

NEUES WAGEN!

TOURISMUS UND GASTRONOMIE 2021

AB SEITE 8



4

BLUE TABLE
IM INTERVIEW:
STEPHAN BODE,
HOTEL SCHWARZWALD
PANORAMA

37

IHK AKTIV
UNTERSTÜTZUNG
IN DER KRISE

44

FAKTOR MENSCH
up+dates - DAS WEITER-
BILDUNGSMAGAZIN 2021
DER IHK NORDSCHWARZWALD

SCHON ERGONOMISCH AUSGESTATTET?

KRIEG®

Arbeitsplatzeinrichtungen für Betrieb + Büro

Ihr Partner in der Region

In weiteren Tischplatten-Dekoren und
Gestell-Farben erhältlich:

ahorn



buche



weiß



Ergonomische
Höhenverstellung
ab 635 bis zu 1285 mm

Made in Germany by
KRIEG 5 Jahre
Garantie

HOME-OFFICE-SET

Beim Kauf von einem TOPfit Schreibtisch in Kombi-
nation mit dem Kickster Bürostuhl erhalten Sie

10% Extra-Rabatt!*

Bei Bestellung bitte den Zusatz „Home-Office-Set“ angeben.

* Gilt nicht in Verbindung mit bereits bestehenden Rahmen- und
Rabattvereinbarungen und anderweitigen Rabattaktionen.

ab **299,-** €/St. ab 10 St.

ELEKTRISCH HÖHENVERSTELLBARE SCHREIBTISCHSERIE TOPfit

Der Schreibtisch TOPfit mit ergonomischer Höhenverstellung ist ideal für mehr
Bewegung im Büro oder Home-Office geeignet - überzeugen Sie sich selbst!

- Elektrisch stufenlose Höhenverstellung bis zu 1285 mm - für wechselndes
Arbeiten im Sitzen oder Stehen
- Schmale Tischbreiten von 1200 – 1800 mm - ideal für kleine Nischen im Home-Office
- Bedienfeld mit 4-facher Memory-Funktion
- Tragkraft bis zu 140 kg

Auch als Eckkombination möglich.

Bürodrehstuhl Kickster

nur **199,-** €/St.
Bestell-Nr. TS4350



Zur Schreibtischserie:



www.krieg-online.de

E-Mail: verkauf@krieg-online.de Telefon: +49 (0) 7033 – 909 46 81

KRIEG Industriegeräte GmbH & Co. KG Jakob-Hornung-Straße 3-5 71296 Heimsheim



Industrie- und Handelskammer
Nordschwarzwald

EINSATZ FÜR WICHTIGE STÜTZEN UNSERER WIRTSCHAFTSREGION

Die Wirtschaft in Europa ist wegen der Corona-Pandemie im letzten Jahr so stark geschrumpft wie nie zuvor. Auch in 2021 steht unsere Gesellschaft noch immer vor dieser enormen Herausforderung. Doch während es dem produzierenden Gewerbe immerhin vergönnt ist, mit verhaltenem Optimismus in die Zukunft zu blicken, hat andere Branchen die zweite Zwangspause mit voller Wucht getroffen.

Dabei geht es beileibe nicht nur darum, dass wir alle auf unser Feierabend-Bierchen, das Familienessen oder den Freizeitspaß verzichten müssen.

Die Tourismusbetriebe wie auch die Anbieter von Urlaubs- und Busreisen, Messebauer, Veranstalter, Dienstleister, Kulturschaffende und Einzelhändler sind mehr als soziale Bindeglieder unserer Gesellschaft.

Rein rechnerisch fließen zum Beispiel jedem Deutschen jährlich über 2200 Euro allein an touristisch bedingter Wertschöpfung zu. Die Existenz von fast drei Millionen Erwerbstätigen hängt direkt oder indirekt von dieser Branche ab. Auch funktioniert das Leben in unseren Städten und Gemeinden nur im Dreiklang mit den Elementen Handel, Gastronomie und Kultur.

Deshalb ist es so wichtig, dass wir uns für unsere Geschäfte, die Reise- und Kulturangebote, Dienstleistungen und die Gastgeber-Tradition einsetzen. *Denn sie sind vor allem eines: starke Stützen für diese Wirtschaftsregion und die Menschen, die darin wohnen.*

Claudia Gläser

Präsidentin IHK Nordschwarzwald



8

SCHWERPUNKTTHEMA

TOURISMUS: WAS KOMMT, WAS GEHT, WAS BLEIBT?

INHALT

- 1** EDITORIAL
- 4** BLUE TABLE
- 8** SCHWERPUNKTTHEMA
 - 8** [Tourismus: was kommt, was geht, was bleibt?](#)
 - 10** Fünf Gastronomie-Trends 2021
 - 12** [Tourismus in Zahlen 2020](#)
 - 14** Die neuen Werte in der Reisebranche
- 16** GEMEINSAM EUROPA GESTALTEN
 - 16** Durchbruch bei Verhandlungen
 - 18** [Mehr Durchsetzungskraft](#)
- 20** MÄRKTE & TRENDS
 - 20** Neue WTO-Chefin
 - 22** Innovation nach Corona: Jetzt das Richtige richtig machen
 - 24** [Online ist gefragt](#)
- 26** REGION NORDSCHWARZWALD
 - 26** Digitaler Wegweiser für Aus- und Weiterbildungsangebote im Nordschwarzwald
 - 27** [Wieder größter Naturpark in Deutschland](#)
 - 28** Veränderungen gestalten
 - 29** [25 Jahre Leidenschaft für Mineralien](#)
 - 30** „Gewinn in Zeit und Geld“
 - 31** Gläser prüft Bauteile für E-Autos
 - 32** Einzelhandel mal anders
- 34** BEKANNTMACHUNGEN
 - 34** Ehrungen
 - 34** Aktuelles
- 35** IHK AKTIV
 - 35** Mitglied der IHK Vollversammlung: Marcel Hanselmann
 - 36** Generationswechsel im Familienunternehmen
 - 37** Unterstützung in der Krise
 - 38** Auf Augenhöhe: Ausbildungsbotschafter im Online-Einsatz
 - 39** Verlagsspecial
- 42** FAKTOR MENSCH
 - 42** Mobilität im Optimum
 - 44** [up+dates – das Weiterbildungsmagazin 2021 der IHK Nordschwarzwald](#)
 - 46** Durch Vollzeit schneller am Ziel
 - 47** Weiter mit Bildung
- 48** FINALE/IMPRESSUM



4

BLUE TABLE
**DER KRAFTORT
NORDSCHWARZWALD HAT
ENORMES POTENZIAL**



12

SCHWERPUNKTTHEMA
TOURISMUS IN ZAHLEN 2020



18

GEMEINSAM EUROPA GESTALTEN
MEHR DURCHSETZUNGSKRAFT



27

REGION NORDSCHWARZWALD
**WIEDER GRÖSSTER NATURPARK
IN DEUTSCHLAND**



24

MÄRKTE & TRENDS
ONLINE IST GEFRAGT



29

REGION NORDSCHWARZWALD
**25 JAHRE LEIDENSCHAFT
FÜR MINERALIEN**



44

FAKTOR MENSCH
**up+dates – DAS WEITER-
BILDUNGSMAGAZIN 2021
DER IHK NORDSCHWARZWALD**

BLUE TABLE

DAS INTERVIEW

HEUTE AM TISCH:

*Stephan Bode
Martin Keppler*

DER KRAFTORT NORDSCHWARZWALD HAT ENORMES POTENZIAL

Das inhabergeführte Hotel Schwarzwald Panorama in Bad Herrenalb ist von einer modernen, nachhaltigen und zukunftsweisenden Unternehmenskultur geprägt. Das Vier-Sterne-Superior-Hotel, das mehrfach ausgezeichnet wurde, verfügt über 88 Zimmer, acht Wohnwelten, eine Suite und eine 850 Quadratmeter große Wellnesslandschaft. Der 1.300 Quadratmeter umfassende Tagungsbereich erstreckt sich über drei Ebenen. Ein 75-köpfiges Team kümmert sich um das Wohl der Gäste.



BLUE TABLE



Herr Bode, 2017 haben Sie das Hotel Schwarzwald Panorama gekauft. Können Sie in Corona-Zeiten eigentlich noch ruhig schlafen?

Es ist schon eine Kunst, in dieser Pandemie die Ruhe zu bewahren. Aber wir sind ein besonderes Haus, ein Kraftort im Nordschwarzwald. Wir trinken und atmen uns quasi gesund. Wer bei uns war, der geht energiegeladener wieder in die Welt hinaus. Als Gastgeber habe ich auch Erwartungen an meine Gäste. Sie sollen keinen Schaden hinterlassen. Für mich gibt es nicht nur Unternehmertum, sondern auch Gastnehmertum. Als Gastnehmer will ich mit meinem Unternehmen auch keinen Schaden bei unserem Gastgeber, der Erde, hinterlassen. Das ist der Schlüssel zu unserem Betrieb, der ökonomisch mega gesund ist und dieses heftige Unwetter überstehen wird. Schwarz sehe ich für die, die vorher schon gekränkelt haben.

Warum fiel Ihre Wahl ausgerechnet auf den Schwarzwald? Welches Potenzial sehen Sie in dieser Region?

Eigentlich war das ein Zufall, als ich 2012 zunächst als Hoteldirektor in Rulands Thermenhotel, wie es damals noch hieß, angeheuert habe. Ich war gleich von der Immobilie und von Bad Herrenalb angezogen. Mit neuem Konzept, neuer Philosophie und Marketingstrategie habe ich in nur fünf Monaten den Grundstein für die erfolgreiche Transformation zum Hotel Schwarzwald Panorama gelegt und das Rebrand vollzogen. 2017 bot sich dann die Gelegenheit zum Kauf. Mein Leben lang war ich immer auf Wanderschaft. Jetzt bin ich froh, hier verwurzelt zu sein.



Denn der Standort ist auch durch seine Nähe zu Karlsruhe gesegnet. Er ist die perfekte Ausgangsbasis für Urlaub und Tagen im Grünen. Übrigens hatte der Trend zu mehr Ruhe, Achtsamkeit und Erholung in der Natur schon vor Corona eingesetzt. So konnten wir von 2013 bis 2019 den Umsatz um das Zweieinhalbfache auf 5,7 Millionen Euro steigern. Man muss nur wissen, wie man die Anziehungskraft erhöht. Ich bin sicher, dass in Bad Herrenalb und der Region noch einiges bewegt wird, denn es ist noch unfassbar viel Luft nach oben.

Ihr Konzept unterscheidet sich von denen anderer Häuser in der Region. Welche Werte und Trends liegen dem zugrunde?

Mein Antrieb ist die Nachhaltigkeit. Das ist praktisch unsere DNA. Aber nur mit dieser Philosophie allein kann man keinen Erfolg haben. Seit Jahren zählen wir zu den Top-3-Tagungshotels in Deutschland mit den meisten Auszeichnungen. Deshalb spreche ich gerne von einem Gesamtkunstwerk. Wir haben verstanden, was bei Tagungen

zählt. Also fokussieren wir uns auf eine lernfördernde Atmosphäre. Dafür aktiviere ich meine Herzenergie, die ich als Mentor auf mein Team übertrage. Nur wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Herzen bei der Sache sind, können sie unsere Gäste herzlich empfangen. Nachhaltigkeit ist zu 100 Prozent in unserer Wertschöpfungskette integriert. 90 Prozent aller Speisen und Getränke sind in zertifizierter, meist regionaler Bioqualität. Seit 2019 arbeiten wir vollständig klimaneutral. Unser Umwelttagebuch umfasst weit mehr als 100 Punkte. Nachhaltiges Handeln ist zum Selbstverständnis geworden wie Essen, Trinken oder Zähneputzen.

2020 war eines der schwierigsten Jahre in der Geschichte des Tourismus. Wie sind Sie bislang durch diese schwere Zeit gekommen?

Schon im ersten Lockdown haben wir die Chance genutzt, unsere Attraktivität zu steigern. Wir haben den Schwarzwald optisch ins Haus geholt, einen Naschgarten



angelegt, den Tagungsbereich erneuert und Renovierungen nachgeholt. Jetzt investieren wir in Technik, Digitalisierung, erweitern den Spa-Bereich und richten neue Musterzimmer ein. Mich persönlich wirft so schnell nichts aus der Bahn. Deshalb habe ich im ersten Lockdown auch meine längst überfälligen Knieoperationen ausführen lassen. Denn meine Anker sind die tägliche Meditation und der Morgenlauf. Der zweite Lockdown hat mir psychisch zu schaffen gemacht. Obwohl wir in unserer Branche die besten Hygienekonzepte hatten, wurden unsere Betriebe geschlossen. Da sind Frust und Wut hochgekommen. Ich fühle mich der Freiheit beraubt und zwangsentegnet, weil mir das genommen wurde, was mir am meisten Freude macht. Nämlich Gastgeber zu sein. Und die Fülle der Fehlentscheidungen der Regierenden offenbart sich immer mehr. Wenn ich als Unternehmer so handeln würde, wäre ich längst pleite! Ich möchte gar nicht wissen, wie groß der Kollateralschaden in der Psyche der Gesellschaft und der Wirtschaft ist.

Welche Chancen sehen Sie, gerade durch Corona, für die Zukunft des Tourismus im Schwarzwald und Bad Herrenalb?

Der Nordschwarzwald hat enormes Potenzial. Achtsamkeit und Zeit in der Natur sind

zu grundlegenden Bedürfnissen geworden. Der Trend zu mehr Kurzurlaub im eigenen Land wurde durch die Pandemie verstärkt. Es geht um Lebensqualität, Nachhaltigkeit, Ökologie und die Gestaltung sinnvoller Lebens- und Arbeitswelten. Daraus kann eine neue Generation an Hotel- und Gastronomiebetrieben heranwachsen. Wenn es uns gelingt, die Schönheit des Schwarzwalds nach außen zu tragen und wir verinnerlichen, dass es um den Respekt für Mensch und Natur geht, dann wird diese Region goldene Jahre erleben. Da kommt uns die Pandemie sogar noch zugute. Sie wird uns mehr Gäste bringen. Wir müssen diesen Diamanten allerdings noch schleifen, was noch zu wenige erkannt haben.



Christian Metzler

Stephan Bode, Jahrgang 1965, hat 2017 das Hotel Schwarzwald Panorama gekauft, nachdem er es vier Jahre als Geschäftsführer sehr erfolgreich am Markt platziert und auf Nachhaltigkeit getrimmt hat. Der gelernte Restaurantfachmann gilt als Visionär, der unter anderem auf Kreuzfahrtschiffen anheuerte, in Südafrika Erfahrungen sammelte und mit 33 Jahren Hoteldirektor auf Helgoland wurde. Für die Entwicklung des Seehotels Zeulenroda zum größten Bio-Kongress-Hotel Europas erhielt er den Spirit-at-Work-Award und für sein Nachhaltigkeitsmanagement den B.A.U.M.-Umweltpreis.

Meetings und Events sind der Sektor, der am meisten gebeutelt ist. Was bieten Sie Ihren Kunden, um sicher und nachhaltig tagen zu können?

Veranstaltungen werden nie aussterben. Da geht es um Präsenz, die persönliche Begegnung, das Bier an der Bar. Allerdings wird es durch die digitalen Möglichkeiten künftig weniger Tagungen geben. Alle Veranstaltungen finden bei uns klimaneutral und mit ausgeklügelten Hygienekonzepten statt. Und wir haben im ersten Lockdown in hybride Veranstaltungstechnik investiert. Dieses Konzept ist voll aufgegangen, auch wenn wir es momentan nicht ausleben können.

Digital oder analog? Welche Rolle spielt das digitale Marketing? Und warum ist nicht alles digital?

Marketing ist nichts anderes als das Erzählen von Geschichten. Man muss Bedürfnisse erkennen, Begehrlichkeiten wecken und für Wahrnehmung sorgen. Dafür gibt es viele PR-Instrumente. Doch eigentlich beginnt gutes Marketing beim zufriedenen Gast. Deshalb investieren wir am meisten in die übererfüllte Erwartung des Gastes. So wird der automatisch zum Markenbotschafter. Corona ist ein Beschleunigungsfaktor für die Digitalisierung. Damit muss sich unsere Branche noch intensiver auseinandersetzen, zum Beispiel mit digitalen Gästemappen oder digitalem Check-in.

Werner Klein-Wiele



TOURISMUS: Was kommt, was geht, was bleibt?

Die letzten Monate waren wohl für die meisten von uns mühsam: man steckt in einem zähen Gegenwartsbrei, die Tage gleichen einander, keine Zerstreung außer Netflix, Kochen und Sport. Keine Kultur, kein geselliges Zusammensein, keine Reisen. Darf man in diesem pandemischen Alltagskäfig vom Urlaub träumen? Ja.

Am längsten braucht der **internationale Städte-Tourismus** für die Erholung. Hier ist nicht vor 2023 von einem Revival auszugehen (inhomogene pandemische Lage auf dem Globus, ausgedünnte Streckennetze der Airlines etc.). Binnentouristisch aber werden Städte in Deutschland schon diesen Sommer erneut zu starken Magneten und begehrten Orten, auch mit dann wieder ausgerollten kleineren Kultur- und Festival-Formaten.

Wie wird in 2021 ein Urlaub aussehen, wie werden wir überhaupt in nächster Zukunft verreisen? Angesichts des EU-weit (bisher) misslungenen Impf-Managements und der nun überall aufpoppenden Virus-Mutationen bleibt die Lage wohl bis über den Sommer weiterhin volatil. Planungssicherheit – für Betriebe wie für Kundinnen und Kunden – wird es vermutlich nicht vor dem dritten Quartal geben. Was kommt, was bleibt, was geht? Wie verändert die Pandemie das Reiseverhalten, welche Auswirkungen hat sie auf die Tourismuslandschaft?



Die Tourismusbranche verändert sich in einigen Segmenten nachhaltig. Während sich der **Ferien-Tourismus** über den Sommer wieder gut erholt, schmilzt der **Business-Travel** ab (Prognosen liegen zwischen 30 bis 50 Prozent), viele Unternehmen werden dank Video-Calls ihre Travel Budgets reduzieren, die Mitarbeiter sparen sich anstrengende und ökologisch bedenkliche Tagesflüge für eine kurze Besprechung. Diese Entwicklung zwingt insbesondere einen Teil der Stadt-Hotelrie zur Transformation.

Der **Tagungs- und Kongress-Tourismus** hingegen wird mit kreativen Formaten bis zum Herbst wieder kraftvoll zurück auf der Bühne sein – Menschen brauchen Begegnungen mehr denn je. Der kognitive und emotionale Gewinn realer Begegnungen ist durch nichts zu ersetzen. Tagungen werden insgesamt kleiner (laut Accor Travel Report sehen dies auch 58 Prozent der weltweit befragten Experten so), smarter und nachhaltiger. Auf die Messen kommen substantielle Veränderungen zu, dies war ja auch vor Covid-19 schon zu beobachten, etwa bei den Automobilmessen: Manches wandert für immer ins Netz, anderes wird in kleinere, auch hybride Formate gebracht, dazu kommen große – immer noch weitgehend analoge – Leitmessungen.



