben seinem Studium an der Uni Freiburg jahrelang Nachhilfe gegeben. Mittlerweile hat er selbst zwei Söhne (9 und 6 Jahre) und kennt „richtige Schaugeschichten“ aus dem Bekanntenkreis. Hier möchte er helfen. Seinen ersten Versuch, ein Onlinelernprogramm aufzubauen, startete er 2013 – Vollzeit, finanziert mit Rücklagen –, musste ihn aber 2016 erfolglos beenden. Doch das Thema ließ ihn nicht los. Parallel zum Job bei einem Schweizer Rückversicherer wagte er einen zweiten Anlauf. Diesmal gemeinsam mit zwei Gleichgesinnten: Axel Guckelsberger, ein Informatiker aus Mainz, und Markus Hirschbühl, ein Zürcher Mathematiker, „Es gibt ja schon so viele Angebote“, sagt Siegin. „Warum braucht es da noch uns?“ Um das herauszufinden befragten sie Eltern. Die Antwort: Es sind die Hausaufgaben, die löst bislang kein Erklärvideo. Daher der neue Ansatz der Gründer: Sie wollen zu jeder einzelnen Aufgabe in jedem Mathebuch mindestens ein Erklärvideo anbieten. Bislang gibt es mehr als 7.000 für die Klassen 5 bis 8. Für alle Aufgaben bis zur 13. Klasse in Baden-Württemberg werden es annähernd 15.000 sein. Dann sollen die anderen Bundesländer folgen. „Wir sind Mathematiker und haben gemerkt: Das können wir nicht allein“, sagt Siegin. „Matheheld“ ist deshalb als Plattform konzipiert. Bislang machen 35 Mathenachhilfelehrer aus ganz Deutschland mit, mindestens 50 sollen es werden. Sie bekommen einen Teil des Umsatzes nach Klickzahlen. Die Digilearn GmbH, die Siegin und seine Kollegen vergangenes Frühjahr gegründet haben, sorgt dafür, dass die Schüler auf der Plattform sind. Sie sprechen beispielsweise Firmen an, die ihren Mitarbeitern für deren Schulkinder das Programm zur Verfügung stellen können. Corona und Homeschooling haben für einen kräftigen Schub gesorgt: Rund 2.000 Schüler nutzen schon den Matheheld. kat

ANZEIGE

# Bauen mit System für den Mittelstand

Schnell, wirtschaftlich und nachhaltig.

**GOLDBECK**  
**5 GRÜNDE**  
 ★★★★★  
 jetzt zu bauen  
 goldbeck.de/  
 5gruende

GOLDBECK Südwest GmbH, Niederlassung Karlsruhe, 76139 Karlsruhe, Am Storrenacker 8, Tel. +49 721 942488-0, karlsruhe@goldbeck.de  
 GOLDBECK Süd GmbH, Niederlassung Bodensee, 78234 Engen, Robert-Bosch-Straße 1, Tel. +49 7733 36044-0, bodensee@goldbeck.de

building excellence  
 goldbeck.de

**GOLDBECK**



## ■ LÖRRACH



**Christian Eschbach** (41, Bild) ist seit Jahresbeginn Vorstandsmitglied der Sparkasse Lörrach-Rheinfelden. Er folgt auf **Klaus Jost**, der in den Ruhestand ging. Bereits seit 1. Juli 2020 ist **Rainer Liebenow** (53) Vorstandsvorsitzender der Sparkasse. Er ist Nachfolger von **André Marker**, der zu diesem Zeitpunkt in den Ruhestand trat. Die Sparkasse verfügt damit jetzt über eine neue zweiköpfige Doppelspitze. Liebenow verantwortet die Unterneh-

menssteuerung, das Personalmanagement, den Marketingbereich sowie die Organisation, Eschbach ist für das Privat- und Firmenkundengeschäft, die Baufinanzierungen sowie das Immobilien- und Versicherungsgeschäft zuständig. Darüber hinaus fungiert er als Geschäftsführer der Sparkassenbeteiligungsgesellschaft. (Zu den Geschäftszahlen der Sparkasse siehe Seite 50) **orn**

## ■ KEHL



Die Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft **Eidel & Partner** hat ihre Leitungsebene verstärkt: Zum Jahreswechsel 2020/2021 wurde der Wirtschaftsprüfer und Steuerberater **Mathias Bandle** (41, Bild) Partner. Er stammt aus Lahr und war nach seinem wirtschaftswissenschaftlichen Studium zehn Jahre bei einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft in Freiburg tätig, bevor er 2016 als Teamleiter zu Eidel & Partner kam und im sel-

ben Jahr sein Wirtschaftsprüferexamen ablegte. Eidel & Partner wurde 1974 von Herbert-Arnulf Eidel gegründet und hat sich zu einem über 60-köpfigen Unternehmen entwickelt, das auf beiden Seiten des Rheins tätig ist. Dem Partnerkreis gehören **Wilfried Huber**, **Michael Strickmann**, **Andreas Eidel** und jetzt Mathias Bandle an. **upl**

## ■ NENDINGEN



Die **Sessler Feinmechanik GmbH & Co. KG** mit Sitz in Nendingen hat die Nachfolge geregelt: Der Gründer und bisherige Firmeninhaber **Erich Sessler** (59, links) hat das Unternehmen zum 1. Januar an **Mike Heizmann** (32) übergeben. Er hat laut Presse-

mitteilung „langjährige und umfangreiche Erfahrung in der Medizintechnikbranche“ und führe das Unternehmen mit „großer Motivation, gewohnten Leistungen und Qualität“ fort. Erich Sessler werde weiterhin am Erfolg des Unternehmens mitarbeiten. Sessler Feinmechanik wurde 1999 in Tuttlingen gegründet, hat seit 2004 seinen Sitz in Nendingen und ist nach eigenen Angaben ein etabliertes Unternehmen im Bereich der Präzisionsdreh- und -frästeile für Endoskopie und weiteren Bereichen der Medizintechnik. Der Umsatz ist stets gewachsen, zehn Mitarbeiter sind beschäftigt. **sum**

## ■ EMMENDINGEN



**Tobias Dickreuter** (51, Bild) ist seit Januar stellvertretender Geschäftsführer des **Abrechnungszentrums Emmendingen**. Er wurde vom Betriebskrankenkassen Landesverband Süd berufen. Der Jurist ist seit 2006 für das Abrechnungszentrum in führender Position tätig. Er führt nun zusammen mit dem langjährigen Geschäftsführer **Michael Häfele** (62) das Abrechnungszentrum Emmendingen, das als Eigenbetrieb des BKK Landesver-

bands Süd hauptsächlich im Abrechnungsgeschäft für Krankenkassen tätig ist. Über 600 Mitarbeiter sind dort beschäftigt. **orn**

## ■ RIETHEIM-WEILHEIM



Der Rietheimer Unternehmer und Mäzen **Ewald Marquardt** ist Ende Januar 90 Jahre alt geworden. Er ist der einzige noch lebende Vertreter der zweiten Unternehmergeneration **Marquardt**, die den 1925 gegründeten und nach 1945 durch Kriegsfolgen und Demontage fast zum Erliegen gebrachten Schalterproduzenten wiederaufbauten und zu einem Global Player in der Schalt-, Steuerungs- und Regelungstechnologie machten. Das heute in dritter

Generation vom Neffen Harald Marquardt geführte Familienunternehmen, das vor allem als Zulieferer der Automobilindustrie tätig ist, beschäftigt weltweit rund 10.000 Mitarbeiter und setzte 2019 1,3 Milliarden Euro um. Ewald Marquardt, der Elektrotechnik und Wirtschaftswissenschaften studierte, wurde 1965 geschäftsführender Gesellschafter und war zunächst für die Entwicklung zuständig. Er bewirkte den Einstieg in die Elektronik als Ergänzung zur Elektromechanik, was einen nachhaltigen Wachstumsschub auslöste und die Firma zum Weltmarktführer für Schalter und Steller für Elektrowerkzeuge machte. Von 1972 bis 1998 leitete Ewald Marquardt die kaufmännische Verwaltung und gab dabei Anstöße zur Internationalisierung der Firmengruppe. Er war nach seiner Zeit als Geschäftsführer bis zu seinem 75. Lebensjahr Vorsitzender des Aufsichtsrates und gründete 1998 die Stiftung, die seinen Namen trägt. Sie fördert Wissenschaft, Technik, Kunst sowie Kultur und vergibt unter anderem einen hochdotierten Forschungspreis. **upl**

## ■ RIETHEIM-WEILHEIM



Der Mechatronik-Spezialist **Marquardt** hat seine E-Mobilität-Kompetenzen in der neuen Geschäftseinheit „Power and Energy Solutions“ gebündelt, um der positiven Entwicklung insbesondere mit Batteriemanagementsystemen Rechnung zu tragen. Seit Anfang des Jahres leitet der promovierte Ingenieur **Patrick Mattes** (53) diese Einheit. Er verantwortete zuvor bei Knorr-Bremse elektronische Bremssysteme im Bereich Nutzfahrzeuge, nachdem er

über 20 Jahre bei Bosch tätig war, dort zuletzt als Vice President für mechatronische Systeme von vakuumfreien Bremssystemen. **orn**



Bild: Adobe Stock



Umfrage: Wie geht es dem Handel und dem Tourismus?

## „Wenn's wieder losgeht, dann richtig“

Die IHK hat Handels- und Tourismusbetriebe gefragt, wie sie ihre momentane geschäftliche Situation einschätzen, mit welchen digitalen Maßnahmen sie 2020 auf die Pandemie reagiert haben, wie es um Einnahmen, Ausgaben und Finanzierung steht und was sie für 2021 erwarten.

„Die Umfrage bestätigt: Um die Betriebe steht es schlecht“, sagt Alexander Vatovac, Geschäftsführer für Existenzgründung und Unternehmensförderung der IHK Hochrhein-Bodensee. „Die Coronapandemie und der Lockdown II mit fehlender Öffnungsperspektive, aufgezehrten Liquiditätsreserven, schleppender Auszahlung der Coronahilfen und quasi geschlossenen Grenzen zur Schweiz stellen die Betriebe vor gewaltige Herausforderungen.“ Über 200 Unternehmen haben an der anonymen Umfrage teilgenommen. Heraus sticht aus allen Antworten die Verzweiflung, die unter den Betrieben wächst. Was tun mit der Winter-Saisonware, die nicht verkauft wurde? Wohin mit der neuen Frühjahrs-/Sommerkollektion, die nicht mehr ins Lager passt? Wie das Geld aufbringen, um die auflaufenden Rechnungen zu begleichen? Wie planen, wenn nichts sicher ist? Über 60 Prozent der befragten Betriebe aus den Bereichen Handel, Gastronomie, Tourismus, personenbezogene Dienstleistungen und Veranstaltungen bezeichnen ihre derzeitige Lage als schlecht bis sehr schlecht (siehe zur Lage der verschiedenen Branchen in der Coronakrise auch die Titelgeschichte ab Seite 6).

„Wir fürchten eine Insolvenzwelle, wenn die Insolvenzanmeldepflicht wieder in Kraft tritt“, sagt Alexander Vatovac. Nach der Arbeitslosenstatistik im Gastgewerbe für den Zeitraum April bis Oktober 2020 ist dort ein Anstieg von 37,2 Prozent zu verzeichnen. „Dieser Anstieg kann als Frühindikator dienen, was erst noch kommen mag.“ Still und unbemerkt verschwinden zurzeit Betriebe, die die Innenstädte in der Region über Jahrzehnte ausgezeichnet und geprägt haben. „Klar ist, es muss jetzt Perspektiven geben. Perspektiven zur Öffnung und Alternativen zum bisherigen Vorgehen der Schließungen als bis dato einziges Mittel zur Bekämpfung der Pandemie.“

Nicht weniger in ihrer Existenz bedroht sind Reiseveranstalter und Reisebüros sowie die Event- und Veranstaltungsbranche. „Auch hier sind die Antworten in unserer Umfrage düster. Reisen werden wohl auch 2021 nur sehr reduziert stattfinden. Zum einen muss es erst einmal erlaubt sein, touristische Reisen überhaupt zu unternehmen, zum anderen ist die Reisealaune der Deutschen aufgrund der vorhandenen Unsicherheiten gehemmt. Schlechte Aussichten also für das Jahr 2021, nachdem bereits das Jahr 2020 weit unter den Erwartungen zurückgeblieben ist“, sagt Alexander Vatovac, der in der IHK auch das Thema Tourismus verantwortet. Hinzu komme, dass gerade beim Inlandstourismus die Dienste der Reisebüros und Reiseveranstalter weniger nachgefragt würden.

Zwar erlebte der Inlandstourismus im Sommer einen Hype, aber auch hier fehlten Gäste aus dem Ausland und der Reisezeitraum war durch die Reiseverbote verkürzt. In der Region Hochrhein-Bodensee ging die Zahl der Übernachtungen im Zeitraum Januar bis September 2020 laut Landesamt für Statistik um 34,5 Prozent zurück. >



Grafiken zur Umfrage und weitere Ergebnisse gibt es unter [www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de) ☎ 5037422

IHK-Ansprechpartner:  
Alexander Vatovac  
☎ 07531 2860-135  
✉ [alexander.vatovac@konstanz.ihk.de](mailto:alexander.vatovac@konstanz.ihk.de)



➤ Ausnahmslos schlecht bewerteten die Unternehmen in der Event- und Veranstaltungsbranche ihre Lage seit dem ersten Lockdown. „Gemeinsam mit den Reisebüros und Reiseveranstaltern gehört die Branche zu den Hauptverlierern der Pandemie“, sagt Alexander Vatovac. „Keine Messe, keine Hochzeiten, keine Großveranstaltung, kein Konzert, kein Fest, keine Partys, keine Betriebsfeiern – alles abgesagt. Besserung ist nicht in Sicht. So ist es nicht verwunderlich, dass gemäß der Umfrage 62 Prozent der Befragten ihre Existenz als bedroht ansehen.“

### Aktivitäten in der Krise

Dennoch: Keineswegs alle Betriebe ergeben sich der Krise. Rund die Hälfte der Befragten haben im Jahr 2020 mehr in ihre Onlinesichtbarkeit und -aktivitäten wie E-Commerce investiert, als zuvor geplant war. Auch im Jahr 2021 wollen 35 Prozent dies verstärkt tun. Dabei hat sich der Auf- oder Ausbau des eigenen Onlineshops sowie die Kommunikation via Social-Media-Kanälen am meisten gelohnt. „Es sticht vor allem der Handel ins Auge“, erklärt Vatovac. Viele der Befragten nahmen die Coronapandemie zum Anlass, erstmalig Onlineaktivitäten oder neue Serviceleistungen anzugehen. Etwa dreiviertel der Händler geben an, eine der folgenden Aktivitäten erstmalig durchgeführt zu haben: Aufbau eines Lieferservices, Click & Collect, eigener Onlineshop, Verkauf über Marktplätze, Social-Media-Werbung (zu den verschiedenen Möglichkeiten siehe Seite 21/22). Nicht immer führten die gewählten Maßnahmen aber zum erhofften Erfolg.“

Neben Onlineaktivitäten gaben viele Unternehmen an, dass sie während der Pandemie ihre Kostenstrukturen überarbeitet und, wo möglich, gespart haben. Sie schickten ihre Mitarbeiter ganz oder teilweise in Kurzarbeit. Reisekosten wurden (zwangsläufig) auf ein Minimum reduziert. Die Ausgaben für Werbemaßnahmen sanken. Nicht notwendige Versicherungen wurden gekündigt, Geschäftsmodelle verändert, um neue Einnahmequellen zu erschließen, und nicht gewinnbringende Geschäftszweige abgestoßen. Auch der Verzicht auf Auszahlung des eigenen Gehalts wurde von den Befragten oft genannt. Ebenso wurde über Preiserhöhungen nachgedacht.

Die Coronahilfen des Bundes und der Länder empfanden die Betriebe grundsätzlich als eine große und sinnvolle Unterstützung in der Pandemie. „Wir können bestätigen, dass die Hilfsprogramme des Bundes mit fortwährender Dauer der Krise immer besser wurden, ausgereifter, durchdachter und branchenoffener“, sagt Vatovac, „nicht zuletzt als Folge unseres permanenten Feedbacks an die Politik. Einzig die langsame Auszahlung geht den Unternehmern an die Substanz. Viele müssen sehr lange auf das Geld warten. Daran, dass sich dies rasch bessert, arbeiten wir mit aller Kraft.“

### Ausblick

Für das verbleibende Jahr 2021 prognostizieren die Befragten nichts Gutes. „Die Betriebe rechnen mehr oder weniger mit einer gleichbleibenden oder sogar mit einer leicht schlechteren Situation. Vieles dürfte an der fehlenden Planbarkeit und den vielen Unsicherheiten liegen“, bewertet Alexander Vatovac die Antworten. „Eines sei für sie aber sicher: Wenn es wieder losgeht, dann richtig. Die Unternehmer sind keinesfalls in einen Dornröschenschlaf gefallen.“ Die Unternehmen bereiten sich derzeit auf die Wiederöffnung vor und erfahren viel Unterstützung von ihren Mitarbeitern, die ihren Arbeitgebern nach Kräften helfen und selbst große Opfer zum Beispiel in Form von geringeren Einkommen bringen. **AV/HW**

# INHALT

- **17** **Umfrage: Wie geht es dem Handel und dem Tourismus?**  
„Wenn’s wieder losgeht, dann richtig“
- 19** **Kommunikation gegen Vergessen**  
Thomas und Anette Wartner
- 20** **Wir sind hier**  
Bruno Hall
- 20** **Marke und Aushängeschild**  
Melanie Teubner
- 21** **Praxistipps in der Pandemie**  
Was Händler online tun können - eine Übersicht
- 24** **IHK-Konjunkturumfrage**  
Aufschwung verzögert sich
- 26** **Serie: Die IHK-Ausschüsse**  
Der Verkehrsausschuss
- 27** **Wirtschaftsjunioren Hochrhein**  
Neuer Vorstand gewählt
- 29** **Hotel- und Gaststättengewerbe**  
Abschlussprüfungen trotz Gastronomieschließungen
- 30** **Tipp topp!**  
Das Energie- und Umweltportal IHK-ecoFinder
- 31** **Konferenz zur Gäubahn**  
„Planungen gehen in richtige Richtung“
- 32** **Lehrgänge und Seminare der IHK**

## Kommunikation gegen das Vergessen

**W**ie können wir mit unseren Kunden in Kontakt bleiben? Das ist für Thomas Wartner aus Waldshut die entscheidende Frage während des zweiten Lockdowns. „Wenn die Kunden gerade nicht in unser Geschäft kommen können, müssen wir eben dorthin, wo sie gerade sind. Und das ist online.“ Mit Webseite, Whatsapp, Facebook, Instagram und einer eigenen App bleiben sie mit ihren Kunden im Austausch. „Wir kommunizieren gegen das Vergessen. Unsere Kunden sollen wissen, wir sind auch während des Lockdowns für sie da.“

Dabei ist Wartners Konzept eigentlich ein ganz anderes. „Was uns auszeichnet, ist die Kombination aus Mode mit ausgewählten Feinkostartikeln und Events. Es geht um den direkten Kundenkontakt. Das stationäre Geschäft macht unseren Erfolg aus. Wir begeistern, schaffen ein Erlebnis, unabhängig davon, ob am Ende etwas verkauft wird oder nicht.“ Thomas Wartner, der gemeinsam mit seiner Frau Anette Wartner das Geschäft führt, ist dennoch nicht entgangen, dass die Digitalisierung auch den Einzelhandel verändert. In den vergangenen Jahren haben sich die Wartners eine treue digitale Community aufgebaut. Auf diese Struktur können sie nun zurückgreifen. „Das war unsere Rettung“, sagt Thomas Wartner.

Ihre Kundinnen haben die Wartners mit ihrer intensiven Kommunikation über die Sozialen Medien erreicht, anders war es bei den Männern. „Die sind mit dem Homeoffice verschwunden“, sagt Thomas Wartner. „Wie kommen wir an die ran, haben wir uns gefragt. Männer lieben Spiel und Spaß. Mit Überraschungsboxen haben wir den richtigen Nerv getroffen, einen Hit.“ Für 50 Euro gab es eine Box mit Herrenkleidung im Wert von 250 Euro plus ein kleines Geschenk, allerdings ohne Umtauschoption. „Bei 95 Prozent der Bestellungen lagen wir genau richtig, obwohl wir nur Angaben zur Größe und ein bisschen zum Stil hatten. Die Rückmeldungen waren phänomenal.“ 150 Boxen haben sie innerhalb kürzester Zeit verkauft. „Es war ein Nullgeschäft“, sagt Wartner.

„Aber wir blieben liquide, konnten unsere Lager mit Saisonware etwas leeren und hatten einen bombastischen Marketingeffekt.“

Wer online Geschäfte machen möchte, investiert erstmal viel Zeit und macht Verluste. Das müsse jedem klar sein, sagt Wartner. „Nebenher kann man online keinen Erfolg haben. Wir haben die Öffnungszeiten etwas verkürzt und die Buchhaltung weiter digitalisiert. Die freigeordnete Zeit nutzen wir, um uns über Ideen, Erfahrungen und kommende Onlineaktivitäten auszutauschen.“

Dennoch hoffen die Wartners, bald ihre Kunden wieder persönlich begrüßen zu dürfen. Trotz aller digitaler Bemühungen sind ihre Umsätze aufgrund des zweiten Lockdowns deutlich gesunken.

