

WIRTSCHAFT

IM SÜDWESTEN

MAI 2022
erscheint am 29.04.2022

Mit den
Gewinnern des
aktuellen Jobmotor-
Wettbewerbs
Seite 6

Mitarbeiter

Das neue Gold

Unternehmenspodcasts

Was Gutes auf die Ohren

Gelebte Nachhaltigkeit

Blühwiesen hinterm Firmentor

Monika Studinger

Netzwerkerin für gute Ideen

IHK

Zeitschrift der
Industrie- und Handelskammern
Hochrhein-Bodensee
Schwarzwald-Baar-Heuberg
Südlicher Oberrhein

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Als Journalistin habe ich schon einige Jahre auf dem Buckel. Daher erinnere ich mich noch gut an Zeiten und Beiträge, in denen es darum ging, wie Personalabteilungen die krasse Bewerberflut am besten managen und mit welchen Assessment-Centern man die vielversprechendsten Kandidaten herausfiltert. Inzwischen müssen sich viele Unternehmen schon ziemlich krumm legen, um bei der Stellenbesetzung überhaupt eine Auswahl zu haben. Nachwuchs ist ein knappes Gut, Arbeitnehmer waren noch nie wertvoller. Das neue Gold eben. Und so sind Führung

kräfte heute gut beraten, genau hinzuhören, was von Mitarbeitern gewertschätzt wird. Damit die Menschen kommen und bleiben. In unserer Titelgeschichte stellen wir Ihnen sieben Unternehmen aus der Region vor, die da im vergangenen Jahr offensichtlich einiges richtig gemacht haben – und dafür jüngst mit dem „Jobmotor 2021“ ausgezeichnet wurden. Über ihre Strategien der Mitarbeitergewinnung lesen Sie ab Seite 6.

Apropos richtig machen: Dieser Tage hat der Weltklimarat seinen jüngsten Bericht veröffentlicht, mit der dringenden Botschaft, dass die nächsten Jahre entscheidend sind

für die Zukunft der Menschheit. Wenn wir uns wirklich alle ins Zeug legen, lässt sich die Klimaerwärmung wohl noch bei 1,5 Grad Plus einfangen. Einen möglichen – wenn auch eher kleinen – Beitrag fürs Weltklima stellen wir ab Seite 48 vor: das Firmengelände naturnah gestalten, etwa mit Blühwiesen. Das beschert heimischen Insekten wieder Unterschlupf und Nahrung und tut was für die Artenvielfalt in der Region. Wir haben mit Unternehmen gesprochen, die die Aufsitzrasenmäher schon in der Garage und die Natur sich entfalten lassen. Ein bisschen Arbeit ist auch das, aber blühende Landschaften sind beileibe keine Wissenschaft. Und unterm Strich gefällt's nicht nur der Natur, sondern auch den Mitarbeitern.

Mein Team und ich wünschen viel Spaß beim Lesen.

Ihre



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

Bild: Florian Forsbach



Ulrike Heitze

Leitende Redakteurin

INHALT

MAI

4 PANORAMA

6 > TITEL

Das neue Gold
Mitarbeiter finden und binden

12 LEUTE

13 Personalien:
Sebastian Müller/Tobias Merz
Simon Ickert
Manuel Winterhalter-Stocker
Andreas Graf/Klaus Staub
Markus Wintz
Jutta Ulrich
Wolfgang Brucker

> 14 **Kopf des Monats:**
Monika Studinger

17 REGIO REPORT

Neues aus dem IHK-Bezirk

36 GRÜNDER

36 Trium Novem
37 Sukothai Coaching, Cucap

38 UNTERNEHMEN

38 Heinzmann/IFT, Freudenberg,
EGT Energy Solutions/Energie
und Plan, Koehler
39 Kesselring, Kreisspk. Rottweil
40 Wienen IT Business Solutions,
Ligotrend, HRworks, Badenova,
Ystral
41 Ketterer, KLS Martin, Kronen

> Themen der Titelseite



68

Aus dem Südwesten

Gut gewürzt

In Raiffeisen-, Hof- und Bauernläden, aber auch im Einzelhandel können die Suppen, Saucen und Würzmittel der Firma Asal aus Todtnau-Brandenberg gekauft werden. Bestseller ist die Bio-Gemüsebrühe.

Bild: Adobe Stock, Studio Romantic



14

Kopf des Monats

Monika Studinger

Monika Studinger liebt das Leben auf dem Land. Und sie treibt gerne Dinge voran. Gute Voraussetzungen für ihr jüngstes Projekt. Mit „New Work uffm Land“ wollen sie und ihr Mitstreiter, Tobias Ilg, helfen, den ländlichen Raum als Arbeitsplatz auch für Großstädter attraktiv zu machen.

REGIO
REPORT

Neues aus
dem IHK-Bezirk

17



TITELTHEMA: Mitarbeiter

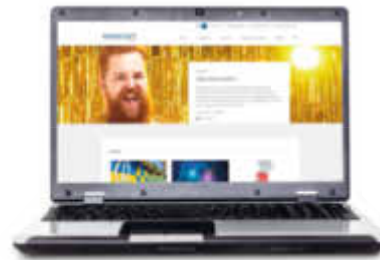
Das neue Gold

Der Einfallsreichtum der Unternehmen kennt kaum Grenzen, wenn es darum geht, Mitarbeiter zu finden und zu binden. Worauf es dabei aktuell ankommt und welche Wege zum Beispiel die diesjährigen „Jobmotor“-Gewinner einschlagen.

Kreative Gastronomie

Gegessen wird um sieben

Es wird gegessen, was auf den Tisch kommt. Und der Tisch steht selten in einem klassischen Restaurant. Drei junge Gastronomen betreten Neuland – und die Gäste lieben es.



WIS IM NETZ

Ausgewählte Inhalte und das komplette E-Magazin unter: wirtschaft-im-suedwesten.de

- 42 PWO, Jacob Messtechnik, Commerzbank
- 43 It's running, Aesculap
- 44 Volksbank Rhein-Wehra, Volksbank Konstanz, Volksbank – Die Gestalterbank
- 44 Endress+Hauser, Sparkasse Offenburg/Ortenau

46 THEMEN & TRENDS

- 46 Gastronomie anders gedacht: die Hawaras in Freiburg
- 48 Unternehmensgrundstücke: Blühwiesen statt englischer Rasen

50 PRAXISWISSEN

- 50 Unternehmenspodcasts
- 52 Digitalisierungspflichten, Innovationswettbewerb
- 53 Veranstaltungsreihe zum Klimaschutz, Ausschreibungen und Wettbewerbe
- 53 Steuern: Arbeitskleidung

68 DIE LETZTE SEITE

Aus dem Südwesten:
Suppen, Saucen und Würzmittel von Asal aus Todtnau-Brandenberg

STANDARDS

- 16 Literatur
- 55 Börsen, Impressum

■ BEILAGENHINWEIS

Den Regionalausgaben Konstanz und Schwarzwald-Baar-Heuberg sind Prospekte der Regatix Betriebseinrichtungen GmbH in Ilsfeld beigelegt. Den Regionalausgaben Lahr und Schwarzwald-Baar-Heuberg liegt ein Flyer der n plus sport GmbH in Saarbrücken bei.

Vom Süden in den Norden

Schwarzwaldidyll im Miniformat

Große Freude zum 225. Geburtstag des Bollenhuts: Die Ferienregion Schwarzwald ist in eine der beliebtesten Sehenswürdigkeiten Deutschlands eingezogen – in das Hamburger „Miniatur Wunderland“. Zwei etwa zwei Zentimeter kleine Bollen-

hut-Trachtenpärchen tummeln sich jeweils vor einem traditionellen Schwarzwaldhaus und einem Kuckucksuhrenhaus und vertreten die Region so seit März in der laut der Schwarzwald Tourismus GmbH „größten Modelleisenbahnanlage der Welt.“ ks



Klein aber fein: Bollenhut-Trachtenpärchen...



Bilder: Miniatur Wunderland Hamburg

...bringen Schwarzwald-Flair nach Hamburg.

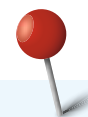


Mehr über das Hamburger „Miniatur Wunderland“ unter www.miniatur-wunderland.de
Infos rund um den traditionellen Schwarzwälder Kopfschmuck unter www.225-jahre-bollenhut.de

Jetzt bewerben als „Ausbildungs-Ass“ Für innovative Ausbilder

Unternehmen, die ihrem Nachwuchs beim Start in die Arbeitswelt einfallreich unter die Arme greifen, können sich bis zum **30. Juni** für den Förderpreis „Ausbildungs-Ass“ bewerben. Angesprochen sind Betriebe, die ihre Ausbildung kreativ gestalten, Azubis auf besondere Weise unterstützen und auch jungen Erwachsenen mit Förderbedarf eine Perspektive bieten. Neben allgemeinen Informationen interessiert in der Onlinebewerbung auch: Wie vermittelt die Firma soziale Kompetenzen? Wie hilft sie bei privaten oder beruflichen Konflikten? Und wie leitet sie die Jugendlichen an, eigenständig zu arbeiten? Für die Bewerbung muss das Ausbildungskonzept kurz skizziert werden und ein einminütiges Video sollte die Frage beantworten: „Warum ist Ihr Betrieb ein „Ausbildungs-Ass“? Der Preis wird in drei Kategorien verliehen: „Unternehmen aus Industrie, Handel oder Dienstleistung“, „Unternehmen des Handwerks“ und „außer-, überbetriebliche oder schulische Ausbildungsinitiativen (keine Innungen)“. Zu gewinnen gibt es für die drei Erstplatzierten jeder Kategorie zwischen 1.000 und 2.500 Euro, zudem gibt es je einen Sonderpreis von 500 Euro. Vergeben wird das „Ausbildungs-Ass“ von den Wirtschaftsjunioren Deutschland, den Junioren des Handwerks, der Inter Versicherungsgruppe und dem „Handwerk Magazin“. ks

Weitere Informationen unter www.ausbildungsass.de



Zahl des Monats

74,6 Prozent

der Mitarbeiter, die bereits schon mal ortsunabhängig arbeiten konnten, zieht es nicht zurück ins Büro. Sie wollen ihre Aufgaben auch über die Coronapandemie hinaus digital vom Homeoffice aus oder von unterwegs erledigen. Das ermittelte das Marktforschungsinstitut Civey für Eco, den Verband der Internetwirtschaft, in einer repräsentativen Umfrage. Danach haben sich für etwa jeden Zweiten (50,9 Prozent) Videokonferenzen zum Austausch bewährt und bleiben das Mittel der Wahl. Arbeitgeber sind daher wohl gut beraten, in IT-Ausstattung und Cybersicherheitsschulungen für ihre Mitarbeiter zu investieren. ks



www.eco.de
Q Presse – Digital arbeiten



Russland-Ukraine-Krieg

Hilfen fürs Ankommen


Immer mehr Geflüchtete finden ihren Weg nach Deutschland und können Unterstützung beim Einleben gut gebrauchen. Nachfolgend einige hilfreiche Angebote für die Menschen und auch für Unternehmen, die sich engagieren möchten.

DIHK-Service

Mitarbeiter integrieren

Wie können Unternehmen vom Krieg in der Ukraine betroffenen Menschen helfen? Unter welchen Voraussetzungen dürfen Geflüchtete hierzulande arbeiten? Was gilt es dabei zu beachten? Antworten auf Fragen dieser Art und umfangreiche Informationen zur Eingliederung Geflüchteter allgemein bietet das Netzwerk „Unternehmen integrieren Flüchtlinge“. Träger der vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie geförderten Initiative ist die DIHK Service GmbH. Für Nichtmitglieder stehen viele Infoangebote bereit, Mitglieder des kostenlosen Netzwerkes profitieren von weiteren Beratungs- und Weiterbildungstools und der Möglichkeit des Erfahrungsaustauschs mit anderen Unternehmen.



www.unternehmen-integrieren-fluechtlinge.de  FAQ – Aktuelle Informationen zur Ukraine

Offene Stellen melden Jobs anbieten

„Job Aid Ukrainian Refugees“ heißt die kostenlose digitale Stellenbörse des Netzwerks „Händler helfen Händlern“ – und deren Name ist Programm: Unternehmen aller Branchen, die Fachkräfte aus der Ukraine beschäftigen möchten, können nach einer Registrierung ihre Stellenanzeigen auf dem englisch- und ukrainischsprachigen Portal hochladen. Wichtig: Damit die potenziellen Mitarbeiter die Inhalte verstehen können, müssen die Texte in Englisch oder Ukrainisch verfasst sein, nicht in Deutsch.

 www.jobaidukraine.com

Der Wirtschaftsverband Industrieller Unternehmen Baden (WVIB) arbeitet zusammen mit den Arbeitsagenturen aktuell ebenfalls an einem Jobmatchingangebot, explizit für Industrie-Jobs. Die Arbeitsagenturen übernehmen die Vermittlung.

Zur besseren Verständigung

Kostenlose Sprachkurse

Vom ersten Treffen über Verabredungen am Telefon bis zum Besuch im Supermarkt: Die Freiburger Jicki GmbH hat kostenlose Onlinesprachkurse Deutsch-Ukrainisch und Ukrainisch-Deutsch entwickelt, um die gegenseitige Verständigung und das Eingewöhnen der Geflüchteten zu erleichtern. Die Audiokurse funktionieren nach dem Jicki-Sprachduschenkonzept, bei dem Vokabeln und Sätze in Hörbuchepisoden rund um Alltagssituationen vermittelt werden.

 www.jicki.de/deutsch-ukrainisch

Sprachkenntnisse und Einblicke in den deutschen Alltag möchte auch die Papagei – Digital Learning Solutions GmbH aus Hannover vermitteln. Die Gratiskurse stehen in den Sprachniveaus A1 bis B2 bereit. Ein Angebot in ukrainischer Sprache gibt es zwar nicht, man hofft, mit Kursen für Englisch-Deutsch, Russisch-Deutsch, Ungarisch-Deutsch und Rumänisch-Deutsch hilfreich zu sein. Im Angebot sind auch branchenspezifische Sprachkurse speziell für Gastronomie und Medizin.

 de.papagei.com/ukraine





Angebote Ihrer IHKs Regionaler Einsatz

Egal, ob ein Unternehmen Hilfe anbieten will und Mitstreiter sucht oder ob es selbst Unterstützung benötigt, die drei IHKs im Südwesten halten dafür verschiedenste Infoformate und Ansprechpartner bereit:





IHK Hochrhein-Bodensee:

Infos über die zentrale Webseite  www.konstanz.ihk.de/servicemarken/ukraine. Telefonische Hilfe über die Krisenhotline  07622 3907-444 /  07531 2860-444 oder  krise@konstanz.ihk.de
Direkter Kontakt: Uwe Böhm  07622 3907-218  uwe.boehm@konstanz.ihk.de

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg:

Infos, Newsletter, Webinare zum Thema unter  www.schwarzwald-baar-heuberg.ihk.de/unternehmer/international/krise-russland-ukraine. Telefonische Hilfe über die Krisenhotline  07721 922-123
Direkter Kontakt für Unternehmen: Jörg Hermle  07721 922-123  hermle@vs.ihk.de

IHK Südlicher Oberrhein:

Informationen sowie eine umfangreiche Liste relevanter Links und Ansprechpartner unter  www.suedlicher-oberrhein.ihk.de  5441624
Direkter Kontakt für Unternehmen: Frédéric Carrière  07821 2703-650
 frederic.carriere@freiburg.ihk.de


#WirtschaftHilft

Infoangebot der Spitzenverbände

Unter dem Hashtag #WirtschaftHilft bündeln die Spitzenverbände der Wirtschaft (BDA, BDI, DIHK, ZDH) Informationen und Hilfsangebote. Themen sind unter anderem das Procedere rund um Hilfstransporte und welche Wirtschaftssanktionen aktuell gelten.

 www.wirtschafthilft.info

Weitere Initiativen finden Sie hier:

 www.wirtschaft-im-suedwesten.de/news/orientierungshilfe



Mitarbeiter

Das neue Gold

Heißbegehrt und schwer zu kriegen: Mitarbeiter sind die wertvollste Ressource eines Unternehmens. Von Instastorys fürs gute Image bis zu geselligen Pizzarunden mit der Belegschaft: Die Kreativität der Unternehmen kennt kaum Grenzen.

Notgedrungen. Die Gewinner des Wettbewerbs „Jobmotor 2021“ zeigen, was sie sich einfallen lassen.

Auf Socialmediaplattformen wie Instagram und TikTok versucht Melissa Vögele, Personalleiterin beim Sanitär-, Heizungs- und Solarexperten Walter Vögele GmbH in Freiburg, gegen das vermeintlich verstaubte Image des Anlagenmechanikers anzuposten. „Das ist ein hochtechnologisierter Beruf, der im Zuge der Energiewende immer wichtiger wird und große Zukunft hat“. Vögele, die mit dem Familienunternehmen auch in diesem Jahr wieder zu den Gewinnern des Jobmotor-Wettbewerbs gehört (mehr dazu Seite 9), macht das, um potenziellem Nachwuchs das richtige Bild vom Arbeitsalltag der jungen Monteure und Auszubildenden beim Unternehmen zu vermitteln. „Ausbildung ist das Einzige, was wirklich hilft. Es bringt nichts, wenn wir uns hier gegenseitig die Mitarbeiter abwerben“, so ihre Meinung. Seit 2020 bildet der 50-Mitarbeiter-starke Betrieb deshalb jährlich drei statt zwei Azubis aus.

Fachkräftemangel ist in der Region schon lange Thema. „Dennoch konnte man viel Personalwachstum der vergangenen Jahre immer noch mit Kandidaten aus der näheren Gegend stemmen. Das wird aber zunehmend schwieriger“, weiß Alexander Graf, Leiter des Geschäftsfelds Standortpolitik bei der IHK Hochrhein-Bodensee. Denn der demografische Wandel verschärft die Fachkräftesituation immer weiter. Selbst in den „düstersten Zeiten der Pandemie“, also im April und Mai 2020, gab es in der Region immer deutlich mehr Ausbildungsplätze als Bewerber, berichtet auch Simon Kaiser, Geschäftsführer Aus- und Weiterbildung bei der IHK Südlicher Oberrhein. „Wir können schon seit einer Weile beobachten, dass sich der Arbeitsmarkt von der Konjunktur entkoppelt hat“, sagt er. Wie dem begegnen? Das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (Kofa) hat in einer gemeinsamen Studie mit der Jobbörse Indeed und der Fachzeitschrift Personalwirtschaft im Jahr 2019 über 400 Unternehmen, die bereits unter dem Fachkräftemangel leiden, dazu befragt, wie sie neue Mitarbeiter suchen.

Strategische Personalplanung für den Blick in die Zukunft

Demnach betreiben lediglich 43 Prozent der befragten Unternehmen eine strategische Personalplanung. Vorausschauende Annahmen über Personalengpässe, Talentbedarf, Fluktuation und Pensionierungen werden nur von einer Minderheit getroffen. Doch Unternehmen müssten unter den heutigen Bedingungen langfristig planen und können nicht mehr erwarten, dass der gezielte Recruitingprozess ein Selbstläufer ist, so die Autoren der Studie.

Strategische Personalplanung ist natürlich keine neue Methode. „Durch die immer stärkere Personalknappheit muss aber eine Professionalisierung auch im Instrumentenset des HR-Bereichs stattfinden“, sagt Jutta Rump, Geschäftsführerin des Instituts für Beschäftigung und Employability (IBE) in Ludwigshafen. Inzwischen gibt es zahlreiche kostenfreie Softwares, um die einzelnen Schritte abzuarbeiten. „Das ist kein Hexenwerk“, sagt Rump. Letztlich geht es darum, einen qualifizierten Blick in die nähere Zukunft zu werfen: Welche technologische, demografische, sozio-ökonomische und gesellschaftliche Entwicklung erwartet ein Unternehmen in seiner Region und global für die nächsten drei Jahre? Was tut sich im Produktbereich? Diese Analyse sollte man dokumentieren, mit dem Mitarbeiterbestand abgleichen und entsprechend den Bedarf in jedem Unternehmensbereich festlegen, rät die Expertin. Für mittelgroße Unternehmen veranschlagt sie für den gesamten Prozess etwa zwei Tage.

Stärken offensiv verkaufen

Ist die Bedarfsanalyse erfolgt, gilt es, um die gesuchten Mitarbeiter zu werben. Am besten frühzeitig. Viele Unternehmen bieten laut dem

Kofa stark umworbene „Engpass-Talente“ monetäre und nicht-monetäre Extras an, wie etwa Umzugshilfen. Allerdings macht derzeit nur jedes vierte befragte Unternehmen seine besonderen Leistungen und Vorzüge auch öffentlich, etwa in der Stellenausschreibung. 41 Prozent der befragten Unternehmen benennen diese speziellen Anreize im ersten persönlichen Gespräch, weitere 16 Prozent in einem Folgetermin und 13 Prozent der Unternehmen nur auf explizite Anfrage. Dabei wäre es wichtig, diese Anreize auch nach außen zu kommunizieren, damit potenzielle Bewerber aufmerksam werden, so die Autoren der Studie. Egal, ob klein oder groß, es sei nötig, die eigenen Stärken als Arbeitgeber herauszuarbeiten und sie offensiv zu kommunizieren, rät auch Alexander Graf. Und das gelte nicht nur für Benefits, die die Firma bietet, sondern auch die der Region.

»Der Arbeitsmarkt hat sich von der Konjunktur entkoppelt«

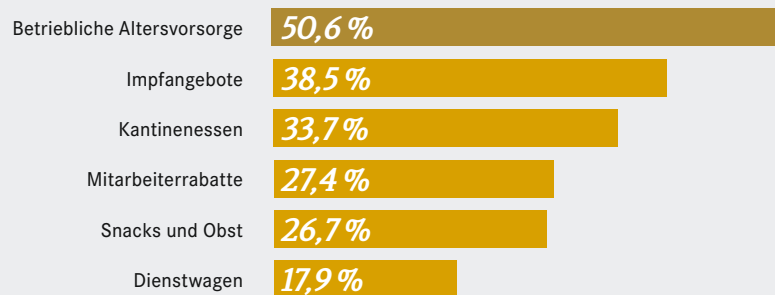
Simon Kaiser

Mit allen Vorzügen werben

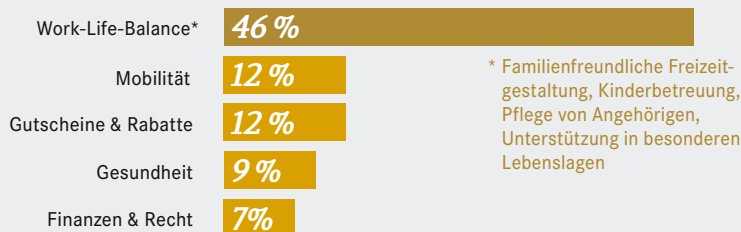
Schöne Gegend, aber keine hochqualifizierten Jobs? Das ist ein Vorurteil, dem der Schwarzwald wie die Bodenseeregion oft ausgesetzt sind. Auch, wenn etwa hiesige Medizintechnik- und Automobilcluster eine ganz andere Sprache sprechen und die Jobmotorgewinner

Zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Diese Benefits bieten deutsche Unternehmen aktuell am häufigsten an



Benefits aus diesen Kategorien finden Mitarbeiter am wichtigsten



* Familienfreundliche Freizeitgestaltung, Kinderbetreuung, Pflege von Angehörigen, Unterstützung in besonderen Lebenslagen

Quelle: Umfrage des HR-Start-ups voio unter 109 deutschen Arbeitgebern und 1.500 Arbeitnehmern. Durchschnittsalter der Befragten: 43 Jahre. Stand: 1/2022

Jobrad

Mitarbeiter als Botschafter

Die Freiburger Jobrad GmbH hat gegen viele Widerstände das Fahrrad-leasing salonfähig gemacht. Inzwischen profitiert sie vom seit Jahren anhaltenden Fahrradboom, den die Coronakrise zusätzlich befeuert hat. Aktuell beschäftigt das Unternehmen über 600 Mitarbeiter am Freiburger Firmensitz sowie im deutschlandweiten Außendienst. Davon wurden über 150 im vergangenen Jahr eingestellt. 2021 konnten die ersten Mitarbeiter die neue Firmenzentrale in der Nähe des Hauptbahnhofs beziehen.

„Wir legen besonders hohen Wert auf gesundes und nachhaltiges Wachstum unserer Organisation“, sagt Pressesprecherin Lara Burger. „Die Mitarbeiter werden dabei einbezogen, indem wir aktiv kommunizieren und zum Mitgestalten einladen.“ Auf der Suche nach Talenten profitiert man im Raum Freiburg stark vom Ruf als guter Arbeitgeber. Auf der Arbeitgeberbewertungsplattform Kununu steht das Unternehmen mit einem Score von 4,3 und einer Weiterempfehlungsquote von 98 Prozent sehr gut da. Die Rekrutierer erhalten regelmäßig das Feedback, dass sich Interessenten auf eine Empfehlung aus dem Freundes- und Bekanntenkreis hin melden. „Unsere eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind also sehr oft unsere besten Botschafter für uns als Arbeitgeber“, sagt Burger.

Immer öfter werden die Fühler auch überregional ausgestreckt. Denn die gesuchten Profile sind zunehmend Fachspezialisten – insbesondere im IT- und Leasingbereich. Entsprechend werde die Rekrutierungsstrategie schrittweise daran ausgerichtet, wo die gesuchten Zielgruppen erreicht werden können, etwa über fachspezifische Stellenbörsen, Netzwerkarbeit mit Unterstützung durch die Mitarbeiter sowie Engagement in regionalen Verbänden. Zudem bemühe man sich, als Arbeitgebermarke auch überregional an Bekanntheit zu gewinnen. Dazu gibt es ein internes Projekt zur Arbeitgebermarke. Bewerber werden den potenziellen zukünftigen Teams vorgestellt. „Das ist uns wichtig, um eine gelingende Zusammenarbeit zu gewährleisten.“ Vor allem die starke Identifikation mit dem Sinn des Unternehmenszweckes – der Förderung umweltfreundlicher Mobilität –, das vertrauensvolle Miteinander, die Perspektiven in diesem stark wachsenden Umfeld und die Unternehmenswerte würden immer wieder als Antrieb genannt, so Burger. **db**



Die Jobrad-Geschäftsführung: Andrea Kurz, Florian Baur, Matthias Wegner (v.l.).

- Belege für eine dynamische Entwicklung sind. „Die Gegend ist vor allem für den Tourismus bekannt, weniger als starke Arbeitgeberregion“, erkennt Alexander Graf trotzdem. Umso wichtiger sei es, mit dem Pfund zu wuchern, das man hat: „Dort arbeiten, wo andere Urlaub machen.“ Kommunikation, nicht nur über den Standort, sondern auch über die eigene Unternehmenskultur ist wichtig. „Viele machen das schon ganz hervorragend, aber manchmal habe ich den Eindruck, einigen ist es noch unangenehm, anzugeben, was sie alles Großartiges zu bieten haben. Man darf sich nicht zu sehr auf Mund-zu-Mund-Propaganda verlassen“, sagt Graf. Schon gar nicht, wenn es darum geht, überregional um Personal zu werben. Die am häufigsten von Unternehmen genannte Strategie im DIHK-Fachkräftereport 2021 gegen den Fachkräftemangel, ist, die Arbeitgeberattraktivität zu erhöhen. „Das ist auch gut und richtig, aber das wird nicht langem“, sagt Simon Kaiser von der IHK Südlicher Oberrhein. Um den kommenden Herausforderungen Herr zu werden, bedarf es laut Kaiser mehr Zuwanderung, mehr Qualifizierungsmaßnahmen und einer höheren Erwerbsbeteiligung von Frauen.