Wir sind die nächsten Monate noch in einer pandemischen Pufferzone, die Erwartungshaltung der Urlauber bleibt in dieser **Transitphase** gedämpft. Reisen wird mühsamer, aufwändiger: Tests und digitaler Impfpass werden alsbald zur Grundausstattung – und künftig vor allem bei interkontinentalen Flügen eine Voraussetzung. Sichere Erholung ist oberstes Reisemotiv. (Gedämpfte) Reisefreude kommt vor Reiselust – letztere kann sich erst wieder in einem offenen, expansiven Umfeld entfalten. Erst wieder in der Post Corona-Phase, wenn die Distanz-Barrieren gefallen sind, zündet eine neue Phase der Erlebnis-Ökonomie – die Menschen haben einen gewaltigen Nachholbedarf an gemeinschaftlichen Erlebnissen, kollektiven Dopamin-Ausschüttungen und spektakulären Events.





Bis dahin aber bleiben die Radien weiterhin überschaubar – **Binnenurlaub** ist auch dieses Jahr wieder angesagt (Hochfrequenz-Destinationen an Ostsee und im Süden müssen dringend ihr Besucher-Management digitalisieren!). Retro-Formate wie Ferien-Apartments, Ferienhäuser, Camping und Caravan (Sicherheit auf vier Rädern) boomen. Weiche naturnahe Aktivitäten wie Radfahren und Wandern werden noch stärker als bisher nachgefragt. So wie diesen Winter nordische Aktivitäten und Skitouren.



In der touristischen Produktsemantik geht es um kleine Glücksgefühle, um Serotonin. Die Touristen verzichten quasi auf die Steigerung der „Lebensintensität“ (Tristan Garcia), ein klassisches Urlaubs-Versprechen der Erlebnisökonomie vor Covid-19. Die Lust am Unerwarteten, an der Überraschung wird freilich für die Zeit nach Corona aufgespart – **Serendipity Spotting** wird dann zu einem starken Urlaubsmotiv. Auf zu neuen Horizonten. Auf zu neuen Seiten des eigenen Ich.



Bis zur Trendwende (=pandemische Entspannung, hohe Durchimpfungsrate) steht jedoch **naturnaher Urlaub** weiterhin im Fokus der Touristen. Remote Work und eine digitale Erschöpfung verstärken die Sehnsucht nach Bewegung in der Natur, nach Weite und Freiheit. Die sinnliche Natur wird zum Sehnsuchtsraum, zur eskapistischen Heile-Welt. Unser Leben verlagert sich (wo nur irgend möglich) nach draußen: Außen-Gastronomie, Treffen im Freien, selbst der Meeting-Bereich wandert stärker hin zu hybriden Formaten, die Indoor und Outdoor verschränken. Draußen sein wird generell zum neuen Lifestyle, zum Immunbooster. Friluftsliv nennen die Norweger diesen Lebensstil, der Natur und Bewegung, Lebensfreude und Gesundheit verbindet und somit ein Glücksversprechen für Urlauber ist. Urlaub ist motivpsychologisch immer auch „wiedergegebene Zeit“ (Valentin Groebner) – man holt sich das zurück, was einem der Alltag vorenthält.



Hygiene, Sicherheit und kontaktlose Dienstleistungen werden künftig noch stärker zu Basisfaktoren. Begeistern freilich kann man den Gast nur mit ausdifferenzierter Service- und Erlebnis-Kultur. Dies gelingt mit einer ausgefeilten Daten-Strategie (Künstliche Intelligenz, Open Data, Customer Data Plattformen etc.) – über diese wird der Massentourismus (ja, der kommt wieder) quasi personalisiert, kleinteiliger. Die Individualisierung wird über Algorithmen skaliert. Stark frequentierte Orte wie Museen, Restaurants, Event Locations, Skipisten etc. können nur noch mit Reservierung oder innerhalb bestimmter Time Slots aufgesucht werden.



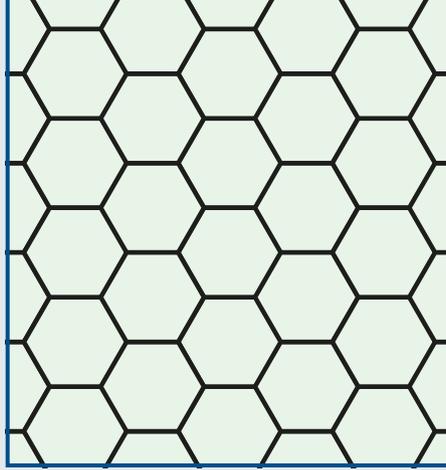
Nachhaltigkeit – wird diese tatsächlich zu einem Treiber des Tourismus, wie vielfach postuliert wird? Nur bedingt. Dieses Thema wird eher von Destinationsseite (DMO: Destinationsmanagementorganisation) her getrieben, als durch die Kundinnen und Kunden. Zwar glauben – laut einer aktuellen IPK-Studie im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) – 80 Prozent aller Befragten in Deutschland, dass Covid-19 zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus führt, aber in der Realität ist Nachhaltigkeit noch immer kein zentrales Reisemotiv bei der breiten Masse. Ein Umschwung kommt hier durch die jungen Post-Millennials. Die Generation Greta weiß: nur wenn wir achtsam mit den natürlichen und menschlichen Ressourcen umgehen, klimafreundlich wirtschaften und gesunde Lebensbedingungen schaffen, verhindern wir künftig drohende „grüne Schwäne“: Pandemien, Natur- und Klimakatastrophen etc.

Und so gehen vor allem junge Reisende zunehmend verantwortungsvoll in ihren Urlaub: sie wollen die Destination besser zurücklassen, als sie diese vorgefunden haben. Dafür sind sie bereit, in konkreten (sozialen, ökologischen etc.) Projekten während ihres Aufenthalts mitzuarbeiten (z. B. Plastikmüll einsammeln). Dieser Wertewandel passt insgesamt in eine Entwicklung hin zu einer Responsive Society, in der man auch im Urlaub verantwortungsvoll handelt.

Andreas Reiter (ztb-zukunft.com)

FÜNF GASTRO-NOMIETRENDS 2021

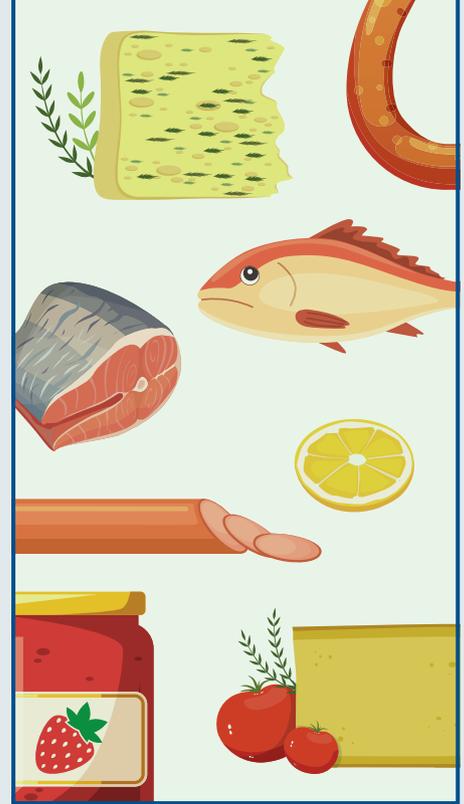
2021 wird wohl – wegen Corona – kein Jahr bunter Food-Trends und genialer neuer Gastronomie-Konzepte. Oder vielleicht doch? So hart die Krise die Gastronomie trifft: Sie hat auch ein neues Verständnis von Gemeinschaft in der Branche, kreative Verkaufsideen und innovative Formate für Austausch und Weiterbildung hervorgebracht. Der Fachjournalist Jan-Peter Wulf präsentiert in seinem Blog jedes Jahr fünf Gastronomie-Trends. Hier kommt die Kurzform.



TREND 1: #GASTROCOMMUNITY

Von der berüchtigten Ellenbogen-Mentalität – hin zum Corona-konformen Ellenbogen-Check: Die Krise lehrt die Branche, endlich füreinander einzustehen.

2020 war zweifellos ein Jahr gastronomischer Graswurzel-Bewegungen: Denn auf einmal waren alle Restaurants, Cafés, Bars und Co. vom gleichen Problem betroffen und alle sitzen weiterhin im selben Boot. Überall im Land entstanden lokale und überregionale #gastrocommunities, aus der Branche, für die Branche. Ziel ist es, gemeinsam füreinander einzustehen, auch überregional. Die Crowdfunding-Initiative „Support Your Local Bar“ hat bis Ende 2020 schon über 2 Millionen Euro Spendengelder eingesammelt. Die deutschlandweite Petition #wirsindbereit hat rund 125.000 Unterschriften eingebracht und die bundesweite Aktion „Leere Stühle“ schaffte es sogar bis in die Tagesthemen. Eine ganz besondere, mitten im Lockdown entstandene Initiative ist „Kochen für Helden“: Rund 100 Betriebe beteiligten sich an der Aktion und kochten ehrenamtlich für Menschen in Funktionsberufen – in Krankenhäusern, auf Feuerwehrationen oder in Arztpraxen. Sogar gemeinsame Gastronomien sind 2020 entstanden: Zum Beispiel der „Kiezgarten“. Fünf am Wiesbadener Sedanplatz ansässige Betriebe eröffneten den Freiluftgarten mit viel Platz und Abstand und machen hier nun gemeinsame Sache und Umsätze.



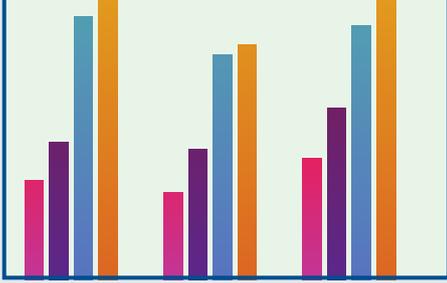
TREND 2: FINEKOST

Im Shutdown begannen viele Restaurants und Cafés, hausgemachte Produkte ab Fenster und in Onlineshops zu verkaufen. Daraus entwickelt sich nun häufig ein eigener Vertriebskanal.

Suppen und Eintöpfe zum Aufwärmen für zu Hause, Saucen-Fonds und Snacks, süße und herzhaft Aufstriche, Chutneys und Königsberger Klopse, Konfitüren, Gebäck und Brote, Schokoladen, Eingewecktes, selbstgemachte Limonaden und Cocktails in Flaschen und vieles mehr: Seit dem Lockdown boomt der Verkauf von Feinkost aus der Gastronomie – Feinkost! Immer mehr Webshop-Angebote entstanden: „Berliner Proviant“ vom Sternelokal „eins-unternull“, schwäbische Kochboxen von „Widmann's Albleben“ aus Ostwürttemberg oder „Heimat im Glas“ von Anders auf dem Turmberg in Durlach. Ein besonders innovatives Konzept hat „The Good Taste“ aus Berlin: Hier haben sich – Stichwort #gastrocommunity – diverse Berliner Restaurants zusammengetan und verkaufen im gemeinsamen Webshop jeweils ihre Spezialitäten.

**DIE AUSFÜHRLICHE
VARIANTE DER
GASTRO-TRENDS:
nomyblog.de**





TREND 3: BETRIEBS-WIRTSCHAFT

Mehr denn je gilt im Jahr 2021, mitten in der wirtschaftlich herausforderndsten Zeit für die Branche seit Jahrzehnten: Gastronomin oder Gastronom zu sein oder zu werden, bedeutet nicht nur Gastwirt oder Gastwirtin, sondern auch „Betriebs-Wirt“ zu sein.

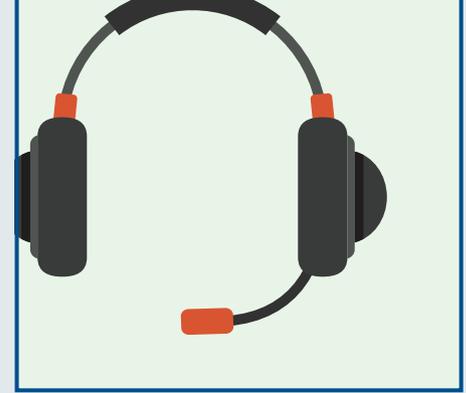
Das klingt nach einer Binsenweisheit, und doch: Neben der Leidenschaft für gutes Essen und Trinken, für guten Service und allem, was eben zu guter Gastronomie gehört, gehört auch profundes betriebswirtschaftliches Denken und Handeln. Dafür brauchen Entscheiderinnen und Entscheider eine Infrastruktur, die es ermöglicht, präzise Zahlen in Echtzeit zu liefern. Heute stehen mehr moderne, digitale Tools für optimierten Einkauf und Beschaffung, für effektive Personal-Einsatzplanung, für ideale Kapazitätsauslastung (unter gegebenen Bedingungen, muss man aktuell wohl hinzufügen), für den modernen Webshop und fürs rentable Liefergeschäft zur Verfügung als je zuvor. Und durch ihre zunehmende Vernetzung werden die Kennzahlen immer präziser. Durch gute Beratung und Schulung, durch das Einbinden des gesamten Teams und auch durch „Reverse Mentoring“ – jüngere, digitalaffine Mitarbeitende machen die Geschäftsführung sowie Kolleginnen und Kollegen fit im Umgang mit den Services – entsteht Handlungssicherheit. Mit kollaborativen Tools wie Slack, Zoom und Co. ist nicht nur in Zeiten von Kurzarbeit, sondern immer eine digitale Zusammenarbeit möglich. Was für die Gastronomie, die ja schon immer von Schichtdiensten geprägt ist, ein großer Vorteil ist.



TREND 4: MEHRWEG-TAKEAWAY

Mit dem zurzeit boomenden Außer-Haus-Geschäft einher geht ein großes Problem: Der Müllberg wächst. Mehrweg-Systeme können hier, wie schon beim Kaffeebecher, Abhilfe schaffen.

Von 1994 bis 2017 ist der Verbrauch von einmalig verwendbaren Menü- und Snackboxen um über 400 Prozent gestiegen, der jährliche Müllberg wiegt mittlerweile 350.000 Tonnen (Quelle: Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung). Eine aktuelle Studie des Verbands kommunaler Unternehmen hat ermittelt, dass es die Kommunen pro Jahr rund 140 Millionen Euro kostet, ihre Parks allein vom Einweg-Takeaway zu befreien. Für das Corona-Jahr 2020 liegen noch keine Zahlen vor – aber es ist auch hier ein exponentieller Anstieg zu erwarten. Das Einwegplastikverbot, das Mitte 2021 kommt, wird wenig dagegen helfen – denn es umfasst nur wenige Produkte. In vielen Fällen wird Plastik-Einweg gegen Papp- oder Bambus-Einweg getauscht werden. Wirklich etwas gegen den Müllberg bewirken Mehrweg-Systeme: Hier kommen zum Beispiel „Rebowl“, „Recircle“, „Relevo“, „Tiffinloop“ oder „Vytal“ ins Spiel. Statt Wegwerf-Verpackung erhält der Gast die Ware in einem der System-Behältnisse gegen Pfand, eventuell sogar mit einem preislichen Vorteil als Anreiz. Beim nächsten Besuch gibt der Gast das Behältnis wieder ab und bekommt das Pfand zurück. Oder, und das macht es zusätzlich spannend, bestellt sich gleich etwas Neues in einer frischen Schale. Die Gäste können die Schalen aber auch in anderen teilnehmenden Betrieben abgeben. Je mehr Gastronomien in einem Stadtteil oder einer Stadt mitmachen, desto attraktiver wird das System.



TREND 5: TELEKOLLEG GASTRONOMIE

Aus dem Homeoffice lassen sich nicht nur administrative Aufgaben für den Betrieb erledigen, sondern auch spannende Schulungs- und Weiterbildungsangebote in Anspruch nehmen.

Web-Talks und Webinare, Podcasts und Online-Verkostungen: Weil ein Treffen vor Ort nicht möglich ist, finden viele Events digital statt. Sie bieten Mitarbeitenden in der Gastronomie eine Menge Potenzial, sich online zu informieren und fortzubilden. Zum Beispiel bei „Hogafit“, dem E-Learning-Portal der Dehoga Akademie oder bei „Upgreat“, einem 120 Stunden umfassenden Online-Fortbildungsprogramm für die Gastronomie, bei dem die Themen Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Zentrum stehen. Solche Fortbildungsmaßnahmen werden oft gefördert. Es gibt mittlerweile rund 40 Podcasts für die Gastronomie und Hotellerie (eine Liste gibt es auf nomyblog.de), die eine Vielzahl von Themen der Branche abdecken: Recruiting, Kaffeezubereitung, Nachhaltigkeit – und viele Erfolgsideen. Hinzu kommen diverse Webinare, z. B. der Industrie- und Handelskammern, die sich u. a. mit aktuellen Branchenthemen wie der Corona-Überbrückungshilfe, Social Media oder Tipps für den Webshop-Launch beschäftigen. Und mit dem neuen Portal „Spoonfellas“ gibt es sogar eine Wissensvermittlung für die Branche in Form hochwertiger Videos und Serien – das ist fast schon Netflix für die Gastronomie. Kostenlos!

Jan-Peter Wulf

TOURISMUS IN ZAHLEN

2020

UMSATZAUSSCHLAG IM DEUTSCHLAND-TOURISMUS

MÄRZ-DEZEMBER

34,0 MRD. €
Tagestourismus

34,7 MRD. €
Übernachtungs-
tourismus

INSGESAMT
68,7
MRD. €

NACHFRAGE IM

BEHERBERGUNGSGEWERBE

ÜBERNACHTUNGEN
JANUAR-NOVEMBER
(ggü. 2019 in %)

HERKUNFT

Inland Ausland
-30,7 **-62,5**

BETRIEBSTYPEN

			
Camping	Ferienwohnung	Hotellerie	Gruppenunterkünfte
-3,8	-14,2	-43,5	-58,8

GEWERBLICHE ÜBERNACHTUNGEN (ggü. 2019 in %)

	Auslastung	
Januar-November	Januar-November	November
-36,4	-10,0	-72,1

DESTINATIONSTYPEN:

Seen, Bergregionen und Küsten wieder im Kommen

- Gerade die Seenregionen und die Alpenregion machten im Juli einen weiteren Schritt nach vorn. Hier beliefen sich die Verluste im Juli durchschnittlich nur noch auf **-4,0 bzw. -4,6 Prozent**.
- Die Küsten wurden durch die Entwicklung an der niedersächsischen Nordsee etwas eingebremst und lagen bei **-6,7 Prozent**.
- In den Mittelgebirgen, den Flussregionen und im Flach- und Hügelland lagen die Übernachtungszahlen noch rund ein Fünftel unter denen des Vorjahresmonats.