„Im Vergleich zu anderen Händlern stehen wir bestimmt besser da, aber der stationäre Umsatz bleibt unsere Substanz. Der Onlinehandel wird aber eine wichtige Säule bleiben, denn ohne wird es auch nach dem Lockdown nicht mehr gehen.“

hw



## „Wir haben einen Vorteil: Wir sind hier“

**E**s sei für ihn schon überraschend, dass immer noch ein Teil der Einzelhändler keinen Onlineauftritt hat, sagt Bruno Hall, Geschäftsführer der Villringer GmbH in Lörrach. Das müsse nicht gleich ein Onlineshop sein, aber zumindest eine Webseite und ein Auftritt in Facebook oder Instagram. Laut Hall, der vier „expert“-Elektrofachgeschäfte an den Standorten Schopfheim, Lörrach, Rheinfelden und Bad Säckingen betreibt, hat sich dieser Nachteil besonders während der Pandemie als schwer erwiesen. Seit mehreren Jahren ist der „expert“-Verbund online aktiv, und die stationären Geschäfte konnten während des Lockdowns auf eine stabile digitale Infrastruktur zurückgreifen. „Unsere Umsätze im Onlinebereich sind deutlich gestiegen. Das war aber nur möglich, weil man uns im Netz schon kannte. Und gerade in der Pandemie hat der Kunde gemerkt, dass es nicht nur Amazon gibt. Lokal einkaufen – auch online – ist ein erkennbarer Trend, der gerade in der jetzigen Zeit neben den Vorteilen wie der persönlichen Beratung am Telefon, der schnellen Lieferung oder Abholung vor Ort auch die Verbundenheit mit seiner Stadt ausdrückt.“

Die Entwicklung zeige seit Jahren im Einzelhandel in eine klare Richtung, sagt Hall. „Unsere Besucherzahlen auf der Webseite sind genauso hoch wie in unseren Märkten. Wenn wir uns also darum kümmern, dass unsere Geschäfte attraktiv sind, dann müssen wir das auf unserer Webseite ebenso tun. Wer nicht viel Zeit und auch Geld in das Onlinegeschäft investiert, findet nicht statt.“

Bruno Hall sieht den stationären Einzelhandel deswegen auch in einer herausfordernden Situation. „Die großen Player im E-Commerce geben einen Standard für Kundenorientierung vor, bei dem lokale Händler schon aufgrund der Kosten schwer mithalten können. Marketing, Retouren und Zahlungsmanagement sind Kostentreiber. Hinzu kommt, dass der Kunde online sehr viel mehr auf den Preis achtet. Wir brauchen deswegen weiterhin ein funktionierendes stationäres Geschäft nach der Pandemie.“ Hall weiß, dass es Verbünde wie „expert“ einfacher haben, deswegen ist er auch überzeugt, dass Kooperationen und Netzwerke für den stationären Einzelhandel wichtiger werden. „Wir brauchen regionale Plattformen, wo sich auch die Händler zeigen können, die keine Unterstützung von Kooperationen haben. Gute Ansätze hierzu sind mir aus Lörrach und Rheinfelden bekannt. Wir brauchen regionale Logistiknetzwerke, die die Ware noch am gleichen Tag ausliefern. Auch hierzu tut sich gerade etwas in Bad Säckingen. Eigentlich hätten wir das schon lange von den Apotheken und Pizzerien lernen können. Wir haben aber nicht nur Nachteile gegenüber den Big Playern, sondern einen Vorteil: Wir sind hier. Und damit können wir dem Kunden eine Kombination aus online und stationär anbieten. Das kann Amazon nicht.“ **hw**



## Sie ist Marke und Aushängeschild

**W**enn Melanie Teubner ein neues Bild auf Instagram postet, muss sie nicht lange warten und die ersten Kommentare trudeln ein. Die Unternehmerin aus Lörrach, die gemeinsam mit ihrem Mann zwei Modegeschäfte führt, hat sich mit ihren Social-Media-Accounts eine treue Followerschaft aufgebaut, die genau hinschaut, wenn die begeisterte Modehändlerin wieder ein neues Outfit postet. 7.500 Follower hat sie allein auf Instagram. Im Mittelpunkt steht sie selbst. „Das hat sich so ergeben. Ich bin Marke und Aushängeschild für unsere Geschäfte geworden. Ich selbst präsentiere die Kleidung, die ich in meinen Geschäften verkaufe.“ Bis zu drei Stunden investiert Melanie Teubner täglich in ihre Social-Media-Aktivitäten. „Das Handy ist mein wichtigstes Arbeitsgerät geworden. Ich bin ständig mit meinen Kunden in Kontakt.“ 30 Kommentare bekommt sie täglich als Reaktion auf ihre Fashionposts, hinzu kommen Nachrichten. „Die Kommunikation ist sehr persönlich. Ich würde deswegen auch gar nicht von Kunden oder Fans sprechen, sondern von Freunden unseres Unternehmens. Diese enge Kundenbindung ist auch nicht so leicht zu erschüttern.“ Melanie Teubner beschreibt damit einen Trend, der schon länger zu beobachten ist. Die Kunden wünschen sich Nähe, enge Beziehungen und persönlichen Austausch, das reine Warenangebot reicht nicht mehr aus. „Ein Modehaus kann sich nicht mehr nur über die Ware abheben, sondern über die Menschen, die dahinterstehen.“

Bei ihren Posts ist Melanie Teubner eines ganz wichtig. „Es geht nicht darum, perfekt, sondern authentisch zu sein. Für meine Kunden bin ich mittlerweile wie eine Arte Stilikone geworden.“ Diese enge Nähe zu ihren Kunden ist nicht für jeden Händler etwas, das weiß Melanie Teubner. Aber sie ist ein Weg, der zwar Zeit, dafür aber weniger Geld kostet. Der Erfolg gibt der Unternehmerin Recht. Jeden Tag verkauft sie etwas an Kunden, die über ihre Social-Media-Accounts auf einen Mantel, einen Pullover oder eine Hose aufmerksam werden. „Einen Onlineshop haben wir noch nicht, wir nutzen Click and Collect.“ Natürlich reichen die Umsätze so nicht zum Überleben, aber es ist ein Weg, den Melanie Teubner weitergehen möchte – auch nach dem Lockdown. **hw**

# Was Händler online tun können – eine Übersicht

Viele Händler mussten während der Coronapandemie ihre Geschäfte zwei Mal vollständig schließen und überlegen nun, wie sie sich besser digital aufstellen können. In einer Übersicht haben wir in den fünf Themenbereichen Plattformen, Onlinemarketing, Kundenbindung, Serviceportfolio und Kooperationen hilfreiche Informationen zusammengestellt.

## Plattformen und digitale Tools

Onlinehandel und -marketing können den stationären Händlern helfen, die Kosten zu decken, sichtbar zu bleiben und Umsätze zu generieren.

- Neben dem eigenen Onlineshop oder den großen Onlinegiganten bietet beispielsweise auch der Handelsverband lokalen Händlern eine Verkaufsplattform an. Dadurch werden Händler gebündelt, eine Angebotsvielfalt entsteht und Kosten für eine höhere Reichweite werden geteilt.
- Die Städte Weil am Rhein, Rheinfelden und Lörrach haben beispielsweise eigene lokale Marktplätze. Diese ermöglichen den Händlern sichtbar zu bleiben sowie online Bestellungen entgegen zu nehmen.
- „Click & Collect“ bietet Möglichkeiten für Händler, die bereits einen Onlineshop oder eine Webseite haben. Kunden bestellen die gewünschte Ware online und holen diese dann zu einem vereinbarten Termin an der Ladentür ab. Einige Händler haben auch einen Versandservice eingerichtet, bei dem die Ware direkt zum Kunden geliefert wird.



## Onlinemarketing

Onlinemarketing kann helfen, die Sichtbarkeit der lokalen Geschäfte zu erhalten. Es ist nicht entscheidend, eine möglichst große Masse zu erreichen. Der Fokus liegt darin, seine Zielgruppe anzusprechen.

- Beispielsweise bietet die Applikation „Map Ads“ den Händlern ein automatisiertes, standortbezogenes Produktmarketing über Youtube, Google, Facebook und Instagram. Der Vorteil vor allem für kleine Geschäfte besteht darin, dass der Prozess um das Schalten der Werbeanzeigen vollkommen automatisiert abläuft. Die Anzeigen werden schließlich dem Kunden vor Ort und in unmittelbarer Nähe zum stationären Geschäft eingeblendet.
- Microinfluencer kennzeichnen sich durch eine hohe Aktivität und eine treue Followerschaft aus. Sie sind auf ein Thema spezialisiert und erreichen eine hohe Interaktionsrate mit ihren Followern. Händler können beispielsweise einen Stammkunden fragen, ob dieser Interesse daran hat, als Influencer die eigenen Produkte in den sozialen Medien vorzustellen und damit bekannt zu machen. Entspricht der Stammkunde der Zielgruppe, so können über diesen Weg weitere Kunden angezogen werden.
- Im Trend liegen Händler, die selbst auf sozialen Plattformen aktiv werden. Dabei zeigt sich, dass nicht die Professionalität der Beiträge entscheidend ist, sondern vielmehr die Authentizität und die Persönlichkeit der Unternehmer, um Kunden anzuziehen. >

- › In der kostenlosen Whatsapp-Business-App kann ein Händler ein Profil anlegen, Kunden persönlich kontaktieren, beraten und informieren. Der Händler kann einen Katalog mit seinen Produkten/Dienstleistungen erstellen und automatisierte Funktionen nutzen, um beispielsweise Anfragen zu bearbeiten.

## Kundenbindung

In Krisenzeiten ist es wichtig, bereits bestehende Kontakte zu aktivieren und das Gespräch aufrecht zu erhalten. Auch wenn das Geschäft geschlossen ist, ist es wichtig, über Social-Media-Plattformen sichtbar zu bleiben. Um den Kontakt zu den Kunden zu pflegen, hilft es, diese persönlich anzuschreiben, Newsletter zu versenden oder Bonusprogramme zu starten.

- Ein Beispiel für ein Bonusprogramm ist ein Punktesystem, bei dem Kunden durch das Teilen ihres Käuferlebnisses auf den sozialen Plattformen Punkte erhalten, die sie gegen Prämien oder Vergünstigungen eintauschen können. Damit können die Bekanntheit gesteigert und neue Kunden gewonnen werden.
- Für bestehende Kunden empfiehlt es sich, individuelle Angebote zu schaffen, die deren Interesse wecken. Darüber kann der Händler mit dem Kunden ins Gespräch kommen und ihn regelmäßig kontaktieren. Wichtig ist hierbei, eine Datenbank zu führen. Unternehmen setzen diese Idee bereits in eigenen Applikationen um. Sie posten aktuelle Angebote und lassen den persönlichen Kontakt beispielsweise via Whatsapp zu.
- Kunden können „Überraschungsboxen“ bestellen und erhalten im Rahmen ihrer zuvor eingegrenzten Interessen ein Paket mit einem höheren Warenwert als gekauft. Damit können Händler zum Beispiel ihre Bestände aus dem Winterlager dezimieren.



## Serviceportfolio

Händler können sich mit dem Erweitern von Serviceangeboten von den Onlinegiganten abheben.

- Das Private-Shopping-Angebot kann attraktiv für Kunden sein, wenn eine individuelle Beratung von einem Stylisten via Videotermin durchgeführt wird. Die Freizeitbeschäftigung „Shopping“ wird somit in den virtuellen Raum verlegt und die persönliche Beratung als Kernkompetenz des stationären Händlers bleibt erhalten.
- Um dem Kunden weiter entgegen zu kommen, sind Liefermöglichkeiten ebenfalls besonders attraktiv. So hat sich im Verlauf der Coronapandemie gezeigt, dass City-Logistik-Konzepte zunehmend erfolgreicher werden und auch die persönliche Lieferung des Geschäftsinhabers zur Kundenbindung beiträgt.

## Kooperationen

- Einkaufsgutscheine werden oftmals von Gewerbevereinen angeboten, um die Mitglieder (Händler und Gastronomen) zu stärken. Ein gemeinsames Angebot erreicht einen höheren Bekanntheitsgrad in der Bevölkerung und lenkt die Kaufkraft in das Zentrum. So nehmen am Konstanzer Geschenkgutschein (vom Treffpunkt e.V.) mehr als 170 Fachgeschäfte und Dienstleister teil.
- In Kooperation können auch Kosten und Ressourcen geteilt werden, beispielsweise bei einem gemeinsamen Onlineshop, Werbeaktionen oder beim Schaffen von Abholpunkten. Zusätzlich kann man sich Kunden gegenseitig vermitteln. Beispielsweise beim Kauf im eigenen Geschäft kann ein Gutschein für das kooperierende Geschäft mitgegeben werden. Ein weiteres Beispiel sind Serviceangebote in Kooperation. Ein Textilhändler kann zusammen mit einem Schuhhändler ein ganzes Outfit anbieten. **CS/LH**

Diese Aufzählung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit

## App „hoi! Lörrach“

# Die Stadt im Hosentaschenformat

Wo ist die nächste Autowerkstatt? Wie heißt nochmal das Restaurant mit dem tollen Curry? Und hat der Schuhladen noch die Onlinerabattaktion? Antworten auf Fragen wie diese müssen für Lörracher nicht mehr mühsam recherchiert werden, sondern finden sich zentral in einer App: „hoi! Lörrach“.

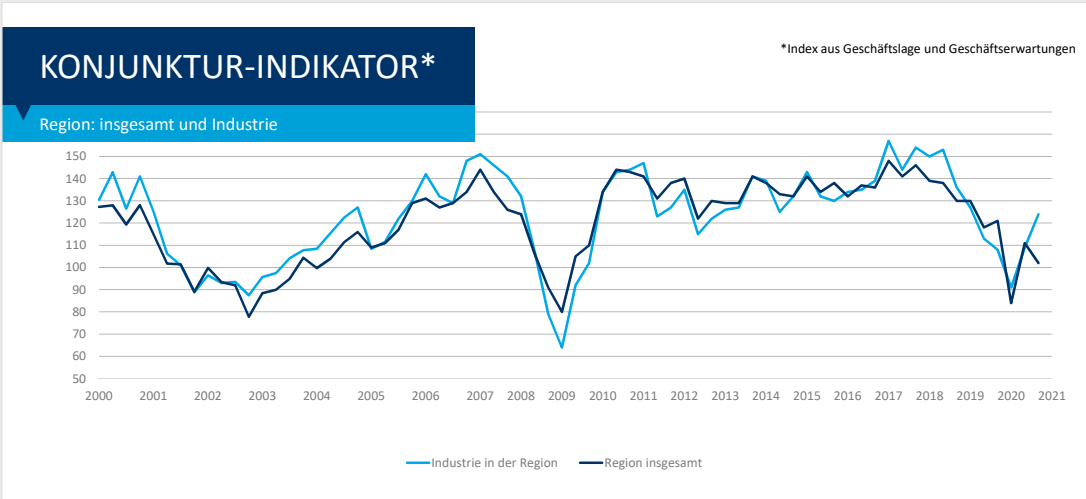
Die kostenlose App, die seit November vergangenen Jahres zur Verfügung steht, wurde von dem Lörracher Gewerbeverein Pro Lörrach gemeinsam mit der Lörracher Agentur „unknown?“ entwickelt. Der digitale Stadtguide vereint alles, was in einer Stadt wichtig ist: Einkaufen, Rabattaktionen zum Shoppen bei lokalen Händlern und Dienstleistern, Restaurants, Cafés, Bars,

Events, Hotels, Kulturangebote und News. Gerade während der Pandemie und dem bundesweiten Lockdown ist es für lokale Händler und Dienstleister besonders wichtig, auch digital sichtbar zu werden, um nicht vom Onlinehandel abgehängt zu werden. Dies ermöglicht die App „hoi! Lörrach“. Entweder kostenlos durch einen Unternehmenseintrag mit dem Basisaccount oder für 80 Euro im Monat mit dem Premiumaccount, der neben den Inhalten des Basiseintrags zum Beispiel Bewerbungen von Verkaufsaktionen inklusive Pushbenachrichtigungen ermöglicht. So leistet die App einen wichtigen Beitrag für eine attraktive Innen- und Einkaufsstadt. **doe**



Eine Liste weiterer Apps und Plattformen für den lokalen Handel findet sich unter

🌐 [www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de)  
☎ 5037640



Während der Konjunkturindikator für die Region insgesamt nach unten zeigt, ragt er für die Industrie steil nach oben.

### IHK-Konjunkturumfrage

# Der Aufschwung verzögert sich

Die seit Herbst verschärften Coronamaßnahmen und Schließungen großer Teile der Wirtschaft zeigen ihre Auswirkungen in den Ergebnissen der aktuellen IHK-Konjunkturumfrage.

Die Erwartungen über den weiteren Verlauf der Konjunktur sind zum Jahreswechsel bei den Unternehmen im IHK-Bezirk im Vergleich zum Herbst zurückgegangen. Insbesondere der Handel und Teile der Dienstleistungsunternehmen leiden unter dem erneuten Lockdown. „Das produzierende Gewerbe ist momentan das Zugpferd der Konjunktur“, so Alexander Graf, bei der Kammer zuständig für die Konjunkturumfrage. „Aufgrund der Unsicherheit über den weiteren Verlauf der Pandemie und des Fehlens einer verlässlichen Öffnungsperspektive sinken die Erwartungen vieler Unternehmen bezüglich der weiteren Konjunktorentwicklung.“ Der von der IHK errechnete Index für das Konjunkturklima in der Region sinkt von 111 Punkten in der Herbstbefragung auf 102 Punkte zum Jahreswechsel. Damit liegt die Region unter dem Landesschnitt. Corona sorgt dafür, dass auch die Investitionsabsichten der Unternehmen weiter unter dem langjährigen Mittel in der Region bleiben.

### Industrie mit steigender Auslastung

Die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage ist im Vergleich zum Herbst leicht gesunken. Der „Lage-Indikator“ befindet sich mit 111 Punkten (Herbst: 107 Punkte) deutlich entfernt vom Vorjahreswert (146 Punkte). Trotz der erneuten konjunkturellen Eintrübung der vergangenen Monate ist die Lage der Betriebe in der Region noch relativ gut. 38 Prozent der teilnehmenden Unternehmen beurteilen ihre Geschäftslage als befriedigend, 28 Prozent als schlecht, aber auch 34 Prozent als gut.

Positive Signale kommen von den Produktionsbetrieben. Deren Einschätzungen zur Lage haben sich gegenüber dem Herbst verbessert. Mit einem von 103 auf 114 gestiegenen Indikatorwert für die Lage der Industrieunternehmen setzt sich die Erholung seit dem massiven

Einbruch im Frühjahr 2020 weiter fort. Rund 34 Prozent bezeichnen die Geschäftslage als gut. Der Anteil der Industrieunternehmen, die ihre Lage als schlecht bezeichnen, ist seit Herbst von 27 auf 19 Prozent gesunken. Gefestigt zeigt sich auch der Auslastungsgrad der Kapazitäten in der regionalen Industrie. Sie hat von 76 auf rund 81 Prozent zugenommen, das langjährige Mittel ist aber noch nicht wieder erreicht. Wie im Herbst berichten aktuell mehr Produktionsbetriebe bei der Entwicklung der Auftragsgänge von einer steigenden Tendenz (33 Prozent) als von fallenden Auftragszahlen (21 Prozent). Bei knapp jedem zweiten Betrieb besteht eine gleichbleibende Tendenz im Auftragsgang. Damit kommen die meisten Industriebetriebe bisher besser durch die Krise als zunächst prognostiziert.

### Dienstleistungen differenziert, Handel getroffen

Im Dienstleistungsbereich gehen die Beurteilungen der Lage weit auseinander, insgesamt nimmt die Zahl der negativen Antworten zu. 38 Prozent der Dienstleister sprechen von einer guten Lage. Aber der Anteil derer, die ihre Lage als schlecht einschätzen, hat sich seit Herbst von 14 auf 29 Prozent verdoppelt. Beim Umsatz verzeichnen 58 Prozent einen Rückgang gegenüber dem Vorjahresquartal. Auch die derzeitige Tendenz bei der Nachfrage zeigt sich weniger erfreulich als im Herbst: Jeder zweite Dienstleister verzeichnet ein gleichbleibendes Auftragsvolumen; der Anteil der Dienstleister mit steigendem Volumen geht von 28 auf 21 Prozent zurück, während bei rund 30 Prozent das Volumen abnimmt. Das ist angesichts des Lockdowns wenig verwunderlich.

Die Einschätzung der Geschäftslage im Handel fällt zum Jahreswechsel insgesamt negativer aus als noch im Herbst. Sprachen damals 72 Prozent von einer befriedigenden Geschäftslage, so sind es aktuell noch 34 Prozent. Gleichzeitig hat sich der Anteil der Händler, die sich in einer schlechten Geschäftslage befinden, von 20 auf 41 Prozent verdoppelt. Allerdings hat sich auch der Anteil derer, die die aktuelle Lage als gut bezeichnen, von 7 auf nunmehr 25 Prozent deutlich erhöht. Weiter berichten 60 Prozent der Betriebe von gegenüber dem Vorjahresquartal gefallenen Umsätzen. Die Ertragslage wird



von 48 Prozent der Händler als schlecht beurteilt, von 29 Prozent als befriedigend und von 23 Prozent als gut. Offensichtlich gelang es einem Teil der Händler, über Kundenbindung und Onlineverkäufe das Weihnachtsgeschäft einigermaßen zu retten. Momentan schätzen 55 Prozent der Befragten das aktuelle Kaufverhalten der Kunden unter den vorgegebenen Coronarestriktionen als zurückhaltend ein.

## Schlechtere Erwartungen

Die Erwartungen der Unternehmen an die Entwicklung der kommenden zwölf Monate sind aufgrund des erneuten harten Lockdowns und der Entwicklung der Pandemie in den vergangenen Wochen gegenüber der Herbstumfrage rückläufig. Aktuell gehen nun 32 Prozent der Betriebe von einer Verschlechterung in den kommenden zwölf Monaten aus, 31 Prozent von einer Verbesserung der Geschäfte. 37 Prozent der Betriebe sehen keine wesentlichen Veränderungen voraus. Dabei schauen die Betriebe des produzierenden Gewerbes mehrheitlich positiv nach vorne. 45 Prozent erwarten eine Verbesserung der Geschäfte in diesem Kalenderjahr und weitere 45 Prozent sehen zumindest eine gleichbleibende Entwicklung voraus. Mit einer Verschlechterung der Geschäfte rechnen nur noch zehn Prozent. Ähnlich verhält es sich bei den erwarteten Umsätzen, bei denen 47 Prozent der Produktionsbetriebe steigende Zahlen prognostizieren. Und auch dem Export trauen 42 Prozent der Unternehmen einen Aufschwung zu.

Die Erwartungshaltung in der Dienstleistungsbranche hat sich dagegen eingetrübt. Glaubte im Herbst noch jeder zweite Dienstleister an bessere Geschäfte, so sind es aktuell noch 37 Prozent. Gleichzeitig hat sich der Anteil derer, die mit schlechteren Monaten rechnen, von 18 auf 28 Prozent erhöht. Im Handel sehen die Umfragewerte noch dramatischer aus. Hier sehen nur neun Prozent der Händler in den kommenden zwölf Monaten bessere Geschäfte für ihren Betrieb. Mehr als jedes zweite Unternehmen (57 Prozent) erwartet eine Verschlechterung der Situation, rund ein Drittel geht von einer gleichbleibenden Entwicklung aus. Den Händlern, aber auch teilweise den Dienstleistern fehlen aktuell Öffnungsperspektiven.

## Investitionsabsichten

Die Investitionsabsichten der Unternehmen im Inland stagnieren coronabedingt unter dem langjährigen Mittel. Ausschlaggebend ist auch

hier die Verunsicherung über den weiteren Verlauf der Pandemie. So gehen insgesamt 21 Prozent der Unternehmen von zunehmenden Investitionen aus, während 29 Prozent geringere Investitionen und 14 Prozent keine Investitionen in den kommenden Monaten vornehmen wollen. Im Handel ist der Anteil an Betrieben, die beabsichtigen, nicht zu investieren, mit 34 Prozent so hoch wie nie. Verwendet werden sollen die Mittel in der Industrie insbesondere zur Beschaffung von Ersatzbedarfen (76 Prozent) und für Rationalisierungsvorhaben (47 Prozent). Im Dienstleistungsbereich sind die Hauptmotive Digitalisierungsvorhaben (66 Prozent) und der Ersatzbedarf (54 Prozent) genauso wie bei den Handelsbetrieben, bei denen ebenfalls die Investitionen in Ersatzbeschaffungen (65 Prozent) und die Digitalisierung (48 Prozent) überwiegen.

Zu einem allgemeinen Schub bei den Investitionsvorhaben dürfte es erst wieder kommen, wenn die Ausbreitung des Virus gestoppt ist und sich die Lage dahingehend entspannt hat, dass die Unternehmen eine positive Planungssicherheit haben.

## Konjunkturelle Risiken

Somit wenig verwunderlich ist die Coronapandemie branchenübergreifend das aktuell meistgenannte Risiko für die wirtschaftliche Entwicklung der Unternehmen in der Region (84 Prozent). Bislang war die Kapitalausstattung für den Großteil der Unternehmen keine Existenzfrage. 45 Prozent der Befragten (Herbst: 51 Prozent) geben an, dass die Coronakrise keine negativen Auswirkungen auf die Finanzierungssituation des Unternehmens hat. Aber 36 Prozent verzeichnen einen Rückgang des Eigenkapitals, bei 15 Prozent treten Liquiditätsgpässe auf und zwölf Prozent kämpfen mit Forderungsausfällen. Von drohender Insolvenz sprechen aktuell drei Prozent der Befragten im Kammerbezirk. Jede zeitliche Ausdehnung der Krise lässt diese Risiken weiter ansteigen.

Über allen Erwartungen steht die Hoffnung, dass die Pandemie entscheidend eingedämmt werden kann und die Restriktionen für die wirtschaftliche Tätigkeit der Unternehmen nachhaltig zurückgenommen werden können. Auf die Rückkehr zu einer normalen Geschäftstätigkeit noch im Jahr 2021 hoffen 41 Prozent der Betriebe. Zwölf Prozent geben an, bereits (wieder) an der Vorkrisenauslastung tätig zu sein.

