

Sonderheft | Jubiläum 2026



Ein Service der IHK  
für Unternehmen  
in der Region Stuttgart

# magazin wirtschaft



## Herzlichen Glückwunsch zu Ihrem Jubiläum

**Kein Sekt für den Fiskus**  
Was Sie steuerlich beachten  
müssen **Seite 14**

Tipps zur Vorbereitung  
Ihrer **Jubiläumsfeier**  
**Seite 16**

**Ihre IHK-Urkunde**  
So kommt sie zu Ihnen  
**Seite 35**

# DIE IHK IST FÜR SIE DA \*

\* Stand September 2025



**77.054**

beträgt die Auflage unseres  
IHK-Magazins



**176.365**

Mitglieder hat die  
IHK Region Stuttgart



**2274**

Mitgliedsunternehmen der IHK Region  
Stuttgart feiern letztes Jahr ein rundes  
Jubiläum



**3661**

Prüferinnen und Prüfer enga-  
gieren sich ehrenamtlich in der  
Ausbildung. 703 sind es in der  
Fortbildung und 262 bei der Sach-  
und Fachkundeprüfung

**249**



Unternehmerinnen  
und Unternehmer  
engagieren sich  
ehrenamtlich in der  
IHK-Vollversammlung und in  
den fünf Bezirksversammlungen



**5.965.257**

Mal wurde unsere IHK-Website  
„www.stuttgart.ihk.de“  
2024 aufgerufen



**19.106**

Mitgliedsunternehmen haben unseren  
kostenlosen Newsletter\*\* abonniert.  
Sie können uns aber auch auf LinkedIn,  
Instagram, Twitter und Facebook folgen

## WIR SIND STOLZ AUF SIE!



**CLAUS PAAL**

Präsident  
der IHK Region Stuttgart



**DR. SUSANNE HERRE**

Hauptgeschäftsführerin  
der IHK Region Stuttgart

Im Namen der gesamten Wirtschaft der Region Stuttgart gratulieren wir Ihnen ganz herzlich zu Ihrem runden Jubiläum! Ein Unternehmen - egal welcher Größe - durch die Zeit zu steuern, ist eine anspruchsvolle, schwierige Aufgabe. Viele Eigenschaften sind nötig, damit sie gelingt. Da ist zunächst die Fachkompetenz: Immer müssen Sie am Ball bleiben, was neue Branchenentwicklungen angeht, immer wissen, was der Kunde wünscht und oft sogar, was er in der Zukunft erwartet.

**Nicht zu unterschätzen ist der Zeitfaktor:** Nicht umsonst interpretieren viele den Begriff „Selbständig“ mit „selbst“ und „ständig“. Konkret bedeutet das: zu Terminen mit Familie und Freunden kommt man zu spät oder kann gar nicht teilnehmen, weil die Arbeitszeiten andere sind als bei Angestellten oder weil es gerade irgendwo klemmt. Und wenn man den sowieso viel knapper bemessenen Urlaub nimmt, muss man sich anhören: „Wegen Reichtums geschlossen.“

**Ohne eine große Frustrationstoleranz und viel Hartnäckigkeit geht also gar nichts.** Dies gilt umso mehr als ein Unternehmen im Laufe von 25, 50 oder sogar noch mehr Jahren viele Höhen und Tiefen durchläuft. Unsicherheit ist damit verbunden, denn nicht immer ist man sicher, dass und wie es weitergeht.

**Ist Ihr Unternehmen schon lange in der Familie,** waren weitere große Herausforderungen zu meistern: Der Senior oder die Seniorin musste „ihr Baby“ abgeben

und akzeptieren, dass die neue Generation manches anders macht. Die Nachfolger wiederum mussten in die großen Fußstapfen ihrer Vorgänger treten, mussten sich bei Mitarbeitern, die sie schon als Kinder kannten, nun in der neuen Rolle durchsetzen. Außerdem ist es immer eine schwierige Aufgabe, (finanzielle) Gerechtigkeit gegenüber allen Familienmitgliedern zu üben: den Alten und den Jungen, denjenigen, die das Geschäft übernehmen, und ihren Geschwistern.

**Sie haben das alles geschafft.** Dafür gebührt Ihnen unser größter Respekt! Dies umso mehr wenn man weiß, dass deutsche Unternehmen im Schnitt nur 16 Jahre alt werden, wie die Wirtschaftsauskunftei Creditreform ermittelt hat. 16 Jahre im Schnitt! Doch bereits zehn Jahre nach der Gründung ist die Hälfte aller Unternehmen schon wieder vom Markt verschwunden.

**Darum sind wir als IHK stolz auf Sie!** Wir wünschen Ihnen, dass Sie Ihr Jubiläum gebührend feiern. Dazu soll auch das vorliegende Sonderheft von Magazin Wirtschaft beitragen. Es enthält Tipps für die Gestaltung des großen Tages und ein paar Beispielgeschichten von erfolgreich alt gewordenen Unternehmen in der Region Stuttgart.

**Ihnen wünschen wir eine schöne Feier und alles nur erdenklich Gute** für die Zukunft, für Sie persönlich, für Ihre Mitarbeiter und für Ihr Unternehmen!

Herzlichst Ihre

# Wir machen uns stark für Ihren Erfolg

DIE IHK REGION STUTTGART unterstützt die regionale Wirtschaft seit 1855.



**Unsere IHK arbeitet dafür, Ihnen, den rund 180.000 Mitgliedsunternehmen, den Weg zum erfolgreichen Geschäft zu ebnen.** Wir verstehen uns dabei als kompetenter Partner an Ihrer Seite.

**Als Körperschaft öffentlichen Rechts ist es unser Auftrag,** uns für das Gesamtinteresse der IHK-Mitgliedsbetriebe einzusetzen. In diesem Rahmen nehmen wir hoheitliche (durch Gesetz übertragene) Aufgaben wahr.

Wir unterstützen Sie darüber hinaus aber auch individuell mit unseren vielfältigen, digitalen und ortsnahen Serviceangeboten. Und wir agieren als kritischer Partner

der Politik und unabhängiger Anwalt des Marktes.

**Unser Leistungsspektrum umfasst zahlreiche Themen** von A wie Ausbildung bis Z wie Zollseminare.

**Profitieren Sie auch von unseren Partnern und Netzwerken.** Ob es um die Gründung eines weiteren oder die Übergabe eines bestehenden Unternehmens geht – wir helfen Ihnen in jeder Phase Ihres Unternehmertums.

**Wir als Ihre IHK Region Stuttgart arbeiten dafür,** dass es der Wirtschaft und damit auch den Menschen in unserer Region gut geht. Nicht nur heute, sondern seit 1855 und auch in Zukunft. Versprochen!

## IHK-TIPP

Nur ein Klick oder ein Anruf entfernt

**Servicecenter Ausbildung**  
Telefon 0711 2005-1111  
ausbildung@stuttgart.ihk.de

**Servicecenter Existenzgründung**  
Telefon 0711 2005-1677  
existenz@stuttgart.ihk.de

**Servicecenter Recht**  
Kostenlose Erstinfos zu Rechts- und Steuerfragen für IHK-Mitglieder



**Servicecenter Beitrag für Handelsregister-Firmen**  
Telefon 0711 2005-1695  
beitrag-hr@stuttgart.ihk.de

**Servicecenter Zoll und Exportkontrolle**  
Telefon 0711 2005-1466  
auwi@stuttgart.ihk.de

**Servicecenter Beitrag für Einzelunternehmen und GbR**  
Telefon 0711 2005-1699



So feiert der Fiskus nicht mit **14**

**20**  
Die richtige Musik sorgt für gute Stimmung



Bestellen Sie jetzt Ihre Jubiläumsurkunde **35**

**Ehrenurkunde**  
PREMIUM LANDE-AS Stuttgart  
25 Jahre



**28** Wirtschaftsarchiv und Landesfilmsammlung helfen bei der Firmengeschichte



**24**  
Was Sie beim Sponsoring beachten müssen

# Inhalt

Sonderheft Jubiläum 2026

## KURZ & KNAPP

**6 NACHGEFRAGT** Martin Ricker über die Flut, die sein Geschäft im 99. Jahr bedrohte und warum Aufgeben keine Option war

**ZAHLEN & ZITATE**

**7 WER NOCH JUBILÄUM FEIERT**

## TITELTHEMA

**8 SO FEIERN DIE ANDEREN**

## RAT & TAT

**14 FEIERN, SCHENKEN UND FISKUS** Was Sie steuerlich beachten müssen

**16 VORBEREITUNG** Tipps zur Planung des Jubiläumsfestes

**18 ZEITPLAN** für die Event-Planung

**20 KÜNSTLERSUCHE** für Ihr Fest

**21 IHK-MAGAZIN WIRTSCHAFT** So kommen Sie ins Heft

**22 REDEN HALTEN** Tipps für die Festtagsansprache

**23 STIFTEN** Das müssen Sie beachten

**24 STEUERFREI GUTES TUN** Sponsoring und Spenden

**25 INTERVIEW** mit Fernsehmoderator Michael Antwerpes

**26 SO SICHERN SIE IHRE GESCHICHTE**

**27 COACHING-TIPP** Gemeinsam feiern stärkt das Team

**28 WIRTSCHAFTSARCHIV UND LANDEFILMSAMMLUNG** kümmern sich um Ihre Schätze und liefern Material für Jubiläums-Schriften und Posts

## MENSCHEN & IDEEN

**30 ZEITSPRUNG** Daniel Mauser über 100 Jahre Mauser + Co. GmbH

**32 BILDERGALERIE** Die IHK gratuliert

## DIE LETZTE SEITE

**34 KOMMENTAR** Mehr schwäbisches Selbstbewußtsein fordert Prof. Brem von der Uni Stuttgart

**IMPRESSUM**

**35 SO KOMMT IHRE URKUNDE** zu Ihnen

**IHK-TIPP**

Stuttgarter Schlossplatz:  
180 Jahre Jubiläumssäule

Die Jubiläumssäule im Zentrum des Stuttgarter Schlossplatzes wurde 1846 fertiggestellt. Errichtet wurde sie aus Anlass des 25-jährigen Regierungsjubiläums und des 60. Geburtstags von König Wilhelm I. von Württemberg, dem Mann der unvergessenen Katherina.

Die Säule besteht aus einem 30 Meter hohen Granitschaft, der von der 100 Zentner schweren Göttin Concordia gekrönt wird.

Die vier Statuen von Frauengestalten auf dem Sockel sind Allegorien der vier Stände. Links neben der Inschrift steht die Figur für Handel und Gewerbe.



**ZAHLEN & FAKTEN**

**91**

Prozent aller deutschen Unternehmen sind Familienunternehmen. Sie erzielen 55 Prozent der Umsätze und stellen 57 Prozent aller Jobs.

Quelle: Stiftung Familienunternehmen

**39**

Mal seit 2018 waren im ARD-Tatort Unternehmer, Manager oder Selbständige die Mörder. Das sind so viele wie Polizisten und Berufsverbrecher zusammen.

Quelle: Bundesverband der mittelständischen Wirtschaft (BMVW).

**»Wen die Götter verderben wollen, dem schenken sie 40 Jahre Erfolg.«**

Jörg Menno Harms, früher Chef der Hewlett-Packard GmbH

**Ihr Unternehmen ist gerade 100 Jahre alt geworden. Doch ausgerechnet in Ihrem 99. Jahr wurden Sie vom Hochwasser schwer in Mitleidenschaft gezogen!** 1,80 Meter hoch stand das Wasser – und hat Produktion, Verkaufsbereich und auch den Bürotrakt stark beschädigt. Knapp zwei Jahre davor hatten wir schon mit einem Einbruch und einem Brand zu kämpfen.

**Sie haben aber trotz der Schicksalsschläge nicht aufgegeben.** Nein, obwohl ich schon 61 war, war es für mich selbstverständlich, nach der langen Familientradition die Ärmel hochzukrempeln und weiterzumachen. Ganz aufzuhören – kam für mich nicht in Frage. Mut gemacht haben unsere langjährigen Mitarbeiter, die freiwillig mit angepackt haben. Selbst eine Kollegin, die bereits im Ruhestand war, kam vorbei und half beim Wiederaufbau. Dazu kamen der Zuspruch unserer Kunden und natürlich die Unterstützung meiner Schwester Susanne.

**Ist jetzt wieder alles ok?** Unser Getränkemarkt konnte zum Glück bereits im vergangenen Dezember wieder öffnen – ein wichtiges Signal für uns und unsere Kunden. Dennoch arbeiten wir nach wie vor aus einem Container heraus, in vielen Gebäudeteilen gibt es lediglich Baustrom. Ein großer Teil unserer Zeit fließt aktuell noch in die Schadensregulierung, die Zuarbeit

**NACHGEFRAGT**

**»Sagen Sie mal, Herr Ricker ...«**



**MARTIN RICKER**

Geschäftsführer der Ricker Fruchtsäfte GmbH, Schorndorf

Das Interview führte  
**DR. ANNJA MAGA**  
Redaktion Magazin Wirtschaft  
annja.maga@stuttgart.ihk.de

an die Versicherung und zahlreiche organisatorische Aufgaben.

**100 Jahre - das ist ein stolzes Alter.** Ja, die Wurzeln unseres Betriebs liegen im Jahr 1925. Damals gründeten unser Großvater Gottlob und sein Bruder Imanuel die Firma in der Schorndorfer Burgstraße. Unsere Familie hatte zuvor schon 500 Jahre lang Weinbau betrieben. Doch Anfang der 1920er-Jahre waren die Gefahren des Alkohols ein großes Thema. Deshalb entschieden sich die beiden für eine Lohn-Süßmosterei.

**Gleich im ersten Jahr wurden 20 Holzfässchen mit je 50 bis 100 Litern Apfelsaft für die ersten Kunden gefüllt.** Ja, die Idee passte genau in die Zeit. Und seither kümmern wir uns um die Vermarktung des regionalen Streubobstes. „Die Sonne im Glas“, das ist bis heute unser Slogan.

**Wie sieht Ihr Sortiment heute aus?** Inzwischen haben wir ein breites Sortiment an Fruchtsäften und Spezialitäten, dazu viele Weine aus der Region, ergänzt durch Mineralwässer und Biere – möglichst alles regional und von hoher Qualität.

**Wie haben Sie gefeiert?** Mit einer zweitägigen Verkostung regionaler Weine. Uns war wichtig zu zeigen: „Wir sind wieder da!“



## BUCH-TIPP

Das Buch zeigt auf inspirierende Weise, wie Unternehmen toxische Strukturen überwinden und durch Teamorientierung sowie generationenübergreifende Kooperation neue Stärke gewinnen. Es vermittelt ein zeitgemäßes Führungsverständnis, das auf Selbstbestimmung, flache Hierarchien und ein konstruktives Miteinander setzt.