Portraitbild: Simon Wegener

»Lebensphasenorientierte Personalpolitik hilft Menschen wie Unternehmen«

Jutta Rump

Geschäftsführerin des Instituts für Beschäftigung und Employability IBE, Ludwigshafen

Neue Mitarbeiterpotenziale heben

Zwar erreicht die Erwerbstätigenquote von Frauen in Baden-Württemberg mit nahezu 75 Prozent durchaus internationale Spitzenwerte. Allerdings arbeitet mehr als die Hälfte der erwerbstätigen Frauen (51,8 Prozent) nach wie vor in Teilzeit. Bei den Männern sind es lediglich 8,2 Prozent. Das geht aus einem Diskussionspapier zum Strukturwandel in Baden-Württemberg des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) aus dem Jahr 2021 hervor. Im Zuge der Coronapandemie ist die durchschnittliche Erwerbsarbeitszeit von Frauen laut Hans-Böckler-Stiftung stärker gesunken als die von Männern. Dadurch hat sich die schon vorher bestehende Lücke noch weiter vergrößert. Bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie scheint also während Corona noch Luft nach oben gewesen zu sein – trotz zunehmender Homeofficeangebote. Befragt man Jutta Rump nach Vereinbarkeit von Beruf und Familie sagt sie: „Der Begriff hat ausgedient“. Die sprachliche Fixierung auf Familie grenze andere Lebensentwürfe aus. Egal, ob der private Bereich von einem Ehrenamt, einem

Hobby, der Pflege von Angehörigen oder der Kindererziehung bestimmt wird – es gilt, ein Gleichgewicht zu schaffen. „Lebensphasenorientierte Personalpolitik dreht sich darum, dass Menschen in Bewegung bleiben, ohne die Balance zu verlieren“, sagt Rump. Als einer der zentralen Vorteile einer lebensphasenorientierten Personalpolitik ist die Reduzierung von Stressfaktoren bei den Beschäftigten, verursacht insbesondere durch Zeitdruck und Betreuungsprobleme, zu sehen. Insbesondere die jüngere Generation fordert eine ihren Vorstellungen entsprechende Work-Life-Balance auch immer selbstbewusster ein.

Neue Benefits gefragt

Das Jobportal Kununu und die ETH Zürich haben gemeinsam 2,8 Millionen Gehalts- und Bewertungsdaten ausgewertet, um den Einfluss von Arbeitskriterien auf die Gehaltszufriedenheit zu untersuchen. Die Höhe des Einkommens und die Zufriedenheit stehen demnach – wenig überraschend – in einem weitgehend linearen Zusammenhang. Je mehr Benefits im Spiel sind, desto wahrscheinlicher sei, dass Menschen mit ihrem Gehalt zufrieden sind, so die Autoren der Studie. Oft setzen Unternehmen allerdings auf die falschen Anreize (siehe auch Grafik Seite 6). Besonders großer Beliebtheit erfreuen sich Angebote zu flexiblen Arbeitszeiten oder Coachings. Für erheblich weniger relevant halten Jobsuchende eine Kantine, den Betriebsarzt oder ein Diensthandy. Wenn das Firmenimage, die Kommunikation oder das Vorgesetztenverhalten als positiv empfunden werden, sind die Beschäftigten eher auch mit ihrem Gehalt zufrieden als ohne

Stay Informed

Weiterbildung wird aktiv gefördert

Im Jahr 2014 beschloss Peter Horner der Zettelwirtschaft im Kindergarten seiner Kinder ein Ende zu setzen. Zusammen mit der Einrichtung und anderen Eltern begann er, die „Kita-Info-App“ zu entwickeln. Das Feedback war positiv, eine Geschäftsidee war geboren. Horner holte seinen Schwiegervater Lothar Ganter mit an Bord, der sich als zweiter Geschäftsführer um den Betrieb kümmert. Inzwischen wird die App, die in 13 Sprachen funktioniert, in mehr als 8.000 Kindertagesstätten und Schulen mit fast 600.000 Nutzern verwendet. „Wir haben in jedem Bereich neue Mitarbeiter eingestellt. Insgesamt sind wir nun 19,“ sagt Personalerin Romina Schäffner. Gesucht werden neue Mitarbeiter online; Printanzeigen passen nicht zu einem digitalen Unternehmen, so Schäffner. Die Pandemie habe man entsprechend gut bewältigt: Die Prozesse des Onboardings – früher per Zuruf auf dem Flur – werden dokumentiert und nun virtuell durchgeführt. „Das hat anfangs etwas mehr Arbeit und Planung bedeutet, jetzt sind wir deutlich strukturierter.“ Wichtig ist der Geschäftsführung, eine offene Kultur zu fördern: Jede Woche gibt es eine extra dafür freigehaltene Stunde, in der die Kollegen Verbesserungsideen für das Unternehmen und Produkte vorstellen dürfen. Fort- und Weiterbildung wird großgeschrieben: Jeder darf sich pro Jahr fünf Tage fortbilden; dafür steht pro Person jeweils ein Budget von 2.500 Euro plus Reisekosten zur Verfügung.



Mit-Geschäftsführer Lothar Ganter bei der Verleihung der Jobmotoren 2021.

Bild: Thomas Kunz/Badische Zeitung

JOBMOTOR 2021 VERLIEHEN

Bereits zum 16. Mal wurde von der Badischen Zeitung, den drei Industrie- und Handelskammern im Regierungsbezirk Freiburg sowie dem Wirtschaftsverband Industrieller Unternehmen Baden (WVIB) der „Jobmotor“ vergeben. Ausgezeichnet wurden Unternehmen aus Südbaden, die 2021 besonders viele Jobs geschaffen haben: Bei den sieben prämierten Betrieben sind im zweiten Jahr der Pandemie insgesamt über 1.200 Arbeitsplätze entstanden. In der Spezialkategorie wurden zudem besonders kreative Konzepte, neue Mitarbeiter zu finden, gekürt.

Kategorie „Arbeitsplatzzuwachs“

Kleine Firmen (bis 19 Mitarbeiter):

- Stay Informed GmbH (Freiburg)

Mittlere Firmen (20-199 Mitarbeiter):

- Cytena GmbH (Freiburg)

Große Firmen (über 200 Mitarbeiter):

- Jobrad Gruppe (Freiburg)
- Inuitive Surgical (Emmendingen)

Kategorie

„Konzepte Mitarbeiter finden“

Mittlere Firmen (20–199 Mitarbeiter):

- STS Spezial-Transformatoren-Stockach GmbH & Co. KG (Stockach)



Bild: Badische Zeitung

- Walter Vögele (Freiburg)

Große Firmen (über 200 Mitarbeiter):

- Testo Industrial Services (Freiburg)

Testo Industrial Services

0815-Stellenanzeigen gibt's nicht mehr

Die Testo Industrial Services GmbH mit Sitz in Kirchzarten beschäftigt über 1.200 Mitarbeiter europaweit, rund 500 sitzen am Standort Kirchzarten. Der Mutterkonzern Testo fertigt Messtechnik, die bei Autoherstellern, der Pharmaindustrie bis hin zu Energiekraftwerken eingesetzt wird. In Kirchzarten stehen qualitätssichernde Dienstleistungen wie Kalibrierungen, Prüfmittelmanagement, Qualifizierung und Validierung im Vordergrund. Die Zeichen stehen auf Wachstum: 2021 kamen über 100 neue Angestellte hinzu. Die „Calibration Factory“, um weitere 200 unterzubringen, wurde vergangenes Jahr eröffnet.

„Gemeinsam schaffen wir alles“, lautet der Slogan der Geschäftsführung, um Corona die Stirn zu bieten. Dezentrale Arbeitsweise kannte die Belegschaft, von der über 300 Mitarbeiter regelmäßig im Außendienst tätig sind, schon vor der Pandemie. Diese Abläufe wurden perfektioniert, um auch bei verordneter räumlicher Trennung ein Gefühl füreinander zu bewahren. So fand sogar das „legendäre“ jährliche Sommerfest komplett online statt. „Mitarbeiter sind bei uns keine Kennzahl, sondern Menschen, in die wir investieren.“ Dazu gehöre eine gute Work-Life-Balance, Homeoffice, eine gesunde Kantine, Sportangebote – virtuell und analog – und eine auf die aktuelle Lebenssituation angepasste Arbeitszeit.

Das Unternehmen habe das vergangene Jahr genutzt, um in Workshops gemeinsam mit den Mitarbeitern zu erarbeiten, was Testo als Unternehmen eigentlich ausmacht. „Was uns erfolgreich macht, ist unser einzigartiger Teamspirit“, sagt Franziska Löffler, die für das Employer Branding zuständig ist. Einen Eindruck, was sie damit meint, vermittelt der fröhliche Imagefilm, der im Ergebnis entstanden ist: Vom Kollegen, der sein komplettes Büro mit BVB-Fanartikeln geschmückt hat, bis zur der Tanzeinlage dreier Kollegen im Laborkittel, wird hier gute Laune vermittelt.

Zudem wurde definiert, welcher Typ Mensch eigentlich für eine bestimmte Stelle gesucht wird – und zur Firma passt. Aus den Ergebnissen werden konkrete Botschaften für das Personalmarketing entwickelt, um wenig aussagekräftige 0815-Stellenanzeigen zu vermeiden. Auch wo diese jeweils geschaltet werden, ist wichtig: „Einen ITler finden wir eher in einer Socialmediaumgebung“, sagt Personalleiter David Guy. **db**

Fit auch im Homeoffice: Während der Pandemie wurde das umfangreiche Sportprogramm bei Testo auch virtuell angeboten.



- › diese Pluspunkte. „Ein gutes Gehalt wird im Grunde vorausgesetzt. Und dann wird geprüft, was sonst noch geboten wird“, sagt dazu Alexander Graf von der IHK Hochrhein-Bodensee. Insbesondere für die sogenannte „Generation Z“, die ab der Jahrtausendwende zur Welt gekommen ist, spielt das Gehalt zumindest keine alleinige Rolle. „Sinnstiftende Arbeit und eine harmonische Unternehmenskultur haben ebenfalls große Bedeutung“, sagt Graf. Auch Vollzeitbeschäftigung ist für viele nicht mehr erstrebenswert. „Früher war das die absolute Ausnahme, aber heute fragen selbst immer mehr junge Menschen nach einer Teilzeitausbildung. Das geht inzwischen auch ohne nähere Begründung“, sagt Simon Kaiser. Manche Unternehmen seien von solchen Ansprüchen noch eher überrascht. Natürlich gebe es bei lebensphasenorientierter Personalplanung immer wieder Zielkonflikte, sagt Jutta Trump. Nicht in jedem Bereich lässt sich ohne Weiteres Arbeitszeit flexibel gestalten oder reduzieren – insbesondere nicht, wenn ohnehin schon Personalknappheit herrscht.

Führungskräfte benötigen Verhandlungsgeschick

Rump rät dazu, die Gestaltung der Arbeitsbedingungen und Wünsche im Mitarbeitergespräch abzufragen. „Oft hilft es, wenn man den Mitarbeiter die Situation im Unternehmen darlegt und dann gemeinsam eine Lösung erarbeitet“, sagt sie. Das bedeute auch, dass Führungskräfte entsprechend geschult seien, um in diesem Bereich unabhängig vom Alter oder der Lebenssituation des Betreffenden offen und nicht konfrontativ in das Gespräch hineinzugehen. Verhandlungsgeschick ist gefragt, so dass am Ende alle das Gefühl haben, einen guten Kompromiss gefunden zu haben und gerne im Unternehmen bleiben. **Daniela Becker**

UNTERSTÜTZUNG

- **Strategieprojekt Fachkräftesicherung.** Projekte der IHK Südlicher Oberrhein zur Gewinnung zusätzlicher Fachkräfte www.suedlicher-oberrhein.ihk.de [Q](#) fachkraefteprojekt
- **Welcome Center Schwarzwald-Baar-Heuberg & Hochrhein-Bodensee.** Einrichtung der Wirtschaftsförderung Schwarzwald-Baar-Heuberg und der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg für KMU zur Gewinnung internationaler Fachkräfte. www.schwarzwald-baar-heuberg.ihk.de [Q](#) 4628594
- **Kümmerer-Programm.** Netz von regionalen Ansprechpartnern für Zugewanderte zum Thema Jobperspektiven. www.baden-wuerttemberg.de [Q](#) Kümmerer-Programm
- **IHK-Beratung.** Experten unterstützen Unternehmen bei der professionellen Gestaltung ihres Azubi-Recruitings (Kontakte siehe Kasten rechts)



STS-Geschäftsführer Christof Gulden

STS Spezial-Transformatoren Stockach Mehr Gesichter und Geschichten

„Sie werden in Europa kaum einen Zug finden, in dem kein Bauteil von uns steckt“, sagt Christof Gulden, Geschäftsführer der Firma STS in Stockach. Das Unternehmen fertigt induktive Bauteile für die Leistungselektronik. Dies sind alle Komponenten, die in anderen Geräten verbaut werden, was Markenbildung schwer macht. Deswegen lässt sich STS einiges einfallen, um die Außenwahrnehmung zu optimieren.

Vor zwei Jahren hat das Unternehmen begonnen, über LinkedIn regelmäßig über Produkte zu posten, aber auch neue Mitarbeiter zu begrüßen und Ruhestandler in die Rente zu verabschieden.

Auf der frisch überarbeiteten Webseite grüßen nun keine Stockfotos mehr, sondern Gesichter und Geschichten echter Mitarbeiter. „Wir wollen einen authentischen Eindruck vermitteln, wer wir sind“, sagt Personalerin Natalie Sika. Insgesamt arbeiten bei STS inzwischen 150 Personen; 15 kamen 2021 neu hinzu. Tendenz steigend. Die Teilnahme an Berufsmessen – während Corona auch virtuell – ist obligatorisch. Texte von Stellenanzeigen werden individuell auf die Zielgruppe formuliert, der Bewerbungsablauf individuell auf die Zielgruppe angepasst. Es gibt ein „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“-Programm: Eine Geldprämie bei einer Neueinstellung, eine weitere bei überstandener Probezeit.

Die Mitarbeiter werden regelmäßig über unternehmensinterne Entwicklungen informiert, im vergangenen Jahr gab es eine Mitarbeiterbefragung zur Zufriedenheit. „Die Ergebnisse werden wir nun nach und nach abarbeiten“, sagt Sika. So gibt es etwa Bedarf nach mehr Sportangeboten und geselligem Zusammensein. **db**



IHK Hochrhein-Bodensee:

Alexander Graf
☎ 07622 3907-213
✉ alexander.graf@konstanz.ihk.de

IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg:

Wolf-Dieter Bauer
☎ 07721 922-168
✉ bauer@vs.ihk.de

IHK Südlicher Oberrhein:

Simon Kaiser
☎ 0761 3858-150,
✉ simon.kaiser@freiburg.ihk.de

Walter Vögele

Pizzaparty am Freitag

Beim Freiburger Sanitär-, Heizungs- und Solarspezialisten Walter Vögele GmbH arbeiten Mitarbeiter mit den unterschiedlichsten Nationalitäten. Auch die Altersspanne ist groß und reicht von ganz jungen Azubis bis zum Mitarbeiter, der bereits seit 40 Jahren im Betrieb ist. „Auf dieses gemischte Team sind wir sehr stolz. Die Jungen lernen von den Alten, im Grunde haben wir ein richtiges Mentorenprogramm“, sagt Personalchefin Melissa Vögele. Sie ist die Tochter von Geschäftsführer Bernhard Vögele, dessen Vater Walter den gleichnamigen Betrieb gründete. Besonders stolz ist man auf den Kundenservice in den markant blauen Transportern, die bei Wasserschäden oder ähnlichem sofort zur Rettung eilen können. „Der Fokus bei der Mitarbeitersuche liegt darauf, potenziellen Bewerbern Lust auf unseren Betrieb zu machen“, sagt Bernhard Vögele. Der Betrieb verzichtet gänzlich auf monetäre Lockangebote. Um Aufmerksamkeit zu generieren, kombiniert Vögele Klassisches mit Modernem, zum Beispiel eine Werbekampagne auf Bäckertüten mit Gewinnspiel auf Socialmedia. Das Wichtigste sei jedoch, dass Mitarbeiter sich wirklich wohl fühlen. „Schwierigkeiten werden sofort besprochen. Wir pflegen ein vertrauensvolles Verhältnis“, sagt der Chef.

Gibt es Probleme etwa mit Sprachbarrieren, erledigt Melissa Vögele schon auch mal Telefonate mit Ämtern. Wenn jemand in der morgendlichen Besprechung Schmerzen in der Schulter erwähnt, kommt sofort das Angebot „dann ruf ich den Arzt für Dich an“.

Aus dieser vertrauensvollen Atmosphäre entsprang die Idee mit den freitäglichen Treffen. Freitags, so gegen halb zwei, geht es gesellig zu in der Bötzinger Straße 74. Mal kocht jemand aus der Belegschaft, mal wird Pizza bestellt. Lustig ist es immer. Kommen kann, wer möchte. Danach beginnt das Wochenende.

„Früher ins Wochenende gehen zu können, war einhelliger Wunsch“, sagt Bernhard Vögele. Die Lösung bedeutet nicht weniger Arbeitszeit, sondern mehr Eigenverantwortung: Die Monteure müssen nicht starr Stunden abarbeiten, sondern können während einer Montage selbst entscheiden, ob es sinnvoll ist, länger zu bleiben, um den Auftrag fertigzustellen, um am nächsten Tag nicht noch mal für eine halbe Stunde anfahren zu müssen. **db**



Intuitive Surgical

Lust auf gemeinsame Zukunft signalisieren

Die Intuitive Surgical Deutschland GmbH ist die Tochter eines US-Konzerns und ein Pionier auf dem Gebiet der roboterassistierten minimalinvasiven Chirurgie. In Emmendingen sitzt die Endoskopproduktion des Unternehmens seit 2019 und beschäftigt dort inzwischen 222 Mitarbeiter, in der Vertriebsorganisation in Freiburg weitere 143. Im Jahr 2021 wurden 125 neue Personen eingestellt, weitere 120 sollen in diesem Jahr hinzukommen. Die Endoskope werden mit viel Handwerk und speziell entwickelten Prozessen hergestellt, eine vollautomatisierte Fertigung gibt es nicht. Ein großer Teil der Arbeit besteht aus Qualitätskontrolle. „Es braucht Geduld und Feinmotorik, den Rest kann man lernen“, sagt Harald Haigis, Geschäftsführer der Produktion. In der Schwarzwaldregion, in der es eine lange Tradition von Uhrenmechanikern, aber auch Goldschmieden gibt, lassen sich viele geeignete Talente finden. Und so kommt es, dass über die Anzeige „Suchen Quereinsteiger mit Fingerfertigkeiten“ ein ehemaliger Friseur den Weg nach Emmendingen in die Sensorikabteilung gefunden hat. „Unser Name ist in der Region noch nicht ganz so bekannt, es gibt auch immer mal wieder eine gewisse Scheu vor dem US-amerikanischen“, sagt Petra Schmid, Senior Managerin Human Resources. Doch „wer mehr sucht, findet mehr“, so Schmid. Dazu wurde das



Ein Intuitive-Surgical-Mitarbeiter führt das minimalinvasive Endoskop vor.

Recruiting personell verstärkt und mehr Kanäle bedient: Vom Banner am Werkstor über Printanzeigen bis hin zu LinkedIn. „Uns treibt unsere Begeisterung für ein High-techprodukt an, mit dem wir einer der Technologieführer sein möchten“, sagt Petra Schmid. Die besondere Stimmung aus der Zentrale in den USA will sie nach Deutschland tragen. Das Wohlbefinden von Menschen stehe im Vordergrund, nicht nur beim gefertigten Produkt, sondern eben auch bei der Arbeit.

„Wir leben diese Werte und schulen Führungskräfte entsprechend. Die Mitarbeiter sollen spüren, dass das Unternehmen einen langen Weg mit ihnen gehen möchte“, sagt Haigis. Es erfolge eine sorgfältige Einarbeitung in einem sehr zukunftssicheren Job. Es gibt eine unternehmenseigene Lernplattform, auf die alle zugreifen können. Zudem werden englische und deutsche Sprachkurse angeboten. Moderne, ergonomische Arbeitsplätze gibt es nicht nur in der Verwaltung, sondern auch in der Produktion. **db**



Julian Felix Riba (l.), Geschäftsführer von Cytena und Laudator Thomas Fricker, Chefredakteur der Badischen Zeitung.

Das Biotechnologie-Start-up Cytena entstand als eine klassische universitäre Ausgründung. 2014 wurde die Idee für ein Verfahren, das einzelne und lebensfähige Zellen handhaben und sortieren kann, am Freiburger Institut für Mikrosystemtechnik entwickelt. Bereits ein Jahr

Cytena

Mit Bällebad, Lego und agilen Methoden punkten

später verkaufte Cytena seinen ersten Einzelzell-Drucker. Das patentierte Verfahren findet inzwischen global sowohl in der Forschung als auch in der Medikamentenherstellung Anwendung. Im Jahr 2019 akquirierte der börsennotierte schwedische Bioprinting-Spezialist Cellink die Cytena GmbH. Im letzten Jahr wurden 71 Mitarbeiter neu eingestellt, 113 Personen sind nun am Standort Freiburg beschäftigt, rund 165 global. Es laufe gut: Man beschäftige sich sowohl mit weiteren Eigenentwicklungen als auch mit der Lizenzierung von Fremdtechnologie. Marketing-Chef Fabian Stumpf geht davon aus, dass die Zahl der Mitarbeiter bis Ende des Jahres auf 200 anwächst. „Der Rekrutierungsprozess ist zeitintensiv, da uns neben den ausschreibungsbezogenen Anforderungen der Teamfit extrem wichtig ist“, sagt Stumpf. Das Cytena-Team suche vorwiegend hochspezialisierte Kräfte vor

allem in den Bereichen Software, Molekularbiologie und Ingenieurwesen. Die Talentsuche gestalte sich durchaus herausfordernd, denn das junge Unternehmen konkurriere stark mit den etablierten Großkonzernen mit Sitz in der Schweiz. Doch im Green City Office, dem neuen Headquarter der Firma, wird den Mitarbeitern jede Menge geboten. Man habe einiges von agilen Software-Vorreitern wie Google und Spotify adaptiert: In modernen Bürolandschaften können die selbstorganisierten Teams an ihren Projekten arbeiten. Auch steht Arbeitszeit zur freien Entwicklung zur Verfügung. Kreative Herangehensweisen werden geschätzt: Technologische Optimierungen können schonmal im Herumknobeln mit Legosteinen ihren Ursprung finden. Auf der Dachterrasse ist Platz für geselliges Zusammenkommen. Und ja, auch Kickertische und ein Bällebad fehlen nicht. **db**

SCHRAMBERG



Die Firma **Burkhardt Wasserstrahltechnik** mit Sitz im Schramberger Stadtteil Waldmössingen hat neue Besitzer: **Sebastian Müller** (37, links) und **Tobias Merz** (42, rechts) haben den Wasserstrahlspezialisten, der jetzt als **Burkhardt GmbH** firmiert,

übernommen. Gründer **Volker Burkardt** will zukünftig kürzer treten, er wird das Unternehmen jedoch noch einige Zeit begleiten. Müller und Merz haben beide nationale und internationale Erfahrung in der verarbeitenden Industrie. Die Burkhardt GmbH beliefert den Maschinenbau, die Verpackungs-, Elektro- und Medizintechnik und die Uhrenindustrie im Südwesten mit Fertigungskomponenten und beschäftigt 13 Mitarbeiter in Schramberg. ak

FREIBURG/MÜLLHEIM



Simon Ickert (49, Bild) hat die Leitung des **Gesundheitszentrums Markgräflerland** in Müllheim übernommen, welches zur Mooswaldklinik Klinikbetriebs- und Managementgesellschaft in Freiburg im Breisgau mbH gehört. Ickert ist diplomierter Sport- und Bewegungswissenschaftler sowie Gesundheitscoach mit über 20 Jahren Erfahrung. Hauptsitz der Mooswaldkliniken ist der Freiburger Standort an den Heilquellen, neben

Müllheim gibt es noch Niederlassungen im Freiburger Zentrum und in Breisach. ak

FREIBURG



Regierungspräsidentin **Bärbel Schäfer** hat **Manuel Winterhalter-Stocker** (51, Bild) zum Leiter der Umweltabteilung im **Regierungspräsidium Freiburg (RP)** bestellt. Er folgt auf **Elke Höpfner-Toussaint**, die in den Ruhestand gegangen ist. Der Jurist, der bereits seit 13 Jahren in verschiedenen Funktionen im RP tätig ist, leitete zuletzt das Referat für Raumordnung, Baurecht und Denkmalschutz. Die Umweltabteilung des Regierungspräsidiums beschäftigt mehr als

400 Mitarbeiter und ist die größte Abteilung der Behörde. ak

HINTERZARTEN

Andreas Graf ist zum Aufsichtsratsvorsitzenden der **Hochschwarzwald Tourismus GmbH** gewählt worden. Der Bürgermeister von Lenzkirch übernimmt das Amt von **Jürgen Kaiser**. Sein Stellvertreter ist **Klaus Staub**, Vorsitzender des Tourismusvereins der Vermieter von Ferienwohnungen und Gästezimmern im Hochschwarzwald (TFG), der auf **Klaus-Michael Tatsch** folgt. Graf und

Staub wurden für drei Jahre gewählt. Zu den Gesellschaftern der Hochschwarzwald Tourismus GmbH gehören der Zweckverband Hochschwarzwald als Hauptgesellschafter sowie zu gleichen Teilen der TFG, der Hotelier- und Wirtverein Hochschwarzwald und das Unternehmerforum Hochschwarzwald. ak

DENZLINGEN



Markus Wintz (Bild) ist neuer Geschäftsführer der **Schöllly Fiberoptic GmbH** in Denzlingen bei Freiburg. Er folgt auf **Mirko Beiser**, der im Herbst vergangenen Jahres gestorben ist. Gemeinsam mit **Regula Schöllly** und **Holger Reinecke** bildet Wintz (CFO) nun das dreiköpfige Geschäftsführungsteam. Er übernimmt die Abteilungen Finanzen, Legal, IT, HR und das Master Data Management. Markus Wintz blickt auf langjährige Erfahrungen in

der kaufmännischen Leitung von Unternehmen im Anlagenbau, der pharmazeutischen und der biotechnologischen Industrie zurück, wie es in einer Pressemitteilung heißt. Das Medizintechnikunternehmen mit sechs weiteren Vertriebs- und Servicenederlassungen beschäftigt weltweit mehr als 550 Mitarbeiter, circa 350 davon am Denzlinger Hauptsitz. dea

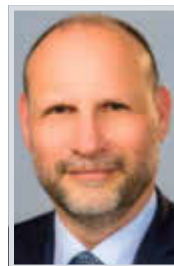
FREIBURG



Jutta Ulrich (50, Bild) ist die neue Leiterin der Stabstelle Kommunikation der **Schwarzwald Tourismus GmbH**. Seit April arbeitet die Diplom-Betriebswirtin in dem Tourismusunternehmen mit Sitz in Freiburg. Ulrich bringt über 20 Jahre Berufserfahrung in der Tourismuskommunikation mit, zuletzt war sie Leiterin Kommunikation für die Schweizer Ferienregion Tessin. Die Schwarzwald Tourismus GmbH ist

Destinationsmanagementorganisation der 11.100 Quadratkilometer großen Ferienregion Schwarzwald. Gesellschafter sind die Landkreise Breisgau-Hochschwarzwald, Calw, Emmendingen, Enzkreis, Freudenstadt, Karlsruhe, Lörrach, Ortenaukreis, Rastatt, Rottweil, Schwarzwald-Baar, Waldshut sowie die Stadtkreise Baden-Baden, Freiburg, Karlsruhe und Pforzheim. dea

FREIBURG



Wolfgang Brucker (59, Bild) ist neuer Direktor des **Regionalverbands Südlicher Oberrhein**. Das Gremium der Verbandsversammlung wählte ihn für eine Amtszeit von acht Jahren. Der Verwaltungsfachmann und Kommunalpolitiker ist seit 1999 Bürgermeister der Gemeinde Schwanau und seit 2004 Mitglied des Ortenauer Kreistags. Wolfgang Brucker tritt das Amt Anfang Mai an. Er war von 2004 bis 2014 Mitglied der Verbandsversammlung des Regional-

verbands Südlicher Oberrhein. Brucker folgt dem Ende November verabschiedeten Verbandsdirektor Christian Dusch. ak



KOPF
des Monats

Netzwerkerin für gute Ideen

Monika Studinger | New Work uffm Land

ALBBRUCK. Dass Monika Studingers jüngstes Baby ausgerechnet „New Work uffm Land“ heißt, ist nicht nur in Sachen Werbewirkung sehr gelungen. Der Name passt auch im metaphorischen Sinne ganz hervorragend zur Co-Chefin der in Albruck bei Waldshut und in Freiburg angesiedelten Transformationsberatung. Tatsächlich ist die 58-Jährige ein begeistertes Kind vom Land – „Ich bin weit gekommen, von Oberalpen bis nach Unteralpen, mit ein paar Schlenkern dazwischen“, stellt sie augenzwinkernd fest. Und wenn man New Work mit der Lust auf kreative Weiterentwicklung, mit gelebter Offenheit für Veränderungen und leidenschaftlichem Netzwerken übersetzt, charakterisiert das Monika Studinger genauso sehr wie die Aufgabe, die sie sich zusammen mit ihrem Kompagnon, dem Freiburger Organisationsbegleiter Tobias Ilg, mit New Work uffm Land gestellt hat.