AG

🌐 Ausführliche Dokumentation unter [www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de)



#### ZUR PERSON

Michael Bäumle (50) führt gemeinsam mit seinem Bruder Martin Bäumle die Spedition Bäumle GmbH in vierter Generation. Der Hauptsitz des Familienunternehmens befindet sich in Murg, weitere Niederlassungen gibt es in Weil am Rhein und Dormagen. Auch in der Schweiz ist die Spedition mit einem Standort präsent. Das Unternehmen beschäftigt insgesamt 250 Mitarbeiter. Mit 160 Lkw, vorwiegend in den Bereichen Silo, Tank, Container und Intermodal, transportiert die Spedition Bäumle europaweit Güter. Michael Bäumle ist seit 2003 Mitglied des IHK-Verkehrsausschusses und seit 2019 der Vorsitzende. Der IHK-Vollversammlung gehört er seit 2014 an.

Serie: Die IHK-Ausschüsse (5/7)

# » Mobilität zentral für Zukunftsfähigkeit der Region «

Sieben thematische Ausschüsse mit zusammen 200 ehrenamtlichen Mitgliedern arbeiten der Vollversammlung und der Geschäftsführung der IHK zu. In einer Interviewserie befragen wir die jeweiligen Ausschussvorsitzenden zur Rolle, den Themen und Besonderheiten ihrer Ausschüsse. Diesmal: Michael Bäumle, Vorsitzender des Verkehrsausschusses.

#### Warum gibt es einen Verkehrsausschuss – welche Bedeutung hat das Thema im IHK-Bezirk?

Mobilität ist der zentrale Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit unserer Region und zudem ein Grundbedürfnis unserer Gesellschaft. Ohne gut ausgebaute Infrastrukturen können Unternehmen ihre Produkte nicht verlässlich transportieren. Die Bevölkerung ist auf gute Verkehrswege angewiesen, um zur Arbeit zu kommen und in der Freizeit mobil zu sein. Die Mobilität von Menschen und der Transport von Gütern wird sich verändern. Die Frage ist nur, wie. Die Beantwortung dieser Frage dürfen wir nicht allein einzelnen Entscheidungsträgern überlassen. Die Wirtschaft, regional und überregional, muss sich bei diesem Thema einbringen, mitdiskutieren und auch Ideen liefern.

#### Wer sind die Mitglieder des Ausschusses?

Aktuell gehören dem Ausschuss 25 Mitglieder an. Die eine Hälfte sind Vertreter aus dem Bereich Versand und Speditionsleiter der Industrie, die anderen 50 Prozent sind eigenständige Spediteure. Wir versuchen, uns weit gefächert aufzustellen und haben daher Spediteure aller Verkehrsträger wie Schifffahrt, Straße, Bahn, Luftfahrt und sogar der Verzollung dabei. Auch Gäste aus der Verwaltung und Wissenschaft unterstützen den Ausschuss mit ihrer Expertise. Zusätzlich versuchen wir gerade, einen Vertreter aus dem Bereich der Personenbeförderung für die Ausschussarbeit zu gewinnen.

#### Wie wird man Mitglied?

Es gibt verschiedene Möglichkeiten. In der Regel werden Unternehmen oder Menschen,

die in diesem Bereich tätig sind, von aktiven Mitgliedern empfohlen. Diese werden dann als Gäste zu einer Sitzung eingeladen, und wenn es für beide Seiten passt, stimmt das Gremium ab. In den vergangenen Jahren sind einige Mitglieder aus Altersgründen aus dem Ausschuss ausgeschieden, haben sich aber selbst noch um eine Nachfolge gekümmert. Das hat mich besonders gefreut.

#### Mit welchen Themen beschäftigen Sie sich?

Grundsätzlich befassen wir uns mit allen Themen rund um den Verkehr. Dauerbrenner sind in unserer Region natürlich die A98, die Elektrifizierung der Hochrhein-Strecke und die Gäubahn. Aber auch Themen wie Innenstadtmobilität, Lkw-Stellplätze, Reaktivierung stillgelegter Bahnstrecken oder die Bebauung des Sisslerfeldes in der Schweiz am Hochrhein stehen auf der Agenda. Derzeit sind natürlich Corona und die Auswirkungen der Pandemie das Thema Nummer eins.

#### Wie häufig und wo treffen Sie sich?

Wir treffen uns zwei Mal im Jahr, im Frühjahr und im Herbst. Wir wechseln die Tagungsorte bewusst zwischen den Kammerbereichen Schopfheim und Konstanz, um unter den Mitgliedern die Anfahrt gerecht aufzuteilen. Wenn es möglich ist, versuchen wir bei Mitgliedsfirmen der IHK zu tagen, um dabei den Ausschussmitgliedern ein interessantes Rahmenprogramm zu bieten. Derzeit finden die Versammlungen leider aufgrund der Pandemie online statt.

#### Was bringt Ihnen die Arbeit im Ausschuss?

Zum einen ist der Austausch sehr interessant. Jeder bringt einen anderen Blickwinkel in die Diskussion mit ein. Der Lerneffekt ist da natürlich enorm. Und natürlich macht die Ausschussarbeit auch Spaß. Gemeinsam kreative Verkehrs- und Logistiklösungen zu entwickeln, in die IHK-Vollversammlung zu tragen, die wiederum die Möglichkeit hat, Ideen oder auch Missstände an die Politik weiterzugeben, ist einfach wichtig. Uns allen liegt viel daran, die Standortqualität und die Wettbewerbsfähigkeit unserer Region zu erhalten und zu stärken. Das wird nur mit einer gut funktionierenden Infrastruktur gehen.

### Was reizt Sie am Amt des Ausschussvorsitzenden?

Mir persönlich ist das Amt des Vorsitzenden nicht wichtig. Die Arbeit im Verkehrsausschuss liegt mir sehr am Herzen. Ich betrachte den Ausschuss als Team zum Thema Verkehr. Die Erfahrung zeigt, dass man als einzelner nur wenig bewegen kann. Als Team, als Ausschuss, als IHK jedoch wird man gehört und kann wichtige Themen aus unserem Berufsalltag auf einer großen Plattform präsentieren. Nur Gemeinschaft macht stark.

Interview: hw



IHK-Ansprechpartnerin:  
Yvonne Feißt  
☎ 07622 3907-265  
✉ yvonne.feisst@konstanz.ihk.de

## Wirtschaftsjunioren Hochrhein

# Neuer Vorstand, neues Programm

Bei der ersten digitalen Mitgliederversammlung der Wirtschaftsjunioren Hochrhein (WJ) Mitte Februar wurde Svenja Koenig (Sparkasse Lörrach-Rheinfelden) für dieses Jahr als Kreissprecherin gewählt. Sie tritt die Nachfolge von Carina Kuttruff (Draht Center Hochrhein GmbH) an, die auch weiterhin dem neuen Vorstand angehört.

Auf der per Videokonferenz abgehaltenen Mitgliederversammlung wurden auch die weiteren Posten neu besetzt beziehungsweise bestätigt. Zum neuen Vorstand gehören Julia Heim (Teppich Jordan) als stellvertretende Vorsitzende, KassiererIn Isabell Rüd (Rüd GmbH), Rafael Sommer (Würth Elektronik), Nicole Gut (Sparkasse Hochrhein), Annika Ebi (Volksbank Hochrhein), Matthias Böhler (Witholz GmbH), Dominik Klingele (Klingele + Partner Treuhand mbB) sowie Kreisgeschäftsführer Uwe Böhm der IHK Hochrhein-Bodensee und als kooptierendes Mitglied Sebastian Bauer (E-Commerce-Entwickler). Den Vorstand verlassen haben nach mehreren Jahren Engagement Patric Galley (Acito Logistics GmbH) und Maximilian Wagner (Getränkeland Wagner).

Der Rückblick auf das Jahr 2020 bei der Mitgliederversammlung war geprägt von Corona und den damit verbundenen Einschränkungen und Absagen. Einige Veranstaltungen konnten dennoch stattfinden. Dazu gehörten eine Kreativwerkstatt, die Kinderweihnachtswunschaktion in Waldshut-Tiengen zusammen mit Kiwanis WT sowie ein Vortrag zum Thema „exzellente Führung“ über alle Generationen hinweg von Frank Scheelen. Ein großes Projekt der Wirtschaftsjunioren Hochrhein 2020 war die Konzeption eines Mentoringprogramms. Hierzu fand kurz vor dem ersten Lockdown im März 2020 ein Kick-off-Event statt. 2021 soll das Programm nun eingeführt und eine



Unlock 2021: Unter dieses Motto haben die Wirtschaftsjunioren Hochrhein das Jahr 2021 gesetzt.

Plattform programmiert werden. Das Motto des neuen Jahres, welches Svenja Koenig vorstellte, ist „UNLOCK 2021“. Dabei geht es darum, auch rund um den Lockdown und die Unsicherheiten zusammenzuarbeiten und Projekte voranzutreiben.

Die Wirtschaftsjunioren sind ein Verband von leitenden Angestellten und Unternehmern unter 40 Jahren. Stand Januar 2021 zählen 41 aktive Mitglieder zum Kreis Hochrhein. Zu den Wirtschaftsjunioren Deutschland zählen bundesweit mehr als 12.000 Führungskräfte und Unternehmer.

red

## Onlineseminar

# Weiterbildung zur Verfahrensdokumentation

Eine wesentliche Anforderung der Grundsätze zur ordnungsgemäßen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff (GoBD) ist die Verfahrensdokumentation, welche mittlerweile viele Unternehmen beschäftigt. Diese hat die gesamten organisatorischen und technischen Abläufe der digitalen Buchführung darzustellen und beschreibt, wie Belege erfasst, digitalisiert, verarbeitet und aufbewahrt werden. Das Onlineseminar „Verfahrensdokumentation“ der IHK zeigt, welche Anforderungen bestehen und nach welchen Prinzipien eine Dokumentation für das eigene Unternehmen erstellt und aufgebaut werden kann. Es findet am Dienstag, **16. März**, von 15 bis 16 Uhr statt. **AE**



Weitere Informationen und Anmeldung unter [www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de) ☎ 143146732 oder bei Alexander Eggert ☎ 07531 2860-197 ✉ [alexander.eggert@konstanz.ihk.de](mailto:alexander.eggert@konstanz.ihk.de)

## IHK-Zertifikatslehrgang

# Lohn- und Gehaltsabrechnung

Die IHK bietet ab dem **16. April** in Konstanz den Zertifikatslehrgang „Lohn- und Gehaltsabrechnung“ an. Anhand von Praxisfällen wird den Teilnehmern Basiswissen zur Durchführung der Lohn- und Gehaltsabrechnung nach neuestem Gesetzesstand vermittelt. Inhalte des Lehrgangs sind unter anderem Grundlagen und Erhebung der Lohnsteuer, Veranlagung von Arbeitnehmern sowie Reise- und Umzugskosten. Weitere Themen sind die Berechnung, Aufbringung und Zahlung der Sozialversicherung und die Entgeltfortzahlung bei Krankheit. Angesprochen sind Fach- und Führungskräfte, die noch keine oder geringe Vorkenntnisse besitzen, sowie Mitarbeiter in der Lohn- und Gehaltsbuchhaltung. Der Lehrgang umfasst 50 Unterrichtsstunden und ist mit 30 beziehungsweise bis zu 70 Prozent aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds gefördert. **CK**



Informationen und Anmeldung unter [www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de) ☎ 14388623 oder bei Claudia Kouki ☎ 07531 2860-133 ✉ [claudia.kouki@konstanz.ihk.de](mailto:claudia.kouki@konstanz.ihk.de)

## Neuer Service für Mitgliedsunternehmen

# Onlineanträge für IHK-Beitrag

Die IHK Hochrhein-Bodensee bietet einen neuen Service für ihre Mitgliedsunternehmen an: IHK-Zugehörige können nun online über die Website [beitrag.ihk-onlineservices.de/ihk/konstanz.ihk.de](http://beitrag.ihk-onlineservices.de/ihk/konstanz.ihk.de) direkt, schnell und sicher Anträge zu ihrem IHK-Beitrag stellen. Dies betrifft insbesondere Anträge auf Stundung und Ratenzahlung. **BS**



Die Prüflinge Nelli Steer, Abdulhak Dawara, Sukumaran Ponnuthurai und Andreas Ludescher (von links) präsentieren ihr Dessert.

## Auszubildende im Hotel- und Gaststättengewerbe

# Abschlussprüfungen trotz Gastronomieschließungen

**T**rotz der Gastronomieschließungen und erschwelter Bedingungen wegen der Coronapandemie konnten auch in diesem Winter die Abschlussprüfungen der Auszubildenden im Hotel- und Gaststättengewerbe stattfinden. Da die Prüflingszahlen in der Branche seit Jahren gleichbleibend niedrig sind, werden die Auszubildenden der Landkreise Konstanz, Lörrach und Waldshut seit 2016 im Winter nicht mehr getrennt, sondern gemeinsam im Landkreis Konstanz geprüft. „Wichtig war, dass wir überhaupt prüfen durften, denn erfreulicherweise hatten die meisten Prüflinge bereits ab Anfang Februar oder Anfang März eine neue Stelle, oder sie sind in ihrem Ausbildungsbetrieb geblieben“, so Sabine Gooßens, Prüfungssachbearbeiterin bei der IHK für die gastronomischen Berufe.

Die Prüfungen fanden unter Einhaltung der Hygieneregeln in verkleinerten Prüfgruppen statt. Die angehenden Hotelfachleute durften im Hotel 47 Grad und den Räumlichkeiten der IHK in Konstanz ihr in der Ausbildung erlerntes Können unter Beweis stellen. Hierfür mussten sie ein Hotelzimmer prüfen, ein gastorientiertes Gespräch führen und ein Rezeptionsgespräch meistern. Für letz-

teres zogen die Prüfer auch selbst erlebte Situationen an der Rezeption aus dem Fundus ihrer Erfahrungen. Die angehenden Fachkräfte im Gastgewerbe, Restaurantfachleute und Köche wurden im Berufsschulzentrum Radolfzell geprüft. Neben dem Eindecken und Servieren durften die Restaurantfachleute in diesem Jahr zeigen, wie ein Irish Coffee zubereitet wird und ob sie sich bei Digestifen gut auskennen. In der Küche verarbeiteten die Prüflinge für die Vorspeise Zander und Risottoreis, für den Hauptgang Kaninchen und gewolfte Putenfleisch. Beim Dessert mussten sie Bananen mit Nougat oder Schokolade ergänzen.

Über herausragende Leistungen im schriftlichen und praktischen Teil konnte sich Marius Blüm freuen, Hotelfachmann vom Steigenberger Insel-Hotel in Konstanz. Er belegte den ersten Platz. Den zweiten Platz teilen sich Rafael Ring, Koch beim Restaurant Wasserschloss in Inzlingen, und Philipp Rickel, Hotelfachmann im Hotel Bora in Radolfzell. Der dritte Platz ging an Leonardo Wagner, Fachkraft im Gastgewerbe, Landgasthof Kreuz in Konstanz-Dettingen, und Thi Thu Ha Ly, Fachfrau für Systemgastronomie bei Burger King in Singen. **SG**

# Tipp topp!

Die IHK steht ihren Mitgliedsunternehmen beratend zur Seite: von der Aus- und Weiterbildung über die Existenzgründung bis hin zur Unternehmensförderung, von der Standortpolitik und dem Bereich International über Innovation und Umwelt bis hin zu Recht und Steuern. In dieser Serie möchten wir Ihnen wertvolle Hinweise geben. Falls Sie selbst eine Frage haben, dann schreiben Sie uns gerne an [presse@konstanz.ihk.de](mailto:presse@konstanz.ihk.de).

## Das Energie- und Umweltportal IHK-„ecoFinder“

In Deutschland und auch zunehmend weltweit besteht ein steigender Bedarf an Informationen zu Unternehmen, die im Aufgabenbereich Umwelt, Energie und Ressourcen tätig sind. Um diese Nachfragen schnell und kompetent bedienen zu können, gibt es den IHK-„ecoFinder“. Er ist Deutschlands größtes Portal für Umwelt- und Energiefirmen. Wer Organisationen und Unternehmen aus der Umwelt- und Energiebranche sucht, wird sie darin finden – kostenlos, passgenau und bundesweit. Das Portal ist eine Weiterentwicklung der Onlinedatenbank UMFIS. Auf die Profile der mehr als 8.500 dort registrierten Umweltfirmen wurde seitdem mehr als eine Million Mal zugegriffen. Der „ecoFinder“ führt diesen erfolgreichen Service fort und bietet ihn in einer modernen, nutzerfreundlicheren Form an.

### Für welche Unternehmen ist der „ecoFinder“ gedacht?

Angesprochen sind Dienstleistungsunternehmen, Berater, Hersteller und Händler aus den Arbeitsgebieten Abfall, Abwasser, Bodenschutz, Chemikalien und Gefahrstoffe, Energie- und Ressourceneffizienz, Lärm, Luft, Messtechnik, Wasser und Arbeitssicherheit.

### Welche Vorteile bietet das Portal...

#### ...um gefunden zu werden?

Durch einen Eintrag in das Onlineportal haben Unternehmen die Gelegenheit, sich kostenlos bundesweit und professionell zu vermarkten. Dabei profitieren sie von erhöhter Auffindbarkeit im Internet und von den Werbemaßnahmen, mit denen die IHKs das Onlineportal bekannt machen. So können sie leichter Neukunden und Kooperationspartner gewinnen.

#### ...um zu suchen?

Das „grüne Branchenbuch“ liefert einen umfassenden Überblick über den regionalen und bundesweiten Umweltmarkt und das Know-how der in der Umweltschutzbranche tätigen Unternehmen – von A wie Abbaugeräte bis Z wie zyanidhaltige Abfälle. Die benutzerfreundliche, barrierefreie und sichere Plattform liefert präzise Suchergebnisse. So kommt es zu digitalen Übereinstimmungen von potenziellen Kunden und Partnern.



Bilder: Adobe Stock/IHK, Montage: Rimas

### Wie kann man ein Profil erstellen

Die Unternehmen können sich selbständig unter [www.ihk-ecofinder.de](http://www.ihk-ecofinder.de) registrieren und ihr Profil veröffentlichen. Sie werden intuitiv durch den Anmeldeprozess geleitet – von der Eingabe der allgemeinen Unternehmensdaten wie Name, Anschrift und Kontaktdaten bis zur detaillierten Erfassung des eigenen Leistungsprofils. Außerdem kann der Unternehmenseintrag mit dem eigenen Firmenlogo versehen werden. Die Eintragungen werden von der regionalen IHK qualitätsgesichert. Mithilfe eines eigenen Benutzerzugangs haben die eingetragenen Unternehmen die Möglichkeit, jederzeit selbst ihre Daten zu pflegen und somit aktuell zu halten. Zudem haben sie Zugriff auf die Nutzerstatistik zu ihrem Profil und können somit ihre Aktivitäten auf der Plattform auswerten. **doe**



Das Portal IHK-ecoFinder ist unter [www.ihk-ecofinder.de](http://www.ihk-ecofinder.de) für jeden zugänglich. Mehr zum Energie- und Umweltportal unter [www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de), Dok.-Nr. 5002812



### IHK-Ansprechpartnerin

Janett Raetz  
 ✉ [janett.raetz@konstanz.ihk.de](mailto:janett.raetz@konstanz.ihk.de)  
 ☎ 07622 3907-260

Konferenz zur Gäubahn

## „Planungen gehen in richtige Richtung

Die Planungen des Bundesverkehrsministeriums und der Deutschen Bahn zum Ausbau der Schienenachse Stuttgart-Zürich gehen in die richtige Richtung. Aus Sicht der Wirtschaft sollte jetzt ein regelmäßiges Format mit sämtlichen Entscheidungsträgern aus Deutschland und der Schweiz geschaffen werden, um die Transparenz und die Verbindlichkeit bei den Planungen zu erhöhen.“ So lautet das Fazit der IHKs Schwarzwald-Baar-Heuberg und Hochrhein-Bodensee nach einer Videokonferenz mit der Bahn Anfang Februar. Staatssekretär Steffen Bilger und Thorsten Krenz als Konzernbevollmächtigter der Deutschen Bahn für Baden-Württemberg hatten neue Informationen zur Gäubahn bekannt gegeben. Die neuen Infrastrukturmaßnahmen auf der Gäubahn wie der Fildertunnel, die 2020 im Rahmen des Deutschland-Taktes vorgeschlagen wurden, hat das Bundesverkehrsministerium (vorläufig) positiv bewertet. Damit soll die Fahrzeit zwischen Stuttgart und Zürich um 20 Minuten verkürzt werden. Der Abschnitt Horb-Neckarhausen wird zweigleisig ausgebaut und elektrifiziert. Die Ausschreibung soll bis Juli 2021 abgeschlossen sein. Baubeginn ist für Dezember 2021 vorgesehen, die Inbetriebnahme im Oktober 2023. Die Singener Kurve für den Schienengüterverkehr ist danach nach wie vor fester Bestandteil der Planungen. Zudem soll die Strecke



Bild: Deutsche Bahn AG

durchgehend für Container-Verkehre (Bernburgtunnel und Hattinger Tunnel) ausgebaut werden. Mit einem Abschluss dieser Planungen ist bis November 2022 zu rechnen.

Thomas Conrady, Präsident der IHK Hochrhein-Bodensee, sagte dazu: „Für unser grenzüberschreitendes Wirtschaftsbandnis ist es ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung, dass das Bundesverkehrsministerium die im Deutschlandtakt vorgesehenen Infrastrukturmaßnahmen auf der Gäubahn vorläufig positiv bewertet hat. Nach wie vor sind aber viele Fragen offen. Wir brauchen schnellstmöglich die finale volkswirtschaftliche Bewertung, damit der Bund die Finanzierung ohne weiteren Zeitverzug sicherstellen kann und die Planungen vorangehen können. Bestenfalls sollte parallel daran gearbeitet werden.“

red

# Lehrgänge und Seminare der IHK

**Wann?****Was?****Wo?****Euro**Informationen: Konstanz, Tel.: 07531 2860-118; Schopfheim, Tel.: 07622 3907-266, [www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de)**Außenwirtschaft**

16.03.21	Einreihung von Waren in den Zolltarif mit Praxisübungen	Schopfheim	290,00
29.03.21	Export-, Zoll- und Versandpapiere richtig erstellen	Schopfheim	290,00
30.03.21	Warenexport in die Schweiz	Schopfheim	290,00

**Büromanagement/Fremdsprachen/Führung**

10.03. + 25.03.21	Gesund führen	Konstanz	390,00
ab 15.03.21	Business English 1 (IHK) – Zertifikatslehrgang	Schopfheim	650,00
18.03.21	Vom guten Kollegen zum neuen Chef	Schopfheim	290,00
22.03. + 26.04.21	Boxenstopp für Führungskräfte	Konstanz	520,00
24.03.21	Telefontraining – Der gute Ton am Telefon	Schopfheim	290,00
24.03.21	Kommunikation & Geschäftskorrespondenz D/CH	Konstanz	290,00
25.03.21	Digital und effizient im Büro und im Homeoffice	Konstanz	290,00

**Einkauf und Logistik/Finanz- und Rechnungswesen**

15.03.21	Einkauf 4.0	Schopfheim	290,00
23. + 24.03.21	Basiswissen Buchführung – Webseminar		520,00

**Immobilienmanagement**

22.03.21	WEG-Buchhaltung einfach erklärt	Schopfheim	290,00
23.03.21	Mehr Effizienz für Immobilienverwalter	Schopfheim	290,00

**Persönliche Kompetenzen / Qualitätsmanagement**

16.03.21	Sicheres Auftreten im Job	Schopfheim	290,00
22. - 24.03.21	QM-Grundlehrgang (IHK) – Zertifikatslehrgang	Schopfheim	1.040,00
23.03.21	Best Invest	Schopfheim	290,00

**Umwelt/Verkehr / Wirtschaftsrecht**

11.03.21	Arbeitsrecht INTENSIV 1	Schopfheim	290,00
24.03. – 25.03.21	Fortbildung nach EfbV, AbfAEV, Fachkunde für Abfallbeauftragte	Konstanz	520,00

**Prüfungslehrgänge**

ab 22.02.21	Elektrofachkraft in der Industrie	Lörrach	3.490,00
ab 17.03.21 / ab 19.03.21	Geprüfte/r Bilanzbuchhalter/in	Schopfheim/Konstanz	4.900,00

Weitere Seminare und Lehrgänge finden Sie unter [www.konstanz.ihk.de](http://www.konstanz.ihk.de)



## Projekt 3D-Bio-Net

# Lebende Strukturen drucken

Im Freiburger Projekt „3D-Bio-Net“ haben Unternehmen und Forschungsinstitute gemeinsam einen Bioprinter entwickelt, der funktionale menschliche Gewebe drucken kann.