ANGEBOTSVERKNAPPUNG

geöffnet

setzt sich im Sommer fort: Zahl der geöffneten Betriebe und angebotenen Schlafgelegenheiten im August jeweils **-3,6 Prozent**

169 MIO.

gewerbliche Übernachtungen
weniger als im Vorjahreszeitraum



AUGUST

zunehmende Recovery
durch Ferieneffekt

Hoher Rückgang der Übernachtungen deutscher Gäste im Ausland und ausländischer Gäste im Inland hält an



GASTGEWERBE IN DEUTSCHLAND



CORONA-BEDINGTE VORSCHRIFTEN

senken die Kapazitäten der Betriebe
oder führen zu Schließungen;
Gastronomiebetriebe besonders betroffen



Auslastung der Hotelbetriebe
nur auf rund **50%**
des Vorjahresniveaus

EU ERHÖHT BEIHILFEGRENZE

von **0,8** auf
2,0 MIO. €
und ermöglicht
höhere Hilfsbudgets



Rund **76%**
der Betriebe sehen ihre
Existenz gefährdet

TAGESREISEN DER DEUTSCHSPRACHIGEN BEVÖLKERUNG JANUAR-DEZEMBER

(ggü. Normaljahr in Deutschland, in %)

-19,0



Landschafts-/
Naturattraktionen

+7



Besuch von Restau-
rants, Cafés etc.

-29



Shopping-
Aktivitäten

-20



Sehenswürdigkeiten/
Attraktionen

-30



Verwandten-/
Bekanntensbesuch

-16



Wandern/
Radfahren

+25



Erholungs-/
Spazierfahrt

+2



Veranstaltungen,
Aufführungen etc.

-64



Verpackungen nach Maß!

- Holzzeugnisse
für den Industriebedarf
- Transport-, Aufbewahrungs-
und Pendelbehälter
- Sicher – wirtschaftlich –
optimale Qualität
- Aus Holz, Karton und
Schaumstoffkombinationen
- Einzelanfertigungen sowie
Groß- und Kleinserien

Wir beraten Sie gerne – auch vor Ort –
und erstellen Ihnen unverbindlich ein
Angebot.



Matthias Pastor
Birkenwaldstraße 25
75365 Calw-Altburg
Telefon 0 70 51/ 96 60 10
Telefax 0 70 51/ 96 60 11
pastorkisten@t-online.de
<http://www.pastorkisten.de>

HALLEN

INDUSTRIE | GEWERBE | STAHL

PLANUNG - PRODUKTION - MONTAGE



WOLF SYSTEM GMBH
94486 Osterhofen
Tel. 09932 37-0
gbi@wolfsystem.de
WWW.WOLFSYSTEM.DE



Die neuen Werte in der Reisebranche

Welche Ansätze sind in der Krise besonders wichtig, um Kundinnen und Kunden zu erreichen und welche Werte hängen damit zusammen? In einem Webinar der Tourismus Akademie Baden-Württemberg wurde die Übertragung von Maßnahmen einer Airline auf die Tourismusbranche erarbeitet.

Die Tourismusbranche, insbesondere der Reiseverkehr und der internationale Tourismus, sind durch die Corona-Pandemie im Jahr 2020 von 100

auf null heruntergefahren worden. Die Reisebusse stehen abgemeldet auf den Betriebshöfen und die Flugzeuge bleiben am Boden. Immer noch akute Reisewarnungen in Corona-Risikogebiete, eine Testpflicht für internationale Reisende sowie Quarantäneverordnungen erschweren den „Neustart“ – insbesondere der Luftfahrt. Im November 2020 lag der Flugverkehr in Europa bei knapp 60 Prozent des Vorjahrs. Laut Luftfahrtexperten sehen die Prognosen düster aus: Das Vorkrisenniveau wird voraussichtlich nicht vor 2024/2025 erreicht werden.

Gerade jetzt sind in der gesamten Tourismusbranche Vertrauen, Sicherheit und Gesundheit mehr gefragt denn je. Marcel Widmann, von Mar&Cel® Aviation Customer Experience mit Sitz in Pforzheim und Barcelona, macht sich aktuell gemeinsam mit den Airlines Gedanken über Maßnahmen und neue Werte in der Flug- und Reisebranche. Dabei ist das Beispiel der Deutschen Lufthansa AG auch übertragbar auf die Hotellerie oder die Busreisen-Branche.

DIE NEUE „REISE DES KUNDEN“

Dreh- und Angelpunkt ist dabei die Customer Journey, also die Reise oder der Weg des Kunden, der Kundin oder des Gastes. Hier haben die Airlines bereits Mitte 2020 Schutzmaßnahmen umgesetzt. Eine einheitliche Teststrategie, Maßnahmen der Kundenbindung und digitale Services wurden komplett neu gedacht, um den Kundenbedürfnissen nach Sicherheit, Vertrauen und Gesundheit Rechnung zu tragen. Ende Dezember 2020 fand dazu ein kostenfreies Webinar der Tourismus Akademie Baden-Württemberg statt. Über 60 Teilnehmerinnen und Teilnehmer besuchten die Online-Veranstaltung. Ziel war es, das Beispiel aus der Luftfahrt und die erarbeiteten Maßnahmen auf die Tourismusbranche zu übertragen.

- ANZEIGE -



EXPORTVERPACKUNGEN NACH MASS



SONDERANGEBOT ab März 2021
(nur solange Vorrat reicht)

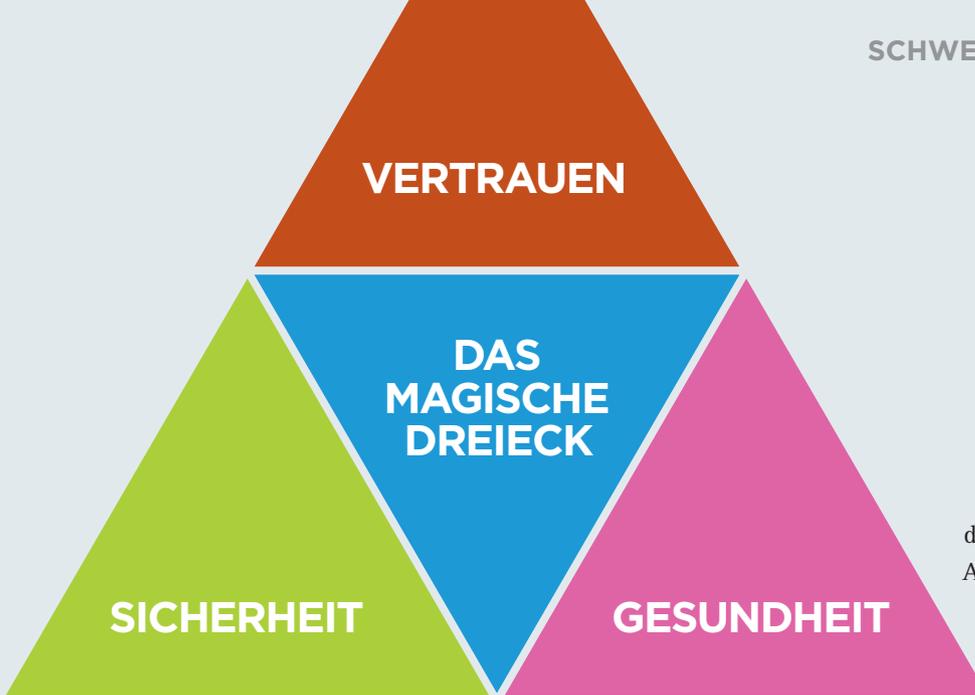
Einweg-Paletten bis ca. 400 kg belastbar, 18 mm sägeraue Bretter, offenes Deck mit 6 Klötzen, stabile Ausführung mit PPC-Hitzebeh. und IPPC-Kennz., für weltweiten Versand verwendbar. Größe 80 x 60 cm

Preis bei Abnahme von 100 Stück, nur € 4,95
zzgl. gesetzl. MwSt., Lieferung bis 30 km frei. Klein- oder Großmengen auf Anfrage



info@kisten-woll.de
www.kisten-woll.de

Grenzsägmühle 9
75210 Kelttern-Niebelsbach
Telefon 0 70 82 / 6 04 44
Telefax 0 70 82 / 6 04 46



DAS „MAGISCHE DREIECK“: VERTRAUEN, SICHERHEIT UND GESUNDHEIT

Die Maßnahmen der Unternehmen können in den Bereichen „Vertrauen, Sicherheit und Gesundheit“ eingeordnet werden (s. Abb.). Es zeigt sich, dass die Mehrzahl aller bereits eingeleiteten Maßnahmen das Ziel „Schaffung von Vertrauen beim Kunden“ verfolgt. Einen hohen Stellenwert hat hierbei insbesondere eine effektive und effiziente Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden – sei es bei einem Reiseveranstalter, einem Reisebüro oder im Hotel. Hier kommt bei vielen Unternehmen Social Media zum Einsatz. Es ist wichtig, mit den Kundinnen und Kunden sowie Gästen in Kontakt zu bleiben. Die Botschaft ist: „Wir sind für euch da!“

Ein weiteres Learning aus der Krise ist die Kooperation zwischen den Unternehmen. Sich untereinander zu vernetzen gewinnt verstärkt an Bedeutung und stellt somit einen besonderen Erfolgsfaktor für künftiges Handeln dar.

Besonders hoch bewertet werden von den Expertinnen und Experten die Maßnahmen zur stetigen Qualitätsverbesserung von Reisen sowie die Nachhaltigkeit. Wichtig ist es, aus der Pandemie zu lernen und Funktionierendes beizubehalten. Bei

den Fluggesellschaften ist dies etwa der Aussteige-Prozess, das De-Boarding, das aktuell in Reihen geordnet durchgeführt wird. Ebenso wurden die digitalen Touchpoints optimiert, um langfristige Bestände zu haben. So kann jeder Schritt in der Customer Journey immer wieder überprüft werden, um ihn nachhaltig zu verbessern.

*Marcel Widmann,
Mar&Cel® Aviation Customer Experience*

- ANZEIGE -

KISTEN-WOLL

EXPORTVERPACKUNGEN NACH MASS



SONDERANGEBOT ab März 2021
(nur solange Vorrat reicht)

EURO-Paletten, bis ca. 1400 kg belastbar 24 mm sägeraue Bretter, offenes Deck Gütegeprüft mit Prüfkammer, nach DIN. Mit EPAL-Stempel und Hitzebehandelt nach IPPC-Standard, mit Massivholzklotzen, 1. Wahl, für weltweiten Versand verwendbar. Größe 120 x 80 cm

Preis bei Abnahme von 100 Stück, nur € 11,90
zzgl. gesetzl. MwSt., Lieferung bis 30 km frei.

Abweichende Mengen auf Anfrage. Klein- oder Großmengen auf Anfrage. Aufsatzrahmen und Deckel ebenfalls kurzfristig lieferbar, auf Anfrage.

Grenzsägmühle 9
75210 Keltern-Niebelsbach
Telefon 0 70 82 / 6 04 44
Telefax 0 70 82 / 6 04 46





info@kisten-woll.de
www.kisten-woll.de

Durchbruch bei Verhandlungen

China und die EU haben sich auf ein umfassendes Investitionsabkommen – das Comprehensive Agreement on Investment (CAI) – geeinigt.

DAS COMPREHENSIVE AGREEMENT ON INVESTMENT – CAI

Das Ergebnis sieben Jahre langer Verhandlungen ist eines der ehrgeizigsten Abkommen, die China jemals mit einem Drittland vereinbart hat. Einige Themen wurden jedoch grundsätzlich ausgeklammert. So gibt es etwa keine konkrete Regelung der Benachteiligung europäischer Unternehmen bei der öffentlichen Beschaffung in China oder dem Investitionsschutz.

China war 2020 im fünften Jahr in Folge Deutschlands Handelspartner Nummer eins. Obwohl der Wettbewerb gerade auch in Branchen zunimmt, wo deutsche Unternehmen traditionell stark sind, bietet

das Land in vielen Bereichen auch weiterhin beachtliches Potenzial für künftiges Wachstum. Das EU-China-Investitionsabkommen (CAI), über das Ende des Jahres 2020 eine prinzipielle Übereinkunft erzielt wurde, kann durch wechselseitige Erleichterungen und mehr Transparenz zusätzliche Impulse setzen. Angesichts des gestiegenen Selbstbewusstseins Chinas und des seit 2018 bestehenden Handelskonflikts zwischen China und den USA wird die deutsche Wirtschaft allerdings zunehmend in Richtung zu einer „Entweder USA oder China“-Entscheidung gedrängt. Der DIHK, die Dachorganisation der Deutschen IHKs, plädiert in diesem Zusammenhang für ein nachdrückliches „Sowohl als auch“.

Quelle: DIHK

Die chinesische Seite verpflichtet sich laut EU-Kommission in dem Abkommen, den in China tätigen europäischen Unternehmen Schutz vor diskriminierenden Praktiken zu gewähren, fairere Wettbewerbsbedingungen durch stärkere Transparenzverpflichtungen zu schaffen sowie verschiedene Pflichten zu Technologietransfers zu beenden.



Außerdem sollen für EU-Unternehmen Genehmigungen und Verwaltungsverfahren erleichtert werden. EU-Unternehmen bekommen zudem Zugang zu chinesischen Normungsgremien. Beim Marktzugang geht China umfassende Verpflichtungen

in Bezug auf das verarbeitende Gewerbe ein, das der wichtigste Sektor für EU-Investitionen in China ist. Dies betrifft etwa Elektroautos, Chemikalien, Telekommunikationsgeräte und medizinische Geräte. Chinesische Verpflichtungen umfassen

auch EU-Investitionen im Dienstleistungsbereich, etwa für Cloud-Dienste, die Finanzbranche, private Gesundheitsversorgung, Umweltdienstleistungen sowie im internationalen See- und Luftverkehr. Mitarbeitende ausländischer Investoren, Manager und Spezialisten von EU- oder chinesischen Unternehmen dürfen ohne Einschränkungen wie Arbeitsmarkttests oder Quoten bis zu drei Jahre in ihren Tochtergesellschaften in der anderen Vertragspartei arbeiten. Vertretern von EU- oder chinesischen Investoren wird es erlaubt sein, das Land frei zu besuchen, bevor sie Investitionen tätigen. Das Abkommen umfasst auch ein Nachhaltigkeitskapitel für die Bereiche Arbeit und Umwelt, das einen Durchsetzungsmechanismus umfasst.

Klemens Kober, DIHK

- ANZEIGE -

Wir machen Sie fit für die digitale Zukunft!

www.digitalhub-nordschwarzwald.de

DIGITALISIERUNGSBERATUNG
KOMPETENT. UNABHÄNGIG. KOSTENFREI.

DIGITAL HUB
 NORDSCHWARZWALD



MEHR DURCHSETZUNGSKRAFT

Am 19. Januar 2021 hat das Europaparlament neue Vorschriften verabschiedet, die es der EU erlauben, Gegenmaßnahmen bei Blockaden von WTO-Schlichtungsverfahren zu ergreifen.

Die Stärkung der sogenannten Durchsetzungsverordnung ermöglicht es der EU, ihre Handelsinteressen gegen illegal handelnde Partner zu schützen. Von nun an kann die EU Gegenmaßnahmen ergreifen, wenn es ihr gelungen ist, von einem WTO-Streitbeilegungsgremium oder in bilateralen und regionalen Abkommen eine positive Entscheidung zu erwirken, wenn die andere Partei nicht bei der Beilegung des Streits kooperiert.

Da das WTO-Berufungsgremium seine Funktion als letztinstanzlicher Streitschlichter aufgrund der Blockade bei der Stellenbesetzung nicht mehr erfüllen kann, hat die EU keine Möglichkeit mehr, Handelsregeln durchzusetzen, wenn die Fälle im WTO-Verfahren blockiert sind. Die neuen Regeln sind Teil der Bemühungen, der EU bessere Instrumente zur Förderung der Einhaltung und Durchsetzung von EU-Handelsabkommen zu verschaffen.

Klemens Kober, DIHK



ATION BW
INNOV 2021

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

Für kleine und mittlere
Unternehmen in Baden-Württemberg

Preisgelder in Höhe von insgesamt 50.000 Euro

Sonderpreis für junge Unternehmen
in Höhe von 7.500 Euro

Bis 31. Mai online bewerben!

Weitere Informationen erhalten Sie bei der Innovationsberatungsstelle
Ihrer IHK oder unter www.innovationspreis-bw.de



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND WOHNUNGSBAU



Das Gebäude der Welthandelsorganisation (WTO) in Genf

NEUE WTO-CHEFIN

Bereits vor der beginnenden Amtszeit von US-Präsident Joe Biden konnte sich Dr. Ngozi Okonjo-Iweala aus Nigeria eines breiten Konsenses der Vollversammlung der Welthandelsorganisation (WTO) sicher sein. Mitte Februar hat dieses Gremium sie zur siebten Generaldirektorin – als erste Frau in diesem Amt – gewählt.

Nach einer erneuten Vertagung hat die Vollversammlung der WTO am 15. Februar eine Sondersitzung abgehalten, um die Ernennung des nächsten Generaldirektors zu prüfen. Nach der Abwahl von US-Präsident Trump herrschte mit der Kandidatur Iwealas in der Führungsfrage der WTO wieder mehr Klarheit. Dr. Okonjo-Iweala (66) setzte sich bereits im vergangenen Jahr unter mehreren Kandidaten bei 163 der 164 WTO-Mitgliedsländer als Nachfolgerin durch. Sie positioniert sich in ihrem Bewerbungsschreiben zur Rolle der Welthandelsorganisation: „Die WTO

spielt eine wesentliche Rolle im Welthandel durch Mechanismen zur Förderung von Transparenz, Vorhersehbarkeit und Stabilität, zur Beobachtung der Handelsentwicklungen, zur Förderung des Austauschs und zur Vertrauensbildung. Sie unterstützt auch Entwicklungsländer, insbesondere die am wenigsten entwickelten und kleinen Volkswirtschaften und kurbelt den Handel durch technische Hilfe und Kapazitätsaufbau an. Handel und Handelspolitik sind zu Recht zentral für nationale Entwicklungsstrategien geworden.“ Die Nigerianerin ist die erste Frau in diesem Amt.

DR. NGOZI OKONJO-IWEALA

Ngozi Okonjo-Iweala, ausgebildet an US-amerikanischen Eliteuniversitäten, ist Expertin für globale Finanzen, Ökonomie und Internationale Entwicklungszusammenarbeit. Sie blickt auf über 30 Jahre Erfahrung mit ihren Tätigkeiten in Asien, Afrika, Lateinamerika und Nordamerika zurück. Iweala bringt insbesondere dank ihrer 25-jährigen Arbeit bei der Weltbank und ihrer zwei Amtszeiten als nigerianische Finanzministerin großen wirtschaftlichen Sachverstand und Erfahrung mit. Sie ist davon überzeugt, dass ein gefestigtes multilaterales Handelssystem im Interesse aller Länder ist.

Quelle: wto.org

Die abgewählte US-Regierung unter Donald Trump hatte die Handelsministerin Südkoreas Yoo Myung-Hee als neue Leiterin der WTO vorgeschlagen. Hee hat ihre Kandidatur inzwischen zurückgezogen.

