

Der weite Weg vom Junior zum Senior.

Das rechtzeitige Planen und Regeln der Nachfolge ist nur eine der großen Herausforderungen, vor denen **Familienunternehmen** heute stehen. In Ernst & Young haben Sie einen erfahrenen Partner, der Sie mit fachübergreifendem Know-how begleitet: bei der Nachfolge, bei strategischer Steuerplanung sowie allen anderen Aufgaben rund um die Zukunft Ihres Unternehmens. Für den Erfolg über Generationen.

Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Theodor-Heuss-Anlage 2, 68165 Mannheim.
Ihr Ansprechpartner: Thomas Müller,
thomas.mueller@de.ey.com, Tel. +49 621 4208 14203.

www.de.ey.com

 **ERNST & YOUNG**
Quality In Everything We Do

Aus-, Ein- und Umsteiger

Econo Rhein-Neckar: aus der Region – für die Region

Liebe Leserinnen und Leser,

über das Thema unserer Pro- & Contra-Seite war sich die Redaktion diesmal schnell einig: Ist die 180-Grad-Kehrtwende der Bundesregierung beim Thema Atomkraft richtig, sinnvoll und machbar? Die Umsetzung indes ist uns alles andere als leicht gefallen. So haben wir zuerst die Unterzeichner des „Energiepolitischen Appells“ aus der Region gefragt. Mit diesem offenen Brief hatten sich im vergangenen Jahr zahlreiche Unternehmer, Manager und Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens für eine Laufzeitverlängerung der Atomkraftwerke eingesetzt. Die Argumente haben bekanntermaßen überzeugt – die Bundesregierung hat den Atomausstieg gestreckt, unter anderem mit Verweis auf den Klimaschutz und die Versorgungssicherheit. Das scheint nach Fukushima indes nicht mehr zu gelten – oder es ist nicht mehr opportun, daran zu erinnern. Letztlich haben wir mit RWE den Betreiber des AKW Biblis gewinnen können. Unser Fazit: Freunde hat die Atomkraft keine mehr – und wenn, dann sind sie sehr leise.

Meinungsfreudiger als die Unterzeichner des Energiepolitischen Appells waren vier Unternehmer, die wir für dieses Heft interviewt haben. Ab Seite 30 lesen Sie, wie Rainer Dulger die Krisen in Japan und Nordafrika bewertet. Der Geschäftsführer der Hei-

delberger ProMinent-Gruppe und Vorsitzender des Arbeitgeberverbandes Südwestmetall erklärt zudem das „German Beschäftigungswunder“, welchen Anteil daran die Zeitarbeit hat und weshalb er eine gleiche Bezahlung der Leiharbeitnehmer wie der Stammbeschäftigten ablehnt.

Rainer Dulger führt den Dosiertechnik-Hersteller in zweiter Generation. ProMinent hat damit einen notwendigen Entwicklungsschritt gemeistert, den ein anderes Unternehmen gerade zu bewältigen versucht. Lesen Sie im Interview ab Seite 60, warum Kerem Özcelik die bisher von seiner Mutter als Inhaberin geführte Personengesellschaft „Trendfabrik“ in eine Aktiengesellschaft umwandelt. Die neue Rechtsform soll nicht nur den Generationswechsel erleichtern – sie soll das Unternehmen auch für die geplante Expansion vorbereiten. In wenigen Jahren will das Bekleidungsunternehmen einen Umsatz von mehr als 100 Millionen Euro erzielen.

Ein ähnlich rasantes Wachstum kennzeichnet auch die Weidenhammer Packaging Group. Dessen geschäftsführender Gesellschafter, Ralf Weidenhammer, erläutert im Interview ab Seite 78, wie es das 1955 gegründete Unternehmen geschafft hat, im Bereich Kombidosen zum Marktführer aufzusteigen. Zudem sagt der Unterneh-

mer, mit welchen Produkten und auf welchen Märkten seine Firma zukünftig wachsen will.

Dass Wachstum im Ausland seine Tücken hat, zeigt das Gespräch mit Egon Heberger. Lesen Sie ab Seite 84, wie Heberger Bau den Umsatzeinbruch in den Märkten Südeuropa und Irland verkraftet hat. Vom neuen energiepolitischen Kurs verspricht sich das Unternehmen übrigens Wachstumsimpulse. Das Schifferstadter Unternehmen baut derzeit ein 30-Megawatt-Solarthermiekraftwerk im Spanischen Murcia. Und auch am notwendigen Netzausbau in Deutschland will sich Heberger beteiligen. Unser Fazit: Der neue energiepolitische Kurs scheint bei vielen Unternehmen schon angekommen. Die alten Verteidigungslinien indes will keiner mehr halten. So schnell ändert sich die Wirklichkeit.

Viel Vergnügen beim Lesen wünscht
Ihr Redaktionsteam





**BUSINESS
PERFORMANCE
ACADEMY**
LIVING LEADERSHIP



PROGRAMME

- Führen 2020
- Master Leadership Performance
- Work-Life-Balance
- Leadership Fitness
- Talent Management
- Burn-out-Prävention

Business Performance Academy
Technologiepark Heidelberg, Im Neuenheimer Feld 584,
69120 Heidelberg · Tel: 06221 18797-0
www.bpacademy.eu

Mehrere gute Argumente mit einem Anspruch:

Kommunikation professionalisieren.

Der Kommunikationsverband steht für mehr Anerkennung von professioneller Kommunikation und den offenen Dialog von Auftraggebern und Kommunikationsdienstleistern.

360° Kommunikationsberater KV®
erste duale Weiterbildung für 360° Kommunikationsprofis

360° Agenturverzeichnis
Plattform für Kommunikationsagenturen

KV Community
Networkingplattform für Mitglieder

18 regionale Clubs
Veranstaltungen zu aktuellen Themen in der Branche

BoB „Best of Business-to-Business“ Award
seit 1997 Benchmark für herausragende B2B Kommunikation in D, A, CH

DIE KLAPPE
seit 1980 der wichtigste deutschsprachige Bewegtbildwettbewerb in D, A, CH

GoldenEye B2B Photo Award
seit 2010 der erste Wettbewerb für herausragende B2B Fotografie

Ideentresor
ein Service des Kommunikationsverbands zum Schutz von Urheberrechten

CommValue
Initiative zur Darstellung von Wertschöpfung für Kommunikationsdienstleistungen

Jetzt Mitglied werden und anmelden:
www.kommunikationsverband.de/verband/mitglied_werden

Kommunikationsverband e.V.
Club Kurpfalz
Telefon / Fax 0621/281 72
E-Mail: kurpfalz@kommunikationsverband.de
www.kommunikationsverband.de

Mai

Nachrichten

- | | |
|---|---|
| 6 Hirschberg. Der Outdoor-Artikel-Hersteller Sport-Tech baut einen neuen Firmensitz. | 18 Heppenheim. Die Auxilion AG will nach zwei Jahren Stillstand wieder wachsen. |
| 8 Frankenthal. KSB hat die Bilanz für 2010 vorgelegt. | 20 Mannheim. Die Mannheimer Parkhaus Betriebe schauen über die Stadtgrenze hinaus. |
| 10 Heidelberg. Die Heidelberger Volksbank hat neue Kunden gewonnen. | 22 Waldbrunn. Die Mosca AG präsentiert zur Interpack ein neues Label. |
| 12 Heidelberg. SNP will seinen Umsatz verdoppeln. | 24 Heidelberg. Die Sparkasse hat ihren Gründerpreis vergeben. |
| 13 Mannheim. Die Cema AG hat 2010 so viel umgesetzt wie noch in keinem anderen Jahr. | 26 Ludwigshafen. Die Stadt fördert Handel, Gastronomie und Dienstleister. |
| 14 Weinheim. Freudenbergs Ergebnis erreicht Bestmarke. | 28 Rhein-Neckar. Die erste Regionalkonferenz Energie und Umwelt findet am 8. Juni statt. |
| 16 Mannheim. Das Geschäft mit Firmenkunden bei der Hypo-Vereinsbank hat zugelegt. | |

Unternehmen & Märkte

- | | |
|---|--|
| 30 Metallverarbeitung I. Südwestmetallchef Rainer Dulger im Interview | 35 Handwerk. Die Betriebe sind so optimistisch wie lange nicht mehr. |
| 32 Metallverarbeitung II. Wie erfolgreich Unternehmen im Ausland sind. | 36 Immobilien I. Warum die „Eastsite“ bei vielen Firmen so beliebt ist. |
| 34 Metallverarbeitung III. Warum eine Logistikfirma einen Metallbauer kauft. | 41 Immobilien II. Experte Markus Rominski im Interview |

- | |
|-----------------------------|
| 3 Editorial |
| 65 Impressum |
| 89 Index |
| 90 Der Schreibtisch von ... |

Menschen

- | |
|---|
| 60 Menschen. Kerem Özcelik erklärt, wie die Trendfabrik 100 Millionen Euro Umsatz erzielen will. |
| 62 Pro & Contra |
| 64 Namen und Nachrichten |



60 Kerem Özcelik im Gespräch ▲



78 Ralf Weidenhammer im Interview ▲

Management

- | | |
|--|--|
| 42 IT & Software I. Mit welchen Produkten Unternehmen aus der Region auf der CeBIT punkten konnten. | 50 Berufliche Fortbildung I. Mit welchen Argumenten private Hochschulen werben. |
| 47 IT & Software II. Die SAP setzt auf „Cloud-Computing“. | 54 Berufliche Fortbildung II. Die neue Hochschule der Wirtschaft für Management |
| 48 IT & Software III. Wie sich Unternehmen auf die E-Bilanz vorbereiten können. | 58 Steuern. Teure Selbstanzeige |
| | 59 De Jure. Schweres Erbe |

Politik & Gesellschaft

- | | |
|--|---|
| 66 Standort Hockenheim I. Wie Unternehmen vom Hockenheimring profitieren. | 78 Standort Hockenheim IV. Ralf Weidenhammer über die Wachstumsstrategie von Weidenhammer Packaging. |
| 72 Standort Hockenheim II. Was auf die Süba folgte. | 80 Standort Schifferstadt. Wie sich die Pfalzgemeinde mit dem „Goldenen Hut“ besser vermarkten will. |
| 74 Standort Hockenheim III. Der Ring-Chef im Interview | |

Sind Sie schneller gewachsen, als Sie dachten?

FREYLER – Maßgeschneiderte Baulösungen.



Wenn der Wettbewerb Ihrem Erfolg gerade keine Grenzen setzt, dann sollte es Ihr Firmengebäude erst recht nicht tun. Deshalb ist bei der Wahl Ihres Industriebau-Partners genau derselbe unternehmerische Weitblick gefragt wie bei Ihren marktstrategischen Entscheidungen. Denn nur ein ganzheitlich denkender, planender und arbeitender Partner wie FREYLER gibt Ihnen Raum für gezieltes Wachstum.

FREYLER Industriebau GmbH
Am Hardtwald 3 | 76275 Ettlingen
Tel. 07243 7166-6 | Fax 07243 7166-77
karlsruhe@freyler.de | www.freyler.de

Brunel sucht Ingenieure

Mannheim. Die Mannheimer Niederlassung der Bremer Brunel GmbH plant im laufenden Jahr 27 Neueinstellungen. Der Ingenieur- und Personaldienstleister ist auf der Suche nach 25 Projekt- und 2 Vertriebsingenieuren. „In der Metropolregion Rhein-Neckar setzen vor allem Unternehmen aus den Branchen Automotive sowie Maschinen- und Anlagenbau auf unser externes Fachwissen“, sagt Niederlassungsleiter Dirk Lind. Brunel betreut nach eigenen Angaben derzeit von Mannheim aus 70 Projekte bei 30 Kunden. Allein in zweiten Halbjahr 2010 seien fünf neue Kunden hinzugekommen.

OSB zieht nach Mannheim

Mannheim. Der Ingenieurdienstleister OSB hat seine Niederlassung für die Rhein-Main-Neckar-Region vom hessischen Rüsselsheim nach Mannheim verlagert. Dadurch sind 20 neue Arbeitsplätze entstanden, hat der „Mannheimer Morgen“ berichtet. Das 2003 in München gegründete Unternehmen beschäftigt deutschlandweit rund 400 Mitarbeiter an 13 Standorten. Langfristig plane die Niederlassung, noch bis zu 60 weitere Arbeitskräfte in Mannheim einzustellen.

Personaldienstleister eröffnet Filiale

Ludwigshafen. Die Argo Personal GmbH ist seit Anfang Februar mit einer Niederlassung in Ludwigshafen präsent. Für den Personaldienstleister mit Sitz in Hamburg ist das die 22. Filiale in Deutschland. Das Unternehmen möchte von Ludwigshafen aus Kunden in der Metropolregion Rhein-Neckar bedienen. Niederlassungsleiter ist Robert Bißwanger. Die Zahl der bisher beschäftigten Zeitarbeitskräfte gibt das Unternehmen mit neun an.

Zukunft der WWK-Druckerei unklar

Freudenstadt/Landau. Anfang April wurde das Insolvenzverfahren über die Schlott Gruppe AG eröffnet. Davon betroffen ist auch die WWK-Druckerei Landau mit 135 Beschäftigten. Bis Redaktionsschluss war nicht bekannt, wie es mit der WWK weitergeht. Nach Informationen der „Rheinpfalz“ will das Management die Druckerei übernehmen. Ein Verkauf der gesamten Schlott-Gruppe war zuvor gescheitert.

Sport-Tech schlägt die Zelte auf

Der Outdoor-Artikel-Hersteller Sport-Tech errichtet im Gewerbegebiet in Hirschberg einen neuen Firmensitz. Bauherren sind die Kinder des Firmengründers, die im elterlichen Betrieb mitarbeiten.

Hirschberg. Vor zehn Jahren hat Hirschberg mit der Erschließung eines Gewerbegebietes unmittelbar an der A 5 begonnen. Von der Autobahn aus gut zu sehen sind der kubische Glasbau der Firma Goldbeck und das MAN Truck- und Bus-Center. Jetzt hat der für die Vermarktung zuständige Projektentwickler Hensel das letzte freie Grundstück verkauft. Erworben hat es eine GbR, hinter der Marc und Nina Wetzel stehen. Für knapp eine Million Euro wollen die Geschwister einen Gewerbebau errichten. Die Nutzfläche von 480 Quadratmetern entfällt auf ein eingeschossiges Lager und Büroräume auf zwei Stockwerken. Zudem ist ein Showroom vorgesehen. In ihm werden bald Taschen, Rucksäcke, Zelte und Pavillons zu sehen sein. Denn Mieter in der Goldbeckstr. 6 wird die Firma Sport-Tech / Rui-Yi-Lin GmbH & Co. KG. Geschäftsführender Gesellschafter des Herstellers von Outdoor-Artikeln ist Hans-Peter Wetzel, der Vater von Nina und Marc.

„Wir plätzen hier aus allen Nähten“, sagt Hans-Peter Wetzel über den bisherigen Firmensitz. Er befindet sich nur wenige Meter vom Bauplatz entfernt in einer angemieteten Halle. In dem 60 Quadratmeter großen Büro drängen sich die Schreibtische von Hans-Peter Wetzel und seinen beiden Kindern sowie der vier Mitarbeiter. In der kleinen Halle nebenan stapeln sich auf Regalen unzählige Kartons, Rucksäcke, Isomatten, Zelte und Taschen. Auf einer eingezogenen Galerie haben die Wetzels unter einem Pavillon-Zelt einen Besprechungstisch untergebracht. „Um einen Einkäufer von Metro zu empfangen, ist das nicht das richtige Ambiente“, sagt Nina Wetzel, die gemeinsam mit ihrem Bruder für Produktentwicklung und Kundenbetreuung zuständig ist. Eine der aktuellen Kundenaufträge lautet, ein sogenanntes Pop-up-Zelt zu konzipieren. Das soll sich nach dem Auspacken von alleine aufrichten –

die Gestänge sind dafür mit der Zeltplane vernäht.

Zu den Kunden zählen neben Metro der Einzelhandelskonzern Migros, das Online-Portal mytoys.de, der Freizeit- und Camping-Versandhändler Fritz Berger sowie die Sportfachhändler Intersport und Sport 2000. Für diese Firmen produzieren die Hirschberger unter deren jeweiligen Eigenmarken Outdoorartikel. Die Wand hinter dem Besprechungstisch zeigt eine Auswahl der Produkte: Rucksäcke von McKinley, Skistiefel-Taschen der Marke V3Tec und Umhängetaschen des Labels Trevolution.

Hergestellt werden die Produkte in einer eigenen Fabrik im chinesischen Quanzhou. Dort beschäftigt Sport-Tech 150 Mitarbeiter. Wenn die eigenen Produktionskapazitäten ausgelastet sind, vergibt das Unternehmen auch Aufträge an langjährige Partner. „Wir bekommen keine Arbeiter mehr“, beschreibt Wetzel sein derzeitiges

Problem. Der Arbeitsmarkt in den wirtschaftlich gut entwickelten Küstenregionen sei leer gefegt. Daran änderten auch die nach eigenen Angaben überdurchschnittlichen Löhne von 500 bis 600 Euro nichts, die der Unternehmer seinen Näherinnen zahlt. Zudem stellt Wetzel Schlafräume und die ärztliche Versorgung. Derzeit plane Sport-Tech außerdem die Einrichtung einer Kinderkrippe. Eine Verlagerung in andere Länder komme ungeachtet der Probleme in China nicht in Frage. Dafür sei die Zeltproduktion zu speziell. „Das ist nicht mit dem Nähen von T-Shirts vergleichbar. Ein Zelt entsteht in rund 200 verschiedenen Arbeitsschritten“, sagt der Unternehmer.

Die Fertigung für Dritte indes ist nur ein Standbein des 2002 von Hans-Peter Wetzel gegründeten Unternehmens. Die Hirschberger Firma vertritt zudem den schottischen Zelthersteller Vango im deutschen und österreichischen Markt. „Seit der Übernahme durch uns im Jahr 2006 verzeichnet die Marke ein stetiges Wachstum“, bilanziert Wetzel.

Drittes Standbein sind Pavillon-Zelte, die Sport-Tech unter der Marke Tentastic selbst vertreibt. Abnehmer der Produkte sind sowohl Privatkunden als auch Firmen, die sich die Pavillons im eigenen Corporate Design anfertigen lassen, darunter Weber-Grill und der Skihersteller Salomon. **MSc**

ZENT-FRENGER

Uponor kauft Kühldecken-Spezialisten

Heppenheim/Haßfurt. Die Uponor Holding GmbH hat die Übernahme einer Mehrheitsbeteiligung von 50,3 Prozent an der Zent-Frenger Gesellschaft für Gebäudetechnik mbH aus Heppenheim vereinbart. Die Zustimmung der Kartellbehörden steht noch aus. Uponor hat mitgeteilt, dass es eine vertraglich gesicherte Option zur Übernahme der restlichen Anteile an Zent-Frenger habe, die im Jahre 2012 ausgeübt werden kann. Für den Heppheimer Anbieter von Kühldecken und Geothermieanlagen solle sich nichts ändern: Der Unternehmenssitz und der Name bliebe erhalten,

auch die 100 Mitarbeiter würden unter den bisherigen Geschäftsführern weiterarbeiten. Der Uponor-Konzern mit Sitz im finnischen Vantaa ist Anbieter von Rohrleitungen und Klimatisierung für privat und gewerblich genutzte Gebäude. Zent-Frenger erweitere das eigene Angebot im Hinblick auf energieeffiziente Raumtemperierung, so die Finnen. „Insbesondere die Kühldecken von Zent-Frenger ergänzen unseren Bereich Bauteilaktivierung hervorragend, gerade in Hinblick auf den Gewerbebau“, sagt Heiko Folgmann, Vorstand Zentral- und Osteuropa von Uponor. **MSc**

EICHBAUM

Brauerei setzt mehr Bier ab

Mannheim. Die Privatbrauerei Eichbaum hat im ersten Jahr ihrer Eigenständigkeit Absatz und Umsatz gesteigert. Zum Jahresanfang 2010 hatte Jochen Keilbach das Unternehmen in Form eines Management-buy-outs gemeinsam mit einem weiteren Investor aus der Actris AG herausgelöst. Dem „Mannheimer Morgen“ sagte der Unternehmer, dass der Getränkeabsatz im vergangenen Jahr um drei Prozent auf 45 000 Hektoliter gestiegen ist. „Damit sind wir gegen den Trend gewachsen.“ Branchenweit schrumpft der Bierabsatz seit Jahren – 2010 um 1,7 Prozent.

Der Umsatz sei leicht auf 85 Millionen Euro gewachsen. Angaben zum Gewinn machte Keilbach gegenüber der Tageszeitung nicht. Getrieben wurde das Geschäft bei Eichbaum durch die Nachfrage nach sogenannten Spezialitäten. Dazu zählen Biersorten wie ein „Kellerbier“ oder gebraute, alkoholfreie Limonaden. „Damit konnten wir neue Kunden gewinnen“, sagte Keilbach. Die Investitionen beziffert der Brauer auf acht Millionen Euro. Soviel wolle Eichbaum auch im laufenden Geschäftsjahr investieren, unter anderem in die Gaststätte „Brauhaus“. **Red**

SISI-WERKE

Capri-Sonne erhält das Bio-Siegel

Eppenheim. Die Sisi-Werke haben Anfang Mai ihren Getränkeklassiker Capri-Sonne in einer Bio-Qualität an den Markt gebracht. Einen Monat zuvor hat der Getränkekonzern zwei weitere zuckerreduzierte Geschmacksrichtungen, Orange und Apfel, vorgestellt. Bereits seit 2006 bietet die Marke zuckerreduzierte Multifruchtvarianten an. Mit den neuen Sorten reagieren die Eppelheimer auf die schrumpfende Zielgruppe, Kinder im Alter von sechs bis zwölf Jahren, und auf das gestiegene Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher. Die zahnfreundlichen Varianten treiben

die Sisi-Werke auch über McDonald's. Deren „Happy-Meal“-Kindermenüs bieten seit 2010 auf Wunsch den Eppelheimer Fruchtsaft. Die neue Bio-Capri-Sonne indes ist vorerst nur in Biomärkten, Drogerien und im ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel erhältlich. Inhaber der Sisi-Werke ist Hans-Peter Wild, der auch hinter dem Aromen- und Grundstoffhersteller Wild steht. Einen 35-Prozent-Anteil des Unternehmens hat Wild im vergangenen Jahr an den Finanzinvestor KKR verkauft. Die Sisi-Werke sind von dieser Transaktion nicht betroffen. **Red**

Buchhandlung erweitert Filialnetz

Heidelberg. Die Buchhandelsgruppe Schmitt & Hahn hat die zwölf Filialen des Mitbewerbers J. Styrkowski gekauft. Der Würzburger Betreiber von Bahnhofsbuchhandlungen hatte Anfang Dezember 2010 Insolvenz angemeldet. Die Wurzeln des Unternehmens reichen bis 1848 zurück. Die Heidelberger Schmitt & Hahn-Gruppe wurde 1841 gegründet und besitzt derzeit rund 60 Verkaufsstellen mit Schwerpunkt in Baden-Württemberg. Mit dem Neuworb kommen die Heidelberger nach eigenen Angaben auf einen Marktanteil von fast 17 Prozent.