**FREIBURG.** Menschliche Organe aus dem Drucker – das klingt nach Science-Fiction, und das ist es auch. Der dreidimensionale Druck lebender, funktionaler Gewebestrukturen ist hochkompliziert. Trotzdem gilt das sogenannte 3D-Bioprinting als wichtige Zukunftstechnologie in Medizin und pharmazeutischer Forschung. In einem von Freiburg aus koordinierten Forschungsprojekt haben neun kleine und mittlere Unternehmen sowie universitäre Einrichtungen gemeinsam den Prototyp eines 3D-Bio-Druckers entwickelt. Das Gerät kann vitales Knochengewebe drucken und ist auch einsetzbar, um sogenannte Organ-on-a-Chip-Modelle zu produzieren, also funktionsfähiges Organgewebe etwa einer Niere, an dem Wirkstoffe getestet werden können – zum Beispiel als Ersatz für Tierversuche. Für das Projekt mussten Kenntnisse aus den Bereichen Biologie, Medizin, Materialwissenschaften, Informatik und Mikrosystemtechnik zusammenkommen.

„Das Bioprinting-Feld wird immer spannender – auch wenn die faszinierenden Visionen noch recht weit entfernt sind“, sagt Peter Koltay, leitender Wissenschaftler am Institut für Mikrosystemtechnik (IMTEK) der Universität Freiburg. Er war Sprecher des Projekts mit dem Namen „3D-Bio-Net“, das in den vergangenen drei Jahren vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert wurde (siehe Kasten). Koordiniert hat es das Freiburger Technologienetzwerk Microtec Südwest.

Wie beim konventionellen 3D-Druck baut auch ein Bioprinter Schicht für Schicht eine dreidimensionale Struktur auf – aber er verwendet dafür unter anderem lebende Zellkulturen. Sein Ausgangsmaterial ist zum Beispiel eine sogenannte Bio-Tinte, die aus Zellen und Hydrogelen besteht. Ziel des Druckprozesses ist es, die Zellen

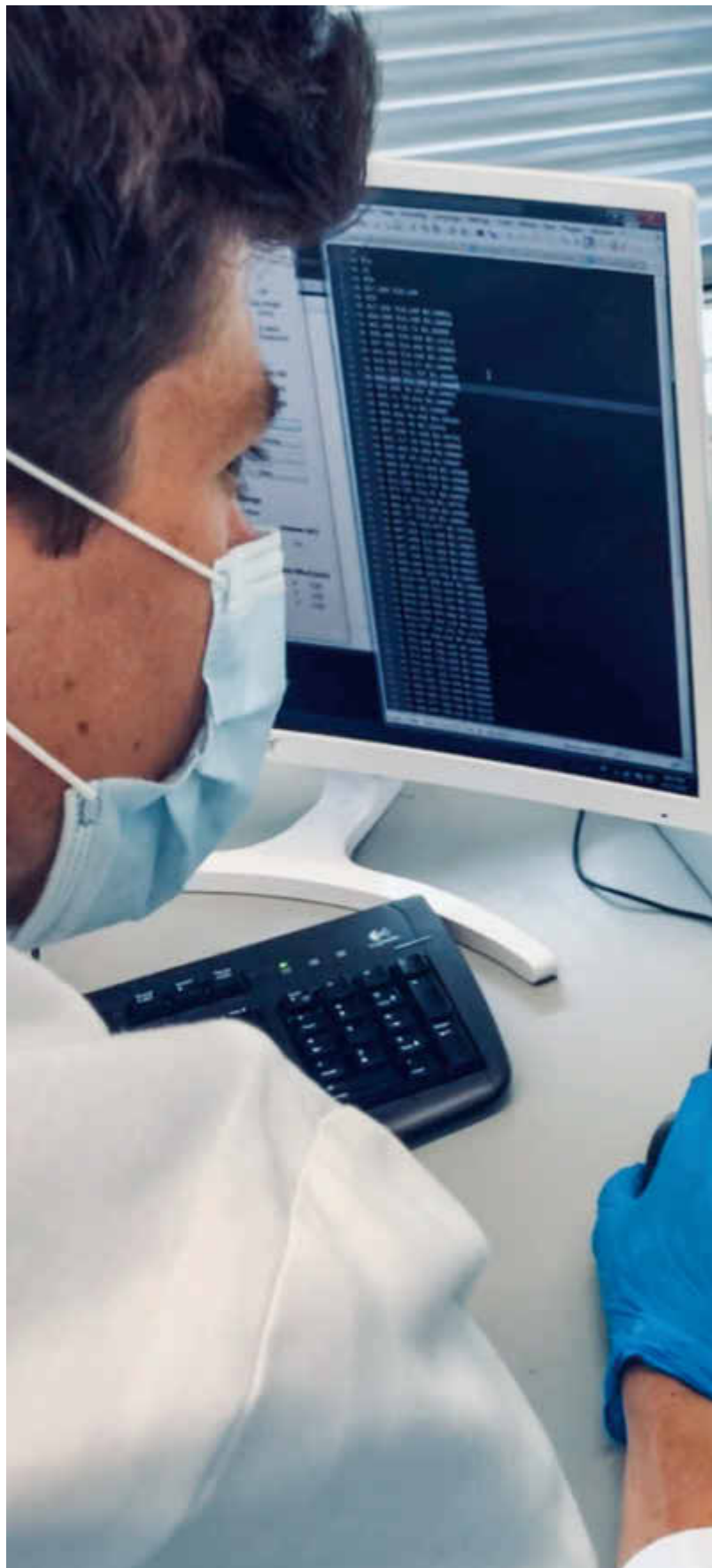


Bild: IMTEK



## HINTERGRUND

Das Projekt 3D-Bio-Net wurde von 2017 bis 2020 vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) in der Initiative KMU-NetC gefördert. Diese unterstützt Forschungs- und Entwicklungsvorhaben von kleinen und mittleren Unternehmen in regionalen Netzwerken und Clustern. Die beteiligten Partner sind: Biofluidix GmbH, Freiburg (Hardwareentwicklung), Cell Genix GmbH, Freiburg (regulatorische Anforderungen), Ibidi GmbH, Gräfelfing (Perfusionsplattform und mikrofluidische Chips), Infoteam Software AG, Bubenreuth (Softwareentwicklung), Kunststoff-Institut Südwest, Villingen-Schwenningen (Charakterisierung von Kunststoffen), VasQlab am Karlsruher Institut für Technologie KIT (Biotinten), Institut für Mikrosystemtechnik IMTEK der Universität Freiburg, (Prozessentwicklung), Klinik für Plastische und Handchirurgie am Universitätsklinikum Freiburg (Gewebe-konstrukte Knochen und Knorpel) und das Naturwissenschaftliche und Medizinische Institut NMI an der Universität Tübingen („Organ-on-Chip“-Anwendungen). Der Spitzencluster Microtec Südwest koordinierte das Projekt. thg

„möglichst gewebeähnlich anzuordnen“, wie Koltay sagt – damit sie sich dann auch möglichst so wie natürliches Gewebe verhalten und entwickeln.

Ein Beispiel dafür ist der Druck von lebendem, durchblutetem Knochengewebe, erklärt Koltay. So sei es im Projekt gelungen, spezielle Strukturen aus Hydrogelen, menschlichen Stammzellen aus dem Fettgewebe und Endothelzellen zu drucken. Während die Stammzellen sich anschließend zu Knochenzellen weiterentwickelten, bildeten die Strukturen der Endothelzellen Blutgefäße aus. „Man druckt also keinen fertigen Knochen, sondern künstliches Gewebe, das dann im Körper zu einem regenerierenden Effekt führen soll“, sagt Koltay. Erste Tierversuche mit Mäusen hätten gezeigt, dass die Zellen in deren Körpern tatsächlich anfangen, zu verknöchern und Gefäße sich an den Blutkreislauf anschließen. Für solche Strukturen aus mehreren Materialien braucht es verschiedene Druckverfahren; oft werden zusätzlich noch Gerüststrukturen aus biokompatiblen Kunststoffen mitgedruckt. Der Bioprinter-Prototyp des Projekts ist deshalb ein sogenannter Hybriddrucker mit fünf unterschiedlichen Kanälen.

Die Druckertechnik wurde wesentlich entwickelt von der Freiburger Biofluidix GmbH, die 2005 als Ausgründung aus der Uni Freiburg entstand. Das Unternehmen ist spezialisiert auf „hochpräzise Feindosierung“, wie es Geschäftsführer Andreas Ernst beschreibt, inklusive Automatisierungstechnologien und Sensorik. Das habe man in das Projekt einbringen und gleichzeitig das eigene Portfolio „strategisch in Richtung Biodruck“ weiterentwickeln können. Sein Unternehmen habe ein langfristiges Interesse an dem „sehr spannenden und immer noch neuen Bereich“. Biofluidix hat gut 20 Mitarbeiter auf 15 Vollzeitstellen, der Jahresumsatz lag 2019 bei rund 1,5 Millionen Euro. Für ein kleines Unternehmen, sagt Ernst, sei das gemeinsame, öffentlich geförderte Forschungsprojekt von Vorteil gewesen, weil es das Thema möglichst breit abdeckte: „Das hätten wir nicht alles selbst stemmen können.“ So floss nicht nur medizinisches Wissen der Uniklinik Freiburg mit ein, sondern zum Beispiel auch die Recherche der hohen regulatorischen Anforderungen für mögliche medizinische Anwendungen, um die sich die Freiburger Cell Genix GmbH kümmerte. Oder die Entwicklung einer Softwareplattform durch die Infoteam Software AG aus dem fränkischen Bubenreuth. Oder die Expertise des Kunststoff-Instituts Südwest in Villingen-Schwenningen.

„Die Partner in dem Projekt sind komplementär aufgestellt, sodass sie sich nicht ins Gehege kommen“, sagt Koltay, „aber alle haben ein gemeinsames, echtes Interesse an der innovativen Technologie und dem Markt-bereich – das ist wichtig.“ Der Verbund Microtec Südwest hat bereits beim Zentralen Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM) des Bundeswirtschaftsministeriums ein sogenanntes Innovationsnetzwerk beantragt – als Fortsetzung des jetzt abgeschlossenen Projekts. Koltay hofft, dass sich ein dauerhafter Verbund von Unternehmen und Forschungseinrichtungen zum Thema Bioprinting bildet: „Freiburg ist ein sehr guter Ort für so etwas.“ Thomas Goebel

## Strom- und Gashändler „e.optimum“ legt weiter zu Einstieg ins Privatkundengeschäft geplant

**OFFENBURG.** Die „e.optimum AG“ hat im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 650 Millionen Euro erreicht, 2019 hatte die Firma 606 Millionen Euro erzielt. Sie ist seit rund zehn Jahren am Markt. Ihr Konzept besteht aus einem „ausgewogenen Mix aus Energie am kurzfristigen Spotmarkt, der sich auf erneuerbare Energien konzentriert – um Preisvorteile zu nutzen. Und dazu Anteile am längerfristigen Terminmarkt – um Preissicherheit zu gewährleisten“, so eine Pressemitteilung. Die Strategie laute „flexibler Energieeinkauf zu echten Marktpreisen, an jedem Tag im Jahr und an verschiedenen Handelsplätzen“.

Bislang beliefert E.optimum Unternehmen und Gewerbe von Autowerkstätten, Landwirten und Arztpraxen bis hin zu Großunternehmen aus den Bereichen Chemie und Automation. Derzeit zählt man 40.000 Kun-

den. Dieses Kerngeschäft will „e.optimum“ ausweiten und bis zum Jahr 2025 hunderttausend gewerbliche Kunden beliefern. Dazu sollen ab dem Frühjahr Privathaushalte kommen. Auch an diese werde der günstige Großabnehmereinkaufspreis direkt weitergereicht. Mit Privatkunden und der Vergrößerung des Stamms an Gewerbekunden möchte „e.optimum“ bis zum Jahr 2025 seinen Umsatz auf zwei Milliarden Euro steigern. Zum Unternehmenskonzept gehört, dass die Energie aus regenerativen Energieträgern (Wasser/Wind/Sonne) stammt, dass intelligente Messtechnik eingesetzt wird und die Kunden intensiv beraten werden. Nicht zuletzt zählen auch E-Tankstellen für Elektro- und Hybridautos zum Angebot der Offenburger. Vorstandsvorsitzender der AG ist Gert Nowotny, zum Vorstand gehören außerdem Martin Brand und Boris Käser. **upl**

## BBS Motorsport wächst und baut Seit der Trennung gut entwickelt

**HASLACH.** Sie gehörten früher zum selben Unternehmen, und der Markenname ist immer noch der gleiche, deshalb werden sie oft verwechselt. Doch während die BBS GmbH mit Hauptsitz in Schiltach und einem prominent gelegenen Werk in Herbolzheim direkt an der A5 vergangenen Sommer erneut in die Insolvenz gerutscht ist – es ist mittlerweile die dritte –, entwickelt sich die BBS Motorsport GmbH in Haslach seit der Trennung ziemlich gut, wie Geschäftsführer Roman Müller berichtet. Sie entstand 2012 nach der damaligen Insolvenz des Radherstellers als 100-prozentige Tochter eines japanischen Konzerns. Müller, zuvor CTO und Entwicklungschef sowie Leiter der Motorsportsparte bei BBS, entschied sich für das junge, kleine Unternehmen unter dem neuen Eigentümer. Er startete mit einer auf 26 Mitarbeiter reduzierten Mannschaft, kaufte Maschinen aus Schiltach, mietete ein Gebäude in Haslach und baute dort eine neue Produktion und neue Strukturen auf.

Hier werden die geschmiedeten Rohlinge, die der japanischer Mutterkonzern liefert, weiterbearbeitet. Im sogenannten Flow Forming, das ähnlich wie eine Töpferscheibe funktioniert, allerdings mit Stahlrollen und hohem Kraftaufwand, werden die Felgenbetten geformt und anschließend mechanisch bearbeitet, also gefräst, gedreht, geschliffen sowie gemessen und geprüft. Die Lackierung erfolgt bislang bei der BBS GmbH in Herbolzheim. Das soll sich künftig ändern. Denn seit Januar baut BBS Motorsport in Haslach ein rund 5.000 Quadratmeter großes Gebäude für



Roman Müller und einige seiner Räder.

Produktion, Lager und Verwaltung, das auch eine Lackiererei beherbergen soll. „Mit dem Neubau wollen wir uns unabhängig machen“, sagt Müller. Denn die Stückzahlen – 2012 produzierte BBS Motorsport rund 8.000 Räder, bald sind es 25.000 bis 30.000 jährlich – seien mittlerweile zu groß, um sie extern bei einem Dienstleister lackieren zu lassen. BBS Motorsport ist – wie der Name sagt – auf das Sportsegment und somit die von BBS Anfang der 1990er-Jahre entwickelten Magnesiumschmiederäder spezialisiert. Damit wurde Michael Schuhmacher mehrmals Weltmeister, das Formel-1-Team von Ferrari war der erste Kunde. Die Technik wurde seither zur Serienreife weiterentwickelt und wird von einigen Autoherstellern wie Porsche und Bugatti auch für Kleinserien verwendet. Etwa ein Drittel seines Umsatzes erwirtschaftet BBS Motorsport bereits in diesem Segment, Tendenz steigend. Und auch der Motorsportbereich wächst – wenn man vom vergangenen Jahr absieht. „Ab 2022 sind wir alleiniger Lieferant für alle zehn Formel-1-Teams“, berichtet Müller. Zudem kommen

Räder von BBS-Motorsport in fast allen Rennserien der Welt zum Einsatz. Das Unternehmen ist seit 2012 deutlich gewachsen: Die Zahl der Mitarbeiter hat sich auf rund 50 etwa verdoppelt; der Umsatz stieg von 9 Millionen Euro auf mehr als 20 Millionen 2019. 2020 lag er zwar darunter, aber die Auftragsbücher sind voll, vor allem in der Serienfertigung reichen sie bis ins Jahr 2025. Die Fertigstellung des Neubaus ist für Frühjahr 2022 geplant. **kat**

## Alexander Bürkle: Fünf Prozent mehr Umsatz und Veränderungen an der Spitze Schwieriges, aber zufriedenstellendes Jahr

**FREIBURG.** „Für diese Ausnahmesituation war es ein sehr gutes Jahr.“ Diese Bilanz zieht Andreas Ege, geschäftsführender Gesellschafter der Alexander-Bürkle-Gruppe, für das Jahr 2020. Der Umsatz stieg um fünf Prozent auf 376 Millionen Euro – laut Ege ein zufriedenstellendes Resultat. Dies war im vergangenen Frühjahr so nicht abzusehen: „Durch den ersten Lockdown war erstmal offen, wie alles weitergeht“, berichtet Ege. Es war unklar, wie die Geschäfte der verschiedenen Kundengruppen – das sind Elektrofachhandwerk und Elektrofachhandel sowie Maschinenbau und produzierende Industrie – laufen würden. Zwei Monate lang wurde bei dem Freiburger Elektrogroßhändler kurzgearbeitet. Dann liefen die Geschäfte wieder – in der Logistik mit getrennten Schichten und Hygienevorschriften, und der Außendienst arbeitete fast nur noch vom Büro aus, was, so Ege, „einiges an Geld einsparte und wir auch in Zukunft weiter anpassen möchten“. Denn es zeigte sich: Der Fachhandel, den Alexander Bürkle mit brauner und weißer Ware (Radios und Fernseher beziehungsweise Waschmaschinen und Geschirrspüler) versorgt, lief sehr gut, der Bau ebenfalls. Nur in der Industrie, vor allem in der Automobilbranche, gab es leichte Rückgänge, die auch Alexander Bürkle spürte. Die Unternehmensgruppe erwirtschaftet etwa 85 Prozent des Umsatzes mit dem Großhandelsgeschäft. Mehr als zehntausend Kunden werden dabei deutschlandweit mit 3,8 Millionen Elektronikartikeln beliefert. Die übrigen rund 15 Prozent des Umsatzes steuern die Produktionsunternehmen sowie die Beratungsgesellschaft der Firmengruppe bei: Alexander Bürkle Cable Solutions mit Sitz im bayerischen Offingen ist auf Kabelkonfektionierungen spezialisiert, die Unternehmen beispielsweise zum Anschließen ihrer Maschinen benötigen. Die Mitarbeiter von Alexander Bürkle Robotic Solutions in Singen planen und unterstützen bei der Automatisierung von Produktionen bis hin zum Einsatz von Robotern, die mit Menschen zusammenarbeiten, ihnen zum Beispiel Pakete ans Förderband bringen. Alexander Bürkle Panel Solutions ist auf den Bau von Verteilerschränken zur Steuerung von Maschinen oder Gebäuden spezialisiert und hat Standorte in Freiburg sowie im hessischen Mainhausen. Mit der in Freiburg ansässigen Digitalwandler GmbH will das Unternehmen die Erfahrungen, die es selbst bei der digitalen Transformation gemacht hat, weitergeben. Alexander Bürkle ist seit einigen Jahren „auf dem Weg von einem Großhändler, der Waren von A nach B transportiert, zu einem Technologiedienstleister“, wie Andreas Ege betont. Als Beispiel nennt er den Geschäftsbereich Smart Buildings, in dem die Mitarbeiter zusammen mit dem Elektroh Handwerk vernetzte Gebäudetechnik entwickeln und planen. An den insgesamt 24 Standorten zwischen dem Saarland und Bayern sind rund 1.000 Mitarbeiter beschäftigt. Etwa 400 von ihnen arbeiten in Freiburg, 150 an den weiteren Stand-



Der Hauptsitz und die Geschäftsführung der Alexander Bürkle GmbH & Co. KG: Frank Schoberer, Simon Straub, Andreas Ege, Marcus Mauch und Klemens Isenmann (von links).

orten der Region in Malterdingen, Offenburg, Lörrach, Villingen-Schwenningen, Singen und Radolfzell. Gegründet wurde das Unternehmen im Jahr 1900 als Elektrofachgroßhandel von Alexander Bürkle. Dessen Schwiegersohn Albert Fischer führte es mit Paul Ege senior weiter, der es an seinen gleichnamigen Sohn übergab. Heute sind dessen Söhne Andreas und Martin Ege Geschäftsführer. Sie halten gemeinsam mit weiteren Familienmitgliedern alle Anteile. An der Spitze der Alexander Bürkle GmbH & Co. KG stehen außerdem Klemens Isenmann und Frank Schoberer sowie seit Dezember vergangenen Jahres Marcus Mauch und Simon Straub. Frank Schoberer, der schon bei seinem Einstieg vor 22 Jahren angekündigt hatte, mit 55 Jahren aus dem Unternehmen aussteigen zu wollen, geht zum 31. März „auf eigenen Wunsch“, wie Andreas Ege betont. Seine Aufgaben wurden aufgeteilt: Ab 1. April verantwortet Andreas Ege Strategie, Einkauf, Marketing und Personal, Marcus Mauch Smart Buildings & Smart Consumers, Simon Straub Logistik und IT. **mae**

## KURZ NOTIERT

Die **Zahoransky Gruppe** hat zum 1. Januar die Dialysesparte ihres langjährigen Partners **FLG Automation AG** übernommen. Die Übernahme erfolgte im Rahmen der Nachfolgeregelung für den Gründer der FLG, Lüdger Grünewald, der in den nächsten Jahren weiterhin als Berater zur Verfügung stehen wird. Zahoransky ergänzt mit den FLG-Komplettanlagen zur Dialysefilterherstellung sein Geschäftsfeld im Bereich Maschinen und Anlagen für medizintechnische Produkte sowie pharmazeutische Primärverpackungen.

Die **Huber Kältemaschinenbau AG** hat in Illkirch-Graffenstaden (Frankreich) ein Support- und Servicecenter eröffnet. Das Firmengebäude umfasst neben Büroräumen eine große Fläche für Reparaturen, Service und Lagerung. Geschäftsführer von Huber France Services SASU ist Sebastian Geiger, der zuvor am Hauptsitz in Offenburg den technischen Support einschließlich Prozessoptimierung und Fehlerdiagnose sowie technische Schulungen für Anwender und Servicetechniker verantwortete. Das französische Vertriebsteam unter der Leitung von Philippe Muraro und Olivier Jarreton ist nach wie vor Ansprechpartner für die Kunden.

Die **B&B Ingenieurgesellschaft mbH** aus Donaueschingen und die **Below Software GmbH** aus Flörsheim (Main-Taunus-Kreis) sind zum 1. Januar eine strategische Kooperation eingegangen. Die Unternehmen haben damit ihre bereits seit 2009 bestehende Zusammenarbeit ausgebaut. Beide CAD-Software-Anbieter haben ihren Fokus auf den Entwicklungen und Dienstleistungen im Tiefbausegment. Achim Bäuerle, Geschäftsführer der B&B Ingenieurgesellschaft, ist nun auch Hauptgesellschafter von Below Software. Deren Gründer Mustafa Kocatürk bleibt Geschäftsführer und Gesellschafter des Unternehmens.