Der Schreibstil ist angenehm und verständlich. Besonders hervorzuheben ist der strukturierte Aufbau: Jedes Kapitel schließt mit praxisnahen Tipps. Zentrales Thema ist das Potenzial altersgemischter Teams. Die Grundannahme, dass jede Generation eigene Stärken einbringt, eröffnet neue Perspektiven für die Zusammenarbeit und fördert ein Umdenken in der Führungspraxis.

Allerdings fehlt es stellenweise an einer kritischen Auseinandersetzung mit möglichen Umsetzungshürden. Aspekte wie Widerstände in traditionellen Strukturen, Machtverhältnisse oder kulturelle Barrieren werden nur am Rande thematisiert. Eine vertiefte Analyse hätte hier das Gesamtbild abgerundet. Trotzdem überzeugt das Buch mit frischen Blickwinkeln auf Führung und Unternehmenskultur. Auffällig ist dabei die durchgehend positive Grundhaltung: Anhand von Fallbeispielen wird zudem deutlich, wie Motivation, Produktivität und Mitarbeiterbindung nachhaltig gestärkt werden.



**Das Team der Besten: Statt Generationskonflikte gemeinsam Teamerfolg schaffen.** Derek Brandt, Wiley-VCH GmbH, Weinheim 2024, 165 Seiten, ISBN: 978-3-527-51190-7, 24,99 Euro



1926: Die „Benz & Co Rheinische Gasmotorenfabrik Mannheim“ und die „Daimler-Motoren-Gesellschaft“ (Foto: Fließfertigung in Untertürkheim) fusionieren zur Daimler-Benz AG.

## NOCH MEHR JUBILÄEN

Das geschah außerdem in Ihrem Gründungsjahr

**1926** erblickt Queen Elizabeth das Licht der Welt. In Deutschland werden die Politiker Hans-Jochen Vogel und Otto Graf Lambsdorff geboren, in Frankreich Starkoch Paul Bocuse und auf Kuba Fidel Castro. Ebenfalls Jahrgang 1926 sind Playboy-Verleger Hugh Hefner, der Entertainer Peter Alexander und Hollywood-Star Marilyn Monroe.

In Berlin findet die erste Grüne Woche statt, die Lufthansa wird gegründet und Erfinder Engelbert Zaschka erhält das Patent für seine Erfindung eines Trag- und Hubschraubers. In Stuttgart gründet Andreas Stihl das A. Stihl Ingenieurbüro und in Norwegen wird die Sprühdose erfunden. Die Puccini-Oper Turandot wird uraufgeführt und erstmals ein Fußballspiel live im Radio übertragen: Das ist gleich ein Klassiker: Deutschland schlägt die Niederlande mit 4:2.

**1951** ist ein besonders gutes Jahr für Rock- und Pop-Größen: Geboren werden Phil Collins, Sting, Bob Geldorf und Wolfgang Niedecken. Aber auch der Rennfahrer Hans-Joachim Stuck und Schach-Ikone Anatoli Karpow sind Jahrgang 1951, genauso wie Eberhard Gienger, der Turnweltmeister und langjährige Bundestagsabgeordnete.

„**Einigkeit** und Recht und Freiheit“ wird deutsche Nationalhymne und das Bundesverfassungsgericht nimmt in Karlsruhe seine Arbeit auf. In Frankfurt findet die erste deutsche Automobilausstellung statt, im schwedischen Lund wird der Tetra-Pak erfunden.

**1976** werden Ex-Tagesschausprecherin Judith Rakers, Sänger Jan Delay sowie die Boxlegenden Regina Halmich und Wladimir Klitschko geboren. Außerdem erblicken Astronaut Alexander Gerst und die Fußballer Ronaldo und Michael Ballack das Licht der Welt.

Im selben Jahr stirbt Mao Zedong, und in Südafrika wird der Schüleraufstand von Soweto zum Symbol des Widerstands gegen die Rassentrennung. In den USA wird Jimmy Carter US-Präsident, und Nord- und Südvietnam werden wiedervereinigt. Im italienischen Seveso explodiert eine Chemiefabrik, was die Stadt mit Dioxin verseucht. Die DDR bürgert den Liedermacher und Regimekritiker Wolf Biermann aus.

**2001** Der Terroranschlag 9/11 und die Folgen erschüttern die Welt. Apple stellte den ersten iPod vor, Microsoft veröffentlicht Windows XP und die Online-Zykluspedie Wikipedia wird gegründet.

## GLOSSAR

### JUBILÄUM, DAS; -S, ... ÄEN

Laut Duden bezeichnet das Wort **Jubiläum** den „festlich begangenen Jahrestag eines bestimmten Ereignisses“. Das Wort kam Ende des 16. Jahrhunderts ins Deutsche. Es kommt vom Lateinischen **iubilaeum** = **Jubelfeier**.

Die zweite Bedeutung, nämlich die Wiederkehr eines besonderen Tages, kam etwas später vom hebräischen Wort **Jobel** hinzu. Es bezeichnet das alle 50 Jahre stattfindende Erlassjahr, in dem verpfändetes Land zurückgegeben, Schulden erlassen und Knechtschaft aufgehoben wurde.



Fröhliche Gesichter beim Rahm-Jubiläums-Straßenfest: Renate Gebhardt und Monika Roß lassen Luftballons aufsteigen. Zwei kamen tatsächlich zurück.

# Die Zeit vergeht, wir bleiben!

**FIRMEN, DIE EIN RUNDES JUBILÄUM FEIERN**, seien es 25, 50, 75 Jahre oder gar dreistellig, die haben sehr viel er- und überlebt: Auf's und Abs, gute Zeiten, schlechte Zeiten. Viel Arbeit wurde investiert, viel Hartnäckigkeit, Mut, Zukunftsglaube und Durchhaltevermögen. Wir haben vier IHK-Mitgliedsunternehmen besucht, die 2025 ein rundes Jubiläum feierten und sie gefragt, wie sich ihre Branche in der Zeit verändert hat und was sie für die Zukunft erwarten.

**Z**um Beispiel die Arno Fuchs Kabeltechnik GmbH. „Drei Frauen – drei Generationen – dreimal Frauenpower“, könnte man ihre Geschichte auf den Punkt bringen. Trotzdem steht ein männlicher Vorname in der Firmierung, denn gegründet wurde das Esslinger Unternehmen von Arno Fuchs.

Eigentlich wollte er Apotheker werden, aber 1950 hieß es, davon gebe es schon genug. So machte er sich selbständig mit einem Großhandel für Kabelbearbeitungsmaschinen. „Alles, was er als Gründer wissen musste, wie man Ziele festlegt und wie man diese auch planen kann, das hatte er sich mit der Grossmann-Methode angeeignet“, erzählt seine Tochter Irmtraud Fuchs-Markowski. Das Büchlein des „Urvaters aller Persönlichkeitsentwickler“ steht noch in ihrem Bücherschrank.

Mindestens genauso hilfreich war, dass Arnos Frau Luise Bürokauffrau gelernt hatte und von Anfang an einen wesentlichen Teil der Arbeit übernahm. Richtig wichtig wurde das, als der Gründer kurz nach dem Umzug in das eigene Firmengebäude verstarb – mit gerade mal Mitte 40. „Da waren wir nur noch zu dritt: Mama, ich und die Firma“, erzählt Tochter Irmtraud, die heutige Seniorchefin. Sie erinnert sich noch genau, dass man möglichst verbergen musste, dass kein Mann mehr im Unternehmen war: „Vor allem vor den Banken wurde das klein gehalten, denn eine Frau als Unternehmerin, das minderte damals noch die Kreditwürdigkeit.“

Zum Glück für Mutter und Tochter befand sich seit dem Umzug die Privatwohnung direkt über den Geschäftsräumen: „Meine Mama kam in der Mittagspause eben nach oben, und ich saß oft im Büro“, erinnert sich die heutige Seniorchefin und zeigt auf die alte Schreibmaschine, auf der sie oft gespielt hat und die bis heute im Regal steht. Überhaupt, „ich habe wirklich alle Phasen der Büroentwicklung mitgemacht, von der mechanischen Schreibmaschine über Kugelkopf bis Computer und Internet, vom Brief über Fernschreiber und Fax bis zur Mail“, lächelt sie.

1987 stieg Irmtraud Fuchs-Markowski mit ins Unternehmen ein, was ihre Mutter sehr glücklich machte. Gemeinsam mit ihrem damaligen Ehemann führte sie den Betrieb fast 30 Jahre, bis sie 2015 alleinige Geschäftsführerin wurde.

Jetzt ist sie Seniorchefin und macht nicht den Eindruck, als bereue sie ihren Weg. Gerade das Familiäre in ihrer Position macht ihr Freude. Das bezieht sich nicht nur auf die acht Mitarbeiter, sondern auch auf die jahrzehntelangen Geschäftskontakte.

Und familiär ist die Wohn- und Arbeitssituation bis heute geblieben, denn Tochter Marion Schlee ist inzwischen

Mit-Geschäftsführerin und wohnt nun mit Mann und zwei Söhnen in der Wohnung über dem Betrieb. Auch ihr Einstieg ins Unternehmen war kein Selbstläufer, denn gelernt hat sie Hotelfachfrau. 15 Jahre lang organisierte sie im Hotel Mövenpick am Flughafen als Abteilungsleiterin den Tagungs- und Veranstaltungsbereich. Nach der zweiten Elternzeit entschied

sie 2018, „ich probier's! Ich habe zwar keine technische Ausbildung als Hintergrund, dafür habe ich aber mein kompetentes Team. Und alles andere traue ich mir zu, mit meiner Führungserfahrung.“

Was ihr seither gefällt: „Weil wir so klein sind, sind wir sehr schnell und sehr wendig. Aber“, schiebt sie nach, „man hat die Verantwortung in allerletzter Instanz, und dafür muss man geboren sein“.

Wie ihre Mutter hat sie den Wechsel in den Familienbetrieb nicht bereut: „Kurze Wege, immer erreichbar und ich kann auch mal abends herunterkommen, wenn etwas liegengeblieben ist, das ist Gold wert“, freut sie sich. Und auch für ihre Mutter ist es ideal: „Ich bin jetzt 69. Da kann ich mich so langsam ausschleichen“.

Einiges hat sich geändert, seit Marion Schlee in die Geschäftsführung eingestiegen ist. Besonders stolz ist sie auf das neue Logo und auf die modernisierte Home-

**»Meine Mama kam  
in der Mittagspause  
nach oben, und ich  
saß oft im Büro.«**



75 Jahre Frauenpower: Irmtraud Fuchs-Markowski und Marion Schlee verkaufen Kabelbearbeitungsmaschinen in die ganze Welt.

page. Ein Riesenerfolg übrigens, denn sie wird neuerdings sogar in Malaysia oder Vietnam angeklickt. „Kunden aus 70 Ländern kaufen ihre Maschinen zur Kabelbearbeitung bei uns“, freut sich Marion Schlee.

### *Rabattprozente für die treue Kundschaft*

Wie wird gefeiert? „Mit Prozenten. Wir wollen unseren Kunden etwas zurückgeben“, sagt die Chefin. Passend zu den 75 Jahren gab es zehn Wochen lang 7,5 Prozent Rabatt. Außerdem wurden die acht Mitarbeiter zu einem guten Essen mit Bühnenzauber eingeladen.

Was wird zum Hundertsten sein? Vielleicht ist dann einer meiner Söhne im Geschäft“, sagt Schlee, worauf ihre Mutter ausruft: „Mama mia, das wäre schön!“

### *Stabwechsel zum Jubiläum*

Essen mit Bühnenzauber, das schwebt auch Peter Schäfer zur Feier seines Jubiläums vor. „Wir sind ein kleines Team, da muss man nicht gleich die Schleyerhalle mieten“, lacht er. Etwas

größer aufziehen möchte er es aber trotzdem, denn für den 63-Jährigen ist es die letzte Feier als Chef: Im November wird er den Betrieb übergeben – ziemlich genau 25 Jahre nach der Gründung.

## **»Inzwischen ist das von einem Push- zu einem Pull-Geschäft geworden.«**

Terra Consulting GmbH heißt seine Firma, ein deutschlandweit tätiges Beratungs- und Planungsunternehmen, das sich auf Wärmeplanung, Quartiersentwicklung, Energieberatung und Fördermittelbeschaffung für Kommunen, Unternehmen und die Wohnungswirtschaft spezialisiert hat.

Angefangen hat es um die Jahrtausendwende. Schäfer war damals bei einem internationalen Energiedienstleister tätig, „aber dort konnte ich meine Kreativität nicht so ausleben wie ich wollte“, erzählt er. Bei seiner Tätigkeit hatte er viel mit Mittelständlern zu tun, denn die

meisten hatten keinen eigenen Hausingenieur mehr, der das Konzeptionelle verantwortet.

Schäfer beschloss, sozusagen als externe Ingenieurabteilung diese Aufgabe zu übernehmen. Seine Terra Consulting konzentrierte sich dabei auf das Thema Energieeffizienz, genauer gesagt auf Energie-Contracting. Konkret bedeutet das, er plant und verwirklicht für Gebäudeeigentümer ein individuell zugeschnittenes Konzept zur Verbesserung der Energieeffizienz und sorgt auch für die Finanzierung.

„Contracting, das war damals noch ziemlich neu. Der Beratungsbedarf war enorm“ – und Schäfer zählte zu den ersten Experten in Deutschland. Er war auch immer einer der ganz wenigen, die von der Deutschen Energie-Agentur (dena) und der KEA-BW, der Landesenergieagentur, gelistet wurden. Ein entscheidender USP, denn das bedeutet, dass Terra Zugriff auf Förderprogramme hat.

### *Die Firmen haben sich an Förderung gewöhnt*

Wenn er so zurückblickt: Was hat sich in den vergangenen 25 Jahren geändert? „Früher sagten die Kunden, wenn es Fördermittel gibt, dann machen wir das. Heute hat selbst der Letzte verstanden, dass er etwas machen muss und fragt dann, ob es nicht auch Fördermittel gibt“, erzählt er. Und noch etwas habe sich grundlegend geändert: „Am Anfang mussten wir auf die Kunden zugehen und sie überzeugen. Inzwischen ist das von einem Push- zu einem Pull-Geschäft geworden: Wir werden jeden Tag angesprochen und bräuchten eigentlich viel mehr Mitarbeiter, finden aber keine“, bedauert er.

Einen fand er aber doch, und das war gleich ein Glücksgriff: Vor sechs Jahren lernte er bei einer KEA-Veranstaltung Dominik Meyer kennen. Der heute 44-Jährige war nach verschiedenen handwerklichen Ausbildungen und einem Ingenieurstudium bei einer Kommune gelandet. „Da hat alles immer sehr lange gedauert und es wurde oft mehr gedacht als gemacht“, fasst er seine Erfahrung zusammen.