Internetagentur mit neuem Kunden

Mannheim. Die Kuehlhaus AG wird für ihren neuen Kunden, die Konplan GmbH, eine Social-Media-Strategie entwickeln. Damit verbunden seien laut einer Mitteilung auch das Aufsetzen erster Social Media Aktionen und die Modernisierung des Konplan-Internetauftritts.

Graeff verzeichnet Auftragsrekord

Mannheim. Das Hallen- und Containerbauunternehmen Graeff hat im vergangenen Jahr einen Umsatz von 47,5 Millionen Euro erzielt. Die Mannheimer schreiben in einer Mitteilung, dass vor allem kommunale Auftraggeber und das Konjunkturprogramm zu diesem Ergebnis beigetragen hätten. Momentan verzeichne das Familienunternehmen den höchsten Auftragsbestand seiner mehr als 50-jährigen Geschichte.

Lamy wieder auf Wachstumskurs

Heidelberg. Der Schreibgeräte-Hersteller Lamy hat seinen Umsatz im vergangenen Jahr um zehn Prozent auf mehr als 50 Millionen Euro gesteigert. Damit haben die Heidelberger laut einem Bericht der „Rhein-Neckar-Zeitung“ wieder das Vorkrisenniveau erreicht. 2009 war der Umsatz um vier Prozent zurückgegangen. Lamy-Geschäftsführer Bernhard Rösner sagte der Tageszeitung, dass das weitere Wachstum vor allem aus dem Ausland käme. Der Marktanteil in Deutschland liege bereits bei fast einem Drittel. Zudem hat Lamy im vergangenen Jahr begonnen, sich ein neues Standbein zu schaffen: Farbstifte und Wasserfarben. Die Mitarbeiterzahl liegt aktuell bei 320.



Die Goldbeckstraße 6 im Hirschberger Gewerbegebiet ist noch eine Brache, doch bald rücken hier die Bagger an. Marc (L) und Nina Wetzel bauen dort eine Halle und Büroräume. Mieter der Immobilie wird die von Vater Hans-Peter gegründete Firma Sport-Tech / Rui-Yi-Lin. Das Unternehmen produziert Outdoor-Ausrüstung wie Rucksäcke, Zelte und Taschen.

Bild: Rothe

KBA droht Arbeitskampf

Frankenthal. Die Zukunft des KBA-Standortes Frankenthal ist nach wie vor offen. Ein weiteres Gespräch zwischen Arbeitnehmervertretern und Geschäftsleitung vor Ostern war ohne Ergebnis geblieben. Die IG Metall erwägt nun, eine Urabstimmung über Streikmaßnahmen abzuhalten. Hintergrund des Konflikts sind Pläne von KBA, bis 2015 Teile der Produktion ins Stammwerk Würzburg zu verlegen.

Werk ist vorläufig gerettet

Wörth-Schaidt. Das Harman-Becker-Werk in Wörth-Schaidt (Kreis Germersheim) mit knapp 700 Arbeitsplätzen ist vorläufig gerettet. Bis 31. Dezember 2013 sind Kündigungen ausgeschlossen. Bis 31. März 2016 muss das Werk des Automobilzulieferers weiterbetrieben werden – allerdings mit weniger Beschäftigten. Für den Fall von Kündigungen nach dem Auslaufen der Beschäftigungssicherung seien im Sinne der Mitarbeiter „solide“ Abfindungsregelungen getroffen worden, teilte IG-Metall-Bevollmächtigter Uwe Schütz mit.

54 Mitarbeiter werden übernommen

Mannheim. Kurz vor der Übernahme durch den amerikanischen Konkurrenten Caterpillar haben Geschäftsführung, Betriebsrat und IG Metall die Belegschaft des Mannheimer Traditionsunternehmens MWM abgesichert. So erhalten 54 Mitarbeiter mit Zeitvertrag eine unbefristete Anstellung. Die Belegschaft in Mannheim wächst damit auf rund 950 Menschen. Zudem wurde vereinbart, dass die Tarifbindung auch über 2011 hinweg gilt.

Bombardier investiert in E-Mobilität

Mannheim. Der Bombardier-Konzern baut sein neues Kompetenzzentrum für elektrische Mobilität in Mannheim aus. Eine Prüf- und Entwicklungsanlage für die „Primove-City-Technologie“ soll im September eröffnet werden. Durch den Einsatz von induktiver Energieübertragung erzeugt das Primove-System Strom aus Kabeln, die unterirdisch verlegt sind und ein Magnetfeld erzeugen. Das System wird unter Spannung gesetzt, wenn ein Fahrzeug darüber fährt, teilt der Konzern mit. Es ist für Straßenbahnen, Busse, Lkw und Pkw einsetzbar.



Montage einer Wassertransportpumpe am KSB-Standort Halle (Salle)

Bild: KSB

Die Krise hinterlässt Spuren

KSB hat bei Auftragseingang und Umsatz zugelegt. Zurückgegangen ist das Ergebnis. Gründe sind der Margenverfall im Projektgeschäft und die Kosten für die in der Flaute gehaltene Stammebelegschaft.

Frankenthal. Das Erdbeben in Japan und seine Folgen halten die Welt bis heute in Atem. Die Auswirkungen der Nuklearkatastrophe sind auch bei KSB zu spüren. Unmittelbar betroffen waren zwei Mitarbeiter des Frankenthaler Pumpen- und Armaturenherstellers. Der eine hatte das Kernkraftwerk Fukushima gerade verlassen, als die Katastrophe hereinbrach. Der andere war gerade auf dem Weg dorthin. Für beide ging der vermeintliche Routineeinsatz glimpflich aus.

Über die mittelbaren Auswirkungen des GAUs informierte wenige Tage später Dr. Wolfgang Schmitt auf der Bilanzpressekonferenz. Der Vorstandssprecher der KSB AG bezifferte den Umsatzausfall durch die Stilllegung von sieben deutschen Reaktoren auf 15 Millionen

Euro jährlich. Auf der anderen Seite eröffneten sich neue Wachstumschancen, beispielsweise durch das Wiederanfahren von Kohlekraftwerken. Insgesamt entfällt rund ein Fünftel des KSB-Umsatzes auf den Kraftwerksbereich. Betrachtet man nur Nuklearanlagen, sind es fünf Prozent. Weltweit sieht Schmitt die Bundesregierung mit ihrer 180-Grad-Kehrtwende alleine auf weiter Flur. „China und Indien halten am Ausbau der Kernkraft fest.“

Ungeachtet der politischen Unsicherheiten hat das Jahr für KSB vielversprechend begonnen. Der Auftragseingang legte in den ersten zwei Monaten um 11,3 Prozent zu, der Umsatz um 9,2 Prozent. Für das Gesamtjahr rechnet Schmitt mit einem Auftragseingang auf Vorkrisenniveau (2,18 Mrd. €), der Umsatz soll das Vorkrisenniveau (2

Mrd. €) übersteigen. Wachstumstreiber blieben die Schwellenländer. So will KSB den Vertrieb seiner Standardpumpen in China, Russland und Brasilien im laufenden Jahr ausbauen. Neue Landesgesellschaften sind unter anderem in Slowenien, Peru und Vietnam geplant. In der Umsatzplanung sind zudem Erlöse in Höhe von 70 Millionen Euro erhalten, die aus Strategieprojekten resultieren, die KSB 2010 aufgelegt hat.

Mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr zeigte sich der Vorstand zufrieden. Der Auftragseingang des Konzerns übertraf zum zweiten Mal die Marke von zwei Milliarden Euro (+7,3 %). Der Umsatz kletterte um 2,5 Prozent auf 1,9 Milliarden Euro. Getragen wurde der Zuwachs von den Gesellschaften in Asien, Amerika, dem Mittele-

ren Osten und Afrika. In der KSB AG indes schrumpfte Umsatz (-2,1 %) und Auftragseingang (-5,8 %). Grund dafür sei, dass sich in der AG das Projektgeschäft konzentriere. „Das blieb noch von den in der Krise geschobenen Investitionsentscheidungen der Kunden geprägt“, sagte Schmitt. KSB als „Konjunkturspätzykliker“ sei beim Auftrags-eingang daher noch nicht aus der Krise heraus. Anders beim Breiten-geschäft mit Standardpumpen und -armaturen, das sich deutlich belebt habe.

Das Konzernergebnis lag mit 136 Millionen Euro um rund ein Fünftel unter dem Vorjahr. Vorstandssprecher Schmitt führte hierfür drei Gründe an: Zum einen leide KSB im Projektgeschäft unter Preisverfall. Zum anderen habe das Unternehmen nicht mit Stellenabbau reagiert und dadurch Kosten gespart. „Wir haben das Stammpersonal gehalten“, sagte Schmitt. Der Anstieg der Beschäftigtenzahlen auf 14 697 Mitarbeiter (+3,1 %) lässt sich vor allem auf die Erstkonsolidierung von fünf operativen Gesellschaften in Deutschland, Italien, Kanada, Norwegen und Russland zurückführen. Diese Neuzugänge haben auch den Auftragseingang um 40 Millionen Euro und den Umsatz um 35 Millionen Euro beflügelt.

Als dritten Grund für den Ergebnisrückgang nannte Schmitt die hohen Investitionen in den Jahren 2008 und 2009, die nun zu entsprechenden Abschreibungen führten. Die Investitionen in diesen beiden Jahren lagen bei jeweils 90 bis 95 Millionen Euro – das Doppelte des langjährigen Durchschnitts. Im laufenden Jahr wolle der Konzern 70 Millionen Euro investieren. Aufgrund der genannten Ergebnisbelastung erreicht die Umsatzrendite des Konzerns einen Wert von sieben Prozent (-2,1 PP). Als Ziel ha-

ben die Frankenthaler eine Umsatzrendite von mehr als acht Prozent formuliert. Zufrieden zeigte sich Schmitt mit der Eigenkapitalquote von 44,4 Prozent (+0,5 PP). Die Nettofinanzposition stieg auf 293 Millionen Euro (+70 Mio. €). Das im Vorjahr platzierte Schuldscheindarlehen hat KSB nicht zur Finanzierung des operativen Geschäfts benötigt. Alle Investitionen habe man aus dem Cash-Flow bezahlt. Aufgelegt hatte der Konzern das Darlehen aus Angst, in der Finanzkrise von den Banken kein Geld mehr zu bekommen. Der Geldaufnahme von 131 Millionen Euro stehen zum Jahresende Guthaben in Höhe von 424 Millionen Euro gegenüber. Die komfortable Finanzsituation erlaubt es dem Unternehmen, ungeachtet des geschrumpften Ergebnisses die Höhe der Dividende zu halten. Der Mitte Mai tagenden Hauptversammlung wird der Vorstand eine Dividende von zwölf Euro vorschlagen. Breiten Raum wird der Vorstand dann vermutlich einem seiner „Innovationsprojekte“ einräumen: KSB-Ingenieure tüfteln derzeit an einer Photovoltaik-Pumpe, die drei Viertel weniger Material und 15 Prozent weniger Strom als vergleichbare Aggregate verbrauchen soll. Das Projekt passt in jedem Fall zum politischen Klima in Deutschland.

Matthias Schmitt

Das Geschäftsjahr 2010

KSB-Konzern	
Auftragseingang:	2,08 Mrd. € (+7,3 %)
Umsatz:	1,94 Mrd. € (+2,5 %)
Konzernergebnis:	135,8 Mio. € (-37 Mio. €)
Umsatzrendite:	7 % (-2,1 PP)
Mitarbeiter:	14 697 (+3,1 %)
- davon in Deutschland:	5089 (+197)
- davon in Frankenthal:	2052 (+39)

BILFINGER BERGER

Baukonzern fokussiert sich auf Europa

Mannheim. Bilfinger Berger will seine Bauaktivitäten auf Europa konzentrieren. Bereits 2010 hat der Bau- und Dienstleistungskonzern seine australische Tochter verkauft. Auf der Bilanzpressekonferenz hat der Vorstandsvorsitzende, Herbert Bodner, mitgeteilt, dass Bilfinger den 49-Prozent-Anteil an Julius Berger Nigeria Plc verringern werde. Der nigerianische

Marktführer bewegt sich auf schwierigerem Terrain: Das Land rangiert auf dem Korruptionsranking von Transparency International auf Rang 134. Mit 2010 zeigte sich Bodner zufrieden: Die Leistung lag bei 8,1 Milliarden Euro (+5 %), das Ebit bei 343 Millionen Euro (+98 %). Für das laufende Jahr rechnet Bodner mit einer anhaltend erfolgreichen Entwicklung. *MSc*



Prüfen · Beraten · Gestalten

Mit dem Hauptsitz in Heidelberg, im Herzen der Metropolregion, ist FALK & CO seit über 75 Jahren ein zuverlässiger Begleiter vieler mittelständischer Unternehmen. Als mittelgroße und unabhängige Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft sind wir mit 7 weiteren Standorten bundesweit aufgestellt. Rund 250 Mitarbeiter, davon ca. 75 Berufsträger, stellen sich als kompetente und engagierte Ansprechpartner in den Dienst unserer Mandanten.

Innerhalb von PRAXITY - einem weltweiten Verbund unabhängiger Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften - sind wir ein bedeutendes Mitglied in Deutschland. Damit können wir unseren deutschen Mandanten bei ihren internationalen Aktivitäten helfen. Wir sind aber auch ein viel gefragter Partner von internationalen Unternehmen bei ihren deutschen Interessen.

Unsere Kompetenzen und Dienstleistungen decken das gesamte Spektrum unseres Berufsstandes ab:

- Wirtschaftsprüfung
- Steuerberatung
- Betriebswirtschaftliche Beratung
- Sonderprüfungen und Gutachten
- Nationale und internationale Gestaltungsberatung
- Insolvenznahe Beratung

FALK GmbH & Co KG
Im Breitspiel 21 · 69126 Heidelberg
Telefon: 06221 399-0
E-Mail: info@falk-co.de

www.falk-co.de

HEIDELBERG · KARLSRUHE · SPEYER
FRANKFURT · BERLIN · MÜNCHEN
TAUBERBISCHOFHEIM · OSNABRÜCK



Sparkasse steigert Ergebnis

Heppenheim. Die Sparkasse Starkenburg hat im vergangenen Jahr ein Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit von 17,3 Millionen Euro erzielt (+3,4 Mio. €). Die Bilanzsumme stieg um 71 Millionen Euro auf 1,86 Milliarden Euro. „Unser Ziel ist, die Zwei-Milliarden-Grenze zu knacken“, sagte Vorstandsvorsitzender Jürgen Schüdde beim Bilanzpressegespräch. Positiv haben sich die Spareinlagen entwickelt. Deren Summe kletterte auf 925 Millionen Euro (+29 Mio. €). Das Kreditvolumen stieg um 25 Millionen Euro auf 824 Millionen Euro.

Firmenkredite wachsen sprunghaft

Speyer. Die Kreis- und Stadtsparkasse Speyer ist nach eigenen Angaben die ertragsstärkste Sparkasse in Rheinland-Pfalz. Bei einer Bilanzsumme von 1,5 Milliarden Euro lag der bereinigte Jahresüberschuss bei 23 Millionen Euro. Die Gesamtkapitalquote lag bei mehr als 13 Prozent. Zuwächse verzeichnete die Sparkasse auch bei den Kundeneinlagen, die um vier Prozent auf 875 Millionen Euro stiegen. Das Kreditvolumen erreichte 932 Millionen Euro (+1,2 %), davon entfielen 156 Millionen Euro (+29 %) auf das Firmenkundengeschäft.

Dividende liegt bei 5,5 Prozent

Eberbach. Die Bilanzsumme der Volksbank Neckartal belief sich im vergangenen Geschäftsjahr auf 1,5 Milliarden Euro, der Bilanzgewinn auf 2,2 Millionen Euro. Die Kundeneinlagen wuchsen um vier Prozent auf 1,24 Milliarden Euro, das Kreditvolumen lag bei 865 Millionen Euro. Der Vorstand hat der Mitte Juni tagenden Hauptversammlung daher eine Dividende von 5,5 Prozent vorgeschlagen. Die Volksbank hat 43 000 Mitglieder.

Die Bilanzsumme wächst

Bürstadt. Die Raiffeisenbank Ried e.G. hat im vergangenen Geschäftsjahr ihre Bilanzsumme um fünf Prozent auf 280 Millionen Euro gesteigert. Das gesamte Kreditvolumen lag bei 148 Millionen Euro, davon entfielen 9,6 Millionen Euro auf neu vergebene Kredite an Firmenkunden und 7,7 Millionen auf Privatkundenkredite. Die 9100 Mitglieder der Raiffeisenbank können mit einer Dividende von fünf Prozent rechnen.

Und wieder ein bisschen mehr

Mehr Kredite, mehr Kunden: 2010 stieg die Bilanzsumme der Heidelberger Volksbank auf über eine Milliarde Euro an.

Heidelberg. „Die Entwicklung war bestens.“ Mit diesen ersten Worten fasst Jürgen Neidinger das vergangene Geschäftsjahr zusammen. Der Vorstand der Heidelberger Volksbank zeigte sich beim Jahresgespräch mehr als zufrieden. Im Vergleich zum Vorjahr legte die Bilanzsumme um 9,5 Prozent auf mehr als eine Milliarde Euro zu. Der Jahresüberschuss blieb mit rund 3,1 Millionen Euro (-0,1 %) indes trotz verbesserten Zinsüberschusses auf dem Niveau von 2009, was Vorstand Toralf Weimer unter anderem auf einmalige Aufwendungen durch neue Bilanzierungsvorschriften zurückführt. Vorausgesetzt der Zustimmung durch die Vertreterversammlung werden die Heidelberger wieder sieben Prozent Dividende an die Genossen ausschütten.

Bei den Kundenkrediten (+7,6 %) und Kundeneinlagen (+9,5 %) hat sich die Bank ebenfalls verbessert. „Und das deutlich über Marktwachstum“, sagt Weimer. So stieg die Bilanzsumme bei den baden-württembergischen Volksbanken durchschnittlich nur um 1,5 Prozent, die Kredite um 2,7, die Einlagen um 3,5 Prozent. Im Landesranking der 232 Genossenschaftsbanken belegen die Heidelberger Platz 33.

Die gute Entwicklung führen die Vorstände sowohl auf die steigende Zahl von Kunden als auch auf das günstige Zinsumfeld zurück. „Wir haben im vergangenen Jahr 1200 neue Kunden gewinnen können“, sagt Jürgen Neidinger, zwei Drittel davon Privat- und ein Drittel Firmenkunden. Die Unternehmensdarlehen machen rund die Hälfte des Kreditvolumens aus. Insgesamt habe die Volksbank 165 Millionen Euro (+18 %) an neuen Krediten zugesagt, auch hier die Hälfte für gewerbliche Finanzierungen.

„Totalausfälle fanden nicht in dem Umfang statt, wie manche erwartet hatten“, so Vorstand Neidinger. Die Finanzkrise habe sich auf das Firmenkundengeschäft kaum ausgewirkt. Im letzten Jahr habe die Volksbank verschiedenste Investitionsfinanzierungen im Mittel-



Die Vorstände der Heidelberger Volksbank, Toralf Weimer (l.) und Jürgen Neidinger, blicken zufrieden auf das Geschäftsjahr 2010 zurück. Bild: zg

stand getätigt. „Natürlich können wir nicht Heidelberg Druck finanzieren“, sagt Jürgen Neidinger und lächelt. „Wir haben aber Betriebsmittelkredite an einen Zulieferer des Druckriesen ausgegeben.“ Auch die Bauträger- und Grundstücksfinanzierung von Gewerbetreibenden spiele im immobilienstarken Heidelberg eine große Rolle. Ebenso Kredite für den Dienstleistungssektor. „Im letzten Jahr hat keiner unserer Kunden Insolvenz angemeldet“, sagt Neidinger.

Ausreichend Gelder sollen den Gewerbetreibenden auch im laufenden Jahr zur Verfügung stehen. Die neuen Eigenkapitalanforderungen nach Basel III werden die Bank nach eigenen Aussagen nicht in ihrer Kreditvergabe einschränken. Als Konsequenz aus der Finanzkrise müssen die Institute bis 2019 ihr Eigenkapital erhöhen. Die Volksbank erfüllt die Anforderungen bereits, dennoch wird die Neuregelung mit Skepsis betrachtet. Kleinere Banken müssten dadurch langfristig die Kredite verteuern und so die Kosten auf die Kunden abwälzen. „Basel III geht von einem falschen Ansatz aus“, kritisiert Weimer. Eine gerechte Regulierung müsse bei den Wertpapiergeschäften der Großbanken ansetzen, wo auch die Ursachen der Finanzkrise auszumachen sind.

Von erlösorientierter Verkaufsteuerung im eigenen Haus wollen

die Heidelberger nichts wissen: „Wir raten nicht offensiv zu riskantem und volatilem Wertpapierhandel“, beteuert Weimer. Die Krise habe eine Renaissance der sicheren und festen Geldanlagen eingeleitet. Für viele Kunden sei derzeit die Immobilie die verlässlichste Kapitalanlage. Im vergangenen Jahr erzielte die Heidelberger Volksbank Rekorderträge in der Vermittlung. „Das Provisionsergebnis war 2010 eine unserer wichtigsten Ertragsquellen“, erläutert Neidinger.

Freude bereitet Vorstand und Mitarbeitern einstweilen nicht nur die positive Bilanz. Im „Heidelberger Kundenspiegel“, einer regionalen Bürgerbefragung, belegte die Bank Platz eins bei den untersuchten Geldinstituten. Den Weg in die Zukunft wollen die Heidelberger auch weiterhin alleine gehen. „Fusionen sind weder geplant noch beabsichtigt“, so die Vorstände.

Verena Zimmer

Das Geschäftsjahr 2010

Bilanzsumme	1,08 Mrd. €
Kundeneinlagen:	942 Mio. € (+9,5 %)
Kredite:	599,9 Mio. € (+7,6 %)
- davon privat:	302 Mio. €
- davon gewerblich:	298 Mio. €
Eigenkapital:	53,9 Mio. €
Kunden:	51 000
Girokonten:	30 500
Mitglieder:	18 573

entdecker lieben bekanntes

Kinder sind geborene Entdecker. „Jugend forscht“ unterstützen wir deshalb schon seit mehr als 40 Jahren und erfinden unser Angebot für die Region immer wieder neu: von den Mitmachlaboren über Online-Spiele bis hin zu Schulmaterialien. Wenn wir jungen Forschern Raum für Ideen geben, dann ist das Chemie, die verbindet. Von BASF. www.basf.com/mit-uns-gewinnt-die-region



Ein Unternehmen
in der


Metropolregion
Rhein-Neckar


The Chemical Company

STAS erzielt Rekordergebnis

Reilingen. Mit fast 100 Neukunden, einem Ergebniszuwachs um 30 Prozent sowie Ausbau des Personalstandes um 16 Mitarbeiter hat STAS, der Anbieter für Business Intelligence- und Performance-Management, 2010 abgeschlossen und blickt auf das nach eigenen Angaben beste Geschäftsjahr der Firmengeschichte zurück. Für die Marke STAS Control, die inzwischen auf vier Technologie-Plattformen etabliert wurde, erwartet das Unternehmen 2011 ein deutliches Wachstum.