Die Brüder Alexander, Marco und Pascal Teufel konnten 2020 das 20-jährige Bestehen ihrer Agentur feiern. Gegründet wurde sie als Markkom GmbH, seit 2015 firmiert sie als „**teufels GmbH**“. Teufels entwickelt Kommunikationslösungen für Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, der Schwerpunkt liegt auf dem Digitalen. 40 Mitarbeiter sind beschäftigt. Im Bereich digitale Erlebnisse und virtueller Vertrieb kooperiert Teufels mit der Rottweiler Eventagentur **Trend Factory**. Laut Pressemitteilung nutzten die Rottweiler das Jubiläumsjahr, um eine neue Strategie und einen neuen Markenauftritt zu entwickeln.

## Streit Service & Solution büßt 2020 Umsatz ein Gewinn trotz Widrigkeiten

**HAUSACH.** Das Pandemiejahr 2020 hat die Aufwärtskurve der Streit Service & Solution GmbH & Co. KG gebremst. Nach sieben Jahren Umsatzsteigerungen verbuchte der Hausacher Bürodienstleister vergangenes Jahr einen Umsatzrückgang um fünf Prozent, schneidet damit aber im Branchenvergleich noch recht gut ab. Das teilten die Geschäftsführer Rudolf Bischler und Marc Fuchs im Januar bei der Jahresauftaktveranstaltung des Unternehmens mit, die erstmals digital stattfand. Demnach erzielten die drei Geschäftseinheiten Streit office (Bürobedarf), Streit inhouse (Büroeinrichtungen) und Streit systec (Bürotechnologie) 2020 einen Gesamtumsatz von 52 Millionen Euro (2019: 55 Millionen). „Wir haben trotz der Widrigkeiten des vergangenen Jahres ein positives Ergebnis mit einem Gewinn“, sagte Bischler. „Wir sind sehr gut eingestellt auf die veränderte Situation, haben viele Maßnahmen ergriffen und sehen Licht am Ende des Tunnels“, ergänzte Fuchs.

In der Sparte Büroeinrichtungen konnte man den geplanten Umsatz erreichen, und die Auftragsbücher seien gut gefüllt. Die Pandemie verändert die Büronutzung, darauf reagiert Streit mit Konzepten rund um Homeoffice, Leasing und Onlinevertrieb. Das Segment Bürobedarf konnte einer Pressemitteilung zufolge sein Vorjahresniveau halten. Eine „massive Sortimentsausweitung“, neue Großkunden aus Gewerbe, Handel und Verwaltung sowie Auftragsbücher auf Rekordniveau gäben Anlass zu großem Optimismus für das laufende Jahr. In der Sparte Bürotechnologie verbuchte Streit 2020 einen leichten Umsatzrückgang. Die Gründe: allgemeine Zurückhaltung und verschobene Verkäufe. Der Einrichter Hief + Heinzmann in Karlsruhe, der zur Streit-Gruppe zählt, erreichte seine Umsatzziele mit vielen umfangreichen Aufträgen, vor allem der Ausstattung der 14.000 Quadratmeter großen Bürofläche eines großen Internetdienstleisters.

Streit Service & Solution beschäftigt am Hauptsitz in Hausach sowie in den Niederlassungen Freiburg und Donaueschingen insgesamt rund 250 Mitarbeiter. Zudem soll in Gengenbach ein neues Logistikzentrum entstehen, der Baubeginn im Frühjahr erfolgen. Das Familienunternehmen, das Rudolf Bischler und sein Schwiegersohn Marc Fuchs in zweiter beziehungsweise dritter Generation führen, wurde 1951 gegründet und feiert somit dieses Jahr sein 70-jähriges Bestehen. Die dazu geplanten Veranstaltungen würden je nach Pandemielage umgesetzt, heißt es. ine

Die Leiter der drei Business Units von Streit (von links): Rainer Betz (Streit office), Clemens Imberi (Streit inhouse) und Marc Fuchs (Streit systec)





David (links) und Bertold Huber mit ihrem wichtigsten Produkt. Der „Automotive, Dynamic, Motion Analyser“ (ADMA) wird vor allem in der Automobilentwicklung eingesetzt. Er registriert, wie ein Gleichgewichtsorgan, jegliche Bewegung in Fahrzeugen.

Genesys entwickelt und fertigt seit 25 Jahren Sensortechnik

## Der Navi für die Tunnelbohrmaschine

**OFFENBURG.** Am Anfang stand ein Projekt für Herrenknecht. Bertold Huber, Christian Zimmermann und vier Ingenieurskollegen am Steinbeis Transferzentrum der Hochschule Offenburg entwickelten im Auftrag des Schwanauer Herstellers von Tunnelbohrmaschinen eine Art Navi, mit dem kleinere Maschinen auf Kurs bleiben. „Es war klar, dass die feinmechanischen Geräte auch irgendwo gefertigt werden müssen“, erzählt Huber. Weil das weder an der Hochschule noch beim Auftraggeber Herrenknecht (Huber: „Bei denen beginnt Blech bei 20 Zentimetern“) möglich war, entschieden sich die Ingenieure für den Schritt in die Selbstständigkeit. Im Februar 1996 gründeten Huber und Zimmermann ihre Genesys Elektronik GmbH. Christian Zimmermann erlebt das 25. Jubiläum nicht – er ist 2019 mit nur 54 Jahren gestorben. Seit gut einem Jahr teilt sich Bertold Huber die Geschäftsführung mit seinem Sohn David, einem Wirtschaftsingenieur.

Seinerzeit startete man zu sechst, denn die vier anderen Steinbeis-Kollegen des Projektteams waren in die neue Firma gefolgt. Heute beschäftigt Genesys etwa 30 Mitarbeiter, darunter einige Werkstudenten, und ist immer noch auf das „Generieren von Systemen“ – daher der Firmenname – spezialisiert. Allerdings längst nicht mehr nur im Tunnelbau. Das mittlerweile deutlich größere Geschäftsfeld ist Automotive. Auf der Referenzliste von Genesys stehen Namen wie Audi, BMW, Daimler und Volkswagen. Die Offenburger haben einen „Automotive Dynamic Motion Analyzer“, kurz: ADMA, entwickelt, der jegliche Bewegung von Fahrzeugen misst – „ähnlich wie das Gleichgewichtsorgan des Menschen“, erklärt Bertold Huber. Er kann für unterschiedliche Zwecke der Automobilindustrie verwendet werden. Ende der 1990er-Jahre ging es vor allem um Fahrdynamik (Stichwort: Elchtest), später standen Assistenzsysteme wie Einparkhilfen

im Fokus, und mittlerweile liegt der Schwerpunkt auf autonomem Fahren. Der ADMA wird nicht im Fahrzeug verbaut, sondern entweder im Innenraum oder auf dem Dach des Fahrzeugs platziert und für Tests verwendet – ähnlich einem Messschieber in der Fertigung, den man ab und an zur Überprüfung anlegt.

Die Systeme von Genesys kosten fünf- bis sechststellige Beträge. Die Stückzahlen sind relativ gering, jährlich entstehen zwischen 100 und 200 Geräte. Damit setzte das Unternehmen in den vergangenen Jahren durchschnittlich sechs bis sieben Millionen Euro um und will weiter organisch wachsen. Corona war natürlich ein Thema, traf Genesys aber weniger als andere. „Es pendelt sich aktuell wieder auf dem Sollwert ein“, sagt David Huber. Der Exportanteil von derzeit etwa 15 Prozent soll steigen. Ein weiteres Standbein: Kamerasysteme für die automatisierte Qualitätskontrolle, die von metallverarbeitenden Betrieben genutzt werden. Die Bildverarbeitung ist in der Omni Control Prüfsysteme GmbH organisiert. Sie entstand 1997 als Joint Venture mit einem großen Ortenauer Automobilzulieferer und ist heute eine hundertprozentige Tochterfirma von Genesys.

An der Fertigung, die bei Genesys Manufaktur heißt, sind viele regionale Zulieferer beteiligt, die beispielsweise Elektronikbaugruppen liefern. Bei Genesys werden sie montiert und intensiv geprüft. Ihre Stärke sehen die Ingenieure immer noch in der Entwicklung. „Wir machen viele Forschungsprojekte mit Hochschulen und Universitäten, damit wir sehen, wo die Reise hingehet“, sagt Bertold Huber. So wolle man am Puls der Zeit bleiben und den Kunden Innovationen bieten. Ein wichtiger Kunde und Kooperationspartner ist immer noch Herrenknecht. Rund tausend Geräte hat Genesys seit 1996 für den Tunnelbohrspezialisten gebaut. Fast alle sind nach wie vor im Einsatz.

kat

**KURZ NOTIERT**

Das **Gesundheitsresort Freiburg**, das aus einem Dorint Hotel und der auf Rehabilitation spezialisierten Mooswaldklinik besteht, wollte 2020 eigentlich sein 30-jähriges Bestehen feiern. Doch wegen der Coronapandemie musste das Hotel mehrere Monate schließen, und die Mooswaldklinik wurde zum Ersatzkrankenhaus benannt, um Akut-Krankenhäuser der Region bei Bedarf zu entlasten. Das Unternehmen versteht sich normalerweise als Spezialanbieter im Gesundheitstourismus: 1990 wurden Hotel und Klinik neben dem Keidel-Mineral-Thermalbad eröffnet. 1993 übernahm der heutige Betreiber die Mooswaldklinik und erweiterte zwei Jahre später das Therapie- und Reha-Angebot um Prävention und Medical Fitness. Nach verschiedenen Investitionen und Erweiterungen übernahm 2006 die Geschäftsführung der Mooswaldklinik den Betrieb des Dorint Hotels, und die gemeinsame Marke „Gesundheitsresort Freiburg“ wurde eingeführt. Große Modernisierungen und Erweiterungen gab es zuletzt zwischen 2011 und 2013.

Der Tübinger Medizintechnik-Investor **SHS** hat sich an der **Blue Ocean Spine GmbH** beteiligt, einem Entwickler für 3D-gedruckte Wirbelsäulenimplantate aus Tuttlingen. Die Besonderheit ist laut Pressemitteilung, dass die Implantate „exakt an die Patientenbedürfnisse angepasst werden können oder ohne zusätzliche Fixierung wie etwa Schrauben auskommen“. Für die SHS und den Gründer von Blue Ocean Spine, Guntmar Eisen, ist es die zweite Zusammenarbeit – die gemeinsame Gesellschaft **EIT Emerging Implant Technologies GmbH** verkauften sie 2018 an einen Medizintechnikkonzern.

Der Biotech-Unternehmer Ulrich Birsner hat im Januar zusammen mit den drei Forschern der Universität und des Universitätsklinikums Freiburg, Roland Schüle, Manfred Jung und Eric Metzger, sowie weiteren Partnern die **B66 Therapeutics GmbH** gegründet. Ihr Ziel ist es, ein führendes Unternehmen für die Entwicklung neuartiger Medikamente, basierend auf innovativen wissenschaftlichen Plattformen im Bereich der Epigenetik zu werden, heißt es in der Pressemitteilung. Der neu entwickelte sogenannte **KMT9-Inhibitor** solle „ein universelles Therapeutikum für Prostatakrebs in allen Krankheitsstadien werden und zu einer besonders hohen Überlebensrate bei kastrationsresistentem Prostatakrebs und seinen Metastasen führen“. Auch Therapeutika für Dickdarm-, Brust-, Blasen- und Lungenkrebs seien in der Pipeline.

**Onlinehändler Historia wächst um 23 Prozent  
Erfolgreicher Shop für  
Baby- und Kinderprodukte**

**FREIBURG.** Ihre Produkte vertreibt die Historia GmbH schon seit 1998 übers Internet. Davon hat das Freiburger Unternehmen im vergangenen Jahr profitiert, als wegen der Coronapandemie der Onlinehandel boomte: Der Umsatz von Historia erreichte im Wirtschaftsjahr 2019/2020 (bis 31. August) einen Wert von 3,5 Millionen Euro. Das sind 23 Prozent mehr als im Vorjahr. Im laufenden Geschäftsjahr hebt Geschäftsführerin Sophie Bender vor allem das „sehr rege Weihnachtsgeschäft“ hervor. Daher stockte sie die Mitarbeiterzahl Ende vergangenen Jahres um fünf auf. Zurzeit sind 25 Festangestellte, darunter zwei Azubis und eine duale Studentin, sowie 21 Aushilfen im Unternehmen beschäftigt. Diese arbeiten – angesichts der Coronapandemie – im Zweischichtbetrieb. Auch sonst wurden im Unternehmen 2020 Hygienemaßnahmen und Abstandsregeln eingeführt, wie Sophie Bender berichtet. „Es macht uns sehr froh und stolz, dass unser engagiertes Team die Krisenzeit mit unglaublich viel Tatkraft und Verantwortungsbewusstsein gemeistert hat“, sagt sie. Die 1987 als Versandhandel gegründete Historia GmbH ist spezialisiert auf historische und/oder personalisierte Geschenkartikel. Das sind neben fünf Millionen Zeitungen (zurückreichend bis 1893) rund 20.000 Jahrgangswine und -spirituosen sowie beispielsweise Schlüsselanhänger und Schmuck mit eingraviertem Namen des Beschenkten. Dazu kommen seit eineinhalb Jahren hochwertige, ebenfalls personalisierte Kinder- und Babyartikel, die über einen eigenen Shop vertrieben werden. Er habe ebenfalls zum Umsatzwachstum beigetragen, berichtet Sophie Bender. Sie ist „optimistisch, dass wir auch das Jahr 2021 gut meistern werden“.

Außerdem freut sich die Unternehmerin über den Motivationspreis 2020, mit dem sie im Dezember von der Robin Akademie mit Sitz in Dauchingen ausgezeichnet wurde. Damit werden Unternehmerpersönlichkeiten aus dem Südwesten für Charakterstärke, Herzblut, Weitsicht und Synergie geehrt. **mae**



Geschäftsführerin Sophie Bender und ihr Vater, der Unternehmensgründer Joseph Nietfeld, im Zeitungsarchiv von Historia sowie ein Blick in den Versand der Kinderprodukte.





Bilder: Marian Burkardt/BUKart

## Partyservice Mattes wird zu Event Schneiderei und weihet Neubau ein Bereit zum Durchstarten

**ROTTWEIL.** Philipp Schneider, der Geschäftsführer des Partyservice Mattes, hofft, dass die Coronazahlen baldige Öffnungen zulassen und er endlich loslegen kann. Den Neubau seines Unternehmens auf dem Berner Feld in Rottweil konnte er Ende Oktober zwar noch einweihen, nicht aber in Betrieb nehmen. Unter der neuen Marke Event Schneiderei wollte er mit seiner Frau Julia, seinem Bruder Gabriel und weiteren Mitarbeitern dort ab November Kochkurse anbieten sowie Tagungen, Hochzeiten und andere Feiern ausrichten. 2,6 Millionen Euro investierte der gelernte Koch in das Gebäude. Es umfasst 800 Quadratmeter auf zwei Etagen, allein 200 davon entfallen auf die Küche. Dazu kommen ein großer Saal sowie Büro- und Lagerflächen. Doch kurz nach der Einweihung kam der zweite Lockdown, und wie schon im Frühjahr mussten geplante Feiern und Veranstaltungen kurzfristig abgesagt werden. Auch fast alle anderen Standbeine des Partyservice Mattes müssen zurzeit ruhen: Das ist der Betrieb des

Restaurants Rötenmühle in Vöhringen sowie die Bewirtschaftung der Kantine der Bildungsakademie in der Steinhauserstraße in Rottweil – dem bisherigen Firmensitz des Unternehmens. Philipp Schneider ist froh darüber, dass er vergangenen März, eine Woche nach Beginn des Lockdowns, einen Lieferdienst auf die Beine gestellt hat. Durchschnittlich 130 Essen am Tag liefert „Schneider bringt's“ seitdem aus – auch während des zweiten Lockdowns. Dennoch verbucht das Unternehmen für 2020 einen Umsatzrückgang von 50 Prozent.

Philipp Schneider hat den Partyservice im Jahr 2014 von dessen Gründer Hans Mattes mit drei Beschäftigten übernommen. Bei diesem war er noch selbst in die Lehre gegangen. Inzwischen beschäftigt Schneider 16 Vollzeitkräfte. Ein Teil von ihnen ist zwar zurzeit in Kurzarbeit, doch der Unternehmer hofft, dass sich dies bald wieder ändert. Dann soll der Partyservice Mattes offiziell in Event Schneiderei umfirmieren. **mae**

Geschäftsführer Philipp Schneider (links) und Küchenchef Gabriel Schneider in der neuen Großküche und ein Blick auf die Kochinseln, die für Kochkurse bereitstehen.

## PLAN4 Software wächst stark

# Vom Digitalisierungsschub profitiert

**FREIBURG.** Wachstumsschub für die „PLAN4 Software GmbH“: Das Anfang 2018 in Freiburg gegründete Unternehmen hat seinen Umsatz im vergangenen Jahr um 60 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Die Mitarbeiterzahl stieg um vier auf zwölf. Zwei weitere werden laut Geschäftsführer Thorsten Harig gesucht. Sein Unternehmen ist auf digitale Bewertung von Bestandsgebäuden spezialisiert und

hat dafür eine Software entwickelt. Grund für das starke Wachstum ist laut Harig „ein durch die Coronapandemie ausgelöster Digitalisierungsschub in der Immobilienbranche“. Vor allem Kommunen, wie jüngst die Stadt Konstanz, würden das Unternehmen vermehrt beauftragen, um ihre Bestandsgebäude zu überprüfen und zu bewerten und so eventuellen Sanierungsbedarf festzustellen. **mae**



Jenne Landmaschinen wurde 100 Jahre alt

## Von der Motorsäge bis zum schweren Sattelschlepper

**ENDINGEN/KÖNIGSCHAFFHAUSEN.** Die Jenne Landmaschinen GmbH, die im Januar 100. Jubiläum hatte und in der dritten sowie vierten Generation geführt wird, ist ein Familienbetrieb par excellence. Die Firma verkauft und repariert von der Motorsäge bis zum schweren Ackerschlepper alles, was vor allem im Obst- und Weinbau, aber auch auf Äckern und Wiesen Einsatz findet. Auf einer Fläche von circa 2.000 Quadratmetern in der Werkstatt, den Verkaufsräumen und der Tankstelle arbeiten 14 Mitarbeiter, darunter vier Auszubildende. Gegründet wurde die Firma 1921 vom Mechaniker- und Elektrikermeister Emil Jenne mit zunächst zwei Teilhabern, die aber nach wenigen Jahren aus dem Unternehmen ausschieden. Jenne errichtete eine Werkstatt mit Schmiede und ein Wohnhaus. Der Zweite Weltkrieg unterbrach die Entwicklung, ab 1948 ging es indessen wieder bergauf. 1952 wurde die Werkstatt um das Doppelte erweitert. Bruno Jenne, der Sohn des Firmengründers und Landmaschinenmechanikermeister, übernahm 1965 den Betrieb. Viele neue Landmaschinen wurden ins Programm aufgenommen. Jürgen Jenne, Vertreter der dritten Generation der Familie und ebenfalls Landmaschinenmechanikermeister, wurde 1987 Chef des Betriebs. Er und seine Frau Beatrix Jenne leiten ihn inzwischen zusammen mit dem Sohn Joachim, der ebenfalls Landmaschinenmechanikermeister ist. Die Gebäude des Unternehmens sind immer wieder erweitert und vergrößert, saniert und mit neuen Gerät-



Blick auf das Betriebsgelände von Jenne.

schaften ausgerüstet worden. Das Sortiment reicht von Motorsägen, Rasenrobotern, Schmalspur- und Großschleppern (unter anderem ist Jenne A-Händler der Gruppe Same-Deutz-Fahr, zu der auch Lamborghini gehört), Anbaugeräten wie Frontladern oder Düngestreuern über Laubschneider, Entlauber, Autoanhänger und Quads bis hin zum Traubenvollernter. Dieses Angebot wird von Landwirten aus dem ganzen Kaiserstuhl und dem daran anschließenden nördlichen Gebiet der Rheinebene wahrgenommen.

orn

25 Jahre Morfeld CC

## Kommunikationsprofi und Kleinverleger

**FREIBURG.** Die Werbeberatung Morfeld CC hat Anfang des Jahres ihr 25. Jubiläum gefeiert. Nach vielen Jahren im Dienste bedeutender Werbeagenturen in Deutschland und der Schweiz hatte sich der Werbebetriebswirt Franz Morfeld 1996 in Freiburg niedergelassen und selbstständig gemacht – „ohne jeden Kunden und ohne Kooperationen“, erzählt er. Allerdings mit jeder Menge Erfahrung und Renommee. „Es gab seinerzeit in Freiburg nur ganz wenige Werbefachleute, die auf einen vergleichbaren Background verweisen konnten“, sagt Morfeld. Er hat als Konzeptioner und Texter bei J. Walter Thompson in Frankfurt, Lintas in Hamburg sowie als Mitglied der Geschäftsleitung von Roger Mayer & Partner in Basel gearbeitet, für namhafte Kunden wie Elida Gibbs, Levasul Licht, Nordsee, Mobile Oil, Puma, Schweizerischer Bankverein, Coop Schweiz oder Messe Basel. Für seine Kampagnen hat Morfeld etliche Branchenpreise erhalten, beispielsweise vom Art Directors Club Deutschland für 24 TV-Spots der Gebühreneinzugszentrale GEZ. Diese Kompetenzen nutzte Morfeld ab 1996 in seinem eigenen Unternehmen. Er spezialisierte sich auf Kommunikationsberatung sowie Konzeption, Kreation und

Realisation von Werbemaßnahmen mit einem klaren Schwerpunkt auf klassischer Publikumswerbung. Zu seinen Kunden (Morfeld: „wenige, gute Auftraggeber“) zählen beziehungsweise zählen die beiden Weltmarktführer Thomas Cook Travellers-Cheques und Travelex, zudem der Pforzheimer Schmuckhersteller Wellendorff und der Gartengerätehersteller Gardena, sowie regionale Firmen wie die Freiburger Einkaufszentren Schwarzwaldcity und Zentrum Oberwiehre. Zweimal wurden seine Arbeiten ins Jahrbuch der Werbung aufgenommen. Morfeld arbeitet mit einer kleinen Mannschaft bestehend aus ein bis zwei festangestellten sowie festen freien Mitarbeitern. 2013 ist er zudem unter die Verleger gegangen und hat nun schon zum dritten Mal das Ferienjournal „Schöne Zeit“ herausgegeben – eine Art Reiseführer im Magazinformat mit touristischen Tipps für das Dreiländereck Südbaden, Elsass, Nordwestschweiz. Morfeld hat es im eigenen Haus speziell für Hotels konzipiert. Das Produkt, das er auch über den regionalen Buchhandel vertreibt, hat mittlerweile 15.000 Gesamtauflage erreicht – „zu 100 Prozent verkauft“, wie Morfeld betont.

ine

## Kronen Nahrungsmitteltechnik lieferte auch 2020 weltweit, dennoch Rückgänge Abnahmen per Videokonferenz

**KEHL.** Die Kronen GmbH hat vergangenes Jahr 15 Millionen Euro umgesetzt und damit laut einer Pressemitteilung einen „im Branchenvergleich moderaten Rückgang im Vergleich zum Vorjahr“ verzeichnet (2019: 17,3 Millionen). Das Jahr habe vielversprechend begonnen mit der gut besuchten Messe Fruit Logistica, teilt das auf Nahrungsmitteltechnik spezialisierte Kehler Unternehmen mit. Doch danach habe sich der Einfluss der Pandemie in Rückgängen sowohl beim Umsatz als auch beim Auftragseingang widergespiegelt. Das Jahresergebnis liege dennoch „weiterhin im positiven Bereich“ wegen niedrigerer Kosten – aufgrund weniger Geschäftsreisen und Messebeteiligungen.