2019 stieg er als Co-Geschäftsführer bei Terra Consulting ein. Seither wurde er zum Nachfolger aufgebaut und nun wird Schäfer die Geschäftsführung komplett



an Meyer übergeben. Er selber wird sich dann auf seine anderen Beteiligungen konzentrieren und auch ein bisschen kürzer treten.

### *Es wird doch noch gefeiert!*

Aber feiert denn keiner mehr ein richtig großes Fest? Doch, die Rahm Projektmanagement Schlüsselfertigbau GmbH aus Stuttgart. Und die lässt es so richtig krachen, ein ganzes Jahr lang.

Wobei - krachen ist eigentlich der falsche Begriff, denn Firmengründer und -chef Thilo Rahm stellt das Fest unter ein gemeinnütziges Motto: „25 Jahre, 25 gute Taten.“

25 wohltätige Zwecke, die es wert sind gefördert zu werden – da müssten sich die meisten erst einmal intensiv umschauen. Für Rahm ist es eher umgekehrt, er muss auswählen. Der Mann hat nämlich viele Überzeugungen, wie man unsere Gesellschaft zusammenhält und voranbringt: dass man sich politisch und vor allem kommunal engagieren sollte, dass man sich berufsständisch einbringt, sozial und ökologisch agiert, Schulen und Hochschulen unterstützt. Für ihn gibt es da kein Entweder-oder sondern nur ein Alles. Entsprechend lang ist die Liste seiner Engagements, die Themen breit. Das reicht von der Mitgliedschaft in der Gemeinwohlökonomie-Bewegung über den Verein der Freunde der Streuobstwiesen Rommelshausen bis zum Cannstatter Volkfestverein und dem eigenen Wagen beim traditionellen Wasen-Umzug.

Das Vierteljahrhundert Erfolg war für ihn Anlass, sozusagen noch eine Schippe draufzulegen – die 25 guten Taten eben. So kam etwa das Garagendach des Albertus-Magnus-Gymnasium in Sommerrain zu einer Dachbegrünung, die Tagespflege des Roten

Pünktlich zum Jubiläum übergibt Peter Schäfer (l.) den Staffelstab an Dominik Meyer.

**10** Jahre nach der Gründung ist die Hälfte aller Unternehmen schon wieder vom Markt verschwunden.

Quelle: Creditreform

Kreuzes zu Materialien zur Motorik-Förderung oder die Ukraine zu ausgedienten Fischernetzen, mit denen Drohnen abgefangen werden können.

Wacht man eigentlich eines Morgens auf und denkt, hoppla, uns gibt es ja schon 25 Jahre? „Gute Frage“, lächelt Rahm und erinnert sich: „Letztes Jahr haben wir unser Logo modernisiert und suchten einen Anlass, wie wir das publik machen können. Da fiel uns das Jubiläum ein.“ Eine Werbeagentur half, daraus eine richtig runde Sache zu machen, inklusive Fest.

### *Gefeiert wurde bis spät in die Nacht*

Eine Feier im klassischen Sinne gab es nämlich auch. Genauer gesagt, ein richtig schönes Straßenfest mit 200 Gästen. Bis spät in die Nacht stepte der Bär in der Cannstatter Theodor-Veiel-Straße. Mit Foodtrucks, Café-Ape, Musik und 25 Luftballons - von denen zwei tatsächlich zurückkamen - wurde fröhlich gefeiert. Handwerker waren da, Subunternehmer und Kunden, „von denen viele Freunde geworden sind. Da hat der Dachdecker mit der Bauherrin gesprochen – ganz ohne Distanz“, freut sich Rahm.

Als Thilo Rahm im Jahr 2000 seine Cannstatter Firma gründete, war das schon sein zweites Startup. Nach seinem Architekturstudium im Leipzig hatte er dort ein Büro eröffnet. Doch um die Jahrtausendwende war der Markt schwierig geworden. So kehrte der gebürtige Stuttgarter zurück an den Neckar, wo die ganze Familie in Sachen Bauen unterwegs ist: Thilo Rahms Firma, die er mit seiner Schwester Monika Roß zusammen leitet, ist eine Ausgründung der elterlichen Baufirma, die heute sein Bruder führt, und die ist wiederum eine Ausgründung des vom Großvater gegründeten Baugeschäfts.



Thilo Rahms Firma ist Generalunternehmerin für Bauherren mit Blick auf ökologisches Bauen und Kreislaufwirtschaft. Er garantiert Qualität, Kosten und Zeiteinhaltung. Ob das Modell auch in 25 Jahren noch funktioniert? Da hat er seine Zweifel: „Es muss nur ein Bau-Über auftreten, dann ist das Geschäftsmodell tot“, ist er sicher. Damit es die Firma auch zum 50. Geburtstag noch gibt, liegt die Zukunft deshalb zunehmend in Richtung Projektsteuerung.

### *Erst fließend, dann abrupt ändert sich die Werbewelt*

Wie wohl die Werbebranche im Jahr 2050 aussehen wird? Zumindest in den 25 Jahren seit der Gründung der Agentur Fact GmbH mit der verbundenen Marke Fmk hat sich viel geändert. „Zuerst fließend, dann abrupt“, wie Geschäftsführer Andreas Fahrion erzählt. Fließend, das waren die Neuerungen durch die zunehmende Digitalisierung: Zu den bewährten TV- und Radio-Spots, den Print-Anzeigen und geklebten Plakaten kamen diverse Social-Media-Kanäle, kamen Reels und City-Lights, um nur einiges zu nennen.

Und abrupt, das war 2020 und 2024, als Teams und KI Einzug in die Büros hielten. Die künstliche Intelligenz automatisierte zeitintensive Text- und Grafikaufgaben, für die zuvor viel Manpower nötig war. Teams veränderte den Kundenkontakt grund-

Thilo Rahm (l.) und sein Team: 25 gute Taten für 25 Jahre Erfolg.

legend: „Man fährt kaum noch zum Kunden raus und die Prozesse haben sich enorm beschleunigt. Außerdem ist vieles internationaler geworden“, erzählt Fahrion und berichtet von einem der größten mexikanischen Autozulieferer, dessen Marke er inzwischen betreut.

### *Der Kunde kommt von allein? Das funktionierte nicht mehr!*

Wer schon mal „Mad Man“ gesehen hat, der weiß, auch früher schon hat sich Werbung immer weiterentwickelt. Um die Jahrtausendwende zum Beispiel war die große Veränderung, dass auch im B2B-Bereich die Kunden nicht mehr von allein kamen, wenn man nur das richtige Produkt in der richtigen Qualität anbot.

Andreas Fahrion, studierter BWLer, erkannte hier eine Marktlücke. Schließlich blickte er schon auf zehn Jahre Marketing Erfahrung in großen Automotive-Firmen zurück. Weil er spürte, „dass ich kein Konzernmensch bin“, beschloss er, eine Agentur zu gründen, die Mittelständlern beim Aufbau und der Pflege ihrer Marke hilft.

Zusammen mit Designer Jens Albrecht gründete er 2000 die FMK, die Fahrion Marketing und Kommunikation. Ein Jahr später kam die Fact GmbH dazu.

**1452**

wurde das älteste noch bestehende Unternehmen in Baden-Württemberg gegründet. Es ist die Schapfen Mühle in Ulm.



Viele Auszeichnungen und eine IHK-Jubiläumsurkunde: Jens Albrecht (l.) und Andreas Fahrion führen ihre Agentur seit 25 Jahren zusammen.

So konnten die beiden auch im B2C-Bereich tätig werden, ohne die Automotive-Kompetenz zu verwässern. Heute ist Fact die Dachmarke.

Fahrions und Albrechts USP damals wie heute: ihr Branchenwissen. Und noch ein zweites Konzept, das um das Jahr 2000 eher selten war, erwies sich als wesentlicher Erfolgsfaktor: Es wurde keine große Mannschaft aufgebaut, sondern ein Netzwerk von Spezialisten geknüpft: „Die Kernkompetenz, den Kunden 360 Grad zu betreuen, haben wir immer im Haus – dafür nicht relevante Leistungen gliedern wir aus. Ganze Firmen arbeiten für uns“, erklärt Fahrion, „so müssen wir die Leute nicht um jeden Preis auslasten“.

Viele Auszeichnungen hat die Firma in den letzten Jahren eingeheimst, wie ein Blick auf die Homepage verrät. Dort scrollt man auch durch eine lange Liste namhafter Kunden, für die die Kirchheimer oft eine Art ausgelagerte Marketingabteilung sind, die sie bei Markenaufbau und -pflege umfassend begleitet. Für die Kunden, die ja oft nur noch kleine Marketingabteilungen haben, bedeutet das, sie bekommen die

Problemlösung aus einer Hand ohne erst x Agenturen pitchen und briefen zu müssen.

Besonders stolz ist Fahrion, dass Fact/FMK „zu den 100 größten inhabergeführten Agenturen in Deutschland“ gehört. Freilich fügt er gleich schwäbisch bescheiden an, „wir sind aber trotzdem am Boden geblieben“.

**»Die Firma geht immer vor, auch wenn die Gesellschafter mal zurückstecken müssen.«**

Das hat auch mit einer ausgeprägten Sparsamkeit zu tun. Mehrfach betont er, „ich halte das Geld zusammen! Die Firma geht immer vor, auch wenn die Gesellschafter mal zurückstecken müssen.“

Gibt es aus Sparsamkeitsgründen keine große Feier? Für Fahrion liegt das eher an der Art, wie Arbeit heute gesehen

wird. Während Kunden sich noch vor ein paar Jahren über eine Einladung in die VfB-Loge oder ins Wasen-Zelt freuten und man „früher auch mal einen ganzen Abend mit einem Kunden zusammengesessen und gefeiert hat“, lehnten heute die meisten schon eine Essenseinladung ab, stellt er immer wieder fest.

Das habe Gründe: einerseits natürlich Compliance, andererseits aber auch eine veränderte Einstellung der jüngeren Generation. Für sie ist ein Arbeitessen Arbeit, und das passt nicht in die Work-Life-Balance. Gefeierte wurde natürlich trotzdem – mit den Mitarbeitern, die ja ein wesentlicher Teil des Erfolges sind.

Aber ob intern oder extern gefeiert wird, ob mit großem Aufwand oder eher bodenständig: Anlass zum Feiern haben alle vier. Und ganz viel Grund, stolz auf das zu sein was sie geschaffen haben. Bleibt uns nur, ganz herzlich zu gratulieren und viele weitere erfolgreiche Jahre zu wünschen!

**DR. ANJA MAGA**  
Redaktion Magazin Wirtschaft  
annja.maga@stuttgart.ihk.de



# KEIN SEKT FÜR DAS FINANZAMT

**DIE KOSTEN FÜR IHR FEST** müssen Sie nur versteuern, wenn Sie pro Person mehr als 110 Euro ausgeben

Ein Firmenjubiläum ist eine gute Gelegenheit zum Feiern. Doch was bei den Arbeitnehmern im ersten Moment für Freude sorgt, kann sich als böse Überraschung entpuppen, wenn im Nachhinein Lohnsteuer anfällt. Gut zu wissen: solange die Aufwendungen für die Betriebsveranstaltung pro Mitarbeiter nicht mehr als 110 Euro betragen, fällt keine Lohnsteuer an.

Grundsätzlich kann im Unternehmen lohnsteuerfrei gefeiert werden. Bedingung ist, dass es sich um eine Betriebsveranstaltung handelt, also eine Veranstaltung auf betrieblicher Ebene mit gesellschaftlichem Charakter, bei der die Teilnahme allen Betriebsangehörigen offen steht. Gemeint sind neben Jubiläumsfeiern auch Jahresausflüge oder Sommerfeste.

Die Feste müssen sich allerdings bezüglich ihrer Häufigkeit und ihrer Kosten im Rahmen des Üblichen bewegen. Üblich bedeutet in diesem Zusammenhang, dass nicht mehr als zwei Veranstaltungen im Kalenderjahr stattfinden und dass die Aufwendungen pro Mitarbeiter (einschließlich Umsatzsteuer) nicht mehr als 110 Euro betragen. Auf die Dauer der Veranstaltung kommt es hingegen nicht an.

Achtung: Auch eine Jubiläums- oder Verabschiedungsfeier mit mehr als einem Geehrten kann eine Betriebsveranstaltung sein. Wenn jedoch nur ein Arbeitnehmer geehrt wird, liegt keine Betriebsveranstaltung vor. Trotzdem fällt Lohnsteuer nicht an, wenn eine Freigrenze in Höhe von 110 Euro pro Person beachtet wird. Bei Überschreiten der Freigrenze ist im Unterschied zur Betriebsveranstaltung der gesamte (und nicht

nur der übersteigende Betrag) lohnsteuerpflichtiger Arbeitslohn.

Keine Betriebsveranstaltungen sind Arbeitsessen, also wenn Arbeitnehmer ohne die Teilnahme von Geschäftspartnern am Firmensitz eine Mahlzeit vom Arbeitgeber bezahlt bekommen. Diese sind dann steuerfrei, wenn ein ganz überwiegendes eigenbetriebliches Interesse des Arbeitgebers besteht. Dies könnte beispielsweise bei einem außergewöhnlichen Arbeitseinsatz beziehungsweise einem unerwarteten Arbeitsanfall gegeben sein.

Zur Berechnung des 110-Euro-Freibetrags müssen all diejenigen Kosten einbezogen werden, die der Betriebsveranstaltung zuzuordnen sind. Dabei ist es unerheblich, ob sie dem einzelnen Arbeitnehmer individuell zugerechnet werden können. Kosten für die Raummiete sind daher genauso zu berücksichtigen wie Aufwendungen für einen Eventmanager oder für die Musik.

Zur Bemessungsgrundlage zählen auch die Kosten, die durch kurzfristige Nichtteilnahme von Arbeitnehmern entstehen, zum Beispiel aufgrund nicht eingemommener Mahlzeiten. Sogenannte „No-Show-Kosten“ für zunächst angemeldete, später aber – aus welchen Gründen auch immer – an der Betriebsfeier nicht teilnehmende Arbeitnehmer zählen laut Finanzverwaltung zu den unmittelbar durch die Betriebsveranstaltung veranlassten Gesamtkosten der Betriebsveranstaltung, auch wenn die teilnehmenden Arbeitnehmer insoweit dadurch nicht bereichert sind.

**WEITERE  
INFORMATION**  
[www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de),  
Dok-Nr.  
1323358



**CHRISTINE  
PFEIFER**  
IHK Region  
Stuttgart  
[christine.pfeifer@stuttgart.ihk.de](mailto:christine.pfeifer@stuttgart.ihk.de)

# UND WAS IST MIT GESCHENKEN?

## DAS MÜSSEN SIE TUN, damit der Fiskus nicht mit beschenkt wird

Bei einem Jubiläum werden oft Gastgeschenke verteilt. Doch auch hier ist steuerlich einiges zu beachten. Die Freude kann sonst bei der nächsten Betriebsprüfung getrübt werden – auf beiden Seiten!