Ciber legt beim Umsatz zu

Heidelberg. Das SAP-Beratungshaus Ciber Deutschland hat 2010 einen Umsatz von 69,6 Millionen Euro erwirtschaftet. Das entspricht einem Zuwachs von rund 27 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Im Consulting-Bereich stehe den Kunden jetzt zusätzliches Know-how in der Strategie- und Prozessberatung zur Verfügung, schreiben die Heidelberger in einer Mitteilung. Zudem hat die neue Ciber Managed Services GmbH (CMS) mit Sitz in Freiburg ein Team von rund 100 Mitarbeitern aufgebaut – damit verfügte Ciber Deutschland Ende 2010 über insgesamt rund 400 Beschäftigte.

Fasihi GmbH gewinnt neue Kunden

Ludwigshafen. Das IT-Unternehmen Fasihi GmbH hat 2010 den Umsatz um vier Prozent auf 2,19 Millionen Euro gesteigert. Gründe für die Umsatzsteigerung seien zum einen Aufträge aus der BASF SE, einem der wichtigsten Kunden der Fasihi GmbH, so eine Mitteilung. Zum anderen sei es dem Unternehmen gelungen, im abgelaufenen Jahr neue Kunden für ihr selbst entwickeltes Produkt, das Fasihi Enterprise Portal, zu gewinnen. Sollte die positive Entwicklung anhalten, werde die IT-Firma weitere Mitarbeiter einstellen.

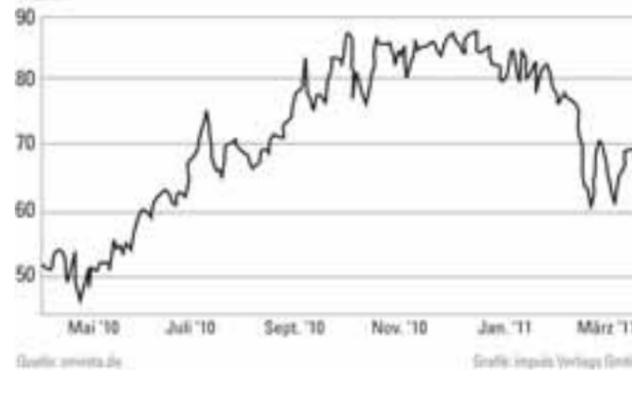
SNP will Umsatz verdoppeln

Das Heidelberger Unternehmen erhofft sich gute Geschäfte mit seiner Software T-Bone. Dazu braucht SNP aber neue Berater und Partner.

Heidelberg. Im vergangenen Jahr hat SNP seine Software T-Bone vorgestellt. Damit können verschiedene SAP-Systeme oder ein SAP-System mit einem fremden, beispielsweise von Oracle oder Microsoft, zusammengeführt werden. Auf der diesjährigen Bilanzpressekonferenz hat der Vorstandsvorsitzende Andreas Schneider-Neureither nun angekündigt, dass in rund drei Jahren T-Bone beliebige Enterprise Resource Planning (ERP) Systeme zusammenführen könne. Das wäre ein riesiger Markt – alleine das Marktpotenzial mit SAP-Transformationen schätzt Boston Consulting auf mehr als 30 Milliarden Euro. Das gesamte Marktvolumen inklusive der SAP-Konkurrenten liegt bei mehr als 100 Milliarden Euro. Denn diese Transformationen stehen immer dann an, wenn ein Unternehmen restrukturiert, ein anderes übernimmt oder zwei Firmen fusionieren. In all diesen Fällen heißt es für die IT, die unterschiedlichen Systeme zusammenzuführen.

Angesichts des Potenzials nehmen sich die bisherigen Umsätze mit T-Bone noch verhalten aus. Vom SNP-Umsatz in Höhe von 22 Millionen Euro (+ 2 Mio. €) steuerten Softwareerlöse knapp sechs Millionen Euro bei. Das Gros entfällt mit mehr als 16 Millionen Euro immer noch auf das Service- und Beratungsgeschäft. Den bis 2015 prognostizierten Umsatz von 50 Millionen Euro will SNP daher auch mit Hilfe von Partnern erreichen. Unternehmen wie HP, T-Systems oder Realtech sollen T-Bone für das eigene Geschäft nutzen. Einfach sei der Aufbau solch eines Partnernetzwerkes nicht. Denn auch der Umgang mit T-Bone, das

Die SNP-Aktie im Jahresverlauf in Euro



Software-Transformationen vereinfachen soll, will erst gelernt sein. Das mussten die Heidelberger im vergangenen Jahr erfahren. Ein IT-Dienstleister wollte mit T-Bone Projekte beim südafrikanischen Rohstoffkonzern Sasol durchführen. Letztendlich musste SNP-Manpower mithelfen, da der Partner nicht schnell genug eigene Berater ausbilden konnte. Die Zahl der bisher insgesamt mit T-Bone abgewickelten Transformationen beziffert Schneider-Neureither auf mehr als 100.

Das Ebit des vergangenen Jahres lag mit 4,6 Millionen Euro leicht unter Vorjahresniveau. Gründe seien die hohen Investitionen in den Erfolg der neuen Software – das heißt vor allem in die Gewinnung neuer Mitarbeiter und deren Schulung. „Die Einarbeitungsphase dauert drei bis sechs Monate“, erklärte Petra Neureither, die im Vorstand für Finanzen zuständig ist. Die Mitarbeiterzahl stieg von 145 auf 171. Im laufenden Jahr sollen weitere 50 neu eingestellt werden. SNP plant

zudem weitere Auslandstöchter in Südafrika und den USA.

Personelle Veränderungen stehen auch im Vorstand und Aufsichtsrat an. Wie berichtet, legt Petra Neureither ihr Vorstandsmandat mit der kommenden Hauptversammlung nieder. Auf ihre berufliche Zukunft angesprochen, sagte sie: „Erst mal mache ich Urlaub.“ Pläne für die Zeit danach habe sie noch nicht. Auch in den Aufsichtsrat wolle sie nicht einziehen. Denn auch dort steht eine Veränderung an. Der komplette Aufsichtsrat steht auf der Hauptversammlung zur Neuwahl an. Grund ist, dass Günther Weispfennig, der seinen Aktienanteil auf rund zehn Prozent aufgestockt hat, auf Vertretung im Aufsichtsrat drängt. Die Ankeraktionäre sind nach wie vor die SNP-Gründer Petra Neureither und Andreas Schneider-Neureither, die zusammen direkt oder indirekt fast zwei Drittel der Anteile halten. Daran solle sich auch mit dem Ausscheiden von Petra Neureither nichts ändern. **MSc**

CEMA

IT-Dienstleister erzielt Umsatzrekord

Mannheim. Die Cema AG hat mit 27,9 Millionen Euro (+7 Mio. €) im vergangenen Jahr so viel umgesetzt wie noch in keinem anderen Jahr. „Mit 30 Prozent Wachstum zahlt sich unser antizyklischer Kurs aus“, sagt der Vorstandsvorsitzende Thomas Steckenborn. Angaben zum Ergebnis macht das Unternehmen traditionell nicht. Das IT-Systemhaus hat das Krisenjahr 2009 nach eigenen Angaben dazu genutzt, durch Investitionen in Fachkräfte, Aus- und Weiterbildung sowie in neue Technologien wie Cloud-Computing die Marktposition zu stärken. Den größten Umsatzsprung von 41 Prozent verzeichnete das Produktgeschäft. Der Umsatz stieg von 13,3 Millionen Euro auf 19,3 Millionen Euro. Die hohe Nachfrage resultiere hauptsächlich aus dem Nachholen von Ersatzbeschaffungen, aber auch von Innovationsprojekten, die wegen der unsicheren Konjunktur zurückgestellt wurden. „In Zeiten knapper

IT-Budgets ist die Virtualisierung für unsere Kunden ein Königsweg, um mit einer leistungsstarken IT die Geschäftsprozesse noch effektiver zu unterstützen und die Betriebskosten zu senken“, sagt Steckenborn. Diese Entwicklung spiegeln auch die guten Zahlen im anziehenden Dienstleistungsgeschäft (Service und Consulting) wider, das um ein Drittel auf 8,6 Millionen Euro zulegen. Um das Wachstum zu bewältigen, hat die Cema AG 27 neue Mitarbeiter eingestellt, hauptsächlich IT-Spezialisten mit entsprechender Fachausbildung oder -studium sowie Sales Consultants. Momentan beschäftigt der IT-Dienstleister an bundesweit acht Standorten 160 Mitarbeiter. Für das laufende Geschäftsjahr zeigt sich Steckenborn optimistisch: Um 30 Prozent solle sein Unternehmen wieder wachsen. Auch der Stellenaufbau gehe weiter. 30 neue Arbeitsplätze sollen entstehen, vielleicht sogar ein neuer Standort im Großraum Köln. **Red**

REALTECH

Aktionäre gehen leer aus

Waldorf. Die Realtech AG hat im Geschäftsjahr 2010 einen Umsatz von 52,5 Millionen Euro erzielt (+8 %). Die Walldorfer beraten Unternehmen zum einen im SAP-Umfeld, zum anderen entwickeln sie eigene Software. Die Sparte Softwarelösungen wuchs um 17 Prozent auf 13,7 Millionen Euro, der Geschäftsbereich Consulting um fünf Prozent auf 38,8 Millionen Euro. Zum Ebit von 4,4 Millionen Euro (+70 %) trug der Geschäftsbereich Software mit 69 Prozent den Löwenanteil bei, auf das Beratungsgeschäft entfiel der Rest. Beim Ebit wurden die Ergebnisse der italienischen Tochtergesellschaft Realtech Italia nicht berücksichtigt. Von der Niederlassung in Mailand hat sich Realtech Mitte Dezember im Zuge eines Management-Buy-outs getrennt. Im Konzernergebnis indes sind die Erträge von Realtech Italia berücksichtigt und führen mit minus 1,5 Millionen Euro zu roten Zahlen. Das Ergebnis pro Aktie lag

entsprechend bei minus 0,27 Euro (Vorjahr: 0,23 €). Da die Realtech AG keinen Bilanzgewinn ausweist, empfehlen Vorstand und Aufsichtsrat der Ende Mai tagenden Hauptversammlung, keine Dividende auszuschütten. Zum laufenden Geschäftsjahr sagt der Vorstandsvorsitzende Nicola Glowinski: „Das Jahr 2011 steht im Zeichen des Ausbaus unseres Kerngeschäftes.“ Sowohl die erweiterten Entwicklungs- und Vertriebspartnerschaften mit der SAP also auch die geplante Expansion der Software-Produkte in weitere Regionen erforderten neue Anstrengungen und verlangten zusätzliche finanzielle Investitionen. „Oberste Priorität bleibt jedoch ein profitables Wachstum, welches wir in den kommenden Jahren deutlich ausbauen werden“, so Nicola Glowinski. Die 1994 gegründete Realtech AG beschäftigte im vergangenen Jahr nach eigenen Angaben 506 Mitarbeiter (ohne Italien). **MSc**

[Talent ist nicht alles!]



Eine gute Werbeagentur bietet auch virtuose Projektabwicklung

Sie wissen nur wann Sie ankommen, wenn Sie wissen wo Sie sich gerade befinden! Darum erfahren Sie von uns jederzeit was Sache ist. Transparenz durch feste Timelines und Statusberichte ist bei uns Standard.

www.donner-doria.de/service.php



DONNER & DORIA
WERBEAGENTUR GMBH



DAS WORMSER
TAGUNGSZENTRUM



GEHT NICHT, GIBT'S!

Das Wormser Tagungszentrum bietet Ihnen alles – außer Firlanz: den Platz, den Sie wollen, die Technik, die Sie brauchen, die Flexibilität, die Ihnen vieles erleichtert, den Service, den Sie genießen, ein Drumherum, das Sie begeistert, zu Konditionen, die Sie erfreuen. Wir freuen uns auf Sie!

Infos unter (06241) 2000-371 oder www.das-wormser.de/tagungszentrum

Lassen Sie Fremdsprachen ruhig unsere Sorge sein
www.hoffmann-translations.eu
 Kompetenz in Übersetzungen

Infectopharm will weiter wachsen

Heppenheim. Der Pharmahersteller Infectopharm hat im vergangenen Jahr einen Umsatz von 60,5 Millionen Euro erwirtschaftet. Das sagte Geschäftsführer Manfred Zöller dem „Handelsblatt“. Damit habe sich der Umsatz in den vergangenen zehn Jahren vervierfacht. Auch im laufenden Jahr wolle das Familienunternehmen wieder zweistellig wachsen. Infectopharm entwickelt keine eigenen Medikamente, sondern modifiziert bestehende Wirkstoffe so, dass sie für Kinder besser geeignet sind.

US-Firma übernimmt Internormen

Altlußheim/Cleveland. Der US-amerikanische Industrierausrüster Eaton mit Sitz in Cleveland hat die Internormen Technology Group gekauft. Das Unternehmen aus Altlußheim (Rhein-Pfalz-Kreis) ist nach eigenen Angaben ein führendes Unternehmen im Bereich Hydraulikfilter und Messanlagen. Internormen hat rund 360 Beschäftigte und erzielte 2010 einen Umsatz von mehr als 55 Millionen US-Dollar. Das Unternehmen wurde 1972 von Helmut Franger gegründet. Dessen Söhne, Stefan und Bernhard Franger, führen das Unternehmen auch nach der Übernahme.

Nolte kündigt 39 Mitarbeitern

Germersheim. Bei Möbel-Nolte wird der Abbau von 112 Arbeitsplätzen vollzogen. 39 Mitarbeiter erhalten nach Zeitungsberichten über Interessenausgleich und Sozialplan Abfindungen und müssen gehen. Die übrigen hätten bereits im Vorfeld Auflösungsverträge unterschrieben. Ursache für den Abbau sei die nach wie vor schwierige wirtschaftliche Situation der Branche. Das Unternehmen hat jetzt die untere Grenze der im Standortversicherungsvertrag definierten Mitarbeiterzahl von knapp 700 erreicht.

Sterling Sihi investiert in Standort

Ludwigshafen. Die Sterling Sihi GmbH investiert elf Millionen Euro am Standort Rheinufer Süd. Schrittweise bringt der Betrieb den Verwaltungstrakt auf Vordermann – zunächst mit dem Abriss von zwei Gebäuden. Erst dann kann der Büro-Neubau für 130 Mitarbeiter (Kosten: 5,5 Millionen Euro) beginnen. Er soll Ende 2012 bezugsfertig sein.

Rekord und Risiko

Bei Umsatz und Ergebnis hat Freudenberg neue Bestmarken erzielt.

Ob das Hoch anhält, ist zweifelhaft. Zu schaffen machen dem Konzern steigende Materialpreise und zurückhaltende Verbraucher.

Weinheim. Im Wechselbad der Konjunktur: 2009 hatte Freudenberg den ersten Verlust seit 1952 eingefahren. Der Umsatz war auf dem Höhepunkt der Wirtschaftskrise um 17 Prozent eingebrochen. Nur ein Jahr später hat sich das Blatt komplett gewendet. 2010 hat der Weinheimer Mischkonzern bei Umsatz und Ebit Rekordwerte erzielt (siehe Kasten und Grafik). „Hauptgrund ist die schnelle wirtschaftliche Erholung – auch und gerade in Deutschland“, sagte Peter Bettermann, Sprecher der Unternehmensleitung, auf der Bilanzpressekonferenz. Weitere Gründe seien verbesserte Strukturen, das strikte Finanzmanagement und Nachholeffekte der Kunden. Vor allem das Geschäft mit der Automobilindustrie lief wieder rund. Freudenberg profitierte nach eigenen Angaben vom Boom bei Mittel- und Oberklasse-Pkw. Die Umsatzeinbrüche im Krisenjahr waren maßgeblich der schwachen Autokonjunktur geschuldet. Der Umsatzanteil mit dieser wichtigsten Kundengruppe lag 2010 bei 33 Prozent – exakt der gleiche Wert wie im Vorjahr (siehe Grafik). Eigentlich ist es erklärtes Ziel von Freudenberg, die Abhängigkeit von den Autobauern zu reduzieren. Der Konzern hat dazu zu Jahresanfang drei neue Geschäftsgruppen ins Leben gerufen, die den Umsatz jenseits des Automotivsektors beflügeln sollen: Helix Medical



Peter Bettermann, Sprecher der Unternehmensleitung. Bild: zg

(Medizintechnik), Freudenberg Oil & Gas und Freudenberg Schwab (Schienenverkehr). Zu dieser Diversifikationsstrategie zählt auch der Kauf des Oberflächenspezialisten SurTec aus Zwingenberg (Kreis Bergstraße), der als vierte Säule in die Geschäftsgruppe Chemical Specialities integriert wurde. Für die in Kaiserslautern angesiedelte Medizintechnik-Sparte berichtete Mohsen Sohi, dass sie im vergangenen Jahr einen Umsatz von 80 Millionen US-Dollar erwirtschaftet habe. Insgesamt 600 Menschen arbeiten in der Medizintechnik – in Werken in den USA, China, Deutschland und Irland. „Der weltweite Medizintechnikmarkt wird weiter wachsen“, sagte Sohi, der

im Mai 2010 in die Geschäftsleitung eingetreten ist.

Wachstum sollen auch neu entwickelte Produkte bringen. 181 Millionen Euro hat Freudenberg im vergangenen Jahr daher in Forschung und Entwicklung gesteckt. Zu den Schwerpunkten gehören die Reduzierung von CO₂-Emissionen, der Einsatz nachwachsender Rohstoffe, die Oberflächentechnologie, Mobilitätskonzepte wie Elektro- und Hybridantriebe sowie materialschonende Fertigungsverfahren. Wie wichtig Forschung und Entwicklung für den Konzern sind, verdeutlichte Dr. Martin Stark: „Wir machen ein Viertel unseres Umsatzes mit Produkten, die in den vergangenen vier Jahren entwickelt wurden.“ Seit 2007 sei diese Quote kontinuierlich angewachsen. Als „exzellentes Beispiel für langfristige und nachhaltige Entwicklungsarbeit“ verwies das Mitglied der Geschäftsführung auf den „Deutschen Innovationspreis“, den das Unternehmen Ende März erhalten hat. Die Jury prämierte mit der Auszeichnung eine neu entwickelte energie- und ressourcensparende Produktionstechnik, bei der der Stahlverbrauch um fast drei Viertel sinkt.

Solche Prozessinnovationen werden immer wichtiger, auch um die explodierenden Material- und Rohstoffpreise zu kompensieren. Als Beispiel nannte Konzernchef

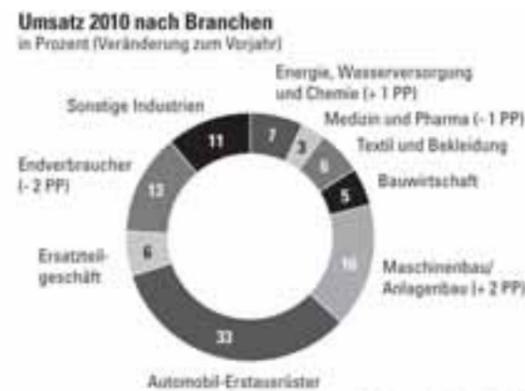
Bettermann den Preis für Naturkautschuk, der sich auf einem Allzeithoch befindet. Doch das laufende Geschäftsjahr zeichne sich durch weitere Risiken aus. Bettermann nannte die Staatsverschuldung, Finanzmarktrisiken und die Konjunkturlaute in Südeuropa. Die Zurückhaltung der dortigen Konsumenten spürt Freudenberg bereits im Vertrieb seiner Haushaltsprodukte, die unter der Marke Vileda verkauft werden. Insgesamt zeigte sich Bettermann mit dem Geschäftsverlauf in den Monaten Januar bis März zufrieden. „Die Auftragsbücher sind voll.“ Angesichts der Risiken wäre der promovierte Mineraloge und Jurist jedoch froh, den Rekordumsatz aus dem vergangenen Jahr zu halten. Beim Ebit werde das noch schwieriger, da die steigenden Materialkosten nur eingeschränkt oder zeitversetzt an die Kunden weitergegeben werden können.

Eine Baustelle ganz anderer Art ist die gesellschaftliche Struktur des Konzerns, dessen Anteilseigner 300 Nachfahren des Firmengründers Carl Johann Freudenberg sind. Das Industrieunternehmen möchte ab 1. Januar 2011 seine operativen Gesellschaften in einer Holding bündeln, die als Europäische Aktiengesellschaft (SE) organisiert ist. Der SE übergeordnet bleibt die bisherige Obergesellschaft, die Freudenberg & Co. KG, bestehen. Parallel will der Konzern die Zahl seiner Töchter von 400 auf 300 reduzieren. Für diese Neuaufstellung spreche eine größere Transparenz – sowohl gegenüber den Gesellschaftern als auch Kunden, Banken und der Öffentlichkeit. Wechsel im Management oder ein Personalabbau sei mit den Maßnahmen nicht verbunden – auch am Firmensitz in Weinheim werde festgehalten. Am Ort der Unternehmensgründung vor 162 Jahren arbeiteten im vergangenen Geschäftsjahr 4500 Menschen, 120 weniger als im Vorjahr.

Matthias Schmitt

Das Geschäftsjahr 2010

Umsatz: 5,48 Mrd. € (+31 %)
Ebit: 431 Mio. € (+592 Mio. €)
Cash-Flow: 468 Mio. € (+12 Mio. €)
Free Cash Flow: 198 Mio. € (-62 Mio. €)
Eigenkapitalquote: 47,2% (+2,9 PP)
Mitarbeiter insgesamt: 34 319 (+6,8 %)
 - davon in Deutschland: 10 804 (+1,5 %)



Quelle: Unternehmensangaben Freudenberg

Grafik: meyer Verlags GmbH

FUCHS PETROLUB

Schmierstoffhersteller bleibt auf Wachstumskurs

Mannheim. Fuchs Petrolub hat bei Umsatz und Ergebnis neue Bestmarken erreicht. Der Umsatz des Schmierstoffherstellers lag bei 1,46 Milliarden Euro (+24 %), das Konzernergebnis bei 171,6 Millionen Euro (+41 %). Die Nettoumsatzrendite stieg um 1,5 Prozentpunkte auf 11,8 Prozent. Damit hat der familiengeführte Konzern den krisenbe-

dingten Umsatzrückgang des Vorjahres wieder aufgeholt. Auch im laufenden Geschäftsjahr bleibe das Unternehmen auf Wachstumskurs. Der Vorstandsvorsitzende Stefan Fuchs sagte auf der Bilanzpressekonferenz, dass das Wachstum überwiegend organisch erfolgen solle. Am Unternehmenssitz in Mannheim plant das Unternehmen

ein neues Tanklager und die Schaffung von 20 Stellen. Konzernweit werde die Zahl der Arbeitsplätze um 170 ansteigen. Vom Rekordjahr profitieren auch die Aktionäre – der Dividendenvorschlag liegt bei 2,7 Euro je Stammaktive (+1 €). Zudem plant Fuchs Petrolub nach der Hauptversammlung einen Aktiensplit im Verhältnis eins zu drei. Red



Erleben Sie die Faszination des Vorausfahrens.