Michael Hasch

Quellen: Offizielle Website der WTO, Tagesschau der ARD und Korean Times



WTO

Dr. Ngozi Okonjo-Iweala, künftige Generaldirektorin der WTO



Ein historischer Moment: Dr. Ngozi Okonjo-Iweala wird von der Vollversammlung der WTO einstimmig zur Generaldirektorin bestellt.

WTO

INNOVATION NACH CORONA: JETZT DAS RICHTIGE RICHTIG MACHEN

Die Corona-Krise markiert den Anbeginn einer geradezu prototypischen Aufbruchzeit: Gerade jetzt gilt es, mutig zu denken und zu innovieren – aber nicht im Sinne des alten Spiels, wo Neues um seiner selbst willen angestrebt wird.

Ein Auszug aus der Studie „Wirtschaft nach Corona“.

Die Corona-Krise ist eine gigantische Dekonstruktion des Alltags und der wirtschaftlichen Wirkungsbeziehungen. Sie sprengt Normalität, vernichtet bis dato verbreitete Vorstellungen des Zukünftigen und öffnet neue Möglichkeitsräume. Sie führt viele Unternehmen

an einen Punkt, an dem sie sich neu erfinden müssen. Sie begeben sich auf eine Rückwärtsschleife der Erneuerung. Der Blick auf den Resilienz-Zyklus der sogenannten Lazy Eight zeigt: Am kritischen Punkt, der sogenannten Bifurkation, gibt es zwei Möglichkeiten: den Versuch, am

alten Status quo festzuhalten, das Zurück ins alte Spiel – oder den Sprung in die Innovation, hin zu einem Neustart, einem neuen „Spiel“.

Dieses neue Spiel erfordert von allen Unternehmen eine permanente Adaption. Entscheidend für wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Erfolg wird künftig die Frage der erfolgreichen Adaption – und damit auch ein neues, ganzheitlicheres Verständnis von Innovation. In diesem dynamischen Prozess der Erneuerung werden klassische Ziele wie Umsatzsteigerung oder Key Performance Indicators (KPIs) als das deutlich, was sie sind: Mittel zum Zweck. Entscheidend für wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Erfolg wird künftig aber die Frage der erfolgreichen Adaption – und damit auch der zukunftsfähigen Innovation. Denn adaptiv sein kann nur, wer in der Lage ist, richtig zu innovieren. Wer dabei jedoch nur auf Schnelligkeit setzt, kann auch schnell das Falsche tun. Jetzt geht es darum, das Richtige richtig zu tun, mit Blick auf die großen Zusammenhänge. Das ist nicht nur eine Frage von kaufmännischem Geschick, sondern vor allem von Haltung und Mindset.

Es geht um das Verstehen und Nutzen von Komplexität, um den Aufbau von Ökosystemen statt Ego-Systemen, um die Re-Fokussierung auf Wirkungen statt auf Ergebnisse. Jetzt ist die Zeit gekommen, Innovation komplexer zu denken.

VIELE UND NEUE MÖGLICHKEITEN ALS INNOVATIONSTREIBER



ERSTE ORIENTIERUNG IM CHAOS:

Für die Neujustierung nach der ersten Krisenintervention müssen Unternehmen vier zentrale Fragen beantworten:

- Welche Weichen können und wollen wir jetzt stellen?
- Was sind unsere Hebel in der Rückwärtsschleife?
- Was haben wir in den vergangenen Jahren als Organisation trainiert, vorbereitet oder erprobt, das in der Konfusion zu „neuen Bildern der Zukunft“ führt?
- Wie können wir dies durch neue Beziehungen und mittels der verfügbaren Technologien in Richtung Innovation bewegen?

INNOVATION ALS ERKENNTNISPROZESS:

Für die Neujustierung nach der ersten Krisenintervention müssen Unternehmen vier zentrale Punkte überprüfen und bisheriges Wissen kuratieren:

- Bewusstmachen der Prämissen, auf denen die Wahrnehmung des eigenen Unternehmens sowie der Wirtschaft, Gesellschaft und Natur beruht
- Wahrnehmen und Aufdecken der Möglichkeiten, Wirtschaft, Gesellschaft und Natur auch anders zu verstehen – auf Basis alternativer Grundannahmen
- Bewerten der Möglichkeiten und Erkennen einer lohnenswerten und wertvollen alternativen Perspektive

Diese erkenntnisorientierte Innovationsmethode der Perception-driven Innovation ist eine Art Meta-Methode für Innovationsprozesse, die eine neue Qualität von Innovationen hervorbringen kann. In diesem Sinne kann der Erkenntnisprozess allen anderen Innovationsprozessen vorausgeschaltet werden, an ihn können sich die bekannten Innovationsmethoden „anlagern“. Wichtig zu verstehen ist: Perception-driven Innovation führt zu Erkenntnis – nicht zu Produkten.

Diese Innovationsmethode ist nicht leistungs- und handlungsorientiert, sondern reflexiv nach innen gerichtet. Die Herangehensweise an eine Aufgabenstellung ist damit eine psychologisch- emotionale, die nur mit echter Offenheit für einen Perspektivwechsel zum Erfolg führen kann.

Harry Gatterer, Zukunftsinstitut GmbH, Frankfurt

- ANZEIGE -

Sonnenschutzlack gegen Hitzestau

Starke Hitze mindert die Leistungsfähigkeit in der Produktion.

Wenn in Fabrikgebäuden oder Produktionshallen durch Sonneneinstrahlung die Temperaturen steigen, wird das Raumklima oft unerträglich. Durch Klimaanlage ist Abkühlung möglich, doch die Energiekosten sind unter Umständen enorm. Hinzu kommt, dass die Beschaffenheit der Fenster und anderer Lichteinstrahlungen keine genügenden Alternativen zur Hitzereduzierung zulassen. Für glatte Fensterflächen bieten Sonnenschutzfolien einen hochwertigen und effizienten Hitze- und UV-Schutz. Was aber tun bei gewölbten oder reliefartigen Oberflächen?

Liquisol-Sonnenschutzlack reduziert die Hitze in Innenräumen.

Der neue Sonnenschutzlack 4EVERblue von Liquisol ist eine solare, reflektierende, wasserbasierte Acrylbeschichtung, die auf der Außenseite von Oberlichtern, Lichtkuppeln und Wintergartendächern aufgebracht werden kann. Die Oberflächen können in Reliefform (rauh, gewellt oder strukturiert)

sowie in den Materialien Acryl (PMMA), Polycarbonat, Polyester und Glas beschaffen sein. Es reflektiert die IR-Wärmestrahlung und blockiert die Sonnenblendung. Die gesamte UV-Strahlung wird absorbiert. Die Hitze in den Innenräumen wird dadurch um ca. bis zu 70% reduziert. Liquisol-4EVERblue Sonnenschutzlack ist für den Einsatz im Außenbereich konzipiert. Eine besondere Pigmentmischung sorgt dafür, dass die Sonnenenergie, inklusive der hitzeerzeugenden Infrarotstrahlen, reflektiert und absorbiert werden. Je nach Projekt wird Liquisol auf die zu behandelnden Flächen aufgerollt oder gespritzt.

Hohe Qualität und spürbare Energieeinsparung.

Liquisol ist hitze- und kältebeständig und übersteht die Wärmedehnung von Kunststoffverglasungen ohne zu reißen, zu platzen oder auch abzublättern. Beim Einsatz von Klimaanlage zur Kühlung senkt Liquisol die Energiekosten deutlich. Die Energiesparwerte wurden vom Fraunhofer-Institut getestet.

Hitzefrei für Mitarbeiter!



Liquisol 4EVERblue ist eine speziell entwickelte Flüssigkeit, die als Sonnenschutz auf Kunststoffoberflächen, wie zum Beispiel Lichtkuppeln, Pergola- oder Wintergartendächern, Lichtbänder oder auf rauen Glasoberflächen aufgebracht wird. Wie bei unseren Sonnenschutzfolien wird auch mit 4EVERblue ein effektiver Hitze- und Blendenschutz erzielt.

Weitere Informationen finden Sie unter:

www.audax-hitzeschutz.de

Liquisol 

- Sonnenschutz
- UV-Schutz
- Hitzeschutz
- Splitterschutz
- Sichtschutz

AUDAX

sonnenschutz-folien.eu

AUDAX-Keck GmbH

Weierstr. 10, 75365 Calw

Tel. 0 70 51/16 25-0

Online ist gefragt

Umfrage des Branchenverbandes Bitkom: Kunden und Kundinnen vermissen zuhause Online-Angebote ihrer Lieblingsgeschäfte. 79 Prozent der 1.103 Befragten sorgen sich um die Zukunft des Einzelhandels.

Bitkom: „Online-Handel und Offline-Handel nicht gegeneinander ausspielen.“

Der erneute Lockdown traf und trifft den stationären Einzelhandel hart. Dabei standen die Geschäfte vor allem in den Innenstädten auch vor der Corona-Pandemie schon unter Druck. Was können die Händler tun, damit in Zukunft wieder mehr Menschen in Ladengeschäfte und Fußgängerzonen kommen? Der Digitalverband Bitkom hat Ende November vergangenen Jahres in einer repräsentativen Studie 1.055 Internetnutzende ab 16 Jahren danach gefragt, welche digitalen Angebote sie sich in ihrer Innenstadt wünschen. Ganz vorn liegt demnach WLAN, das 71 Prozent beim Shoppen gerne nutzen würden. Das gilt nicht nur für die 16- bis 29-Jährigen (75 Prozent) oder die 30- bis 49-Jährigen (76 Prozent) – sondern auch für die 50- bis 64-Jährigen (68 Prozent) sowie die Senioren ab 65 Jahren (59 Prozent). Großes Interesse besteht auch an Apps, die einen Angebotsvergleich ermöglichen: Fast zwei Drittel (64 Pro-

zent) würden eine Anwendung auf dem Smartphone nutzen, die anzeigt, welches Geschäft in der Innenstadt gerade den besten Preis anbietet. Ebenfalls 64 Prozent wünschen sich Echtzeit-Informationen auf dem Smartphone, welche Produkte in den Geschäften gerade vorrätig sind. Zugleich sind 62 Prozent der Meinung, dass der stationäre Handel mithilfe digitaler Technologien den Einkauf für die Kundinnen und Kunden spannender und komfortabler machen kann.

„Die Innenstädte müssen neu gedacht werden – diese Erkenntnis gilt nicht erst seit dem Lockdown. Digitale Technologien können bei der Neu- und Wiederbelebung des niedergelassenen Einzelhandels helfen“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Kostenloses WLAN für die Kunden und Kundinnen sollte zum Standard gehören. Das gleiche gilt für einen eigenen Webshop, gerade auch

für kleine und mittlere Geschäfte. Mit Click & Collect können sie Kunden aus dem Web in den Laden ziehen, wenn online bestellte Waren persönlich abgeholt werden.“

CLICK & COLLECT

Die entsprechenden Technologien sind inzwischen ausgereift und für wenig Geld am Markt verfügbar, so der Branchenverband Bitkom

Ein Quick Win gerade für kleinere Läden. Für den großflächigen Einzelhandel seien etwa In-Store-Navigation oder automatisches Bezahlen via Smartphone beim Verlassen des Geschäfts denkbar.

PM Bitkom



WAS ZEICHNET ZUKUNFTSWEISENDES DESIGN AUS?

CALL FOR ENTRIES!
1. APRIL 2021



DESIGN CENTER
BADEN-WÜRTTEMBERG

BADEN-WÜRTTEMBERG
DER INTERNATIONALE DESIGNPREIS
FOCUS OPEN!

**DESIGN IST WETTBEWERBSFAKTOR
UND MEHRWERTERZEUGER!**

ZEIGEN SIE IHRE DESIGN-KOMPETENZ!

Der Focus Open belohnt auch 2021 die Innovations und Designqualität neuer Produkte, Services und Konzepte! Holen Sie sich die Auszeichnungen Meta, Gold, Silver oder Special Mention und gewinnen Sie dabei mehr Aufmerksamkeit, gute Kommunikationsargumente sowie die Rückmeldung einer unabhängigen Jury.

**MELDEN SIE SICH NOCH HEUTE AN – UND WERDEN SIE TEIL DER
FOCUS OPEN-COMMUNITY 2021!**

DER FOCUS OPEN?
NICHT KOMMERZIELL

DIE KOSTEN?
MODERAT

IHR AUFWAND?
GERING

DIE JURY?
UNABHÄNGIG

IHR NUTZEN?
GROSS

DESIGN 1ST BERATUNG

PROFESSIONELLES DESIGN MACHT PRODUKTE ÄSTHETISCHER – ABER AUCH
FUNKTIONALER, INNOVATIVER, NACHHALTIGER, INTELLIGENTER, KOSTENGÜNSTIGER,
NUTZERFREUNDLICHER UND SCHLANKER HERSTELLBAR.

In einer kostenfreien Beratung erhalten Unternehmen umfassende Informationen zu den Erfolgsfaktoren Produkt- und Kommunikationsdesign. Sie werden beraten zu den verschiedenen Kooperationsmöglichkeiten zwischen Industrie und Designwirtschaft und darüber hinaus zur gewinnbringenden Einbindung von gestalterischer Leistung in ihren Unternehmens- und Produktentwicklungsprozess. Designprofis geben Rat zu Auftragsvergabe und Briefing von Gestalter*innen und zur groben Einschätzung von Leistungen, Zeitaufwand und Kosten.



DIGITALER WEGWEISER FÜR AUS- UND WEITERBILDUNGSANGEBOTE IM NORDSCHWARZWALD

Die Fachkräfteallianz Pforzheim Nordschwarzwald und die WFG entwickelten im engen Austausch mit Personalverantwortlichen der Region, der Agentur für Arbeit Nagold-Pforzheim und der IHK Nordschwarzwald eine digitale Plattform mit definierten Angeboten im Bereich Aus- und Weiterbildung als ein Instrument zur Fachkräftesicherung.



Unter fachkraefteallianz-pforzheim-nordschwarzwald.de findet sich der Wegweiser für Aus- und Weiterbildungen, der übersichtlich und strukturiert Möglichkeiten und Handlungshilfen bietet. Die Zielgruppe ist breit gefächert und reicht von Schülerinnen und Schülern über Auszubildende, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sowie Arbeitssuchende bis hin zu Lehrkräften und Unternehmen.

Die Angebote umfassen unter anderem Kurse und Seminare: berufsbegleitende Weiterbildungen, digitale Ausbildungsbörsen, Hochschulservices und Personaldialoge. Die intensive Verzahnung von Ausbildungsbotschaftern der IHK und Handwerkskammern, der Berufsberatung der Arbeitsagentur und den Unternehmen bietet ein effizientes Netzwerk, um Fachkräfte zu finden, zu fördern und an die Region Nordschwarzwald zu binden.

Annette Hanfstein, Geschäftsführerin operativ bei der Agentur für Arbeit Nagold-Pforzheim und der verantwortliche Projektleiter der WFG, Lars Schäfer, sind sich einig: „Gemeinsam ist es uns gelungen, eine unabhängige Plattform bereit zu stellen, auf der sich jede/r Interessierte einen

guten Überblick über das Angebot in der Region verschaffen kann und dann auch direkt zu den einzelnen Akteuren gelangt.“

Aufgrund der demografischen Entwicklung wird sich in der Region Nordschwarzwald der bereits bestehende Fachkräftemangel zukünftig weiter verschärfen. Gleichzeitig wird sich der interregionale Wettbewerb um Fachkräfte noch mehr intensivieren. Daher ist es wichtig, dass die Wirtschaftsregion Nordschwarzwald mit Hilfe der Unternehmen, wirtschaftsnahen Institutionen und Kommunen Rahmenbedingungen schafft, die sie für Fachkräfte als Arbeitgeber bzw. als Arbeits- und Wohnort interessant macht. Ziel ist es, durch geeignete Maßnahmen sicherzustellen, dass den in der Region ansässigen Unternehmen dauerhaft Fachkräfte in ausreichendem Maße zur Verfügung stehen.

Weitere Handlungsfelder sind: Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten voranzutreiben, die Beschäftigung von Frauen, Älteren, Langzeitarbeitslosen, Geringqualifizierten und Menschen mit Migrationshintergrund zu steigern sowie Hochschulabsolventen stärker an den Standort Nordschwarzwald zu binden.

Jutta Effenberger

Ralph Weber Photo/Naturpark

Wieder größter Naturpark in Deutschland



WEITERE INFOS:

naturparkschwarzwald.de

Der Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord ist wieder der größte Naturpark in Deutschland. Anfang Januar unterzeichnete die Karlsruher Regierungspräsidentin Sylvia M. Felder die zweite Änderungsverordnung für den bisher bundesweit drittgrößten Naturpark. Damit kommen insgesamt rund 46.000 Hektar Fläche zur Gebietskulisse hinzu – neu dabei ist auch die Stadt Karlsruhe mit ihren Höhenstadteilen.

Mit der Gebietserweiterung wächst der zwischen Karlsruhe und Pforzheim im Norden und Lahr und Rottweil im Süden gelegene Naturpark auf insge-

in Zukunft Zeichen zu setzen. Wir sind mit unserem neuen Naturpark-Plan 2030 strategisch bestens aufgestellt, um die inhaltlichen Herausforderungen zu meistern.



Die Geschäftsstelle des Naturparks Schwarzwald Mitte/Nord befindet sich in Bühlertal (Landkreis Rastatt), jetzt wurde seine Gebietskulisse erweitert.

samt 420.000 Hektar an. „Der Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord wird damit wieder zu Deutschlands größtem Naturpark. Das ist für uns Ansporn und Verantwortung zugleich, als wichtiger Ideengeber in der Familie der deutschen Naturparke auch

Die neuen Städte und Gemeinden heißen wir sehr herzlich willkommen“, freute sich der Naturpark-Vorsitzende, Bad Wildbads Bürgermeister Klaus Mack. Bereits 2015 hatten mehrere Kommunen den Wunsch geäußert, neu in den Naturpark aufgenom-

men zu werden. Offiziell gestartet war das Verordnungsverfahren zur Gebietserweiterung 2019. Aufgrund der Einschränkungen durch die Corona-Pandemie hatte sich das Verfahren im vergangenen Jahr jedoch leicht verzögert.

Acht Gemeinden und Städte werden neu in den Naturpark aufgenommen. Dazu zählen Aichhalden, Dunningen, Fluorn-Winzeln und Oberndorf am Neckar (Landkreis Rottweil), Niefern-Öschelbronn (Enzkreis), Renchen (Ortenaukreis) und Sinzheim (Landkreis Rastatt) sowie die Stadt Karlsruhe mit ihren Stadtteilen (Durlach, Hohenwettersbach, Stupferich, Wettersbach [Grünwettersbach, Palmbach] und Wolfartsweiler). Bei weiteren Kommunen, die bereits Naturparkmitglied sind, kommen Teilflächen zur Naturparkkulisse hinzu. „Ich freue mich sehr, dass unsere Naturparkfamilie wächst. Gemeinsam werden wir auch in den Randbereichen des Schwarzwalds innovative und attraktive Angebote und Projekte auf die Beine stellen“, ist sich Naturpark-Geschäftsführer Karl-Heinz Dunker sicher.