Monika Studinger ist keine, die lange zögert. Sie macht, sie traut sich. Schon immer. Das war bereits mit Anfang 20 so, als sie ihren Traum, mal ein Brautmodengeschäft zu führen, in die Tat umsetzt. Den späteren familiär bedingten Wechsel erst in den Vertrieb, dann in die Personalentwicklung einer Bank geht sie ebenso mit Elan an wie den Schritt in die Selbstständigkeit als Projektentwicklerin vor über 20 Jahren und die Weiterentwicklung zum Systemischen Coach, zur Changemanagerin, zur Innovationsberaterin und zur Gemeinwohlberaterin im vergangenen Jahr. In all diesen Professionen ist sie auch noch unterwegs. „Alle paar Jahre kommt etwas Neues. Ich bin eine leidenschaftliche Testerin von Neuem“, sagt sie leichthin. Beruflich wie privat: Für ein paar Jahre betreibt sie zusammen mit zehn Freundinnen kurzentschlossen nebenberuflich den Storchenturm, ein Traditionslokal in Tiengen, einfach, weil man so etwas immer mal ausprobieren wollte. Die Kinder sind groß und aus dem Haus? Dann lass uns doch ein Pflegekind aus Afghanistan in die Familie aufnehmen. Unteralpen fehlt ein Versammlungsraum? Dann möbeln wir doch mal alle zusammen

**»Ich fange leidenschaftlich
gern Neues an«**

„Das Landleben ist wunderbar“, sagt sie, „aber es braucht noch Aufbruch und Infrastruktur, um all die Menschen aus der Stadt herzuholen, die nötig sind, um den eklatanten Fachkräftemangel hier zu beheben.“ Es fehle einfach an vielen Dingen, die man von dort gewohnt sei. Gut erreichbare Kinderbetreuung, Coworkingspaces oder ganz einfach mal ein nettes Café für den kreativen Austausch. „Der Platz dafür wäre da, man muss sich nur kümmern.“ Aus einem guten Gespräch über das Thema und dem Gefühl der gleichen Wellenlänge wurde im vergangenen Jahr ein guter Plan: „Wir unterstützen die ländliche Region dabei, attraktiver zu werden.“ Seither berät das Duo Studinger/Ilg Kommunen und Unternehmen, ermittelt Bedarfe, setzt Bürgerbeteiligungsprozesse auf, hilft durch den deutschen Förderdschungel, bringt Projekte ans Laufen und Protagonisten ins Gespräch. Die Nachfrage ist enorm, genau wie das Interesse der Menschen mitzumachen. „Aktuell entwickeln wir so etwas wie eine bundesweite und auch internationale Akademie, digital und analog, ein Netzwerk von Menschen, die sich bei der Weiterentwicklung des ländlichen Raums einbringen möchten und Experten für ihre Themen sind.“

einen Bauwagen auf. Geht nicht, gibt's nicht. Wo die unermüdete Energie herkommt? „Ich habe viel davon von daheim mitbekommen, ein Segen“, sagt die ehrenamtliche Mentorin für junge Frauen, die bis vor Kurzem auch noch in der Vollversammlung der IHK Hochrhein-Bodensee engagiert war. „Und ich tanke beim Reisen auf. Ich reise, wann immer es geht.“ Wandern auf Mallorca, Chillen beim Sohn in Holland. „Andere finden Energie in der Ruhe, ich, indem ich was tue und Neues anfang.“ Jetzt eben New Work uffm Land, das auf einem guten Weg ist, den anderen Projekten den Rang abzulaufen. „Meine Vision ist, dass wir hier auf dem Land Kreativorte mit einer guten Infrastruktur schaffen. Orte, an denen Menschen mobil arbeiten, leben, wohnen und gemeinwohlorientiert wirtschaften können.“ Die Wiederbelebung von Schloss Blumenfeld in Tengen durch die Initiative „Summer of Pioneers“ imponiert ihr. „Das ginge hier auch.“ Wo sie sich selbst in fünf Jahren sieht – einem Zeitpunkt, an dem andere schon an Altersteilzeit denken? „Gott, bloß nicht. Ich habe schon mal mit dem Senior Expert Service geliebäugelt. Ins Ausland reisen und dort Projekte übernehmen. Das wär's doch.“ **uh**



Überzeugen mit dem wahren „Ich“

Die Authentizität als Schlüsselfaktor der Kommunikation – doch was heißt es überhaupt, „authentisch“ zu sein? Wann werden Menschen als authentisch wahrgenommen? Diesen und weiteren Fragen geht der Kommunikationsexperte Stefan Bannwart in seinem Buch nach, er sucht und findet Antworten in unterhaltsamen Geschichten, Erfahrungsberichten und Analogien, aber auch in verschiedenen Theorien, die er einbezieht. Das antike Griechenland spielt dabei genauso eine Rolle wie die Architektur des ausgehenden 19. und frühen 20. Jahrhunderts, die Ideen des Schweizer Psychiaters Gustav Jung werden ebenso unter die Lupe genommen wie die klassische Heldenreise. **ak**

Stefan Bannwart | Authentisch kommunizieren. Überzeugen mit dem inneren Kern | Springer Verlag | 136 Seiten | 24,99 Euro

Das Rennen um den Autokunden

„Schicksalsjahre für die deutsche Autoindustrie: Haben BMW, Mercedes-Benz, Volkswagen und Co. noch eine Zukunft?“ – so steht es im Schutzumschlag von Simon Hages und Martin Hesses aktueller Abrechnung mit der deutschen Automobilwirtschaft geschrieben. Die beiden Journalisten beobachten und begleiten seit Jahren die automobiler Transformation rund um den Globus und warten in ihrem neuen Sachbuch mit kenntnisreichen Einsichten in die Branche und das dort aktuell agierende Vorstandspersonal auf. Natürlich haben auch sie keine Glaskugel im Keller, um die Zukunft der Autobauer zweifelsfrei vorauszusagen, aber ihnen ist eine spannende Standortbestimmung gelungen. **uh**

Simon Hage, Martin Hesse | Aufholjagd | DVA | 303 Seiten | 24 Euro



Mit Fokus zum Erfolg

Wer dabei ist, sein Unternehmen elementar zu verändern oder sich mit Lean Management und Lean Production auskennt, dem dürfte die Hoshin-Kanri-Methode bereits bekannt sein. Für alle anderen hat Daniela Kudernatsch, Unternehmensberaterin und Hoshin-Kanri-Master, ein Workbook verfasst, das den strategischen Planungs- und Umsetzungsprozess hinter dem japanischen Begriff ausführlich beschreibt. Ebenso, wie dessen Integration ins Unternehmen. Mit zahlreichen Praxisbeispielen, Grafiken, ihrer klaren Schreibstimme und übersichtlich strukturierten Seiten erleichtert sie auch Neulingen den Einstieg in dieses Zielentwicklungstool. Hilfreich ist dabei auch das Glossar für Fachbegriffe. **ks**

Daniela Kudernatsch | Workbook Hoshin Kanri | Schäffer-Poeschel Verlag | 185 Seiten | 29,95 Euro

Wenn Viele eine Reise tun ...

... hat vorher jemand ordentlich was zu organisieren gehabt – und sich vielleicht des Gruppenhandbuchs 2022 bedient. Zugegeben, der Reiseratgeber für Gruppen und Vereine ist als Papieredition ein bisschen old school. Wer heutzutage einen Ausflug mit seinem Team oder gleich der ganzen Firma plant, findet im Internet schnell viele Anregungen – auch die zum Buch gehörige Webseite bietet da so einiges. Warum also eine gedruckte Ausgabe? Weil sie über 50 potenzielle Ziele in Deutschland (und ein paar im benachbarten Ausland) übersichtlich zusammenfasst. Zoos, Museen, Erlebnisparks, Berge, Höhlen, mit allen Besucherinfos, bequem durchblätterbar, dazu gut 40 Seiten mit praktischen Tipps und Checklisten zur Vor- und Nachbereitung der Reise. Erfüllt seinen Zweck, was will man mehr? **uh**

Karin und Christoph Huss (Hrsg.) | Gruppenhandbuch 2022 | Huss Verlag | 128 Seiten | 21,19 Euro



IHK-Hauptgeschäftsführer Claudius Marx (links) und IHK-Präsident Thomas Conrady (rechts).



Resolution der IHK-Vollversammlung

IHK unterstützt Unabhängigkeit von russischer Energie

Ohne Gegenstimmen haben die Mitglieder der IHK-Vollversammlung bei ihrer Frühjahrssitzung eine Resolution angenommen, in der sie den brutalen russischen Angriffskrieg auf die Ukraine aufs Schärfste verurteilen und zugleich die Bundesregierung darin bestärken, alle notwendigen Schritte für eine schnellstmögliche Unabhängigkeit Deutschlands von russischer Energie einzuleiten.

Was den Krieg als solchen anbelangt, findet IHK-Präsident Thomas Conrady klare Worte. „Wir alle wissen, dass jenseits der wirtschaftlichen Betroffenheit nicht weniger als der Frieden in Europa auf dem Spiel steht. Die Wirtschaft ist sich ihrer Verantwortung in dieser Situation bewusst. Dieser Krieg ist durch nichts zu rechtfertigen, wirkungsvolle Wirtschaftssanktionen sind die einzig richtige Antwort darauf. Die Wirtschaft unter-

stützt eine beschleunigte Unabhängigkeit Deutschlands bei der Energieversorgung, erwartet aber auch eine breit gestützte Verteilung der daraus resultierenden Lasten.“ „Der Schrecken dieses Krieges macht es einem schwer, über die wirtschaftlichen Auswirkungen zu sprechen“, sagt IHK-Hauptgeschäftsführer Claudius Marx. „Alles in einem ruft: Zuerst muss das Morden ein Ende haben, alles andere kommt danach. Dennoch wollen und müssen wir uns schon >

»...wirkungsvolle
Wirtschafts-
sanktionen sind
die einzig richtige
Antwort...«

Thomas Conrady,
IHK-Präsident



Über Entwicklungen, Sanktionen und Unterstützungsangebote wegen des Ukraine-Kriegs informiert die IHK unter www.konstanz.ihk.de ☎ 5441582

INHALT



- 17** **Resolution der Vollversammlung**
IHK unterstützt Unabhängigkeit von russischer Energie
- 20** **Wirtschaftsjunioren Hochrhein**
Svenja Koenig erneut zur Kreissprecherin gewählt
- 22** **Amt für Klimaschutz und Kreisentwicklung**
Leiterin Kathrin Roth stellt neue Behörde im Landkreis Konstanz vor
- 23** **Energiewende**
Solaroffensive im Landkreis Konstanz
- 24** **EU-Schweiz-Beziehungen**
Bodensee-IHKs fordern Rechtssicherheit
- 26** **Seminar: „Ausbildung heute – modern und digital“**
Dozentin Sabine Kraske informiert über die zweitägige Veranstaltung
- 28** **Öffentliche Bekanntmachungen**
Beitragsordnung, Öko-Audit-Satzung, Gebührentarif
- 32** **Lehrgänge und Seminare**
Veranstaltungsübersicht

Bild: Achim Mende



»Zuerst muss das Morden ein Ende haben, alles andere kommt danach «

Claudius Marx, IHK-Hauptgeschäftsführer

› jetzt damit auseinandersetzen, was dieser Krieg in einer globalisierten Welt anrichtet, von gekappten Liefer- und Bezugsketten über Fragen der Energieversorgung bis zum Welthunger, der massiv zunehmen könnte, wenn die Ereignisse keine Wende zum Guten erfahren.“

Und weiter: „Dieser Krieg wird auf drei Schauplätzen ausgetragen – dem militärischen Krieg vor Ort mit all seinen Grausamkeiten, dem Wirtschaftskrieg aus Sanktionen und Gegensanktionen, von dem unsere Unternehmen bereits stark betroffen sind, und möglicherweise von einem Cyberkrieg, der uns noch bevorsteht.“

Korrekturbedarf von Verträgen prüfen

In dieser Situation müssten alle einschlägigen Verträge, Gesetze und Regelungen auf den Prüfstand, die in und für Friedenszeiten gemacht wurden. „Wir müssen uns schonungslos fragen, ob sie auch im Kontext eines Angriffskrieges unverändert gelten könnten oder aber einer raschen und, wo notwendig, auch einschneidenden Korrektur bedürfen, und sei es auch nur befristet für die Dauer der aktuellen Situation.“

Nach Auffassung der Vollversammlung der IHK Hochrhein-Bodensee zählt zu diesen Regelungen etwa die Priorisierungsreihenfolge im Falle einer akuten Knappheit in der Gasversorgung oder die Frage einer verlängerten Nutzung noch aktiver Kernkraftwerke. Auch Sparpotenziale müssten gehoben und engagiert genutzt werden.

Wenig Zuversicht für ein schnelles Kriegsende

Matthias Schepp, Vorstandsvorsitzender der Deutsch-Russischen Auslandshandelskammer in Moskau und zuvor lange Jahre als Korrespondent für Stern und Spiegel tätig, war der Versammlung zugeschaltet und dämpfte die Hoffnung auf ein schnelles Ende des Krieges. Nach seiner Wahrnehmung vor Ort zählt es zu den unerwünschten Nebenwirkungen von Sanktionen, dass sie in der Bevölkerung Russlands zu einer eher zunehmenden Solidarisierung mit der Politik Putins führen.

red



Den vollständigen Text der Resolution der IHK-Vollversammlung finden Sie unter www.konstanz.ihk.de ☎ 5506256 als PDF zum Download sowie über den Link des QR-Codes



Neues Amt

Konstanz auf den Weg zur Klimaneutralität führen

Katrin Roth leitet das neue Amt für Klimaschutz und Kreisentwicklung im Landratsamt Konstanz. Im Interview spricht sie über dessen Ziele und erklärt, wie die regionale Wirtschaft von ihrer Arbeit profitieren kann.

Bild: ©DANLIN Media GmbH - stock.adobe.com; Porträt: Stadt Konstanz



Katrin Roth

Leiterin Amt für Klimaschutz
und Kreisentwicklung,
Konstanz

Frau Roth, warum braucht es das neue Amt?

Katrin Roth: Mit dem neuen Amt werden künftig die bisher getrennt organisierten Bereiche Klimaschutz, Kreisentwicklung und Wirtschaftsförderung miteinander verbunden.

Durch diese neue Struktur möchten wir zum einen den Klimaschutz als eines der zentralen Zukunftsthemen stärken und durch die Verbindung mit den Themen Wirtschaftsförderung und Kreisentwicklung Synergieeffekte erzielen.

Welche Ziele werden verfolgt?

Beim Klimaschutz ist natürlich ein wichtiges Ziel, die eigene Landkreisverwaltung auf den Weg zur Klimaneutralität zu führen. Darüber hinaus soll mit dem integrierten Klimaschutzkonzept erstmals eine Strategie für den gesamten Landkreis erarbeitet und bis Mitte 2023 fertiggestellt werden. Gleichzeitig möchten wir auch in diesem Jahr schon konkrete Projekte aus dem geplanten Klimaschutzkonzept in Kooperation mit den Kommunen, mit Wirtschaft und Öffentlichkeit umsetzen.

Was bedeutet dieser neue Schwerpunkt für die Wirtschaft im Landkreis Konstanz?

Für die Wirtschaft bedeutet dies, dass wir uns auch im Bereich Wirtschaftsförderung verstärkt in den Themen Klimaschutz und Klimaschutzmanagement in Unternehmen, Fördermittelberatung und Vernetzung engagieren werden. Aber nicht nur das. Kreisentwicklung ist immer auch Wirtschaftsförderung. Themen wie der Breitbandausbau, Mobilfunk, länd-

liche Entwicklung werden wir auch neu betrachten und schauen, wo Handlungsbedarf besteht und entsprechend nach Lösungen suchen. Gleichzeitig sind wir auch weiterhin für die Beratung aller bisherigen Themen, von betrieblichem Gesundheitsmanagement über Existenzgründung bis zur Fachkräftesicherung, für die Wirtschaft im Landkreis da.

Werden die Unternehmen eingebunden?

Selbstverständlich. Die Unternehmen werden, wie alle Akteursgruppen im Landkreis, bei der Erarbeitung des integrierten Klimaschutzkonzeptes durch einen Teilnehmertag eingebunden. Wir bauen hier auf eine rege Beteiligung und freuen uns auch über alle Unternehmen, die mit Wünschen, Ideen und Anregungen auf uns zukommen. Darüber hinaus möchten wir die Klimaschutzmanager und -managerinnen von Unternehmen und Kommunen und die Wirtschaftsförderungen im Landkreis miteinander vernetzen, um voneinander zu lernen und gemeinsam neue Projekte anzustoßen.

Inwiefern wird die Wirtschaft von der neuen Struktur profitieren?

Mit dem neuen Amt passen wir unser Angebot auch dem Bedürfnis der Wirtschaft vor Ort an. Durch die Verknüpfung der Themenfelder Klimaschutz, Kreisentwicklung und Wirtschaftsförderung in einem Amt, erhält die Wirtschaft an einer Stelle umfassende Expertise und Beratung.

Interview: Heike Wagner

Energiewende

Solaroffensive im Landkreis Konstanz

Der Landkreis Konstanz, die IHK Hochrhein-Bodensee und die Handwerkskammer Konstanz rufen zum Ausbau von Photovoltaikanlagen auf den Dachflächen auf.

In einem gemeinsamen Schreiben plädieren Landrat Zeno Danner sowie die Präsidenten von IHK und Handwerkskammer, Thomas Conrady und Werner Rottler, für eine verstärkte Nutzung aller Dachflächen im Landkreis für die Energiegewinnung durch Photovoltaik: „Eine der größten Herausforderungen unserer Zeit ist die Sicherstellung einer unabhängigen und nachhaltigen Energieversorgung. Wie wichtig es ist, uns dieser Herausforderung zu stellen, führen uns die aktuellen Geschehnisse in der Ukraine deutlich vor Augen“, heißt es in dem Schreiben und weiter: „Wir müssen die Energiewende beschleunigen, und das geht nur, wenn alle aktiv werden. Wir wenden uns daher heute an Sie, liebe Unternehmerinnen und Unternehmer, liebe Handwerkerinnen und Handwerker, weil wir uns gemeinsam mit Ihnen vor dieser Herausforderung sehen und davon überzeugt sind, dass wir noch mehr für eine unabhängige und sichere Energieversorgung tun müssen und auch können.“ Im Landkreis liege der Schwerpunkt beim Ausbau unabhängiger und regenerativer Stromerzeugungskapazitäten in der Nutzung der Sonnenenergie durch Photovoltaik. Noch wird nur etwa ein Fünftel des Energiebedarfs aus regenerativen Energien gedeckt. IHK-Präsident Conrady ruft deswegen die Mitgliedsunternehmen auf, durch die Nutzung von Industrie- und Gewerbeflächen für Photovoltaikanlagen zu einer sicheren und unabhängigen Energieversorgung und zu einem geringen Flächenverbrauch beizutragen. „Wir möchten Sie daher aufrufen, Ihr Flächenpo-



Bild: Adobe Stock – MAXSHOT.PL

tenzial für die Stromerzeugung durch Photovoltaik zu nutzen und damit einen wichtigen Beitrag für die Energiewende zu leisten.“ **red**

Mehr Solarpaneele auf den Dächern im Landkreis: Diese Forderung stellen Kommunalpolitik und regionale Wirtschaft.



Informationen und Unterstützung gibt es bei der Energieagentur Kreis Konstanz
🌐 www.energieagentur-kreis-konstanz.de/solaroffensive oder über den QR-Code

EU-Schweiz-Beziehungen

Bodensee-IHKs fordern Rechtssicherheit

Vor rund einem Jahr brach der Schweizer Bundesrat die Verhandlungen über ein institutionelles Abkommen zwischen der Schweiz und der EU ab. Dieses hätte den bilateralen Weg, welcher der Schweiz eine sektorale Teilnahme am europäischen Binnenmarkt ermöglicht, auf ein langfristig tragfähiges Fundament gestellt. Seither ist unklar, wie die rechtlichen Beziehungen zwischen der Schweiz und der EU ausgestaltet werden sollen. Die Rechtsunsicherheit ist im grenzübergreifenden Wirtschaftsraum Bodensee direkt spürbar: Dieses Fazit ziehen die IHKs rund um den Bodensee bei ihrer Konferenz Anfang April.

Im Gebiet um den Bodensee spielen nationale Grenzen im Alltag von Bevölkerung und Wirtschaft eine untergeordnete Rolle. So sind heute in den Ostschweizer Kantonen über 15.000 Beschäftigte aus Deutschland und Österreich tätig. Das Warenhandelsvolumen zwischen der Schweiz und Süddeutschland alleine ist grösser als das zwischen der Schweiz und China. Dies ermöglichen bilaterale Verträge, welche die Beziehungen zwischen der EU und der Schweiz seit Beginn dieses Jahrhunderts regeln, und zahlreiche regulatorische Unterschiede zwischen dem Nicht-EU-Mitglied Schweiz sowie Deutschland und Österreich eliminieren. Sie erleichtern einerseits grenzübergreifende Wertschöpfungsketten

maßgeblich, andererseits ermöglichen sie die Schweizer Teilnahme an der Personenfreizügigkeit sowie am Schengenraum. Die Bodenseeregion stärkt so ihre Wertschöpfungskraft und Attraktivität als Wirtschaftsregion.

Mit dem Verhandlungsabbruch verlieren die bilateralen Verträge schleichend an Bedeutung und auf absehbare Zeit wird der reibungslose Grenzverkehr im Bodenseeraum riskiert. In Anbetracht der grossen Verflechtung der Wirtschaft wäre dies ein eklatanter Rückschritt, mit direkten Auswirkungen auf den Wohlstand der Region. Folglich fordern die B-IHKs eine rasche Klärung der Beziehungen EU-Schweiz, um den grenzübergreifenden Wirtschaftsraum zu erhalten und zu stärken. Erste Branchen sehen sich bereits mit erhöhten Handelshindernissen konfrontiert (Medizinaltechnik), weitere wie etwa die Maschinenindustrie werden in den nächsten Jahren folgen. Aus Sicht der B-IHKs sind diese kurz- und mittelfristigen Auswirkungen zu vermeiden. Die nationalen Regierungen sind angehalten, auf zeitnahe Bestimmungen hinzuwirken, welche den grenzübergreifenden Wirtschaftsaktivitäten im Bodenseeraum Rechnung tragen. Prioritäres Ziel muss die Erhaltung des Status Quo unter den Bilateralen I und damit der reibungslose Grenzverkehr zwischen Deutschland, Österreich und der Schweiz sein. **red**



Foto: Adobe Stock - Blue Planet Studio, Porträt: Gabriel Schropp

Seminar

Ausbildung heute – modern und digital

Die heutigen Auszubildenden sind in einer digitalen Welt aufgewachsen. Unternehmen stehen deshalb vor der Herausforderung, die Ausbildung an diese Generation anzupassen. Darum geht es am **22. und 23. Juni** in der Veranstaltung „Ausbildung heute – modern und digital“, die Ausbildern Tipps dazu gibt. Im Interview gibt Dozentin Sabine Kraske einen ersten Einblick in die Seminarinhalte.

Frau Kraske, was macht eine Ausbildung modern?

Sabine Kraske: Unter einer modernen Ausbildung versteht man nicht nur die technischen Möglichkeiten, die man heute einsetzen kann. Zum Beispiel kann man das Handy in Ausbildungssequenzen integrieren oder virtuelle Teambuildings über mehrere Standorte des Unternehmens anbieten.

Vielmehr geht es in der modernen Ausbildung auch darum, aktuelle Lehransätze miteinzubringen. Das heißt, Lernprozesse aktiver, nachhaltiger und agiler zu gestalten: Welche Kompetenzen bringen Auszubildende mit? Wo können sie abgeholt werden? Wo bedarf es Unterstützung und Förderung?

Die heutigen Auszubildenden gehören der Generation Z an. Was bedeutet das?

Die Generation Z ist technologieaffin und immer online, ungeduldig und fordernd, gesundheits- und umweltbewusst – mit diesen Eigenschaften lässt sich diese Generation gut umschreiben. Sie wurden zwischen 1995 bis 2010 geboren und sind in der Regel behütet aufgewachsen. Diese Generation steht aber dennoch unter enormem Leistungsdruck, weil sie sich permanent über Social Media mit anderen vergleicht und unter der Annahme steht, immer erreichbar sein zu müssen. Es gibt außerdem wenige Generationen, die während der Coronakrise so gelitten haben wie diese. Plötzlich hatte man weniger soziale Kontakte, man war monatelang nicht in der Schule und konnte seinen Hobbies nicht nachgehen. Das hat natürlich Auswirkungen auf die Kommunikation.



Sabine Kraske
Dozentin

Die Generation Z redet weniger, sie textet. Dafür lernen sie schnell und sind anderen Generationen im Umgang mit den digitalen Medien deutlich überlegen. Hier müssen sie abgeholt werden. Die Generation ist wertvoll für das Unternehmen.

Das Seminar richtet sich an Auszubildende. Welche Inhalte werden ihnen vermittelt?

Zuerst werfen wir einen Blick auf die eigene Lernbiografie. Wie war meine Ausbildung? Was und wer hat mich vorangebracht und wie kann ich das für mich einbinden? Es geht erst um die eigene Einstellung: Wer bin ich als Ausbilder und wohin möchte ich mich entwickeln?

Dann schauen wir auf die Auszubildenden. Welche Motivationen sie haben und wie sich diese erkennen und fördern lässt. Außerdem gehen wir auf lernpädagogische und didaktische Dinge ein: Mein Auszubildender hat eine Klausur in der Berufsschule und ich soll ein Training durchführen. Wie setze ich das sowohl digital als auch vor Ort um?

Interview: Janne Bock



Weitere Informationen zum Seminar:

🌐 www.konstanz.ihk.de ☎ 143138864

Saskia Weide, Fachbereich Weiterbildung
(Konstanz) ☎ 07531 2860 172

✉ Saskia.weide@konstanz.ihk.de

ÖFFENTLICHE BEKANNTMACHUNGEN

Beitragsordnung

Die Vollversammlung der IHK Hochrhein-Bodensee hat am 14. Dezember 2021 der Änderung der Beitragsordnung zugestimmt. Diese wird nachfolgend aus redaktionellen Gründen im Volltext veröffentlicht.

Die Vollversammlung der Industrie- und Handelskammer (IHK) Hochrhein-Bodensee hat am 14. Dezember 2021 gemäß den §§ 3 und 4 des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern vom 18. Dezember 1956 (BGBl. I S. 920), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern vom 7. August 2021 BGBl. I S. 3306), folgende Beitragsordnung beschlossen:

§ 1 Beitragspflicht

- (1) Die Industrie- und Handelskammer (IHK) erhebt von den IHK-Zugehörigen Beiträge nach Maßgabe des IHKG und der folgenden Vorschriften; die Beiträge sind öffentliche Abgaben.
- (2) Die Beiträge werden als Grundbeiträge (§ 6) und Umlagen (§ 7) erhoben.
- (3) Die Vollversammlung setzt jährlich in der Wirtschaftssatzung die Grundbeiträge, den Hebesatz der Umlage und die Freistellungsgrenze (§ 5 Abs. 3) fest.

§ 2 Organgesellschaften und Betriebsstätten

- (1) Verbundene Unternehmen (Organgesellschaften) werden nach den Bestimmungen des § 2 Abs. 1 IHKG als eigenständige IHK-Zugehörige zum Beitrag veranlagt.
- (2) Hat ein IHK-Zugehöriger mehrere Betriebsstätten im Sinne von § 12 AO im IHK-Bezirk, so wird der Grundbeitrag nur einmal erhoben.

§ 3 Beginn und Ende der Beitragspflicht

- (1) Die Beitragspflicht entsteht mit Beginn des Geschäftsjahres, erstmalig mit dem Beginn der IHK-Zugehörigkeit.
- (2) Erhebungszeitraum für den Beitrag ist das Geschäftsjahr (§ 11 Abs. 1 der Satzung).
- (3) Die Beitragspflicht endet mit dem Zeitpunkt, in dem die Gewerbesteuerpflicht erlischt. Sie wird durch die Eröffnung eines Liquidations- oder Insolvenzverfahrens nicht berührt.