Testen Sie jetzt die neue Generation C-Klasse. Eine Klasse voraus.

- Entdecken Sie das stilvolle Interieur und die edlen Materialien der C-Klasse¹
- 10 führende Fahrassistenzsysteme² für mehr Sicherheit und Komfort
- Neue Telematik-Generation³ mit Internetzugang und 3-D-Optik
- Leasing- und Finanzierungsangebote

Jetzt Probe fahren!

125! Jahre Innovation



Mercedes-Benz Niederlassung Mannheim-Heidelberg-Landau der Daimler AG
 Mannheim, Fahrlachstr. 50, Telefon 0621 453-125
 Heidelberg/Rohrbach-Süd, Haberstr. 26, Telefon 06221 340-125
 Landau, Am Schänzel 1, Telefon 06341 970-105
 www.unser-benz.de

¹Kraftstoffverbrauch kombiniert: 4,4–7,6 l/100 km; CO₂-Emission kombiniert: 117–195 g/km. Die Angaben beziehen sich nicht auf ein einzelnes Fahrzeug und sind nicht Bestandteil des Angebots, sondern dienen allein Vergleichszwecken zwischen verschiedenen Fahrzeugtypen. ²Teilweise Sonderausstattung. ³Sonderausstattung.

Ein Meisterbetrieb - Klare Sache
www.asepa.de



Haben Sie ein ungelöstes
Reinigungsproblem?

Überlegen Sie wie Sie Ihre
laufende Reinigung effizienter
und wirtschaftlicher gestalten
können?

Dann testen Sie uns - Ihr
professioneller Dienstleister

Reinigung von Büro- und
Industriegebäuden, Krankenhäuser
sowie Glasfassaden, Erledigung
von Hausmeister- und Entsorgungsdiensten,
Gartenpflege, Winterdienste

NEU! Postbearbeitung



asepa Dienstleistungen GmbH
Vangerowstraße 33
69115 Heidelberg
Tel: 06221/ 757200
Fax: 06221/ 757201
E-Mail: l.palantoeken@asepa.de



Das Team der HypoVereinsbank in der Metropolregion Rhein-Neckar (v. l.): Jürgen R. Ofer (Großunternehmen), Stefan Hüttel (Wealth Management), Jörg Müller (Privatkunden) und Christian Schulze (kleine und mittlere Unternehmen). Bild: ir

Bank gewinnt Firmenkunden

Die HypoVereinsbank hat in der Metropolregion Rhein-Neckar die Zahl der von ihr betreuten Unternehmen gesteigert. Das Volumen der vergebenen Kredite in dieser Kundengruppe stagnierte hingegen.

Rhein-Neckar. Die HypoVereinsbank hat vom wirtschaftlichen Aufschwung in der Metropolregion Rhein-Neckar profitiert. „Die Unternehmen sind schnell wieder an den Markt gekommen“, sagte Christian Schulze beim Bilanzgespräch. Der Direktor ist verantwortlich für kleinere und mittlere Unternehmen. Insgesamt stieg die Zahl der betreuten Firmenkunden um drei Prozent auf 4600. 670 davon erzielen einen Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro und werden daher von Jürgen R. Ofer und seinem Team betreut, das für Großkunden verantwortlich ist.

Aktuelle Herausforderungen für diese Gruppe seien derzeit die unsichere Lage in Japan, die politischen Unruhen in Nordafrika und die Entwicklung der Rohstoffpreise. „Damit gilt es umzugehen“, sagte Ofer.

Das an Firmenkunden ausgereichte Kreditvolumen lag mit rund 800 Millionen Euro auf Vorjahresniveau. Fast 500 Millionen Euro davon entfielen auf Großunternehmen. Die Mittel seien sowohl in aufgeschobene Investitionen geflossen als auch in die Finanzierung des weiteren Wachstums. Für eine Ausweitung des Kreditvolumens stehe die Bank bereit. „Wir verfügen über eine Kapitalausstattung, die es uns erlaubt, unsere Kunden zu begleiten“, sagte Schulze. Die Kernkapitalquote der HypoVereinsbank mit Sitz in München lag zu Ende des Jahres bei 16,6 Prozent (-1,2

PP). Dr. Theodor Weimer, Sprecher des Vorstandes, sprach bei der Bilanzpressekonferenz wenige Tage zuvor von einer „exzellenten Kapitalausstattung“. Die Bank hat das Ergebnis vor Steuern mit 1,9 Milliarden Euro deutlich gesteigert (+616 Mio. €). Den Löwenanteil dazu trug der Bereich Corporate & Investment Banking mit alleine 1,5 Milliarden Euro bei. Der Bereich Private Banking, also die Betreuung vermögiger Privatkunden, entfielen 123 Millionen Euro.

„Wir konnten trotz harten Wettbewerbs unsere Kundenzahl stabil halten und das verwaltete Geschäftsvolumen sogar leicht steigern“, sagte Axel Liedy, der als Vertriebsdirektor in der Rhein-Neckar-Region für die Privatkunden Verantwortung trägt. Das Anlagevolumen legte um acht Prozent auf 1,2 Milliarden Euro zu. 630 Millionen davon entfielen auf das Private Banking. Leicht zugelegt hat auch das Kreditvolumen, das 685 Millionen Euro erreichte. Grund sei vor allem die hohe Nachfrage nach Baufinanzierungen. „Wir konnten allein in Mannheim ein Neugeschäft im Immobilienbereich in Höhe von 55 Millionen Euro verzeichnen“, sagte Liedy. Generell seien Sachwerte aufgrund der Euro- und Schuldenkrise für viele Kunden ein Thema.

„Der Run auf das Gold ist vorbei“, stellte Stefan Hüttel fest. Er

betreut mit einem 13-köpfigen Team die vermögenden Privatkunden. Dazu zählen Personen oder Familien, deren frei verfügbares Anlagevolumen eine halbe Million Euro übersteigt. In der Rhein-Neckar-Region berät Hüttel nach eigenen Angaben 500 solcher Familienverbände. Mit der anziehenden Konjunktur und den damit verbundenen Kurssteigerungen hätten sich die Depots wieder erholt. Parallel steige die Bereitschaft, in Wertpapiere zu investieren. „Die Kunden haben aus der Krise gelernt, dass sie Klumpenrisiken vermeiden müssen“, sagte Hüttel. Der Inflationsangst begegneten viele Kunden mit variabel verzinsten Produkten. Auch Fremdwährungsanleihen und Fonds seien stark nachgefragt.

Für das laufende Jahr sind die Verantwortlichen optimistisch. „Der Aufschwung hat sich unvermindert ins neue Jahr getragen und den Unternehmen hier einen sehr guten Start beschert“, sagte Jürgen R. Ofer. Zulegen wolle die Bank sowohl bei der Kundenzahl als auch im Kreditvolumen. Stagnation gibt es bei den Mitarbeitern. Deren Zahl lag 2010 bei unverändert 120 – auch im laufenden Jahr sei nicht mit Zuwächsen zu rechnen. Doch das ist fast schon eine gute Nachricht. 2009 hatte die HypoVereinsbank in der Region noch 15 Stellen abgebaut. Bundesweit hat das Kreditinstitut zwischen 2008 und 2010 rund 2500 Stellen geschrien. *MSc*

MLP

Finanzdienstleister baut Stellen ab

Wiesloch. MLP streicht am Unternehmenssitz in Wiesloch 56 Stellen, darunter 14 für Führungskräfte. Der Abbau soll nach Angaben des Finanzdienstleisters sozialverträglich gestaltet werden. Darüber hinaus sollen durch die natürliche Fluktuation frei werdende Stellen nicht besetzt werden. Durch beide Maßnahmen könnten 100 bis 120 von insgesamt 850 Arbeitsplätzen entfallen. Der Stellenabbau ist Teil eines neuen Investitions- und Effizienzprogramms, mit dem MLP bis Ende 2012 die jährlichen Fixkosten um mindestens 30 Millionen Euro senken will. Die einmalige Sonderbelastung im laufenden Jahr beträgt rund 30 Millionen Euro. Das Programm sieht zudem vor, die Marke MLP durch eine Marketingkampagne zu stärken, die Sichtbarkeit der Geschäftsstellen zu erhöhen und die MLP-Berater effektiver zu unterstützen. Hintergrund der Projekte ist das nach wie vor schwierige Marktumfeld. Dazu zäh-

len laut einer Mitteilung neue regulatorische Anforderungen, eine gestiegene Komplexität der Produktpalette und die Zurückhaltung der Kunden beim Abschluss langlaufender Verträge. Die Vorsicht nach der Wirtschafts- und Finanzkrise hat auch in der MLP-Bilanz für 2010 Spuren hinterlassen. Die Gesamterlöse schrumpften um zwei Prozent auf 523 Millionen Euro. Verantwortlich dafür waren Rückgänge im Geschäft mit der Altersvorsorge. Zuwächse indes verzeichnete MLP in der Krankenversicherung und im Vermögensmanagement. Aufgrund der bereits im vergangenen Jahr gestarteten Effizienzmaßnahmen kletterte der Konzernüberschuss um 41 Prozent auf 34,1 Millionen Euro. „MLP hat sich 2010 gut geschlagen. Wir haben deutliche Akzente gesetzt, obwohl die Rahmenbedingungen in der Altersvorsorge schwierig waren“, sagt Vorstandsvorsitzender Uwe Schroeder-Wildberg. *MSc*

MANNHEIMER

Versicherer steigert Beitragseinnahmen

Mannheim. Der Mannheimer Konzern hat im vergangenen Jahr die Beitragseinnahmen um 9,5 Prozent auf 412 Millionen Euro gesteigert. In der Krankenversicherung kletterten die Einnahmen um 4,7 Prozent auf 113,5 Millionen Euro und in der Lebensversicherung AG um 23,4 Prozent auf 13,8 Millionen Euro. In der Schadenversicherung sanken die Beiträge leicht auf 281 Millionen Euro (-0,5 %). Das Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit nach HGB stagnierte bei 4,3 Millionen Euro. Grund für diese Entwicklung ist unter anderem die auf 61 Prozent gestiegene Nettoschadenquote (+7,1 PP). Die Zahl der Mitarbeiter lag mit 840 auf Vorjahresniveau. Die Aussichten bewertet der Vorstand als gut. Vorstandsvorsitzender Marcus Kremer sagt: „Nach dem vielversprechenden Start rechnen wir für 2011 erneut mit deutlichen Beitragssteigerungen – insbesondere bei unseren Markenprodukten.“ *Red*

INTER VERSICHERUNG

Rohüberschuss klettert auf neuen Rekordwert

Mannheim. Die Inter-Versicherungsgruppe hat im vergangenen Geschäftsjahr ein Rekordergebnis erzielt. Der Rohüberschuss stieg um 55 Prozent auf 109,4 Millionen Euro. Das ist laut einer Mitteilung der höchste Wert in der Unternehmensgeschichte. Die Bruttobeiträge nahmen um 1,9 Prozent auf 806,4 Millionen Euro zu. Der Konzern mit den Sparten Kranken-, Lebens- und Allgemeine Versicherung erntet damit die Früchte seines Sparprogramms „Inter 2010“. Im Zuge des Projekts hat der Versicherer das Produktportfolio neu ausgerichtet und Geschäftsprozesse optimiert. Damit einher ging auch eine Verringerung der Mitarbeiterzahl. Diese sank von 1256 auf 1111 Personen. Nach Unternehmensangaben ging dieser Abbau ohne betriebsbedingte Kündigungen vonstatten. Für das laufende Jahr rechnet Inter mit einem „markadäquaten Beitragswachstum“ und einem Rohüberschuss auf Vorjahresniveau. *Red*

WAS TUN, WENN DER KUNDE NICHT ZAHLT?

Wir besuchen Sie gerne für ein unverbindliches Beratungsgespräch!

Inkasso/Forderungsmanagement • Wirtschaftsauskünfte • Risikomanagement

Creditreform Mannheim Dangmann KG
Ansprechpartner: Frau Alexandra Knoll
Telefon: 0621 / 1 8001-81
E-Mail: info@mannheim.creditreform.de
www.creditreform-mannheim.de

Creditreform Heidelberg Wöllner KG
Ansprechpartner: Herr Wolfgang Heimrath
Telefon: 06221 / 7389-65
E-Mail: info@heidelberg.creditreform.de
www.creditreform-heidelberg.de



Creditreform
UNTERNEHMEN SIE NICHTS OHNE UNS.

Sparkasse mit Ergebnisprung

Ludwigshafen. Die Sparkasse Vorderpfalz hat im vergangenen Jahr ein Betriebsergebnis in Höhe von 26,5 Millionen Euro erzielt (+51 %). Die Eigenkapitalausstattung erreichte nach eigenen Angaben 17,4 Prozent – weit mehr als die gesetzliche Anforderung von acht Prozent. Das Kundengeschäftsvolumen lag bei 3,8 Milliarden Euro, die Kundenanlagen bei 1,5 Milliarden Euro (+19,5 Mio. €). Stark nachgefragt waren auch Baufinanzierungen. Die Darlehenszusagen stiegen auf 169 Millionen Euro (+22 %). Die an Unternehmen vergebenen Darlehen stagnierten indes bei 65 Millionen Euro.

Fachkrankenhaus ist insolvent

Neckargemünd. Die zur SRH gehörende Fachkrankenhaus Neckargemünd GmbH hat einen Insolvenzantrag gestellt. Hintergrund sei laut einer Mitteilung der Patientenrückgang. Der vorläufige Insolvenzverwalter Tobias Wahl schreibt, dass die pädiatrische Abteilung fortgeführt werde. Die Schließung der anderen Abteilungen sei hingegen faktisch vollzogen. Ziel des Insolvenzverfahrens sei neben der Befriedigung der Gläubiger, die fortgeführte Abteilung zu einem kinderneurologischen Zentrum auszubauen. Der Stellenabbau solle sozialverträglich vonstatten gehen. Arbeitnehmervertreter werfen dem SRH-Konzern unternehmerische Fehlentscheidungen und mangelnde soziale Verantwortung vor.

Winzer suchen weiter Rebflächen

Heppenheim. Die Bergsträßer Winzer eG hat mit 6,3 Millionen Euro im vergangenen Jahr einen Rekordumsatz erzielt (+1,6 %). Wie die Genossenschaft mitteilte, lag die Menge des abgesetzten Weins bei 1,9 Millionen Litern. Sorge bereite den Winzern die kleine Erntemenge des vergangenen Jahres, die zu Lieferengpässen führen könne. Daher suche man nach weiteren Rebflächen.

Die Nachfrage kehrt zurück

Das Versorgungsvolumen von Auxilion-Betriebsrenten stagnierte in den letzten zwei Jahren. Jetzt wollen die Heppenheimer wieder wachsen.

Heppenheim. Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat bei der Auxilion AG Spuren hinterlassen. „Im Neugeschäftsbereich mussten wir zwar 2009 eine rückläufige Entwicklung hinnehmen, aber ist es uns dennoch gelungen, das Unternehmen beständig auf Wachstumskurs zu halten“, sagt Vorstand Joachim Bangert im Gespräch mit Econo.

Das Heppenheimer Beratungshaus hilft Unternehmen bei der Gestaltung der betrieblichen Altersversorgung. Es wendet dazu ein banken- und versicherungsunabhängiges System an, das nach dem Prinzip der Entgeltumwandlung arbeitet: Hierzu sparen die Mitarbeiter freiwillig einen Teil ihrer Bruttogehälter und erhalten dafür eine Kapitalzahlung mit Garantieverzinsung im Rentenalter. Das angesparte Geld wird vom ersten Tag an mit vier bis fünf Prozent im Jahr verzinst. Tritt der Mitarbeiter in den Ruhestand, erhält er als Einmalzahlung dieses Geld inklusive der Zinsen. Bis zur Auszahlung kann das Unternehmen mit dem Geld arbeiten. So können beispielsweise Fremdverbindlichkeiten getilgt oder Investitionen getätigt werden. In der Bilanz tauchen diese Betriebsrenten nicht als Rückstellungen auf. „Es sei denn, ein Unternehmen entscheidet sich dafür, die Leistung als Direktzusagen auszuweisen.“, erklärt Bangert.

Ein Vorteil des Auxilion-Modells sei die hohe Flexibilität. Sie ermögliche eine bilanzielle Auslagerung der Verpflichtungen sowie eine gezielte Ergebnissteuerung. Möglich wird dies durch einen Beitritt zur Auxilion-Versorgungskasse, die in Form einer unabhängigen Unterstützungskasse geführt wird. Dieses System habe sich auch in der Krise bewährt: Nutzer des Auxilion-



Die Vorstände der Heppenheimer Auxilion AG (v. l.): Tycho Singer, Joachim Bangert und Dirk Moosmüller.

Bild: zg

Systems konnten durch ihren Gestaltungsspielraum die Krise besser bewältigen. Als Beispiele nennt der Vorstand, dass die Kunden eine höhere Liquidität vorweisen oder Verbindlichkeiten besser bedienen konnten. „Leider kommen viele unserer Mandanten aus dem produzierenden Gewerbe, insbesondere aus dem von der Krise besonders betroffenen Metall- und Maschinenbau“, sagt Bangert. Dies habe zur Folge gehabt, dass einige zugesagte Mandate verschoben werden mussten. Dennoch habe Auxilion gestützt auf die Bestandsmandate sowie zuvor gebildete Rücklagen auch in der Krise ein positives Ergebnis erzielt.

Zu Jahresende lag die Zahl der Unternehmen, die das Auxilion-Modell ihren Mitarbeitern anbieten, bei rund 200. Das angesparte Versorgungsvolumen belief sich nach eigenen Angaben auf ein halbe Milliarde Euro. Bei beiden Werten liegt Auxilion damit auf Vorkrisenniveau. Bei Unternehmen, die eine Insolvenz erleiden – was auch bei einigen Auxilion-Kunden der Fall war – sind sämtliche Pensionsansprüche der Mitarbeiter durch den Kölner Pensions-Sicherungs-

Verein (PSV) garantiert. 2009 war ein Jahr, in dem der PSV besondere Belastungen tragen musste, nicht zuletzt wegen der Arcandor-Peite. In der Folge explodierte der Beitragssatz auf 14,2 Promille. „Dies war jedoch eine Ausnahme, welche die Zuverlässigkeit des PSV-Schutzes auch unter schwierigen Umständen nochmals bestätigt hat“, sagt Bangert. So ist der PSV-Beitragssatz im vergangenen Jahr wieder auf 1,4 Promille gesunken.

Nachdem sich diese Turbulenzen gelegt haben, wolle Auxilion nun am Wachstum früherer Jahre anknüpfen. Im Nachhinein habe die Krise auch ihr Gutes. Bei Neukunden nähmen mittlerweile 75 bis 85 Prozent der Arbeitnehmer diese Möglichkeit der Altersversorgung wahr. „Die Mitarbeiter sagen sich: Mein Geld soll lieber im Unternehmen arbeiten als in den Frankfurter Bankentürmen“, erklärt Bangert. Um Kunden zu akquirieren und zu beraten, sucht Auxilion nun verstärkt nach neuen Mitarbeitern. In der Krise hatten die Heppenheimer eine Arbeitsplatzgarantie ausgesprochen und alle Mitarbeiter gehalten. Die derzeitige Beschäftigtenzahl beträgt 25. MSC

BASF

„Spitzenjahr“ geht in Verlängerung

Ludwigshafen. Das vergangene Geschäftsjahr war ein „Spitzenjahr für die BASF“. Das sagte Jürgen Hambrecht auf seiner letzten Bilanzpressekonferenz. Der Vorstandsvorsitzende wird mit Ablauf der Hauptversammlung am 6. Mai von Kurt Bock abgelöst. Die Fußstapfen sind groß. Der Umsatz 2010 kletterte um ein Fünftel auf fast 64 Milliarden Euro. Das Ebit erhöhte sich um mehr als zwei Drittel auf 8,1 Milliarden Euro. Von dieser positiven Entwicklung profitierte auch der Aktienkurs. Die BASF-Notierung legte im Jahresverlauf um mehr als 37 Prozent zu. Und auch die Mitarbeiter haben Grund zur Freude. Als Erfolgsbeteiligung schüttet der Chemiekonzern rund 137 Millionen Euro aus. Dazu gesellt sich eine „Sonderzahlung Krisenbewältigung“ in Höhe von 50 Millionen Euro. Abgesehen von den guten Bilanzkennzahlen sei die BASF auch bei dem Ziel vorangekommen, ihre führende Position

auszubauen. So habe man mit der Ciba-Integration und dem Erwerb von Cognis das Portfolio optimiert. Im Styrolgeschäft sei die BASF auf gutem Weg, ihre Aktivitäten mit denen von Ineos im Joint Venture Styrolution wertsteigernd zusammenzubringen. Und mit dem Ausbau des Verbundstandortes Nanjing sowie dem Bau neuer Spezialchemikalien-Anlagen in Malaysia werde man von der Dynamik der Schwellenländer profitieren. Daher sind die Ludwigshafener zuversichtlich, bei Umsatz und Ergebnis die Spitzenwerte von 2010 zu übertreffen. „Das Jahr 2011 hat für BASF sehr stark begonnen“, sagte Hambrecht. Sorgen bereite dem scheidenden Vorstandsvorsitzenden allerdings die Libyenkrise. So ruhe die optimistische Prognose auf bestimmten Bedingungen. Dazu zählen unter anderem ein Wachstum der Weltwirtschaft von 3,3 Prozent und ein Ölpreis von 90 US-Dollar je Barrel. Red

HEIDELBERGCEMENT

Baustoffkonzern reduziert Schulden

Heidelberg. HeidelbergCement erntet die Früchte seiner Sparprogramme. Das „Fitnessprogramm 2009“ hat nach Konzernangaben zu Einsparungen von mehr als 550 Millionen Euro geführt, das Folgeprogramm „FitnessPlus 2010“ zu weiteren 300 Millionen Euro. „Mit unserem im Januar 2011 vorgestellten Programm FOX 2013 setzen wir unsere Anstrengungen zur Kostensenkung und Effizienzsteigerung konsequent fort“, sagt der Vorstandsvorsitzende Bernd Scheifele. Der Jahresüberschuss hat sich im vergangenen Jahr mit 511 Millionen Euro mehr als verdreifacht. Gründe sind niedrigere Finanzierungskosten und geringere Abschreibungen auf Geschäfts- und Firmenwert. Das operative Ergebnis vor Abschreibungen indes nahm nur um 6,5 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro zu. Ähnlich der Umsatz: Er stieg moderat auf 11,8 Milliarden Euro (+5,8 %). Getragen wurde das Wachstum vor allem durch

die Nachfrage in Asien und Afrika sowie Wechselkurseffekte. Konzernweit blieb der Absatz von Zement, Klinker, Zuschlagstoffen und Transportbeton nahezu unverändert. Zufrieden zeigt sich der Konzern mit der Finanzstruktur. 2010 hat der Baustoffkonzern Anleihen in Höhe von mehr als zwei Milliarden Euro begeben und eine neue Kreditlinie in Höhe von drei Milliarden Euro abgeschlossen. Damit sei die Liquidität bis Ende 2013 „komfortabel abgesichert“. 2007 hatte HeidelbergCement durch die Hanson-Übernahme Schulden von 14 Milliarden Euro angehäuft. Mittlerweile liegt die Nettoverschuldung bei 8,1 Milliarden Euro – 2010 ist der Wert um 300 Millionen gesunken. Auch im laufenden Jahr habe der Schuldenabbau oberste Priorität. Bei Umsatz und operativem Ergebnis geht der Vorstand von einer Steigerung aus. Vor allem in Asien und Afrika rechnet der Konzern mit einer positiven Nachfrageentwicklung. Red

Papa, stimmt es, dass aus Wind Strom gemacht wird?