Kronen produziert Maschinen und Anlagen für die Verarbeitung von Obst, Gemüse und Salat. Die Kunden – Produzenten von Fleisch, Fisch, Backwaren, Fertiggerichten, Trocken- und Tiefkühlprodukten in rund 100 Ländern – waren beziehungsweise sind sehr unterschiedlich von der Pandemie betroffen. Abhängig davon, ob sie beispielsweise die Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegungen wie Mensen und Kantinen beliefern und somit starke Einbußen haben, oder etwa Supermärkte, Lieferdienste und Bioläden bedienen, die sich steigender Nachfrage erfreuen. Man habe auch 2020 weltweit ausliefern können, betont Kronen. Anlagenabnahmen seien erstmalig per Videokonferenz oder hybrid vonstattegegangen – beispielsweise bei einer Waschanlage zur Herstellung koscherer Lebensmittel für einen nordamerikanischen Kunden (siehe Bild). Nichtsdestotrotz mussten ab Mai ei-

nige Abteilungen in die Kurzarbeit, und das blieb große Teile des Jahres so. Die Zeit nutzte das Unternehmen der Pressemitteilung zufolge einerseits für die Integration des Acherner Dreh- und Frästeileherstellers WS Edelstahltechnik, der seit 1. April 2020 zu Kronen zählt. Andererseits konnte man die Zertifizierung eines Qualitätsmanagementsystems in Kehl abschließen, das dieses Jahr auch auf den neuen Standort in Achern ausgeweitet werden soll.

Mit der Übernahme von WS Edelstahltechnik samt 15 Mitarbeitern hat sich die Kronen-Belegschaft auf mehr als 120 vergrößert. Zu Jahresbeginn sind zwei neue Mitarbeiter in der Produktion hinzugekommen, denn der Trend zu frischen Convenienceprodukten sorgte für höhere Nachfrage.

Bei der hybriden Abnahme einer Waschanlage zur Herstellung koscherer Lebensmittel waren zwei Rabbis vor Ort und weitere Kunden per Video zugeschaltet.



Estec Europäische Sanitärzellentechnik erhält große Aufträge

## In kräftigem Aufwind

**HASLACH IM KINZIGTAL.** Das Produktprogramm der Firma Estec umfasst Modulbäder und Kompaktduschen sowie Waschtische für Kindergärten und Operationsräume. Mit Abstand größtes Segment sind die Fertigbäder. Bislang waren alle Produkte aus glasfaserverstärkten Kunststoffen. Seit eineinhalb Jahren werden sie auch in Metallständerbauweise gefertigt. Michael Rothardt, der das Unternehmen 2011 gekauft hat und Geschäftsführer ist, erläutert, dass am Markt für Fertigbäder 50 Prozent der Produkte aus Beton, 15 Prozent aus glasfaserverstärkten Kunststoffen und 35 Prozent in Metallständerbauweise verkauft werden. Dadurch, dass Estec jetzt auch in der Metallständerbauweise unterwegs ist, hat sich das potenzielle Absatzvolumen wesentlich vergrößert. Dies hat sich bereits in den Fertigungszahlen des Jahres 2020 niedergeschlagen: 400 Fertigbäder hat Estec ausgeliefert, im Jahr 2019 waren es lediglich 200. Das Ziel von Rothardt sind 800 bis 1.000 Stück im Jahr 2025. Großaufträge der vergangenen Monate waren beispielsweise die Sanierung der landwirtschaftlichen Lehranstalten in Triesdorf (77 Bäder, 600.000 Euro Volumen) oder das Pflegezentrum Haslibrunnen in Bern/Schweiz (69 Bäder, 500.000 Euro Volumen). Einher mit den wesentlich erhöhten Produktionszahlen gehen auch Aktivitäten, die Produktionsflächen zu vergrößern (auf 3.700 Quadratmeter), die Herstellung zu modernisieren, in Digitalisierung zu



Ein Bad von Estec in Metallständerbauweise – die dem Unternehmen derzeit zum Aufschwung verhilft.

investieren und zusätzliche Mitarbeiter zu gewinnen. Im vergangenen Jahr wurden bereits fünf neue Beschäftigte eingestellt, Estec hat jetzt 20 Mitarbeiter. Das Investitionsvolumen für die Modernisierungen und für neue Maschinen, um das Auftragsplus zu bewältigen, beziffert Rothardt auf eine halbe Million Euro. Das Unternehmen ist seit 2015 in Haslach tätig, zuvor war man in Steinach, davor in Zunsweier beheimatet. Estec ist Nachfolger der Staudenmayer-Gruppe in Salach (sie hatte 2002 Konkurs angemeldet).  
upl

## Blue Tree Real Estate 2020 erfolgreich

**WALDKIRCH.** Die Blue Tree Real Estate ist ein 2019 gegründetes Unternehmen, hinter dem die Professoren Johann Löhn (84, unter anderem Steinbeis-Gründer), Marco Wölfle (39, VWA Freiburg, Deutsche Immobilien Akademie DIA) als Aufsichtsratsmitglieder sowie Marvin Hauser (28) als Geschäftsführer stehen. Hauser stammt vom Kaiserstuhl und hat eine kaufmännische Ausbildung absolviert, bevor er an der DIA studierte. Hauser und Löhn sind die beiden Gesellschafter des Unternehmens.

Blue Tree berät und begleitet vermögende Privatpersonen, Projektentwickler und institutionelle Investoren bei bundesweiten Verkaufs- und Ankaufsvorhaben. Innerhalb der Beratungen ist Blue Tree auch als Makler tätig. Laut Hauser konzentriert sich Blue Tree auf Größenordnungen von circa 5 bis 50 Millionen Euro je Objekt. Zu den Kunden beziehungsweise strategischen Partnern gehören beispielsweise eine Fondsgesellschaft aus München mit einem Süddeutschlandfonds, der auf 400 Millionen Euro wachsen soll. Dabei verantwortet Blue Tree die Objektbeschaffung. Ein weiteres Beispiel ist die Immobilientochterfirma einer bekannten Unternehmerfamilie, für die Blue Tree mehrere Transaktionen im



Bild (Ausschnitt): Volksbank eG – Die Gestalterbank

Jahr abschließt. Geschäftsführer Marvin Hauser hat bei Marco Wölfle studiert und als rechte Hand von Johann Löhn im Steinbeis-Immobilien Portfolio gearbeitet, bevor er einige Jahre bei einem Unternehmen der Branche in Frankfurt tätig war. Dann erfolgte die Gründung von Blue Tree. Dieses Unternehmen beschäftigt inzwischen neun Mitarbeiter und hat im vergangenen Jahr Objekte mit einem Volumen von insgesamt circa 50 Millionen Euro vermittelt. Das Auftragsvolumen Anfang 2021 bewegt sich, so Hauser, bislang im dreistelligen Millionenbereich.  
upl

Das Führungsteam von Blue Tree: Johann Löhn, Marco Wölfle und Marvin Hauser (von links).

## Julabo hält Mitarbeiterzahl in der Krise

# Rückgänge in Asien und den USA

**SEELBACH.** Der Temperiertechnik-Spezialist Julabo mit Hauptsitz in Seelbach hat die Coronakrise „bis jetzt vergleichsweise positiv gemeistert“, wie das Unternehmen im Februar mitteilte. „Der Umsatz im Geschäftsjahr 2020 lag spürbar unter dem Rekordjahr 2019, aber immer noch leicht über dem Niveau aus dem Jahr 2018“, so Marketingleiter Alexander Hundertpfund. Zahlen nennt er nicht. In stark von Corona betroffenen Regionen wie den USA oder Teilen Asiens verzeichnete die Julabo GmbH deutliche Rückgänge bei den Auftragseingängen. Diese konnten ein Stück weit durch die stabile wirtschaftliche Lage in Europa kompensiert werden. Hundertpfund

rechnet „aus Marktsicht mit einem eher verhaltenen Frühjahr 2021“.

Die Zahl der Mitarbeiter ist indes konstant: Im Jahresschnitt waren 2020 weltweit 450 Männer und Frauen beschäftigt. Zwar ging die Zahl der Leiharbeiter leicht zurück, dagegen wurden einige Auszubildende übernommen. Um die Mitarbeiter vor der Ansteckung mit dem Coronavirus zu schützen, setzt Julabo in Seelbach eine neue Technologie ein: Die Mitarbeiter tragen am Handgelenk Sensoren, die Signale senden, wenn sie die nötigen Abstände nicht einhalten. In der Produktion wurden zudem Aerosol-Luftreiniger aufgestellt. **mae**

## Energieagentur Regio Freiburg berät Kommunen und Gewerbe

# Engagement für den Klimaschutz

**FREIBURG.** Die Energieagentur Regio Freiburg, 1999 gegründet, ist ein Beratungsunternehmen, das bürgernah Klimaschutz- und Quartierskonzepte erarbeitet und mit dem Qualitätsmanagementsystem des European Energy Awards (eea) seine Kunden begleitet. Diese sind beispielsweise öffentliche Einrichtungen, Städte und Gemeinden sowie Unternehmen. Die Energieagentur organisiert Informationskampagnen und -veranstaltungen, führt Energieaudits durch und erstellt Gebäudeenergiegutachten. Sie entwickelt auch maßgeschneiderte Energiemanagementsysteme. Sie berät darüberhinaus über Fördermöglichkeiten. Ziele sind der Einsatz erneuerbarer Energien und das Erhöhen der Energieeffizienz, letztlich also CO<sub>2</sub>-Reduzierung und Klimaschutz. Hinter der Energieagentur stehen als Gesellschafter die Stadt Freiburg sowie die Vereine Fesa und Klimaschutzpartner im Handwerk. Die Finanzierung der Agentur erfolgt zu hundert Prozent über Projekte. Sie hat mittlerweile 24 Angestellte, die interdisziplinär arbeiten und unter anderem aus den Umweltwissenschaften, dem Maschinenbau und der Elektro- sowie Umweltschutztechnik, der Energietechnik und -wirtschaft, dem Kommunikationsdesign, der Architektur und den Kulturwissenschaften stammen.

Beispiele für die Tätigkeiten im öffentlichen

Raum sind der Stromsparcheck Freiburg, 2008 gestartet als eines der ersten Klimaschutzprojekte für einkommensschwache Haushalte, das inzwischen an 173 Standorten in Deutschland Eingang gefunden und 300.000 einkommensschwache Haushalte überprüft hat, ein Gutachternetzwerk für die Evangelische Landeskirche Baden und die Erzdiözese Freiburg oder ein integriertes Klimaschutzkonzept für Kommunen.

Für Unternehmen tritt die Energieagentur als Koordinator und fachlicher Vermittler zu ausführenden Firmen bei der Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen und erneuerbaren Erzeugungsanlagen auf. So hat die Agentur beispielsweise für einen Holzverarbeitenden Betrieb mit circa 150 Mitarbei-

tern eine 330 Kilowatt-peak (kWp) Photovoltaikanlage konzipiert und die Umsetzung begleitet, das Energiemanagementsystem eingeführt und begleitet sowie eine CO<sub>2</sub>-neutrale Strom- und Wärmeproduktion durch ein Blockheizkraftwerk konzipiert. Ein anderes Beispiel ist ein großes Rechenzentrum mit circa 600 Mitarbeitern, bei dem ein Energieaudit durchgeführt und die sukzessive Umsetzung der Installation einer 460 kWp Photovoltaikanlage sowie der Austausch der Beleuchtung zu LED begleitet wurde. Auch für Wohneigentümer arbeitet die Energieagentur. **upl**



Volksbank Lahr setzt 2020 Wachstumskurs fort

# Schwieriges, aber erfolgreiches Geschäftsjahr

**LAHR.** Wie der Vorstandsvorsitzende Peter Rottenecker Anfang Februar mitteilte, hat sich trotz Corona das Wachstum der Volksbank Lahr wie geplant fortgesetzt, und das Ergebnis liegt nur leicht unter dem Niveau von 2019. Die Bilanzsumme stieg um 6,8 Prozent auf 2,875 Milliarden Euro. Motor des Wachstums waren die Kundenkredite, die um 7,5 Prozent auf 1,9 Milliarden Euro angestiegen sind. Neue Kredite in Höhe von 457 Millionen Euro wurden vergeben, etwa zu gleichen Teilen für private Baufinanzierungen und gewerbliche Investitionsfinanzierungen. Das Wachstum ist vollständig durch lokale Einlagen abgedeckt worden. Bis Anfang Februar waren laut Rottenecker keine nennenswerten Kreditausfälle zu verzeichnen, es sei jedoch damit zu rechnen, dass im laufenden Jahr der finanzielle Druck

auf die Unternehmen steigen werde. Auf dieses Szenario sei man vorbereitet. Auch die Einlagen stiegen 2020 kräftig – und zwar um 6,3 Prozent auf jetzt 1,914 Milliarden Euro. Ebenfalls gut liefen die Wertpapier-, Versicherungs- sowie Bauspargeschäfte. Mit der Ertragslage zeigte sich Rottenecker zufrieden. Der Zinsüberschuss stieg um eine Million Euro auf 37,6 Millionen Euro. Das Provisionsergebnis lag mit 17,9 Millionen Euro nahezu auf Vorjahresniveau. Das Ergebnis vor Bewertung beträgt 18,6 Millionen Euro und liegt leicht unter dem Ergebnis von 2019. Die Rücklagen konnten erneut gut dotiert werden, das bilanzielle Eigenkapital wird durch das gute Ergebnis weiter um 5,2 Prozent gestärkt. Es liegt jetzt bei 247 Millionen Euro. Die Bank beschäftigt 412 Mitarbeiter, darunter sind 27 Auszubildende. **upl**

Sparkasse Lörrach-Rheinfelden mit Ergebnis zufrieden

# Starke Zunahme der Kundeneinlagen

**LÖRRACH.** Die Sparkasse Lörrach-Rheinfelden hat im Geschäftsjahr 2020 ihre Bilanzsumme um 4,7 Prozent auf 3,043 Milliarden Euro erhöht. Dabei stieg das Kreditvolumen um 3,7 Prozent auf 2,332 Milliarden Euro. Kredite in Höhe von 468,6 Millionen Euro wurden zugesagt. Die Kredite an Privatkunden wuchsen um 5,2 Prozent auf 1,549 Milliarden Euro (was vor allem auf ein sehr gutes Geschäft mit Wohnungsbauvorhaben zurückzuführen war), diejenigen an Firmenkunden um 1,3 Prozent auf 750 Millionen Euro. Außergewöhnlich stark erhöhten sich die Kundeneinlagen – und zwar um 10,8 Prozent auf 1,916 Milliarden Euro. Damit gelang es nicht mehr, das Wachstum der Einlagen mit dem Kreditgeschäft auszugleichen. Der Umsatz mit festverzinslichen Wertpapieren, Aktien und Investmentanteilen

belief sich auf 286 Millionen Euro (Vorjahr 226 Millionen Euro). Das Immobilienvermittlungsgeschäft ist kräftig von 24,7 Millionen Euro Volumen (2019) auf 37,1 Millionen Euro (mit 71 Objekten) gestiegen. Die Nachfrage war weiterhin sehr hoch, was sich auch in der Preisentwicklung widerspiegelt: Im Geschosswohnungsbau lagen die Preise im Jahr 2006 bei 1.900 Euro bis 2.500 Euro pro Quadratmeter, im Jahr 2020 zwischen 4.700 und 5.700 Euro. Die Ertragslage ist laut der Sparkasse zufriedenstellend. Das Betriebsergebnis vor Bewertung belief sich auf 23,2 Millionen Euro oder 0,75 Prozent der durchschnittlichen Bilanzsumme (DBS). Es lag damit um 0,11 Prozent der DBS unter dem Wert des Vorjahres. Die Sparkasse beschäftigt 412 Mitarbeiter auf 311 Stellen, darunter sind 33 Auszubildende. **orn**

Bild: Oliver Boehmer - blue4design





Am Boden blieben von März bis Juni 2020 die Flugzeuge von Easyjet und anderen Fluggesellschaften am Euro-Aiport.

Euro-Airport zählt 71 Prozent weniger Passagiere und büßt die Hälfte des Umsatzes ein

## Die Flotten standen still

Die Zahl der Passagiere am Euro-Airport (EAP) ist 2020 um 71 Prozent zurückgegangen, von 9,1 auf 2,6 Millionen. Von Ende März bis Ende Juni standen die Flotten von Easyjet und fast allen anderen Fluggesellschaften am Boden, die Terminals waren menschenleer. „Das hat der Flughafen so noch nicht erlebt“, sagte EAP-Direktor Matthias Suhr bei der Bilanzmedienkonferenz Ende Januar. Die beiden anderen großen Einschnitte für den EAP, die Crossair-Krise 2003 und die Finanzkrise 2009, seien „nicht annähernd“ so gravierend gewesen wie der Einbruch vergangenes Jahr. Denn nach zwei recht positiven Monaten zu Jahresbeginn gab es ab Mitte März praktisch gar keinen Flugverkehr mehr. Ab Juli wurden dann vom EAP zwar wieder 80 der sonst 100 Destinationen angefliegen, aber mit niedrigerer Frequenz und Auslastung. Letztere lag 2020 im Durchschnitt aller Fluggesellschaften bei 62 Prozent, normal sind gut 80 Prozent. Es waren weniger Geschäfts- und Urlaubsreisende unterwegs, eher Besucher von Familien und Freunden. Das zeigt auch die Top Ten der Flugziele: Pristina rückte von Platz sechs auf Platz eins, Istanbul von Platz vier auf Platz zwei. Insgesamt zählte der EAP im Passagierverkehr vergangenes Jahr rund 52.000 Flugbewegungen, knapp 50 Prozent weniger als 2019. Die kommerziellen Flugbewegungen (33.000) gingen sogar um 60 Prozent zurück, während die Bewegungen privater Flugzeuge (knapp 19.000) sogar um 9 Prozent zulegten.

Auch beim Frachtverkehr verzeichnete der EAP vergangenes Jahr eine leichte Zunahme um gut zwei Prozent auf 108.500 Tonnen (2019: 106.000 Tonnen). Das war laut Suhr vor allem auf den Vollfrachtverkehr zurückzu-

führen, der um rund 24 Prozent auf 16.745 Tonnen stieg (2019: 13.518 Tonnen). Der EAP war ein Hub für Import und Export von medizinischen und pharmazeutischen Produkten sowie Schutzausrüstungen. Von März bis Mai gab es dafür sogar Zusatzflüge. Auch Krankentransporte für das Spital Mulhouse wurden organisiert.

Die Einnahmen des Flughafens stammen zu 80 Prozent aus dem Passagierverkehr. Man habe also agil und flexibel auf die Krise reagieren müssen, betonte Suhr. Der Umsatz halbierte sich auf etwa 80 Millionen Euro (2019: 160 Millionen). Die Abschlüsse sind noch nicht fertig, deshalb liegen noch keine definitiven Zahlen zu Gewinn und Verlust vor. Frédéric Velter, Vizedirektor des EAP, schätzte aber, dass das Betriebsergebnis „gerade über einer schwarzen Null“ und das Nettoergebnis bei minus 20 Millionen Euro liegt – „mit Vorsicht, ohne Gewähr“. Im Moment habe der EAP noch genügend Liquidität und könne aus den Reserven zehren. Er hat aber auch schon Kosten gespart, etwa die Ausschreibung für die Modernisierung der Terminalanlagen verschoben und freiwerdende Stellen nicht neu besetzt. Dadurch ging die Zahl der Mitarbeiter der Flughafengesellschaft um 20 auf 380, die der gesamten Flughafenplattform um etwa 500 auf rund 6.000 zurück. Der Ausblick auf das laufende Jahr sei sehr schwierig, sagte Velter. Man rechne mit einem stabilen Frachtgeschäft und plane mit drei verschiedenen Szenarien für die Entwicklung der Passagierzahlen zwischen drei und fünf Millionen. Immerhin: Seinen Nachhaltigkeitszielen hinsichtlich des Fluglärms und der Kohlendioxidemissionen kommt der EAP aufgrund der Krise ein Stück näher. **kat**

»Das hat der Flughafen so noch nicht erlebt«

Matthias Suhr,  
Direktor Euro-Airport



## Besteuerung beim Immobilienerwerb

# Strittige Arbeitshilfe zur Kaufpreisaufteilung

Die Aufteilung des Kaufpreises auf Grund und Boden sollte vertraglich nachvollziehbar geregelt werden

Die Aufteilung des Kaufpreises auf Grund und Boden sowie Gebäude wird oftmals im notariellen Kaufvertrag geregelt. Grundsätzlich ist die vertragliche Aufteilung der Besteuerung zugrunde zu legen. Falls diese Aufteilung nicht erfolgt ist oder dagegen nennenswerte Zweifel bestehen, weil sie die realen Wertverhältnisse verfehlt, kann diese für steuerliche Zwecke nicht angewendet werden. Im Streitfall darf für eine alternative Ermittlung der Aufteilung jedoch nicht auf eine Arbeitshilfe des Bundesfinanzministeriums (BMF) zur Kaufpreisaufteilung zurückgegriffen werden. Dies hat der Bundesfinanzhof (BFH) entschieden (Urteil vom 21. Juli 2020).

Der Hintergrund: Wird eine Immobilie zur Einkünfteerzielung erworben und daher Absetzung für Abnutzung (AfA) geltend gemacht, ist der Gesamtkaufpreis für die Ermittlung der AfA zum einen in das Gebäude, das der Abnutzung unterliegt, und zum anderen in den nicht abnutzbaren Grund und Boden zu unterteilen. Nur das Gebäude ist über die Restnutzungsdauer abzuschreiben. Die AfA stellt bei den Einkünften aus Vermietung und Verpachtung Werbungskosten dar. Während Steuerpflichtige grundsätzlich Interesse daran haben, dem Gebäude einen möglichst hohen Anteil am Kaufpreis zuzurechnen und hierdurch steuerlich abzugsfähige AfA zu generieren, kann das Interesse der Finanzverwaltung davon abweichen. Aufgrund steigender Immobilienpreise können diese gegensätzlichen Ansichten zunehmend zum Streitthema werden.

Daher hatte das BMF bereits im April 2014 eine unverbindliche Arbeitshilfe zur Kaufpreisaufteilung zur Verfügung gestellt. Mithilfe einer Excel-Datei werden damit Grund und Boden sowie der Wert des Gebäudes getrennt ermittelt. Die Aufteilung beschränkt sich auf das vereinfachte Sachwertverfahren, ohne die Mög-

lichkeit, eine Bewertung nach dem Vergleichs- oder Ertragswertverfahren miteinzubeziehen. Zudem wird in der Arbeitshilfe bei der Ermittlung des Gebäudewerts ein sogenannter Orts- oder Regionalisierungsfaktor nicht berücksichtigt. Daher kann die Arbeitshilfe insbesondere in Gegenden mit hohen Bodenrichtwerten die realen Wertverhältnisse verfehlen.