*Jochen Denker,
Naturpark Schwarzwald Mitte/Nord*

Veränderungen gestalten

Die Wirtschaftsjuniorinnen und -juniorinnen blicken mit neuen Formaten zuversichtlich in die Zukunft. Sie sind bereits im Januar mit ihrer Mitgliederversammlung digital ins neue Jahr gestartet. Die neue Kreissprecherin wurde gewählt, der Vorstand bestätigt.

Die Wirtschaftsjuniorinnen Nord-schwarzwald hatten zu ihrer ersten digitalen Mitgliederversammlung am 28. Januar eingeladen. Ein Novum, dem auch das Jahresmotto Rechnung trägt: „Unser diesjähriges Motto ‚Veränderungen gestalten‘ zeigt ganz eindeutig die Richtung auf, in die wir uns dieses Jahr inhaltlich mit unseren Veranstaltungen bewegen“, erklärt die neu gewählte Kreissprecherin Carina Brunner, die den Vorsitz der ehrenamtlichen Vereinigung von Tobias Fricke übernommen hat. Viele Termine im diesjährigen Jahresprogramm seien auch digital möglich, beispielsweise die neuen Formate „WJ Academy“, bei denen gefragte Persönlichkeiten zu Karrierethemen referieren oder die wieder aufgelegten Termine „WJ Innenansichten“, die das Netzwerk der Wirtschaftsjuniorinnen detaillierter vorstellen. Die Wirtschaftsjuniorinnen stellen sich somit auf die derzeit fehlende Planungssicherheit ein. Jedoch sollen die Online-Formate vorübergehender Natur bleiben, denn physische Treffen und das gesellige Miteinander könnten sie nicht ersetzen. Dazu die frisch gebackene Kreissprecherin: „Den digitalen Auftakt haben wir mit unserer Mitgliederversammlung erfolgreich absolviert. Auch die Abstimmungen zu wichtigen Wahlen konnten reibungslos on-

line umgesetzt werden. Mit der Technik und unseren Mitgliedern sind wir am Puls der Zeit!“ Bei den Wahlen wurde nicht nur der bisherige Vorstand im Amt bestätigt, sondern auch die Präsenz weiblicher Mitglieder bei den Wirtschaftsjuniorinnen gestärkt. Der neuen Kreissprecherin Carina Brunner, Geschäftsführerin der Geschenke-Agentur Farfallina, folgt Viktoria Müller von Müller Reisen als Stellvertreterin. Auch bei den Neuaufnahmen konnten

die Wirtschaftsjuniorinnen ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis wahren: mit Evelin Eidner (eucra Kontakte) und Florian Westhauser (Witzenmann GmbH) bereichern zwei engagierte Neumitglieder die ehrenamtliche Vereinigung. Auch die Mitglieder des Freundeskreises der ehemaligen Wirtschaftsjuniorinnen konnten über einige Veranstaltungen des abgelaufenen Jahres berichten und die digitale Mitgliederversammlung unterstützen. Hier zeigt sich einmal mehr der hohe Wert einer Vereinigung, die auch in schwierigen Zeiten ihren Mitgliedern Unterstützung und berufliche wie persönliche Perspektiven bietet.

Viktoria Müller



Neue Kreissprecherin 2021: Carina Brunner (rechts) & Stellvertreterin Viktoria Müller (links)

25 JAHRE LEIDENSCHAFT FÜR MINERALIEN

Zum 1. September 1994 haben Jens-Peter Fanelsa und Andreas Rüd in Mönshheim die „mineralbox“ gegründet. Aus persönlichem Interesse wurde ein Unternehmen.

Jens-Peter Fanelsa hat bereits als Sechsjähriger auf dem Schotter-Schulweg durch glitzernde „Steine“ der seinem Heimatort nahegelegenen Steinbrüche Albersweiler und Waldhambach seine Leidenschaft für außergewöhnliche Mineralien entwickelt - unterstützt von seinen damaligen Lehrern. Mit 18 Jahren unterhielt er bereits seinen ersten Mineralienstand auf der 1984 neu gegründeten Börse in Imsbach. Auch seine Eltern unterstützten seine berufliche Neigung. Fanelsas beruflicher Werdegang im Handel als Fachwirt schufen weitere Voraussetzungen zur Gründung seines Betriebs - unterstützt wurde er durch Andreas Rüd, der seine Verantwortung im Unternehmensbereich der EDV wahrnimmt. Zu Beginn noch ein reiner Mineralienhandel, erweiterte das Unternehmen sein Portfolio bald mit Zubehörboxen und Museumsausstattungen. Die Firma. R.+D.

Haas aus Landau wurde übernommen und es erfolgte die Umfirmierung mit dem Start der neuen Marke „mineralbox“. 2003 übernahm das Unternehmen Lager und Bestand der Fa. Werner Grözinger in Stuttgart-Weilimdorf. Im Jahre 2014 übernahm mineralbox die Firma Wegele Deko+Präsent. Vor dem Hintergrund dieses kontinuierlichen Wachstums hat Fanelsa, der sich seit vielen Jahren als IHK-Fachprüfer ehrenamtlich engagiert, den Mitarbeiterstamm erweitert und sich auf die Fahne geschrieben, seine Kenntnisse und Fertigkeiten im Rahmen der Berufsausbildung im Handel an den Nachwuchs weiter zu geben. „Auch heute kaufen wir gerne gepflegte Sammlungen an und wickeln das seriös mit entsprechender Wertschätzung des jeweiligen Lebenswerkes ab“, schließt Fanelsa.

Michael Hasch



BÜHRER+WEHLING
Die Kraft einer starken Lösung



INDUSTRIEBAU

KOMPETENT PLANEN

Bührer + Wehling bietet Ihnen gesamtplanerische Kompetenz bei Projekten jeder Größenordnung. Sollten Sie bereits über eine Planung verfügen, prüfen wir diese gerne in Hinblick auf zusätzliche Potenziale und Optimierungen.

www.buehrer-wehling.de

WERBEN

Sie erfolgreich
im IHK Magazin
„Informationen
für die Wirtschaft“

ANZEIGEN -
HOTLINE
07221/2119-12

Rufen Sie an –
wir beraten Sie
gerne!

www.pruefer.com

„GEWINN IN ZEIT UND GELD“

Mit Hilfe von fischer Consulting konnten die Rüstzeiten bei BWF Profiles aus Offingen stark verbessert werden. Auf dieser Basis kann das Familienunternehmen zukünftig erheblich Kosten und Zeit sparen.

Hinter der Fertigungsabteilung bei BWF Profiles liegen intensive Tage: Gemeinsam mit der Prozessberatung fischer Consulting analysierte und optimierte das Traditionsunternehmen seine Produktionsprozesse an einer beispielhaften Extrusionslinie. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die Rüstzeiten der Anlage, auf denen Kunststoffprofile hergestellt werden, ließen sich in nur vier Tagen um nahezu 40 Prozent reduzieren. Die Laufwege der Fertigungsmitarbeiter konnten durch die Optimierungsmaßnahmen ebenfalls effizienter gestaltet werden – ganze 35 Prozent wurden eingespart. „Wir haben einen Gewinn in Zeit und Geld erarbeitet. Das ist für uns vor allem in der jetzigen Krisenzeit immens wichtig“, so der geschäftsführende Gesellschafter der BWF Group Dr. Philipp von Waldenfels.

Die Berater von fischer Consulting starteten gemeinsam mit dem BWF Profiles-Team mit einer Kurzschulung zu Lean-Methoden, Rüstzeitoptimierungen sowie zu den damit verbundenen Kennzahlen. Ein gemeinsames Ziel zur Effizienzsteigerung, das alle Beteiligten während des viertägigen Projektes vor Augen haben sollten, war schnell definiert. Im Anschluss fokussierten sich die Berater auf eine detaillierte Analyse des Ist-Zustandes. Intensiv analysierten sie die Prozessabfolgen der Fertigungsmitarbeitenden: Wege, Abläufe und Verschwendungspotenziale wurden festgehalten. Am Ende entstanden eine Potenzialanalyse und konkrete Optimierungsmaßnahmen. Schließlich ging es mit voller Kraft an deren Umsetzung: Arbeitsplätze wurden ergonomischer und effizienter aufgebaut, der Feinrüst-Prozess optimiert, eine neue Ablaufroutine geschaffen und Standards überarbeitet. „Die Dynamik im Team und die in dieser kurzen Zeit erreichten Ergebnisse waren wirklich beeindruckend“, freut sich Christoph Tippel, Head of Innotec by BWF Group. Dieser Erfolg soll nachhaltig bleiben. Daher setzt das BWF-Team nun eigenständig die gemeinsam erarbeiteten Ideen zur finalen Zielerreichung um.

Michael Hasch/PM

UNTERNEHMENSGRUPPE FISCHER

Die Unternehmensgruppe fischer mit Sitz in Waldachtal, Nordschwarzwald, hat 2019 mit weltweit rund 5.200 Mitarbeitern einen Umsatz von 887 Millionen Euro erzielt. Das Familienunternehmen ist mit 50 Gesellschaften in 38 Ländern vertreten und exportiert in über 100 Länder.

BWF PROFILES

BWF Profiles bietet seit 1956 seinen Geschäftspartnern komplette Betreuung bei der Entwicklung und Produktion von Kunststoffprofilen, -rohren, -platten und optischen Folien. BWF Profiles ist europäischer und asiatischer Marktführer in der Extrusion hochwertiger, thermoplastischer Kunststoffe.



Gläser prüft Bauteile für E-Autos



Eine Gläser-Extraktionsanlage vom Typ ACM18 wird in China Bauteile für Elektroautos auf ihre Technische Sauberkeit überprüfen.

Einen wichtigen Auftrag hat die Gläser Gruppe an Land gezogen. Künftig wird eine im Horber Werk produzierte Extraktionsanlage in China Bauteile für Elektroautos auf ihre Technische Sauberkeit prüfen.

Der erfolgreiche Geschäftsabschluss ist ein großer Meilenstein für die Gläser Gruppe, um mit ihrem Fachbereich CleanTec in der E-Mobilität nachhaltig Fuß zu fassen. Denn der Vertragsabschluss eröffnet dem Unternehmen auch die Möglichkeit, sein internationales Netzwerk in der Automobilindustrie weiter auszubauen, um Herstellern und Zulieferern mit Expertenwissen und Labor-Dienstleistungen noch engermaschiger zur Seite zu stehen.

Glaeser (Nanjing) Co., Ltd., erst vor fünf Jahren in Nanjing gegründet, ist eine von vier internationalen Tochtergesellschaften der Gläser Gruppe. Der erste Kontakt eines Kollegen vor Ort zu dem Automobilhersteller kam schon vor sieben Monaten zustande. Weiwei Xu besuchte im Februar die Fertigungsstätte des Neukunden. Nachdem alle Details für den Auftrag geklärt waren, wurde jetzt die neue Anlage vom Typ ACM18 bestellt.

Während Technische Sauberkeit bei den Verbrennungsmotoren längst zum Standard gehört, betreten Produzenten von

DAS UNTERNEHMEN GLÄSER MIT HAUPTSITZ IN HORB SETZT AUF ZWEI STANDBEINE:

Gläser Hydraulik und Gläser CleanTec. Im Bereich CleanTec bietet Gläser als führender Spezialist in allen Bereichen der Technischen Sauberkeit Lösungen an. Die Expertinnen und Experten optimieren Montage- und Produktionsprozesse entsprechend den Richtlinien der Technischen Sauberkeit nach VDA 19 und ISO 16232. Gläser CleanTec ist als Dienstleister und Anlagenbauer international vertreten. Die Gläser Group hat folgende Tochtergesellschaften: Glaeser Inc. in den USA, Glaeser Nanjing in China und Glaeser S. de R.L. de C.V. in Mexiko.

Elektroautos und Hybridfahrzeugen damit Neuland. Die Anlage aus dem Nordschwarzwald soll künftig direkt vor Ort im Labor eines Autobauers eingesetzt werden. Damit sollen die Prozessqualität und die Wareneingangskontrolle dauerhaft nach Horber Vorbild überwacht werden.

Die Gläser Gruppe bietet mit ihrer Marke CleanTec als führender Spezialist in allen Bereichen der Technischen Sauberkeit Lösungen an. Die Experten optimieren Montage- und Produktionsprozesse. Das Leistungsangebot erstreckt sich dabei

von der Beratung über Bauteil-Analysen im Reinraum des akkreditierten eigenen Prüflabors bis hin zu kompletten Prüfanlagen aus eigener Fertigung. Gläser CleanTec ist als Dienstleister und Anlagenbauer zugleich auch international stark vertreten. Mit Tochtergesellschaften in den USA, China und Mexiko bietet die Gläser Gruppe ihren Kunden weltweit alle Services rund um die Technische Sauberkeit in bewährter deutscher Qualität.

Werner Klein-Wiele

Einzelhandel mal anders

Ein besonderes Pop-up-Store-Konzept in Freudenstadt fördert Existenzgründungen und kleine Manufakturen.



Produkte der Seifenmanufaktur „Waldseifen“ aus Wörnberg

Im vergangenen August feierte der erste Pop-up-Store in Freudenstadt Eröffnung. Gleich zum Start des neuen Konzeptes zur Belebung der Innenstadt präsentiert sich ein regionales Unternehmen in den ehemaligen Räumen der Arkadenbuchhandlung. Die Seifenmanufaktur „Waldseifen“ aus Wörnberg bot einen Monat lang unter dem Motto „Was Seife für den Körper ist, ist Lachen für die Seele“ handgemachte Naturseifen am Oberen Marktplatz an. Andere folgten, so etwa fünf Kunsthandwerkerinnen, die gemeinsam ihr Angebot für Liebhaberinnen und Liebhaber von selbstgemachten Schmuckstücken, Kleidern, Hüten, Taschen, Seidenmalerei und vieles mehr präsentierten. Auch der aus Lima stammende, in Pfalzgrafenweiler-Bödingen beheimatete Künstler Israel Surco konnte seine Produkte und Kunst bisher nur über seinen Online-Shop „El Mundo Papel“ (Die Papierwelt) vertreiben. Er erfuhr von dem Pop-up-Store-Projekt und konnte einige Erzeugnisse so auch einer Kundschaft vor Ort präsentieren. Unter dem Motto „Platz frei für Deine Shop- & Event-Ideen“ können sich Direktvermarkter, Gründer, Händler, Kreative und Unternehmen, die sonst vielleicht nur online präsent sind, zeitlich begrenzten kostenlosen Verkaufsraum in der Innenstadt reservieren. Das Konzept soll Gründerinnen und Gründern und neuen Unternehmen die Möglichkeit bieten, Produkte und Dienstleistungen unter Live-Bedingungen zu testen.

Das vielfältige Einzelhandelsangebot rund um Deutschlands größten Marktplatz ist Anziehungspunkt für Gäste aus nah und fern. „Um diese Vielfalt zu erhalten und neue Impulse möglich zu machen, haben wir ein Pop-up-Store-Angebot initiiert“, erklärt Oberbürgermeister Julian Osswald. Elke Latscha, Wirtschaftsbeauftragte der Stadt Freudenstadt ergänzt: „Ziel des Projektes ist es, die aktuellen Leerstände mit Leben zu füllen und damit ein noch positiveres Erscheinungsbild der Innenstadt zu ermöglichen.“ Ihr Dank geht an die Eigentümerinnen und Eigentümer der Ladengeschäfte, die diese unbürokratisch gegen eine geringe Miete für die Zwischennutzung zur Verfügung stellen. Unter freudenstadt.de/popupstore können sich

interessierte Anbieter über Details informieren. Kundinnen und Kunden finden dort Infos zum aktuellen Pop-up-Store. Eigentümer von leerstehenden Ladengeschäften, die sich an der Aktion beteiligen möchten, können gerne mit der städtischen Wirtschaftsförderung Kontakt aufnehmen.

Michael Hasch/PM



Auslagen der Liebenzeller Marzipan & SchokoladenManufaktur. Das breite Sortiment umfasst handgefertigte Marzipanfiguren, handgeschöpfte Schokolade, tagesfrische Pralinen & Trüffel, Nougat und Liköre sowie süße Köstlichkeiten aus dem Schwarzwald.

Ganzjährig entspannt...

...mit dem Unternehmer-Starterpaket

1 x buchen
5 x sparen!

+

PR-Anzeige
gratis

Bei einer verbindlichen Jahresbuchung von 5 Anzeigen ab einer 1/4 Seite **sparen Sie 20 %** auf die Tarifkonditionen.*

*(nur gültig für Neukunden)

Ergänzend erhalten Sie bei einem Jahresabschluss von 5 Anzeigen einmalig eine **PR-Anzeige** in der Größe der gebuchten Anzeige.

Sprechen Sie uns an –
wir beraten Sie gerne!