§ 4 Gewerbebeitrag/Gewinn aus Gewerbebetrieb

- (1) Der Gewerbebeitrag wird nach § 7 GewStG unter Berücksichtigung von § 10a GewStG ermittelt.
- (2) Falls für das Bemessungsjahr ein Gewerbesteuermessbetrag nicht festgesetzt worden ist, tritt an die Stelle des Gewerbebeitrages der nach dem Einkommen- oder Körperschaftsteuergesetz ermittelte Gewinn aus Gewerbebetrieb.

§ 5 Beitragsfreistellung nach § 3 Abs. 3 Sätze 3 bis 5 IHKG

- (1) Natürliche Personen und Personengesellschaften, die nicht in das Handelsregister eingetragen sind, und eingetragene Vereine, wenn nach Art oder Umfang ein in kaufmännischer Weise eingerichteter Geschäftsbetrieb nicht erforderlich ist, sind vorbehaltlich eines Beschlusses nach Abs. 3 vom Beitrag freigestellt, soweit ihr Gewerbebeitrag nach dem Gewerbesteuergesetz oder, soweit für das Bemessungsjahr ein Gewerbesteuermessbetrag nicht festgesetzt wird, ihr nach dem Einkommensteuergesetz ermittelter Gewinn aus Gewerbebetrieb 5.200 Euro nicht übersteigt.
- (2) Die in Absatz 1 genannten natürlichen Personen sind, soweit sie in den letzten fünf Wirtschaftsjahren vor ihrer Betriebseröffnung weder Einkünfte aus Land- und Forstwirtschaft, Gewerbebetrieb oder selbständiger Arbeit erzielt haben, noch an einer Kapitalgesellschaft mittelbar oder unmittelbar zu mehr als einem Zehntel beteiligt waren, für das Geschäftsjahr der Industrie- und Handelskammer, in dem die Betriebseröffnung erfolgt, und für das darauf folgende Jahr von der Umlage und vom Grundbeitrag sowie für das dritte und vierte Jahr von der Umlage befreit, wenn ihr Gewerbebeitrag oder Gewinn aus Gewerbebetrieb 25.000 Euro nicht übersteigt.
- (3) Wenn nach dem Stand der zum Zeitpunkt der Verabschiedung der Wirtschaftssatzung vorliegenden Bemessungsgrundlagen zu besorgen ist, dass bei der IHK die Zahl der Beitragspflichtigen, die einen Beitrag entrichten, durch die in den Absätzen 1 und 2 genannten Freistellungsregelungen auf weniger als 55 vom Hundert aller ihr zugehörigen Gewerbetreibenden sinkt, kann die Vollversammlung für das betreffende Geschäftsjahr eine entsprechende Herabsetzung der dort genannten Grenzen für den Gewerbebeitrag oder den Gewinn aus Gewerbebetrieb beschließen.

§ 6 Berechnung des Grundbeitrags

- (1) Der Grundbeitrag kann gestaffelt werden. Zu den Staffelnungskriterien gehören insbesondere Art und Umfang sowie die Leistungskraft des Gewerbebetriebes. Berücksichtigt werden können dabei der Gewerbebeitrag, die Handelsregistereintragung, das Erfordernis eines in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetriebs, der Umsatz, die Bilanzsumme und die Arbeitnehmerzahl. Die Staffelung und die Höhe der Grundbeiträge legt die Vollversammlung in der Wirtschaftssatzung fest.
- (2) Der Grundbeitrag wird als Jahresbeitrag erhoben. Er ist auch dann in voller Höhe zu entrichten, wenn der gewerbliche Betrieb oder seine Betriebsstätten nicht im ganzen Erhebungszeitraum oder nur mit einem Betriebsteil beitragspflichtig sind. Besteht die Beitragspflicht im Erhebungszeitraum nicht länger als sechs Monate, kann auf Antrag von der Erhebung des Grundbeitrags ganz oder teilweise abgesehen werden.

§ 7 Berechnung der Umlage

- (1) Bemessungsgrundlage für die Umlage ist der Gewerbebeitrag.

- (2) Bei natürlichen Personen und Personengesellschaften ist die Bemessungsgrundlage für die Umlage einmal um einen Freibetrag gemäß § 3 Abs. 3 Satz 7 IHKG für das Unternehmen zu kürzen; bei Unternehmen mit mehreren Betriebsstätten wird der Freibetrag vor Ermittlung der Zerlegungsanteile von der Bemessungsgrundlage des ganzen Unternehmens abgezogen.
- (3) Besteht die Beitragspflicht nicht während des vollen Geschäftsjahres, so wird die Umlage nur anteilig entsprechend der Zahl der vollen Monate, in denen die Beitragspflicht besteht, erhoben.

§ 8 Zerlegung

- (1) Bei einer Zerlegung des Gewerbebeitrags sind nur die auf den IHK-Bezirk entfallenen Zerlegungsanteile der Umlagebemessung und, soweit der Gewerbebeitrag für die Bemessung des Grundbeitrags oder die Freistellung (§ 5) herangezogen wird, auch dabei zugrunde zu legen. Satz 1 gilt entsprechend für die Bemessungsgrundlage Gewinn aus Gewerbebetrieb und für den Umsatz, die Bilanzsumme oder die Arbeitnehmerzahl, wenn diese für die Bemessung des Grundbeitrags herangezogen werden.
- (2) Die Zerlegung erfolgt auf der Grundlage der von der Finanzverwaltung festgestellten gewerbesteuerlichen Zerlegungsanteile. Liegt keine gewerbesteuerliche Zerlegung durch die Finanzverwaltung vor, kann die Zerlegung nach entsprechender Anwendung der §§ 28 ff GewStG (gewerbesteuerlichen Zerlegung) durch die IHK erfolgen.

§ 9 Bemessungsjahr

- (1) Soweit die Beitragsordnung auf den Gewerbebeitrag, den Gewinn aus Gewerbebetrieb, den Umsatz, die Bilanzsumme oder die Arbeitnehmerzahl Bezug nimmt, sind die Werte des Bemessungsjahres maßgebend.
- (2) Das Bemessungsjahr wird in der jährlichen Wirtschaftssatzung festgesetzt.

§ 10 Umsatz, Bilanzsumme, Arbeitnehmerzahl

- (1) Umsatz im Sinne der Beitragsordnung ist die Summe der steuerfreien und steuerpflichtigen Lieferungen und sonstige Leistungen einschließlich unentgeltlicher Wertabgaben im Sinne von § 1 Abs. 1 sowie § 3 Abs. 1b und 9a UStG. Bei umsatzsteuerlichen Organisationsformen wird für den gesamten Organisationsbereich der umsatzsteuerliche Umsatz der Organträgerin zugrunde gelegt.
- (2) Die Bilanzsumme wird nach § 266 HGB und die Zahl der Arbeitnehmer nach § 267 Abs. 5 HGB ermittelt.

§ 11 Handelsregistereintragung

- (1) Soweit die Beitragsordnung Rechtsfolgen an die Eintragung im Handelsregister knüpft, ist dieses Kriterium erfüllt, wenn der IHK-Zugehörige zu irgendeinem Zeitpunkt des Geschäftsjahres im Register eingetragen ist. Dieses Kriterium ist ebenfalls erfüllt, wenn der IHK-Zugehörige in einem Register eines anderen Staates eingetragen ist, soweit dieses Register eine dem deutschen Handelsregister vergleichbare Funktion hat.
- (2) Abs. 1 gilt entsprechend, soweit die Beitragsordnung Rechtsfolgen daran knüpft, dass der Gewerbebetrieb des IHK-Zugehörigen nach Art und Umfang einen in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb erfordert.

§ 12 Besondere Regelungen für gemischtgewerbliche Betriebe

- (1) Die IHK erhebt von IHK-Zugehörigen, die in der Handwerksrolle oder in dem Verzeichnis nach § 19 der Handwerksordnung eingetragen sind (gemischtgewerbliche Betriebe) den Beitrag für den Betriebsteil, der weder handwerklich (Anlage A und Anlage B Abschnitt 1 der HwO) noch handwerksähnlich (Anlage B Abschnitt 2 der HwO) ist, sofern der Gewerbebetrieb nach Art und Umfang einen in kaufmännischer Weise eingerichteten Geschäftsbetrieb erfordert und mit dem weder handwerklichen noch handwerksähnlichen Betriebsteil einen Umsatz von mehr als 130.000 Euro erzielt hat.
- (2) Nur der Gewerbebeitrag, der auf den Betriebsteil entfällt, der weder handwerklich noch handwerksähnlich ist, wird der Umlagebemessung und, soweit der Gewerbebeitrag für die Bemessung des Grundbeitrags oder die Beitragsfreistellung (§ 5) herangezogen wird, auch dabei zugrunde gelegt. Satz 1 gilt entsprechend für die Bemessungsgrundlage Gewinn aus Gewerbebetrieb und für den Umsatz, die Bilanzsumme oder die Arbeitnehmerzahl, wenn diese für die Bemessung des Grundbeitrags oder die Beitragsfreistellung nach § 5 herangezogen werden.
- (3) Im Rahmen der nach dieser Vorschrift vorzunehmenden Zuordnungen findet § 8 Abs. 2 keine Anwendung.

§ 13 Besondere Regelungen für Inhaber von Apotheken, Angehörige von freien Berufen und der Land- und Forstwirtschaft

- (1) Inhaber einer Apotheke werden mit einem Viertel ihres Gewerbebeitrages zur Umlage veranlagt. Satz 1 gilt entsprechend, soweit der Gewerbebeitrag für die Bemessung des Grundbeitrags oder die Beitragsfreistellung herangezogen wird.
- (2) Abs. 1 findet auch Anwendung auf IHK-Zugehörige, die oder deren sämtliche Gesellschafter vorwiegend
 - a) einen freien Beruf ausüben oder
 - b) Land- oder Forstwirtschaft auf einem im Bezirk der IHK belegenen Grundstück oder
 - c) als Betrieb der Binnenfischerei Fischfang in einem im Bezirk der IHK belegenen Gewässer betreiben
 und Beiträge an eine oder mehrere andere Kammern entrichten, mit der Maßgabe, dass statt eines Viertels ein Zehntel der dort genannten Bemessungsgrundlage bei der

Veranlagung zu Grunde gelegt wird. Die IHK-Zugehörigen haben das Vorliegen der Voraussetzungen für die Herabsetzung der Bemessungsgrundlage nachzuweisen.

§ 14 Besondere Regelung für Komplementärgesellschaften

- (1) Kapitalgesellschaften, deren gewerbliche Tätigkeit sich in der Funktion eines persönlich haftenden Gesellschafters in nicht mehr als einer Personenhandelsgesellschaft erschöpft, kann in der jährlichen Wirtschaftssatzung ein ermäßigter Grundbeitrag eingeräumt werden, sofern beide Gesellschaften der IHK zugehören.
- (2) Die Wirtschaftssatzung kann vorsehen, dass die Ermäßigung des Grundbeitrags nur auf Antrag gewährt wird.

§ 15 Beitragsveranlagung

- (1) Die Beitragsveranlagung erfolgt durch schriftlichen Bescheid. Dieser ist dem IHK-Zugehörigen in einem verschlossenen Umschlag zu übersenden.
- (2) Im Beitragsbescheid ist auf die für die Beitragserhebung maßgeblichen Rechtsvorschriften hinzuweisen; die Bemessungsgrundlage und das Bemessungsjahr sind anzugeben. Ferner ist eine angemessene Zahlungsfrist zu bestimmen, gerechnet vom Zeitpunkt des Zugangs. Der Bescheid ist mit einer Rechtsbehelfsbelehrung zu versehen.
- (3) Sofern der Gewerbebeitrag oder der Zerlegungsanteil für das Bemessungsjahr noch nicht vorliegt, kann der IHK-Zugehörige aufgrund des letzten vorliegenden Gewerbebeitrages oder – soweit ein solcher nicht vorliegt – aufgrund einer Schätzung in entsprechender Anwendung des § 162 AO vorläufig veranlagt werden. Satz 1 findet entsprechende Anwendung auf den Gewinn aus Gewerbebetrieb und auf den Umsatz, die Bilanzsumme und die Arbeitnehmerzahl, soweit diese für die Veranlagung von Bedeutung sind.
- (4) Ändert sich die Beitragsbemessungsgrundlage nach Erteilung des Beitragsbescheides, so erlässt die IHK einen berichtigten Bescheid. Zu viel gezahlte Beiträge werden erstattet, zu wenig erhobene Beiträge werden nachgefordert. Von einer Nachforderung kann abgesehen werden, wenn die Kosten der Nachforderung in einem Missverhältnis zu dem zu fordernden Beitrag stehen.
- (5) Der IHK-Zugehörige ist verpflichtet, der IHK Auskunft über die zur Festsetzung des Beitrags erforderlichen Grundlagen zu geben; die IHK ist berechtigt, die sich hierauf beziehenden Geschäftsunterlagen einzusehen. Werden von dem IHK-Zugehörigen Angaben, die zur Feststellung seiner Beitragspflicht oder zur Beitragsfestsetzung erforderlich sind, nicht gemacht, kann die IHK die Beitragsbemessungsgrundlage entsprechend § 162 AO schätzen; dabei sind alle Umstände zu berücksichtigen, die für die Schätzung von Bedeutung sind.

§ 16 Vorauszahlungen

Für die Fälle des § 15 Abs. 3 kann die Wirtschaftssatzung regeln, dass die IHK-Zugehörigen Vorauszahlungen auf ihre Beitragsschuld zu entrichten haben. Die Vorauszahlung ist auf der Grundlage der §§ 6 und 7 nach pflichtgemäßem Ermessen zu bestimmen. Die Erhebung erfolgt durch Vorauszahlungsbescheid. §§ 15 und 17 gelten entsprechend.

§ 17 Fälligkeit des Beitragsanspruches

Der Beitrag wird fällig mit Zugang des Beitragsbescheides; er ist innerhalb der gesetzten Zahlungsfrist zu entrichten.

§ 18 Mahnung und Beitreibung

- (1) Beiträge, die nach Ablauf der Zahlungsfrist nicht beglichen sind, werden mit Festsetzung einer neuen Zahlungsfrist angemahnt. Die Erhebung einer Mahngebühr (Beitreibungsgebühr, Auslagen) richtet sich nach der Gebührenordnung der IHK.
- (2) In der Mahnung ist der Beitragspflichtige darauf hinzuweisen, dass im Falle der Nichtzahlung innerhalb der Mahnfrist die Beitreibung der geschuldeten Beträge eingeleitet werden kann.
- (3) Die Einziehung und Beitreibung ausstehender Beiträge richtet sich nach § 3 Abs. 8 IHKG in Verbindung mit den Vorschriften des Kommunalabgabengesetzes und des Landesverwaltungsvollstreckungsgesetzes in den jeweils geltenden Fassungen. Die Erhebung einer Beitreibungsgebühr richtet sich nach der Gebührenordnung der IHK.

§ 19 Stundung; Erlass; Niederschlagung

- (1) Beiträge können auf Antrag gestundet werden, wenn die Einziehung bei Fälligkeit eine erhebliche Härte für den Beitragspflichtigen bedeuten würde und der Beitragsanspruch

durch die Stundung nicht gefährdet erscheint. Der Antrag soll schriftlich erfolgen und eine Begründung enthalten.

- (2) Beiträge können auf Antrag im Falle einer unbilligen Härte ganz oder teilweise erlassen werden. Im Interesse einer gleichmäßigen Behandlung aller IHK-Zugehörigen ist an den Begriff der unbilligen Härte ein strenger Maßstab anzulegen. Abs. 1 Satz 2 gilt entsprechend.
- (3) Beiträge können niedergeschlagen werden, wenn ihre Beitreibung keinen Erfolg verspricht oder wenn die Kosten der Beitreibung in einem Missverhältnis zur Beitragsschuld stehen.
- (4) Von der Beitragsfestsetzung kann in entsprechender Anwendung von § 156 Abs. 2 AO abgesehen werden, wenn bereits vorher feststeht, dass die Beitreibung keinen Erfolg haben wird oder die Kosten der Festsetzung und der Beitreibung in einem Missverhältnis zur Beitragshöhe stehen.

§ 20 Verjährung

Für die Verjährung der Beitragsansprüche gelten die Vorschriften der Abgabeordnung über die Verjährung der Steuern vom Einkommen und vom Vermögen entsprechend.

§ 21 Rechtsbehelfe

- (1) Gegen den Beitragsbescheid ist der Widerspruch nach den Bestimmungen der Verwaltungsgerichtsordnung gegeben. Über den Widerspruch entscheidet die IHK.
- (2) Gegen den Beitragsbescheid in Gestalt des Widerspruchbescheides kann innerhalb eines Monats nach Zustellung vor dem zuständigen Verwaltungsgericht Klage erhoben werden. Die Klage ist gegen die IHK zu richten.
- (3) Rechtsbehelfe gegen Beitragsbescheide haben keine aufschiebende Wirkung (§ 80 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 VwGO).

§ 22 Inkrafttreten

Die Beitragsordnung tritt am 1. Januar 2022 in Kraft. Gleichzeitig tritt die Beitragsordnung vom 27. November 2017 außer Kraft. Für die Festsetzung/Berichtigung von Beiträgen aus Haushaltsjahren vor dem 1. Januar 2022 gilt die Beitragsordnung in der vor dem 1. Januar 2022 geltenden Fassung.

Konstanz, 14. Dezember 2021

IHK Hochrhein-Bodensee

gez.
Thomas Conrady
Präsident

gez.
Prof. Dr. Claudius Marx
Hauptgeschäftsführer

Gemäß § 11 Abs. 2 des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern (IHKG) genehmige ich die von der Vollversammlung der IHK Hochrhein-Bodensee am 14. Dezember 2021 beschlossene Beitragsordnung.

Stuttgart, 16. Dezember 2021
Az.: WM42-42-367/87

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus
Baden-Württemberg

gez. Klaus Fingerhut
Ministerialrat

Die vorstehende Beitragsordnung wird hiermit ausgefertigt und im Mitteilungsblatt „Wirtschaft im Südwesten“ veröffentlicht.

Konstanz, 17. Dezember 2021

IHK Hochrhein-Bodensee

gez.
Thomas Conrady
Präsident

gez.
Prof. Dr. Claudius Marx
Hauptgeschäftsführer

Öko-Audit-Satzung

Die Vollversammlung der IHK Hochrhein-Bodensee hat in ihrer Sitzung am 11. April 2022 beschlossen, die am 1. März 1996 in Kraft getretene Satzung über die Wahrnehmung der Aufgabe der registerführenden Stelle nach Art. 8, 9 und 18 der Verordnung (EWG) 1836/93 des Rates vom 29. Juni 1993 über die freiwillige Beteiligung gewerblicher Unternehmen an einem Gemeinschaftssystem für das Umweltmanagement und die Umweltbetriebsprüfung sowie den §§ 32 bis 36 des Umweltauditgesetzes aufzuheben.

Konstanz, 11. April 2022

IHK Hochrhein-Bodensee

gez.
Thomas Conrady
Der Präsident

gez.
Prof. Dr. Claudius Marx
Der Hauptgeschäftsführer

Der vorstehende Beschluss wurde am 13. April 2022 vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg im Einvernehmen mit dem Ministerium für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Baden-Württemberg unter dem Az.: WM42-42-367/85 genehmigt.

Der vorstehende Beschluss wird hiermit ausgefertigt und im Mitteilungsblatt „Wirtschaft im Südwesten“ veröffentlicht.

Konstanz, 19. April 2022

IHK Hochrhein-Bodensee

gez.
Thomas Conrady
Der Präsident

gez.
Prof. Dr. Claudius Marx
Der Hauptgeschäftsführer

ÖFFENTLICHE BEKANNTMACHUNGEN

Gebührentarif ab 1. Mai 2022

Die Vollversammlung der Industrie- und Handelskammer Hochrhein-Bodensee hat in ihrer Sitzung am 11. April 2022 gem. den §§ 3 und 4 des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern vom 18. Dezember 1956 (BGBl. I, 920), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes zur vorläufigen Regelung des Rechts der Industrie- und Handelskammern vom 7. August 2021 (BGBl. I S. 3306) und gem. § 4 Abs. 2 b) der Satzung der IHK Hochrhein-Bodensee vom 19. April 2021 sowie gem. § 1 Abs. 1 der Gebührenordnung der IHK Hochrhein-Bodensee vom 28. November 2007 den Gebührentarif wie folgt neu gefasst:

		Zuschlag für nicht IHK- Zugehörige		EUR	EUR		EUR
1. Außenwirtschaft / International							
1.1	Ausstellen eines Carnets für Mitglieder bis zu 5 Reisen für Mitglieder ab 6 Reisen *) auch für Mitglieder der Handwerkskammer für nicht IHK-Zugehörige			65,00*) 83,00*) 130,00'			
1.2	Nachbearbeitung eines Carnets			37,00			
1.3	Regulierung nicht ordnungsgemäß abgefertigter Carnets			63,00			
1.4	Ausstellen von Ursprungszeugnissen sowie dem Wirtschafts- verkehr dienenden Bescheinigungen inklusive bis drei Kopien für jede, ab 4. Kopie			18,00 3,00			
1.5	Ausstellung von elektronischen Ursprungszeugnissen			18,00			
1.6	Ausstellung von Ursprungszeugnissen mit erhöhtem Aufwand			20,00–50,00			
1.7	Elektronische Ausstellung von dem Wirtschaftsverkehr dienenden Bescheinigungen			18,00			
2. Berufliche Bildung							
2.1	Berufsausbildung und Umschulung						
2.1.1	Betreuung eines Berufsausbildungs- oder Umschulungs- verhältnisses: Pauschalgebühr für die Eintragung und Prüfungen in allen Ausbildungsberufen, die nicht unter die Ausnahme 2.1.1.1 fallen			360,00	125,00		
2.1.1.1	Berufskraftfahrer			600,00	165,00		
2.1.2	Bei Auflösung eines Berufsausbildungs- oder Umschulungs- verhältnisses ermäßigt sich die Gebühr: a) vor Beginn der Ausbildung auf b) innerhalb der Probezeit auf c) bis zur ersten Teil- oder Zwischenprüfung auf			70,00 70,00 50%	20,00 20,00		
2.1.3	Übernahme eines Auszubildenden nach abgelegter erster Teil- oder Zwischenprüfung oder in einem aufbauenden Ausbildungsvertrag			50%	50%		
2.1.4	Abschlussprüfung nach Zulassung in besonderen Fällen (§ 45 Abs. 2 BBiG) in allen Ausbildungsberufen, die nicht unter die Ausnahme 2.1.4.1 fallen			360,00			
2.1.4.1	Berufskraftfahrer			600,00			
2.2	Sonderfälle Ausbildung / Umschulung						
2.2.1	Umschulungsverhältnisse, die nicht im Rahmen der Vereinbarung zwischen dem Ministerium für Kultus, Jugend und Sport Baden-Württemberg und den Kammern über die gemeinsamen Abschlussprüfungen gem. § 34 BBiG abgewickelt werden, werden behandelt wie nicht IHK- Zugehörige unter 2.1.1						
2.2.2	Wiederholung einer Abschluss- oder Umschulungsprüfung			265,00			
2.2.2.1	Wiederholung des praktischen Prüfungsteils Berufskraftfahrer			530,00			
2.2.3	Prüfungsgebühr für Zusatzqualifikationen (ZQ) für Auszubil- dende, die nicht unter 2.2.3.1 fallen			50,00			
2.2.3.1	Prüfungsgebühr Internationales Wirtschaftsmanagement (IWM)			300,00			
2.2.4	Wiederholungsprüfung in einer Zusatzqualifikation			50%			
2.3	Weiterbildung						
2.3.1	Prüfungen gem. § 4 Ausbilder-Eignungsverordnung und Wiederholungsprüfungen a) Gesamtprüfung b) mündlicher Prüfungsteil c) schriftlicher Prüfungsteil			170,00 – 300,00 85,00 – 150,00 85,00 – 150,00			
2.3.2	Prüfungsgebühr für die Durchführung von Fortbildungs- prüfungen a) Wirtschaftsbezogene Qualifikationen/Fachrichtungs- übergreifende Basisqualifikationen/Grundlegende Qualifikationen			300,00 – 500,00			
	b) Technische Qualifikationen			300,00 – 500,00			
	c) Handlungsspezifische und spezielle Qualifikationen			390,00 – 500,00			
2.3.3	Sonstige Fortbildungsprüfungen teilweise mit Projektarbeiten und/oder aufwendigem Fachgespräch			300,00 – 1.200,00			
2.3.4	Wiederholung einer Fortbildungsprüfung nach 2.3.2 a) pro Prüfungsteil b) bei einzelnen Prüfungsfächern pro Prüfungsteil anteilig nach Anzahl der Prüfungsfächer			300,00 – 500,00 60,00 – 240,00			
2.3.5	Wiederholung einer Fortbildungsprüfung nach 2.3.3			100,00 – 1.200,00			
2.4	Ersatzausfertigungen / Gleichwertigkeitsbescheinigung / verspätete Anmeldung						
2.4.1	Ersatzausfertigung von Prüfungsdokumenten			80,00			
2.4.2	Übersetzung eines Zeugnisses			50,00			
2.4.3	Zusatzbearbeitungsgebühr bei verspäteter Anmeldung zur Weiterbildungsprüfung			50,00			
2.5	Rücktritt/Widerspruch						
2.5.1	Rücktritt von einer Prüfung a) bei Rücktritt von der Prüfung einen Tag vor der Prüfung b) bei Rücktritt von der Prüfung 7 Arbeitstage vor der Prüfung c) bei Rücktritt von der Prüfung 14 Arbeitstage vor der Prüfung					Volle Gebühr 75% 50%	
2.5.2	Zurückweisung eines Widerspruchs oder Rücknahme eines Widerspruchs durch den Antragsteller, nachdem mit der sachlichen Bearbeitung begonnen wurde			50,00 – 200,00			
3. Handel und Dienstleistungen							
3.1	Unterrichtungsverfahren im Gaststättengewerbe						
3.1.1	Unterrichtung im Gaststättengewerbe			90,00			
3.1.2	Ausstellung von Ersatzbescheinigungen über die Teilnahme am Unterrichtsverfahren			30,00			
3.1.3	Einzelunterricht			375,00			
3.1.4	Bescheinigung über die Befreiung vom Unterrichtsverfah- ren aufgrund besonderer Qualifikation			40,00			
3.2	Bewachungsgewerbe						
3.2.1	Sachkundeprüfung Bewachungsgewerbe			150,00 – 300,00			
3.2.2	Rücktritt von einer Sachkundeprüfung: a) bei Rücktritt von der Prüfung einen Tag vor der Prüfung b) bei Rücktritt von der Prüfung 7 Arbeitstage vor der Prüfung c) bei Rücktritt von der Prüfung 14 Arbeitstage vor der Prüfung					Volle Gebühr 75 % 50 %	
3.2.3	Unterrichtungsverfahren im Bewachungsgewerbe für unselbstständiges Bewachungspersonal			425,00			
3.2.4	Ausstellung von Ersatzbescheinigungen über die Teilnahme am Unterrichtsverfahren			30,00			
4. Recht							
4.1	Bestellung und Vereidigung von Sachverständigen						
4.1.1	Bearbeitung eines Antrags auf öffentliche Bestellung und Entscheidung darüber			550,00			
4.1.2	Bearbeitung eines Antrags auf Erweiterung des Fachgebiets und Entscheidung darüber			240,00			
4.1.3	Öffentliche Bestellung und Vereidigung			370,00			
4.1.4	Bearbeitung eines Antrags auf erneute Bestellung			300,00 – 600,00			
4.1.5	Widerspruchsgebühr (bei Zurückweisung des Widerspruchs) im Fall 4.1.1 im Fall 4.1.2 und 4.1.4			30,00 165,00			
4.2	Erlaubnis- und Registrierungsverfahren für Versicherungs- vermittler						
4.2.1	Erlaubnisverfahren			300,00 – 400,00			
4.2.2	Erlaubnisbefreiung			175,00			
4.2.3	Ersatzausstellung Gewerbeerlaubnis			45,00			
4.2.4	Rücknahme/Widerruf einer Erlaubnis oder Erlaubnisbefreiung			150,00 – 250,00			
4.2.5	Registrierung			45,00			
4.2.6	Ergänzung/Änderung Registerdaten außerhalb Gewerbeanzeige			45,00			
4.2.7	Eintragung/Veränderung der (beabsichtigten) Betätigung in anderem EU- oder EWR-Staat (pro Staat) und Änderungen der Registerdaten, soweit für die IHK eine Pflicht zur Weiter- leitung der Information besteht			45,00			
4.2.8	Schriftliche Auskünfte aus dem Register			45,00			

* Zusätzlich zu den Ausstellungsgebühren wird das ICC-Entgelt von derzeit 8,- EUR zzgl. USt. in Rechnung gestellt.