Ja, das stimmt! Denn mit unserem umweltschonenden Ökostrom fördern wir in Mannheim und in der Metropolregion Rhein-Neckar den Ausbau der erneuerbaren Energien. Und das ist nur eine der vielen innovativen Lösungen, die uns in der Region zum Zukunftsversorger machen.

www.mvv-energie.de

MVV Energie

www.msp-walldorf.de

BMW meldet Rekordumsatz

Mannheim. Mit 126,7 Millionen Euro hat die BMW Niederlassung Mannheim nach eigenen Angaben 2010 einen Rekordwert beim Gesamtumsatz erzielt. Mit 2242 Auslieferungen neuer BMW- und Mini-Automobile sei in einem um 23 Prozent rückläufigen Gesamtmarkt der Marktanteil in Mannheim ausgebaut worden. Im Bereich Gebrauchtwagen erzielte die Niederlassung mit einem Gesamtumsatz von 38,9 Millionen Euro ein Umsatz-Plus von 10,8 Prozent zum Vorjahr.

HBU gründet zwei Niederlassungen

Neustadt. Die Hornbach Baustoff Union (HBU) hat zwei neue Filialen in der Region eröffnet. Die neue Niederlassung in Ludwigshafen bietet Produkte für Dachdeckerbetriebe an. In der zweiten neuen Niederlassung in Viernheim hat die HBU die Baustoffaktivitäten der Firma Kühner übernommen und bietet Baustoffe für Gewerbe- und Privatkunden. Die HBU ist eine Tochtergesellschaft des Pfälzer Baumarkts Hornbach und hat 24 Niederlassungen.

Sektkellerei reduziert Stellen

Wachenheim. Die Sektkellerei Schloss Wachenheim hat die Zahl ihrer Mitarbeiter in der Region reduziert. Wie eine Sprecherin mitteilte, schrumpfte die Belegschaft am Standort Wachenheim um zehn auf derzeit noch 47 Beschäftigte. Hintergrund sei, dass der Konzern unter anderem den Vertrieb von Wachenheim an den Hauptsitz in Trier verlagert habe. Vier Mitarbeiter hätten das Angebot angenommen, in der Zentrale zu arbeiten, sechs Beschäftigte hätten das Unternehmen verlassen. In Wachenheim ist nun neben dem Sektschloss – noch die Flaschengärung angesiedelt.

VRN nimmt mehr ein

Rhein-Neckar. Die Einnahmen aus Fahrausweisverkäufen im Verkehrsverbund Rhein-Neckar (VRN) haben sich 2010 gegenüber dem Vorjahr um 8,3 Millionen Euro auf 249 Millionen Euro erhöht. Dies entspricht einer Steigerung von 3,45 Prozent, teilt der VRN mit. Die Anzahl der Fahrgäste sei mit rund 313 Millionen stabil geblieben. Grund für die Mehreinnahmen sei die Tarifanpassung zum 1. Januar 2010 um 2,9 Prozent gewesen.

Die Region im Blick

Die Mannheimer Parkhausbetriebe GmbH (MPB) bietet ihre Dienstleistungen auch jenseits der Stadtgrenzen an. Diesen Bereich möchte Geschäftsführer Dr. Karl-Ludwig Ballreich weiter ausbauen.

Mannheim. In der Region weiter Fuß fassen, so formuliert MPB-Geschäftsführer Dr. Karl-Ludwig Ballreich das Ziel des städtischen Betriebs. Schwerpunkt sollen aber Mannheim und das direkte Umland bleiben. „Für Mannheim 21 interessieren wir uns aktuell am stärksten“, sagt er. Genau genommen für das Parkhaus, das im Bebauungsplan des Stadtquartiers zwischen Victoria-Turm und Neckarauer Übergang vorgesehen ist. Das Projekt für geplante 700 Stellplätze beauftragt sich auf mindestens 10 Millionen Euro. Die Fläche gehört der Stadt Mannheim – ob jedoch die MPB den Zuschlag für die Bebauung bekommt, sei noch nicht klar. Allerdings wäre der Standort eine gute Ergänzung zum Bahnhof, sagt Ballreich. Denn die dortige Tiefgarage sowie das Parkhaus am Busbahnhof sind schon Eigentum der MPB. Der Bau des neuen Parkhauses könnte Mitte 2012 beginnen.

Ein anderer Arbeitsschwerpunkt ist das Umfeld des Mannheimer Uniklinikums. Die MPB betreibt dort eine Tiefgarage – weitere Flächen haben sich als notwendig erwiesen. „Wir haben einige Standorte getestet“, sagt Karl-Ludwig Ballreich. Verhandlungen mit den Besitzern der Flächen gegenüber vom Haupteingang seien erfolglos geblieben, da das Land Baden-Württemberg den Zuschlag erhalten habe. Ziel sei deshalb ein gemeinsames Projekt. „Aber konkrete Pläne gibt es noch nicht“, sagt Ballreich.

Die MPB besitzt und unterhält rund 20 000 Stellplätze in Mannheim und 500 in Schwetzingen. Diese verteilen sich auf 29 Parkhäuser und 30 Parkplätze. Der größte ist der Maimarkt-Parkplatz am Mannheimer Flughafen mit rund 6500 Stellplätzen. Darüber hinaus bietet das Unternehmen Dienstleistungen in den Bereichen Überwachung und Bewirtschaftung von Parkflächen an, auch bei Großveranstaltungen.

Diesen Schwerpunkt will Ballreich ausbauen. Chancen sieht er



Dr. Karl-Ludwig Ballreich in der Parkleitzentrale der Mannheimer Parkhausbetriebe GmbH. Der Geschäftsführer will verstärkt Parkraum außerhalb Mannheims bewirtschaften. Bild: Tröster

bei kleinen Eigentümern von Parkflächen, die keine Kapazitäten für eigene Bereitschafts- oder Überwachungsdienste haben. Einen solchen Auftrag hat die MPB GmbH erst vor kurzem gewonnen: die Überwachung eines Parkhauses in Sinsheim. Per Videosystem kontrollieren die Mannheimer das Geschehen und können bei Vorfällen entsprechende Stellen kurzfristig informieren. „Dort ist auch eine Bewirtschaftung mit Schranke vorstellbar“, sagt Ballreich. Dies sei ebenfalls ein ausbaufähiger Dienstleistungsbereich. Allerdings müsse bei Expansionsgedanken berücksichtigt werden, dass die städtische Gesellschaft zunächst für die Daseinsfürsorge in der eigenen Kommune zuständig sei.

Die MPB GmbH ging aus der 1947 gegründeten Trümmerbeseitigungsgesellschaft hervor. Als städtische Parkhausbetriebsgesellschaft übernahm sie 1965 das erste Parkhaus im Mannheimer Quadrat C 1 mit 130 Stellplätzen. 1975 entstand der Großparkplatz beim Maimarkt, 1979 die Tiefgarage G1. „Anfangs war die Aufgabe die Bewirtschaftung der Flächen im Auftrag der Stadt. Die Gesellschaft hat sich praktisch nicht am Markt bewegt“, berichtet Ballreich. Das ist heute anders. 1965 wurde das Parkgeschäft alleiniger Unternehmenszweck, seit 1987 firmiert die Gesell-

schaft unter Mannheimer Parkhausbetriebe GmbH und beschäftigt rund 50 Mitarbeiter. Beim Umsatz habe das Unternehmen „stetige Entwicklungen ins Positive“ verzeichnet. 2010 erwirtschafteten die MPB 13,5 Millionen Euro Umsatz, für 2011 peilt Ballreich rund 15 Millionen an. Davon fallen zwei Drittel auf Kurzparker, 30 Prozent auf Dauerparker und 10 Prozent auf Dienstleistungen. Ein Teil des Gewinns über etwa 1,3 Millionen Euro fließt in Rücklagen und Großinvestitionen. Das Stammkapital wurde in den vergangenen Jahren von 100 000 auf 9,8 Millionen Euro aufgestockt.

Bis vor etwa 15 Jahren wurden rund 25 Prozent der Parkflächen von der Stadt angemietet und an die MPB zur Bewirtschaftung gegeben. Dann wurden die Verträge mit Dritten direkt an die Gesellschaft übertragen und die Kompetenzen erweitert, so dass sie stärker am Markt agieren konnte. Mit der Tiefgarage am Hauptbahnhof 1995 entstand das erste eigene Objekt. Heute sind rund ein Drittel der Objekte Eigentum der MPB, ein Drittel ist von der Stadt angemietet, ein weiteres Drittel besteht aus Verträgen mit Dritten. So haben die MPB im November 2010 die 406 Stellplätze in der Tiefgarage unter dem Wasserturm von der m:con übernommen. *Christine Storck*



Partnerschaftlich begleiten – professionell beraten

FRANKFURT
Mainzer Landstraße 61
60329 Frankfurt am Main
Telefon: 069 / 27 40 40-0
Fax: 069 / 27 40 40-25
E-Mail: ffm@rittershaus.net

MANNHEIM
Harrlachweg 4
68163 Mannheim
Telefon: 06 21 / 42 56-0
Fax: 06 21 / 42 56-250
E-Mail: ma@rittershaus.net

MÜNCHEN
Maximiliansplatz 10
Im Luitpoldblock
80333 München
Telefon: 089 / 12 14 05-0
Fax: 089 / 12 14 05-250
E-Mail: muc@rittershaus.net

... das sind die festen Bestandteile unserer Unternehmensphilosophie. Wir sind nicht nur Ihre Rechtsberater, sondern auch Ihre PARTNER IN ALLEN UNTERNEHMERISCHEN BELANGEN.

Ein Team von unterschiedlich spezialisierten Rechtsanwälten sowie zwei Notare bieten Ihnen an unseren Standorten in FRANKFURT, MANNHEIM und MÜNCHEN eine umfassende und kompetente Beratung in allen Bereichen des WIRTSCHAFTSRECHTS. Schwerpunkte unserer Beratung sind dabei das Gesellschaftsrecht, das Arbeitsrecht, der Gewerbliche Rechtsschutz und das Öffentliche Recht.

Daneben sind wir auch Ihre Partner, wenn es um die rechtliche und steuerliche Gestaltung Ihrer VERMÖGENS- und UNTERNEHMENSNACHFOLGE geht. Unsere Steuerberatungsgesellschaft komplettiert das Angebot einer umfassenden Beratung.

Die entschiedene Vertretung der Interessen unserer Mandanten – auch im gerichtlichen Verfahren –, unsere BRANCHENKENNTNISSE sowie der klare Blick für die wirtschaftlichen Zusammenhänge gewährleisten eine Beratung in Ihrem Interesse und im Interesse Ihres Unternehmens.

RITTERSHAUS

Rechtsanwälte

www.rittershaus.net

Forschungsprojekt gestartet

Zwingenberg/Frankfurt. Das Biotechnologieunternehmen Brain AG und die Dechema Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie e.V. kooperieren mit dem Ziel, Perillasäure biotechnologisch zu produzieren. Das haben beide Unternehmen in einer gemeinsamen Presseerklärung mitgeteilt. „Mit der Übernahme des Patent- und Gebrauchsmusterportfolios des neuartigen, bioaktiven Kosmetik-Inhaltsstoffes Perillasäure erweitern wir unsere Patent-Plattform von biologisch aktiven Produktkomponenten zur effizienten Optimierung von Kosmetika“, sagt Brain-Vorstandsmitglied Jürgen Eck.

Wild setzt wieder auf Walldorf

Eppelheim. Der Wild-Konzern lässt von SAP eine neue Unternehmenssoftware aufsetzen. Das hat der Walldorfer Konzern mitgeteilt. SAP war früher bereits mit den Eppelheimern im Geschäft. Nach einem Streit zwischen SAP-Mitgründer Dietmar Hopp und Hans-Peter Wild wegen des damals geplanten Baus eines Fußballstadions war der Fruchtarmenhersteller indes zu Oracle gewechselt. Von dem Wechsel unberührt blieben die Sisi-Werke (Capri-Sonne) und der Maschinenbauer Indag – sie hatten den Schwenk zu Oracle nicht mitgemacht.

Heideldruck legt neues Sparpaket auf

Heidelberg. Die Heidelberger Druckmaschinen AG will in den kommenden beiden Jahren 50 Millionen Euro einsparen. Das berichtet der „Mannheimer Morgen“ mit Verweis auf Arbeitnehmervertreter. Betriebsbedingte Kündigungen seien damit nicht verbunden. Mit dem Sparpaket wolle sich Heideldruck frühzeitig gegen steigende Energie- und Rohstoffpreise wappnen.

Sparkasse hofft auf Investor

Büstadt. Insolvenzverwalter Tobias Hofer sucht weiter nach einem Investor für die Biogasanlage in Büstadt. Deren Betreiber, die Energiepark Büstadt GmbH, hatte vor einem Jahr Insolvenz angemeldet. Die Sparkasse Worms-Alzey-Ried, Hauptgläubiger der Gesellschaft, rechnet laut „Wormser Zeitung“ mit einem Millionenverlust, sollte sich kein Betreiber für die Anlage finden.

Mit dem grünen Band

Die Mosca AG hat ein neues Label kreiert. Ausgezeichnet mit „GET Inside“ werden jene Verpackungsanlagen der Odenwälder Firma, die wenig Energie und Ressourcen verbrauchen.

Waldbrunn. Am 12. Mai öffnet die Fachmesse „Interpack“ ihre Tore. Als Aussteller mit dabei ist die Gerd Mosca AG aus Waldbrunn (Neckar-Odenwald-Kreis). Die Erwartungen bei dem Hersteller von Umreifungsmaschinen sind groß. Die Mosca AG wird in den Düsseldorfer Messehallen ihr neues Label „GET Inside“ vorstellen. „GET“ steht dabei für „Green Efficiency Technology“. „Unser Ziel ist, unsere Vorreiterrolle als Technologieführer auch auf nachhaltiges Handeln und Produzieren auszuweiten“, sagte Vorstandsvorsitzender Timo Mosca bei einem Pressegespräch. Die von Mosca produzierten Maschinen finden überall dort Verwendung, wo Dinge mit Kunststoffbändern zugeschnürt („umreift“) werden sollen. Zu den Kunden der Waldbrunner zählen beispielsweise Druckereien, die ihre Zeitungen für den Versand zu Packen zusammenstellen oder Logistikunternehmen, die Päckchen oder Pakete verschnüren müssen. Eine wichtige Kundengruppe sind auch Wellpappe- und Kartonhersteller. Für diese Abneh-

mer hat Mosca sogenannte Palettenpackpressen entwickelt. Die Kartons werden dazu vor dem Umreifen auf der Palette zusammengepresst.

Die „GET Inside“-Maschinen kennzeichne dreierlei. Zum einen sparen sie Energie, da sie die Kunststoffbänder nicht mehr mit Wärme, sondern mit Ultraschall verschweißen. Zum anderen sollen verschleißfreie Direktantriebe in den Umreifungsaggregaten die Energiekosten senken. Als Drittes kommen die „grünen“ Umreifungsmaschinen ohne pneumatische oder hydraulische Antriebe aus. Stattdessen nutzen sie elektrische Systeme, beispielsweise, um die Presskraft bei Palettenpackpressen zu erzeugen. „Die Maschinen arbeiten dadurch schneller, sicher und energiesparend und schonen damit Ressourcen“, sagt Mosca.

Der Unternehmer, der das vom Vater 1966 gegründete Unternehmen in zweiter Generation führt, setzt nach eigenen Angaben schon länger auf Nachhaltigkeit. Unter dem Namen „Responsible Pro-

Das Geschäftsjahr 2010

Umsatz 2010:	102 Mio. € (+17 Mio. €)
Mitarbeiter:	750
- im Neckar-Odenwald-Kreis:	450
Produzierte Maschinen:	2540
Produktion Umreifungsbänder	
- Deutschland:	7650 t
- USA:	9000 t
- Malaysia:	1150 t

duction“ hat sich die Mosca AG dazu verpflichtet, Verantwortung gegenüber Umwelt, der Region sowie Kunden und Mitarbeitern wahrzunehmen. Ein Ausdruck dessen sei auch die Verwendung von Recycling-Material für die Herstellung von PET-Bändern. 1989 haben die Waldbrunner damit begonnen, das Bandmaterial für ihre Maschinen selbst zu produzieren.

Aus Polyethylenterephthalat, kurz PET genannt, stellt Mosca sehr stabile Verpackungsbänder her, die beispielsweise 200-Liter-Fässer auf Paletten fixieren. Der Kunststoff Polypropylen, kurz PP

genannt, kommt hingegen bei der Umreifung von Kartons oder Papiergebänden zum Einsatz.

Für die Herstellung von PET-Bändern hat Mosca im Jahr 2008 ein eigenes Werk in Muckental (Neckar-Odenwald-Kreis) eröffnet. „Da kommt vorne Granulat rein und hinten fertig gepackte Paletten mit Verpackungsbändern raus“, sagt Simone Mosca. Die Ehefrau des Vorstands ist im Unternehmen für die Herstellung von Verbrauchsmaterialien zuständig, die rund ein Viertel zum Umsatz beitragen.

„Die Rohstoffpreise bereiten mir große Kopfzerbrechen“, sagt Simone Mosca. Seit Discounter ihre PET-Flaschen selbst weiterverarbeiten, sei das Angebot geschrumpft. Zudem steige permanent die Nachfrage nach PET-Chips in China. Die sogenannten „Bottle Flakes“ finden reißenden Absatz in der asiatischen Textilindustrie. Denn der Kunststoff ist auch Ausgangsmaterial für die Herstellung von Fliesstoffen. 3050 Tonnen PET-Bänder hat Mosca im vergangenen Jahr produziert. Weitere Werke für die Bänder-Herstellung stehen in den USA und in Malaysia. Die 2008 für 17,5 Millionen Euro gebaute Fabrik wurde kurz vor der Wirtschaftskrise eingeweiht. In der Krise musste auch Mosca Federn lassen. So brach der Umsatz von 120 Millionen Euro auf 85 Millionen Euro im Jahr 2009 ein. Im vergangenen Jahr lag der Umsatz bei 102 Millionen Euro. „Im laufenden Jahr rechnen wir mit zehn Prozent plus X“, sagt Timo Mosca.

Bei den Beschäftigtenzahlen sind noch nicht die Vorkrisenwerte erreicht. 2009 schrumpfte die Belegschaft von weltweit 950 auf 750 Mitarbeiter. 50 Stellen davon wurden am Stammsitz in Waldbrunn abgebaut. Hier produziert Mosca die Umreifungsmaschinen und -anlagen, die zu 70 Prozent ins Ausland gehen. Das Label „GET Inside“ kann vielleicht dazu beitragen, die Krise endgültig hinter sich zu lassen. Dem Thema Nachhaltigkeit bleibt Mosca auch jenseits der neuen Marke treu. Auf der Interpack wird der Maschinenbauer Pilotkunden präsentieren, die erstmals Verpackungsbänder aus dem Biokunststoff PLA einsetzen werden. Der wird aus stärkehaltigen Pflanzen wie Mais oder Kartoffeln gewonnen. „Wir wollen weg vom Rohstoff Ö. Der ist zu wertvoll, um daraus Verpackungsbänder zu machen“, sagt Simone Mosca. **MSc**

KABEL BW

Liberty Global kauft Heidelberger Kabelnetzbetreiber

Heidelberg. Der US-amerikanische Konzern Liberty Global hat für 3,16 Milliarden Euro Kabel BW gekauft. Zu Liberty Global gehört auch die in Köln beheimatete Unitymedia, die ein Kabelnetz in Nordrhein-Westfalen und Hessen betreibt. Der Kabel BW-Eigner EQT hatte zuvor auch einen Börsengang oder einen Verkauf an einen anderen Fi-

nanzinvestor erwogen. Auf die Heidelberger hat die Übernahme massive finanzielle Auswirkungen. Die FTD hat errechnet, dass sich deren Nettoverschuldung auf gut zwei Milliarden Euro fast verdoppeln wird. Hintergrund ist, dass Liberty Global die Akquisition zu großen Teilen fremdfinanziert und die Schulden Kabel BW aufbürdet. Die

Bilanz der Heidelberger ist solide. 2010 hat die Firma 563 Millionen Euro Umsatz (+70 Mio. €) und einen freien Cash-Flow von 178 Millionen Euro (+67 Mio. €) erwirtschaftet. Die Folgen für den bisherigen Kabel BW-Sitz Heidelberg sind noch nicht absehbar. Unsicher ist auch, ob die Transaktion von den Kartellbehörden genehmigt wird. **Red**



Prof. Dr. h. c. Viktor Dulger



Starker Unternehmer für eine starke Region.

Wir gratulieren Prof. Dr. h. c. Viktor Dulger zum Gründerpreis für sein Lebenswerk.

Prof. Dr. h. c. Viktor Dulger legte vor über 50 Jahren den Grundstein für die Unternehmensgruppe ProMinent. Ihre Systeme zur Flüssigkeitsdosierung und Lösungen zur Wasseraufbereitung sind weltweit erfolgreich. Zu dieser ausgezeichneten unternehmerischen Leistung und zu seinem Engagement für die Rhein-Neckar-Region gratulieren wir Professor Dulger sehr herzlich.

S Sparkasse Heidelberg



Ein Stapel Zeitschriften, der mit einer Umreifungsmaschine von Mosca verschnürt wurde. Das Odenwälder Unternehmen stellt sowohl die Maschinen, als auch die dazu gehörenden Bänder her. **Bild: Mosca**

Delta Revision zieht in die Eastsite

Mannheim. In der „Eastsite One“ in Mannheim-Neustadt ist seit Februar 2011 die neu gegründete Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft Delta Revision GmbH ansässig. Die beiden Firmengründer Alexander Spieß (39) und Klaus Bertram (45) sind nach eigenen Angaben auf die Beratung und Prüfung mittelständischer Mandanten sowie börsennotierter Unternehmen spezialisiert. Schwerpunkte liegen auf den Gebieten nationale und internationale Rechnungslegung, Unternehmensbewertung, gutachtliche Tätigkeiten und Compliance-Projekte.