Anzeigen-Hotline: 0 72 21 / 21 19 29

Mail: ihk-zeitschrift@pruefer.com





BLUE BOARD

BEKANNTMACHUNGEN DER IHK NORDSCHWARZWALD

EHRUNGEN

Die Industrie- und Handelskammer Nordschwarzwald hat auf Antrag der Firmen an folgende Arbeitsjubilare Ehrenurkunden verliehen, in denen ihre treue und bewährte Pflichterfüllung anerkannt worden ist:

40 Dienstjahre

BINDER tecsys GmbH, Pforzheim
Frau Elisabeth Hans
HOMAG GmbH, Schopfloch
Herrn Wolfgang Dengler, Waldachtal
Volksbank eG im Kreis
Freudenstadt, Baiersbronn
Herrn Paul Kaufmann, Baiersbronn

25 Dienstjahre

alutec metal innovations GmbH
& CO. KG, Sternenfels
Herrn Christian Fetzer, Pforzheim
Bauer-Walser AG, Keltern
Herrn Johannes Rischar, Keltern
Baugenossenschaft Arlinger eG,
Pforzheim
Herrn Uwe Mende, Pforzheim
D. Dörwang GmbH, Neuhausen
Frau Sabine Volz, Neuhausen
Friedrich Duss Maschinenfabrik
GmbH & Co. KG, Neubulach
Herrn Olaf Kuhlmann, Neubulach

Günter Ballbach Messzeuge
GmbH & Co. KG, Altensteig

Herrn Andreas Kalmbach,
Bad Teinach-Zavelstein

Hermann Wein GmbH & Co. KG,
Freudenstadt-Musbach

Frau Larissa Frank,
Waldachtal-Salzstetten

HOMAG GmbH, Schopfloch

Herrn Ulrich Flaig,
Horb am Neckar

Herrn Horst Schmid, Kottenheim

Klingel medical metal GmbH,
Pforzheim

Herrn Michael Ackermann,
Niefern-Öschelbronn

Herrn Jochen Grausam, Wurmberg
Lebenshilfe Pforzheim Enzkreis
e.V., Pforzheim

Herrn Reinhard Gerber, Bretten
Meeh Pulverbeschichtungs-
und Staubfilteranlagen GmbH,
Wimsheim

Herrn Kurt Pauer, Ispringen
Nedo GmbH & Co.KG, Dornstetten
Herrn Edwin Link, Betzweiler-Wäldle
Nicolay GmbH, Nagold

Frau Sonja Steeb, Altensteig
Schroff GmbH, Straubenhart
Herrn Michael Keller, Malsch
Wein Transport GmbH & Co. KG,
Baiersbronn

Herrn Sylvio Panek, Bad Dürkheim
Herrn Mariusz Szczerba,
Villingen-Schwenningen

Witzenmann GmbH, Pforzheim
Herrn Wilhelm Damm, Pforzheim
Herrn Peter Deibele, Pforzheim
Herrn Jurij Neufeld, Kieselbronn

10 Dienstjahre

alutec metal innovations GmbH
& CO. KG, Sternenfels

Frau Ramona Piccinonno, Kürnbach
Craiss Generation Logistik GmbH
& Co. KG, Mühlacker

Frau Nadine Knodel, Ditzingen
Herrn Stefan Wassmund,
Loxstedt-Lanhausen

Heimerle + Meule GmbH,
Pforzheim

Herrn Kevin Cramer, Pforzheim
Hermann Wein GmbH & Co. KG,
Freudenstadt-Musbach
Herrn Fernando Granati,
Baiersbronn

Kappler Med+Org GmbH, Pfalz-
grafenweiler

Frau Christiane Theurer, Grömbach

Klingel medical metal GmbH,
Pforzheim

Herrn Ralf Petrawitz, Pforzheim

Meeh Pulverbeschichtungs-
und Staubfilteranlagen GmbH,
Wimsheim

Herrn Dietmar Damm,
Niefern-Öschelbronn

Optik-Elektro Huber GmbH,
Mühlacker

Frau Manuela Collmer,
Vahingen/Enz

Ott & Heugel GmbH, Ötisheim

Herrn Gerhard Halbich, Mühlacker

ROB GmbH, Neulingen

Herrn Sezgin Tüzün, Mühlacker

Röchling Medical Waldachtal AG,
Waldachtal-Salzstetten

Herrn Wolfgang Volpp, Baiersbronn

Witzenmann GmbH, Pforzheim

Herrn Andreas Mauch,
VaHingen/Enz

Herrn Thomas Mühle,
Weil der Stadt

AKTUELLES

IHK: Sachverständigenbestellungen verlängert

Im Januar wurde von der Kammer die Bestellung von Herrn Heinz Huesmann (Beurteilung von Erzeugnissen der Textil- und Textilveredlungsindustrie) als öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger um weitere fünf Jahre verlängert. Damit steht Herr Huesmann weiterhin als Gutachter zur Verfügung.

Aufgrund ihrer hohen Fachkenntnis sowie der ausdrücklich durch die IHK vorgeschriebenen Neutralität und Objektivität werden die Sachverständigen von Gerichten und immer mehr auch von Privatpersonen und Privatunternehmen zur Begutachtung von Schadensfällen und Auseinandersetzungen herangezogen.

Derzeit sind bei der IHK Nordschwarzwald 45 Sachverständige in den verschiedensten Fachbereichen öffentlich bestellt und vereidigt.

Eine bundes- und/oder landesweite Suche nach Sachverständigen ist direkt über das Internet: www.nordschwarzwald.ihk.24.de möglich.

WIR STELLEN VOR: Mitglieder der IHK Vollversammlung

1. Bitte geben Sie uns einige Stichworte zu Ihrem Unternehmen und zu Ihrer Person.

Die E+H Einzmann und Hanselmann Versicherungsmakler GmbH ist im B2B-Bereich tätig. Unsere Wurzeln liegen in der Begleitung produzierender, handelnder und dienstleistender Firmen. In den letzten Jahren haben wir uns zudem in der Immobilienbranche spezialisiert. Dort begleiten wir mit einem deutschlandweit einzigartigen System das Risiko- und Schadensmanagement zahlreicher Hausverwalter, Bestandshalter und Bauträger.

Unsere Schwestergesellschaft zeitsprung GmbH & Co. KG hilft uns dabei. Als Unternehmen wurde sie mehrfach für ihre Innovationskraft ausgezeichnet. zeitsprung ist ein digitaler Hub für die Versicherungsbranche, das alle relevanten deutschen Versicherer und zahlreiche Versicherungsmaklern vernetzt und Prozesse automatisiert. Wir beschäftigen knapp 60 Mitarbeitende in unseren neuen Büroräumlichkeiten in Pforzheim. Ich selbst bin nach meinem Studium der Betriebswirtschaft an der Universität Mannheim und Tätigkeit in der Risikomanagementberatung mit der Gründung von zeitsprung 2009 in den elterlichen Betrieb eingestiegen und führe diesen nun in zweiter Generation.

2. Was ist das Kerngeschäft und wie wird sich Ihre Branche künftig verändern?

Da wir keine physischen, sondern rein virtuelle Güter produzieren, ist unsere Branche im Besonderen von der Digitalisierung getrieben. Hier gibt es auch erheblichen Nachholbedarf.



MARCEL HANSELMANN

Geschäftsführer bei E+H Einzmann und Hanselmann Versicherungsmakler GmbH.

*Gewählt für den Bereich
Finanzdienstleister in Pforzheim.*

Durch technologische Entwicklungen wie Künstliche Intelligenz, 5G und Quantencomputing werden Risiken immer besser prognostizierbar und durch Blockchain neuartige Absicherungsformen möglich. Vieles was heute versichert wird, wird es morgen vielleicht nicht mehr. Weiterhin müssen wir mit der Digitalisierung unserer Kunden Schritt halten.

Dies alles bietet großartige Chancen für unsere Branche, vorhandene Geschäftsmodelle neu zu denken, das Dienstleistungsspektrum auf innovative Risikolösungen zu lenken und dadurch eine andere, positivere Wahrnehmung zu erlangen.

3. Sie engagieren sich ehren- amtlich in der IHK, wofür setzen Sie sich besonders ein?

Übergreifend halte ich es für unerlässlich, dass wir uns als Unternehmer und IHK für eine Verbesserung der (Weiter-)Bildung und Infrastruktur einsetzen. Dies ist der zentrale Schlüssel für unsere Zukunft.

Gerade in unserer „produktions- und handelslastigen“ Region ist es zudem wichtig, eine hohe Branchenvielfalt zu haben. Es gibt hier neben all den tollen Firmen viele leistungsfähige Dienstleister. Deren Anliegen Relevanz zu geben ist mir wichtig.

4. Wie bewerten Sie den Nord- schwarzwald als Unternehmens- standort?

Wir sind sowohl wirtschaftlich als auch kulturell eine sehr vielfältige Region mit einem tollen Renommee, gerade überregional. Das spiegeln mir immer wieder Partner aus ganz Deutschland wider.



SAVE
THE
DATE

GENERATIONSWECHSEL IM FAMILIENUNTERNEHMEN

Die Suche nach einem Nachfolger oder einer Nachfolgerin hat sich durch Corona sogar noch erschwert oder ist weiter aus dem Blickfeld gerückt? Die Industrie- und Handelskammer Nordschwarzwald veranstaltet zusammen mit der Handwerkskammer Reutlingen am 31. März 2021 ein kostenfreies Online-Seminar zum Thema Unternehmensnachfolge.

Senior-Unternehmerinnen und -Unternehmer hatten oftmals schon vor der Pandemie Schwierigkeiten den passenden Nachfolger zu finden. Corona verschärft die Situation, dies zeigt der aktuelle DIHK-Report. Das Interesse ist gelähmt. Die Pandemie beeinflusst die Ertragssituation vieler Unternehmen und dadurch auch deren Unternehmenswert – einer der wichtigsten Faktoren bei Nachfolgeverhandlungen. Je höher der aktuelle Wertverlust, desto geringer wird die Bereitschaft der Unternehmerinnen und Unternehmer ausfallen, eine geplante Unternehmensnachfolge anzugehen. Eine Entwicklung, die nicht nur im Nordschwarzwald, sondern deutschlandweit zu beobachten ist. Aber gerade in dieser schwierigen Zeit ist es umso wichtiger sich mit seinem Unternehmen sowie der Weitergabe auseinanderzusetzen. Das Thema ist vielschichtig. Stolperfallen gibt es viele und immer seltener stehen der Sohn oder die Tochter für die Nachfolge zur Verfügung.

Die Industrie- und Handelskammer Nordschwarzwald veranstaltet, zusammen mit der Handwerkskammer Reutlingen, am Mittwoch, **31. März 2021 von 15 bis 17 Uhr** ein Online-Seminar, um einen Einstieg in das komplexe Sachgebiet zu schaffen.

Es werden zum einen die Erfolgsfaktoren einer Unternehmensnachfolge thematisiert wie auch Aspekte der Unternehmensanalyse und -bewertung. Außerdem wird auf die Suche nach dem richtigen Nachfolger oder der richtigen Nachfolgerin eingegangen. Ein Unternehmer berichtet, wie es ihm bei seiner Übergabe ergangen ist.

Das Seminar ist kostenfrei und richtet sich an Betriebsinhaber und deren Nachfolger.

Unterstützt wird die Veranstaltung durch die Akademie Ländlicher Raum Baden-Württemberg, der Initiative für Existenzgründungen und Unternehmensnachfolge (Ifex) sowie dem Europäischen Sozialfonds (ESF).

Anja Maisch

ANSPRECHPARTNERIN

Anja Maisch
Tel. 07231 201-154
maisch@pforzheim.ihk.de

DETAILS UND ANMELDUNG UNTER:

nordschwarzwald.ihk24.de, Seitennummer 3121444



Unterstützung in der Krise

Gerade in der langanhaltenden durch die Pandemie verursachten Wirtschaftskrise ist die Unterstützung der Unternehmen durch öffentliche Fördermittel ein wesentlicher Baustein, um wieder erfolgreich aus der Krise hervorzugehen. Daher organisiert die IHK Nordschwarzwald gemeinsam mit der Handwerkskammer Karlsruhe eine Online-Veranstaltung zum Thema „Aktuelle Förder- und Finanzierungsinstrumente“.

Neben den speziellen Corona-Zuschuss-Programmen bestehen vor

allem Möglichkeiten für Unternehmen, ihre Eigenkapitalsituation zu verbessern. Das ist besonders wichtig, da die Aussetzung des Insolvenzantragstatbestands der Überschuldung in Kürze beendet werden soll. Außerdem wird in der Veranstaltung auf besondere Fördermittel aus der breiten Palette der Angebote von Bund und Land eingegangen.

Eröffnet wird die Veranstaltung am **16. März 2021 um 15 Uhr** durch ein Einführungsreferat von Rechtsanwalt Dr. Andreas Wille, der die aktuelle Situation des Insolvenzrechts und dessen Auswirkung auf die Verantwortlichen im Unternehmen erläutert. Er ist in der Kanzlei Dr. Wille in Pforzheim tätig. Die Finanzierungsmöglichkeiten werden von Experten und Expertinnen der Förderinstitute sowie den Spezialisten und Spezialistinnen der Industrie- und Han-

delskammer Nordschwarzwald und der Handwerkskammer Karlsruhe vorgestellt. Die notwendigen Informationen zum Medium und die Zugangsvoraussetzungen erhalten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unmittelbar nach der Anmeldung. Die Veranstaltung ist kostenfrei.

Stefan Hammes

WEITERE INFOS:

nordschwarzwald.ihk24.de,
Seitennummer 5033694



ONLINE-VERANSTALTUNG

VERANSTALTUNGSDATUM

16.03.2021, 15:00 – 17:00 Uhr

ANSPRECHPARTNERIN

Anja Maisch

Tel. 07231 201-154

maisch@pforzheim.ihk.de

- ANZEIGE -

Bauen mit System für den Mittelstand

Schnell, wirtschaftlich
und nachhaltig.



GOLDBECK

5
GRÜNDE

★★★★★

jetzt zu bauen

goldbeck.de/

5gruende

TRAPI

GOLDBECK Südwest GmbH, Niederlassung Karlsruhe, 76139 Karlsruhe,
Am Storrenacker 8, Tel. +49 721 942488-0, karlsruhe@goldbeck.de
GOLDBECK Süd GmbH, Niederlassung Stuttgart, 70567 Stuttgart,
Schelmenwasenstr. 16-20, Tel. +49 711 880255-0, stuttgart@goldbeck.de

building excellence
goldbeck.de

 **GOLDBECK**

AUF AUGENHÖHE: Ausbildungsbotschafter im Online-Einsatz

Wegen der Coronakrise können die IHK-Ausbildungsbotschafter Schulen momentan nicht direkt besuchen, um dort jugendlichen Schülern und Schülerinnen von ihrer Ausbildung zu erzählen und ihren Erlebnissen zu berichten. Die IHK Nordschwarzwald hat daher gemeinsam mit den IHK-Ausbildungsbotschaftern regelmäßig Online-Einsätze geplant.

„Lasst euch einfach am PC oder Smartphone direkt von unseren Ausbildungsbotschaftern, die selbst Azubis sind, ihre Ausbildungsberufe erklären“, appelliert Dominik Kuppinger, Koordinator des IHK-Projekts Ausbildungsbotschafter, an alle Schülerinnen und Schüler, die sich mehr Orientierung auf der Suche nach einer Ausbildung wünschen. Die IHK Nordschwarzwald ist bereits Ende Januar mit einer ersten Live-Schaltung zur Berufsorientierung für interessierte Schülerinnen und Schüler gestartet. Künftig werden im wöchentlichen Rhythmus jeweils zwei Ausbildungsberufe von Ausbildungsbotschaftern vorgestellt, die ihren Ausbildungsberuf aus der Sicht eines Auszubildenden portraituren. So können sich die Teilnehmenden auf Augenhöhe mit den Botschaftern über den jeweiligen Beruf informieren. Bei der Online-Premiere stellte Nikolas Zink (Stadtwerke Mühlacker) seinen Beruf Anlagenmechaniker/-in vor und Alisa Schmitt (Laboratoire Biosthetique Kosmetik) ihren Beruf Industriekaufmann/-frau. „30 interessierte Schülerinnen und Schüler aus verschiedenen Schulen aus Pforzheim und dem Enzkreis haben online teilgenommen und sich über ihren Traumberuf informiert“, freut sich Kuppinger. Dies ermutige alle Beteiligten, den Weg der Berufsorientierung mit Ausbildungsbotschaftern weiter zu gehen. „Wir danken den Unternehmen für die Freistellung der Auszubildenden

und der Teilnahme an der Initiative Ausbildungsbotschafter“, ergänzt Tanja Traub, Mitglied der IHK-Geschäftsführung und zuständig für den Bereich Berufsbildung.

beruf. Dieser oftmals erste Kontakt zum wirklichen Arbeitsleben baut bei den Schülerinnen und Schülern Unsicherheiten ab und schafft Motivation und Lernbe-



ANSPRECHPARTNER

Betriebe, die ihre Auszubildenden gern zum Ausbildungsbotschafter schulen lassen oder einen Vortrag in der eigenen Berufsorientierung anbieten möchten, wenden sich gerne an:

Dominik Kuppinger
Koordinator Ausbildungsbotschafter
Industrie- und Handelskammer
Nordschwarzwald
Tel. 07231 201-311
Mobil: 0151 17133578
kuppinger@pforzheim.ihk.de

AUSBILDUNGSBOTSCHAFTER WERDEN - SCHULUNGEN: nordschwarzwald.ihk24.de, Seitennummer 4141392



Die Initiative schult in Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer Nordschwarzwald seit 2016 interessierte Auszubildende zum Ausbildungsbotschafter. Bei ihrem Engagement in den Schulen geben sie direkte und authentische Einblicke in ihren eigenen Ausbildungs-

beruf, die ihnen neue Möglichkeiten für eine berufliche Perspektive nach dem Schulabschluss eröffnen: Ausbildungsbotschafter der IHK können spannende, mithin auch unbekanntere Berufe vorstellen.

Dominik Kuppinger/Michael Hasch

Arbeitsschutz | Arbeitssicherheit | Brandschutz |

Sicher am Arbeitsplatz

Die Corona-Pandemie hat die Arbeitswelt verändert. Sicherheits- und Hygienemaßnahmen – wie sie der Arbeitsschutz vorsieht – kommt eine größere Bedeutung als je zuvor zu. Hohe Sicherheit verspricht die Arbeit von zuhause aus und wird von staatlicher Seite nahegelegt.

Nach dem Arbeitsschutzgesetz sind Maßnahmen zur Verbesserung der Sicherheit und des Gesundheitsschutzes der Beschäftigten bei der Arbeit von Seiten des Arbeitgebers umzusetzen. Neben wichtigen Aspekten wie beispielsweise Unfallverhütung und Brandschutz beinhaltet das mittlerweile auch Themen wie die Gestaltung der Arbeit.

Mit dem Ausbruch des Coronavirus sind seit vergangenem Jahr Maßnahmen zur Pandemiebekämpfung sowie dem speziellen Schutz der Arbeitnehmer vor einer Covid-Erkrankung bzw. die Verhinderung der Ausbreitung des Virus hinzugekommen. Die Hygienemaßnahmen im Betrieb haben sich verstärkt. Das Homeoffice ist eine weitere Herausforderung, die im Zuge des Gesundheitsschutzes zu meistern ist.

Unter Arbeitsschutz fällt traditionsgemäß die Vermeidung von Gefahrensituationen. Situationen, in denen (Lebens-)Gefahr droht, gilt es, zu verhindern. Hier muss vorgesorgt



werden wie beispielsweise durch Schutzkleidung und eine Einweisung in Gerätschaften. Spontan wurde das bisher in Verbindung mit Produktionsstätten oder Baustellen gebracht. Doch mit Corona hat sich das geändert. Eine geeignete Schutzausrüstung in Form von Masken ist für jeden Pflicht, wenn der Sicherheitsabstand nicht eingehalten werden kann. Hygieneregeln wie regelmäßige Desinfektion, eine ausreichende Be-

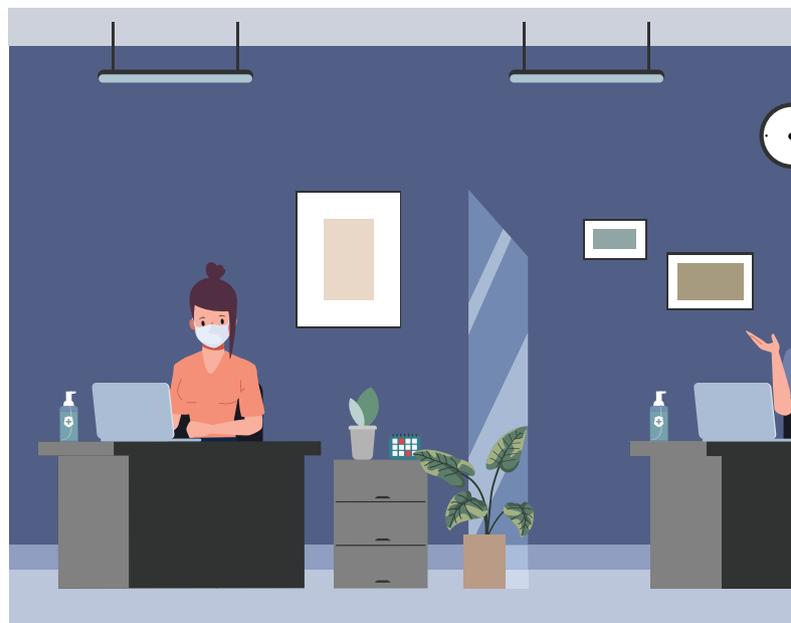
lüftung der Arbeitsräume, Glaswände zum Schutz der Mitarbeiter und Gäste sind in den Vordergrund gerückt.