Damit das nicht passiert, ist zunächst zu klären, wann steuerlich überhaupt ein Geschenk vorliegt. Kein Geschenk in diesem Sinne sind Streuerbeartikel im Wert von bis zu zehn Euro. Gemeint sind Werbemittel, die durch ihre breite Streuung eine Vielzahl von Menschen erreichen, also Taschenkalender, Kugelschreiber oder Feuerzeuge. Kosten für diese Artikel können – wie übrigens auch Warenproben – uneingeschränkt als Betriebsausgabe abgezogen werden.

eines persönlichen Ereignisses macht. Schenkt er seinem Geschäftspartner zum Geburtstag zwei Flaschen Wein für 58,95 Euro inklusive Mehrwertsteuer, handelt es sich um eine Aufmerksamkeit, die er voll als Betriebsausgabe abziehen kann. Doch Weihnachten ist kein persönlicher Anlass! Deswegen gilt hier die 60-Euro-Grenze nicht.

Wenn die Zuwendung weder im eigenbetrieblichen Interesse liegt noch als Bewirtung oder als Aufmerksamkeit zu qualifizieren ist, gibt es dennoch die Möglichkeit, ein Geschenk steuerfrei zu überreichen: Nämlich dann, wenn es die 50-Euro-Grenze (netto) einhält. In diesem Fall kann es in vollem Umfang als Betriebs-

wird die 50-Euro-Grenze jedoch um 15 Euro überschritten. Aber schon ein einziger Cent führt dazu, dass alle Geschenke nicht als Betriebsausgabe anerkannt werden, also auch die nicht, deren Wert unter 50 Euro liegen.

Auch für den Beschenkten hat das Folgen, denn die Geschenke werden bei ihm nun als steuerpflichtige Einnahmen gewertet. Allerdings kann der Schenkende dem Beschenkten Zusatzkosten ersparen, indem er die Steuer für ihn übernimmt. § 37b Abs.1 des Einkommensteuergesetzes eröffnet die Möglichkeit der Pauschalversteuerung. Der Schenker bezahlt ausgehend vom Kaufpreis 30 Prozent Steuer zu-



Wandkalender mit Firmenlogo sind dagegen Geschenke, jedenfalls dann, wenn sie an individualisierbare Empfänger verteilt werden.

Eine Bewirtung ist kein Geschenk. Lädt der Unternehmer Kunden zum Jubiläumessen ein, kann er 70 Prozent der Kosten steuerlich geltend machen, sofern sich diese im üblichen Rahmen bewegen. Geschenke zum Firmenjubiläum sind zwar Geschenke im steuerlichen Sinne, sie können aber bis zu einem Wert von brutto 60 Euro steuerfrei überreicht werden.

Dieser Grenzwert gilt für jede einzelne Zuwendung, die der Unternehmer wegen

ausgabe abgesetzt werden und der Beschenkte nichts versteuern.

Aber Achtung: im Gegensatz zu den Aufmerksamkeiten gilt die Grenze pro Jahr und Person. Wer also seinem Kunden zum Jubiläum im Sommer eine Flasche Wein für 45 Euro schenkte und zu Weihnachten einen Bildband für 20 Euro überreichen möchte, überschreitet die 50-Euro-Grenze.

Hätte er statt des Bildbandes ein Fachbuch geschenkt, sähe das anders aus: Die 50-Euro-Grenze gilt nämlich nicht für Geschenke, die nur betrieblich verwendet werden können, zum Beispiel eben Fachbücher. Da der Bildband kein Fachbuch ist,

zätzlich Solidaritätszuschlag (für diejenigen, für die er noch gilt) und Kirchensteuer. Sinnvoll ist es, den Geschäftspartner darauf hinzuweisen, dass die Steuer übernommen wurde.

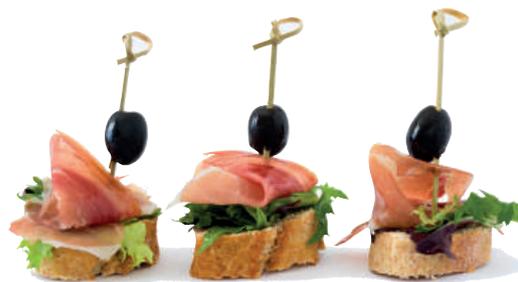
Die Aufzeichnungspflicht umfasst abziehbare und nicht abziehbare Geschenkaufwendungen. Wer mit Buchhaltungsprogrammen arbeitet, verwendet hierfür am besten ein extra Konto.

Wird die Aufzeichnungspflicht nicht beachtet, führt dies dazu, dass auch Geschenke unter 50 Euro nicht abgesetzt werden können, außer es handelt sich um vereinzelte Fehlbuchungen aufgrund von Schreib- oder Eingabefehlern.



# FEIERN WILL GUT GEPLANT SEIN

8 PROFI-TIPPS, damit Ihr Fest perfekt organisiert ist



Ein Firmenjubiläum zu organisieren, ist mehr als nur ein festliches Ereignis vorzubereiten. Es ist eine Gelegenheit, die Geschichte und Erfolge Ihres Unternehmens zu feiern und gleichzeitig Ihre Mitarbeiter, Kunden und Stakeholder zu würdigen. Damit das gelingt, erfordert die Planung eines perfekten Firmenjubiläums sorgfältige Überlegungen und präzise Organisation. Hier sind einige praxisnahe Tipps, um sicherzustellen, dass Ihre Veranstaltung unvergesslich wird:

## 1. Beginnen Sie frühzeitig mit der Planung

Ein erfolgreiches Event erfordert eine gründliche Planung, und dies gilt insbesondere für ein Firmenjubiläum. Starten Sie die Planung mindestens sechs Monate im Voraus, um genügend Zeit für die Organisation von Details wie Location, Catering, Unterhaltung und Gästelisten zu haben. Frühzeitige Planung ermöglicht es Ihnen auch, potenzielle Probleme frühzeitig zu identifizieren und zu lösen.

## 2. Legen Sie ein Budget fest

Bevor Sie mit der Planung beginnen, ist es wichtig, ein realistisches Budget festzulegen. Berücksichtigen Sie dabei alle Ausgaben, einschließlich Miete für die Location, Catering, Unterhaltung, Dekorationen und eventuelle Werbekosten. Ein klar definiertes Budget hilft Ihnen, die finanziellen Auswirkungen des Jubiläums zu kontrollieren und sicherzustellen, dass Sie nicht über Ihre finanziellen Vorstellungen hinausgehen.

## 3. Wählen Sie die richtige Location

Die Wahl der richtigen Location ist entscheidend für den Erfolg Ihres Firmenjubiläums. Berücksichtigen Sie dabei die Länge Ihrer Gästeliste, die Art der Veranstaltung und das Budget. Eine Location mit aus-

# 2

WOCHEN im Voraus will der Caterer wissen, wie viele Gäste zugesagt haben

reichend Platz für Ihre Gäste sowie geeigneten Einrichtungen für Catering und Unterhaltung ist unerlässlich. Vergessen Sie nicht, auch die logistische Erreichbarkeit der Location für Ihre Gäste zu berücksichtigen.

## 4. Personalisieren Sie die Veranstaltung

Nutzen Sie das Firmenjubiläum als Gelegenheit, um die einzigartige Geschichte und Kultur Ihres Unternehmens zu präsentieren. Personalisieren Sie die Veranstaltung durch individuelle Dekorationen, Firmenhistorie-Displays, eine Fotogalerie vergangener Ereignisse und vielleicht sogar eine Präsentation über Meilensteine und Erfolge. Dies schafft eine emotionale Bindung zwischen den Gästen und Ihrem Unternehmen.

## 5. Bieten Sie hochwertiges Catering

Gutes Essen und Trinken sind ein wesentlicher Bestandteil jeder Veranstaltung. Investieren Sie in hochwertiges Catering, das den Geschmack Ihrer Gäste trifft und zu Ihrem Firmenimage passt. Berücksichtigen Sie dabei auch spezielle Ernährungsbedürfnisse wie vegetarische, vegane oder glutenfreie Optionen. Ein kulinarisches Erlebnis kann den Gästen lange in Erinnerung bleiben und den Erfolg Ihres Jubiläums steigern.

Cateringunternehmen können Sie auch bei der Suche weiterer Dienstleister unterstützen, zum Beispiel Technik, Dekoration und anderes.

## 6. Sorgen Sie für ansprechende Unterhaltung

Die richtige Unterhaltung kann

den Unterschied zwischen einer guten und einer großartigen Veranstaltung ausmachen. Entscheiden Sie sich für Unterhaltungsangebote, die zu Ihrem Publikum und dem Stil der Veranstaltung passen. Live-Musik, eine Tanzvorführung, eine Foto- oder Videobox oder ein illustrierter Gastredner können das Jubiläum zu einem unvergesslichen Erlebnis machen.

## 7. Laden Sie rechtzeitig ein

Eine effektive Kommunikation ist entscheidend, um sicherzustellen, dass Ihre Gäste gut informiert und eingeladen sind. Versenden Sie rechtzeitig Einladungen, um sicherzustellen, dass Ihre Gäste genügend Vorlaufzeit haben, um die Veranstaltung in ihren Kalender einzuplanen.

»Ein kulinarisches Erlebnis kann den Gästen lange in Erinnerung bleiben«

Achten Sie darauf, dass die Einladung alle wichtigen Infos enthält, inklusive Datum, Uhrzeit, Ort und wie und wann man sich rückmeldet.

Denken Sie auch an die Vorlaufzeit. Ihre Dienstleister, insbesondere die Caterer, benötigen die finale Personenanzahl oftmals schon zwei Wochen vor der Veranstaltung.

## 8. Denken Sie an besondere Details

Kleine Details können den Unterschied ausmachen und Ihre Veranstaltung unvergesslich machen. Überlegen Sie sich besondere Extras wie personalisierte Geschenke für die Gäste, ein Erinnerungsalbum mit Fotos vergangener Firmenereignisse oder eine Dankesrede, in der besondere Leistungen und Mitarbeiter hervorgehoben werden.

STELLA NÖTHER  
Freetime Events GmbH  
Benningen  
www.freetime-events.de

# IN 8 SCHRITTEN ZU

400 Veranstaltungen führt die IHK jedes Jahr durch. Wir haben Lisa Spanninger, Chefin des Veranstaltungsmanagements, b



1

**1. Ein Jahr vorher** sollten die Eckdaten für die Feier stehen. Wenn der Rahmen, insbesondere die Gästezahl feststeht, sollte der Termin gefunden und die Location festgelegt werden.



4

**3-4 Monate vorher** sollte - insbesondere bei Großveranstaltungen mit über 500 Personen - das Catering bestellt werden. Die finale Speisenauswahl kann auch noch später erfolgen, das Cateringunternehmen sollte den Termin aber bei dieser Menge rechtzeitig einplanen können.

## START



2

**6 Monate vorher** sollte spätestens das Motto der Feier festgelegt werden. Damit verbunden ist dann die Referenten- und Musiksuche, beziehungsweise die Gestaltung des Programms vor, auf und neben der Bühne. Lisa Spanninger greift für die musikalische Umrahmung gerne auf die Künstlervermittlung der Staatlichen Musikhochschule zurück.

3

**4-5 Monate vorher:** Die Sommermonate sind gefragt. Deshalb wird ein „Save the date“ verschickt. Für die eigentliche Einladung reicht es, wenn sie sechs bis acht Wochen vor dem Ereignis versandt wird. Rückmeldemöglichkeit nicht vergessen! Bei der IHK läuft der ganze Prozess inzwischen rein digital ab.



# UR FEIER

, bei der Vorbereitung des IHK-Sommerempfangs über die Schulter geschaut



**6-8 Wochen vorher:** Damit die Veranstaltung reibungslos abläuft, sollte man sich jetzt um die Detailplanung kümmern. Dabei spielen insbesondere die Themen Sicherheit, Infrastruktur und Personalplanung eine wichtige Rolle.



**In der Woche der Veranstaltung** zählt sich ein frühzeitiger Aufbau und ein gutes Briefing aus. Gerade die Technik muss gut geplant und abgestimmt sein, damit jeder weiß, wo was wie aufgebaut wird und wo er sein Equipment abstellen kann. Auch die Helfer sollten wissen, was wer wann und wo am Veranstaltungstag zu tun hat.

## FESTTAG



**Der große Tag:** Weil alles perfekt vorbereitet ist, wird es eine tolle Veranstaltung: Beim Sommerempfang 2025 tauschten sich über 1000 Gäste aus Wirtschaft, Politik, Sport, Kunst und Kultur über das aus, was die Wirtschaft bewegt. Die ausgelassene Stimmung und die fröhlichen Gesichter sind ein tolles Zeichen, dass sich die Mühen der letzten Wochen und Monate gelohnt haben.



**1 Tag nach der Veranstaltung** verschickt Lisa Spanninger ein Dankschön an alle, die zum Gelingen der schönen Feier beigetragen haben. Sie übt aber auch Manöverkritik und hält die wichtigsten Erkenntnisse fest: denn nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung.



# Hier spielt die Musik

So finden Sie den richtigen Künstler für Ihr Fest

Live-Musik weckt Emotionen und Erinnerungen. Ob Klassik, Jazz, Pop oder Tanzmusik: Sie wirkt entspannend, regt zum Nachdenken an oder ist schlicht unterhaltsam und bringt das Tanzbein zum Schwingen. Kein Wunder also, dass auch bei Firmenfeiern Live-Auftritte nicht fehlen dürfen. Doch wie organisiert man solche Auftritte, damit sie allen Beteiligten lange in positiver Erinnerung bleiben? Folgende Schritte sind zu empfehlen:

**1. Rahmendaten festlegen:** Im ersten Schritt gilt es zu überlegen, was genau gewünscht ist: welcher Anlass, welche Tageszeit, welcher Termin? Wie ist der Ablauf geplant? Gibt es ein bestimmtes Motto oder eine Dramaturgie? Gibt es schon eine Vorstellung, welche Art Musik gewünscht ist, vielleicht sogar eine Idee, wer spielen soll?

**2. Beratung einholen:** Wer schon einen Künstler auf seiner Wunschliste stehen hat, kann sich direkt mit diesem oder seiner Agentur in Verbindung setzen, am besten telefonisch. Das persönliche Gespräch hilft Missverständnisse und Enttäuschungen auf beiden Seiten zu vermeiden.

**Geklärt werden sollte unbedingt die gewünschte Aufmerksamkeit:** Soll die Musik zum konzentrierten Zuhören einladen oder handelt es sich um Hintergrundmusik? Welche Stilrichtung und welches Programm – von Klassik über Lounge-Jazz bis Greatest Hits – wird gewünscht und wie bekannt und professionell sollen die Musiker sein. Wer in solchen Fragen nicht so bewandert ist, sollte eine Agentur für Künstlervermittlungen einschalten.