In der Region eröffnet „Global Office“

Schwetzingen. Tobias Tonsch hat sich in Schwetzingen mit einem Büro-Serviceleistungsunternehmen der Marke „Global Office“ selbstständig gemacht. Damit ansprechen möchte er laut einer Mitteilung Einzelunternehmer, Freiberufler sowie kleine und mittlere Unternehmen. Die Leistungen reichten von der telefonischen Erreichbarkeit über Büromaterialservice bis hin zu Inkasso und Bewerbermanagement. Global Office ist als Franchisesystem mit derzeit bundesweit 16 Lizenznehmern organisiert.

Medien-Akademie startet

Neckargemünd/München. Erich Zeller aus Neckargemünd und Alfred König aus München bieten in ihrer neuen Medien-Akademie Seminare rund um Druck, Medienproduktion und strukturierte Geschäftsprozesse. Mit Themen wie „Sog statt Druck“ oder „Web-to-Print für Industrie und Handel“ wollen die zwei laut einer Mitteilung auch Zielgruppen außerhalb der Medienbranche ansprechen.

WFB zeichnet Gründer aus

Kreis Bergstraße. Die Wirtschaftsförderung Bergstraße (WFB) hat zum zweiten Mal ihren Gründerpreis vergeben: Gewonnen haben Michael Plotzki mit der VistaDogs-Assistenzhunde- und Hundetrainerschule aus Zwingenberg, die Kinesiologin Heiderose Feuerpfeil aus Bensheim, die sich auf Kinder mit Lernschwierigkeiten spezialisiert hat sowie Martina Lenz aus Viernheim mit einer Kollektion aus fair gehandelter Kleidung.

Prämierte Pralinen

Konditormeisterin Isabelle Wagner hat für ihre Chocolaterie „Chocami“ den „Gründerpreis Heidelberg 2011“ gewonnen.

Heidelberg. Eine Chocolaterie-Pâtisserie, eine Oldtimer-Autowerkstatt und ein Change-Management-Beratungsunternehmen für Firmen aus dem Gesundheitsbereich – die Finalisten des Gründerwettbewerbs Heidelberg 2011 hätten kaum unterschiedlicher sein können. Gemeinsam ist ihnen, dass die dahinter steckenden Köpfe mit viel Energie und Engagement ihre Geschäftsidee umsetzen.

Die Jury unter Leitung von Heidelbergs Oberbürgermeister Eckart Würzner rang nach den drei Präsentationen und den sich anschließenden Fragerunden daher lange um die Reihenfolge. Durchsetzen konnte sich schließlich die 27-jährige Isabelle Wagner. Die Konditormeisterin hat im Oktober die Chocolaterie-Pâtisserie „Chocami“ eröffnet. Zwar gibt es bereits einige Schokoladengeschäfte in Heidelberg – doch nach Angaben der Gründerin ist sie die einzige, die ihre Pralinen, Trüffel, Schokoladen, Moussetörtchen, Tartes und Petits-Fours selbst herstellt. Als Gewinnerin hat Isabelle Wagner neben der Siebprämie von 5000 Euro vom Medienpartner Econo Rhein-Neckar Medialeistungen in Höhe von 3000 Euro und Agenturleistungen in Höhe von 1000 Euro gewonnen.

Robert Babor und Philipp Kiehl kamen auf den zweiten Platz. Die



Die Chocolatière Isabelle Wagner ist Gewinnerin des „Gründerpreises Heidelberg 2011“. Es gratulierten (v. l.): Helmut Schleweis, Vorstand der Sparkasse Heidelberg, Matthias Schmitt vom Medienpartner Econo Rhein-Neckar, Stefan Dallinger, Landrat des Rhein-Neckar-Kreises und Heidelbergs Oberbürgermeister Eckart Würzner, Vorsitzender der Jury. Bild: zg

beiden Unternehmer haben sich in Edingen-Neckarhausen mit „Racinggreen“, einer Werkstatt und einem Ersatzteilehandel für englische Oldtimer selbstständig gemacht. Ihr Preisgeld betrug 3000 Euro. Die OneVision Healthcare GmbH erreichte Rang drei. Deren Gründer, Stefan Phillips, Carsten Laun-De Lellis und Thomas Ziemer unterstützen Gesundheitsunternehmen im Risiko- und Changemanagement. Für sie gab es 2000 Euro Siebprämie. Econo Rhein-Neckar wird die Preisträger in den folgen-

den Ausgaben ausführlich vorstellen.

Der Existenzgründerpreis Heidelberg wurde in diesem Jahr zum dritten Mal verliehen. Ausrichter ist die Sparkasse Heidelberg. Die nominierten Unternehmen waren drei von insgesamt 517, die die Sparkasse im vergangenen Jahr beraten hat. Aufgrund der Businesspläne bewilligte das Kreditinstitut letztlich 81 Anfragen. Das Finanzierungsvolumen lag bei 7,6 Millionen Euro, die Zahl der neu geschaffenen Arbeitsplätze bei rund 110.

Matthias Schmitt

SPARKASSENFINANZGRUPPE BADEN-WÜRTTEMBERG

Viktor Dulger erhält Auszeichnung für sein Lebenswerk

Stuttgart/Heidelberg. Der Gründer der Heidelberger ProMinent Dosiertechnik GmbH, Professor Dr. h.c. Viktor Dulger, ist von der Sparkassen-Finanzgruppe Baden-Württemberg für sein Lebenswerk und als herausragende Unternehmerpersönlichkeit ausgezeichnet worden.

„Wir sind stolz, dass wir Herrn Professor Dulger auf dem erfolgreichen Weg seines Unternehmens von Anbeginn begleiten durften“, sagte Helmut Schleweis, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse



Viktor Dulger, Gründer des Dosiertechnikherstellers ProMinent, wurde für sein Lebenswerk geehrt. Bild: zg

Heidelberg, auf der Preisverleihung am 21. April in Stuttgart. Seit Gründung von ProMinent im Jahr 1960

verbinde beide Häuser eine enge und konstruktive Geschäftsbeziehung. „Wir konnten auf beeindruckende Weise verfolgen, was aus einer Idee werden kann, wenn man diese unbeirrt und mit Herzblut verfolgt“, so Schleweis.

„Visionen haben ProMinent an die Weltspitze geführt. Diese Spitzenposition wollen wir weiter ausbauen“, sagte Dulger. Die erfolgreiche Firmengeschichte verdanke ProMinent auch starken Partnerschaften, darunter jene mit der Sparkasse Heidelberg. Red

KAHL

Büros mit Persönlichkeit

Ständige Fachausstellung auf über 1.600 qm

Komplettservice – von der Projektierung bis zur Übergabe

Partnerschaft mit den Besten

Lösungen, die begeistern



Kinnarps

KÖNIG+NEURATH

sedus

Wilkhahn

WALTER KNOLL

PHILIP

THONET

COR

vitra.

KAHL
Büros mit Persönlichkeit

KAHL Büroeinrichtungen GmbH
Industriestraße 17-19
68169 Mannheim
Tel. 0621 32499-0
Fax 0621 32499-99

www.kahlgmbh.de
info@kahlgmbh.de
Öffnungszeiten:
Montag - Freitag
7.30 - 17.00 Uhr

Innovative Projekte gesucht

Rhein-Neckar. Die Metropolregion Rhein-Neckar hat zum fünften Mal den mit insgesamt 35 000 Euro dotierten MRN-Innovationspreis ausgelobt. Gesucht werden Projekte, die sich klar vom gegenwärtigen Stand der Forschung und Technik abheben und die sich den Bereichen Biotechnologie und Medizintechnik, Informations- und Kommunikationstechnik, Umwelt- und Energietechnik, Materialien und Werkstoffe oder Life Sciences und Gesundheit zuordnen lassen.

■ m-r-n.com/innovationspreis

Zahl der Flüge in Mannheim sinkt

Mannheim. Im vergangenen Jahr verzeichnete der City Airport Mannheim 48 900 Starts und Landungen (-2600). Der Umsatz lag bei 3,5 Millionen Euro, der Gewinn bei rund 14 000 Euro. Derzeit suchen die Mannheimer nach Fluggesellschaften, die Linienflüge von Neustadt aus anbieten wollen. Cirrus-Air hatte die Verbindung nach Hamburg eingestellt und bietet derzeit täglich Flüge nach Berlin an.

Die City ist Programm

Zuschüsse von bis zu 25 000 Euro erhalten Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleister, wenn sie in der Ludwigshafener Innenstadt investieren. Noch hält sich die Nachfrage in Grenzen.

Ludwigshafen. „Es fehlt unter anderem an Schuhgeschäften, Herenausstattungen, Spielwarenläden oder Shops mit Lifestyle-Produkten und Interieur. Auch Textilien abseits einer jugendlichen Käuferschicht mit Blick auf die ältere Kundin oder Feinkost sind in der City zu wenige zu finden“, sagt Bettina Stier. Die für Stadtumbau, City-Entwicklung und Existenzgründungen zuständige Mitarbeiterin bei der WirtschaftsEntwicklungsGesellschaft Ludwigshafen (W.E.G.) kommt beim Aufzählen kaum nach. Kurz gesagt: Einen Großteil der Einkaufsmöglichkeiten, die eine attraktive Innenstadt ausmachen, sucht man in der Ludwigshafener City vergebens. Die Stadt versucht seit Jahren gegenzusteuern, will mit einem Stadtumbauprozess die Attraktivität erhöhen. Dabei setzt man unter anderem auf die Anziehungskraft der im September 2010 eröffneten Rhein-Galerie mit ihren 130 Geschäften. Im Sog dieses Kundenmagneten soll auch die umliegende Innenstadt im Bereich Bahnhofstraße, nördliche Bismarckstraße, Zollhafen, Rathaus und Ludwigstraße zum Höhenflug ansetzen. Doch der Weg nach oben ist weit.

Jüngste Fördermaßnahme ist das City-Programm. Mit insgesamt 745 000 Euro werden bis zum Jahr 2013 Investitionstätigkeiten im Bereich der Innenstadt unterstützt. Das Geld stammt komplett aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE). Auf Zuschüsse hoffen können Einzelhändler und Gastronomen aber auch Firmen der Kreativ- und Kulturwirtschaft sowie Dienstleistungsunternehmen, die Beratung zu internationalen Geschäftsaktivitäten anbieten. Gefördert werden Umbaumaßnahmen, Investitionen in die Innenausstattung und auch Beratungs- und Marketingleistungen, die zur Unternehmenssicherung beitragen.

Bis zur Hälfte der Investitionssumme kann durch das City-Programm übernommen werden. Maximal gibt es 25 000 Euro pro Unter-



Ludwigshafen fördert Investitionen von Einzelhändlern, Gastronomen und Dienstleistern. Das soll die Innenstadt attraktiver machen und Besucher der Rhein-Galerie ins Zentrum locken. Bild: Proßwitz

nehmen im Förderzeitraum. Erfahrungen aus früheren Förderprogrammen zeigen, dass die Zuschüsse eine weitaus höhere Summe an Investitionen der Unternehmer nach sich ziehen werden. Im Zeitraum von 2002 bis 2008 konnten die damals laufenden Programme mit Fördermitteln in Höhe von 2,2 Millionen Euro rund neun Millionen Euro an Investitionen aktivieren.

Doch noch ist die Resonanz verhalten. Seit dem 20. November 2010 können sich potenzielle Investoren bewerben. Anfang April lagen nach Angaben von Bettina Stier bereits neun Anträge mit einer Gesamtinvestitionssumme von fast 650 000 Euro vor. Das größte Interesse habe bislang die Gastronomie gezeigt. Die Wirte und Cafébetreiber reagieren nach Einschätzung der W.E.G.-Mitarbeiterin am schnellsten auf Veränderungen wie die Eröffnung der Rhein-Galerie. Sowohl Neuansiedlungen als auch Umstrukturierungen bestehender Betriebe seien geplant. „Es gibt jüngere Pächter, die zwischen 60 000 und 200 000 Euro investieren möchten“, erläutert Stier.

Ob sie den erhofften Zuschuss erhalten, sollen die bisherigen Antragsteller in den kommenden Wochen erfahren. Die ersten Bescheide sollen im Mai herausgehen. Ob ein Projekt förderungswürdig ist, berät der aus Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse sowie aus Vertretern

von Kammern, Verbänden und örtlichen Banken zusammengesetzte Vergabeausschuss. Die Entscheidung und die Mittelauszahlung indes ist Sache der Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz.

Längst nicht alle denkbaren Investitionen werden als förderfähig bewertet. Die Zuschüsse sollen speziell an kleinere (bis 50 Mitarbeiter) und mittlere (bis 250 Mitarbeiter) Betriebe fließen. Eines der wichtigsten Kriterien: Die Betriebe müssen inhabergeführt sein. Überregionale Modeketten sind dabei ebenso ausgeschlossen wie Systemgastronomie. Ein-Euro-Shops, Back-Ketten, Handyläden, Billig-Friseure oder Imbisse können nach Aussage von Bettina Stier nicht mit den EU-Geldern rechnen.

Das ist ganz im Sinne von Edmund Keller, Vorsitzender des Einzelhandelsverbandes der Region Ludwigshafen. „Wir brauchen dringend noch einige inhabergeführte Fachgeschäfte in der Innenstadt“, sagt er. Die bekannten Filialisten sieht er in den beiden Einkaufszentren gut aufgehoben. In der City würde er dafür gerne beratungsintensivere und hochwertigere Marktsortimente angesiedelt sehen. Sein eigenes Spezialgeschäft für Berg- und Wanderschuhe führt er als Beispiel an. „Zu uns kommen Kunden aus München angereist“, sagt er. Überleben könne nur, wer etwas Besonderes zu bieten hat.

Jörg Keller



Er erkennt, was bei wem am besten wirkt.

Jeder Mensch ist anders – auch genetisch. Deshalb setzen wir auf Personalisierte Medizin: Unsere Bereiche Pharma und Diagnostics arbeiten gemeinsam an Tests und Wirkstoffen, um Therapien besser auf die Bedürfnisse von Patienten abzustimmen.

Unsere Innovationen helfen Millionen Menschen, indem sie Leid lindern und Lebensqualität verbessern. Wir geben Hoffnung.

www.roche.de



Innovation für die Gesundheit



- Analyse
- Bewertung
- Nutzungskonzepte
- Betriebskostencheck
- Wirtschaftlichkeit
- Vermarktung
- Vermittlung
- Finanzierung
- Transaktionsberatung
- Nachfolgegestaltung



Markus Rominski
Hardtwaldring 44
68723 Oftersheim
Telefon: 0 62 02 / 9 50 89 51
mr@rominski-consulting.de
www.rominski-consulting.de

Veranstaltungsorte stellen sich vor Mannheim. Außergewöhnliche Veranstaltungsorte standen im Fokus der „Locations Rhein-Neckar“, die Anfang April zum ersten Mal im Congress Center Rosengarten stattfand. Über 1000 Besucher nutzten die Gelegenheit, zu erkunden, was die Region zu bieten hat. 120 Aussteller waren bei der „Locations“ zu Gast. Zusammen mit der Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft mbH (LUKOM) stellte die m:con – mannheim:congress GmbH zudem die Tagungsmöglichkeiten im Pfalzbau Ludwigshafen vor.

Werbefilme spiegeln Werte wider Mannheim. In welchem Ausmaß Werbung und Werbefilm unser Selbstbild und unsere Wunschwelten widerspiegeln, führte die Wettbewerbsrolle des 14. Internationalen Werbefilmfestivals „spotlight“ vor Augen, das Ende März zum zweiten Mal in Mannheim stattfand. Social Spots und Mini-Dramen in Werbefilmlänge griffen die aktuelle gesellschaftliche Diskussion um Werte und Menschlichkeit auf. Erstmals vergeben wurde dieses Jahr der Preis für die beste internationale Adaption.

Wie entsteht ein Gedanke?

Heidelberg. Das Internationale Symposium zum Thema „Evolution, Bewusstsein, Quantenphysik“ findet vom 14. bis 15. Mai im Advanced Training Centre des EMBL in Heidelberg statt. Zu Gast sind unter anderem Nobelpreisträger Prof. Dr. Hans-Peter Dürr und Prof. Dr. Thomas Görnitz, Vorstand der Carl Friedrich v. Weizsäcker-Stiftung.

Im Netzwerk liegt die Lösung

Das „Cluster Energie und Umwelt“ lädt zur Regionalkonferenz ein. Die Veranstaltung will Akteure aus dem Bereich Energieeffizienz vernetzen.

Rhein-Neckar. Das „Cluster Energie & Umwelt“ veranstaltet am 8. Juni die erste Regionalkonferenz zum Thema Energieeffizienz. Zielgruppe sind Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Veranstaltungsort ist das John-Deere-Forum in Mannheim.

Die Tagung will den Firmen und Akteuren zeigen, dass die Herausforderungen in aller Regel nur in Netzwerkstrukturen lösbar sind. „Gemeinsame Aktivitäten sollen initiiert, Synergien aufgezeigt und der Mehrwert für die Teilnehmer eines Clusterverbands herausgear-

beitet werden“, sagt Cluster-Manager Bernd Kappenstein.

Aufgerufen sind vor allem Firmen, die sich mit den Energiethematen sowohl in der Erzeugung und Verteilung als auch in der Dienstleistung beschäftigen. Dazu zählen auch Unternehmen aus dem Bereich der regenerativen Energien und Firmen, die im Bereich der energetischen Haussanierung tätig sind.

In vier Projektgruppen befassen sich die Teilnehmer mit den Themenschwerpunkten: Energieeffizienz in Gebäuden sowie in kleinen und mittleren Unternehmen, Erneuerbare Energien, klimafreundliche Siedlungsplanung und intelligente Energieversorgung.

Den Auftakt der Konferenz bildet eine Podiumsdiskussion mit Ludwigshafener Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse, dem Vorsitzenden des Vereins ZMRN Albrecht Hornbach und MVV-Vorstand Dr. Georg Müller. Heidelbergs Oberbürgermeister Dr. Eckart Würzner ergänzt das Podium in seiner Funktion als Präsident von Energy Cities.

Infos und Anmeldung unter:

www.m-r-n.com

ZEW/UNI MANNHEIM
Steuergestaltung über die Grenzen hinweg

Mannheim. Der nächste Mannheimer Unternehmenssteuertag findet am 21. Juni statt. Thematisch stehen Steuergestaltungsfragen bei der nationalen und grenzüberschreitenden Nutzung von Personengesellschaften im Mittelpunkt. Diese ergeben sich aus dem Zusammenspiel von transparenter und intransparenter Besteuerung. Träger der Veranstaltung sind das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) und die Universität Mannheim.

■ unternehmenssteuertag.de

TTS GMBH
Forum stellt neue Enterprise Learning-Ansätze vor

Heidelberg. Das Knowledge Transfer Forum der TTS GmbH in Heidelberg findet am 26. Mai statt. Thema der Veranstaltung ist „Was Hänschen nicht lernt...“. Unternehmensreferenten stellen neue Enterprise Learning-Ansätze vor und geben Einblicke, wie in ihren Organisationen Personalentwicklung und Mitarbeiterqualifizierung vorangetrieben werden. Die wissenschaftliche Seite beleuchtet Prof. Dr. Dr. Manfred Spitzer, Ärztlicher Direktor der Psychiatrischen Universitätsklinik Ulm.

■ www.tt-s.com/forum

PHARMA 3.0
In welche Richtung bewegt sich der Gesundheitsmarkt?

Mannheim. Die Pharma-Industrie steht vor Veränderungen. Vom IT-Unternehmen über Großhandel, Telekommunikationsanbieter und Konsumgüterhersteller – alle drängen in den Gesundheitsmarkt. Experten sprechen von einer Umwandlung in ein neues Gesundheits-Ökosystem – Pharma 3.0. Die neuen Herausforderungen und Veränderungen in der Branche werden am 18. Mai um 17 Uhr an der Graduate School Rhein-Neckar vorgestellt und diskutiert.

■ www.gsrn.de/aktuelles/newsfolder/PM-30-03-2011



Die Region der kurzen Wege!

Von Hightech zu Highheels in 15 Minuten.

Leben in Bewegung

In der Metropolregion Rhein-Neckar entwickeln helle Köpfe Produkte und Technologien von morgen. Aber nicht nur in Wirtschaft und Wissenschaft wird Zukunftsmusik gespielt. Auch im pulsierenden Kulturleben gibt es Außergewöhnliches zu entdecken. Diese Kombination macht die Metropolregion Rhein-Neckar zu einem der attraktivsten Standorte in Deutschland. Die Region der kurzen Wege! **Mehr unter www.m-r-n.com**

Wir unterstützen die Regionalentwicklung in der Metropolregion Rhein-Neckar:



BICKMANN
WERBE IDEEN.
DIE WERBEARTIKELBERATER

FABER-CASTELL
Office-Set
ab 250 Stück
4,95 Euro
zzgl. Mwst. und
Transportkosten,
inkl. 1-fbg. Druck
auf 4 Teilen zzgl.
Drucknebenkosten

TELEFON: 0621-4183928 WWW.BICKMANN-WERBEIDEEN.DE

Schnellbauhallen

SEIT ÜBER 30 JAHREN

Lieferzeit:
2-3 Wochen

hps
Fertighallen GmbH

Badener Str. 5 · 69493 Hirschberg
Telefon 0 62 01 / 2 59 98-0
Fax 0 62 01 / 2 59 98-20

www.hps-fertighallen.de

hochwertig · preisgünstig · schnell



Dr. Rainer Dulger ist Vorsitzender des Arbeitgeberverbandes Südwestmetall und Geschäftsführer der ProMinent Dosiertechnik GmbH aus Heidelberg. Bilder: Rothe

INTERVIEW

„Risiken nicht abschätzbar“

Dr. Rainer Dulger, der Vorsitzende des Arbeitgeberverbandes Südwestmetall und Geschäftsführer der ProMinent Dosiertechnik GmbH in Heidelberg, spricht im Interview über das „German Beschäftigungswunder“ und über die möglichen Folgen der Krisen in Japan und Nordafrika.

Econo: Herr Dr. Dulger, die Metall- und Elektroindustrie hat sich rasch von der Krise erholt: Sie rechnen in diesem Jahr mit 12 000 neuen Arbeitsplätzen im Südwesten – war diese Entwicklung absehbar?

► **Dr. Rainer Dulger:** Dass der Markt sich so schnell wieder belebt und eine so hohe Nachfrage zustande kommt, damit hat sicher niemand gerechnet. Trotzdem: 2011 wird, wie schon 2010, ein Jahr des Aufholens werden. Denn es ist noch ein langer Weg zu gehen, bis wir wieder das Vorkrisenniveau erreicht haben.

Econo: Wie beurteilen Sie die Situation hier in der Metropolregion?

► **Dulger:** Die Rhein-Neckar-Region hat sich insgesamt als relativ krisenfest erwiesen. Das liegt daran, dass wir hier einen guten Branchenmix haben und nicht wie in anderen Gegenden einen Überhang an Automobilindustrie oder Maschinenbauunternehmen, die von der Krise besonders stark betroffen waren. Dennoch hatten auch zahlreiche Unternehmen hier in der Region mit hohem Kapazitätsabfall zu kämpfen, viele haben Kurzarbeit eingeführt. Und auch jetzt hat der Aufschwung noch nicht jeden in der Branche erreicht.