Über die Anwendung dieser Arbeitshilfe hatte der BFH unlängst zu entscheiden. Im Urteilsfall wurde für den Wert des Grundstücks die Kaufpreisaufteilung des Kaufvertrags herangezogen. Das Finanzamt versagte die Aufteilung mit der Begründung, dass diese nicht die realen Wertverhältnisse widerspiegeln und legte der Besteuerung die Kaufpreisaufteilung entsprechend der Arbeitshilfe des BMF zugrunde. Laut BFH könne jedoch im Fall einer streitigen Grundstücksbewertung nicht die Arbeitshilfe verwendet werden, da die Bewertungsmethode auf das Sachwertverfahren beschränkt sei und der Orts- und Regionalisierungsfaktor sowie lokale Gegebenheiten nicht einbezogen würden. Es sei ein Gutachten eines öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen für die Bewertung von Grundstücken einzuholen. Durch die Entscheidung des BFH erfährt die vertraglich vereinbarte Kaufpreisaufteilung noch größere Bindungswirkung und es ist zu empfehlen, eine nachvollziehbare Regelung zur Aufteilung zu vereinbaren. Die Arbeitshilfe kann zur Ermittlung und Verifizierung der Kaufpreisaufteilung grundsätzlich weiterhin verwendet werden. Ob die Finanzverwaltung selbst an dieser festhält, bleibt abzuwarten. Wurde in der Vergangenheit die Kaufpreisaufteilung unter Verwendung der Arbeitshilfe ermittelt und entspricht diese Aufteilung nicht den realen Werten, sollte gegen den entsprechenden Bescheid Einspruch eingelegt werden.

**Claudio Schmitt  
Bansbach GmbH**

## Brexit-Folgen I

## Das Ende der „Limited“ in Deutschland

Vor Einführung der Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt) im Jahr 2008 war die englische „Limited“ in Deutschland außerordentlich beliebt, nämlich immer dann, wenn es darum ging, eine Kapitalgesellschaft ohne das bei einer GmbH erforderliche Mindestkapital von 25.000 Euro zu gründen. Auch wenn dieses Modell seit Einführung der Unternehmergesellschaft (UG) an Attraktivität verloren hat, gibt es in den deutschen Handelsregistern noch immer Tausende Limiteds mit offiziellem Sitz in Großbritannien, aber faktischem Verwaltungssitz in Deutschland. Das wird sich künftig ändern: Seit 1. Januar 2021 ist das Vereinigte Königreich (UK) aus Sicht der EU als Drittland einzustufen. Das Handels- und Kooperationsabkommen zwischen dem UK und der EU enthält keine gesellschaftsrechtlichen Erleichterungen. Das bedeutet faktisch einen harten Brexit im Gesellschaftsrecht und das Ende der in Deutschland ansässigen englischen Limited.

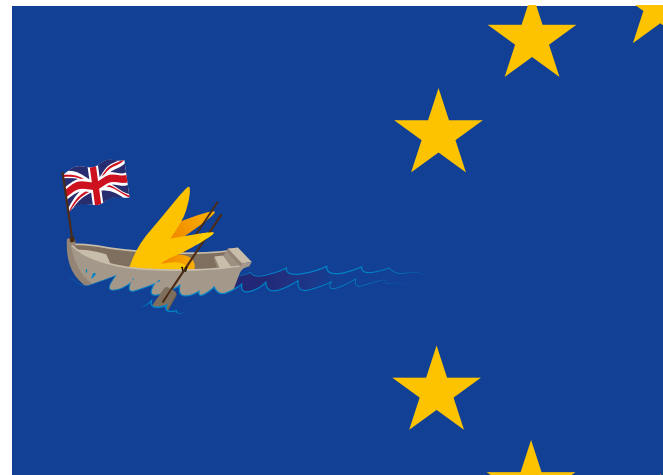
Deutsche Gerichte erkennen Gesellschaften aus EU-Mitgliedstaaten als rechtsfähige und haftungsbeschränkte Gesellschaften an, unabhängig davon, wo sie schwerpunktmäßig tätig sind. Bei Gesellschaften außerhalb von EU-Mitgliedstaaten, und damit für UK-Gesellschaften, gilt das nur, wenn sie in ihrem Gründungsstaat (und nicht in Deutschland) ihren faktischen Sitz haben. Die meisten englischen Limiteds in Deutschland sind jedoch nur mit einer Briefkastenadresse im UK vertreten und schließen ihre Geschäfte hier in Deutschland ab.

Damit werden diese Gesellschaften seit Jahresbeginn nicht mehr als UK-Gesellschaften anerkannt, sondern als deutsche Gesellschaften betrachtet. Und das hat gravierende Folgen: Die englische Limited wird, weil sie nicht den Formalien einer GmbH oder AG entspricht, nicht mehr als Kapitalgesellschaft anerkannt, sondern als Einzelunternehmen (bei nur einem Gesellschafter), als Gesellschaft bürgerlichen Rechts (BGB) oder offene Handelsgesellschaft (OHG). In jedem Fall haften die Gesellschafter der Limited nun unbeschränkt und persönlich für deren Verbindlichkeiten, und zwar sowohl für Alt- als auch für Neuverbindlichkeiten.

Den betroffenen Gesellschaftern einer in Deutschland ansässigen Limited sei daher dringend empfohlen, vertragliche und gesellschaftsrechtliche Maßnahmen gegen die drohende Eigenhaftung zu treffen. Dasselbe gilt für Gesellschaften, die – häufig zur Vermeidung einer Arbeitnehmermitbestimmung – als „Ltd. & Co. KG“ oder als „plc & Co. KG“ organisiert sind. Hier bietet es sich an, die UK-Gesellschaft durch eine österreichische GmbH zu ersetzen. Auch dann bleibt es beim Status quo: Aufrechterhaltung der Haftungsbeschränkung und Vermeidung der Arbeitnehmermitbestimmung.

Barbara Mayer  
Friedrich Graf von  
Westphalen & Partner

Gesellschafter  
sollten  
Maßnahmen  
gegen die  
drohende  
Eigenhaftung  
treffen



## Brexit-Folgen II

## Präferenzen und Ursprungskalkulation

Seit 1. Januar ist das Vereinigte Königreich (UK) aus Sicht der EU ein Drittland. EU und UK hatten jedoch kurz vor Weihnachten einem Handels- und Kooperationsabkommen zugestimmt, mit dem auch zollrechtliche Besonderheiten einhergehen. Die wesentlichen Auswirkungen sind: Vom Anwendungsbereich des – nur vorläufig geltenden – Freihandelsabkommens ist der Handel zwischen Nordirland und der EU nicht erfasst. Dieser gilt nach dem Nordirland-Protokoll weiterhin als Warenverkehr innerhalb der EU. Das Freihandelsabkommen schafft keine zollrechtlichen Erleichterungen für den Warenverkehr zwischen der EU und anderen Staaten, mit denen ein Präferenzabkommen besteht. Unternehmen, die für ihre Ware Vormaterialien oder Leistungen aus UK beziehen, müssen daher ihre Ursprungskalkulationen überprüfen. Denn UK-Vormaterialien begründen nun keinen EU-Ursprung mehr, was bei internationalen Im- und Exporten Probleme bereiten kann und teilweise auch zur Anpassung von Produktlabels führen wird.

Vormaterialien  
aus dem  
Vereinigten  
Königreich  
begründen  
keinen  
EU-Ursprung  
mehr

In dem Freihandelsabkommen sind außerdem Regelungen zum präferenziellen Warenverkehr mit Ursprungserzeugnissen aufgenommen worden. Für Ware mit Präferenzursprung im UK oder in der EU gilt eine Zollpflichtbefreiung. Diese kann beim Zoll beantragt werden; für dafür erforderliche Ursprungsnachweise werden Ausfühler je nach Einzelfall auch auf Lieferantenerklärungen zurückgreifen müssen. Lieferantenerklärungen müssen aber grundsätzlich bestimmte Anforderungen des Freihandelsabkommens erfüllen. Diese Anforderungen sind aufgrund einer Übergangsphase erst ab 2022 erforderlich und müssen spätestens dann übergeben werden. Zu empfehlen ist, dass der Ausfühler mit dem Lieferanten hierzu (auch ohne Brexit dringend anzurathende) vertragliche Regelungen trifft, um seine zollrechtlichen Pflichten erfüllen zu können.

Jan Henning Martens  
Friedrich Graf von Westphalen & Partner

Bild: Jobalou - iStock



## Photovoltaikanlagen I

# Was kommt nach Ende der Förderung?

Für rund 2.300 Photovoltaikanlagen in Baden-Württemberg ist nach 20 Jahren zum 1. Januar dieses Jahres die Förderung durch das Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) ausgelaufen. Lange war unklar, unter welchen Bedingungen die Anlagen weiterbetrieben werden und sie Strom ins öffentliche Netz einspeisen können. Dies wurde mit der jüngsten EEG-Änderung erst Ende Dezember geklärt.

**D**as Solar Cluster Baden-Württemberg hat deshalb gemeinsam mit dem Umweltministerium sein Faktenpapier zu den „ausgeförderten“ Photovoltaikanlagen an das neue EEG angepasst. Dies sind die darin beschriebenen wichtigsten Möglichkeiten für den Weiterbetrieb von sogenannten Ü20-Anlagen:

- Der erzeugte Strom kann weiter ins Netz eingespeist werden. Die Vergütung entspricht dem „Jahresmarktwert Solar“. Dieser liegt bei drei bis vier Cent pro Kilowattstunde (ct/kWh). Abgezogen wird hiervon noch eine Vermarktungspauschale von 0,4 Cent/kWh. Die Vergütung ist begrenzt auf Anlagen bis 100 Kilowatt (kW) und gilt befristet bis Ende 2027.

- Eine Umrüstung auf Eigenversorgung ist möglich. Der dann noch entstehende Überschuss kann ins Stromnetz eingespeist werden.
- Wer den erzeugten Strom zur Eigenversorgung nutzt, muss bis 30 kW keine EEG-Umlage zahlen, sofern er nicht mehr als 30 Megawattstunden (MWh) selbst pro Jahr verbraucht.

Einzelne Stromanbieter bieten spezielle Tarife für Anlagen nach Förderende an, die den eingespeisten Strom zum Teil höher vergüten als mit dem Jahresmarktwert. Anlagenbetreiber sollten jedoch prüfen, ob mit dem Angebot weitere Kosten (beispielsweise zusätzliche Gebühren), Nachrüstung von Messtechnik oder ergänzende Verpflichtungen wie Reststrombezug verbunden sind.

Zu den regionalen Anbietern zählt beispielsweise die Firma Badenova. Sie will Besitzer von kleineren Stromerzeugungsanlagen bis 10 Kilowatt (Peak) installierter Leistung unterstützen. Das Angebot sieht zusätzliche 4 ct/kWh eingespeistem Strom zum einfachen Netzbetreiberangebot vor und ist mit ihrem Tarif „Ökostrom Aktiv“ gekoppelt. Zudem kooperiert Badenova mit der Stadt Freiburg beim „Freiburger Stadtstrommodell“. Es soll der Sicherung des Anlagenbestands durch Weiterbetrieb und Repowering sowie dem vereinfachten Neubau von Anlagen dienen und etwa kommunale Liegenschaften mit Solarstrom versorgen. Auch die Elektrizitätswerke Schönau (EWS) haben die Ü-20-PV-Anlagen im Blick. Sie kaufen deren Solarstrom und geben ihn an die Gemeinschaft der EWS-Stromkunden weiter. Allerdings galt dieses Angebot nur für 250 Betreiber und war im Februar längst vergriffen.

ao/ine



Das sechsstufige Faktenpapier des Solar Clusters zum Weiterbetrieb von Ü20-Photovoltaikanlagen ist zu finden unter <https://solarcluster-bw.de>



Informationen auch beim Photovoltaik-Netzwerk Baden-Württemberg: [www.photovoltaik-bw.de/pv-netzwerke/](http://www.photovoltaik-bw.de/pv-netzwerke/) oder bei André Oliveira-Lenz ☎ 0761 3858-260 ✉ [andre.oliveira-lenz@freiburg.ihk.de](mailto:andre.oliveira-lenz@freiburg.ihk.de)

## STARKER ANSTIEG BUNDESWEIT 2020

Im Jahr 2020 wurden bundesweit knapp 5 Gigawatt (GW) Photovoltaikanlagen installiert. Dies ist knapp 1 GW mehr als 2019. Letztmals war 2012 mit 7,6 GW mehr Leistung ans Netz gegangen. Im Dezember 2020 kamen nochmal 525 MW dazu. Etwa 80 Prozent des Jahreszubaues waren Anlagen außerhalb der Ausschreibungen. Die Einspeisevergütung für Neuanlagen wird über den sogenannten „atmenden Deckel“ weiter automatisch abgesenkt. So wird im März 2021 für kleine Dachanlagen bis 10 kW (Peak) ein Wert von 8 Cent/kWh unterschritten. Blicke es bei einem Nettozubau von 5 GW im Jahr, wäre das derzeitige EEG-Ziel von 100 GW im Jahr 2030 erreichbar.


ba



Bild: Smileus

## Energieverbrauchskennzeichnung Labels an Geräten austauschen

In der ersten Märzhälfte (von 1. bis 18.3.) müssen Händler die Labels für netzbetriebene Kühlgeräte mit Direktverkaufsfunktion, netzbetriebene Kühlgeräte zwischen 10 und 1.500 Litern Volumen, netzbetriebene Haushaltsgeschirrspüler, Fernsehgeräte, Monitore, bestimmte Displays, Waschmaschinen und Wäschetrockner austauschen. Dies gilt sowohl für Ladengeschäfte als auch für Internetshops. Seit dem 1. November 2020 müssen die Lieferanten sowohl das alte als auch das neue Etikett mitliefern. Fehlende Labels sollten Händler beim Lieferanten anfordern. Gibt es kein neues Label, müssen die betroffenen Geräte bis 1. Dezember 2021 abverkauft werden. Die neuen Labels enthalten auch einen QR-Code, der zu weiteren Informationen über das Produkt in einer Datenbank führt. Grundlage sind die europäischen und deutschen Energieverbrauchskennzeichnungs-Vorschriften. **ao**


 André Oliveira-Lenz ☎ 0761 3858-260  
✉ [andre.oliveira-lenz@freiburg.ihk.de](mailto:andre.oliveira-lenz@freiburg.ihk.de)

### Photovoltaikanlagen II

## Kleine Betreiber sind nicht mehr IHK-Mitglied

Nach früherer Rechtslage haben die Finanzämter den Betrieb jeder Photovoltaikanlage – egal ob von Privatpersonen oder Gewerbetreibenden – als gewerbesteuerpflichtiges Gewerbe eingestuft, weil die Betreiber in das allgemeine Stromnetz einspeisen und so unternehmerisch tätig sind. Die Gewerbesteuerpflicht war für die IHK bindend und hatte die IHK-Mitgliedschaft zur Folge. Somit war bisher – auch ohne Gewerbeanmeldung – mit dem Betrieb einer Photovoltaikanlage die gesetzliche IHK-Mitgliedschaft verbunden. Das hat sich nun geändert.

Mit dem Jahressteuergesetz („Gesetz zur weiteren steuerlichen Förderung der Elektromobilität und zur Änderung weiterer steuerlicher Vorschriften“) hat der Gesetzgeber Photovoltaikanlagenbetreiber von der Gewerbesteuerpflicht – und damit auch von der IHK-Mitgliedschaft – befreit, sofern die installierte Leistung der Anlage nicht mehr als 10 Kilowatt beträgt und keine weiteren gewerblichen Tätigkeiten vorliegen. Mit der IHK-Mitgliedschaft entfallen sämtliche damit verbundenen Rechte und Pflichten. Das gilt rückwirkend seit 1. Januar 2019. Betreiber von Photovoltaikanlagen mit mehr als 10 Kilowatt Leistung bleiben dagegen IHK-Mitglieder und somit grundsätzlich beitragspflichtig. Eine Ausnahme besteht, wenn ein Einzelunternehmer oder eine nicht im Handelsregister eingetragene Personengesellschaft (BGB-Gesellschaft) einen nach dem Einkommensteuergesetz ermittelten Gewerbeertrag/Gewinn aus dem Gewerbebetrieb von 5.200 Euro pro Jahr nicht überschreitet. **ao**

 André Oliveira-Lenz ☎ 0761 3858-260  
✉ [andre.oliveira-lenz@freiburg.ihk.de](mailto:andre.oliveira-lenz@freiburg.ihk.de)



### ERFINDERBERATUNG

Die **IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg** bietet telefonische Erfinderberatungen am zweiten Dienstag im Monat von **14 bis 17.30 Uhr** an. Nächste Termine: **9. März** und **13. April**. Anmeldung: Geschäftsbereich Innovation, Technologie der IHK, Telefon 07721 922-181 (Rebecca Auber) oder Fax 07721 922-9181.

Die **IHK Südl. Oberrhein** bietet telefonische Erfinderberatungen in Freiburg und Lahr an. In Freiburg finden diese immer am ersten Donnerstag im Monat statt. Nächste Termine: **4. März** und **1. April**. In Lahr finden die Erfinderberatungen immer am dritten Donnerstag im Monat statt. Nächster Termin: **18. März**. Anmeldung: Petra Laumen, Telefon 0761 3858-262, [petra.laumen@freiburg.ihk.de](mailto:petra.laumen@freiburg.ihk.de)

Geschäftsklimaumfragen für USA und China

# Gute Aussichten



Ein weitgehend positives Bild vermitteln die aktuellen Umfragen der Auslandshandelskammern unter deutschen Unternehmen in den USA und in China. Diese Reports gelten als wichtiger Indikator für die wirtschaftliche Entwicklung.

**T**rotz der in den Vereinigten Staaten besonders starken Auswirkungen der Coronapandemie haben 90 Prozent der befragten, in den USA tätigen deutschen Unternehmen im vergangenen Jahr Gewinne erzielen können. In China, das insgesamt mit einem rund zweiprozentigen Wachstum das Jahr 2020 abgeschlossen hat, konnten sogar fast die Hälfte der deutschen Unternehmen ihre Gewinne steigern, und gut drei Viertel erwarten eine deutlich positivere Entwicklung in China als auf anderen Märkten.

Die optimistischen Erwartungen der deutschen Wirtschaft auf beiden Märkten zeigt sich auch an den Investitionsabsichten. „Die Wachstumserwartungen der deutschen Unternehmen in den USA bleiben beständig, auch wenn die Coronapandemie für eine leichte Bremsung sorgt“, sagt Peter Riehle, Chairman der Deutsch-Amerikanischen Handelskammern. Investitionen planen dennoch 82 Prozent der befragten Unternehmen – schließlich gebe jedes dritte befragte Unternehmen an, mit seinen US-Aktivitäten mehr als 20 Prozent des gesamten Konzernumsatzes zu erwirtschaften. Auch in China sind die Investitionsabsichten unter den deutschen Unternehmen vergleichbar hoch. Besonders in den Bereichen Digitalisierung und bei den innovativen Technologien erhofft man sich sehr gute

Geschäftschancen. Große Erwartungen hat die deutsche Wirtschaft daher an das Investitionsschutzabkommen, das die Europäische Union mit China ausverhandelt hat. Der Marktzugang sowie die Gleichbehandlung aller Marktteilnehmer in China sind dessen Schlüsselthemen.

Ein weiteres wichtiges handelspolitisches Thema: Chinas Tendenzen, sich von der EU und den USA zu „entkoppeln“ und eigene Wege zu gehen. Auf deutsche Unternehmen bewirkt das einen höheren Druck zur Lokalisierung bei Forschung und Entwicklung sowie bei der Beschaffung.

In den USA zeigen sich hingegen nach der Amtsübernahme von Joe Biden nun Hoffnungen, dass offene Märkte und der Abschluss von Handelsabkommen wieder einen höheren Stellenwert erhalten. Für 64 Prozent der Befragten sind dies die wichtigsten Handlungsfelder für weiteres Wachstum. An zweiter Stelle sehen die Unternehmen in den USA die Verfügbarkeit von Arbeitsvisa für Fachkräfte, da die personellen Herausforderungen am Markt die Dynamik zunehmend bremsen. Die Befragung zeigt deutlich, dass neben der Coronapandemie der Fachkräftemangel das meistgenannte Hindernis ist und fast jedes zweite deutsche Unternehmen in den USA beschäftigt.

In China sehen die Probleme derzeit anders aus, es sind vor allem die regulatorischen Herausforderungen, administrative und bürokratische Hürden zählen zu den größten Hindernissen: Zollvorschriften und -verfahren, das Einholen der erforderlichen Lizenzen, die Anforderungen des Cyber-Security Gesetzes, des Corporate Social Credit Systems oder auch Kapitaltransfers und grenzüberschreitende Zahlungen.

tö



Die vollständigen Reports kostenlos unter

<https://china.ahk.de/news/news-details/geschaeftsklima-umfrage-2020-2021>



[www.gaccny.com/medien/german-american-business-outlook-gabo](http://www.gaccny.com/medien/german-american-business-outlook-gabo)



Bild: OmRin - iStock

## Interaktive Karte „Wege aus der Krise“

# Konjunkturentwicklungen weltweit

**D**ie Frage nach dem Weg aus der Krise stellt sich gerade weltweit. Eine interaktive Weltkarte der deutschen Außenwirtschaftsagentur GTAI (Germany Trade and Invest) gibt einen Überblick über die konjunkturelle Entwicklung von rund 100 Ländern vor dem Hintergrund der Coronapandemie. Die Länder sind entsprechend einem Ampelsystem in drei Farben dargestellt, in welchem Rot größere Unsicherheiten und Grün einen Aufwärtstrend symbolisiert. Gelb steht für einen eingeschränkten Aufwärtstrend. Für die einzelnen Länder gibt es

Links zu deren Coronasonderseiten und zu einer Branchencheck-Seite samt Kurzbewertungen der wichtigsten Branchen. Darin fließen die aktuellen und absehbaren Entwicklungen des Bruttoinlandsproduktes, des heimischen Konsums, Investitionen, Importe, die Funktionsfähigkeit von Vertriebs- und Lieferketten sowie die Entwicklung der Nachfrage nach Branchen ein.

tö



Die Interaktive Weltkarte ist zu finden unter [www.gtai.de/gtai-de/wegeausderkrise](http://www.gtai.de/gtai-de/wegeausderkrise)



## Streifzug durch Bad Krozingsens Architektur

Historische Fachwerkhäuser, das Renaissance-Schloss, der Neugeschosser in der Bahnhofstraße aus dem Jahr 1961 sowie moderne Wohn- und Geschäftshäuser: Wie vielfältig die Architektur von Bad Krozingen ist, zeigt ein Bildband, den die Kur und Bäder GmbH der Gemeinde herausgegeben hat. Er ist genauso schön anzuschauen, wie schon der Bildband über die Bäume im Bad Krozinger Kurpark aus dem Jahr 2018. Erneut stehen die Bilder im Zentrum. Die stets kurzen, informativen und gut zu lesenden Texte ordnen die Gebäude architektonisch ein, geben einen Einblick in die Stadtentwicklung und machen Lust auf einen Streifzug durch die Stadt. **sum**

Kur und Bäder GmbH (Hg.) | Architektur Bad Krozingen  
Eigenverlag | 96 Seiten | 26 Euro

## Gutes Führen in Wirtschaft und Politik

Das Neue anstoßen oder ihm hinterherlaufen? Wie umgehen mit Veränderungen? Über Fehler reden oder lieber nicht? Themen wie diesen widmen sich der ehemalige Bundesinnen- und Verteidigungsminister Thomas de Maizière und Karl-Ludwig Kley, Aufsichtsratsvorsitzender von Eon, in „Die Kunst des guten Führens. Macht in Wirtschaft und Politik“, das im Februar im Freiburger Verlag Herder erschienen ist. Auch wenn ihre (ehemaligen) Führungspositionen nicht mit denen mittelständischer Unternehmer vergleichbar sind, können ihre Gedanken, Strategien und Leitsätze jeder Führungskraft helfen oder sie zumindest inspirieren. Außerdem geben de Maizière und Kley interessante Einblicke in ihr jeweiliges Wirken. **sum**

Thomas de Maizière/Karl-Ludwig Kley | Die Kunst guten Führens  
Verlag Herder | 240 Seiten | 25 Euro



## Einblicke in Joachim Glatthaars Wirken

„Mit Ideen und Mut zum Marktführer bei Fertiggellern“ – diese Zeile ist auf dem Cover von Joachim Glatthaars Autobiografie zu lesen. Sie bringt das Leben und Wirken des Schramberger Unternehmers auf den Punkt. In 40 Jahren macht er aus dem kleinen Baugeschäft, das er mit 27 Jahren in seinem Heimatort Seedorf (Landkreis Rottweil) gründete, ein europaweit führendes, innovatives Unternehmen, das jährlich mehr als 6.000 Projekte realisiert und rund 500 Mitarbeiter beschäftigt. Es ist ein persönliches Buch mit vielen Fotos aus Glatthaars Berufs- und Privatleben sowie mit Berichten von Begegnungen und von Auf und Abs – so, wie es für ein erfolgreiches Unternehmertum typisch ist. **mae**

Joachim Glatthaar | der Gipfelstürmer  
Verrai Verlag | 244 Seiten | 24,90 Euro



## Tipps zum Umgang mit Gewalt im Betrieb

Beschimpfungen oder Beleidigungen, Mobbing oder sogar sexuelle und andere körperliche Übergriffe – Gewalt am Arbeitsplatz kommt in verschiedenen Formen und in unterschiedlichem Ausmaß vor. Wie sie entsteht, was für Folgen sie hat und vor allem wie man sie verhindern und in Gewaltsituationen reagieren kann – all dies ist Thema des Fachbuchs „Umgang mit Gewalt am Arbeitsplatz“ des Freiburger Haufe-Verlags. Der Autor Holger Pressel will damit dazu beitragen, Gewalt am Arbeitsplatz zu reduzieren. Die wahren Beispiele, derer er sich bedient, sind erschreckend, die Tipps, die er gibt, hilfreich. **mae**

Holger Pressel | Umgang mit Gewalt am Arbeitsplatz  
Haufe | 220 Seiten | 39,95 Euro



Messen im Wandel

# Mehr digitale Formate

Wegen pandemiebedingter Absagen oder Verschiebungen wurden jüngst einzelne Fachmessen in digitaler Form durchgeführt. Bislang hatten die Messengesellschaften dies eher als Konkurrenz zu den üblichen Präsenzmessen gesehen.