**3. Künstlerangebote anfordern:** Ist das Interesse telefonisch angemeldet und die groben Rahmendaten kommuniziert, sollte

die Anfrage schriftlich konkretisiert werden. Dazu müssen Details genannt werden, zum Beispiel zu den Auftrittszeitpunkten und den technischen Möglichkeiten. Gibt es Klavier oder Flügel? Welche technische Ausstattung ist vorhanden oder sollen die Musiker eine eigene Tonanlage mitbringen? In welchem Zeitraum können die Musiker aufbauen und Soundcheck machen?

**Beim Anfragezeitpunkt gilt: Je bedeutender und komplexer** die Veranstaltung ist, desto früher sollte die Anfrage erfolgen. Es empfiehlt sich, zwei bis sechs Monate vor der Veranstaltung anzufragen, bei großen Ensembles oder namhaften Topacts auch bis zu einem Jahr vorher.

**4. Honorar fixieren:** Die Honorarvorstellung orientiert sich in erster Linie an der Frage, welchen Gesamtaufwand der Künstler hat. Meist liegt dieser inklusive Reisezeit bei vier bis zehn Stunden. Würde man einen durchschnittlichen „Handwerkerlohn“ von netto 60 Euro ansetzen, liegen die Honorare meist zwischen netto 300 und 700 Euro pro Musiker, etablierte und namhafte Künstler verlangen je nach Marktwert deutlich mehr. Die Bewertung der reinen Spielzeit greift erst ab circa 90 Minuten. Ob der Auftritt 15 oder 60 Minuten dauert, ist also nicht so entscheidend, das Honorar bleibt in der Regel gleich.

**Bei Auftritten zu später Stunde kann es sinnvoll sein, eine Verlängerungsoption zu fixieren.** Beispielsweise erhält die Coverband nach 24 Uhr für jede weiteren 30 Minuten ein vorher vereinbartes Honorar. Wünscht der Veranstalter ein individuelles Programm, mit außerordentlichem Probenaufwand oder als Auftragskomposition, fällt das Honorar entsprechend höher aus.

**Zum Künstlerhonorar kommen die Kosten für Mehrwertsteuer** (wenn keine Befreiung vorliegt), Fahrt, Unterkunft, Verpflegung und Technik sowie die GEMA, Künstlersozialkasse und das Vermittlungshonorar. All diese Details müssen im Vertrag zwischen Veranstalter und Künstler beziehungsweise Agentur geregelt sein.

**5. Auftrittssituation vor Ort:** Am Tag der Veranstaltung sollten die Künstler von Beginn an in eine positive Grundstimmung versetzt werden, damit auch sie ihr Bestes geben. Dazu gehört ein Parkplatz in Bühnennähe, die Begrüßung durch den persönlichen Ansprechpartner, die saubere und beheizte Garderobe mit dem vorher vereinbarten Catering sowie die technisch einwandfrei ausgestattete Bühne. Anspielprobe und Soundcheck erfolgen im Dialog mit den Technikern. Rechtzeitig vor dem Auftritt sollte der Veranstalter auf die Künstler zugehen, besonders wenn Abweichungen beim Zeitplan absehbar sind.

**Eine kurze Anmoderation oder der Dank am Ende zeugen von Respekt** und Anerkennung der künstlerischen Leistung. Wenn vom Veranstalter gewünscht, sind die meisten Künstler nach dem Auftritt auch noch bereit für anregende Gespräche mit den Gästen.

**6. Abrechnung und Feedback:** Unmittelbar nach der Veranstaltung sollte das vereinbarte Honorar auf Rechnung überwiesen oder vor Ort in bar bezahlt werden. Und über ein (hoffentlich) positives Feedback freut sich jeder Künstler.

---

**RALF PÜPCKE**  
Püpcke Kulturmanagement  
www.puepcke.de

# magazin wirtschaft



Ein Service der IHK  
für Unternehmen  
in der Region Stuttgart

## PRINT UND ONLINE So kommen Sie in das IHK-Magazin

Wenn Sie Ihre IHK-Ehrenurkunde bestellen, können Sie auch ankreuzen, dass Sie eine Erwähnung im Magazin Wirtschaft wünschen. Allerdings ist da nur Platz für den Namen der Firma, den Ort, das Alter der Firma. Bei mehr als 2500 runden Jubiläen pro Jahr würde mehr einfach den Rahmen sprengen.

- Innovations- oder Designpreis

**Ein gutes Foto erhöht die Abdruckchancen!** Dabei muss die Auflösung mindestens 300 dpi betragen. Wegen der perfekten Formulierung müssen Sie sich übrigens keine Gedanken machen: Alle

neten Nachrichten haben, wenden Sie sich bitte an die Redaktion von Magazin Wirtschaft (s. Kasten).

**Wenn Sie zu einem Thema ganz besondere Kompetenz** haben, kommt vielleicht auch ein Serviceartikel in der Rubrik

## So sah das IHK-Magazin in Ihrem Gründungsjahr aus:

1926

1951

1976

2001

und so heute



Es gibt aber Möglichkeiten, mit einem größeren Beitrag in unserem IHK-Magazin vorzukommen. Die wichtigste Rubrik dafür ist der Firmenreport. Hier berichten wir über neueste Entwicklungen in den Unternehmen der Region. Da der Firmenreport zum redaktionellen Teil der IHK-Zeitschrift gehört, sind die Veröffentlichungen kostenlos. Dafür unterliegen sie journalistischen und presserechtlichen Regeln. Die wichtigste davon: Es darf keine Produkt- oder Firmenwerbung sein und auch kein Unternehmensporträt.

### Für die Veröffentlichung grundsätzlich geeignet sind folgende Themen:

- neue Produkte und Dienstleistungen
- neue Geschäftsfelder
- neue technologische Verfahren
- Bilanzen/Jahresabschlüsse
- große Investitionen
- Umzug, Neubau oder Eröffnung
- neue Niederlassung/Filiale
- Großaufträge

Texte werden von uns redaktionell überarbeitet, weil die Rubrik sonst wie Kraut und Rüben wäre...

**Wichtig ist auch die Zeit:** Das Ereignis, über das berichtet werden soll, darf nicht länger als acht Wochen zurückliegen. Wenn Sie eine für den Firmenreport geeig-

„Rat&Tat“ in Frage. Er sollte Mittelständlern mit bis zu 60 Mitarbeitern konkrete Informationen zur Lösung eines Problems geben. Sie haben eine passende Idee? Dann schauen Sie doch einmal in unserem Online-Archiv, wie solche Artikel funktionieren und ob das für Sie passt. Oder gern einfach melden (s. Kasten).

## ! IHK-TIPP

### Magazin Wirtschaft

Das Magazin Wirtschaft ist das offizielle Organ der IHK Region Stuttgart. Es erscheint sechs Mal pro Jahr in einer Auflage von 80.000 und wird an alle Gewerbetreibenden der Region Stuttgart versandt. Adressaten sind die Entscheider in den Unternehmen, also Inhaber, Geschäftsführer und Vorstände.

Kontakt für Firmenreport:

**Dr. Annja Maga, [annja.maga@stuttgart.ihk.de](mailto:annja.maga@stuttgart.ihk.de), Telefon 0711 2005-1373**  
weitere Infos: [www.stuttgart.ihk.de](http://www.stuttgart.ihk.de), Dok-Nr. 4405



# 7 Tipps für die Jubiläumsrede

WIE DIE ANSPRACHE zum Erfolg wird und Sie Ihre Zuhörer wirklich erreichen



Positiv den Blick nach vorn richten: So erreichen Sie Ihre Gäste mit Ihrer Festrede.

Irgendwann zwischen Aperitif und Nachtisch einer Jubiläumsfeier ist es Zeit für die Rede des Chefs. Hier finden Sie sieben Tipps, wie Ihre Rede zum Erfolg wird.

**1. Der Einstieg setzt die Stimmung:** Wenn am Anfang etwas kommt, was die Zuhörer überrascht, sei es ein wenig bekanntes Detail aus der Firmengeschichte, eine Anekdote oder auch ein überraschender Blick nach vorne auf das Unternehmen, dann ist schlagartig das Interesse der Zuhörer geweckt. Dies der Begrüßung vorangestellt ist ungewöhnlich aber durchaus gewohnt: Auch bei einer Netflix-Serie kommt erst eine spannende Sequenz aus der jeweiligen Folge und dann erst wird das Intro eingespielt.

**2. Das Protokoll der Begrüßung gewahrt - aber anders:** Bei offiziellen Firmenjubiläen sind in aller Regel auch Gäste dabei, die erwarten begrüßt zu werden. Die Folge sind Begrüßungsorgien, die sie leicht vermeiden können, wenn Sie zwar nach Protokoll vorgehen und beispielsweise nach dem Einstieg direkt den Landrat und dann den Bürgermeister begrüßen. Den ehemaligen Chef aber grüßen Sie dann, wenn der Inhalt Bezug zu ihm hat. Das hebt ihn zusätzlich viel persönlicher heraus.

**3. Mit Bildern arbeiten:** Wer fünf Minuten vor 100 Menschen spricht, bräuchte dazu in Einzelgesprächen einen ganzen Arbeitstag. Diese Chance will genutzt sein. Doch allzu oft wird sie vergeben – mit schnellen „warmen Worten“ von der Stange, die das Zuhörerherz kaum erwärmen. Die Zuhörer wollen aber Worte spüren, Bilder sehen, Botschaften schmecken: Dabei darf die Rede abwechslungsreich gestaltet sein. Jede Minute darf sich etwas verändern, sei es thematisch oder visuell.

**»Schön, dass wir alle zusammen sind, reißt niemand von den Sitzen.«**

Weil die Aufmerksamkeitsspanne heutzutage nicht mehr so groß ist, sollten Sie auch daran denken, nicht mehr als zehn, maximal 15 Minuten zu reden.

Aber auch die Form will beachtet sein: eine deutliche Aussprache, eine gute Pausensetzung und die richtige Betonung.

**4. Erfolge wiedergeben:** Der Tenor Ihrer Rede sollte positiv sein, schließlich haben Sie etwas zu feiern. Da ist für Kritik an Mitarbeitern oder an Kunden natürlich kein Platz. Allerdings: Ein schnödes „schön, dass wir alle zusammen sind“, reißt niemand von den Sitzen.

Besser ist es, vier bis fünf Highlights aus den vergangenen Geschäftsjahren herauszupicken, von denen keiner der Mitarbeiter denkt, dass der Chef sie bemerkt hat – und sie sich vor allem gemerkt.

**5. Sich persönlich zeigen:** Als Chef sollten Sie über Dinge sprechen, die Ihnen am Herzen liegen. Das kann eine Abteilung sein, die fleißig Überstunden gemacht hat, um ein Projekt zu stemmen. Das kann aber auch die neue Strategie sein, die erfolgreich umgesetzt wurde, oder der immense Zuwachs, den die Jahre gebracht haben. Die Mitarbeiter freuen sich, wenn sie in der Öffentlichkeit vor Kunden und Partnern auf ihre Erfolge hingewiesen werden.

Verpackt in „Ich-Botschaften“ kommt das Lob gut an. Aussagen könnte dabei wie folgt lauten: „Ich sehe, Sie haben all diese Jahre mit viel persönlichem Einsatz gearbeitet“ oder „Ich erlebe, dass unser Haus bei den externen Partnern gut ankommt“. Mitarbeiter und Partner wollen die Führungsebene als Menschen erleben.

**6. Aus- und Rückblicke geben:** Natürlich verdienen vergangene Highlights Erwähnung. Vor allem Beispiele, bei denen viele Beschäftigte involviert waren. Wichtig ist aber auch der Ausblick: Die Mitarbeiter und externe Partner wollen wissen, wie es in den nächsten Jahren weitergeht.

**7. Sinnhaftigkeit aufzeigen:** Insbesondere jüngere Menschen suchen Sinn in ihrer Arbeit. „Diese Aspekte sollten also in einer Ansprache nicht zu kurz kommen, zum Beispiel die Themen Klima und Nachhaltigkeit. Heben Sie hervor, was erreichbar ist. Und zählen Sie auf, wo das Unternehmen bereits gemeinsam CO<sub>2</sub> eingespart hat oder sich sozial engagiert. Erinnern Sie an Ihren gemeinsamen kleinen Beitrag zur „Weltrettung“.

**PETER FLUME**  
Rhetorik -Trainer, Nürtingen  
<https://rhetoflu.com>

# Stiftung gründen – aber richtig

**ÜBER 25.000 STIFTUNGEN GIBT ES IM LAND.** Kein Wunder, denn sie sind das ideale Werkzeug für alle, die ihrem sozialen oder kulturellen Engagement Nachhaltigkeit verleihen wollen

Stiftungen erfreuen sich großer Beliebtheit. Meist steht der Wille im Vordergrund, der Gesellschaft etwas zurückzugeben oder ein Herzensanliegen zu fördern. Doch oft scheitert die Gründung nicht am Willen, sondern weil das Know-how fehlt. Dabei kann man mit wenigen strategischen Überlegungen bereits die richtigen Weichen für eine erfolgreiche Stiftungsgründung stellen.

## Kapital und Kosten analysieren

Zunächst sollten sich Gründungswillige die Frage stellen, ob sich eine eigene Stiftung überhaupt lohnt: Denn je nach verfügbarem Kapital kann es sinnvoller sein, das Vermögen in eine bereits existierende Stiftung als Zustiftung einzubringen.

Theoretisch kann man auch mit wenig Geld eine Stiftung gründen. Praktisch sollte aber mindestens eine Million Euro zur Verfügung stehen, um die entsprechenden Erträge zu generieren. Denn die Stiftung sollte nicht nur Kapital für den eigentlichen Zweck bereitstellen, auch Verwaltungs- und Personalkosten sollten von Anfang an mitgedacht werden. Zwar wird in den Stiftungsorganen wie beispielsweise einem Kuratorium viel Ehrenamt geleistet, ab einer gewissen Größe wird aber zum Beispiel ein Sekretariat erforderlich. Darüber hinaus müssen Beträge ausgeschüttet werden, um den Stiftungszweck zu erfüllen und damit die Steuerfreiheit zu erhalten.

Steht das entsprechende Kapital zur Verfügung, sollte immer einer eigenen Stiftung Vorzug vor einer Zustiftung gegeben werden: So behält man die volle Kontrolle über den Verwendungszweck und das eingesetzte Vermögen.

## Stiftungszweck realistisch definieren

Eine Stiftung ist potenziell für die Ewigkeit bestimmt und sollte entsprechend sorgfältig aufgelegt werden. Das fängt beim Zweck an, der unbedingt definiert werden muss. Dabei muss man sich nicht auf einen Zweck beschränken. Möglich ist es auch, mehrere Ziele zu bedienen, sofern dies wirtschaftlich realisierbar ist.