Econo: Sie haben die Kurzarbeit angesprochen. Wie fanden Sie rückblickend das Krisenmanagement

der Politik während der Wirtschafts- und Finanzkrise?

► **Dulger:** Kanzlerin Merkel hat gut und schnell gehandelt. Die Entscheidungen, die getroffen wurden, waren richtig und haben getragen, wie etwa die beiden Konjunkturpakete. Eine besonnene Tarifpolitik hat ein Weiteres getan. Diese Maßnahmen haben zum sogenannten „German Beschäftigungswunder“ geführt.

Econo: Wird sich dieses „Wunder“ fortsetzen? Oder anders gefragt: Wie stabil ist der Aufschwung?

► **Dulger:** Es ist durchaus möglich, dass es im Jahresverlauf noch im jet-

zigen Tempo weitergeht. Allerdings gibt es auch viele ernstzunehmende Risikofaktoren. Durch die Ereignisse in Japan etwa können erhebliche Lücken im Nachschub entstehen. Denn die Unternehmen hierzulande, etwa in der Halbleiterindustrie, verarbeiten viele Grundmaterialien, die aus Japan kommen und die momentan nicht zur Verfügung stehen. Hinzu kommen Risiken, die heute noch keiner einschätzen kann.

Econo: Wie können die Betriebe sich dagegen wappnen?

► **Dulger:** Die Unternehmen werden unterschiedlich betroffen sein – einige werden gar nichts merken, andere wird es hart treffen. Schon

jetzt beugen manche Firmen durch eine Auffüllung ihrer Vorräte vor, obwohl das preislich sehr schmerzhaft ist. Aber das ist auch nur eine Möglichkeit von begrenzter Dauer und der Markt verknappt sich dadurch noch mehr.

Econo: Ein anderer Krisenherd ist derzeit die arabische Welt. Haben die Geschehnisse dort Auswirkungen auf die wirtschaftliche Situation bei uns?

► **Dulger:** Wir erleben derzeit an vielen Stellen der Welt Krisenherde, deren konkrete Auswirkungen auf Deutschland nur schwer abzuschätzen sind. Absehbar ist, dass die Energie- und Rohstoffpreise deutlich steigen. Vor diesem Hintergrund müssen wir gerade in unserem rohstoffarmen Land eine kluge Energiepolitik machen. Kernenergie wird als Brückenenergie zunächst notwendig bleiben. Wir brauchen eine verlässliche und bezahlbare Energieversorgung in unserem Land.

Econo: Apropos, hat Sie der Ausgang der Wahlen in Baden-Württemberg überrascht?

► **Dulger:** Überrascht nicht, weil vor allem die Ereignisse in Japan das Bürgerempfinden sehr emotional beeinflusst und damit die Landtagswahl aus meiner Sicht entschieden haben. Für das, was dort passiert ist, können weder die Grünen und die SPD etwas, noch die CDU oder die FDP. Nichtsdestotrotz: Wir haben eine konstruktive Zusammenarbeit mit der neuen Regierung angeboten. Was wir freilich erwarten, sind stabile wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen. Dazu gehört eine funktionierende Verkehrsinfrastruktur ebenso wie eine verlässliche Energieversorgung. Auch in der Bildungspolitik wünschen wir uns, dass der eingeschlagene Weg fortgesetzt wird.

Econo: Die Betriebe der Metall- und Elektroindustrie, denen es wieder gut geht, konnten laut Tarifvertrag die Lohn- und Gehaltserhöhung um zwei Monate, auf Februar, vorziehen. Haben Sie den Eindruck, dass die Unternehmen im Südwesten ihre Mitarbeiter angemessen am Aufschwung beteiligt haben?

► **Dulger:** Ja. In Baden-Württemberg haben 40 Prozent der Unternehmen die Tarifierhöhung vorgezogen, davon haben 60 Prozent der Beschäftigten profitiert.

Econo: Die Gewerkschaften befürchten, dass mit dem Aufschwung nun vor allem die Zahl der Leiharbeiter ansteigt. Ist diese Sorge berechtigt?

► **Dulger:** Ob vor, während oder nach der Krise: Die Zeitarbeitskräfte haben die Stammebelegschaften in den Unternehmen nie gefährdet, sondern vielmehr gesichert. Wir brauchen die Zeitarbeit, weil sie ein wichtiges Flexibilisierungsinstrument ist. Allein aufgrund des Know-how-Vorsprungs der Stammkräfte werden Leiharbeiter diese nie ersetzen können.

Econo: Wie weit darf die Flexibilisierung gehen, von der Sie sprechen? Bei Daimler in Wörth hat man sich in einer Betriebsvereinbarung auf einen Leiharbeiter-Anteil von maximal acht Prozent geeinigt. Könnte das ein Richtwert sein?

► **Dulger:** Es ist eine feine Sache, wenn man sich hier einigen kann. Aber eine solche Quote können wir nicht in Tarifverträge gießen. Das lässt sich nur auf betrieblicher Ebene regeln.

Econo: Und was ist so falsch an der Forderung nach gleicher Bezahlung für Stamm- und Leiharbeitskräfte?

► **Dulger:** Zeitarbeit ist für die Betriebe nicht nur ein Flexibilisierungsinstrument, sondern auch ein Kostenfaktor. Eine Gesetzgebung auf diesem Gebiet würde die Wettbewerbsfähigkeit gefährden. Außerdem: Auch Zeitarbeiter werden nach Tarifen entlohnt, die Gewerkschaften mit Arbeitgebern ausgehandelt haben. Wenn die Gewerkschaften finden, hier werde zu wenig bezahlt, steht es ihnen frei, andere Konditionen auszuhandeln.

Econo: Das Bundesarbeitsgericht hat die Tarifeinheit gekippt. Was bedeutet das?

► **Dulger:** Die Tarifeinheit war ein bewährtes System, das in Deutschland Planungssicherheit und Betriebsfrieden garantiert hat. Ich mache mir nun große Sorgen, dass kleine Berufsgruppen ganze Betriebe lahmlegen könnten.

Econo: Wie muss man sich das vorstellen?

► **Dulger:** Nehmen Sie beispielsweise die Vorfeldlotsen auf dem Flughafen oder die Werksfeuerwehr

– wenn diese Berufsgruppen streiken, dann steht der komplette Betrieb still. Oder die Zulieferkette in der Automobilindustrie: Bisher herrschte hier Ruhe und Frieden bis zur nächsten Tarifrunde. Nun besteht die Gefahr, dass die Lieferkette unter der Zeit plötzlich abreißt. Bisher gab es hier nur eine Rechtspraxis. Es wäre nun an der Politik, die Situation mit einem Gesetz zu „heilen“. Die Kanzlerin hatte bis Anfang des Jahres eine Lösung angekündigt, ich gehe davon aus, dass wir hier demnächst eine belastbare Regelung bekommen.

Econo: Wie könnte so eine Lösung aussehen?

► **Dulger:** Für den Fall, dass in einem Betrieb unterschiedliche Tarifverträge für dieselbe Arbeitnehmergruppe gelten, soll jener Tarifvertrag gelten, an den die meisten Arbeitnehmer gebunden sind. Gleichzeitig soll für die Laufzeit des nach diesem Grundsatz im Betrieb anzuwendenden Tarifvertrages die Friedenspflicht gelten. Das ist übrigens ein gemeinsam von Arbeitgeberverbänden und Gewerkschaften entwickelter Vorschlag, der Rechtssicherheit für den Fall der Kollision bei unterschiedlichen Tarifverträgen schafft.

Econo: Ein anderes Thema, mit dem sich die Betriebe auseinandersetzen müssen, ist der Fachkräftemangel. Eine aktuelle Studie der IHK Rhein-Neckar sagt für die kommenden Jahre massive Engpässe in der Region voraus – davon ist auch die Metall- und Elektroindustrie betroffen.

► **Dulger:** Richtig. Im M+E-Bereich fehlen bundesweit schon jetzt

80 000 Facharbeiter und 40 000 Ingenieure. Das sind mehr, als die Hochschulen überhaupt „nachliefern“ können. Betroffen sind fast alle Unternehmen. An die Bundesregierung richte ich daher den Appell, schnell Maßnahmen zu ergreifen, um die qualifizierte Zuwanderung zu fördern.

Econo: Sie sind selbst Geschäftsführer eines metallverarbeitenden Unternehmens. Welche Möglichkeiten haben die Betriebe momentan, um auf den Mangel zu reagieren?

► **Dulger:** Wir müssen uns in erster Linie um den Nachwuchs kümmern, das heißt zusätzliche Ausbildungsplätze in den Unternehmen schaffen und mehr Plätze für Studierende der Dualen Hochschulen. Auch Angebote zur Berufsorientierung und zur Ausbildungsqualifizierung für Schüler sind wichtig. Mit seiner Bildungspolitik hat das Land in dieser Hinsicht bislang viel geleistet. Außerdem gilt es natürlich, die älteren Arbeitnehmer beschäftigungsfähig zu halten, also sie weiter zu qualifizieren. Denn fest steht für mich, dass wir angesichts der demografischen Entwicklung im Schnitt alle werden länger arbeiten müssen. Das können wir auch, weil die Deutschen im Durchschnitt auch gesünder älter werden. Es ist zumutbar, weil wir keine Nation von Dachdeckern sind – und in Ingenieurberufen kann man durchaus bis 67 arbeiten. Es gibt auch viele, die das gerne tun wollen. Meiner Meinung nach fehlt es vor allem an der positiven Kommunikation dieses Themas.

Econo: Herr Dulger, wir danken Ihnen für das Gespräch. npo

Automatisierung **Sonder**
Prüf **Maschinen** bau
High-Tech Montage **Mess**

High-Tech-Problemlösungen seit 1976 in der Metropolregion

Mannheim
Telefon 0621 / 739210
www.steitz.de

steitz
präzisionstechnik

Das Ausland beackern

In Sachen Internationalisierung ist die Metallindustrie vorne dabei. Vor allem das Geschäft mit China boomt. Doch so verheißungsvoll die Auslandsmärkte sind – der Schritt über die Grenze ist auch ein Wagnis, das wohl bedacht und gut vorbereitet sein sollte.

Wer darüber nachdenkt, international zu investieren, sollte sich keinen Illusionen hingeben. „Es ist im Ausland immer schwerer als zu Hause. Ein Produkt, das sich hier nicht verkaufen lässt, wird auch anderswo niemand kaufen“, sagt Rainer Dulger. Der Vorstandsvorsitzende der Südwestmetall warnt daher vor falschen Hoffnungen beim internationalen Engagement. „Es gilt immer zu bedenken: Was weiß ich über den Markt? Und wie lang ist mein Atem, um dort zu bestehen?“

In der globalisierten Welt gewinnen die Geschäfte in und mit anderen Ländern für die Unternehmen an Attraktivität. Laut einer Umfrage des Deutschen Industrie- und Han-

delskammertages (DIHK) plant die deutsche Industrie in diesem Jahr so viele Investitionen im Ausland wie nie zuvor. Bemerkenswert: Immer weniger Betriebe investieren aus Kostengründen im Ausland – etwa um dort billiger produzieren zu können. Deutlich wichtiger ist es den Unternehmen, Märkte zu erschließen, Präsenz zu zeigen und nah am Kunden zu sein. Speziell die Metall- und Elektroindustrie zeichnet sich durch einen hohen Internationalisierungsgrad aus: Die Kraftfahrzeughersteller sind die Branche mit dem höchsten Anteil der im Ausland engagierten Unternehmen, auch über die Hälfte der Maschinenbau- und der Elektrotechnikbetriebe ist

international aktiv – aus gutem Grund, meint Rainer Dulger: „Für M+E-Unternehmen wird es in Zukunft ohne Internationalisierung generell schwer werden“, ist der Südwestmetall-Chef überzeugt. Als Geschäftsführer der international tätigen ProMinent Dosiertechnik GmbH in Heidelberg weiß Dulger jedoch auch um die Tücken des Engagements jenseits der deutschen Grenzen. „Je nachdem, wo man sich betätigen will – ob in der EU oder im restlichen Europa, im Mittleren Osten, Amerika, Asien oder Fernost – ist der Aufwand un-

terschiedlich hoch“, gibt Dulger zu bedenken und empfiehlt sozusagen ein langsames Vortasten. Wer noch keine Auslandserfahrung habe, so sein Rat, sollte von weit entfernten Standorten besser erst einmal die Finger lassen. „Der Reiseaufwand ist hoch, es gibt Sprachbarrieren und nicht zu vergessen enorme kulturelle Barrieren“, so Dulger. „Schon ein Engagement in Frankreich ist anspruchsvoll, in Asien ist es schwierig – dort gilt ein ganz anderes Wertesystem.“

Und dennoch: Die deutschen Exporte in fast alle asiatischen Staaten haben sich 2010 überdurchschnittlich entwickelt. Zielregion Nummer eins für die Auslandsinvestitionen der deutschen In-

dustrie ist laut DIHK-Umfrage China. Mittlerweile planen 43 Prozent aller Unternehmen, die sich international engagieren wollen, dort Investitionen – darunter zahlreiche Großunternehmen. Denn vor allem sie haben die nötigen Ressourcen, um die bürokratischen, rechtlichen und steuerlichen Hürden zu nehmen, die den Markteintritt ins Reich der Mitte für kleinere Betriebe oft schwierig machen.

Von Mannheim aus in 80 Ländern

Doch auch die Zahl der Mittelständler, die den Schritt nach China wagen, nimmt seit einigen Jahren kontinuierlich zu. Vom enormen Wachstum im Riesenreich wollen alle profitieren. Klare Vorteile hat da, wer schon länger „den Fuß in der Tür“ hat. Der Landmaschinenhersteller John Deere hat bereits in den späten 1980er Jahren die Fühler nach China ausgestreckt und kann nun von einem über 20-jährigen Vertrauensvorsprung gegenüber den „Newcomern“ profitieren. „In diesen zwei Jahrzehnten konnten wir beweisen, dass wir ernstzunehmende Partner sind und wir haben gelernt, dass unsere Wertvorstellungen vereinbar sind“, sagt Ingolf Prüfer, Director Human Resources bei John Deere in Mannheim. Heute betreibt das Unternehmen sechs Produktionsstätten in China. Ebenso wie in den Werken in Indien wird dort für den Markt vor Ort produziert. „Man kann nicht nur in Märkte hinein verkaufen, das funktioniert nur eine gewisse Zeit“, wissen Prüfer und sein Kollege, PR-Manager Oliver Neumann. „Man muss die Länder am Wertschöpfungsprozess beteiligen.“ Internationalisierung bedeute indes nicht, dass man sich aus den klassischen Märkten zurückziehen wolle, betonen Prüfer und Neumann. „Es geht darum Know-how aufzubauen und zusätzliches Geschäft zu generieren.“ Rund 50 000 Mitarbeiter beschäftigen die Hersteller der grünen Traktoren weltweit. Allein am Standort Mannheim arbeiten Menschen aus 47 Nationen. 90 Prozent der in der Kurpfalz produzierten Maschinen werden exportiert – in über 80 Länder der Erde.

Roland Kiefer spielt mit seiner Firma Seeger Lasertechnik in Lorsch zwar in einer anderen Liga – doch in den vergangenen Jahren ist sein Betrieb kräftig expandiert und auch Kiefers Blick geht Richtung Aus-

land. Mit zehn Mitarbeitern hat Kiefer die Metallbearbeitungsfirma 2006 von Bernd Seeger übernommen. Heute arbeiten dort 45 Menschen. Das Unternehmen schneidet nach Kundenvorgaben Blech, Stahl, Edelstahl und Aluminium. Außerdem führt der Betrieb Laserbeschriftungen aus und bietet alle gängigen Schweißverfahren. Der Exportanteil liegt heute bei fünf Prozent, beliefert werden Firmen in den Niederlanden, in der Schweiz sowie in Tschechien. Alle bisherigen auslän-

dischen Geschäftsbeziehungen wurden angebahnt über zufriedene Bestandskunden – der einfachste und beste Weg, sich einen neuen Markt zu erschließen, findet Roland Kiefer. „Wesentlich ist es, dort jemanden zu kennen, dem man vertraut und der einen Marktzugang hat.“ Er plant, das internationale Geschäft weiter auszubauen – jedoch nicht sofort. Erst einmal gehe es darum, das Unternehmen vor Ort in Lorsch zu erweitern. „Dann haben wir auch ganz andere Möglichkeiten,

ausländische Märkte zu bedienen“, so Kiefer. Frankreich etwa könnte er sich vorstellen. Asien hingegen ist (noch) keine Option für den Laserspezialisten. „Momentan reicht Deutschland für uns als Markt noch aus“, betont Kiefer. Er weiß aber auch, dass das in fünf bis zehn Jahren ganz anders aussehen kann – vielleicht wird es dann auch für sein Unternehmen sinnvoll und notwendig sein, Standbeine in Osteuropa oder Asien zu haben.

Nicole Pollakowsky



Ein John-Deere-Traktor, Modell 7530. Die am Sitz der Europazentrale in Mannheim produzierten Fahrzeuge gehen zu 90 Prozent in den Export. Doch der US-Konzern produziert auch in Schwellenländern wie China oder Indien. Bild: zg

Unsere Existenzgründungsberatung.
Gut für neue Geschäftsideen.
Gut für die Region.



ZUKUNFT UNTERNEHMEN

Sparkasse
Heidelberg

www.sparkasse-heidelberg.de



Blechteile verlassen die Pulverbeschichtungsanlage beim Lampertheimer Metallbau-Unternehmen Nick. Die GmbH wurde im vergangenen Jahr von Pfenning Logistics gekauft. Das Logistikunternehmen will dadurch sein Zulieferergeschäft für Industriekunden ausbauen. Bild: Pfenning

Verlängerte Werkbank

Das Logistikunternehmen Pfenning hat die Metallbau Nick GmbH übernommen. Mit der Akquisition wollen die Viernheimer noch tiefer in die Produktionsprozesse ihrer Kunden dringen.

Es ist auf den ersten Blick ein ungewöhnliches Geschäft: Rückwirkend zum 1. Juli 2010 hat das Viernheimer Unternehmen Pfenning logistics den Metallzulieferer Nick aus Lampertheim übernommen. Ein Logistiker in der Metallbau-Branche – wie passt das zusammen? Sehr gut, findet Pfenning-Geschäftsführer Uwe Nitzinger. „Wir wollen nicht weg von unserem Kerngeschäft, sondern wir ergänzen es, um dem Kunden ein größeres Leistungsportfolio zu bieten“, verdeutlicht er. Tatsächlich steigen Logistik-Betriebe wie Pfenning immer früher in die Lieferketten ihrer Auftraggeber ein. Das Ziel: Möglichst tief in den Prozessen der Kunden verankert sein. „Logistische Mehrwertdienstleistungen im produktionsnahen Bereich“ nennt Nitzinger das und sieht darin einen attraktiven Wachstumsmarkt.

So ist der Kontraktlogistiker längst nicht mehr nur für die Warenbewirtschaftung der Kunden zuständig, sondern übernimmt für sie auch ganz andere Aufgaben. Etwa 15 bis 20 Prozent des Geschäfts bei

Pfenning, so Nitzingers Schätzung, entfallen bereits auf Spezialdienstleistungen jenseits der klassischen Logistik. Gerade im Automotive-Bereich beinhaltet dieses Modell der „verlängerten Werkbank“ auch die Übernahme von Produktionsaufgaben. „Die Fertigungstiefe in der Automobilindustrie ist heute nicht mehr die gleiche wie früher“, so Nitzinger. Immer mehr Aufgaben übernehmen die Zulieferbetriebe. Um hier die Nase vorn zu haben, war Pfenning bereits seit einiger Zeit auf der Suche nach Möglichkeiten, um das eigene Geschäftsfeld zu erweitern. Ein verstärktes Engagement in der Metallverarbeitung bot sich für die Viernheimer an. Denn bereits seit Mitte der 1990er Jahre ist das Unternehmen in der Stahlbearbeitung aktiv – größter Kunde ist die Mannheimer EvoBus, für die Pfenning die Bearbeitung und Anlieferung von Stahlprofilen übernimmt. Mit dem Kauf der Nick GmbH will man auf diesem Gebiet nun eine höhere Wertschöpfung erreichen.

Mehrheitsgesellschafter der Lampertheimer Metallbauer war bis Ende 2009 der mittlerweile insolvente Büromöbelhersteller Samas aus Worms. Mit der Übernahme durch die Pfenning Gruppe halten nun die Viernheimer Logistiker 80 Prozent der Anteile, 20 Prozent verbleiben bei Matthias Nick, der weiterhin Geschäftsführer ist. Übernommen wurden auch die rund 50 spezialisierten Mitarbeiter des Betriebs. Nach Angaben von Uwe Nitzinger werden sie weiterhin nach den in der Metallbranche ausgehandelten Tarifen bezahlt, das gelte ebenso für Neueinsteiger.

„Mit Nick gehen wir in der Fertigung eine Stufe nach vorn“, sagt Nitzinger. Viele Aufgaben, die bisher fremd vergeben wurden, können nun in eigener Regie erbracht werden. So kann das Unternehmen jetzt in eigener Wertschöpfung neben Stahl auch Blech und Aluminium bearbeiten. Außerdem steht eine Pulverbeschichtungsanlage zur Verfügung. Neue Möglichkeiten eröffnen eigene CAD-Programme.

„Bisher haben wir nur nach Zeichnung für den Kunden gefertigt. Jetzt können wir auf einem ganz anderen Niveau ansetzen und eigene Vorschläge zur Fertigung machen“, so Nitzinger. Nach einem guten halben Jahr sieht er, was die neue Tochterfirma angeht, seine Erwartungen bestätigt und hält die Übernahme für eine strategisch richtige Entscheidung.

Viel Aufhebens machen das Mutterunternehmen und die neue Tochter gleichwohl nicht um ihr neues verwandtschaftliches Verhältnis. Nach außen ist der Deal nur wenig sichtbar. Laut Uwe Nitzinger ist das so durchaus gewollt. „Das Geschäft bei Nick ist nach wie vor stabil, das Unternehmen war nie ein Sanierungsfall“, betont er. So bediene Nick auch weiterhin angestammte Kunden aus der Möbelproduktion oder den Bereichen Medizintechnik und Ladenbau. Uwe Nitzinger: „Wo Synergien sind, sprechen wir sie an. Ansonsten agiert jeder weiter in seinem Marktumfeld als eingeführte Marke.“ *Nicole Pollakowsky*

Handwerk im Stimmungshoch

Die aktuellen Konjunkturumfragen zeigen, dass die Handwerksbetriebe so optimistisch wie lange nicht mehr in die Zukunft schauen. Dass dies so bleibt, sei auch die Politik gefordert.