	EUR		EUR
4.2.9 Prüfung nach § 15 VersVermV	150,00 – 400,00	b) für jeden weiteren Kursteil	260,00
4.2.10 Überprüfung der Erlaubnis- bzw. Erlaubnisbefreiungsvoraussetzungen infolge personenbezogener Änderungen	100,00	5.1.2 Wiedererteilung der Anerkennung	
4.2.11 Überprüfung der Erlaubnisvoraussetzungen infolge Änderung/Beendigung Vermögensschadenshaftpflichtversicherung	45,00	a) für den ersten Kursteil	260,00
4.2.12 Anforderung der Weiterbildungsnachweise	45,00	b) für jeden weiteren Kursteil	200,00
4.3 Erlaubnis- und Registrierungsverfahren für Finanzanlagenvermittler und Honorar-Finanzanlagenberater		5.1.3 Modifikation einer Anerkennung	50,00 – 255,00
4.3.1 Erlaubnisverfahren	300,00 – 400,00	5.1.4 Prüfung für Gefahrgutfahrer je Kurs	80,00
4.3.2 Durchführung des Erlaubnisverfahrens unter Vorlage der bisherigen Erlaubnis nach § 34 f Abs. 1 S. 1 Nr. 2 oder 3 GewO	50,00	5.1.5 Lehrgangsbetreuung je Kurs	150,00
4.3.3 Erweiterung/Reduzierung der bestehenden Erlaubnis gem. § 34 f GewO oder § 34 h GewO um eine oder mehrere Kategorien	50,00 – 250,00	5.1.6 Ersatzausstellung einer ADR-Bescheinigung	30,00
4.3.4 Ersatzausstellung Gewerbeerlaubnis	45,00	5.1.7 Umschreibung von ADR-Bescheinigungen anderer Behörden	60,00
4.3.5 Rücknahme/Widerruf einer Erlaubnis	150,00 – 250,00	5.2 Gefahrgutbeauftragtenschulung gem. GbV	
4.3.6 Entgegennahme und Durchsicht des Prüfberichtes nach § 24 Abs. 1 FinVermV	45,00 – 200,00	5.2.1 Anerkennung eines Lehrgangs	
4.3.7 Anforderung des Prüfberichtes gem. § 24 Abs. 1 FinVermV	50,00 – 100,00	a) für den ersten Verkehrsträger	700,00
4.3.8 Ergänzung/Änderung der Registerdaten außerhalb Gewerbeanzeige	45,00	b) für jeden weiteren Verkehrsträger	370,00
4.3.9 Schriftliche Auskünfte aus dem Register	45,00	5.2.2 Wiedererteilung der Anerkennung	
4.3.10 Prüfung nach § 24 Abs. 2 FinVermV	150,00 – 400,00	a) für den ersten Verkehrsträger	470,00
4.3.11 Überprüfung der Erlaubnisvoraussetzungen infolge personenbezogener Änderungen	100,00	b) für jeden weiteren Verkehrsträger	200,00
4.3.12 Überprüfung der Erlaubnisvoraussetzungen infolge Änderung/Beendigung Vermögensschadenshaftpflichtversicherung	45,00	5.2.3 Modifikation einer Anerkennung	50,00 – 255,00
4.3.13 Registrierung	45,00	5.2.4 Prüfung für Gefahrgutbeauftragte	180,00
4.3.14 Registrierung von beschäftigten Personen (je Person)	45,00	5.2.5 Ersatzausstellung eines Schulungsnachweises	55,00
4.4 Erlaubnis- und Registrierungsverfahren für Immobiliendarlehensvermittler		5.3 Erwerb der Grundqualifikation der Fahrer im Güterkraft- und Personenverkehr: beschleunigte Grundqualifikation	
4.4.1 Erlaubnisverfahren	300,00 – 400,00	5.3.1 Regelprüfung	150,00
4.4.2 Durchführung des Erlaubnisverfahrens unter Vorlage der bisherigen Erlaubnis nach § 34 c Abs. 1 S. 1 Nr. 1 und 2 GewO	125,00	5.3.2 Prüfung Quereinsteiger	130,00
4.4.3 Ersatzausstellung Gewerbeerlaubnis	45,00	5.3.3 Prüfung Umsteiger	130,00
4.4.4 Rücknahme/Widerruf einer Erlaubnis	150,00 – 250,00	5.3.4 Ersatzausstellung einer Bescheinigung	55,00
4.4.5 Überprüfung der Erlaubnisvoraussetzungen infolge personenbezogener Änderungen	100,00	5.3.5 Sonderkosten für Zusatzprüfung	125,00 – 150,00
4.4.6 Überprüfung der Erlaubnisvoraussetzungen infolge Änderung/Beendigung Vermögensschadenshaftpflichtversicherung	45,00	5.4 Fachkundenachweise nach dem Güterkraftverkehrsgesetz (GüKG) und nach dem Personenbeförderungsgesetz (PBefG)	
4.4.7 Registrierung	45,00	5.4.1 Fachkundenachweise nach GüKG	270,00
4.4.8 Registrierung von beschäftigten Personen (je Person)	45,00	5.4.2 Fachkundenachweise nach PBefG	220,00
4.4.9 Ergänzung/Änderung der Registerdaten außerhalb der Gewerbeanzeige	45,00	5.4.3 Prüfung einer Vortätigkeit	100,00
4.4.10 Schriftliche Auskünfte aus dem Register	45,00	5.4.4 Bestätigung aufgrund eines gleichwertigen Ausbildungsabschlusses	40,00
4.4.11 Prüfungen nach § 15 Abs. 1 ImmVermV	150,00 – 400,00	5.4.5 Ersatzausstellung eines Fachkundenachweises	30,00
4.4.12 Registrierung einer Zulassung als Immobiliendarlehensvermittler in einem anderen EU- oder EWR-Staat (pro Staat)	45,00	5.4.6 Umschreibung eines beschränkten Fachkundenachweises	30,00
4.5 Erlaubnisverfahren für Immobilienmakler, Darlehensvermittler, Bauträger, Baubetreuer, Wohnimmobilienverwalter		6. Zentrale Dienste	
4.5.1 Erlaubnisverfahren	300,00 – 400,00	Mahngebühren	
4.5.2 Erweiterung/Reduzierung der bestehenden Erlaubnis gem. § 34 c GewO um eine oder mehrere Kategorien	50,00 – 250,00	6.1 Mahnung	15,00
4.5.3 Ersatzausstellung Gewerbeerlaubnis	45,00	6.2 Beitreibung	55,00
4.5.4 Rücknahme/Widerruf einer Erlaubnis	150,00 – 250,00		
4.5.5 Entgegennahme und Durchsicht des Prüfberichtes nach § 16 Abs. 1 MaBV	45,00 – 200,00	Der Gebührentarif tritt zum 1. Mai 2022 in Kraft.	
4.5.6 Anforderung des Prüfberichtes nach § 16 Abs. 1 MaBV	50,00 – 100,00	Konstanz/Schopfheim, 11. April 2022	
4.5.7 Prüfung nach § 16 Abs. 2 MaBV	150,00 – 400,00	IHK Hochrhein-Bodensee	
4.5.8 Überprüfung der Erlaubnisvoraussetzungen infolge personenbezogener Änderungen	100,00	gez. Der Präsident Thomas Conrady	gez. Der Hauptgeschäftsführer Prof. Dr. Claudius Marx
4.5.9 Überprüfung der Erlaubnisvoraussetzungen infolge Änderung/Beendigung Vermögensschadenshaftpflichtversicherung	45,00	Er ist mit Bescheid vom 13. April 2022, Aktenzeichen WM42-42-367/88 durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg genehmigt worden.	
4.5.10 Anforderung der Weiterbildungsnachweise nach § 15 b Abs. 3 MaBV	45,00	Der vorstehende Gebührentarif wird hiermit ausgefertigt und im Mitteilungsblatt "Wirtschaft im Südwesten" veröffentlicht.	
5. Verkehr		Konstanz, 19. April 2022	
5.1 Gefahrgutfahrerschulung gem. GGVSE/ADR		IHK Hochrhein-Bodensee	
5.1.1 Anerkennung eines Lehrganges		gez. Der Präsident Thomas Conrady	gez. Der Hauptgeschäftsführer Prof. Dr. Claudius Marx
a) für den ersten Kursteil	700,00		

Lehrgänge und Seminare der IHK

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

Informationen: Konstanz, Tel.: 07531 2860-118; Schopfheim, Tel.: 07622 3907-266, www.konstanz.ihk.de

Außenwirtschaft

09.05.22	Die Internetausfuhranmeldung IAA Plus	Schopfheim	190
12.05.22	Grundlagen Zoll und Exportkontrolle	Schopfheim	290
24.05.22	Lieferantenerklärungen	Konstanz	290

Büromanagement/ Führung/ Persönliche Kompetenzen

05. + 06.05.22	Effektive Mitarbeiterführung	Konstanz	550
18.05.22	Kommunikation & Geschäftskorrespondenz D/CH	Schopfheim	290
18. + 19.05.22	Erfolgreiche Rhetorik und Präsentation	Konstanz	520
24. + 25.05.22	Fünf Schlüssel zur High Performance	Konstanz	850

Einkauf/Logistik/ Finanz- und Rechnungswesen/ Marketing und Vertrieb

10.05.22	Dos and Don'ts der Kundenkommunikation	Konstanz	290
11. – 12.05.22	Basiswissen Einkauf	Schopfheim	520
ab 16.05.22	Kosten- und Leistungsrechnung (IHK) – Zertifikatslehrgang	Konstanz	650

Immobilienmanagement

04.05.22	Erfolgreiche Akquise für Immobilienmakler	Schopfheim	290
09.05.22	Home Staging	Schopfheim	290
17.05.22	Immobilienbewertung – Vertiefung	Schopfheim	290

Qualitätsmanagement/ Wirtschaftsrecht für Unternehmer

09. – 11.05.22	QM-Grundlehrgang (IHK) – Zertifikatslehrgang	Konstanz	1.040
23. – 25.05.22	QM- Lehrgang „Qualitätsprüfung“ (IHK) – Zertifikatslehrgang	Konstanz	1.040
31.05.22	Arbeitsrecht INTENSIV 2	Konstanz	290

Prüfungslehrgänge

ab 04.05.22	Geprüfte/r Personalfachkaufmann/-frau	Schopfheim	3.450
ab 06.05.22	Geprüfte/r Betriebswirt/in	Schopfheim	4.500
ab 09.05.22	Elektrofachkraft in der Industrie	Konstanz	3.490
ab 13.05.22	Geprüfte/r Industriemeister/in Fachrichtung Elektrotechnik	Bad Säckingen	5.500
ab 17.05.22	Geprüfte/r Fachwirt/in für Logistiksysteme	Schopfheim	3.450
ab 20.05.22	Geprüfte/r Industriemeister/in Fachrichtung Metall	Bad Säckingen	5.500
ab 24.05.22	Geprüfte/r Wirtschaftsfachwirt/in	Schopfheim	3.450

Vom Konzept zum fertigen Projekt

Von langer Hand planen



Trium Novem GmbH

Gründer: Jonathan Kress (29)
Thomas Dieterle (54, links)

Ort: Offenburg

Gründung: Februar 2021

Branche: Bauplanung und
-ausführung

Idee: Individuelle Baukonzepte
erstellen und ausführen

Was genau bieten Sie Ihren Kunden?

Thomas Dieterle: Wir bieten alles, was für die Erstellung eines Bauwerkes erforderlich ist. Im Idealfall von der Konzeptionierung und Planung bis hin zur schlüsselfertigen Errichtung – insbesondere im Wohnungs-, Gewerbe- und Industriebau. Aber es gibt natürlich auch Kunden, die bereits mit einer fertigen Planung zu uns kommen und wir stellen das Objekt für diese fertig.

Jonathan Kress: Im Anschluss übernehmen wir je nach Wunsch auch die weitere Betreuung der Immobilie, gerade im Industriebau kann es für den Kunden äußerst aufwendig sein, ein Gebäude zu unterhalten und zu warten.

Was ist das Besondere an Ihrer Geschäftsidee?

Dieterle: Wir arbeiten teamorientiert und sehen unsere externen Dienstleister wie eigene Mitarbeiter, denen wir auf Augenhöhe begegnen und mit denen wir transparent und offen kommunizieren. Das Miteinander ist uns wichtig, wir verfolgen dabei die Philosophie der Kundenorientierung und nicht der ausschließlichen Gewinnmaximierung. Und der Erfolg gibt uns Recht.

Was haben Sie davor gemacht?

Kress: Ich habe Bauingenieurwesen in der Schweiz, in Frankreich und Deutschland studiert – ein trinationales Studium. Danach war ich zuerst in der Schweiz als Projektleiter im Brückenbau tätig, später dann in Deutschland als Projektleiter und Oberbauleiter im Schlüsselfertigbau.

Dieterle: Zunächst habe ich eine Maurerlehre gemacht, danach dann ein Studium zum Bauingenieur, dem die klassische Laufbahn vom Bauleiter über den Oberbauleiter zum Niederlassungsleiter folgte. Zuletzt habe ich als Geschäftsführer in einem Bauunternehmen gearbeitet. Außerdem leite ich seit einigen Jahren mein eigenes Ingenieurbüro, das auch weiterhin besteht.

Wie haben Sie die Gründung finanziell gestemmt?

Kress: Mit Eigenkapital und Partnern. Es gab ein privates Gründungsdarlehen, das wir jedoch bereits Ende 2021 vollständig zurückzahlen konnten.

Wie läuft's bislang?

Kress: Es läuft gut, wir schreiben schwarze Zahlen. Es gab zwar einige Stolpersteine, auf die man als Neugründer trifft, beispielsweise Probleme, passende Büroräume anzumieten oder Geräte wie zum Beispiel einen Kopierer zu leasen. Das sind an sich nur Kleinigkeiten, aber ohne ist ein Arbeiten unmöglich.

Mit wie vielen Mitarbeitern sind Sie gestartet und wie viele sind es heute?

Kress: Nach den ersten drei Monaten waren wir bereits zu zwölf, aktuell sind wir 15. Weitere fünf Mitarbeiter sind bereits eingestellt, sodass wir bis Juli auf insgesamt 20 Beschäftigte wachsen werden.

Interview: ak

SUKHOTHAI COACHING

Mit **Christian Benz** legt man sich besser nicht an. Der ausgebildete Polizist lehrte jahrelang Selbstverteidigungstechniken wie Krav Maga an der Lahrer Polizeischule und ist Thai-Boxer. Vor allem aber ist Benz ein Mann, der weiß was er will: Im vergangenen Jahr hängte der 50-Jährige seine Polizeiuniform an den Nagel und wagte den Sprung in die Selbstständigkeit, um vom Kampfsport zu leben. Bereits 2004 hatte er im Nebenerwerb eine Kampfsportschule, die Sukhothai Academy, im Lahrer Industriegebiet Freimatte gegründet. „Sukhothai“ ist thailändisch und bedeutet so viel wie „glücklich“. Ein Hinweis auf die thailändischen Sportarten, die Benz unterrichtet. Aber auch ein Anspielung darauf, wie viel besser man sich nach dem Training fühlt. Mit dem Sukhothai Coaching hat Benz seit einiger Zeit ein Personaltraining mit speziellem Fokus auf Menschen in Führungspositionen im Programm. „Viele Manager stehen permanent unter Druck“, sagt er. Das Training helfe dabei, sich auf das Wesentliche zu fokussieren, zu priorisieren, achtsam mit sich und anderen umzugehen, und zu erkennen, wann man „angreift“ – und wann man sich besser defensiv verhalten sollte. Im Einzeltraining oder in Kleingruppen können Kunden eine individuell abgestimmte Trainingseinheit aus auspowernden Boxübungen, Stretching und Meditation absolvieren. Finanziert hat Benz sowohl das Sportstudio als auch das Coaching komplett aus eigenen Mitteln. Das Coaching erfreue sich großer Beliebtheit. „Ich bekomme oft die Rückmeldung, dass Leute nach dem Training energiegeladener, sogar euphorisch, an den Arbeitsplatz zurückkehren. Kampfsport und gute Führung haben für mich viel gemeinsam“, sagt Benz, der inzwischen selbst Chef von zwei Angestellten, einem Azubi und einem Studenten, ist. Durchaus Stress manchmal, aber: „Seit ich auch mein eigenes Training wieder fest einplane, geht es mir richtig gut“, lacht der Trainer. db



Bild: Daniela Becker

Christian Benz in seinem Kampfsportstudio in Lahr.

CUCAP

Backen war für **Jessica Schilling** lange nur ein Hobby: „Ich habe an Weihnachten oder für Geburtstage verschiedene Muffins gemacht. Für die Füllung musste ich die fertigen Küchlein immer mit dem Löffel aushöhlen, was ich recht umständlich fand.“ So sehr, dass die Mühlheimerin eine Alternative erfand – den Cucap – und mit ihm den Grundstein für ihr Unternehmen legte. Die zylinderförmige Aussparhilfe aus lebensmittelechtem Silikon wird mittig in den Rohteig in der Backform platziert, im Teig mitgebacken und anschließend entfernt. So entsteht ein Loch für Füllungen aller Art. „Damit lassen sich auch herzhaftere Speisen zubereiten“, erklärt die studierte Wirtschaftsingenieurin. Im August 2020, rund ein Jahr nach der Unternehmensgründung, brachte Jessica Schilling den Cucap auf den Markt. Den Weg dorthin stemmte sie mit eigenen Mitteln und privaten Darlehen. 2021 erhielt sie für den Cucap die Goldmedaille und den Ehrenpreis der Internationalen Fachmesse Ideen Erfindungen Neuheiten. Die 34-Jährige beschäftigt heute mehrere Mitarbeiter und verkauft in ihrem Onlineshop neben Cupcake-Stöpseln die dazu passende Zentrierhilfe, ein selbstgeschriebenes Backbuch und eigene Backmischungen ohne Zusatzstoffe, dafür mit Dinkelmehl und regional hergestellt. Bis auf den Cucap werden alle Produkte in Deutschland gefertigt. 2022 hat Schilling ihr erstes Ladengeschäft am Firmensitz Mühlheim an der Donau eröffnet, wo sie Backzubehör und gefüllte Muffins to-go anbietet. Neben E-Commerce und Social-Media-Marketing sei Direktvertrieb ein zentraler Verkaufskanal. „Das Cucap-Prinzip ist simpel, aber noch unbekannt. Umso wichtiger ist es, Kunden live zu zeigen, wie sie damit kochen und backen können“, sagt die Gründerin, die den Direktvertrieb sowie Messen als Vertriebskanäle stärken möchte. Ihr Ziel: Den Umsatz gegenüber dem Vorjahr um das 18-fache steigern. ks



Jessica Schilling mit einem Selfie vor ihrer Cucap-Werbung.

KURZ NOTIERT

Die **Heinzmann Holding** mit Sitz in Schönau hat die österreichische **IFT GmbH** übernommen. Das Schwarzwälder Familienunternehmen, nach eigenen Angaben führender Anbieter von Komponenten und Systemen im Bereich des Motor-managements für industrielle Verbrennungsmotoren, Generatoren und Turbinen, will mit diesem Schritt sein Angebot ergänzen. IFT, dessen Sitz und Produktionsstandort in Tirol mit derzeit sechs Mitarbeitern weiterhin erhalten bleibt, entwickelt und produziert Ölnebelabscheider und Blow-by-Filter für Verbrennungsmotoren und Anlagen. Die Heinzmann Unternehmensgruppe hat 40 Tochterunternehmen weltweit.

Der Technologiekonzern **Freudenberg** mit Sitz in Weinheim hat 2021 einen Rekordumsatz von insgesamt mehr als zehn Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Freudenberg Gruppe ist am südbadischen Standort Neuenburg mit **Freudenberg Performance Materials (FPM)**, **Vibracoustic (VC)**, einem Team von **Freudenberg Service (FS)** und **Freudenberg Real Estate (FRE)** vertreten. FPM produziert dort FPM Nass-Vliesstoffe für zahlreiche industrielle Anwendungen zum Beispiel für Akustik, Filtermedien, New Mobility und glasfaserverstärkte Kunststoff-Produkte, außerdem für die Schuh-, Leder- und Bekleidungsindustrie sowie bioabbaubare Produkte wie Pflanzenhüllen für den Gartenbau. Das VC-Werk ist auf die Fertigung von Torsionsschwingungsdämpfern sowie Isolatoren und Tilgern für die Automobilindustrie spezialisiert. Vibracoustic investierte im vergangenen Jahr in eine Montagelinie für Hinterachsgetriebelieferer für einen großen deutschen Automobilhersteller. Zum Jahreswechsel arbeiteten insgesamt 518 Mitarbeiter am Neuenburger Standort, davon 25 Auszubildende.

Die **EGT Energy Solutions GmbH** mit Sitz in Triberg ist jetzt zu 50 Prozent an der Rietheim-Weilheimer **Energie und Plan GmbH** beteiligt. EGT Energy Solutions bietet als Bindeglied zwischen den einzelnen EGT Gesellschaften ganzheitliche Energielösungen. Mit der Beteiligung an Energie und Plan erweitert das Unternehmen sein Angebot im Bereich der Energieeffizienzberatung. „Die Energie und Plan ergänzt unser Angebot perfekt“, sagt Fabian Ringwald, Geschäftsführer der EGT Energy Solutions und seit Kurzem auch der Energie und Plan. „Als Teil des Sachverständigenbüros für Energieeffizienz und Nachhaltigkeit bieten wir jetzt auch umfassende Energieberatungen im Bereich Alt- und Neubau, Wohn- und Nichtwohngebäude sowie Baudenkmale an.“

Koehler-Gruppe veröffentlicht Nachhaltigkeitsbericht

>> Wir haben viel über uns gelernt <<

Die Koehler-Gruppe aus Oberkirch hat ihr nachhaltiges Engagement erstmals in einem Bericht nach GRI-Standard zusammengefasst. Warum das Unternehmen, das Spezialpapiere und erneuerbare Energie produziert, dies getan hat und welche Praxistipps es Nachahmern gibt, dazu mehr im Interview.

Herr Kriete, Koehler hat aus Eigenantrieb einen Nachhaltigkeitsbericht verfasst. Warum?

Jens Kriete: Wir haben bislang zurückhaltend kommuniziert, wie unsere Produkte und unser Selbstverständnis als werteorientiertes Familienunternehmen eine nachhaltige Entwicklung fördern. Das wollten wir ändern und unseren Geschäftspartnern und Interessensgruppen veranschaulichen, wie wir durch Abwägen ökologischer, ökonomischer und sozialer Aspekte nachhaltige Entwicklung vorantreiben. Da uns Transparenz wichtig ist, zeigen wir nicht nur schöne Projekte, sondern auch unsere Emissionen, Verbräuche und Herausforderungen. Für uns gilt zwar keine Berichtspflicht, trotzdem sind derartige Veröffentlichungen für Kunden und andere Interessensgruppen relevant. Insofern dienen wir auch einem anspruchsvolleren Informationsbedürfnis.

Welche Vorteile sehen Sie für sich?

Einerseits hilft es uns, unsere Rolle in der Wertschöpfungskette besser einordnen zu können. Andererseits öffnet es Türen, weil wir die Ansprüche internationaler Geschäftspartner hierdurch besser abdecken. Und unsere Stakeholder sehen, wie wir uns unseren Herausforderungen gegenüber aufstellen.

Was raten Sie anderen Unternehmen?

Schreibt einen authentischen Bericht, in einer Sprache und mit Darstellungsformen, die zu euch passen. Zudem muss jedes Unternehmen für sich definieren, welche Daten und Projekte es darin abbildet. Unser Bericht kann Inspiration liefern, aber er ist keine Blaupause für andere. Wichtig ist auch, allen Verantwortlichen die Bedeutung dieses komplexen Themas zu vermitteln und zu versuchen, sie auf den gleichen Wissensstand zu bringen. Und man muss vorab für sich klären, welche Berichtsanforderungen erfüllt werden sollen und können, und welche nicht. Und nehmt Eure Leute mit! Wir haben dafür einen Kommunikationsplan ausgearbeitet, haben unter anderem Nachhaltigkeitsbotschafter ernannt, die Belegschaft mit Videos und Flyern informiert und zur Verteilung im Haus Obstkisten mit dem Bericht an zentralen Punkten in der Produktion, wie beispielsweise an den Kaffeemotoren, gestellt.



JENS KRIETE

Jens Kriete ist Nachhaltigkeitsmanager bei der Koehler Paper SE in Oberkirch.

Interview: ks

Druckerei Kesselring feiert 50. Firmenjubiläum

Einsatz für die Integration von Menschen mit Handicap

FREIBURG. Wie es gelingt, Menschen mit Behinderung ins Berufsleben zu integrieren, das lässt sich bei der Freiburger Druckerei Kesselring hautnah miterleben. Zwei körperlich gehandicapte, festangestellte Mitarbeiter bedienen dort Maschinen, die auf ihre Bedürfnisse abgestimmt sind. So lassen sich beispielsweise Displays auf Rollstuhlniveau herunterfahren. Auch das Druckerergebnis kommt in reduzierter Geschwindigkeit in die Auslage, damit es etwas leichter verarbeitet werden kann. „Wir haben uns vor sechs Jahren gemeinsam mit der Caritas entschieden, dieses Inklusionsprojekt zu starten“, erklärt Geschäftsführer Thomas Reibel. In Zeiten ohne pandemiebedingte Einschränkungen können bis zu vier weitere, von der Caritas entsandte Menschen mit Handicap auf den Inklusionsflächen der Druckerei arbeiten. Gibt es ein dauerhaftes Interesse, können sie ein Praktikum bei Kesselring beginnen. Das Bestreben ist, Menschen mit Behinderung eine abwechslungsreiche und anspruchsvolle Arbeit zu ermöglichen, aber auch das Sammeln von beruflichen Erfahrungen zu ermöglichen, mit dem Ziel, sie an andere Wirtschaftsunternehmen zu vermitteln. Verbunden mit dem Inklusionsprojekt war im Juli 2019 der Umzug der Druckerei von Emmendingen in den Freiburger Westen. In der Zweigstelle Haid der inkludierenden Caritaswerkstätten St. Georg fand die Druckerei



Natascha Ehrat, Helferin in der Druckweiterverarbeitung (sitzend), und Buchbinder Jerry Thömke an einer umgerüsteten Maschine.

eine neue Heimat, nachdem sie im Februar 1972 von Eberhard Kesselring gegründet und seitdem als Familienbetrieb geführt worden war. Thomas Reibel leitet das Unternehmen seit 2009. „Die Familie Kesselring brauchte damals einen Meister in der Geschäftsleitung“, erklärt er seinen Einstieg ins Management. Die Kesselring-Söhne schlugen beruflich andere Wege ein, sodass Reibel die Druckerei vor sieben Jahren komplett übernahm.

Für das laufende Jahr rechnet er mit einem Umsatz von 1,5 Millionen Euro. Pandemie-

bedingt gab es 2021 einen Einbruch auf 1,3 Millionen Euro nach 1,7 Millionen im Vorjahr. Große Kunden sind beispielsweise der in direkter Nachbarschaft ansässige Fachverlag Haufe Group, der Sensorhersteller Sick und die Firma Hekatron, ein Produzent von Rauchmeldern. Für die zwölf Mitarbeiter ist zum 50. Firmenjubiläum im August ein Event aus dem Erlebniskatalog von Jochen Schweizer geplant. Was sie an dem Wochenende in München dann erwartet, steht noch nicht fest. Aber es werden alle dabei sein, Menschen mit und ohne Handicap. **bb**

Kreissparkasse Rottweil meldet solides Ergebnis für 2021

Digitale Beratung gestärkt

ROTTWEIL. Die Kreissparkasse Rottweil zeigte sich auf ihrer Bilanzpressekonferenz recht zufrieden mit dem zurückliegenden Geschäftsjahr. Trotz des schwierigen Marktumfeldes konnte man sowohl auf der Einlagen- wie auf der Kreditseite ein leichtes Plus verbuchen. So legten die Kundeneinlagen um 95 Millionen auf nun 2,492 Milliarden Euro zu; ein Wachstum von vier Prozent nach rund sechs Prozent in den Vorjahren. Das Kundenkreditvolumen wuchs auf 1,91 Milliarden Euro nach knapp 1,86 Milliarden im Vorjahr. Die Neuausleihungen überstiegen 2021 erstmals die Marke von einer halben Milliarde, sie lagen im vergangenen Jahr bei 521 Millionen Euro nach zuvor 421 Millionen. Ein Großteil der Kredite, so stellte das Unternehmen bei der Präsentation der Zahlen

fest, floss dabei in den Wohnungsbau sowie in Unternehmenskredite für die Finanzierung von Erweiterungen und Investitionen. Die Bilanzsumme stieg leicht um 163 Millionen auf 3,44 Milliarden Euro. Zum Geschäftsjahresende beschäftigte die Kreissparkasse Rottweil an ihren unverändert 35 Standorten 459 Mitarbeiter, leicht mehr als im Vorjahr. Für das Jahr 2022 erwartet Christian Kinzel, stellvertretender Vorstandsvorsitzender, „in Summe eine positive Entwicklung“.