Bei der Formulierung des Zwecks sollte man sich zunächst die Frage stellen, ob dieser auch langfristig erfüllt werden kann. Was trivial klingt, ist für den Erfolg essenziell: Nur mit einem erfüllbaren Zweck können Gelder ausgeschüttet und die Steuerfreiheit einer Stiftung erhalten werden. Möchte man daher einen sehr spezifischen Stiftungszweck definieren, sollte man darüber nachdenken, noch einen weiteren Zweck mit aufzunehmen. Letztlich muss dies in der Satzung manifestiert werden.

# 25

**TAUSEND  
STIFTUNGEN**  
gibt es aktuell  
in Deutsch-  
land

**DANIEL  
COTTU** Senior  
Relationship  
Manager &  
Stiftungsex-  
perte Bank-  
haus Ellwanger  
& Geiger AG,  
Stuttgart  
[https://privat-  
bank.de](https://privat-bank.de)

## Anlagerichtlinien und Kapitalverwaltungs- gesellschaft

Wie können Gelder richtig angelegt werden, um ausreichend Erträge zu generieren? Mit dieser Entscheidung steht und fällt der Erfolg einer Stiftung. Hier gibt es zwei Hauptrisiken: Entweder werden die Gelder zu konservativ angelegt und die Gewinne bleiben hinter den Erwartungen zurück. Oder zu riskante Anlagestrategien gefährden das Stammkapital. Beide Extreme lassen sich mit der Ausarbeitung einer Anlagerichtlinie vermeiden: Diese bietet für alle Beteiligten Sicherheit und Orientierung. Die Stiftungsaufsicht überwacht darüber hinaus die Einhaltung der Richtlinien und sorgt somit dafür, dass das eingebrachte Kapital im Sinne des Stiftungszwecks erhalten und vermehrt wird.

Bei sehr großen Vermögen ist zudem die Auflage eines Spezialfonds über eine Kapitalverwaltungsgesellschaft (Master-KVG) zu prüfen. Über diese Master-KVG kann man verschiedene Vermögensverwaltungen koordinieren. Dies ist zwar mit einem höheren organisatorischen und finanziellen Aufwand verbunden, kann aber langfristig die bessere Option sowohl monetär als auch bezüglich der Skalierbarkeit sein.

## Fachkundige Beratung einholen

Allerspätestens wenn die Auflage eines Spezialfonds im Raum steht, sollten sich Stiftungswillige umfassend und professionell beraten lassen. Grundsätzlich sollte eine Beratung sehr frühzeitig in Anspruch genommen werden, um Fehler zu vermeiden. Kundige Beraterinnen und Berater von Kreditinstituten mit Foundation-Schwerpunkt stehen in allen Fragen der Geldanlage von der Höhe des eingesetzten Kapitals bis hin zur Optimierung der Anlagestrategie zur Verfügung. Für die Formulierung eines sinnvollen Stiftungszwecks, der Ausarbeitung von Anlagerichtlinien und der Auflage eines Spezialfonds sollte ein Experte herangezogen werden, der im Optimalfall selbst bei einer Stiftung gearbeitet und diese Schritte bereits erfolgreich umgesetzt hat. Gerade für Stiftungswillige, die keine persönliche Expertise auf diesen Gebieten mitbringen, baut dies entscheidende Hürden ab.





Den Firmennamen, der auf dem A-Jugendtrikot stand, vergisst man nie.

# Steuerfrei Gutes tun

Der Fiskus unterscheidet zwischen Sponsoring und Spende

Viele Unternehmen nehmen ein Jubiläum zum Anlass, für eine guten Zweck Geld zu geben. Damit sie den Aufwand steuerlich richtig absetzen können, sind allerdings einige Regeln zu beherzigen.

Was zu beachten ist, lässt sich schön am (fiktiven) Fall von Max Meier zeigen. Sein Unternehmen, die Meier Sportbekleidung GmbH, überweist anlässlich ihres 25-jährigen Jubiläums seinem Lieblingsfußballverein 2000 Euro als Zuschuss für neue Trikots und Schuhe. Dafür soll der Verein das Logo der Firma mit einer „25“ auf jedes Trikot drucken. Eine gute Idee! Aber kann Herr Meier die 2000 Euro in voller Höhe als Betriebsausgabe der GmbH absetzen? Dies hängt davon ab, ob es sich bei dem Zuschuss um eine Sponsoringmaßnahme oder eine Spende handelt.

## Erlas des Finanzministeriums regelt das Sponsoring

Das Bundesfinanzministerium (BMF) hat sich bereits am 18. Februar 1998 in einem Erlaß zum Sponsoring geäußert. Danach kann der Sponsor seine Aufwendungen zur Förderung von Personen oder Organisationen in sportlichen, kulturellen, kirchlichen, sozialen oder ähnlich gesellschaftlich bedeutsamen Bereichen in voller Höhe als Betriebsausgaben steuerlich ab-

ziehen, wenn ihm wirtschaftliche Vorteile gegenüberstehen.

Diese liegen insbesondere in der Sicherung oder Erhöhung seines unternehmerischen Ansehens oder darin, dass dem Sponsor gestattet wird, für sein Unternehmen oder seine Produkte zu werben, etwa auf Plakaten oder eben wie bei der Meier GmbH auf Trikots.

## Nennung des Sponsors schafft noch keine Steuerpflicht

Achtung: Dieser Gegenseitigkeitsgedanke führt dazu, dass zwischen Sponsor und Sponsoringnehmer grundsätzlich ein umsatzsteuerbarer Leistungsaustausch besteht. Allerdings hat das BMF klargestellt, dass die bloße Nennung des Sponsors – ohne besondere Hervorhebung – noch nicht zu einer Umsatzsteuerpflicht führt.

## Eine Spende zeichnet sich durch Freigiebigkeit aus

Eine Spende wiederum zeichnet sich durch Freigiebigkeit aus und erfolgt – im Gegensatz zum Sponsoring – nicht als Entgelt für eine bestimmte Leistung.

Eine Spende muss gem. § 10b EStG bzw. § 9 KStG an eine steuerbegünstigte Körperschaft gezahlt werden, die ausschließlich

gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke verfolgt. Das wäre zum Beispiel dann der Fall, wenn die Meier GmbH die 2000 Euro an Unicef überweisen würde. Im Unterschied zum Sponsoring ist der Abzug als Spende der Höhe nach begrenzt, und zwar auf 20 Prozent des Gesamtbetrags der Einkünfte oder auf 0,4 Prozent der jährlichen Umsatzerlöse zuzüglich Personalaufwendungen.

## Sachspenden sind auch steuerlich absetzbar

Sachspenden wie Computer sind ebenfalls möglich. Zu beachten ist aber, dass Sachspenden aus dem Betriebsvermögen der Umsatzsteuer unterliegen, sofern der Gegenstand zum Vorsteuerabzug berechtigt.

Unverzichtbare Voraussetzung für den Spendenabzug ist die vom Empfänger ausgestellte Zuwendungsbestätigung nach § 50 EStDV, auch bekannt als Spendenbescheinigung. In besonderen Fällen, wie beispielsweise Geringfügigkeit, kann auf die Zuwendungsbestätigung verzichtet werden. Es genügt dann ein Zahlungsbeleg oder die Buchungsbestätigung.

Im Übrigen wird die Digitalisierung auch im Spendenverfahren vorangetrieben, zum Beispiel mit dem sogenannten →



## INTERVIEW



Michael Antwerpes, CoMo GmbH, Schorndorf

**»Ich habe nie Zoten gerissen, aber es gibt trotzdem viele Dinge, die heute nicht mehr gehen«**

**Herr Antwerpes, seit vielen Jahren sind Sie nicht nur Fernsehzuschauern aus Sportsendungen und Shows bekannt, Sie moderieren auch viele hochkarätige Veranstaltungen in der Region. Was ist der Alptraum jedes Moderators?** Dass man den Text vergisst oder Namen und Funktionen falsch zuordnet. Damit das nicht passiert, bereite ich mich immer sehr genau vor. Ungefähr – das reicht mir nicht.

**Gibt es eine Location, wo Sie besonders gern auftreten?** Da bietet die Region äußerst viel: tolle Hallen und abwechslungsreiche Säle. Besonders gern mag ich die Alte Reithalle. Die ist wirklich etwas Besonderes.

**Worauf legen Sie besonderen Wert?** Am liebsten ist es mir, wenn die Bühne nicht zu hoch ist. Keine Rasiersitze! Ich sehe mich gern mit dem Publikum sozusagen auf Augenhöhe.

**Und sonst?** Damit ich mich wohlfühle, brauche ich unbedingt einen Rückzugsort – mit Tür. Da kann ich vor dem Auftritt kurz abschalten und mich konzentrieren. Gute Technik ist zum Glück inzwischen Standard.

**Was ist schwieriger: im TV aufzutreten oder vor Live-Publikum?** Vor Publikum ist die Gefahr des Scheiterns größer. Man muss ja den ganzen Saal für sich einnehmen. Aber wenn sich zum Beispiel die Leute eigentlich lieber miteinander unterhalten würden, wird das schwierig. Eine Herausforderung ist es auch, dass man auf der Bühne meist auf sich allein gestellt ist. Im Fernsehen dagegen ist man von vielen Profis umgeben, die alle ihre Rolle haben und kennen.

**Unterscheidet sich Ihre Moderation je nach Ort, an dem Sie auftreten?** Der Ort ist nicht so wichtig, eher der Auftraggeber und der Rahmen: Möchte es jemand ganz traditionell mit Begrüßung der Ehrengäste und Grußworten oder eher locker? Ich versuche immer, die richtige Dosis zu finden – mit Humor aber ohne Übertreibung. Ich will ja nicht als Clown rüberkommen, sondern Souveränität ausstrahlen. Da hilft auch meine 30-jährige Erfahrung: zu spüren, wie man mit genau diesem Publikum kommuniziert.

**A propos 30 Jahre: Im Laufe Ihrer Karriere ist die Gesellschaft ja deutlich sensibler geworden, Stichworte: Wokeness, Gendern, Political Correctness, merken Sie das?** O ja, o ja! Ich habe nie Zoten gerissen, aber es gibt trotzdem viele Dinge, die heute nicht mehr gehen. Selbst über „Damen und Herren“ hat sich mal eine Frau bei mir beschwert, weil sie das herabsetzend fand. Den Glottisschlag mache ich nicht, aber ich passe schon auf, dass ich immer die weibliche Form mitbenutze. Auch sonst wird erwartet, dass man auf viel mehr Empfindlichkeiten Rücksicht nimmt als früher.

**Wie sieht Ihr Job wohl in zehn Jahren aus?** Vielleicht übernimmt dann die KI! Auf jeden Fall wird zukünftig viel mehr Wert auf Klimaneutralität gelegt. Dass man Prominente extra einfliegt und sogar noch stolz darauf ist, so etwas zum Beispiel kann ich mir für die Zukunft nicht mehr vorstellen.

Das Interview führte **DR. ANNJA MAGA**  
Redaktion Magazin Wirtschaft, annja.maga@stuttgart.ihk.de

→ Zuwendungsempfängerregister. Das seit 2024 öffentlich zugängliche Register umfasst alle Organisationen, die berechtigt sind, Zuwendungsbestätigungen (Spendenquittungen) auszustellen. Es ist als online-Register über die Webseite des Bundeszentralamts für Steuern (BZSt) abrufbar.

Was gilt nun für die Meier GmbH? Da ihr Zuschuss an den Verein auf die Imagepflege und Erhöhung des Bekanntheitsgrads ausgelegt ist, liegt eine betriebliche Veranlassung und damit eine Sponsoringmaßnahme vor. Die Meier GmbH kann die 2000 Euro also als Betriebsausgabe absetzen.

Idealerweise haben beide einen Sponsorvertrag unterzeichnet, in dem die Höhe des Zuschusses und die Leistung des Vereins genau festgelegt und dokumentiert sind.

**SEBASTIAN SCHIEDER**  
IHK Region Stuttgart  
sebastian.schieder@stuttgart.ihk.de

# Wer (auf-)schreibt bleibt

So sichern Sie Ihre Firmengeschichte



Anlässlich Ihres Firmenjubiläums haben Sie sich vielleicht auch schon einmal gefragt, wie sichere und dokumentiere ich eigentlich unsere Unternehmensgeschichte für die kommenden Generationen so, dass diese etwas damit anfangen können? Ihre Geschichte ist schließlich einzigartig und nicht nur für Sie und Ihre Nachfolger bedeutsam, sondern auch für das Unternehmen gewinnbringend einsetzbar!

**Gerade Familienunternehmen leben von der persönlichen Identifikation.** Die Sicherung der Geschichte kann diese Identifikation und die Bindung an die Firma noch erhöhen. Sie kann aber auch als Marketinginstrument eingesetzt werden, zum Beispiel wenn Sie sie als Büchlein für die Kunden drucken lassen oder auf der Homepage veröffentlichen. So machen Sie deutlich, wie wichtig Ihnen Tradition und langfristige Werte sind.

**Doch wie geht man dabei ganz konkret vor?** Der erste Schritt muss sein zu schauen, was überhaupt da ist: Welche Dokumente liegen noch im Archiv, welche Produkte, Werbemittel oder Kataloge sind noch da? Wo sind diese überhaupt abgelegt: Im Archiv? Verstreut in der ganzen Firma? Irgendwo im Keller oder bei Ihnen zuhause?

Falls Sie jetzt denken „das ist doch höchstens 20 Jahre alt“, dann hat es

erstens meist schon mindestens 30 Jahre auf dem Buckel und zweitens: älter und damit seltener und ein Zeuge aus der Vergangenheit wird es von ganz allein.

**Das Drehscheibentelefon aus Ihrer Anfangszeit** mag für Sie noch ein Alltagsgegenstand sein – die übernächste Generation wird staunend davor stehen und überlegen, wie man damit ins Internet gekommen ist... Hilfreich ist es, sich im Geiste ins Jahr 2051 zu versetzen. Das ist von heute genau so weit weg wie 2001!

## »Gerade Familienunternehmen leben ja von der persönlichen Identifikation«

**Wenn Sie solche Zeugnisse der Vergangenheit besitzen,** sollten Sie sie für die Nachwelt konservieren. Legen Sie Schriftstücke, die für Ihre Unternehmensgeschichte relevant sind, die aber für das Tagesgeschäft nicht mehr benötigt werden, an einem zentralen Ort ab, zum Beispiel chronologisch geordnet in einem Archivschrank. Vielleicht haben Sie sogar die Möglichkeit, ein ganzes Zimmer als Archiv oder kleines Firmenmuseum einzurichten.

**Wenn gar kein Platz ist: Bevor Sie etwas wegwerfen,** fragen Sie erst einmal im Wirtschaftsarchiv nach (siehe auch Seite 26), ob dort Interesse besteht.