**D**en bisherigen Ausstellern sollten virtuell weiterhin Präsentationsplattformen für ihre Produktneuheiten und Angebote geboten werden. Entsprechend stand die Teilnahme an den digitalen Formaten in der Regel nur den Ausstellern an den früheren Präsenzmessen offen. Diese konnten sich über benutzerfreundlich strukturierte Showrooms präsentieren. Das interessierte Fachpublikum erreichten sie über thematisch fokussierte Suchmaschinen. Neben dem Informationsbedarf ging es um persönliche Terminabsprachen für Webcasts. Sonderpräsentationen, Fachvorträge, Konferenzen und Seminare wurden beispielsweise per Livestream oder als interaktive Chats länderübergreifend online veranstaltet. In der regionalen Messeszene zeigten sich jedoch unterschiedliche Zielrichtungen der digitalen Formate. So ersetzen virtuelle Eventplattformen die abgesagten internationalen Präsenzmessen „IT-Trans“ (Intelligente Lösungen im Öffentlichen Personenverkehr) Anfang Dezember vergangenen Jahres in Karlsruhe sowie die „Internationale Kulturbörse IKF“ (Bühnenproduktionen, Musik und Events) Ende Januar in Freiburg – stets verbunden mit der Hoffnung auf eine Präsenzmesse beim nächsten Mal. Wie erwartet fielen die Onlineaussteller- und -besucherzahlen geringer als auf den vorherigen Präsenzmessen aus. 250 virtuelle Aussteller und 1.750 zugeschaltete Besucher aus 60 Ländern auf der IT-Trans und 220 Aussteller sowie 500 Fachbesucher auf der IKF.digital wurden dennoch als Erfolg gewertet. Als ganzjähriges virtuelles Instrument wurde die „Fakuma Virtuell“ anstelle der ursprünglich im Oktober vergangenen Jahres geplanten Präsenzmesse für



Bild: Krommer

Kunststoffverarbeitung in Friedrichshafen eingerichtet. Darüber soll neuen fachlichen Entwicklungen bis zum vorgesehenen nächsten Präsenzmessetermin im Oktober 2021 – dieser bleibt das Branchenhighlight – Raum gegeben werden. Die Internationale Kunstmesse „Art Basel“ in Basel, Miami Beach und Hong Kong wird über das ganze Jahr durch jeweils zeitlich begrenzte Online Viewing Rooms (OVR) mit bestimmten Kunstthemen digital ergänzt. Und schließlich versteht sich die aus der traditionellen Uhren- und Schmuckmesse Baselworld hervorgegangene „HourUniverse“ als eine grundsätzlich hybride Veranstaltungsform, die laut Presseinformation die Grenzen zwischen der digitalen und physischen Welt aufhebt. Sie wird gerade eingerichtet und besteht aus einer ganzjährigen digitalen Networking-, Business-, Informations- und Contentplattform sowie einem im Sommer geplanten Fünf-Tage-Festival als physischem Treffpunkt der Branche mit breitem Ausstellungs-, Rahmen- und Erlebnisprogramm. **epm**

Vor dem Laptop statt wie sonst in den Messehallen konnten Interessierte die diesjährige Internationale Kulturbörse Freiburg erleben.

## Auswirkungen der Coronapandemie

# Weitere Messeabsagen und -verschiebungen

**D**ie Coronapandemie hat weitere Auswirkungen auf die Messebranche. So waren bei Redaktionschluss bereits zwei Drittel der im WiS-Messejahreskalender für den März aufgeführten 18 geplanten

Messeterminen abgesagt oder verschoben worden. Im April sind es derzeit über die Hälfte von insgesamt 13. Genauere Auskunft geben die im Jahreskalender jeweils angegebenen Messe-Webseiten. **epm**

## EXISTENZGRÜNDUNGS- UND NACHFOLGEBÖRSE

Nachfolger gesucht. Das Unternehmen ist Innovationstreiber im Bereich Energiesysteme für Gebäude. Im Mittelpunkt der Tätigkeit steht die Entwicklung und Herstellung von Pufferspeichern und Zubehörteilen dieser Technik. Spezialisten beraten bei der Konzeptionierung und Realisierung kompletter Heizungsanlagen. Kunden sind private Bauherren, Firmenkunden, Behörden, kommunale und öffentliche Auftraggeber. Die Nachfolgeregelung könnte Übernahme, Beteiligung oder Erfolgsbeteiligung sein. Besonders interessant für Heizungsbaumeister oder Techniker.

**FR-EX-A-05/21**

Escape Room Location in Freiburg günstig zu verkaufen. Exklusives und authentisches Design der Räume, bis ins Detail durchdachte Abenteuer und der Einsatz modernster Technologien zeichnen uns aus. Alle Escape Rooms, Software sind eigenentwickelt, und deshalb fallen auch keine Lizenzgebühren an. Unsere Location gehört zu den Top 3 in der Stadt. Ideal für Selbstständige oder die es werden wollen, die ihre Zeit selbst einteilen möchten und jedoch nicht auf ein sehr gutes Gehalt/Dividende verzichten möchten. Verkauft wird die gesamte Location inklusive aller Installationen, Steuerungssoftware, Webapplikationen, Prozessbeschreibungen, Markennutzungsrechte et cetera.

**FR-EX-A-06/21**

Eisdiele zwischen Emmendingen und Basel zur Übernahme gesucht.

**FR-EX-N-01/21**

Wir bieten unser angesehenes und profitables Modegeschäft im ländlichen Umfeld des Landkreises Konstanz altershalber zur Übernahme an. Die eingeführten Modelabels sind trendig und im mittleren Preissegment. Verkaufsfläche circa 200 Quadratmeter, Kundenparkplätze sind vorhanden. Die Geschäftsausstattung ist aktuell. Für die Übergangszeit wäre eine Anstellung in Voll- oder Teilzeit bis zur Übernahme möglich.

**KN-EX-A-629/21**

Kompetenter Fachbetrieb der verschiedensten Sparten des Ausbauhandwerks (Schwerpunkte: Glas, Küchen, Bad, Möbel und Elektroinstallationen) sucht Nachfolger/in. Es bestehen circa 500 langfristige Kundenbeziehungen, die über die nächsten Jahre weiterhin bedient werden sollen. Zwei kaufmännische Angestellte (Teilzeit) kümmern sich um Disposition, Faktura, Buchhaltung. Akquise, Angebotserstellung und Baustellenüberwachung ist der Aufgabenbereich des Eigentümers.

**KN-EX-A-628/21**

Es ist Zeit für Veränderung und eine neue Herausforderung! Berufliche Zielsetzung: Geschäftsführender Gesellschafter. Alter: 56 Jahre. Abgeschlossenes BWL-Studium, Ausbildung zum IHK-Kaufmann. Verbandstätigkeit/erfahrung: Bundesverband. Besondere Stärken: Aufbau und Reorganisation von Firmen/Organisationen (Changemanagement), Integration digitaler Themen, digitale Transformation (Digitalkampagnenmanagement, Digitalstrategie), Neukundenakquisition in diversen Marktsegmenten (Automotiv, Gesundheit, Dienstleistung, Vereine, Handel et cetera), Bestandskundenbindung im Direktgeschäft und Massenmarkt (Abo-Modelle), Coaching, Teambuilding inklusive Personalentwicklung. Erfolge/Erfolgsprojekte: Geräuschlose Durchführung eines Integrationsprojektes (Zusammenlegung und Reorganisation von drei Gesellschaften) parallel zum Tagesgeschäft, neue/zusätzliche Kooperationen mit deutlichen Kosteneffekten akquiriert und erfolgreich integriert; bestehende Kooperationen mit hohem Risikopotenzial gesichert, konzeptionelle Entwicklung einer Digitalabo-Strategie inklusive erfolgreicher Einführung. „Top10 Nationaler Marktführer“: Herstellen einer neuen beziehungsweise nachhaltigen Kommunikations- und Vertrauensbasis innerhalb der Restrukturierungsphase, planmäßige SAP-Einführung (MAM, SD). Übergabe: Schrittweise Übertragung des Unternehmens; MBI, Buy-in-Management-Buy-out. Eintrittsmöglichkeit: innerhalb von drei bis sechs Monate. Regionen: Freiburg, Konstanz, VS-Villingen, Tübingen/Reutlingen.

**VS-EX-N-09/20**

Das gut eingeführte mittelständische Unternehmen mit Sitz in der Region Schwarzwald-Baar-Heuberg besteht seit mehr als 25 Jahren und ist auf die Herstellung von Sonder-CNC-Dreh- und Frästeilen in Klein- und Mittelserien spezialisiert. Geschäftsbeziehungen bestehen auch zur Medizintechnik. Es handelt sich um ein kleineres Unternehmen ohne Geltung des Kündigungsschutzgesetzes. Zum Betriebsvermögen gehören eine ansprechende eigene Betriebsstätte und ein umfangreicher Maschinenpark. Der Kundenstamm ist über die Jahre gewachsen. Ein Nachfolger kann sich – soweit gewünscht – auf eine Begleitung durch die bisherigen Betriebsinhaber verlassen.

**VS-EX-A-01/21**

Mitgründer/in für Teefachgeschäft gesucht! Für die Erweiterung meines Geschäfts suche ich eine motivierte Mitgründerin/einen motivierten Mitgründer, die/der Lust hat und neue Ideen mitbringt, um ein bereits sehr gut etabliertes Geschäft auf die nächste Ebene zu heben. Es geht

## SO GEHT'S

Bei der Suche nach einem Nachfolger, einem zu übernehmenden Betrieb, einem Kooperationspartner, Geldgeber oder Handelsvertreter kann ein Eintrag in den Börsen helfen. Diese Kleinanzeigen sind ein Service der drei Industrie- und Handelskammern im Südwesten. Angebote und Gesuche werden einmalig kostenfrei mit Chiffrenummer veröffentlicht. Inserenten wenden sich an:

### IHK Südlicher Oberrhein

Nicole Kintzinger

☎ 0761 3858-145,

✉ nicole.kintzinger@freiburg.ihk.de

### IHK Hochrhein-Bodensee

Birgitt Richter

☎ 07531 2860-139,

✉ birgitt.richter@konstanz.ihk.de

### IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg

Marlene Roming

☎ 07721 922-348,

✉ roming@vs.ihk.de

Die IHK-Ansprechpartner nehmen auch Zuschriften zu den Inseraten entgegen. Welche IHK zuständig ist, zeigen die ersten beiden Buchstaben der Chiffrenummer: **FR** steht für die IHK Südlicher Oberrhein, **KN** für die IHK Hochrhein-Bodensee und **VS** für die IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg. Die Zuschriften werden kostenfrei an die Inserenten weitergeleitet.

Redaktionsschluss für Veröffentlichungen in der April-Ausgabe ist der 8. März.



**Bundesweite**

**Existenzgründungsbörse:**

[www.nexxt-change.org](http://www.nexxt-change.org)

**Recyclingbörse:**

[www.ihk-recyclingboerse.de](http://www.ihk-recyclingboerse.de)

„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 Ermet, Dr. Susanne Maerz  
Redaktionsassistent: Andrea Keller

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:** sorbetto

**Verlag und Anzeigen:**  
Prüfer Medienmarketing  
Endriß & Rosenberger GmbH  
Ooser Bahnhofsstr. 16, 76532 Baden-Baden  
Verlags-/Anzeigenleitung: Achim Hartkopf  
Anzeigendisposition: Andrea Albecker  
Telefon 07221 211912,  
albecker.andrea@pruefer.com  
www.pruefer.com  
Zurzeit gilt die Anzeigenpreisliste  
Nr. 39 gültig ab Januar 2021.

**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, 78467 Konstanz  
Telefon 07531 2860-0 und Gottschalkweg 1,  
79650 Schopfheim, Telefon 07622 3907-0,  
info@konstanz.ihk.de, www.konstanz.ihk.de  
Pressesprecherin:  
Heike Wagner, Telefon 07531 2860-190

**IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg**  
Romäusring 4, 78050 VS-Villingen  
Telefon 07721 922-0, info@vs.ihk.de,  
www.ihk-sbh.de  
Pressesprecher:  
Christian Beck, Telefon 07721 922-174

**IHK Südllicher Oberrhein**  
Schnewlinstraße 11 bis 13, 79098 Freiburg  
Telefon 0761 3858-0 und Lotzbeckstraße 31,  
77933 Lahr, Telefon 07821 2703-0,  
info@freiburg.ihk.de  
www.suedlicher-oberrhein.ihk.de  
Pressesprecherin:  
Natalie Butz, Telefon 0761 3858-113

**Erscheinungsweise:**  
Diese Druckversion der Wirtschaft  
im Südwesten erscheint am 1. März.  
Die elektronische Version ist unter  
www.wirtschaft-im-suedwesten.de verfügbar.

**Bezug und Abonnement:**  
Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im  
Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht  
als Mitglied der IHK. „Wirtschaft im Südwesten“  
kann zudem für 19,80 Euro/Jahr beim  
Verlag abonniert werden.

vor allem um die Kundenberatung, die Auswahl neuer Teesorten, die Pflege des Onlineshops und der sozialen Medien. Außerdem suche ich Unterstützung bei der Vorbereitung von saisonalen Aktionen. Auch das Thema Nachhaltigkeit steht immer mehr im Fokus, daher brauche ich eine Partnerin/einen Partner, die/der mit mir neue Projekte in die Tat umsetzt.

**VS-EX-A-02/21**

Als strategischer Investor (promovierter Mediziner und Informatiker mit 25 Jahren internationaler Erfahrung in den Bereichen Medizin, Health Information Systems sowie der Planung und Begleitung von Kliniken) suche ich zum nachhaltigen Ausbau des Kerngeschäftes zeitnah ein produzierendes Medizintechnikunternehmen im Raum Tuttlingen, Singen, Konstanz zur Übernahme oder Beteiligung. Gewünschte Unternehmensgröße 25-250 Mitarbeiter. Die Art der Finanzierung ist variabel und soll gemeinsam mit dem bisherigen Unternehmensinhaber abgestimmt werden.

**VS-EX-N-01/21**

Übernahme Interesse an kleiner mechanischen Fertigung – CNC-Bearbeitung! Wir sind eine kleine mittelständische Firma mit einer Zweigniederlassung in Villingen-Schwenningen, in der wir derzeit die Produktion von vornehmlich Edelstahlteilen erweitern wollen. Produziert werden von uns Einzelanfertigungen und Kleinserien von Komponenten, welche hauptsächlich in der Forschung und Entwicklung eingesetzt werden. Hinzu kommen Montagetätigkeiten in der Produktion, Schweißen und Prüfaufgaben. Interesse haben wir an der Übernahme eines Betriebes mit 1-3 Mitarbeitern und einer Betriebsausstattung, die nach Möglichkeit eine CNC-Drehbearbeitung und/oder CNC 5-Achs-Fräsbearbeitung erlaubt. Ein(e) Mitarbeiter(in) sollte die Leitung der Fertigung übernehmen können. Wir sind offen für Ihre Ideen dazu, eine Kontaktaufnahme würde mich freuen.

**VS-EX-N-02/21**

## HANDELSVERTRETERBÖRSE

Wir sind seit über 50 Jahren ein innovativer Hersteller von kundenindividuellen Industrieschildern. Bei der Herstellung nutzen wir die unterschiedlichsten Fertigungsverfahren und Veredelungstechniken (Digitaldruck, Siebdruck, Tampondruck, stanzen, lasern, gravieren oder fräsen), um mit unseren Kunden immer die richtige Lösung zu erarbeiten. Für den süddeutschen Raum suchen wir engagierte Handelsvertreter, die bei ihren bestehenden Kunden das Portfolio

und somit ihre Kompetenz erweitern möchten. Unsere Produkte sind die ideale Ergänzung für viele Bereiche: Maschinen/Anlagenbau, Elektrotechnik, Kunststofftechnik, Fahrzeugtechnik, Haustechnik oder jegliche Kennzeichnungstechnik mit Einzelnummerierung/Skalierung.

**KN-HV 557/21**

## BETEILIGUNGSBÖRSE/ RISIKOKAPITAL

Entwickler und Hersteller einer innovativen, hochwertigen und seit zehn Jahren erfolgreich getesteten Haarpflegeproduktlinie mit Apothekenlistung für Deutschland, Österreich und Schweiz sucht im Zuge des weiteren Wachstums Anteilskäufer bis 49 Prozent. Das Ziel ist, gemeinsam mit der heutigen Inhaberin die Haarpflegeprodukte auf dem Markt Schweiz, Deutschland und Österreich mit einem TV-Spot erfolgreich zu positionieren. Zur Realisierung dieses vollständig vorbereiteten Projekts (inklusive erforderlichem Produktlager) ist eine Investition von 200.000 Euro erforderlich. Die Struktur der Partnerschaft würde sich wie folgt gestalten, Inhaberin: Erfinderin - Rezepturen; Kalkulation, Produktion, Werbung. Partner: Startkapital - Buchhaltung; Kalkulation, Produktion, Werbung. Mit der entsprechenden finanziellen Beteiligung bietet sich dem potenziellen Gesellschafter die Möglichkeit des Anteilserwerbs (49 Prozent) an der Firma in Deutschland, inklusive der gesicherten Rezeptur, etablierter Fertigungsprozesse sowie vorhandener Vermarktungskanäle (Apothekenlistung). Der aus dem geplanten Projekt kalkulierte Gewinn erlaubt im nächsten Schritt den sukzessiven Ausbau der Produktion. Geplant ist die Gründung einer OHG oder AG in Deutschland. Gesellschafter, wären die Inhaberin/Produkt-Erfinderin und der neue Interessent. Dargelegte Beteiligungsoption richtet sich insbesondere an Interessenten, die bereits eine eigene Unternehmung mit entsprechender Erfahrung und Infrastruktur führen. Die Firmenanschrift würde im Handelsregister Deutschland neu eingetragen. Die Schweizer Adresse wird als Office Switzerland von der heutigen Inhaberin weitergeführt. Der Vertrieb an die Apotheken Schweiz, Deutschland und Österreich würden zukünftig über die neu zu gründende Firma in Deutschland abgewickelt. Die Geschäftsführung wird gleichberechtigt ausgeführt, eine familiäre Nachfolgeregelung durch den neuen Interessenten wäre perspektivisch wünschenswert. Die von der heutigen Inhaberin selbst entwickelten innovativen Haarpflegeprodukte auf ausgewählter Kräuterbasis haben bereits einige Auszeichnungen erhalten.

**KN-B-258/21**

## Der Eames Aluminium Chair von Vitra

## Klassiker im Büro

In unserer Rubrik „Aus dem Südwesten“ stellen wir Produkte vor, die viele kennen, von denen aber wenige wissen, dass sie in der Region hergestellt werden. Diesmal: der Eames Aluminium Chair von Vitra aus Weil am Rhein.

## Beliebt in Büros

Stühle der „Eames Aluminium Group“ finden sich in vielen Büros und Konferenzräumen weltweit – mal mit Rollen, mal ohne, mit kurzer oder längerer Lehne, mit Leder bespannt oder mit Stoff, häufig in schwarz, aber auch in rot, blau, gelb oder grün. Entworfen hat ihn das US-amerikanische Designerehepaar Charles und Ray Eames im Jahr 1958 für das Privathaus eines Kunstsammlers im US-amerikanischen Columbus (Indiana). Vitra ist das einzige legitimierte Unternehmen, das die Stühle der Eames für Europa und den Mittleren Osten herstellt und vertreibt. Produziert werden sie in Weil am Rhein. Dass es dazu kam, liegt an einer Begegnung des Vitra-Gründers Willi Fehlbaum mit den Designern auf einer USA-Reise in den 1950er-Jahren. Sie war nicht nur der Beginn einer beruflichen Partnerschaft, sondern auch einer langen Freundschaft.

## Viele Klassiker

Vitra ist ein Schweizer Familienunternehmen, das Willi Fehlbaum in den 1930er-Jahren in Basel als Ladenbaubetrieb gründete. Auf einer USA-Reise im Jahr 1953 entdeckte er die Stühle von Charles und Ray Eames und beschloss, Möbelhersteller zu werden. Wenig später lernte er das Ehepaar persönlich kennen. Zusammen mit ihm sowie dem US-amerikanischen Designer George Nelson und deren jeweiligen Nachkommen sind seit Mitte der 1950er-Jahre viele Möbelklassiker und weitere Einrichtungsgegenstände entstanden – sowohl für Büro-, als auch für Privaträume. Die Vitra-Holding (Vitra International AG) hat ihren Sitz in Birsfelden. Aushängeschild des Unternehmens ist der Vitra Campus in Weil am Rhein, der neben Produktions- und weiteren Firmenräumen auch das Vitra Design Museum und das „VitraHaus“, in dem aktuelle Produkte präsentiert werden, umfasst. So offen zugänglich – in normalen Zeiten – der Campus, so verschlossen ist das Unternehmen, wenn es um Zahlen jeglicher Art geht. Vitra kommuniziert weder die Zahl der Mitarbeiter und der produzierten Objekte noch den Umsatz. **mae**

## Besondere Konstruktion

Charles und Ray Eames wollten mit ihrem „Aluminium Chair“ Eleganz und Komfort verbinden. Dafür gingen sie bei der Konstruktion des Stuhls neue Wege: Gestell und Sitzschale werden nicht, wie es sonst bei Stühlen meist der Fall ist, einzeln produziert und anschließend montiert. Beim Eames Aluminium Chair wird zuerst das Aluminiumgestell produziert. Dann wird darauf eine Stoff- oder Lederbahn „straff, aber federnd zwischen zwei Seitenteile aus Aluminium gespannt“, wie es das Unternehmen beschreibt. Der Stuhl passe sich so dem Körper an und biete hohen Komfort, auch ohne aufwendige Polsterung. Die Einzelteile kauft Vitra bei verschiedenen Unternehmen ein. Auf dem Campus in Weil am Rhein werden sie schließlich von den Vitra-Mitarbeitern montiert.