Mit Blick auf den zunehmenden Wunsch der Kundschaft nach rein digitaler Beratung ging im vergangenen Jahr ein eigens dafür ausgebildetes und ausgestattetes Digital-Beratungsteam an den Start, erklärte Christian Kinzel und lud die Kunden ein, die Videoberatung einfach mal zu testen. **uh**



Bild: Kevin Kummer

Matthäus Reiser (r.), Vorstandsvorsitzender der Kreissparkasse Rottweil, und sein Stellvertreter Christian Kinzel.

KURZ NOTIERT

Die **Wienen IT Business Solutions GmbH** in neuen Räumen: Das Schramberger Unternehmen, das im Juli 2000 von Martin Wienen und Helmut Wagner unter dem Namen **WieWaComputer GbR** gegründet wurde, ist nach über 20 Jahren auf dem Sulgen aufs Hardt umgezogen. Martin Wienen, seit 2002 alleiniger Gesellschafter-Geschäftsführer, will mit dem Umzug weitere Arbeitsplätze schaffen. Die zur Verfügung stehende Nutzfläche erhöht sich von bisher 470 auf jetzt knapp 700 Quadratmeter. Die Wienen IT Business Solutions GmbH richtet ihren Fokus auf kleine und mittelständische Unternehmen – vom Support über Wartung, von proaktivem Monitoring über Neuimplementierung und Pflege der IT-Systeme und Telefonanlagen bis hin zum eigenen Warenwirtschaftssystem WKS-ERP. Derzeit beschäftigt das Unternehmen 13 Mitarbeiter. Neueinstellungen sind bereits in Planung.

Die **Lignotrend Produktions GmbH** in Weilheim feiert ihr 30-jähriges Bestehen. Das von Werner Eckert 1992 gegründete und bis heute familiengeführte Unternehmen entwickelt und produziert Brettsperholzprodukte. Laut einer Pressemitteilung werden rund 250.000 Quadratmeter Elementfläche pro Jahr produziert und an verarbeitende Unternehmen aus den Bereichen Holzbau und Ausbau in ganz Europa ausgeliefert – vom Akustikpaneel bis hin zur tragenden Geschossdecke mit großer Spannweite. Vor allem beim Bau von kommunalen und gewerblichen Gebäuden hat der Einsatz des „Brettsperholz-Rippenelements“ eine dominierende Rolle eingenommen, wie das Unternehmen mitteilt. Lignotrend beschäftigt rund 170 Mitarbeiter am Hauptsitz in Weilheim und an den Standorten Niedingen, Ibach und Waldshut.

Das Freiburger Softwareunternehmen **HRworks GmbH** erzielte im vergangenen Jahr sein nach eigenen Angaben bestes Ergebnis der Unternehmensgeschichte. Der Jahresumsatz konnte um knapp 25 Prozent gesteigert werden, die Zahl der Softwarelizenzen liegt derzeit bei etwa einer Viertelmillion. Markus Schunk, Geschäftsführer des Unternehmens, erläutert: „Wir haben HRworks 2021 neu aufgestellt und freuen uns sehr über das erfolgreiche Geschäftsjahr.“ Der Softwarespezialist konnte die Anzahl seiner Beschäftigten in Freiburg sowie an den beiden weiteren Standorten Berlin und Frankfurt auf insgesamt 100 Mitarbeiter erhöhen.

Badenova eröffnet neuen Ladepark in Freiburg Ultraschnell aufladen

FREIBURG. Was auf den schnellen Blick beim Vorbeifahren auf der B31 nach einem simplen Parkplatz mit ein paar Ladesäulen aussieht, hat es tatsächlich aber in sich und ist eine Novität für Freiburg: An der B31/Schreiberstraße hat die LadePark Südbaden GmbH & Co. KG, ein Gemeinschaftsunternehmen des Energieversorgers Badenova und dem LadeParkspezialisten Green Power Mobility aus Nordhausen, auf 400 Quadratmetern den ersten Ultra-SchnellladePark der Stadt in Betrieb genommen. Elektrische Pkw, Lkw und Busse können dort an sechs LadeParkpunkten mit bis zu 400 Kilowatt (kW) Ladeleistung betankt werden, weitere neun LadeParkpunkte für Pkw bieten 22 kW. Für Zweiräder gibt es Wallboxen, E-Bikes tanken gratis. In Kürze soll noch eine Überdachung mit Solarmodulen folgen. Der Ladevorgang an den schnellen Säulen dauert zwischen zehn und 30 Minuten. Für den SchnellladePark wurde eine halbe Million Euro investiert, 130.000 Euro kamen aus Fördermitteln. **uh**

Bilder: Heitze (links), Badenova (rechts)



Ladesäule im neuen UltraschnellladePark (r.). Sie macht Volltanken binnen weniger Minuten möglich (l.).



Ystral GmbH mit Auftragsrekord In den Ausbau von Kapazitäten investiert

BALLRECHTEN-DOTTINGEN. Die Auftragsbücher der Ystral GmbH waren im vergangenen Geschäftsjahr prall gefüllt: 19 Prozent mehr Eingänge als noch 2020. Das sei, teilt das Unternehmen mit, der höchste Auftragseingang seit Gründung 1959. Rund ein Drittel davon kam von asiatischen Kunden. Auch der deutsche Heimatmarkt des inhabergeführten Maschinen- und Anlagenbauers entwickelte sich nach Unternehmensangaben gut. Der Mittelständler, der neben Misch-, Dispergier- und Pulverbenetzungsmaschinen auch Prozessanlagen projektiert, konstruiert und fertigt, hat 2021 zudem ein Grundstück nahe dem Hauptsitz in Ballrechten-Dottingen gekauft. Damit möchte das Familienunternehmen die Herstellungskapazitäten für seine Produkte, die weltweit unter anderem in Branchen wie Haushalt, Chemie, Kosmetik und Lebensmittel eingesetzt werden, weiter ausbauen. Wegen der vielversprechenden Auftragslage auch zu Beginn des Jahres 2022 geht Geschäftsführer Karl Prem davon aus, „in diesem Jahr an das gute Ergebnis des Vorjahres anknüpfen zu können.“ **ks**



Blick auf das Brauereigelände aus Drohnenperspektive

Familienbrauerei Ketterer

Mit Neubauten in Richtung Zukunft

HORNBERG. Dass der Beginn ihrer umfangreichen Baumaßnahmen mit der Coronapandemie und landesweiten Lockdowns zusammengefallen ist, nennt Michael Ketterer, Geschäftsführer der Familienbrauerei M. Ketterer GmbH & Co. KG., „ungünstiges Timing“. Von seinen Plänen abbringen ließ sich der Mittelständler dennoch nicht.

Am Firmensitz in Hornberg entstanden innerhalb von zwei Jahren und in Zusammenarbeit mit vielen regionalen Unternehmen: ein Lageranbau auf einer Fläche von 800 Quadratmetern, eine Photovoltaikanlage, ein Gebäude für den technischen Kundendienst sowie ein Verwaltungsgebäude inklusive Labor für mikrobiologische Untersuchungen. Die Gesamtkosten beliefen sich laut Unternehmensmeldung auf rund zwei Millionen Euro, was die Investition zu

einer der umfangreichsten in der 145-jährigen Firmengeschichte machte.

Mit Blick auf die Lage und das unternehmerische Selbstverständnis wird klar, warum sich die Baumaßnahmen nach Angaben der Brauerei darauf fokussierten, „möglichst viel Nutzfläche zu schaffen und effiziente Arbeitsabläufe zu ermöglichen“. Denn: Wald umgibt die Brauerei von links und rechts, sodass die mengenmäßigen Wachstumsmöglichkeiten in Hornberg auf natürliche Weise begrenzt sind. Eine Situation, die für Geschäftsführerin Anke Ketterer auch Vorteile hat: „In einem überschaubaren Betrieb kann man sowohl schneller als auch flexibler agieren und engere Kontakte im ganzen Team pflegen, als das in größeren Firmen möglich ist.“ **ks**

Bilanz und Ausblick der KLS Martin Group

Zum Jubiläum auf Wachstumskurs

TUTTLINGEN. Umsatzplus zum 125. Geburtstag: Die KLS Martin Group, die unter anderem chirurgische Instrumente herstellt, setzte im zurückliegenden Geschäftsjahr 328 Millionen Euro um, was einer Steigerung von 13 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Laut Unternehmensmeldung haben dazu vor allem die Aktivitäten in den USA, Deutschland, Italien, China, Großbritannien, Spanien und Australien beigetragen. In seinem größten Markt, den USA, wuchs der Mittelständler sogar um mehr als ein Fünftel. Auch darüber hinaus war viel los im Jubiläumsjahr: Der Medizintechniker bezog in Mühlheim seine neue Produktionsstätte „Gebäude 70“, erweiterte eine in den Vereinigten Staaten und eröffnete ein größeres Büro mit Ausstellungsraum im chinesischen Shanghai. Im laufenden Geschäftsjahr ste-

hen weitere Bauvorhaben auf der Agenda, darunter die Erweiterung des Logistikgebäudes, eine neue Firmenzentrale in Tuttlingen und ein Neubau in den USA. Die Planungen hierfür laufen bereits. Außerdem soll das Projekt „KLS ONE“ vorangetrieben und damit die Unternehmensstruktur verschlankt werden. Wie? Indem „aus den fünf deutschen Gesellschaften der KLS Martin Group mittelfristig ein Unternehmen“ wird, meldet die Gruppe. Die ersten Schritte hierzu wurden bereits 2021 gegangen, als die KLS Martin Medical GmbH & Co. KG in die Karl Leibinger Medizintechnik eingegliedert wurde. Die Mühlheimer Unternehmen Rudolf Buck GmbH und die Mondeal Medical Systems GmbH sollen folgen. Für 2022 rechnet das Unternehmen nach eigenen Angaben mit einem zweistelligen Umsatzplus. **ks**

Kronen kompensiert Pandemie Größter Auftrag in der Historie

KEHL. Die Kronen GmbH, ein weltweit tätiger Hersteller von Nahrungsmitteltechnik mit Sitz in Kehl am Rhein, zieht eine positive Bilanz für das Geschäftsjahr 2021. Das familiengeführte Mittelstandsunternehmen, das 1978 in Willstätt bei Kehl gegründet wurde, konnte sich im vergangenen Jahr über den größten Auftrag in der Firmengeschichte freuen: Vier große Salatverarbeitungsanlagen im Wert von insgesamt 3,2 Millionen Euro hat ein britischer Hersteller von Frischeprodukten in Kehl bestellt.

Mit einem Umsatz von 18,5 Millionen Euro verzeichnet das Unternehmen für das Geschäftsjahr 2021 einen deutlichen Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr. So konnte der Rückgang des Pandemiejahrs 2020 wieder vollständig kompensiert werden.

Im vergangenen Jahr waren insbesondere die beiden Tochtergesellschaften in den USA und in den Niederlanden sehr erfolgreich. Aber auch in Märkten wie England und Frankreich wurden die Vorjahresumsätze weit übertroffen. Angesichts des guten Ergebnisses schüttete das Unternehmen seinen Mitarbeitern eine Sonderprämie von je 1.000 Euro aus.

Der Tatsache, dass im letzten Jahr keine Messen stattfinden und die Kunden nur wenig persönlich besucht werden konnten, begegnet Kronen erfolgreich virtuell. „Viele Beratungsgespräche macht das Vertriebsteam per Videokonferenz aus unserem Ausstellungsraum, Maschinen werden live vorgeführt. Auch die Abnahmen von versandfertigen Maschinen und Anlagen werden per Live-Chat durchgeführt. So wurde zum Beispiel unser neuer Großkunde aus Großbritannien regelmäßig per Videoschalt über den Fertigungsfortschritt seiner Anlage auf dem Laufenden gehalten“ so Stephan Zillgith, Sprecher der Geschäftsleitung. Im Oktober fanden erstmals Onlinekundentage statt. An vier Tagen fanden mehrere Workshops mit anschließender Fragerunde und rund 60 öffentliche und individuelle Live-Maschinenvorfürungen statt. Ein voller Erfolg, so die Geschäftsleitung.

Mit Sorge blickt das Unternehmen dagegen auf die Herausforderungen bei den Lieferketten. Sogar einfache Bauteile, die sonst binnen weniger Tagen im Haus sind, konnten nur verspätet geliefert werden. Die Situation setzt sich auch im laufenden Jahr fort. **db**

Jacob Messtechnik feiert 25-jähriges Firmenjubiläum Sherlock Holmes aus Südbaden

DENZLINGEN. Detektive wissen das: So manches, was dem Betrachter plausibel und unzweifelhaft vor Augen steht, hat seine Ursache ganz woanders. Frank Jacob kann davon ein Lied singen. Dass der Experte für Wasserschäden eine komplette Badezimmer-einrichtung abmontiert im Container vorfindet, der Grund allen Übels aber ganz woanders zu finden ist, kommt zwar selten vor, aber: Der 60-jährige Unternehmer aus Denzlingen hat so etwas mit eigenen Augen gesehen.

Seit 25 Jahren ist er mit seiner Firma Jacob Messtechnik dem Wasser auf der Spur. Meist dort, wo es nicht hingehört. Spezialisiert auf Leckageortung hat er sich 1997, als er mit seiner Familie noch in Emmendingen wohnte. Eine Ausbildung zum Elektriker, vier Jahre Bundeswehr, ein Jahr Verkäufer im Baumarkt, neun Jahre als Angestellter im Bereich technische Austrocknung von Wasserschäden stan-

den schon in seinem Lebenslauf. Dann wagte er den Schritt in die Selbstständigkeit, konzentrierte sich auf Messtechnik und eben Leckageortung. Mit Erfolg: Kundenkreis und Mitarbeiterzahl wuchsen stetig.

Heute arbeiten zwei Messtechniker und drei Bürokräften für Frank Jacob. Andrea Neubauer-Jacob, seine Frau, ist für die Buchhaltung zuständig. Das Einzugsgebiet erstreckt sich von Waldshut über Lörrach, Freiburg, Offenburg bis Bühl. Auch Teile des Hochschwarzwalds deckt das Team ab, das in der Regel von Versicherungen, Hausverwaltungen und Sanitärfirmen, aber auch von Privatleuten beauftragt wird. Gibt es Zukunftswünsche? „Wir wollen unsere Kunden weiter zufriedenstellen“, sagt Frank Jacob, der Sherlock Holmes aus Denzlingen. **bb**



Frank Jacob

Ergebnis nach Umstrukturierungen bei PWO Progress-Werk Oberkirch mit Umsatzplus

OBBERKIRCH. Nach dem Umsatzeinbruch im ersten Coronajahr 2020 vermeldet die Progress-Werk Oberkirch AG (PWO) für 2021 wieder gestiegene Geschäftszahlen. Laut Pressemitteilung setzte der Automobilzulieferer im vergangenen Jahr 404,3 Millionen Euro um, nach 371,2 Millionen Euro im Jahr 2020. Das Ebit vor Währungseffekten lag bei 22,1 Millionen Euro. 2021 war es noch ein Minus von 8,1 Millionen Euro gewesen. Der freie Cashflow sank von 29,1 Millionen Euro auf 4,9 Millionen Euro, dagegen legte die Eigenkapitalquote von 28,7 Prozent im Vorjahr auf 33,6 Prozent im Jahr 2021 zu.

Der Konzern produziert mit knapp 3.000 Beschäftigten an seinen weltweit acht Standorten Metallkomponenten und Subsysteme für die Automobilindustrie. Am Hauptsitz in Oberkirch im Ortenaukreis waren im vergangenen Jahr 1.151 Mitarbeiter beschäftigt, nach 1.419 im Vorjahr. Der auf diesen Standort bezogene Umsatz konnte leicht auf 203,9 Millionen Euro gesteigert werden, gegenüber 199 Millionen Euro im Vorjahr. Nach den „umfangreichen Strukturmaßnahmen“

am Produktionsstandort Oberkirch und angesichts einer „guten Entwicklung der Tochtergesellschaften im Ausland“ sieht das Unternehmen in dem Zahlenwerk „sichtbare Erfolge“ und ein „erfreuliches Periodenergebnis“. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen auf dieser Grundlage eine Dividende von 1,50 Euro je Aktie vor. Laut dem Geschäftsbericht plant PWO für das laufende Geschäftsjahr einen Anstieg der Umsatzerlöse auf rund 480 Millionen Euro und würde damit das Vor-Corona-Niveau übertreffen: 2019 hatte es bei 458,5 Millionen Euro gelegen. **bb**

Das 2016 eingeweihte Prozesshaus in Oberkirch-Stadelhofen als Kern des PWO-Stammsitzes.



Commerzbank Freiburg Gute 2021er Bilanz

FREIBURG. Die Commerzbank Freiburg vermeldet ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2021 und knüpft inhaltlich an die Schwerpunkte aus dem Vorjahr – Nachhaltigkeit und die verstärkte Nutzung digitaler Produkte und Kontozugänge – an. So zog sich auch im vergangenen Jahr das Thema Nachhaltigkeit durch alle Geschäftsbereiche, wie einer Unternehmensmeldung zu entnehmen ist. Hinter jedem vierten Neuabschluss steckte danach eine grüne Baufinanzierung, insgesamt stieg das Gesamtvolumen an Baufinanzierungen um 7,7 Prozent auf 842 Millionen Euro. Ein ähnliches Bild auf der Anlagenseite: Jeder vierte neu abgeschlossene Wertpapiersparplan investierte in nachhaltige Produkte. Insgesamt legte das Depotvolumen um 11,7 Prozent auf 1,22 Milliarden Euro zu. Auch bei Firmenkrediten spielte das Thema Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle, meldet die Bank. Bei kleineren Firmenkunden legte das Kreditvolumen 2021 um vier Prozent auf 219 Millionen Euro zu, bei größeren Unternehmen betrug es 600 Millionen Euro.

Unterm Strich betreut die Commerzbank in Freiburg etwa 80.000 Privat- und Unternehmerkunden sowie rund 500 Firmenkunden-Verbünde ab 15 Millionen Euro Jahresumsatz.

In Folge des 2021 von der Frankfurter Konzernmutter eingeleiteten bundesweiten Umstrukturierungsprogramms „Strategie 2024“ beschäftigt die Commerzbank Freiburg aktuell an den vier verbliebenen Standorten Freiburg, Lörrach, Villingen und Tuttlingen etwa 100 Mitarbeiter, 50 weniger als im Vorjahr. Etwa die Hälfte der Belegschaft ist in der Zentrale in Freiburg tätig. **uh**

It's running e.K.

Es läuft seit 25 Jahren

FREIBURG. Vom Deutschlandvertrieb für einen internationalen Einlegesohlenhersteller zum breit aufgestellten One-Stop-Shop für Laufzubehör: So lässt sich die Entwicklung des heute unter It's running e.K. firmierenden Unternehmens von Diplom-Sportökonom Klaus Blessing zusammenfassen. Der deutschlandweit tätige Importeur und Großhändler bedient Ausdauersportler, allen voran Läufer und Triathleten, Firmenkunden und Fachhändler. Bei zahlreichen Laufsportspezialisten und im eigenen Onlineshop bietet das Unternehmen neben Sportartikeln weltweit führender Hersteller auch Laufzubehör seiner Eigenmarke „It's running“.

Klaus Blessing kann auf 25 bewegte Jahre zurückblicken – mit Höhen, Tiefen und Situationen, die er so schnell nicht vergessen wird. „Im Extremwinter 2010/11 hatten wir als einer der wenigen Händler in Europa noch sogenannte Schuhschneeketten. Nachdem die Berliner Charité – voll mit Patienten mit Beinbrüchen – das Produkt als Anti-Rutsch-Hilfe empfohlen hat, konnten wir uns vor Nachfrage kaum retten“, erinnert sich der 62-Jährige, der neben seiner Frau noch ei-



Klaus Blessing

nen weiteren Mitarbeiter beschäftigt. Dass Laufen eine gute Gesundheitsprophylaxe ist, habe „It's running“ gut durch die ersten zwei Coronajahre gebracht. „Da Fitnessstudios und Sportvereine schließen mussten, haben viele Menschen mit dem Laufen angefangen. Diese Entwicklung, unsere vielseitigen Vertriebswege und unser persönlicher Service haben dazu geführt, dass ich heute ein pandemieresilientes Unternehmen führe“, erklärt der Hawaii-Ironman-Teilnehmer. ks

Aesculap AG zieht gemischte Bilanz

Millioneninvestition in Digitalisierung und Robotik geplant

TUTTLINGEN. Bei dem zum B.Braun gehörenden Medizintechnikhersteller Aesculap AG geht es wieder aufwärts. Das Unternehmen erzielte im vergangenen Jahr fast 1,9 Milliarden Euro Umsatz. Mit dem Umsatzplus von über acht Prozent konnte sich Aesculap von allen Sparten des Melsunger Mutterkonzerns am besten vom coronabedingt schwachen Jahr 2020 erholen.

Dennoch ist das Niveau vor Pandemiebeginn noch nicht wieder erreicht. Als Grund dafür nennt das Unternehmen in seiner Bilanzpressekonferenz, dass in vielen Ländern planbare Operationen immer wieder verschoben oder ausgesetzt werden. Daher bleibe die Nachfrage bei Implantaten etwa für Knie oder Hüfte unter den Erwartungen. Erfreulich habe sich hingegen der Absatz in den Bereichen der Sterilgutversorgung und der interventionellen Therapien entwickelt. Für 2022 peilt der Implantatespezialist an,

beim Umsatz die Marke von zwei Milliarden Euro zu knacken.

Aesculap will massiv in Forschung und Entwicklung investieren. Bis 2030 wolle man die Ausgaben in diesem Bereich von derzeit rund fünf Prozent vom Umsatz auf bis zu zehn erhöhen. Damit wolle man sich verstärkt Schlüsseltechnologien wie der additiven Fertigung und der Robotik widmen. Ein mögliches neues Geschäftsmodell sei, den Bereich der chirurgischen Instrumente mit der Digitalisierung zu verbinden.

Diese Herausforderungen obliegen seit dem 1. April Jens von Lackum, der den Vorstandsvorsitz der Aesculap AG von Joachim Schulz übernommen hat, welcher nach 33 Jahren das Unternehmen verlässt. In den Ruhestand geht der 65-Jährige aber nicht, sondern wird neuer Vorsitzender von Südwestmetall, dem Arbeitgeberverband der baden-württembergischen Metall- und Elektroindustrie. db

Volksbank Konstanz

Kredite und Einlagen deutlich im Plus

KONSTANZ. Die Volksbank Konstanz hat ein starkes Jahr 2021 hinter sich. Die Bilanzsumme der Bank stieg um 6,4 Prozent oder 92 Millionen Euro auf 1,5 Milliarden Euro. Als Basis der erfolgreichen wirtschaftlichen



Sabine Meister und Martin Schuhmacher, Vorstandsmitglieder der Volksbank Konstanz.

Entwicklung benennt die Bank in ihrer Pressemitteilung die stabile Kreditnachfrage und einen bemerkenswerten Zuwachs im Wertpapiergeschäft und bei den Kundeneinlagen: Die Kundenkredite legten um 4,7 Prozent oder 60 Millionen Euro auf 1,317 Milliarden Euro zu, die Kundeneinlagen erhöhten sich um 9,6 Prozent oder 93 Millionen Euro auf

1,07 Milliarden Euro. Der Jahresüberschuss betrug zwei Millionen Euro und lag damit auf dem Niveau der Vorjahre. „Einschränkungen bei Einzelhandel, Gastronomie und Tourismus und das durch verschiedenste Sorgen gesteigerte Bedürfnis nach wirtschaftlicher Sicherheit haben die finanziellen Rücklagen in breiten Bevölkerungsschichten anwachsen lassen. Im aktuellen Zinsumfeld kam dies der Nachfrage nach renditestarken Anlageformen und hier vor allem den Investmentfonds zugute“, berichtet Martin Schuhmacher. „Dabei waren nachhaltig ausgerichtete Investmentfonds am stärksten nachgefragt“, ergänzt Vorstandskollegin Sabine Meister. Nach wie vor ein Unsicherheitsfaktor seien, so Schuhmacher, die Ausfallrisiken, die die Bank mittelfristig nach der Coronapandemie noch belasten könnten. Zudem seien auch die Folgen des Ukrainekrieges und der Sanktionen noch nicht absehbar. Mit Blick auf die gute Eigenkapitalausstattung sieht sich die Bank aber gut gerüstet.

Die Anzahl der Mitarbeitenden hat sich zum Vorjahr von 205 auf 207 Mitarbeitende marginal erhöht. 16 junge Menschen wurden ausgebildet. **db**

Volksbank Rhein-Wehra

Bank bleibt selbstständig

BAD SÄCKINGEN. Eigentlich sah es so aus, dass die Volksbank Rhein-Wehra nach einem wirtschaftlich äußerst erfolgreichen Jahr 2021 mit der in Offenburg und Villingen-Schwenningen ansässigen Gestalterbank fusionieren würde. Die beiden Häuser hatten Anfang des Jahres Sondierungsgespräche bekanntgegeben. Doch Russlandkrieg und Rohstoffkrise schafften ein zu unsicheres Umfeld. Man wolle vorerst getrennte Wege gehen, teilten die beiden Banken kurz vor Ostern mit (siehe auch Meldung rechts).

Die Volksbank Rhein-Wehra beschloss das Geschäftsjahr mit einer Bilanzsumme von 1,44 Milliarden Euro; das entspricht einem Plus von sieben Prozent. Der Jahresüberschuss legte um vier Prozent auf 2,4 Millionen Euro zu. Auch im Jahr 2021 konnte das Wachstum im Kreditgeschäft mit zehn Prozent auf 812 Millionen Euro fortgeführt werden, teilte der Vorstand bei der Vorstel-



Werner Thomann, Vorstandsvorsitzender der Volksbank Rhein-Wehra.

lung der Geschäftszahlen mit. Die Kundeneinlagen legten um sechs Prozent auf 910 Millionen Euro zu.

Aktuell sind bei der Volksbank Rhein-Wehra rund 130 Menschen beschäftigt – und man wolle den Personalstand in den kommenden Jahren weiter erhöhen. „Digital vernetzt – persönlich beraten“, beschreibt Werner Thomann das Konzept, mit dem er weiterhin bei den Kunden punkten möchte. **db**

Gestalterbank zieht Bilanz

Volksbanken erfolgreich vereint

VILLINGEN/OFFENBURG. Die Volksbank eG – Die Gestalterbank mit ihren beiden Sitzen in Offenburg und Villingen-Schwenningen hat auch das zweite Pandemiejahr, 2021, erfolgreich gemeistert: „Wir haben unsere eigenen Erwartungen übertroffen“, sagte Co-Geschäftsführer Joachim Straub bei der Präsentation des Jahresabschlusses. Die Bilanzsumme sei um knapp 19 Prozent auf rund 11 Milliarden Euro gestiegen.

Für das gute Ergebnis sei insbesondere das Kreditgeschäft verantwortlich. Das Kundenkreditvolumen lag bei acht Milliarden Euro; das bedeutet einen Anstieg um fast 13 Prozent – was über dem Schnitt anderer Volksbanken in Baden-Württemberg liegt, wie es hieß. Als Grund nannte Co-Geschäftsführer Markus Dauber die Finanzierung großer Bauträgerprojekte sowie die Mittelstandsförderung.

Zwei Jahre nach der Fusion der Volksbank in der Ortenau mit der Volksbank Schwarzwald-Baar-Hegau habe die Gesamtorganisation gut zusammengefunden, das zeigten die überdurchschnittlich guten Wachstumswerte im Bereich Firmen- wie auch Privatkunden, stellte das Führungsduo fest. Insgesamt betreut die Bank nun 232.000 Kunden und beschäftigt 960 Mitarbeiter.