**Alte Schriftstücke, Fotos und so weiter** sollten richtig gelagert werden, das heißt, sie dürfen nicht dem Tageslicht ausgesetzt sein und müssen in dokumentenechten Hüllen aufbewahrt werden. Hierfür eignen sich Mappen aus säurefreiem Papier. Metallklammern sollten möglichst entfernt werden.

**Darüber hinaus sollten solche Dokumente auch digitalisiert werden,** das heißt eingescannt, digital beschriftet und mit Sicherungskopie an verschiedenen Orten abgelegt werden, um einen möglichen Verlust zu vermeiden.

**Gibt es überhaupt Fotos vom Gebäude?** Von Ihren Maschinen, Geräten und so weiter? Wenn nicht, lassen Sie alles fotografieren. Falls Sie seit der Firmengründung umgezogen sind: Lassen Sie auch den Ort fotografieren, an dem Ihre Firma entstanden ist, auch wenn dort keine Spuren von damals mehr auszumachen sind.

**Welche Mitarbeiter, auch ehemalige, haben wertvolles Wissen?** Ist dies dokumentiert? Und Ihr eigenes Leben? In den meisten Fällen ist Ihre Biografie sehr eng mit dem Unternehmen selber verbunden, schließlich waren Sie über Jahrzehnte Tag und Nacht für die Firma da. Doch wo ist Ihr einzigartiges Wissen und Know-how dokumentiert? Wenn es nur in Ihrem Kopf vorhanden ist, sollten Sie es niederschreiben oder per Audio- oder Videodatei aufnehmen. Sonst geht alles für immer verloren.

**Setzen Sie die Firmengeschichte in den Kontext** der Zeitumstände, zum Beispiel Not und Mangel nach dem Zweiten Welt-

## GESCHICHTE SCHAFFT IDENTITÄT Die Firma Eberspächer Gruppe GmbH & Co. KG GmbH aus Esslingen konserviert ihre 160-jährige Firmengeschichte und nutzen sie zur Mitarbeiter- und Kundenbindung.

(v.l.) 1865: Am Tag seiner Hochzeit gründet Jakob Eberspächer einen Flaschnerbetrieb in der Webergasse 5; 1914: Fabrikgebäude am seitherigen Stammsitz in der Eberspächerstraße; 1970er: Schalldämpferproduktion; heute: Fabrikgelände am Neckar und Purem by Eberspächer Endmontag Euro-6-Abgasanlagen für Nutzfahrzeuge.



krieg oder wie .die Zeit des Wirtschaftswunders erlebt und gestaltet wurde. Oder: Wie haben Sie auf das Aufkommen des Internets reagiert und wie auf die Euro-Umstellung? Spätere Generationen können sich solche Bedingungen nur schwer vorstellen!

**Sie können sich bei der Aufzeichnung auch von Fachleuten helfen lassen**, die die richtigen Fragen stellen und aus Ihren Erinnerungen beispielsweise ein Buch, Hörbuch oder Video machen.

Auf jeden Fall bietet die Auseinandersetzung mit der Unternehmensgeschichte die Möglichkeit, Rückblick zu halten und sich an spannende aber fast vergessene Begebenheiten zu erinnern. Also: Konservieren statt Wegwerfen heißt die Devise.

**ANDREAS KELLER**  
Büro für Zeitgeschichte, Stuttgart  
[www.buero-fuer-zeitgeschichte.de](http://www.buero-fuer-zeitgeschichte.de)

## ! IHK-TIPP

### 9 Tipps, damit Ihr Jubiläum zum Teambildungs-Booster wird

Für die Mitarbeiterbindung und Teambildung können Sie mit einer Jubiläumsfeier wunderbare Impulse geben und so den Menschen, die ein wichtiger Teil des Erfolges sind, Ihre Wertschätzung vermitteln. Diese Tipps helfen dabei:

- 1. Machen Sie bereits die Vorbereitungen zum Event.** Binden Sie Ihre Mitarbeitenden ein: verschiedene Hierarchieebenen, Bereiche und Betriebszugehörigkeiten. Fragen Sie, wie alle das Jubiläum feiern möchten.
- 2. Nutzen Sie Elemente, bei denen sich Ihre Mitarbeitenden aktiv einbringen können.** So bleibt das Jubiläum in viel lebendigerer Erinnerung, als wenn ein frontal beschalltes, gutes Essen genossen wurde.
- 3. Lernen Sie gemeinsam.** Entdecken Sie bei einer Quizshow die Historie Ihrer Firma neu (s. Seite 26), feilen Sie beim Floßbau an Ihrer Kommunikation oder kochen und schlemmen Sie zusammen.
- 4. Schwelgen Sie gemeinsam in Erinnerungen.** Lassen Sie Ihre Mitarbeiter die Geschichten Ihrer Firma erzählen. Halten Sie diese in einer Jubiläumszeitschrift fest oder nehmen Sie einen Film auf.
- 5. Geben Sie Ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit**, ihrer Familie ihr Unternehmen stolz zu



### DR. DORTHE HEINSOHN

Systemischer Coach und  
Teamberaterin (DBVC)  
Esslingen  
[www.heinsohn-consulting.com](http://www.heinsohn-consulting.com)

zeigen. Das sind die Menschen, die ihnen den Rücken stärken.

- 6. Kreieren Sie etwas zusammen.** Ein selbstgemaltes Teambild oder eine gemeinsam geschmiedete Firmenskulptur, die im Anschluss das Foyer schmückt, wird noch lange gute Erinnerungen an das Jubiläum wachrufen. Oder studieren Sie gemeinsam einen Firmensong ein, der dann als Wartemusik in Ihrer Telefonanlage zu hören ist.
- 7. Stiften Sie Mehrwert.** Arbeiten Sie gemeinsam an einem CSR-Projekt Ihrer Firma oder unterstützen Sie Ihre Kommune bei einem gemeinnützigen Zweck.
- 8. Bringen Sie Ihre Unternehmenswerte ein und machen Sie sie erlebbar.** Das können Sie beispielsweise mit einer geeigneten Keynote oder mit gezielten Aktionen erreichen.
- 9. Arbeiten Sie am Unternehmen.** Nutzen Sie diese einzigartige Gelegenheit für eine Gruppenintervention. Sammeln Sie Ideen und gestalten Sie die Zukunft gemeinsam.

# Bloß nichts wegwerfen

**DAS WIRTSCHAFTSARCHIV BADEN-WÜRTTEMBERG** berät Sie, wie Sie mit alten Akten und Produkten am besten umgehen, damit daraus Firmengeschichte werden kann

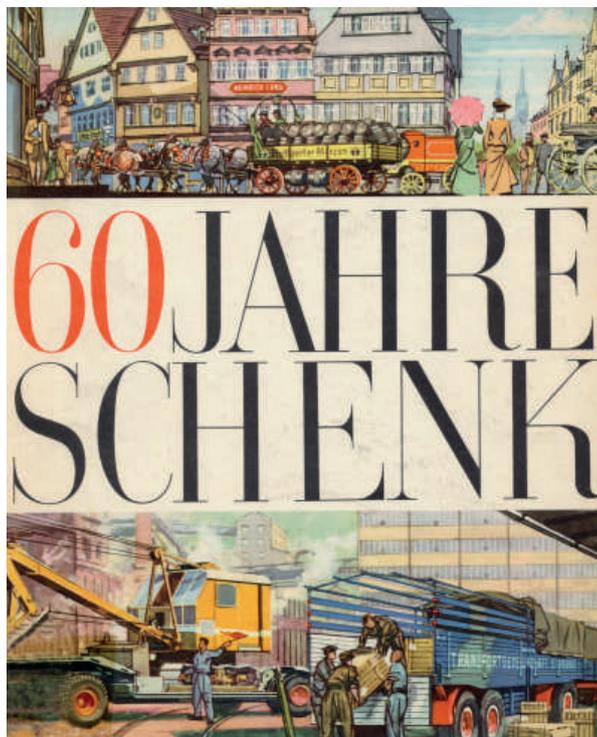
**Geschichte ist ein wertvolles Gut, denn sie macht ein Unternehmen unverwechselbar.** Firmenjubiläen bieten Gelegenheit, Geschäftskunden und Öffentlichkeit mit nachhaltigem Erfolg und langfristigen Perspektiven zu beeindrucken. Eine Voraussetzung dafür ist die Kontinuität in der Bewahrung des historischen Erbes.

**Nicht selten tritt es erst inmitten der Jubiläumsvorbereitungen ans Licht:** Die Firmenhistorie lagert verstreut in Kellern, Kassenschränken oder auf Dachböden – soweit sie nicht schon entsorgt wurde. Denn wer hat – gerade in kleinen und mittleren Unternehmen – die Zeit, den Platz und das Fachwissen, die Spreu vom Weizen zu trennen und das Bewahrens-werte zu sichern, zu ordnen und zu pflegen?

**Um diese Arbeit fachkundig zu unterstützen, wurde 1980 das Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg** als das zentrale Archiv für Unterlagen aus dem Wirtschaftsleben des Landes gegründet. Es spürt bei Ihnen vor Ort archivwürdige und im Geschäftsgang nicht mehr benötigte Firmenunterlagen auf und überführt sie in seine Magazine. Die Archivalien werden geordnet, gereinigt, konservatorisch behandelt, archivgerecht verpackt und in einer Datenbank verzeichnet. So stehen sie Ihnen und in Abstimmung mit Ihnen der Wissenschaft und Forschung sowie der Öffentlichkeit – zum Beispiel für Ausstellungen – dauerhaft zur Verfügung.

**Nicht zuletzt bei der Vorbereitung von Firmenjubiläen sind die Dienste des Wirtschaftsarchivs immer wieder gefragt:** von der fundierten Beantwortung interner und externer Anfragen bis hin zur Bereitstellung von Unterlagen für die ebenso packende wie gehaltvolle Darstellung der Firmengeschichte. Die Kooperation mit dem Wirtschaftsarchiv ent-

lastet aber auch dauerhaft Personal und Räume – oder sie führt zum Aufbau eines eigenen Firmenarchivs, den das Wirtschaftsarchiv beratend begleitet.



Die Firmenschrift aus dem Jahr 1953 ist eine der rund 6500 Bände umfassenden Festschriftsammlung des Wirtschaftsarchivs.

**Was ist nun würdig, in ein Archiv aufgenommen zu werden?** Selbst kleine Archivbestände können die vergleichende Erforschung einer Branche, einer Epoche oder eines Wirtschaftsraumes enorm bereichern. Gesammelt und aufbereitet wird deshalb alles, was geeignet ist, die Entwicklung einer Firma möglichst lückenlos zu dokumentieren sowie das Typische und das Besondere an ihrer Geschichte zu verdeutlichen (siehe S. 27). Für historische Objekte wie Maschinen oder Produkte, die das Archiv nicht aufnehmen kann, wird bei Bedarf Kontakt zu spezialisierten Museen vermittelt.

**Archiviert werden Dokumente und Akten,** wenn sie im Geschäftsgang

nicht mehr benötigt werden und gesetzlichen Aufbewahrungsfristen nicht mehr unterliegen. Mit Blick auf den Datenschutz ist wichtig zu wissen, dass personenbezogene Daten für im öffentlichen Interesse liegende Archivzwecke länger aufbewahrt werden dürfen. Die Nutzung des Archivguts unterliegt klaren rechtlichen Vorgaben zum Schutz persönlicher Interessen und der Eigentümer kann sich in jedem Fall die Genehmigung zur Einsichtnahme vorbehalten.

**Was müssen Sie tun, um die Geschichte Ihrer Firma im Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg für die Zukunft zu bewahren?** Ganz einfach: Nehmen Sie Kontakt auf. Im vertraulichen Gespräch lässt sich leicht klären, ob eine Bestandsaufnahme vor Ort sinnvoll ist, um Ihre Schätze ins Wirtschaftsarchiv zu überführen und dort langfristig zu sichern und systematisch zu erschließen.

**Als Stiftung des privaten Rechts wird das Wirtschaftsarchiv von den IHKs und dem Land getragen.** In Stuttgart-Hohenheim betreut es inzwischen fast 800 Archivbestände von Firmen und Institutionen sowie aus persönlichen Nachlässen.

**Das sind über 14.000 laufende Meter Unterlagen** und eine stetig wachsende Menge an digitalen Objekten. In ihrer Gesamtheit spiegeln sie die beeindruckende wirtschaftliche Entwicklung, die facettenreiche Unternehmensstruktur des Landes und die epochalen Einschnitte in fast 500 Jahren Wirtschaftsgeschichte wider.

**THORSTEN MAENTEL**  
Wirtschaftsarchiv Baden-Württemberg  
www.wa-bw.de  
info@wa-bw.de  
Telefon 0711/459-23142

# Unser filmisches Gedächtnis

**DIE LANDESFILMSAMMLUNG** stellt Material für Ihren Jubiläumsauftritt in Social Media zur Verfügung

Wer sein Jubiläum feiert, der braucht heutzutage Bilder – gern auch bewegte. Schließlich läuft in den sozialen Medien kaum noch etwas ohne Videos und Reels, und auch auf Homepages, Infobildschirmen und bei Multimedia-Shows macht es sich gut, wenn man zeigen kann, wie die Welt aussah, als die Firma noch jung war.

Doch in den meisten Firmenarchiven wird man leider nicht fündig: Filmen, das war vor der Zeit der Digitalkameras ein teures Hobby, das sich nur wenige leisteten.

Hilfreich könnte hier die Landesfilmsammlung Baden-Württemberg (LFS) sein. Sie ist im Haus des Dokumentarfilms – Europäisches Medienforum Stuttgart e.V. angesiedelt. Als audiovisuelles Archiv hat sie zwei zentrale Aufgaben: historisches Filmmaterial zu archivieren und ausgewählte Werke der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

## Historisches Bewegtbild aus und über Baden-Württemberg

Schwerpunkt der Sammlung sind Imagefilme, Werbefilme, Firmen- und Städteporträts sowie Privatfilme aus dem gesamten Bundesland von 1904 bis in die Gegenwart.

So lassen sich Entwicklung und Wandel vor allem in den Bereichen Wirtschaft, Industrie und Technik, Handwerk und Landwirtschaft, Verkehr und Städtebau, Familie, Mode und Werbung über mehr als 100 Jahre mit Bewegtbild dokumentieren.

## Besonders wertvoll: historische Privatfilme

Ungewöhnliche Einblicke gibt die große Anzahl an Amateurfilmen. Sie spiegeln vor allem Familienalltag, Feste und Freizeit sowie Brauchtum und Reisen in nahe und ferne Länder. Nicht zuletzt lassen sie interessante Rückschlüsse auf gesellschaftliche Normen sowie den Einzug technischer Neuerungen, wirtschaftlichen Fortschritts und politischer Veränderungen in das Privatleben zu.