Risiken vermeiden

Die Gefährdungsbeurteilung ist Chefsache. Der Vorgesetzte trägt die Verantwortung für seine Mitarbeiter. Der Arbeitsplatz muss sicher sein. Bei einem Schweißer etwa helfen robuste Kleidung, Handschuhe und ein Schutzschild, Verletzungen

vorzubeugen und insbesondere die Sehkraft zu erhalten. Aufgrund der Pandemie werden Handschuhe mittlerweile auch im Verkauf mehr als zuvor getragen. Auf dem Bau schützen Vorkehrungen wie das Tragen von Schallschutz-Kopfhörern und Helmen Leben und Sinne. Eine Sicherheitskleidung von Kopf bis Fuss ist vorgeschrieben. Der Arbeitgeber hat wie auch seine Mitarbeiter Pflichten zur Gewährleistung des Arbeitsschutzes zu erfüllen. Gleichzeitig liegt es in seinem Interesse, krankheitsbedingte Ausfälle zu vermeiden, sodass der Betrieb weiterhin funktioniert.

Gesundheitsrisiken gehen nicht nur von Maschinen und Werkzeugen sowie Gefahrenstoffen aus. Auch ein gesundes Raumklima sowie ein ergonomisch ausgestatteter Arbeitsplatz fallen unter den Arbeitsschutz. Dabei sollten die Gefahren am Arbeitsplatz nicht unterschätzt werden. Eine Unterweisung der Mitarbeiter, was im Falle eines Brandes zu unternehmen ist, sollte regelmäßig stattfinden. Zudem wird auch oftmals der Erste-Hilfe-Kasten vergessen. Dieser sollte immer wieder auf Vollständigkeit und Haltbarkeit überprüft werden. Ein Blick in die Statistik unterstreicht die Wichtigkeit und ruft die Risiken ins



Gedächtnis: 2019 wurden laut Statista bundesweit rund 500 Arbeitsunfälle mit Todesursache registriert. Es kam zu 871.547 Arbeitsunfällen.

Gerüstet für den Notfall

Je nach Betriebsgröße und -art sind Ersthelfer, Ruheraumliegen und Verbandskästen vom Betrieb bereitzustellen. Hat ein Arbeitgeber bereits zwei Mitarbeiter, dann ist es seine Pflicht, einen Ersthelfer ausbilden zu lassen. Jeder Mitarbeiter sollte wissen, wo Verbandsmaterial und Co. zu finden sind. Er ist bei Dienstantritt einzuweisen, auch in das Thema Brandschutz/Fluchtwege. Wird eine stark blutende Wunde nicht schnell genug mit sterilen Kompressen und Verbandsmaterial versorgt, drohen schwerwiegende Folgen. Vorgesetzte riskieren im schlimmsten Fall eine Anzeige wegen fahrlässiger Körperverletzung oder Tötung, wenn es unvorbereitet zu einem schlimmen Unfall kommt.

Im Fall eines Unfalls gilt es zunächst, Ruhe zu bewahren und die Situation rasch richtig einzuschätzen, um geeignete Maßnahmen zu treffen. Anwesende und Augenzeugen können Auskunft über das Geschehen geben. Je nach Schwere ist neben der Erste-Hilfe-Leistung ein Notruf abzusetzen. Wenn der Betroffene bei Bewusstsein ist, helfen ihm beruhigende Worte. Es gilt, den Verunfallten aufmerksam zu beobachten, die Atmung zu überprüfen und wenn nötig Wiederbelebungsmaßnahmen durchzuführen.

Unsichtbare Gefahren

Gefahren sind nicht immer auf den ersten Blick erkennbar. Kenntnisse der Arbeitsumgebung und damit verbundene Konsequenzen sind von Nöten. Aktuell liegt die Pandemiebekämpfung im Fokus. Während anfangs Desin-

MAI

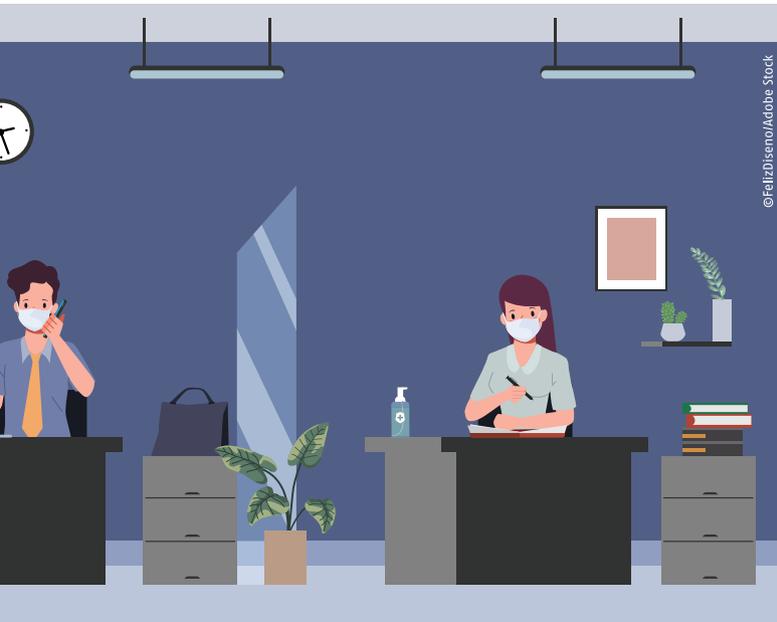
Sicherheitstechnik
Einbruchschutz Brandschutz



Der gesamte Brandschutz für Privat und Gewerbe

- externer Brandschutzbeauftragter
- Ausbildung von Brandschutz- u. Evakuierungshelfern nach BGI/GUV-I 5182
- Feuerlöschtraining für Ihre Mitarbeiter
- Durchführung von Evakuierungsübungen
- Erstellung von Brandschutzordnungen
- Flucht- und Rettungspläne
- Feuerwehrpläne
- Brandmeldeanlagen nach VdS und DIN 14675
- Feuerlöscher
- Brandabschottungen und Brandschutzbekleidungen
- Rauchwarnmelder
- Rauch- und Feuerschutztüren

Industriestraße 12
75242 Neuhausen-Hamberg
Tel. 07234-94633-0
Fax 07234-94633-11
info@mai-sicherheitstechnik.de
www.mai-sicherheitstechnik.de



©Feltz/Dizeno/Adobe Stock

fektion, Masken, Abstand, Glaswände und Belüftung bzw. Lüftungssysteme das große Thema waren, wird jetzt im zweiten Lockdown von staatlicher Seite das Verbleiben im Home Office mit Nachdruck gefordert.

Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) sieht in einer Mitteilung von Ende Januar zwei positive Effekte: Durch das Homeoffice könne das Ansteckungsrisiko nicht nur am Arbeitsplatz, sondern auch in den öffentlichen Verkehrsmitteln verringert werden. Damit ließe sich der ganz harte wirtschaftliche Shutdown vermeiden, so die Annahme.

Im Fall von Büroarbeit oder vergleichbaren Tätigkeiten, die sich dafür eignen, sei der Arbeitgeber dazu verpflichtet, seinen Mitarbeiterin anzubieten, von zuhause aus zu arbeiten. Das gelte, sofern keine zwingenden betrieblichen Gründe vorlägen, die dem entgegenstehen. Des Weiteren sei das Arbeiten im Homeoffice „an die Zustimmung der Beschäftigten geknüpft“. Eine abweichende Festlegung des vertraglichen Arbeitsorts bedürfe „in jedem Fall einer entsprechenden arbeitsvertraglichen Regelung“ zwischen Arbeitgeber und -nehmer oder einer betrieblichen Vereinbarung/Betriebsvereinbarung. Nicht in jedem Fall ist das Arbeiten in den eigenen vier Wänden möglich. Der private Wohnraum unterliegt der Unverletzlichkeit und liegt daher außerhalb der Einflussnahme des Arbeitgebers, fasst das BMAS zusammen.

FFP2 ATEMSCHUTZMASKE 5-LAGIGER SCHUTZ



Einzel verpackt im Polybeutel mit Befestigungshaken.
Minimale Abnahmemenge 1 Spenderkarton

Bei größeren Mengen fragen Sie bitte Ihren EK-Preis an.

Standards:
CE 0598, (EU) 2016/425,
EN149:2001+A1:2009

Verpackung:
50 Stück im Spenderkarton
20 Spender im Versandkarton
Ref. 02 134

€ 0,65
1 Stück

GESICHTSSCHUTZVISIER



Gesichtsschutz für beste Sicht.
„Anti-Fog“ beidseitig beschlagfrei, reflektiert nicht.
Gepolstertes Stirmband, dehnbar, leicht.

Standards:
CE, (EU) 2016/425, EN166:2001

Verpackung:
1 Stück
100 Stück im Versandkarton
Ref. 02 122

€ 0,89
1 Stück

Bei größeren Mengen fragen Sie bitte Ihren EK-Preis an.

MUNDSCHUTZ 3-LAGIG BLAU, MEDIZINISCHE QUALITÄT, EN 14683 TYP II UND TYP IIR, FILTERLEISTUNG > 99%



Standards:
CE, EN 14683, Typ II / Typ IIR,
Norm für chirurgische Masken

Verpackung:
50 Stück im Spenderkarton
40 Spender im Versandkarton

Minimale Abnahmemenge 1 Spenderkarton
Bei größeren Mengen fragen Sie bitte Ihren EK-Preis an.

BLAU, TYP II Ref. 02 108

€ 4,98
/ 50 Stk.

BLAU, TYP IIR Ref. 02 120

€ 5,29
/ 50 Stk.

MUNDSCHUTZ 4-LAGIG SCHWARZ, FILTERLEISTUNG > 95%



Bei größeren Mengen fragen Sie bitte Ihren EK-Preis an.

Verpackung:
50 Stück im Spenderkarton
40 Spender im Versandkarton
Ref. 02 109

€ 4,45
/ 50 Stk.

LATEX EINMALHANDSCHUHE



Größe	Ref.
extra klein (5 - 5½)	01 145
klein (6 - 6½)	01 146
mittel (7 - 7½)	01 147
groß (8 - 8½)	01 148
extra groß (9 - 9½)	01 149

Der Plus Einmalhandschuh bietet den höchsten Tragekomfort,
ist puderfrei und beidseitig chloriniert.

Verpackung:
100 Stück im Spenderkarton
10 Spender im Versandkarton

Minimale Abnahmemenge
1 Spenderkarton

€ 9,99
/ 100 Stk.

SPENDER UND DESINFEKTIONSMITTEL



Universal Spender für Flüssigseifen, Desinfektionsmittel und Lotionen. Lieferung inklusive Leerflasche.
Material: Gehäuse aus Aluminium, silberfarben, eloxiert.

Verpackung: 1 Stück

UNIVERSAL SPENDER	
Ref. 04 920 500 ml + Leerflasche	€ 26,90
Ref. 04 919 1000 ml + Leerflasche	€ 29,90



OpSeptBasic Händedesinfektion ist ein gebrauchsfertiges, alkoholisches und umfassend wirksames Händedesinfektionsmittel zur chirurgischen und hygienischen Händedesinfektion.

Verpackung: 1 Stück

OPSEPTBASIC	
Ref. 04 278 500 ml	€ 4,90
Ref. 04 279 1 Ltr.	€ 7,90
Ref. 04 280 5 Ltr.	€ 39,00



Sänger GmbH • Zeller Weg 30 • 74575 Schrozberg
Tel. +49 (0) 79 35/72 24 - 0 • Fax +49 (0) 79 35/72 24 - 199
verkauf@sanger.de
www.sanger.de

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Unsere Rechnungen sind zahlbar innerhalb 8 Tagen abzüglich 2% Skonto oder innerhalb 30 Tagen netto. Ab Euro 130,00 Warenwert ist die Sendung versandkostenfrei. Bei niedrigerem Warenwert werden geringe Versandkosten entsprechend dem Gewicht der Sendung in Rechnung gestellt. Verpackungskosten fallen nicht an, Beachten Sie unsere AGB.

Mobilität im Optimum

Die Hochschule Pforzheim ist Teil des Forschungskonsortiums „GaNEsHA“, das die optimale Nutzung der Verkehrswege und der Verkehrsmittel zum Ziel hat. Das Forschungsprojekt findet nun erste Anwendung.

Im Jahr 1985 lag die durchschnittliche tägliche Verkehrsstärke auf Autobahnen in Baden-Württemberg nach Angaben

Logistiker, Baustellen sowie eine große Anzahl von Einzelfahrern verstärken das Problem. Wie können Verkehrswege zukünftig flüssiger, Fahrer und Fahrerinnen weniger belastet und Unfallrisiken minimiert werden? Seit 2017 beantwortete die Hochschule Pforzheim Fragen wie diese – im Rahmen des Forschungsprojekts „GaNEsHA: Ganzheitlicher Netzwerkansatz zur Erkennung systemimmanenter Hindernisse und Abstimmungspotentiale“. Nach

Spezielle Logistikoptimierungsverfahren werden durch Methoden der Künstlichen Intelligenz beschleunigt und erweitert, um individuelle Empfehlungen zu berechnen“, so Prof. Dr. Bernhard Kölmel von der Fakultät für Technik. In der Stadt Osnabrück findet das entwickelte GaNEsHA-System seine erste beispielhafte Anwendung.

„Auf Basis verschiedener wissenschaftlicher Methoden zur Zielgruppenanalyse, wie der Customer Empathy Map oder der Persona-Methode, entwickelten wir zunächst verschiedene Teilgeschäftsmodelle und Anreizsysteme passend zu den Einzellösungen der beteiligten Partner“, beschreibt Bernhard Kölmel den Beitrag des Pforzheimer Expertenteams – bestehend aus den wissenschaftlichen Mitarbeitern Patrice Glaser, Niklas Schrottenholzer und Lukas Waidelich – dessen Leitung er innehatte.

Neben der Hochschule Pforzheim im GaNEsHA-Konsortium vertreten waren, ein Software- und Beratungsunternehmen für Lösungen im Bereich „Smart City“, die YellowMap AG, ein Softwareunternehmen für kartenbasierte Anwendungen, der Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und neue Medien der Universität Siegen, die Forschungsstelle Datenschutz der Goethe-Universität Frankfurt a. M., die Stadtwerke Osnabrück AG sowie das DFKI (Deutsches Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz).

„Dieses interdisziplinäre Projekt hat uns den Austausch mit kompetenten Vertretern aus Industrie und Forschung ermöglicht. Gemeinsam haben wir spannende Lösungsansätze für die Städte- und



GaNEsHA-Forschungsarbeiten auf dem Campus der Fakultät für Technik der Hochschule Pforzheim: Patrice Glaser und Lukas Waidelich erläutern die Persona-Methode.

des Statistischen Landesamtes bei 37.672 Fahrzeugen. Im Jahr 2019 wurden 64.058 Fahrzeuge erfasst. Der Auf- und Ausbau der Verkehrswege kann mit dem stetig wachsenden Mobilitätsbedarf nicht Schritt halten. Millionen Menschen stehen täglich im Stau. Vereinheitlichte Arbeitszeiten verschiedener Unternehmen, starr festgelegte Routen öffentlicher Dienstleister und

mehr als drei Jahren intensiver Arbeit im Verbund von sieben Projektpartnern wurde das Ziel, die optimale Nutzung der Verkehrswege und der Verkehrsmittel, erreicht – Anfang Dezember feierte das Forschungsprojekt seinen erfolgreichen Abschluss. „Das GaNEsHA-System verarbeitet Netz- und Verkehrsinformationen auf der Suche nach einem Gesamtoptimum.

Verkehrsplanenden sowie die Bürgerinnen und Bürger und ÖPNV-Mitarbeitenden der Stadt Osnabrück entwickelt“, so Patrice Glaser. Das erlangte Wissen solle zukünftig auch im Rahmen vergleichbarer regionaler (Verkehrs-)Infrastruktur-Projekte gewinnbringend eingebracht werden, „um auch zuhause einen Beitrag zur Verkehrswende zu leisten.“

GaNEsHA wurde im Rahmen der mFUND-Forschungsinitiative für Mobilität 4.0 des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur unterstützt.

PM/Hochschule Pforzheim

HINTERGRUND:

Bernhard Kölmel lehrt und forscht am Institut für Smart Systems und Services der Hochschule Pforzheim in den Bereichen Global Process Management, Systems-of-Systems-Engineering, Internet of Things and Services, Disruptive Innovationen und Geschäftsmodelle. Er koordiniert zahlreiche nationale und internationale Forschungs- und Entwicklungsprojekte im Bereich vernetzter Informationssysteme in der Schnittmenge Internet of Services and Things und ist als Gutachter für nationale Ministerien und die Europäische Kommission bzw. das European Institute of Innovation and Technology im Umfeld zukünftiger IKT-Systeme tätig. Bernhard Kölmel begleitete als Mitglied des Expertenkreises die Erarbeitung der Digitalen Agenda 2020+ Baden-Württemberg (2012-2013) und die Entwicklung der Acatech-Empfehlungen (2011-2013) „Future Business Clouds“ im Rahmen der Initiative „Internetbasierte Dienste für die Wirtschaft“ der Forschungsunion Wissenschaft-Wirtschaft (BMW).

SCHINDHELM PFISTERER

UND KOLLEGEN · RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH

BÜRO PFORZHEIM

Weierstraße 2-4
D- 75173 Pforzheim
Tel.: 0049 (0) 7231/9245-0
Fax: 0049 (0) 7231/9245-22
E-mail: info@rae-sp.de

BÜRO STUTT GART

Feuerseeplatz 14
D- 70176 Stuttgart
Tel.: 0049 (0) 711/280429-0
Fax: 0049 (0) 711/280429-22
E-mail: info3@rae-sp.de

WIRTSCHAFTSRECHT IN GUTEN HÄNDEN

www.rae-sp.de

- Rolf Pfisterer
- Wolfgang Schindhelm, Fachanwalt für Familienrecht
- Petra Pfisterer
- Axel Preuß, Fachanwalt für Steuerrecht
- Beate Lohrmann-Stallecker, Fachwältin für Arbeitsrecht
- Eva Kurek, Maître Droit Public
- Dr. Ulrich Klaedtke
- Antje Reinicke, Fachwältin für Arbeitsrecht
- Bastian Meyer, Fachanwalt für Strafrecht
- Julian Maxeiner
- Sandra Steur

Zelthallen - Stahlhallen

HTS | tentiq



Top Konditionen - Leasing oder Kauf

<http://www.hts-tentiq.com> - Telefon: 06049 95100

UNSERE VERLAGSSPECIALS



KOMPAKT

ÜBERSICHTLICH

INFORMATIV

- Individuelle Präsentationsmöglichkeit durch Ihr selbst erstelltes Firmenporträt
- als ergänzende Veröffentlichung in Verbindung mit einer Anzeige

IHKMAGAZIN

NORDSCHWARZWALD

Rufen Sie uns an –
wir beraten Sie gerne!