Die im Januar begonnenen Sondierungsgespräche zur einer weiteren Fusion mit der Volksbank Rhein-Wehra (siehe links) sind allerdings vorzeitig beendet worden. Zwar würden die Geschäftsmodelle „gut zueinander passen“, jedoch bringe die derzeitige weltpolitische Lage Unsicherheiten mit sich, dazu zählen die Schwankungen auf den Kapitalmärkten und die instabilen Energie- und Rohstoffmärkte. Man werde daher „zunächst abwarten“, hieß es.

Zum Zielbild der Gestalterbank gehört der Fokus auf Nachhaltigkeit. So hat die Bank ein Klimakonto mit einer Girocard aus Reinstärke im Angebot. Jedes neue Mitglied wird Pate einer Bienenblumenwiese, wodurch ein Beitrag zum Artenschutz geleistet werden soll. Erstmals hat das Kreditinstitut im vergangenen Jahr den Herzessache-Preis für ökologisches Handeln ausgelobt. Insgesamt 7.000 Euro wurden dabei an zwei ausgezeichnete Projekte in der Ortenau und der Region Schwarzwald-Baar-Hegau vergeben. **db**

Endress+Hauser mit starkem Geschäftsjahr 2021

Zuversicht trotz des Krieges in der Ukraine

FREIBURG/WEIL/REINACH/MAULBURG. Die Einhaltung aller Sanktionen, aber Loyalität mit russischen Kunden und Mitarbeitern. Diesen Spagat zu meistern, ist aktuell die große Herausforderung für die Schweizer Endress+Hauser AG. Der Anbieter für Mess- und Automatisierungstechnik habe mit Beginn des Krieges in der Ukraine alle Lieferungen nach Russland gestoppt, erklärte das Unternehmen im Rahmen der Jahresbilanz in Basel. „Zugleich stehen wir gegenüber Mitarbeitenden und Kunden in Russland in der Verantwortung“, sagte CEO Matthias Altendorf mit Blick auf die etwa 180 Menschen, die in Russland beschäftigt sind, rund 80 in Moskau sowie 100 weitere in 15 Regionalbüros. Firmen, die die Zivilgesellschaft versorgen und nicht unter die Sanktionen fallen, werde die Firmengruppe weiter beliefern. Der Krieg in Osteuropa überschattet eine durchweg positive Entwicklung, die Endress+Hauser für das Jahr 2021 verzeichnet. 2,6 Millionen Messgeräte wurden trotz angespannter Beschaffungsmärkte und Logistikketten ausgeliefert, teilt das Unternehmen mit. Der Nettoumsatz sei um 11,7 Prozent

auf 2,879 Milliarden Euro gestiegen. Zudem habe der Auftragseingang 2021 gut fünf Prozentpunkte über dem Umsatzwachstum gelegen. Altendorf begründet dies mit Nachholeffekten und einem Anstieg der Nachfrage in fast allen Branchen. Moderne Analyseverfahren sowie die Digitalisierung hätten sich beispielsweise in der Prozessmesstechnik positiv ausgewirkt.

Das Betriebsergebnis (Ebit) stieg 2021 um 28,8 Prozent auf 434 Millionen Euro. Aufgrund einer niedrigeren Steuerrate wuchs das Ergebnis nach Steuern um 40 Prozent auf 356,8 Millionen Euro. Die Eigenkapitalquote liegt bei 79,1 Prozent, ein Plus von 2,1 Prozentpunkten.

Auch im Personalbereich legte der Konzern zu. Ende 2021 arbeiteten weltweit 15.117 Menschen für das Familienunternehmen, 663 mehr als noch vor einem Jahr. Ende 2021 waren es in Maulburg 1.911, ein Plus von 77 gegenüber dem Vorjahr, in Freiburg sind es 13 mehr, nun 193, und in Weil 544, fünf weniger als im Vorjahr. Der Standort Maulburg werde über die nächsten Jahre für insgesamt



Seit 2014 leitet Matthias Altendorf als CEO die Endress+Hauser-Gruppe.

75 Millionen Euro weiter ausgebaut, erklärte das Unternehmen.

Nachdem der Auftragsbestand zu Beginn des laufenden Jahres auf Rekordniveau angestiegen war, steht die Prognose für 2022 nun ganz im Schatten des Krieges in der Ukraine. „Wichtig ist nicht, ob wir unter allen Umständen unsere finanziellen Ziele erreichen – sondern dass wir in dieser Situation unsere Kunden weiterhin bestmöglich unterstützen“, betonte Verwaltungsratspräsident Klaus Endress. **bb**

Sparkasse Offenburg/Ortenau zeigt sich zufrieden

Gutes Kreditgeschäft durch „Baufis“

OFFENBURG. Mit Verweis auf das schwierige Umfeld im vergangenen Jahr wertet die Sparkasse Offenburg/Ortenau ihr Jahresergebnis für 2021 als solide. Die Bilanzsumme wuchs leicht um 0,5 Prozent auf 5,2 Milliarden Euro an. Das Kreditinstitut begründet den nur moderaten Anstieg in einer Pressemitteilung mit dem im Vergleich zu den Vorjahren deutlich geringerem Wachstum bei den Kundeneinlagen.

Nach 260 Millionen Euro in 2020 legten sie im vergangenen Jahr nur noch um etwa 30 Millionen Euro zu. „Die Kundinnen und Kunden entdecken immer stärker das Wertpapiergeschäft – das zeigt sich ganz deutlich an der Verschiebung der Vermögensanlagen in Richtung Wertpapiere“, stellte Vorstandsmitglied Alexander Meßmer dazu fest. Der Wertpapierbestand lag Ende 2021 um 800 Millionen Euro über dem Bestand an Spareinlagen. Dies sei vor wenigen Jahren noch umgekehrt gewesen und der Trend verstärkte sich weiter. Im Jahr 2021 erhöhte sich der Kundenwertpapierbestand um rund 20 Prozent auf 1,94 Milliarden Euro.

Das Kreditvolumen lag im vergangenen Geschäftsjahr bei 3,3 Milliarden Euro, eine Steigerung um 5,3 Prozent. „Rentierliche Geldanlagen sind für die Sparkasse in der aktuellen Zinssituation nicht zu platzieren. Umso wichtiger ist ein gutes Kreditgeschäft“, erklärte Vorstandschef Jürgen Riexinger. Die Steigerung des Kreditvolumens sei dabei ausschließlich auf die Zunahme der langfristigen Ausleihungen zurückzuführen, die sich um 167 Millionen Euro erhöht haben. Insgesamt erreichen die langfristigen Kredite bei der Sparkasse ein Volumen von knapp drei Milliarden Euro und haben damit einen Anteil von rund 90 Prozent.

Die Steigerung des Kreditvolumens geht zum großen Teil auf das Konto der Privatkunden und rührt dabei von einem äußerst dynamischen Baufinanzierungsgeschäft, wie die Sparkasse mitteilt. Die Kreditbestände bei den Privatkunden insgesamt notieren mit rund 1,78 Milliarden Euro, einem Plus von 6,1 Prozent, deutlich höher als bei den Firmenkunden mit etwa 1,38 Milliarden Euro und plus 5,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.



Geplanter Neubau in Ettenheim

Neben der Weiterentwicklung der digitalen Angebote investiert die Sparkasse Offenburg/Ortenau weiter in ihre Präsenz vor Ort über den Neu- und Umbau ihrer Filialen. Während der Neubau in Schutterwald bereits seit dem vergangenen Jahr im Gange ist, ist für die Verlegung der Geschäftsstelle in Ettenheim an den Stadtrand der Architektenwettbewerb zugunsten des Offenburger Büros Lehmann Architekten entschieden worden. Mit dem Bau soll begonnen werden, sobald ein Großteil der Vermietungsflächen in trockenen Tüchern ist, teilt die Sparkasse mit. In der Innenstadt wird die SB-Stelle erhalten bleiben. Den Neubau in Achern wird als Ergebnis eines Wettbewerbs das Büro Harter + Kanzler & Partner aus Haslach übernehmen. **uh**

Kreative Gastrokonzepte

Gegessen wird um sieben



Die drei Hawaras (v.l.): Nicolai Heuer, Sonja Wagner und Yannik Spielmann

Man nehme: Zwei junge Köche aus der Sternegastronomie, eine Sommelière, drei Dutzend experimentierfreudige Gäste und immer wieder eine coole Location. Ein Rezept für die Gastronomie der Zukunft?

Wer die Steintreppe der schmucken Gründerzeitvilla im Freiburger Stadtteil Wiehre hinaufsteigt und die Eingangshalle mit dem kunstvollen Mosaikfußboden betritt, kommt sich auf seiner Suche nach dem Restaurant etwas deplatziert vor. Im Erdgeschoss eine Psychotherapiepraxis, im dritten Stock ebenfalls ein Arzt. Kann das hier richtig sein? Die Verwirrung gehört zum Konzept. Dinieren, dort, wo man sicher kein zweites Mal speisen wird. Für drei Wochen im April ist dies nun eine ehemalige – und künftige – Arztpraxis im ersten Stock, mit hohen Decken und Raucherbalkönchen. Bis sie demnächst wieder ihrer Bestimmung übergeben wird, tischen hier die Hawaras – altösterreichisch für „Freunde“ – auf. Die Hawaras sind die beiden Köche Yannik Spielmann und Nicolai Heuer sowie Sommelière Sonja Wagner. Sie bieten gehobene produktbezogene Pop-up-Gastronomie. Dafür hat das Trio zwei Zimmer der Praxis mit Tischen – gusseiserne Nähmaschinengestelle mit montierten Holzplatten – und alten Gasthausstühlen bestückt. 32 Gäste bekommen sie unter. Eine raumhohe dunkelblaue Holzrahmenkonstruktion gibt dem Ganzen einen gewissen Tavernencharakter, dazwischen Pflanzen und großformatige Kunst an den Wänden. Auf der anderen Seite vom Flur wurde eigens eine Küche eingebaut, mit mehreren Kochstellen und professioneller Abzugsanlage. Spül- und Waschmaschine sind ebenfalls mitgebracht. Alles in allem ausreichend ausgestattet, um gehobene Küche servieren zu kön-

nen, aber noch Praxis genug, um als Location etwas Besonderes zu sein.

Punkt 19 Uhr geht es los, bis etwa elf Uhr, jeweils mittwochs bis freitags. Zehn bis 15 Gänge, festes Menü, für 130 Euro plus Getränke. Es wird gegessen, was auf den Tisch kommt, für Vegetarier, Pescetarier und bei Unverträglichkeiten gibt es Ausnahmen.

Im September 2020 zunächst als Testballon gestartet und seit Herbst 2021 regelmäßig am Start, sind die Hawara-Abende stets ausgebucht, ohne Werbung und Webseite. Infos gibt es per Newsletter und Instagram, angemeldet wird per E-Mail oder Telefon. Ein Konzept, das auf Dauer funktionieren kann? Sonja Wagner im Gespräch über ihre Erfahrungen mit dieser Form der Gastronomie und wo sie damit noch hinwollen.

Frau Wagner: Hawara macht vieles anders, von der schrägen, wechselnden Location bis zum festen Zehn-Gang-Menü. Um was davon geht es im Kern?

Sonja Wagner: Die Grundpfeiler unseres Selbstverständnisses sind da noch gar nicht aufgeführt. Das ist der saisonale und der regionale Ansatz. Und die Idee, Tiere ganz zu verwerten. Was nicht auf dem Teller landet, wird anderweitig verarbeitet. Wir versuchen die Kreisläufe zu schließen. Und reduziert zu kochen, mit wenig Komponenten, ohne Schnickschnack. Die wechselnden Locations sind eher aus der Not geboren.

Das müssen Sie erklären.

An sich suchen wir tatsächlich eine feste Location, um unser Konzept des „nose to tail“ besser leben zu können. Aber weil wir etwas möchten, das in der Vergangenheit nicht schon mal gastronomisch bespielt wurde, und aktuell nichts in Aussicht ist, haben wir für 2022 aus der Not eine Tugend gemacht. Und probieren uns derweil noch ein bisschen aus. Von großen Menüs über Bistrotkleinigkeiten bis Streetfood. Nix is fix bei uns.

»Wir wollen uns eine Lebensrealität schaffen, auf die wir Lust haben«

i

Hat auch Sie ein kreatives Gastronomiekonzept durch die Pandemie getragen oder sind Sie mit so etwas nach Corona wieder durchgestartet? Dann schreiben Sie uns: [✉ wis@freiburg.ihk.de](mailto:wis@freiburg.ihk.de)

Wie aufwendig ist so ein gehobenes Pop-up-Konzept?

Die Pop-ups sind schon recht anstrengend. Es sind gar nicht die vielen Gänge an sich, sondern die ständig wechselnden Abläufe. Es ist jedes Mal, wie ein neues Restaurant zu eröffnen.

Wie muss man sich das logistisch vorstellen, wenn Sie alle paar Wochen den Standort wechseln?

Wir brauchen etwa zwei Wochen, um vor Ort alles einzubauen und einzuräumen. Wir dürfen die Kantine des Kompetenzzentrums Tourismus als Produktionsküche nutzen, kochen dort vor und fahren alles rüber, was dann später vor Ort à la minute fertiggestellt wird. Und im Anschluss brauchen wir sieben bis zehn Tage, um alles wieder zurückzubauen.

Da bleibt nicht viel Leerlauf. Und es bedeutet viele Arbeiten und Aufgaben, die so gar nichts mit Kochen zu tun haben. Das ist auch spannend, lässt einem aber nicht viel Luft, um sich kreativ weiterzuentwickeln. Deshalb der Wunsch nach einer festen Lokalität.

Wäre Ihr Konzept ein Prototyp für die Zukunft der Gastronomie?

Ich sehe uns als Zusatzangebot. Die klassische Gastronomie hat ja ihre Daseinsberechtigung. Die Leute wollen auch mal spontan ein Schnitzel essen gehen oder nur drei Gänge essen. Wir wissen, dass wir mit unserem Konzept Menschen ausschließen – das behagt uns auch nicht und das würden wir gerne irgendwie ändern. Jedenfalls bucht man bei uns einen Abend und nicht nur ein Essen. Wir schlachten das mit den Locations schon aus. Das Spiel macht uns und den Gästen Spaß. Wir wollen gemeinsam eine gute Zeit haben, auf Augenhöhe mit den Gästen, im gegenseitigen Austausch. Nicht als die klassischen Dienstleister. Deshalb haben wir auch den Samstag wieder abgeschafft.

Den Samstag abgeschafft?

Wir haben festgestellt, dass die Leute samstags mit einer anderen Erwartung zum Essen gehen. Da steht die Geselligkeit im Vordergrund, das Essen ist Nebensache. Das verträgt sich nur bedingt mit einem Zehn-Gänge-Abend. Samstage waren deshalb immer anstrengender und weniger lustig als die anderen Tage. Also haben wir entschieden, darauf zu verzichten. Wir wollen uns eine Lebensrealität schaffen, auf die wir Lust haben.

Wieviel Potenzial steckt noch in Ihrer Idee?

Freiburg ist eine kleine Stadt. Wir merken so langsam, dass wir mehr Bekanntheit und mehr Reichweite brauchen. Der Kreis an Gästen, die sich öfter so einen Abend leisten wollen und können, ist hier begrenzt.

Ihre beiden Partner kommen aus der Sternegastronomie. Braucht es diesen Hintergrund für so ein eher hochpreisiges Angebot?

Unser Ziel war nie, einen Stern zu erkochen, aber mit Blick aufs Marketing müssen wir feststellen, dass die Leute uns mit solch einer Auszeichnung besser einord-



Oben: Gegrillte Lachsforelle aus Schiltach mit einer Sauce aus fermentiertem Spargel und Schwarzwälder XO-Sauce.

Unten: Zucchini aus Buggingen, mit einer Reduktion aus Topaz Apfel und Ingwer aus St. Georgen und Ysopblüte

nen könnten. Es braucht eine gewisse Reputation für die Dauerhaftigkeit eines solchen Angebots.

Mit oder ohne fixe Location, Sie wollen vieles ausprobieren. Wie stellen Sie sicher, dass Ihnen die Gäste folgen?

Marketing wird da tatsächlich langsam ein Thema. Wir wollen, dass unsere Grundsäulen – saisonal, regional, reduziert – klar sind und dass bekannt ist, dass wir gerne mal etwas ausprobieren. Da müssen wir die Leute noch hinbringen, dass sie das akzeptieren, dass sie sich darauf freuen und es deshalb schon mal auf sich nehmen, via Instagram unser aktuelles Angebot zu checken. Das wird jetzt unsere Aufgabe sein.

Interview: Ulrike Heitze



Familie Wiggert vom Haslachhof in Löffingen in einer ihrer Blühwiesen, für die sie Patenschaften anbieten. Damit sind die Vier das Juli-Motiv im diesjährigen „NaturEnergie“-Kalender vom Ökostromanbieter Energiedienst geworden.

Bild: NaturEnergie-Kalender. Juri Junkov

Gelebte Nachhaltigkeit

Tausche Rasen gegen Blühwiese

Es ist ein nasskalter Morgen Ende März und noch blüht hier so gut wie nichts. Nach dem Winter herrscht auf dem Gelände der Badenova-Zentrale in Freiburg, wie anderswo auch, das übliche regenmatschige Einheitsgrünbraun vor. „Das wird sich bald aber schlagartig ändern“, versichert Angela Hinel und weist beim Rundgang auf die immergrünen Rosmarinsträucher, auf vertikale Gärten entlang der Wege, auf Insektenhotels an den Obstbäumen und auf größere Areale inmitten der Rasenfläche, die als Blühinseln angelegt sind. „Dort wachsen bald bis auf Kniehöhe wieder Kornblumen, Malven und dutzende andere Wildblumenarten und -gräser. Dann wird es von Insekten nur so wimmeln“, berichtet Hinel. Sie ist bei der Badenova Teil des Nachhaltigkeitsteams, das den Energiedienstleister von oben bis unten in Sachen Nachhaltigkeit unter die Lupe nimmt und optimiert.

Mehr für Biodiversität zu tun – den ökologischen Handabdruck zu verbessern, wie Hinel es nennt – ist seit einiger Zeit Bestandteil der firmeneigenen Nachhaltigkeitsstrategie. Um Nahrungsangebot und Lebensräume für Insekten und andere Tiere zu schaffen, wandelt man deshalb zum Beispiel herkömmliche Grünflächen aktiv in Blühwiesen um. Und die Badenova hat dafür so einiges an Standorten in petto, von den unzähligen Stromhäuschen über die Umspannwerke bis zu den Kundencentern von Offenburg bis Lörrach. „Wir haben zuvor eine Potenzialanalyse gemacht, wo wir entsprechende Flächen haben, wo es mach-

Jahrzehntelang ging es auf Firmengeländen in Sachen Begrünung ziemlich steril zu. Kurzgeschorene Grashälmmchen, gezirkelte Blumenrabatten mit hübschen Exoten, hie und da noch ein paar vorwitzige Gänseblümchen. Für die Natur eine Katastrophe. Zum Glück denken immer mehr Unternehmen um.

»Jeder Quadratmeter zählt. Alles ist besser als ein englischer Rasen«

Sabrina Essel,
Flächenagentur BW

bar ist und wo es Besonderheiten zu beachten gibt – etwa in Wasserschutzgebieten oder bei Versickerungsflächen“, erklärt Angela Hinel. Seit einiger Zeit gestaltet man so gemeinsam mit Biologen, Gärtnern, Kommunen und vor allem mit den Mitarbeitern vor Ort – „unsere wertvollsten Ideengeber und Mitmacher“ – eine Fläche nach der anderen um, zunächst die einfachen, später die komplizierten. 20 Anlagen jedes Jahr sollen es werden.

Dass solches Engagement nicht nur geeignet ist, Mitarbeiter, Besucher, Bewerber und andere Stakeholder zu erfreuen, sondern ökologisch auch dringend geboten ist, zeigen Studien, die das dramatische Insektensterben in Deutschland untersuchen. So ist von den 585 heimischen Wildbienenarten fast die Hälfte in ihrem Bestand bedroht und steht auf der Roten Liste bedrohter Tierarten. Schmetterlingen und anderen Insektenarten, die für das Funktionieren des Ökosystems unerlässlich sind, geht es keinesfalls besser.

„Wenn es um Grünland geht, ist alles besser als englischer Rasen“, stellt Sabrina Essel, Projektleiterin bei der Flächenagentur Baden-Württemberg GmbH, fest. Zusammen mit dem Naturschutzbund (Nabu) Baden-Württemberg berät die Flächenagentur seit 2021 im Projekt „UnternehmensNatur“ Firmen zur naturnahen Gestaltung ihrer Außenflächen (siehe Kasten). Fast 74.000 Hektar Industrie- und Gewerbefläche gab es 2019 allein in Baden-Württemberg. Rund 14 Prozent der Siedlungs- und Verkehrsfläche. Mächtig Potenzial für Bienen & Co.

Der Haken: Mit einfach aufhören zu mähen, ist es nicht ganz getan, erklärt Projektleiterin Anke Heidemüller vom Nabu. Damit aus einem kurzgeschorenen, artenarmen Firmenrasen eine Blühwiese werden kann, braucht es einen Anschubser via Saatgut. Ganz elementar sei dabei, so die beiden Expertinnen, gebietsheimisches Wildpflanzensaatgut zu verwenden, weil die regionale Tierwelt auf die Pflanzen genau dieses Landstrichs spezialisiert ist. Da können Lavendel und Heidekraut noch so schön blühen und riechen, wenn die heimischen Falter nichts mit ihnen anzufangen wissen. Gemäht wird abhängig von Boden und Entwicklungsstand nur noch ein- bis dreimal pro Saison, sagt Sabrina Essel. „Das spart den Unternehmen viel Arbeit. Allerdings muss das Schnittgut immer abgeräumt werden, damit eine nährstoffarme Wiese entstehen kann.“ Nur so nimmt man einzelnen dominanten Arten wie dem Wiesenlöwenzahn die Energie und schafft Platz für eine Vielzahl an Pflanzen, die auf magere Böden spezialisiert sind.

So braucht das Anlegen und Pflegen einer Blühwiese schon etwas Expertise, auch wenn sie längst kein Hexenwerk ist, weiß Wolfram Wiggert vom Haslachhof in Löffingen. Seit 2019 bietet der Landwirt Unternehmen Blühpatenschaften auf seinen Feldern an, in drei unterschiedlich großen Paketen, von 200 bis 500 Quadratmetern Blühfläche inklusive Kommunikationsmaterial. 14 Unternehmen sind seither mit an Bord, von kleinen Einzelhändlern bis zu mittelständischen Industriebetrieben. Für den Ökostromanbieter Energiedienst kümmert man sich zudem um eine naturnahe Wiese rund um ihr neues Umspannwerk in Löffingen. „Nicht jeder Unternehmer hat Zeit und Muße, sich in das Thema so einzuarbeiten, wie wir es getan haben“, sagt Wiggert. Denn für ihn sind die Blühwiesen ein Baustein im Biodiversitätskonzept seines kompletten Hofes. Er bewirtschaftet zudem artenreiche Heuwiesen als Futter für seine Hinterwälder-Rinder, treibt die Humusgewinnung voran – Humus bindet CO₂ – und probiert bei der Aussaat vieles aus, von Hafer mit Leindotter bis Sommergerste mit Kichererbsen oder Quinoa.

Die Blühflächen sind extra so positioniert, dass Wanderer und Radfahrer sich daran freuen können. Wetterfeste Tafeln informieren nicht nur über die Blühpaten, sondern auch über den ökologischen Zweck des Ganzen. „Und erklären, warum das Feld je nach Jahreszeit nicht immer aufgeräumt ist“, ergänzt Wolfram Wiggert und weist exemplarisch auf ein blassgraues Stängelgestrüpp an der Scheunenwand gegenüber des Hofladens. Eine abgeblühte Zuflucht für Kleintiere während des Winters. Natur will es nicht immer ordentlich. **uh**



Vorher...

...nachher



Bilder: Badenova

Rund um ein Stromhäuschen der Badenova in Oberried: Seit der Umwandlung in eine Blühwiese finden Insekten dort deutlich mehr Nahrung und Rückzugsorte.

SO KLAPPT'S MIT DER BIODIVERSITÄT

Zum Start: Klären, was man erreichen will. Dann können Gärtner oder Garten- und Landschaftsbauer zielgenau helfen. +++ Grundsätzlich: Versiegelung minimieren, so dass Regenwasser versickern kann. Hitze- und Überflutungsschutz. +++ Gebietsheimisches Wildpflanzensaatgut/ Regiosaatgut verwenden, bundesweit werden 22 Ursprungsregionen unterschieden (siehe www.gesetze-im-internet.de/ermiv/anlage.html). +++ Eher auf mehrjährige Pflanzen setzen. Blumen, Gräser, Kräuter beliebig mischen. Bodenbeschaffenheit und Mikroklima berücksichtigen. +++ Bei Nistkästen, Insektenhotels et cetera checken, wo so etwas auf dem Gelände gefahrlos sinnvoll stehen kann. +++ Insektenfreundliche Beleuchtung sorgt dafür, dass die Tiere sich nicht totschwirren. +++ Beim Einsäen der Blühwiese mit kleinen Flächen starten, um Erfahrungen zu sammeln. +++ Möglichst nicht düngen. In der Regel sorgt die Natur selbst für die richtige Balance zwischen Nützlingen und Schädlingen. +++ Bewässern ist je nach Witterung höchstens am Anfang nötig. +++ Ein bis drei Mal pro Jahr mähen, Mahdgut unbedingt abräumen. Im Herbst/ Winter abgestorbene Pflanzen stehen lassen als Rückzugsraum für Tiere. +++ Infotafeln oder Akzeptanzstreifen – schmale, ordentlich gemähte Streifen rund um eine Blühwiese – signalisieren Passanten, dass die zeitweise Unordnung gewollt ist. +++ Geduld mitbringen: Nicht jedes Jahr ist gleich und nicht jeder Plan geht auf. Natur braucht ihre Zeit.

Nützliche Adressen

- „UnternehmensNatur“, Projekt des Nabu und der Flächenagentur BW: Kostenfreie Erstberatung für Unternehmen für die naturnahe Gestaltung der Außenflächen. Kostenbegünstigte Detailplanung. www.UnternehmensNatur-BW.de
- Anbieter von **Regiosaatgut** (Auswahl): Ritter-saatgut.de, Saaten-zeller.de, Rieger-Hofmann.de
- **Blühpatenschaft** übernehmen oder anbieten: Initiative „#bwbluehtauf“ des Landesbauernverbandes in BW und des Badischen Landwirtschaftlichen Hauptverbandes. www.bwbluehtauf.de
- Zehn Tipps für **blühende Gewerbeflächen**. www.baden-wuerttemberg.nabu.de/natur-und-landschaft/aktionen-und-projekte/unternehmensnatur/31081.html
- **IHK-Woche der Nachhaltigkeit** ab 16. Mai: Breites Vortragsprogramm (kostenlos, überwiegend online) zu diversen Aspekten betrieblicher Nachhaltigkeit. www.wochedernachhaltigkeit-freiburg.de
- Bundesweiter **Pflanzwettbewerb** „Wir tun was für Bienen!“ der Stiftung für Mensch und Umwelt. Bewerben bis zum 31. Juli. www.wir-tun-was-fuer-bienen.de/registrierung.html

Unternehmenspodcasts

Gutes auf die Ohren



Bild: Adobe Stock, oneclac

Immer mehr Menschen hören regelmäßig Podcasts. Auch für Unternehmen führt kein Weg an dem Audioformat vorbei. Kompliziert ist die Produktion nicht – dennoch lohnt es sich, vor dem Einstieg ein paar grundsätzliche Überlegungen anzustellen.

Im Auto, in Bus und Bahn, beim Sport oder abends beim Einschlafen – Podcasts begleiten uns mittlerweile regelmäßig durch den Alltag. Mit dem Einsetzen der Coronapandemie und den damit verbundenen Lockdowns stieg die Nutzung deutlich an. Laut einer YouGov-Umfrage laden sich rund 40 Prozent der Deutschen gelegentlich Beiträge in diesem Format herunter, bei den 18- bis 34-Jährigen gehören knapp 60 Prozent zu den Zuhörern. Auch immer mehr Unternehmen überlegen deshalb, ob und wie sie mit sogenannten Corporate Podcasts Hörer erreichen können. Erfolgreiche Beispiele sind „Die Zukunft ist elektrisch“, der Podcast des Fahrzeugherstellers Audi, der seinem Publikum die verschiedenen Facetten der Elektromobilität nahebringt. Oder die „Werkstattgespräche“ der Baumarktkette Hornbach, bei dem unter anderem Dudelsackbauer, Experimentalflyzeugentwickler und Schuhmacherinnen zu Wort kommen. Ziel ist hier, sich als Baumarkt noch stärker bei Heimwerkern zu positionieren, die auch gerne mal ungewöhnliche Projekte angehen.