Der Lizenzvertrieb der Landesfilmsammlung stellt seinen Kunden Material für eigene Produktionen zur Verfügung – für Imagefilme, Firmenjubiläen, Ausstellungen, Online-Präsentationen, aber auch für Filmproduktionen für Fernsehen und Kino sowie für die wissenschaftliche, insbesondere historische Forschung.

## Das Filmarchiv berät Sie gern

Wenn Sie als baden-württembergisches Unternehmen für Ihre Website, eine Jubiläumsschrift, eine Ausstellung, einen Image- oder Werbefilm historisches Filmmaterial benötigen, beraten wir Sie

gerne. Um sich einen Überblick zu verschaffen, können Sie auch kostenfrei eine Online-Recherche auf unserer Website selbst durchführen und dort unsere Archivfilme sichten: [www.landesfilmsammlung-bw.de/online-recherche/](http://www.landesfilmsammlung-bw.de/online-recherche/)

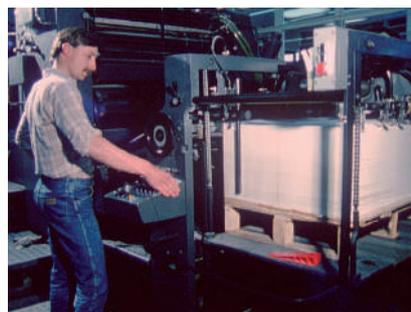
Die Landesfilmsammlung wird im Auftrag des Landes Baden-Württemberg betrieben. Sie wird aus Mitteln der Filmförderung der Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg mbH (MFG) und des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst (MWK) finanziert.

## ERIC FRIEDLER

Haus des Dokumentarfilms  
Europäisches Medienforum Stuttgart e.V.  
[www.hdf.de](http://www.hdf.de)



Aus „Unser Musterländchen“ (1934)



Aus „Bönnigheim – lebendig und liebenswert“ (1984)



Aus „Unser Wald“ (1976)



Daumen hoch für die nächsten 100 Jahre: Ob heute 120 (l.) oder zehn Kollegen im Jahr 1950 (r.) - das engagierte Team ist die Grundlage des Erfolges von Mauser.

## ZEITSPRUNG

# Vom Hufschmied zur Hightech-Metallbearbeitung

**DANIEL MAUSER** über die Geschichte der Mauser & Co. GmbH, Ditzingen

Ich bin schon die fünfte Generation, die für die Geschicke von Mauser verantwortlich ist. Gegründet hat unser Unternehmen mein Ur-Urgroßvater. Er hieß Georg Mauser und war Schlosser und Hufschmied. Am 1. April 1925 eröffnete er im Hinterhof seines Wohnhauses in Weilimdorf eine Schlosserei.

Schwerpunkt waren Schmiede- und Reparaturarbeiten für die Landwirtschaft. Später kam eine Bauschlosserei dazu. Der Betrieb war klein, auch noch als in den 1950ern mein Urgroßvater Theodor einstieg.

Die Firma Mauser wie sie heute ist, ist vor allem meinem Opa Ewald und meiner Oma Thea zu verdanken, die in den 1970ern den Betrieb übernahmen. Die Firma Trumpf spielte dabei eine entscheidende Rolle: Das Unternehmen ist zwei Jahre älter als unseres. Dank der räumlichen Nähe, aber auch dank der zuverlässigen Arbeit, wurde Mauser zum Haus- und Hofschlosser von Trumpf.

Seit den 60er Jahren wuchsen wir mit Trumpf mit: Sie bauten die Maschinen und wir die passenden Tische dazu.

Eine Szene ist dabei in unsere Familienlegende eingegangen: Eines Tages stand Berthold Leibinger bei meinem Großvater in der Werkstatt und sagte: „So Mauser, Du kaufst jetzt eine alte Maschine von uns und dafür darfst Du dann für uns produzieren.“

Da uns irgendwann der Platz ausging, wagten wir einige Jahre später den Umzug nach Ditzingen. Im damals neuen Industriegebiet an der Autobahn bauten wir 1981 eine Fabrik. 1996 und 2006 haben wir sie noch mal stark erweitert. Die Produktionsfläche wurde dadurch fast verdoppelt, was dem Expansionskurs des Unternehmens entsprach.

1993 ist mein Vater ins Unternehmen eingestiegen. Nach dem Gründer heißt er Georg, und wie er ist er ein Technikfuchs mit Schlosserlehre und Meisterbrief. Zusammen mit meinem Großvater, der noch bis 2006 mit im Geschäft war, verschaffte er Mauser den entscheidenden großen Schub zu einem Industriebetrieb. Das sieht man schon an der Mitarbeiterzahl: aus 20 wurden 120.

Ich bin 1996 geboren und war bei den meisten Meilensteinen höchstens als Kind dabei. In den letzten zehn Jahren war ich dann aber schon immer irgendwie dabei im Unternehmen, aber ob ich den Betrieb übernehmen soll – da war ich lange unsicher.

Nach meinem Studium habe ich mich dann entschieden, zunächst nicht in den Familienbetrieb einzusteigen. Bei meinem Zwischenstopp konnte ich viele tolle Menschen kennenlernen und mich weiterentwickeln. Nach zwei Jahren und vielen Gesprächen mit Familie und mir nahen Personen kam bei mir irgendwann der Punkt, wo ich sicher war: Seit dem 1. Januar bin ich jetzt Geschäftsführer bei Mauser – zusammen mit meinem Vater.

Natürlich spielte bei meinen Überlegungen auch eine Rolle, dass die Zeiten für Unternehmer sehr herausfordernd sind. Nachdem wir 2019 hier in Heimerdingen gebaut und dabei die Produktionsfläche noch einmal fast verdoppelt hatten, kam Corona. Seither folgt Krise auf Krise – ich muss sie gar nicht aufzählen, jeder kennt sie.

Hinzu kommt, dass viele Teile, die wir früher fertigten, heute nicht mehr unser Alleinstellungsmerkmal sind. Wir orientieren uns deshalb zunehmend in Richtung komplexerer, kundenspezifischer Produkte, die andere in dieser Präzision nicht liefern können. Auch werden die Volumina unserer Produkte größer.

Heute können wir alles rund um die Metallbearbeitung anbieten, einschließlich Stanzen, Laserschneiden, Biegen, Schweißen inklusive Laser- und Roboterschweißen, Montage und Oberflächenbehandlung.

Um nicht mehr so konjunkturanfällig zu sein, haben wir uns außerdem auf zwei weitere Branchen spezialisiert, auf die Halbleiter- und die Pharmaindustrie.

Was mich auf jeden Fall positiv stimmt, sind unsere Mitarbeiter. Als Familienbetrieb stehen wir eng zusammen und können uns auf die Person neben uns verlassen. Das macht uns stark für alles was kommt.

Eine sechste Generation ist jetzt noch kein Thema für mich. Ich würde mir aber wünschen, dass Mauser auch in 50 Jahren noch familiengeführt ist. Damit das gelingt, würde ich mir von der Politik wünschen, dass sie nicht über Subventionen den Status quo konserviert, sondern dass sie die Weichen dafür stellt, dass Deutschland wieder Weltspitze wird.

## MAUSER + CO. GMBH

**Adresse** Höfinger Weg 6,  
Ditzingen-Heimerdingen

**Kernkompetenz** Blechbearbeitung

**Geschäftsführung** Daniel Mauser,  
Georg Mauser, Oliver Secker

**Mitarbeiter:** 120

**Gründungsjahr** 1925

**Gründer** Georg Mauser



»So Mauser, Du kaufst jetzt eine alte Maschine von uns und dafür darfst Du dann für uns produzieren.«

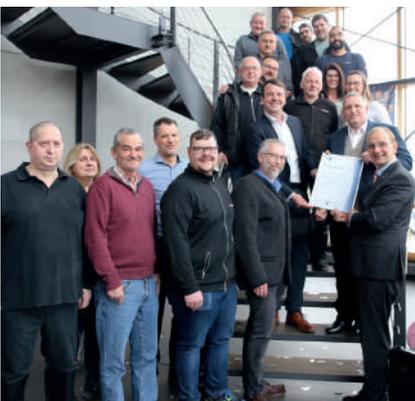


# Wir gratulieren

IHK Region Stuttgart

IHK-BEZIRKSKAMMER-Präsidentinnen und -Präsidenten und die leitende Geschäftsführung übergeben Urkunden an Firmenjubilare





KOMMENTAR

Nach wie vor befinden wir uns in der wirtschafts- und innovationsstärksten Region Europas. Über die Jahrzehnte wurde hier so viel Wohlstand geschaffen, dass sich das Gefühl breitgemacht hat, es werde schon von selbst laufen und immer so weitergehen.

Tut es aber nicht (mehr). Das sehen wir an den Unternehmen der ehemals erfolgsverwöhnten Automobilindustrie, die sich nun neu erfinden muss. Aber auch an Schulen, Gerichten und Universitäten herrscht Reformstau und Erneuerungsbedarf.

Natürlich ist es sinnvoll, die Ursachen selbstkritisch zu analysieren und über mögliche Auswege nachzudenken. Das darf aber nicht dazu führen, die notwendigen Schritte zu verschleppen – getreu dem schwäbischen Motto „no ned hudla“ – oder gar in Nostalgie und Selbstmitleid zu versinken.

Mehr schwäbisches Selbstvertrauen!



PROF. DR. ALEXANDER BREM

Universität Stuttgart  
Institut für Entrepreneurship und  
Innovationsforschung (ENI)

Drei Dinge können aus meiner Sicht Abhilfe verschaffen. Zum einen die Besinnung auf die eigenen Stärken und Tugenden, die das Land so erfolgreich gemacht haben. Fleiß und Disziplin sind vielleicht etwas aus der Mode gekommen, aber nach wie vor Basis des Erfolgs. Zum anderen brauchen wir eine neue Kultur der Offenheit und Kooperation. Natürlich können wir alles allein und selbst am besten. Aber man fährt einfach besser, wenn man sich mit seinen (über-)regionalen Verbündeten zusamm tut.

Und last but not least: wir brauchen mehr Selbstbewusstsein! Natürlich ist das schwäbische Understatement sympathisch. Deswegen unter anderem bin ich so gerne hier. Aber in den heutigen Zeiten muss man gezielt und regelmäßig trommeln, um Gehör zu finden. Bei „flexen“ und „kärchern“ hat das ja schon mal gut funktioniert.



IMPRESSUM

Magazin Wirtschaft ISSN1610-6695

**Herausgeber** Die Industrie- und Handelskammer Region Stuttgart mit ihren Bezirkskammern in Böblingen, Esslingen-Nürtingen, Göppingen, Ludwigsburg und im Rems-Murr-Kreis

Jägerstraße 30,  
70174 Stuttgart  
Postfach 102444,  
70020 Stuttgart  
www.stuttgart.ihk.de

**Verantwortlich für Herausgabe und Inhalt** Dr. Susanne Herre  
**Redaktion, Konzept, Satz**  
Dr. Annja Maga,  
Telefon 0711 2005-1373,  
annja.maga@stuttgart.ihk.de

**Druck** Print Media Group GmbH, Leimen

**Redaktionsschluss 1. Oktober 2025**  
**Haftung und Urheberrecht**  
Der Inhalt dieses Heftes wurde sorgfältig erarbeitet. Herausgeber, Redaktion, Autoren und Verlag übernehmen dennoch keine Haftung für

mögliche Druckfehler. Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt, Nachdruck oder Vervielfältigung auf Papier und elektronischen Datenträgern sowie Einspeisung in Datennetze nur mit Genehmigung des Herausgebers.

**Bilder:** Gettyimages (1-2, 5, 14-18, 20, 22-24)  
Wirtschaftsarchiv (26-27), IHK (2-5, 18-19, 21, 32-33),  
Firmen/privat (7, 25, 28-31, 35), Wolfgang List (18-19)  
Oliver Stenzel (34)





Die Ehrung unserer Jubilare ist uns wichtig. So sieht die IHK-Jubiläumsurkunde aus.

# So kommt Ihre Urkunde zu Ihnen

Als langjähriges IHK-Mitgliedsunternehmen gebührt Ihnen eine Ehrenurkunde. Schließlich ist eine so lange Zeit erfolgreicher Unternehmertätigkeit etwas Besonderes!

**Deshalb würde es uns besonders freuen, Sie und Ihr Unternehmen näher kennenzulernen** und Ihnen die Urkunde zum Beispiel im Rahmen einer Jubiläumsfeier persönlich zu überreichen.

**Für eine Terminvereinbarung** kommen wir nach Ihrer Bestellung direkt auf Sie zu. Selbstverständlich dürfen Sie sich Ihre Urkunde auch postalisch zusenden lassen.

**Im Laufe des Bestellprozesses** können Sie Ihre Daten prüfen und gegebenenfalls ändern. Ebenso haben Sie die Möglichkeit einer (kostenlosen) Erwähnung in unserer IHK-Zeitschrift „Magazin Wirtschaft“. (Siehe auch Seite 21).

**Wie es funktioniert**, lesen Sie unter [www.ihk.de/stuttgart](http://www.ihk.de/stuttgart). Dort in die Suche die Dok-Nr. 3154954 eingeben. Wenn Sie den nebenstehenden QR-Code scannen, gelangen Sie direkt zur Antragstellung.

**Sollten Sie noch Fragen haben**, dann lassen Sie uns gerne eine E-Mail zukommen (s. Kasten) oder Sie kontaktieren uns persönlich.



## IHK-TIPP

### IHR ANSPRECHPARTNER IST FÜR DIE ...

**IHK-Zentrale in Stuttgart**, Carlos Gondar und Anka Constantin, Telefon 0711 2005-1570  
[urkunde@stuttgart.ihk.de](mailto:urkunde@stuttgart.ihk.de)

**IHK-Bezirkammer Böblingen**  
 Rita Fischer, Telefon 07031 6201-8231  
[rita.fischer@stuttgart.ihk.de](mailto:rita.fischer@stuttgart.ihk.de)

**IHK-Bezirkammer Esslingen-Nürtingen**,  
 Raphael Ruf, Telefon 0711 39007-8327  
[urkunde.es@stuttgart.ihk.de](mailto:urkunde.es@stuttgart.ihk.de)

**IHK-Bezirkammer Göppingen**  
 Jasmin Eisele, Telefon 07161 6715-8426  
[jasmin.eisele@stuttgart.ihk.de](mailto:jasmin.eisele@stuttgart.ihk.de)

**IHK-Bezirkammer Ludwigsburg**  
 Zehra Dogan, Telefon 07141 122-1046  
[zehra.dogan@stuttgart.ihk.de](mailto:zehra.dogan@stuttgart.ihk.de)

**IHK-Bezirkammer Rems-Murr**  
 Patricia Delavault-Krauter, 07151 95969-8737  
[patricia.delavault-krauter@stuttgart.ihk.de](mailto:patricia.delavault-krauter@stuttgart.ihk.de)