Tel. 07221/2119-12



Prüfer Medienmarketing GmbH · albecker.andrea@pruefer.com



up+dates

DAS WEITERBILDUNGSMAGAZIN 2021 DER IHK NORDSCHWARZWALD

Das Weiterbildungsmagazin der IHK Nordschwarzwald erscheint in neuem Look und mit aktualisiertem Konzept; es bietet einen Überblick über 770 Seminare und Lehrgänge sowie spannende Einblicke von Experten und Expertinnen.

Mit einem völlig überarbeiteten Konzept wurde ein Weiterbildungsmagazin für alle Bildungsinteressierten kreiert, in dem – neben den Angeboten aus dem Bereich Weiterbildung – in diesem Jahr auch Spezialisten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung zu Wort kommen. Die Leser und Leserinnen erfahren von Experten und Expertinnen Wissenswertes, die neuesten Trends sowie spannende Informationen zu unterschiedlichen Themen aus der Arbeitswelt wie beispielsweise „Betriebswirtschaft und Arbeitstechniken“ oder „Technik und Industrie“.

Auch die Akademien der IHK Nordschwarzwald, die sich mit den Themen Ausbildung, Führung, Innovation, International, Tourismus und Umwelt beschäftigen, werden ausführlich vorgestellt und durch interessante Einblicke von Spezialistinnen und Spezialisten bereichert. Neben dem Weiterbildungsportfolio der Akademien werden außerdem die vielfältigen Unterstützungs- und Informationsangebote vorgestellt.

Das breitgefächerte Magazin der IHK Nordschwarzwald mit über 770 Lehrgängen und Seminaren wurde ein weiteres Mal aktualisiert, digitale und hybride Formate weiter ausgebaut und auf die digitale Transformation angepasst. Die Lernwelten werden in Zukunft noch individueller, flexibler und ortsunabhängiger. So findet der Unterricht bei den Blended Learning



Lehrgängen zum großen Teil in virtuellen Klassenräumen statt und der Austausch mit Dozenten und Dozentinnen sowie Teilnehmenden erfolgt per (Video-)Chat.

Für Unternehmen können maßgeschneiderte Qualifizierungen konzipiert werden, die die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmenden sowie die zeitlichen und örtlichen Anforderungen an eine Weiterbildung berücksichtigen.

Maryam Köhler

FORDERN SIE JETZT DAS NEUE MAGAZIN AN:

service@pforzheim.ihk.de

Oder informieren Sie sich telefonisch zu den Angeboten: 07231 201-760.

**up+dates ONLINE LESEN
UND SEMINARE BUCHEN:**
nordschwarzwald.ihk24.de,
Seitennummer 86617





Durch Vollzeit schneller am Ziel

Viele Unternehmen haben die Herausforderung, qualifizierte Fachkräfte zu finden, die modernen Anforderungsprofilen entsprechen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erfolgreich zu entwickeln und an das Unternehmen zu binden. Fachwirte, Industriemeister und Betriebswirte werden speziell unter dem Gesichtspunkt der Eigenverantwortung bei der IHK Nordschwarzwald qualifiziert.

INFO & ANMELDUNG

Geprüfter Betriebswirt

Carl Christian Hirsch
Tel. 07452 9301-16
hirsch@pforzheim.ihk.de

Geprüfter Industriefachwirt

Manuel Brakopp
Tel. 07452 9301-22
brakopp@pforzheim.ihk.de

Geprüfter Industriemeister Metall

Gerold Mönch
Tel. 07231 201-184
moenchg@pforzheim.ihk.de

Geprüfter Wirtschaftsfachwirt

Manfred Gaiser
Tel. 07231 201-159
gaiser@pforzheim.ihk.de
Lucienne Reichardt
Tel. 07441 86052-23
reichardt@pforzheim.ihk.de

Vorteile durch Vollzeit: In wenigen Monaten erwerben die angehenden Absolventen und Absolventinnen vertieftes praxisorientiertes Wissen. Bei Vollzeitlehrgängen liegt die ganze Kraft und Konzentration auf den Lerninhalten und der abschließenden Fortbildungsprü-

Mit unseren Weiterbildungszentren in Pforzheim, Nagold und Freudenstadt verfügen wir auch bei den Vollzeitlehrgängen in der Höheren Berufsbildung über ein breites Angebot. Bei der Finanzierung der Fortbildung kann auf die Unterstützung von Bund und Ländern durch das

ANGEBOTE

Geprüfter Industriemeister Metall (m/w/d)	14.06.2021	Pforzheim
Geprüfter Wirtschaftsfachwirt (m/w/d)	21.06.2021	Pforzheim
Geprüfter Wirtschaftsfachwirt (m/w/d)	21.06.2021	Nagold
Geprüfter Wirtschaftsfachwirt (m/w/d)	21.06.2021	Freudenstadt
Geprüfter Industriefachwirt (m/w/d)	23.06.2021	Nagold
Geprüfter Industriefachwirt (m/w/d)	23.06.2021	Freudenstadt
Geprüfter Betriebswirt (m/w/d)	10.05.2021	Nagold
Geprüfter Betriebswirt (m/w/d)	22.11.2021	Nagold

WEITERE INFOS ZU DEN ANGEBOTEN

nordschwarzwald.ihk24.de, Seitennummer 5033694



WEITERE INFOS:
aufstiegs-bafoeg.de



fung. Ein weiterer Vorteil ist, dass sich die Lehrgangsdauer erheblich verkürzt. Lernt man beispielsweise beim Wirtschaftsfachwirt berufsbegleitend anderthalb Jahre, sind es in Vollzeit nur vier Monate.

Aufstiegs-BAföG gebaut werden. Beantragt werden können Zuschüsse zu Prüfungs- und Lehrgangsgebühren sowie bei Vollzeitmaßnahmen Unterstützung zum Lebensunterhalt.

Lucienne Reichardt

WEITER MIT BILDUNG

Die Landesregierung geht mit ihrer Mitte Februar beschlossenen Weiterbildungsoffensive neue Wege in der Bildungsförderung. Das Wirtschafts-, das Kultus- und das Wissenschaftsministerium werden erstmals gemeinsam die berufsbezogene Weiterbildung zusammen mit den Weiterbildungspartnern vor Ort stärken, indem die Weiterbildungseinrichtungen beim Ausbau ihrer digitalen Lösungen und Angebote finanziell unterstützt werden.

Der Ministerrat hat dazu die Weiterbildungsoffensive WEITER.mit.BILDUNG@BW beschlossen. In den kommenden Jahren werden rund 40 Millionen Euro aus dem Programm „Zukunftsland BW stärker aus der Krise“ investiert. Hinzu kommen weitere 7,5 Millionen Euro aus außerplanmäßigen Mitteln für zusätzliche Projekte des Wirtschaftsministeriums.

„NACH AUSSEN WIRD SICHTBAR, DASS DIE LANDESREGIERUNG DEM THEMA WEITERBILDUNG AUF ALLEN EBENEN EINE HOHE PRIORITÄT EINRÄUMT.“

*Dr. Wolfgang Epp,
Hauptgeschäftsführer der in Weiterbildungsfragen im
Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertag (BWIHK)
federführenden IHK Reutlingen.*

Die Weiterbildungsoffensive wurde vom Staatsministerium gemeinsam mit den Ressorts und den Bildungspartnern in der Fläche konzipiert. Sie setzt auf vorhandenen Strukturen der Weiterbildung mit bewährten Partnern auf.



DIE GEPLANTEN MASSNAHMEN DER LANDESREGIERUNG

■ Berufliche Weiterbildung generiert Chancen

Mit der Weiterbildungsoffensive werden bestehende Aktivitäten gestärkt und neue Projekte gestartet. Das soll dazu beitragen, dass die Wirtschaft nach der Corona-Pandemie wieder durchstarten und die Beschäftigten die Zukunft erfolgreich mitgestalten können.

■ Weiterbildung auch in der Corona-Krise durch Digitalisierung stärken

Der Zugang zur Weiterbildung in allen Regionen Baden-Württembergs soll stärker gesichert werden. Ziel ist, Digitalangebote an den öffentlichen Weiterbildungseinrichtungen sowohl im städtischen als auch im ländlichen Raum flächendeckend sicherzustellen.

■ Innovative Angebote an Hochschulen fördern

Das Wissenschaftsministerium wird die Hochschulen dabei unterstützen, neue Qualifizierungsprogramme zu entwickeln. Diese sollen sich am tatsächlichen Bedarf in den Unternehmen orientieren und sich vorzugsweise mit neuen Mobilitätsaspekten, Digitalisierung, Nachhaltigkeitsmanagement und anderen zentralen Zukunftsfragen befassen.

■ Weiterbildung vernetzt vorantreiben

Unter der gemeinsamen Dachmarke WEITER.mit.BILDUNG@BW werden die Ressorts ihre Angebote sichtbar vernetzen. Mit einer gemeinsam betriebenen Koordinierungsstelle werden sie die Betriebe und Beschäftigten für Weiterbildung sensibilisieren, motivieren und beraten.

PM/Michael Hasch



CLUBHOUSE

*Die neue Social-Audio App:
Was hat sie zu bieten?*

WAS IST CLUBHOUSE?

Clubhouse ist eine rein audiobasierte App. Nutzerinnen und Nutzer agieren in virtuellen Räumen, in denen Gespräche geführt werden. Man hört nur zu oder kann sich aktiv beteiligen. Moderatoren, entscheiden, wer aus dem Publikum zu Wort kommt und können bei Verstoß der Richtlinien eingreifen. Jeder Nutzer hinterlegt ein Profil, um auf sich aufmerksam zu machen. Sobald eine von einem Nutzer gefolgte Person einen Raum betritt, wird ihm diese angezeigt. So können schnell Räume gefüllt werden mit Reichweiten von max. 5.000 Teilnehmenden pro Raum.

ENTSTEHUNGSGESCHICHTE UND VERBREITUNG

Die App wurde von Paul Davison und Rohan Seth gegründet, im März 2020 in den USA veröffentlicht und bereits im Mai mit 100 Millionen US-Dollar bewertet. Bis Ende 2020 waren über 600.000 Nutzerinnen und Nutzer in den USA registriert. Seit Anfang 2021 ist sie in Deutschland in Gebrauch, am 19. Januar war die App die am häufigsten heruntergeladene iOS-Anwendung in Deutschland.

WAS MACHT DIE APP SO INTERESSANT?

Das reizvolle ist ad hoc an ungezwungenen Konversationen zu interessanten Themen teilzunehmen. Nicht selten trifft man in den Räumen auf Prominenz aus Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur, wie Frank Thelen, Dunja Hayali oder Thomas Gottschalk, aber auch auf internationale Größen wie Elon Musk, der Anfang Februar für überfüllte Räume sorgte. Besonderer Beliebtheit erfreut sich die App in der Start-up- und Tec-Szene sowie unter Journalisten.

NACHTEILE UND KRITIK

Die App läuft derzeit nur auf iOS, Zutritt erfolgt erst auf Einladung eines registrierten Nutzers. Dieser muss Clubhouse zuvor den Zugriff auf sein Telefonbuch erteilen. Der Umgang von Beschwerden und der Datenschutz stellen das Unternehmen derzeit vor immense Herausforderungen. Stiftung Warentest bemängelt in der Auswertung 02/21 die App sammle „unnötig viele Nutzerdaten und verstößt mit ihrer Datenschutzerklärung gegen die Datenschutzgrundverordnung“.

AUSBLICK

Es bleibt abzuwarten, wie Clubhouse mit der Kritik umgeht und ob die App sich langfristig neben den vielen anderen Social-Network Apps behaupten kann.

Maryam Köhler

IHK Magazin Nordschwarzwald Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer Nordschwarzwald
Dr.-Brandenburg-Straße 6, 75173 Pforzheim
Postfach 920, 75109 Pforzheim
Telefon 07231 201-0, Fax 201-158
service@pforzheim.ihk.de
www.nordschwarzwald.ihk24.de

Geschäftsstelle Freudenstadt:

Umwelt Akademie Freudenstadt
und Tourismus Akademie der
Industrie- und Handelskammer Nordschwarzwald
Marie-Curie-Straße 2, 72250 Freudenstadt
Telefon 07441 86052-0, Fax 86052-10
www.nordschwarzwald.ihk24.de
ihk-service@tourismus-akademie.de
www.tourismus-akademie.de

Geschäftsstelle Nagold:

Lise-Meitner-Str. 23 (Industrie- und Gewerbepark
Wolfsberg), 72202 Nagold, Telefon 07452 9301-0,
Fax 07452 9301-99

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt:

Martin Keppler

Redaktion:

Tanja Traub, Michael Hasch, Maryam Köhler

Erscheinungstermin:

Anfang des Monats;
die Ausgaben Januar/Februar und Juli/August
erscheinen als Doppelheft.

Die mit Namen oder Initialen gezeichneten
Beiträge geben die Meinung des Autors, jedoch
nicht unbedingt die Ansicht der Kammer
wieder. Nachdruck nur mit Quellenangabe.
Für den Nachdruck signierter Beiträge ist die
Genehmigung des Verfassers erforderlich.
Vervielfältigungen für den innerbetrieblichen
Gebrauch sind gestattet.

Die Zeitschrift ist das offizielle Organ der IHK
Nordschwarzwald. Der Bezug des IHK-Magazins
erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen
Beitragspflicht als Mitglied der IHK.

Abonnements und Einzelbestellungen

über den Verlag. Jahres-Abo: 10 Ausgaben 24,54 EUR
inkl. 7 Prozent MwSt. zuzügl. Versandkosten
Einzelhefte 2,60 EUR inkl. 7 Prozent MwSt.
Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein
Jahr, wenn es nicht sechs Wochen vor Ablauf des
laufenden Jahres-Abonnements gekündigt wird.

Gestaltung und Layout:

VOLTAIRE GmbH
Bleichstraße 81, 75173 Pforzheim
Telefon 07231 449010, Fax 07231 4490120
info@voltaire-kollektiv.de, www.voltaire-kollektiv.de

Gesamtherstellung, Verlag und Anzeigenverwaltung:

Prüfer Medienmarketing
Endriß & Rosenberger GmbH
Ooser Bahnhofstraße 16, 76532 Baden-Baden
Telefon 07221 2119-0, Fax 07221 2119-30
Verlags- u. Anzeigenleitung: Achim Hartkopf
medienmarketing@pruefer.com

Z. Zt. gilt Anzeigenpreisliste Nr. 45 vom Januar 2021

Erscheinungsdatum: 08.03.2021

DIE BLAUE SEITE

Alphabetischer Branchenspiegel für Angebote aus Industrie, Handel, Dienstleistung und Werbung



Wir sind an der Werbung „DIE BLAUE SEITE“ interessiert und bitten um weitere Informationen!

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

Straße: _____

Ort: _____

Tel.: _____

E-Mail: _____

PRÜFER MEDIENMARKETING
Endriß & Rosenberger GmbH
Ooser Bahnhofstr. 16
76532 Baden-Baden
Tel.: 07221/2119-12
www.pruerfer.com



Informationen zur Datennutzung finden Sie hier: www.pruerfer.com

Arbeitsicherheit und Arbeitsmedizin



www.argutec.com

Arbeitsicherheit
Arbeitsmedizin
Baustellensicherheit
Betr. Gesundheitsmanagement
Brandschutzorganisation
Datenschutz
Gefahrstoffe - Gefahrgut
Schulungen von Stapler, Kranen und Arbeitsbühnen
UVV-Prüfungen

Johann-Jakob-Beck-Str. 9 · D-75449 Wurmberg
Fon +49 (0) 7044 9059 25
info@argutec.com

Buch- und Kunstauktionen

KIEFER

BUCH- & KUNSTAUKTIONEN
PFORZHEIM · Tel. 0 72 31-9 23 20
www.kiefer.de · info@kiefer.de
BÜCHER, GRAFIK, KUNST, ANTIQUITÄTEN

WIR ÜBERNEHMEN
STÄNDIG EINLIEFERUNGEN

Grafik / Mediendesign



Ihre Agentur für Gestaltung!
www.perfectpage.de

Batterie / Ladetechnik



Gabelstapler • Scherenlift
Industrie • Kfz • USV • REHA
Viele Größen ab Abhollager verfügbar
Talstraße 29 - 75233 Tiefenbronn
Tel.: 07234 247 0400
www.batterieexpress.de

Lagerfläche / Logistik



sie suchen **LAGERFLÄCHE ?**
... schon uns gefragt ?

Tel. 07044/9461-0 / Fax -62
info@benzinger-spedition.de

Beschriftungen

Wir beschriften für Sie:

IHRE Muster-, Einzel oder Serienteile,
QR-Codes, Dreh- und Frästeile,
Medizinische Instrumente, Kunststoff,
u.v.m. www.bs-laserbeschriftung.de

Präzise - Dauerhaft - Schnell

BS LASER-BESCHRIFTUNG Hinterer Gasse 35 | 78588 Denkingen
Tel. 074 24-90 12 04
info@bslaserbeschriftung.de

Blech- und Lasertechnik



- Konstruktion / Planung
- Laserschneiden
- Kanten / Umformen
- Schweißen / Schleifen
- Oberflächenbehandlung
- Montage

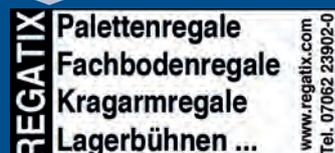
D - 78052 VS - Villingen - info@sle-technik.de
T +49 (0) 7721-40 44 6-0 · www.sle-technik.de



Sie suchen eine
geeignete Lagerfläche?
Wir verfügen über 4.000 m² Hallenlager-
fläche und 11.000 m² Freilagerfläche!

Im Köbler 3 · 75438 Knittlingen-Preudenstein
Telefon: +49 7043 9218-0 · Telefax: +49 7043 9218-18
info@koetrans.de · www.koetrans.de

Lagertechnik



www.regatix.com
Tel. 07062 23902-0

Corporate Fashion

**Arbeitskleidung mit Ihrem Logo
als Stick oder Druck**



HAKRO 
HÄLT. SEIT 1969

Logo Dieter | ilgenstraße 3-5 | 75305 Neuenbürg
Telefon 0 70 82 / 66 48 | Fax 0 70 82 / 20 29 3
E-Mail: info@dieter.de | Internet: www.dieter.de