Doch auch kleinere Unternehmen sind schon in die Podcastproduktion eingestiegen: Zum Beispiel die Nissen & Velten Software GmbH mit Sitz in Stockach. Das Softwareunternehmen bietet Businesslösungen für mittelständische Unternehmen im Bereich ERP, CRM, Logistik, E-Commerce und Stammdatenmanagement, mit einem Fokus auf den technischen Handel und Stahlhandel. Insgesamt sind rund 90 Mitarbeiter beschäftigt. Vor zwei

Jahren habe er überlegt, wie sich die vielen Social-Medienkanäle noch besser bespielen lassen, berichtet Pressesprecher Rainer Hill. „Einen großen Teil meiner Zeit spreche ich mit Kunden, um Anwenderberichte zu erstellen. Da war es dann gedanklich kein so großer Sprung, daraus noch mehr zu machen“, sagt Hill. Im Podcast „Digitalisierung im Großhandel“ interviewt er Kunden und Experten beispielsweise über Fragen der nachhaltigen ERP-System-Auswahl oder welche Chancen B2B-Marktplätze für den Fachhandel bieten.

Dauerwerbesendung ist öde

Natürlich gehe es dabei um Imagebildung. „Wir wollen zeigen, dass wir uns auskennen“, sagt Hill. Er versuche weitgehend neutrale Beiträge zu produzieren, „denn 30 Minuten Werbung will ja keiner hören. Für mich steht der Nutzwert für unsere Kunden im Vordergrund.“ Die Folgen erscheinen etwa alle sechs Wochen. Die erfolgreichsten unter ihnen hatten zwischen 2.500 und 2.700 Hörer. Auch die Volksbank Lahr pflegt zwei Podcastformate, den „Vobatalk“, der von Hitradio-Ohr-Chef Markus Knoll moderiert wird, und den „BlackVRst“-Podcast „dailylife“ für eher jüngeres Publikum. „Wir bespielen alle relevanten Kanäle, klassisch und digital, und so war der Start des Vobatalks im Januar 2020 für uns ein logischer Schritt“, sagt Kommunikationsleiterin Susanne Hauser. Interviewt werden zum Beispiel Europa-Park-Geschäftsführer Mi-



IHK-Podcasts

Die „Blaue Welle“ der IHK Südlicher Oberrhein mit Geschichten aus der Wirtschaft.

🌐 www.podcast.de/podcast/929759

Podcasts der IHK Schwarzwald-Baar-Heuberg zu aktuellen Themen von Innenstadt bis Nachfolge.

🌐 www.schwarzwald-baar-heuberg.ihk.de 🗨 Podcast

Die DIHK-Podcastreihe „Sei ein Mentor“ mit Storys aus dem Ausbilder-Alltag

🌐 www.dihk-bildungsgmbh.de/ausbildung/fuer-ausbilder/podcast-sei-ein-mentor

chael Mack oder Imotana-Geschäftsführer Mathias Leibitz, der maßgeschneiderte Fußballschuhe herstellt. Bislang sind 31 Podcasts produziert, rund 1.200 Abonnenten werden erreicht. Der Antrieb, so Hauser, sei nicht, die Rankinglisten zu stürmen, sondern Beiträge in den Kundenmagazinen zu verlängern.

Podcast als perfekter Einstieg

„Audio und Voice sind die Zukunftsthemen schlechthin“, sagt Stephan Schreyer, der für Unternehmen strategische Audio- und Digitalberatung anbietet. Das Medium sei so beliebt, weil die Interaktion damit schnell, einfach und bequem sei. Zudem werde die Gesellschaft immer bildschirmmüder, insbesondere für die jüngere „Generation Kopfhörer“ seien beispielsweise Podcasts das Medium schlechthin. Für Unternehmen sei die Produktion eines Podcasts der perfekte Einstieg, sich diesem Bereich zu nähern. „Wenn Sie auditiv nicht wahrgenommen werden, bekommen Sie früher oder später ein Problem“, sagt Schreyer. Der Vorteil von Audio: Damit lassen sich Emotionen stärker wecken als mit anderen Contentformen. Denn das Sprachzentrum sitzt nah am Belohnungszentrum, so der Experte.

Die technischen Einstiegshürden sind für Podcasts relativ niedrig: Inzwischen gibt es leistungsfähige Mikrofone zwischen 100 und 500 Euro. Auch ein Tonstudio ist nicht notwendig, es langt ein ruhiger Raum. Ist die Internetverbindung stabil, lassen sich Interviews auch über Zoom oder Teams führen. Die Nachbearbeitung in Programmen wie Audacity ist kostengünstig und einfach, wenn man den Dreh mal raus hat. „Wenn das Grundgerüst steht, ist der Aufwand relativ gut zu managen“, sagt Hauser.

Kein Start ohne Strategie

Das Format Podcast sei für alle Unternehmensgrößen geeignet, und auch jeder Bereich, also von Vertrieb über Marketing bis Recruiting könne profitieren, sagt Stephan Schreyer. „Wichtig ist aber: Nicht einfach loslegen, sondern vorher überlegen, wie ein Podcast auf ein bestimmtes Unternehmensziel einzahlen und ob ein Podcast dies auch leisten kann.“ Das können Image und Markenbildung sein oder das Anwerben von Fachkräften. Auch sollte man sich Kennzahlen überlegen, anhand derer man seine Ziele misst. Der Daimlerkonzern hatte sich für seinen Podcast „HeadLights“ das Ziel gesetzt, eine bestimmte Zahl neue Bewerber zu gewinnen – und erreicht. Pi mal Daumen lässt sich sagen: Wenn 60 Prozent des Publikums weniger als drei Viertel des gesamten Podcasts hören, gibt es Nachbesserungsbedarf. Ein Podcast sollte möglichst regelmäßig erscheinen, zum Beispiel alle 14 Tage. Sehr relevant ist laut Schreyer auch eine Reichweitenstrategie. Denn die Konkurrenz ist riesig. Allein bei Spotify sind im zweiten Quartal 2021 rund 70.000 deutschsprachige Podcasts erschienen, Tendenz steigend. Der Trend, so Schreyer, gehe weg vom Interview hin zu narrativen Erlebnissen, wie etwa dem hochgelobten fünfteiligen Podcast „Finding van Gogh“ des Städel Museums Frankfurt. **db**



Rainer Hill (l.), PR-Manager bei Nissen & Velten, interviewt seinen Consultingleiter Lutz Thielemann im Firmenpodcast zum Thema Erfolgsfaktoren in ERP-Softwareprojekten.

VORAB-FRAGEN FÜR DEN PODCASTERFOLG

- Welches Ziel soll der Corporate Podcast erfüllen, welche Zielgruppen erreichen?
- Welche Themen lassen sich finden, die spannend sind, Relevanz und Mehrwert für die Zielgruppe besitzen und gleichzeitig auf das Ziel einzahlen? Haben wir genügend solcher Themen?
- Welches Format ist hilfreich (Reportage, Interview et cetera) und was können wir dauerhaft leisten (Länge, Frequenz)?
- Welche Ressourcen sind nötig, welche vorhanden? Wer hat den Hut auf?
- Will/kann sich intern jemand kümmern oder soll lieber ein externer Dienstleister ran?
- Mit welcher Strategie gewinnen wir Reichweite in unserer Zielgruppe?
- An welchen Kennzahlen messen wir unseren Erfolg?

Neue Digitalisierungspflichten rund um die Entgeltabrechnung

Langsames Aus für die Papierform

Seit dem **1. Januar 2022** müssen Unternehmen bestimmte Entgeltunterlagen ihrer Beschäftigten als digitale Dokumente anfordern und vorlegen, für die bisher die Papierform ausreichend war. Auch Arbeitnehmer sind verpflichtet, diese Unterlagen ihrem Arbeitgeber ausschließlich in elektronischer Form zur Verfügung zu stellen. Rechtsgrundlage der neuen Digitalisierungsanforderungen ist das siebte Gesetz zur Änderung des vierten Buches des Sozialgesetzbuches oder kurz: 7. SGB IV-ÄndG. Auf Antrag beim zuständigen Prüfdienst der Deutschen Rentenversicherung können Unternehmen von einer Übergangsregelung profitieren und sich bis zum 31. Dezember 2026 von der Führung elektronischer Unterlagen befreien lassen. Bis dahin haben Unternehmen also Zeit, sich auf die neuen Digitalisierungspflichten einzustellen und entsprechende Vorkehrungen zu treffen.



Von der Übergangsfrist profitiert nur, wer einen Antrag stellt

Strikte Regeln für Dateiablage

Welche Entgeltunterlagen der Arbeitgeber vorzuhalten hat, ist in der Beitragsverfahrensordnung (BVV) geregelt. Dazu gehören unter anderem Mitgliedsbescheinigungen, Meldungen oder sonstige Bescheide der Krankenkassen, Unterlagen zur Staatsangehörigkeit, Nachweise der Elterneigenschaft, Anträge zur Befreiung von der Rentenversicherungspflicht, Auf-

zeichnungen nach dem Mindestlohngesetz und dem Arbeitnehmerentendungsgesetz.

Folgende Leitlinien der „Gemeinsamen Grundsätze der Sozialversicherung“ regeln, wie die Unterlagen digital vorzuhalten und zu archivieren sind:

- Die GoBD (Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form) sind für die Speicherung von Entgeltunterlagen entsprechend anwendbar, soweit das Gesetz nicht strengere Anforderungen stellt.
- PDF-Dateien und Bilddateien sind zulässig, sofern gewährleistet ist, dass das Dateiformat unveränderbar ist.
- Die Dateien sind mit aussagekräftigen „sprechenden“ Dateinamen abzuspeichern, alternativ ist eine Legende oder tabellarische Inhaltsübersicht beizufügen.
- Anträge und Erklärungen in elektronischer Form sind mit einer qualifizierten elektronischen Signatur des Beschäftigten zu versehen, welche die eigenhändige Unterschrift ersetzt.
- Originaldokumente dürfen nur dann vernichtet werden, wenn die digitalen Versionen mit einer fortgeschrittenen elektronischen Signatur des Arbeitgebers versehen werden, bei der ein Datenpaket in das Dokument integriert wird, das den Unterzeichner eindeutig identifiziert und sicherstellt, dass am Dokument keine Änderungen mehr vorgenommen werden.

Werner Bachmann und Birgit Münchbach,
Friedrich Graf von Westphalen & Partner

Bild: Adobe Stock, jproeck

Innovationswettbewerb KI & Cybersicherheit

Anschubfinanzierung erhalten

Kleine und mittlere Unternehmen aus Baden-Württemberg mit bis zu 250 Mitarbeitern sowie Start-ups können noch bis zum **25. Mai** am „Innovationswettbewerb künstliche Intelligenz (KI) und Cybersicherheit“ des Landeswirtschaftsministeriums teilnehmen. Es geht um Startkapital für innovative Produkte und Services speziell an der Schnittstelle von Cybersicherheit und KI, so das Ministerium. Die Zuwendungen werden im Wege der Projektförderung als Anteilsfinanzierung in Form nicht rückzahlbarer Zuschüsse gewährt. Der Fördersatz beträgt für kleine Unternehmen 45 Prozent und für mittlere Unternehmen 35 Prozent der zuwendungsfähigen Ausgaben. Einzelunternehmen werden mit bis zu 200.000 Euro



Bild: Adobe Stock, besjunior

unterstützt, Gemeinschaftsprojekte mit bis zu 300.000 Euro. Alle Entwicklungen müssen bis Ende 2023 abgeschlossen sein. Für Frühjahr 2023 ist ein weiteres Förderangebot angekündigt. **uh**



www.wirtschaft-digital-bw.de/ki-made-in-bw/innovationswettbewerb-ki-cybersicherheit

Energy Efficiency Award der dena

Umweltaktivitäten in den Ring werfen

Unternehmen, die innovative Projekte und Konzepte zur Steigerung ihrer Energieeffizienz oder zur Senkung ihres Ausstoßes von Treibhausgasen am Start haben, können sich noch bis zum **27. Mai** um den diesjährigen Energy Efficiency Award 2022 bewerben.

Der Preis wird von der Deutschen Energie-Agentur (dena) zum 16. Mal vergeben und ist mit insgesamt 30.000 Euro dotiert. Zudem erhalten die Sieger und die in der Vorrunde Nominierten ein öffentlichkeitswirksames Siegel zur weiteren Verwendung. Für KMU gibt es einen zusätzlichen Preis für ihre

Umsetzungsbemühungen. Bewerben können sich Unternehmen jeglicher Größe und Branche aus dem In- und Ausland. Zur Wahl stehen vier unterschiedliche Kategorien rund um Energiewende und Klimaschutz. **uh**

i  www.energyefficiencyaward.de

Dr.-Rudolf-Eberle-Preis

Innovationen vergolden lassen

Noch bis zum **31. Mai** läuft die Bewerbungsfrist für den Dr.-Rudolf-Eberle-Preis, den Innovationspreis des Landes Baden-Württemberg. Er ist ausgeschrieben vom Landeswirtschaftsministerium und zeichnet mittelständische Unternehmen für besonders innovatorische Leistungen aus. Das können neue, clevere Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen sein, oder der Einsatz moderner Technologien bei der Produktion oder in Produkten. Zudem gibt es einen Sonderpreis für Nachwuchsfirmen. Bewerben können sich kleine und mittlere Unternehmen aus Industrie und Handwerk sowie technologischer Dienstleistung. Sie müssen in Baden-Württemberg ansässig sein und dürfen bis zu 500 Beschäftigten sowie einen Jahresumsatz bis zu 100 Millionen Euro haben. Insgesamt werden 57.500 Euro vergeben. Bewerbungen sind online abzugeben, Hilfestellung beim Verfassen geben unter anderem die IHKs. **uh**

i  <https://bewerbung.innovationspreis-bw.de>

Förderpreis „Helfende Hand“

Ehrenamtliche Arbeit sichtbar machen

Noch bis zum **30. Juni** können sich Organisationen, Unternehmen und Personen, die im Bevölkerungsschutz tätig sind, um den Förderpreis „Helfende Hand 2022“ bewerben oder zur Prämierung vorgeschlagen werden. Er wird seit 2009 vom Bundesinnenministerium ausgelobt und zeichnet Konzepte aus, die das Interesse der Menschen für das Ehrenamt im Bevölkerungsschutz wecken. Außerdem werden Unternehmen, Einrichtungen und Personen geehrt, die den Bevölkerungsschutz in besonderer Weise fördern und unterstützen. Der Preis prämiiert ehrenamtlichen Einsatz in den Kategorien Innovative Konzepte, Unterstützung des Ehrenamtes und Nachwuchsarbeit. Zudem wird es einen Publikumspreis geben, über den die Öffentlichkeit abstimmt. Insgesamt werden 50.000 Euro vergeben. **uh**

i  www.helfende-hand-foerderpreis.de

Gratis Veranstaltungsreihe

Klimaschutz für Einsteiger und Profis



Ende April ist in Baden-Württemberg für Unternehmen die nächste Runde an Veranstaltungen rund um CO₂-Bilanzierung und Klimaschutz gestartet. Zwischen Anfang Mai und Mitte Juli sind noch fünf weitere Termine angesetzt. **Am 5. und am 16. Mai** geht es um die glaubwürdige Kommunikation von Klima- und Nachhaltigkeitsthemen. Im Juni und Juli stehen beispielsweise Potenziale der CO₂-Kompensation und Fördermöglichkeiten rund um Klimaschutz auf dem Programm.

Die Events werden von einzelnen IHKs in Baden-Württemberg ausgerichtet, unter anderem von der IHK Südlicher Oberrhein, sie können aber von Mitgliedsunternehmen aller Kammern besucht werden. Die Veranstaltungen finden online statt und sind kostenlos. Sie richten sich sowohl an Nachhaltigkeitseinsteiger wie auch an Fortgeschrittene. **uh**

i

Alle Termine, Themen und Anmeldung:

 www.bw.ihk.de/klimaschutz

Mehr zur Veranstaltungsreihe:
Jil Munga

☎ 0761 3858-263

✉ jil.munga@freiburg.ihk.de

Arbeitskleidung überlassen

Wann Hose, Hemd und T-Shirt steuerfrei bleiben

Die Bluse mit dem eingestickten Eisdienlogo auf dem Ärmel, die Einheitskluft des Wachdienstes oder der Hoodie für den gemeinsamen Betriebsausflug – viele Unternehmen stellen ihren Mitarbeitern zu diversen Anlässen Bekleidung zur Verfügung. Oft geht das, ohne den Fiskus zu beteiligen.



Bild: Adobe Stock, opolija

Stellt ein Arbeitgeber seinem Mitarbeiter Kleidung, kann das grundsätzlich als Gehaltsnebenleistung und steuerpflichtiger Arbeitslohn in Form eines geldwerten Vorteils betrachtet werden. Überlässt er ihm aber unentgeltlich oder verbilligt Bekleidung, die typisch für den ausgeübten Beruf ist, ist diese nach § 3 Nr. 31 Einkommensteuergesetz (EStG) sogar steuerfrei und die Versteuerung als sogenannter Sachbezug ausgeschlossen. Vergleichbar dazu ist die Anschaffung der Kleidung durch den Arbeitnehmer selbst: Hier sind die Ausgaben als Werbungskosten abziehbar, wenn es sich um typische Berufskleidung handelt (§ 9 Abs. 1 Nr. 6 EStG).

Gretchenfrage: Was ist typisch?

Um Konflikte mit dem Finanzamt zu vermeiden, ist zu klären, was typische Berufskleidung ist. Zahlreiche Urteile und Stellungnahmen der Finanzverwaltung können als Orientierungshilfe dienen.

Als typische Berufskleidung anerkannt werden etwa Kleidungsstücke, die als Arbeitsschutzkleidung auf die jeweils ausgeübte Berufstätigkeit zugeschnitten sind, beispielsweise Warnwesten, Helme, Handschuhe und Sicherheitsschuhe. Auch eine uniformartige Beschaffenheit wie etwa eine Polizeiuniform oder eine dauerhaft angebrachte Kennzeichnung durch ein Firmenemblem stellen objektiv eine berufliche Funktion dar und erfüllen die Voraussetzung der typischen Arbeitskleidung. Wichtiges Kriterium bei der Beurteilung: Die private Nutzung muss so gut wie ausgeschlossen sein. Sofern bürgerliche Kleidung vom Arbeitgeber überlassen wird, um damit ein homogenes Erscheinungsbild aller Mitarbeiter und eine bessere Erkennbarkeit für Kunden sicherzustellen, liegt überwiegend ein

Besser im Berufsbedarf Kleidung für den Job einkaufen. Dann lässt sich fürs Finanzamt der berufliche Zweck leichter belegen.

eigenbetriebliches Interesse des Arbeitgebers vor. Der Gegenwert ist deshalb laut eines Urteils des Bundesfinanzhofs (BFH) (VI R 21/05) nicht zu versteuern. Dies ist beispielsweise bei bestimmten Bäckerei- oder Lebensmittelketten der Fall.

Private Nutzbarkeit macht die Sache problematisch

Bei der Kleidung darf es sich allerdings nicht um ausgesprochen hochwertige handeln. Es muss niedrigpreisige Normalkleidung sein. Diese Vorgabe ist zum Beispiel nicht erfüllt, wenn ein Unternehmen die Mitglieder der Geschäftsleitung zu Repräsentationszwecken mit feinstem Zwirn aus der neuesten Kollektion ausstattet. Nach einem BFH-Urteil (VI R 60/02) liegt hier keine typische Arbeitskleidung vor.

Auch die Schuhe einer Schuhverkäuferin, die Anzüge eines Rechtsanwalts und der verpflichtend zu tragende Trachtenanzug des Geschäftsführers eines bayerischen Lokals, sind bisher nicht als typische Berufskleidung anerkannt. Der BFH begründete die Entscheidungen jeweils mit dem Argument, dass die private Nutzung als bürgerliche Kleidung nicht ausgeschlossen sei.

Da die Abgrenzung nicht immer eindeutig ist, wurden bereits in einer Vielzahl von Fällen die Gerichte bemüht, eine Entscheidung zu treffen, ob typische Arbeitskleidung vorliegt oder nicht. Im Zweifel können ein Unternehmen oder seine Mitarbeiter den Nachweis des beruflichen Zwecks leichter erbringen, wenn die Arbeitskleidung in einem Laden für Berufsbedarf und nicht in einem Kaufhaus oder einem herkömmlichen Bekleidungsgeschäft gekauft wird.

Claudio Schmitt, Bansbach GmbH

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

Larissa Kratt

☎ 07721 922-138

✉ kratt@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 Juni-Ausgabe ist der 5. Mai.

i

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

Recyclingbörse:
www.ihk-recyclingboerse.de

EXISTENZGRÜNDUNGS- UND NACHFOLGEBÖRSE

Schupfnudelmanufaktur zu verkaufen, ideal für Foodtrucker. Dazu gehören die Produktionsgeräte Kartoffelkocher, Gastro-Großrührmaschine, Portionierer, Kochkessel und Tiefkühltruhe. Die Manufaktur erzeugt Schupfnudeln der besten Qualität. Es besteht eine treue Kundschaft, die die Beschaffenheit, den hervorragenden Geschmack und die handgearbeitete, nachhaltige Qualität schätzt. Der Trend zu mehr Heimatverbundenheit und Bio garantiert sehr gute Umsätze mit den schwäbischen „Buabaspitze“. Die gesamte Manufaktur verkaufen wir für 4.500 Euro. **KN-EX-A-674/22**

Immobilienbüro im Landkreis Lörrach, seit über 12 Jahren am Markt, sucht Geschäftsführer als (langfristigen) Nachfolger. Der Tätigkeitsbereich ist die Haus- und Mietverwaltung sowie die Vermittlung. Gesucht wird ein Bewerber, der bereits in dieser Branche tätig ist und über die entsprechenden Aus- und Fortbildungen verfügt. Einarbeitung wird zugesichert. **KN-EX-A-67/22**

Lieferadresse/Paketshop für Schweizer Kunden zu verkaufen. Das Geschäft gibt es seit mehreren Jahren, es verfügt über einen großen Kundentamm. Langfristiger Mietvertrag, perfekte Verkehrsverbindung, sehr grenznah, ebenerdig mit großen Lagerflächen, Kundenparkplätzen. Großes Schweizer Einzugsgebiet. **KN-EX-A-672/22**

Fahrrad- und E-Bike-Handelsbetrieb in Süddeutschland zu verkaufen. Das Angebot umfasst neben Fahrrädern und E-Bikes auch Zubehör, Teile, Bekleidung sowie Leasing-Leistungen für Kunden aus der DACH-Region. Das Unternehmen beschäftigt 18 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Umsatz von circa 2,8 Millionen Euro (2021). **KN-EX-A-671/22**

HANDELSVERTRETERBÖRSE

Handelsvertreter gesucht. GECKOLUBE – True Technology, Hitech – Motorenöle aus deutscher Herstellung ausschließlich im Blechkanister sucht deutschlandweit Handelsvertreter zum Aufbau einer schlagkräftigen Vertriebsstruktur. Das Thema Nachhaltigkeit und Recyclingfähigkeit tritt bei Verbrauchern und Retailern im Aftermarket der Kleingebinde immer mehr in den Vordergrund. Blech statt Plastik. Wer hat Netzwerke im Automobil Aftermarket, zu einschlägigen Onlineanbietern, verkauft mit Passion und Einsatz Motorenöle und Schmierstoffe, möchte von Anfang an dabei sein mit Aufstiegschancen bis zur Vertriebsleitung? **FR-HV-02/22**

IMPRESSUM

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

Redaktion:

Pressestelle der Industrie- und Handelskammern
im Regierungsbezirk Freiburg i. Br. e.V.:
Ulrike Heitze (Leitung, v. i. S. d. P.) Daniela
Becker, Andrea Keller, Kristin Schwarz

Rehlingstraße 16a, 79100 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: Adobe, Studio Romantic
Bilder, falls nicht anders angegeben, wurden
uns von Unternehmen, Gesprächspartnern und
IHKs zur Verfügung gestellt.

Verlag und Anzeigen:

Prüfer Medienmarketing
Endriß & Rosenberger GmbH
Ooser Bahnhofstr. 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. 40 gültig ab Januar 2022.

Satz:

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

Druck:

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

Herausgeber:

IHK Hochrhein-Bodensee
Reichenastraße 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 Südlicher Oberrhein

Schnewlinstraße 11 bis 13, 79098 Freiburg
(Besucheradresse:
Bismarckallee 18-20, 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 29. April 2022.
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.

Suppen, Saucen und Würzmittel aus Todtnau

Gut gewürzt

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: Die „Bio Gemüsebrühe“ von Asal.

Klare Suppe seit den 1960er-Jahren

Mit dem Bauchladen von Haus zu Haus – so kann man sich die Anfänge der Asal GmbH & Co. KG aus Todtnau vorstellen. Als Handelsvertreter war Gründer August Asal bereits ab 1937 unterwegs und verkaufte ein breites Sortiment an Haushaltswaren direkt an den Endkunden. Die erste Gemüsebrühe wurde Ende der 1960er-Jahre in das Sortiment aufgenommen: die „Vegetarische Klare Suppe“, die es auch heute noch gibt. Tradition wird bei Asal in Todtnau-Brandenberg großgeschrieben. Seit Mitte der 1980er-Jahre beliefert das Unternehmen den Raiffeisenhandel sowie Hofläden, seit knapp 15 Jahren gehört der Lebensmitteleinzelhandel zu den Kunden von Asal. Der Vertriebsschwerpunkt liegt nach wie vor auf Baden-Württemberg, Hofläden werden jedoch auch deutschlandweit beliefert. Ludwig Asal führt das Unternehmen seit 1993 in dritter Generation, sein Sohn David, der seit vier Jahren mit an Bord ist, soll es später übernehmen. Aber auch Regina, die Ehefrau von Ludwig Asal, sowie die beiden Töchter Nadine und Sabrina arbeiten im Familienbetrieb mit, in dem insgesamt 18 Mitarbeiter beschäftigt sind.

Bestseller in Bio

Das Sortiment von Asal hat sich im Laufe der Zeit verändert, ist größer und vielfältiger geworden und geht längst über das Angebot an reinen Würzmitteln hinaus. Die Rezepturen wurden an die Verbraucherwünsche angepasst, Bioprodukte haben einen weitaus höheren Stellenwert erhalten. Die „Asal Bio Gemüsebrühe“ ist bereits seit über 20 Jahren im Produktangebot, die neue Bioverordnung erforderte Anfang des Jahres eine Überarbeitung ihrer Rezeptur. Das Unternehmen nutzte den Moment für weitere Verbesserungen seines Bestsellers: Der Gemüseanteil wurde von zehn auf rund 27 Prozent erhöht, die Brühe zählt jetzt zu den sogenannten „Clean Label Produkten“ des Unternehmens. Das sind jene Lebensmittel, die ausschließlich natürliche Zutaten enthalten und somit frei von Hefeextrakten oder Aromen sind. Ludwig Asal betont: „Unser oberstes Prinzip ist seit jeher eine gesunde Ernährung, die schmeckt.“ Die „Bio Gemüsebrühe“ gibt es in drei verschiedenen Verpackungsgrößen: 540 Gramm, 290 Gramm und 145 Gramm. Im vergangenen Jahr wurden insgesamt rund 70.000 Dosen des Suppengewürzes verkauft. 20 Prozent des Unternehmensumsatzes macht das Biosortiment aus, davon entfallen rund 85 Prozent auf die Gemüsebrühe.



Echte Handarbeit

Die Grundlage eines jeden Asal-Produkts bildet immer eine erste Idee. Gemeinsam mit Lebensmittelchemikern wird dann ein passendes Rezept entwickelt. Es folgen die ersten Vorschläge und Verkostungen, bis schließlich die fertige Rezeptur steht. Diese wird dann in Partnerunternehmen, mit denen Asal seit vielen Jahren zusammenarbeitet, den Vorgaben entsprechend hergestellt und kommt anschließend im Großgebäude in den Betrieb nach Todtnau. Dort wird das Produkt von eigens dafür angestellten Mitarbeitern von Hand mit Schaufelchen in die Dosen abgefüllt. Genau wie in einer Manufaktur. Die Verpackungen haben auf ihrer Oberseite bereits ihren endgültigen Deckel und werden daher auf den Kopf gestellt und von unten befüllt. Schließlich wird das Ganze mithilfe einer sogenannten „Dosenverschlussmaschine“ auf der Unterseite versiegelt. ak