Die Stimmung unter den Handwerksbetrieben in der Metropolregion Rhein-Neckar hat sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich gebessert. Das zeigen die Konjunkturumfragen der Handwerkskammer (HWK) Pfalz und der Handwerkskammer Mannheim Rhein-Neckar-Odenwald. Linksrheinisch bezeichneten 52,5 Prozent der Befragten ihre aktuelle Geschäftslage als zufriedenstellend (Vorjahr: 44,1 %), 29,9 Prozent (18,3 %) als gut und nur 17,7 Prozent als nicht zufriedenstellend (37,6 %). Die entsprechenden Werte der Mitgliedsbetriebe der HWK Mannheim liegen etwas unter diesen Werten, allerdings immer noch deutlich über den entsprechenden Vorjahreswerten.

Besonders die Bau- und Ausbaubetriebe profitieren von der milden Witterung nach dem Jahreswechsel sowie dem anhaltenden Trend zur Geldanlage in die eigenen vier Wände und zur energetischen Sanierung, so die HWK Pfalz. In dieser Gruppe beurteilen fast 87 Prozent der befragten Betriebe ihre Lage als gut oder befriedigend. Am anderen Ende rangieren die Lebensmittelhandwerker, die bereits 2010 Umsatzverluste hinnehmen mussten. Nach wie vor leide diese Gruppe unter der Konkurrenz durch SB-Märkte. Daher zeigten sich nur 44,4 Prozent der Lebensmittelhandwerker, zu ihnen gehören beispielsweise Metzger und Bäcker, mit ihrer Geschäftslage zufrieden.

Für das gesamte Handwerk gilt indes, dass die Geschäftserwartun-

gen positiv ausfallen. Mehr als die Hälfte der rechtsrheinisch befragten Betriebe erwarten eine gute Geschäftsentwicklung, nur 6,3 Prozent rechnen mit schlechteren Geschäftslagen. Zu einem Investitionsboom haben diese Aussichten indes noch nicht geführt. Nur 38 Prozent der Betriebe haben in neue Maschinen und Werkzeuge investiert – ein sogar leicht geringerer Wert als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Immerhin ist die Investitionsbereitschaft gestiegen. Fast die Hälfte der Handwerker möchte Geld für Investitionen ausgeben, zudem will jeder vierte Betrieb sein Investitionsbudget aufstocken.

Dass diese Pläne umgesetzt würden, liege auch an der neuen baden-württembergischen Landesregie-

rung. HWK-Hauptgeschäftsführer Dieter Müller erwartet von den grün-roten Koalitionsparteien, „ein weiterhin günstiges Investitionsklima und angemessene Rahmenbedingungen, die Handwerk und Mittelstand Raum zum Atmen geben“. Müller verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass das Handwerk in der Wirtschaftskrise stabilisierend gewirkt habe. Handwerkskammerpräsident Walter Tschischka fordert von der neuen Stuttgarter Landesregierung unter anderem Investitionen in die frühkindliche und vorschulische Bildung, Anreize zur energetischen Gebäudesanierung und eine funktionierende und leistungsfähige Verkehrsinfrastruktur. Zudem sollten durch die neue Regierung dezentrale Energiekonzepte forciert werden. *Red*

3394449-1 (9738839)

Go East!

Aufstrebende Firmen zieht es in den Osten Mannheims. Denn dort finden sie im Eastsite-Komplex ein Ambiente vor, das genauso außergewöhnlich und erfolgreich ist, wie sie selbst.

Unermüdlich schaufeln die Bagger Erde und Steine aus dem Boden. „Die heben das Fundament für das Gebäude Eastsite III aus“, meint Rüdiger Dworschak lapidar. Der Geschäftsführer der 1stQ GmbH, einem Hersteller von künstlichen Augenlinsen, kann von seinem Büfenster aus die Baustelle wie von einem Logenplatz aus überblicken. Er deutet auf die Brache hinter der Baustelle. Auf dem Areal soll in zwei Jahren die Eastsite IV entstehen. „Wenn wir unser bisheriges Tempo beibehalten, dann wird der Bau gerade rechtzeitig fertig, damit wir dort zusätzliche Räume anmieten können“, sagt der Manager. Dabei ist es gerade mal ein halbes Jahr her, seitdem das 31 Mitarbeiter zählende Unternehmen in die Eastsite II eingezogen ist.

800 000 künstliche
Linsen im Jahr

„Unser Umsatz steigt von Jahr zu Jahr immer schneller, mittlerweile liegen wir bei zehn Millionen Euro“, sagt Dworschak. Der Selfmade-



Viele Firmen zieht es in die Eastsite, hier im Bild Gebäude II.

Bild: zg

man kündigte vor 13 Jahren seinen gut dotierten Posten als Produktmanager bei einem amerikanischen Hersteller für künstliche Linsen und machte sich mit Spezialanfertigungen selbstständig. Ein überschaubarer, aber sehr lukrativer Markt, der, angefacht durch die demografische Entwicklung und die damit einhergehenden Alterserkrankungen, ungebremst wächst. Allein in Deutschland werden bei Operationen des grauen Stars jährlich 800 000 künstliche Augenlinsen eingesetzt.

Kurze Wege erleichtern Kommunikation

Drei Jahre hatte die Firma nach den passenden Räumlichkeiten gesucht und in der Eastsite II ideale Bedingungen vorgefunden. „Wir waren schon bei der Planung eingebunden, so dass wir die Büros bei der Größe und Ausstattung optimal gestalten konnten“, lobt Dworschak die B.A.U. Die Mannheimer Bauträgergesellschaft ist für Entwicklung, Projektierung und Vermarktung der Eastsite-Immobilien verantwortlich

(siehe Kasten Seite 40). Endlich gibt es genug Platz, um das deutsche und internationale Geschäft unter einem Dach zusammenzuführen. „Die kurzen Wege haben die Kommunikation spürbar verbessert. Das ist wichtig, denn die medizinische Zulassung der Produkte erfordert eine Menge Abstimmungen“, erläutert der Firmenchef.

Im Boden liegen fünf Kilometer Kabel

Ein weiterer Vorteil ist die intelligente Architektur. Gepaart mit neuester Technik hat sie das Unternehmen auch datentechnisch auf die Überholspur gebracht. So verlaufen im Hohlraumboden fünf Kilometer Kabel, die direkt in die Schreibtische der Mitarbeiter münden. Denn intern wird papierlos kommuniziert. Sogar die Tafeln in den Konferenzräumen, sogenannte Smart-Boards, funktionieren multimedial. „Ob Vertriebspräsentation oder Produktdokumentation, alles lässt sich per Mausklick abspeichern und auf die Laptops der Besprechungsteilnehmer herunterladen. Dadurch arbeiten wir noch effizienter“, erläutert Dworschak. Der Unternehmer ist, wie sein Vertriebspersonal, häufig auf Reisen und schätzt die exzellente Verkehrsanbindung der Eastsite. Man sei schnell auf der Autobahn, am Bahnhof oder am Flughafen in Frankfurt oder Straßburg. Und der Mannheimer City Airport liege direkt vor der Haustür.

Die hervorragende Verkehrsanbindung und Parkmöglichkeiten lobt auch Dr. Friedrich W. Cremer vom Zentrum für Humangenetik Mannheim. Viele Patienten reisen mit dem Zug oder Auto an, teilweise aus über hundert Kilometern, um abklären zu lassen, ob eine erbliche Anfälligkeit für bestimmte Krankheiten vorliegt oder ihre Erkrankung genetische Ursachen hat. In der Mehrzahl kommen Paare in die Sprechstunde, die Probleme haben, sich den Kinderwunsch zu erfüllen, oder Menschen aus Familien mit erhöhtem Krebsrisiko. „Wir sind eine von nur rund 90 humangenetischen Facharztpraxen in Deutschland“, erklärt Cremer das große Einzugsgebiet. Im Bereich Labordiagnostik ist die Reichweite sogar noch größer. Hier erhalte die Klinik regelmäßig Proben von Ärzten aus dem Ausland, manchmal sogar aus Südamerika oder Australien zugeschickt.

„Bei manchen Erkrankungen sind wir die einzigen, die in der Lage sind, einen genetischen Nachweistest durchzuführen“, sagt der Arzt.

Ohne Umzug in die Eastsite II hätten er und sein Kollege, Dr. Rüdiger Kläs, künftig keine Diagnostik auf dem neuesten Stand der Wissenschaft mehr anbieten können. Die knapp 700 Quadratmeter große Fläche bietet ausreichend Platz für die gerade angeschafften hochmodernen Geräte. Zudem ließen sich die Räume auf die Abläufe der komplexen Prüfverfahren maßschneidern. „Da nur wenige Säulen das Gebäude tragen, konnten wir Zuschnitt und Ausstattung der Labors frei bestimmen“, berichtet Cremer.

Abwaschbare Wände, flüssigkeitsresistente Bodenbeläge, extra gesicherte Strom- und Wasserleitungen oder Zugangskontrolle per Chipkarte – die gesamte Infrastruktur entspricht den höchsten Standards und fördert ein effizientes Arbeiten. Alle Labors sind so angeordnet, dass ein durchgängiger Workflow möglich ist. Dieser beginnt beim Erfassen der Blutprobe und reicht bis zum Auslesen der einzelnen Bausteine der Erbsubstanz, dem letzten und entscheidenden Schritt, um krankmachende Veränderungen aufzuspüren. „Am alten Standort mussten wir für einige Arbeiten eine steile Treppe in den Keller hinabsteigen. Das ersparen wir uns hier glücklicherweise“, sagt Cremer und lacht.

„Grün“ senkt die Nebenkosten

Ökologische Aspekte spielten für die ZeQ AG eine Rolle, als sie sich für die Eastsite entschied. „Wir helfen die Umwelt zu schonen, weil das Gebäude mit regenerativer Energie geheizt und gekühlt wird. Dadurch sparen wir über 50 Cent Nebenkosten pro Quadratmeter im Monat“, sagt Vorstand Rüdiger Herbold. Der Diplom-Kaufmann gründete das Unternehmen gemeinsam mit seinem Kollegen Stefan Ruhl vor zehn Jahren. Mittlerweile berät ein 25-köpfiges Team rund 400 Krankenhäuser und Rehabilitationskliniken im deutschsprachigen Raum. Zu den Kunden zählt auch das Uniklinikum Mannheim. Ziel ist es, die Qualität der medizinischen Betreuung und die Wirtschaftlichkeit zu verbessern. Handlungsdruck verur-sache auch der Fachkräftemangel. ▶

EE
EASTSITE
III

B.A.U.

Bauträgergesellschaft mbH Seckenheimer Landstraße 2 68163 Mannheim

Mannheim-Neuostheim, Harrlachweg 3

- > Freie Flächen von 200 bis 4000 m²
- > Flexibel und variabel: Flächenteilung nach Wunsch
- > Angenehme Sommerkühlung via Bauteiltemperierung
- > Kostengünstiges Kühlen und Heizen durch Geothermie
- > Bezugsfertig im Frühjahr 2012

DIE NEUE BÜROARCHITEKTUR IN MANNHEIM

WWW.BAU-MANNHEIM.DE Tel. 0621 - 41 89 50

EASTSITE II ■ ■ ■

CTS® Unser neuer
Standort

CTS Consulting Tax Service® erbringt klassische Prüfungs- und Beratungsleistungen und setzt sich hierfür qualitativ hohe Maßstäbe. Unsere weitere Dienstleistung **European Tax Service**® betreut international tätige Unternehmen in Steuerfragen bei grenzüberschreitenden Sachverhalten.

Ob national oder international: Wir beraten Sie umfassend und entwickeln gemeinsam mit Ihnen die richtige Strategie. **Fragen Sie uns!**

- Wirtschaftsprüfung
- Steuerberatung
- Buchhaltung



CONSULTING TAX SERVICE

CTS Consulting Tax Service GmbH
Buchprüfungsgesellschaft

CTS Consulting Tax Service
Michael Tatsopoulos · Dipl. - Bw (FH)
Steuerberater & Vereidigter Buchprüfer

Gebäude: EASTSITE II
Seckenheimer Landstr. 2
D - 68163 Mannheim
Tel. 0621 - 844 940

www.cts-steuerberatung.de

Eastsite I - III

Partner von Beginn an.



Tragwerksplanung

Statik

Bauphysik

Brandschutzplanung

Weitere Referenzen

- Weinheim Galerie ■ Seehotel Ketsch
- Lanz Carré ■ Bahnstadt-Heidelberg

Mehr Informationen auf

www.dastragwerk.de

Ihr Kontakt zu uns

Diplom-Ingenieur

Wolfgang Kronach

kronach@dastragwerk.de

0 62 04 / 9 14 58 21



**Ingenieurgemeinschaft
Kronach + Müller**

Luisenstrasse 46 . 68519 Viernheim
Tel: 0 62 04/9 14 58- 0 . Fax: 9 14 58- 29



Interessante Architektur und hochwertige Ausstattung kennzeichnen die Eastsite II.
Bilder: zg

►► „Die Kliniken müssen ihre internen Abläufe so professionell gestalten, damit Doppelarbeiten und unnötige Belastungen bei den Mitarbeitern vermieden werden und die Zufriedenheit steigt“, erklärt Herbold die hohe Nachfrage nach Beratung und den Erfolg der ZeQ AG. Das Unternehmen legt kontinuierlich 20 Prozent beim Umsatz zu und wuchs zuletzt auf 2,8 Millionen Euro. Aufgrund des Wachstums ist der alte Standort, eine denkmalgeschützte Villa am Oberen Luisenpark, zu klein geworden. „Der Umzug in die Eastsite II bedeutet einen Riesensprung in der Ausstattung“, sagt Herbold. Die Berater arbeiten zwar die meiste Zeit beim Kunden vor Ort, doch wenn sie in Mannheim sind, finden sie jetzt optimale Arbeitsbedingungen vor. Die eleganten Büros sind technisch auf dem neuesten Stand. Sie verfügen über ausreichend Bandbreite, damit beispielsweise bei Videokonferenzen das Bild nicht ruckelt. Da die Mitarbeiter nach Bedarf einen Schreibtisch belegen, wurden zum Flur hin gläserne Wände eingezogen. Das erleichtert die Orientierung und die Kommunikation.

Herbold findet die Eastsite II nicht nur baulich interessant: „Hier entsteht ein attraktiver Unternehmensmix von Dienstleistern, aus

dem sich Kooperationen ergeben können“, ist der Manager überzeugt. Denn vermehrt würden Krankenhäuser fusionieren oder von anderen Einrichtungen übernommen, um Synergien zu realisieren. Derartige Projekte erforderten juristisches und Finanz-Know-how, das man sich möglicherweise direkt vor Ort von den Mitmietern einholen könne.

Drei Stockwerke höher sitzt mit der IMAP M&A Consultants AG bereits ein potenzieller Partner für die Lösung derartiger Probleme. Die deutsche Gesellschaft der internationalen IMAP-Organisation (International Mergers & Acquisitions Partners) ist auf die Beratung bei Kauf und Verkauf von mittelständischen Unternehmen und Beteiligungen spezialisiert. „Allein am Standort Mannheim schließen wir bis zu 20 Transaktionen dieser Art im Jahr ab“, berichtet Vorstandsmitglied Peter Koch. Häufig sind Expansionsstrategien, die Sicherung von Vermögenswerten und Arbeitsplätzen sowie die Nachfolgeregelung der Anlass solcher Transaktionen.

„Fast die Hälfte der Unternehmen findet ohne professionelle Hilfe keinen passenden Nachfolger“, erläutert Koch. Für sie identifizieren die Berater geeignete Investoren.



Eine Adresse für viele Unternehmen: In der Eastsite II sind sehr verschiedene Dienstleister zu Hause.

Aufgrund der demografischen Entwicklung verschärfe sich das Problem der Nachfolgeregelung in den kommenden Jahren, ist sich Koch sicher. Schon jetzt ziehe die Nachfrage an. Wegen des Wachstums ist IMAP Deutschland auch in die Mannheimer Eastsite II umgezogen. Hier finden die 25 Mitarbeiter modernste Technik und ideale Arbeitsmöglichkeiten für die international ausgerichtete Beratungstätigkeit. „Ausreichend Besprechungsräume in unterschiedlicher Größe, Kommunikationszonen sowie gläserne Büros fördern den Informationsaustausch“, stellt Koch fest. Die ausgezeichnete Verkehrsanbindung erleichtert Kundenkontakte. Zudem spiegelt das Gebäude die Kompetenz und Innovationskraft der IMAP-Gruppe wider und passe daher zum Geschäft.

„In der Eastsite kann man hervorragend repräsentieren und sich wohl fühlen. Zudem ist der exklusive Mietermix gut für weitere Geschäftsanbahnungen“, bestätigt Erik Waßmann, Mitgründer und Vorstand der Primus Valor AG. Das Emissionshaus legt Wohnimmobilienfonds auf und baut Solarparks, die es an Investoren verkauft. Bereits 1998 gründete der Manager mit Kollegen die EFC AG, eine Finanzberatung für Besserverdienenden

de und Vermögende, mit der das Emissionshaus in der Eastsite II die Etage teilt. „Wir nutzen Empfang und Schulungsräume gemeinsam. Das ist für beide Seiten kosteneffizient“, erklärt Waßmann. Die noch junge Primus Valor beschäftigt neun Mitarbeiter, die EFC AG am Standort Mannheim 15 und bundesweit 75 Mitarbeiter.

„Als wir 2007 starteten, fanden viele unsere Produkte mit sechs bis sieben Prozent Rendite langweilig“, erzählt Waßmann. Die weltweite Wirtschaftskrise im Jahr 2008 hat die Anleger auf den Boden der Tatsachen geholt und seinem Geschäft einen Schub verpasst. Mittlerweile befindet sich der vierte Fonds in der Platzierung. Die Wohnimmobilien stammen aus Sondersituationen, also aus Insolvenzen und Notverkäufen oder „freihändigem“ Verkauf. Der relativ günstige Kaufpreis von rund 700 bis 800 Euro auf den Quadratmeter, die gute Wohnlage in Mittelzentren quer durch Deutschland und die Vollvermietung der Objekte machen aus den Fonds ein sicheres Investment. „Wir agieren in einer Marktnische. So ein Portfolio hat kaum ein anderer in Deutschland“, behauptet Waßmann stolz. Raum zum Wachsen besteht – sowohl am Markt als auch im Eastsite-Komplex. *Heike Link*

3 erde
die erdstoffagentur

unsere leistungen für ihr bauvorhaben
erdarbeiten | bauphysik | schüttgut | entsorgung/verwertung
bäckerweg 50 | 68309 mannheim | fon 0621 / 32 88 87 86 | fax 0621 / 44 57 86 50
geschäftsführer: ralf hempel | r.hempel@erde3.de | www.erde3.de

ORTH RECYCLING
ABBRUCH - CONTAINERDIENST - ERDBAU
06 22 67 70-0



EASTSITE: VOM SCHROTTPLATZ ZUR TOPADRESSE

Die **Mannheimer Eastsite** erstreckt sich über eine Fläche von 64 960 Quadratmetern am Rande Neuostheims. Bereits in den 90er Jahren begann die Revitalisierung eines ehemaligen Autohofgeländes. Aber erst seit Anfang 2000 entwickelt der städtische Fachbereich für Wirtschafts- und Strukturförderung das Gewerbegebiet zwischen dem City Airport Mannheim und der Innenstadt zum Standort für Technologie- und wissensbasierte Dienstleistungsunternehmen.

Rund 51 Millionen Euro investierte die Mannheimer B.A.U. Bauträgergesellschaft mbH in das Großprojekt „Büropark Eastsite“. Auf dem 15 000 Quadratmeter großen Grundstück, auf dem sich zuvor ein Autohof sowie Schrott- und Lagerplätze befanden, sollen bis 2014 fünf Bürogebäude mit über 16 000 Quadratmetern Nutzfläche entstehen.

Im Jahr 2007 bildete das Studentenwohnhaus Eastsite den Auftakt für das prestigeträchtige Gesamtprojekt. Die acht Millionen Euro teure Anlage zählt zu den größten Holzgebäuden Deutschlands und wurde von der Architektenkammer Baden-Württemberg mit dem Preis für „Beispielhaftes Bauen Stadt Mannheim 2001 - 2007“ ausgezeichnet.

Seit 2009 folgen im Jahresrhythmus die Bürogebäude Eastsite I bis IV, ein Ensemble fünfstöckiger Gebäude, das Maßstäbe in der Nachhaltigkeit setzt:

Eastsite One

Baujahr: 2009

Bürofläche: 3300 Quadratmeter

Investitionsvolumen: 7,15 Mio. Euro

Niedrigenergiehaus

Eastsite II

Baujahr: 2010

Investitionsvolumen: 10,2 Mio. Euro

Bürofläche: 4700 Quadratmeter



Die Eastsite bietet Büros für Technologie- und wissensbasierte Dienstleistungsunternehmen.

Bild: zg

Passivhaus-Standard

Eastsite III

Baujahr: 2011

Investitionsvolumen: 9,55 Mio. Euro

Bürofläche: 4400 Quadratmeter

Voraussichtlich Nullenergiehaus

Eastsite IV

Baubeginn: auf 2011 vorgezogen

Investitionsvolumen: voraussichtlich 9 Mio. Euro

Bürofläche: 4000 Quadratmeter

Nullenergiehaus bzw. Plusenergiehaus

Eastsite V

Baujahr: 2012/2013

Bürofläche: 2000 Quadratmeter

Investitionsvolumen: voraussichtlich 4,4 Mio. Euro

Nullenergiehaus bzw. Plusenergiehaus

Nachhaltigkeit hat B.A.U.-Geschäftsführer Peter Gaul zu seinem Markenzeichen ge-

macht. Er will Immobilien bauen, die auch in 30 Jahren noch technisch und ästhetisch modern und damit wertvoll sind: „Das reicht von hochwertiger Architektur in bester Lage über absolute Flexibilität bis zu modernster Gebäudetechnik.“ Bei den Eastsite-Projekten arbeitet Peter Gaul daher mit dem Mannheimer Architekten Claus Fischer zusammen.

Ökologisch nachhaltig sind beispielsweise die Geothermie-Anlagen, die ab Eastsite II regenerative Energie liefern. Zum Heizen und Kühlen wird die natürliche Erdwärme genutzt. Extreme Spitzenlasten werden über das Fernwärmenetz abgedeckt. Eine hochwertige Dämmung, Bauteiltemperierung und kontrollierte Lüftung mit Wärmerückgewinnung senken ebenfalls den Energieverbrauch, so dass Heiz- und Kühlkosten bei etwa 20 Cent pro Quadratmeter und Monat liegen. Damit jede neue Immobilie noch sparsamer als die vorherige wird, erhält beispielsweise die Eastsite IV eine Photovoltaikanlage auf dem Dach. Außerdem plant die B.A.U. weitere Schritte, die über das Nullenergiehaus hinaus in Richtung Plusenergiehaus gehen.

Ästhetisch nachhaltige Grundrisse, die fast völlig auf Stützen verzichten, ermöglichen nahezu beliebige und auch wechselnde Nutzungen der Gebäude. Das schafft Flexibilität bei der Flächenplanung, die beispielsweise vom Großraumbüro für die ersten Mieter bis zu abgeschirmten Labors für spätere Nutzer alles zulässt. Auf eine lange Nutzungsdauer angelegt ist auch der Architekturbeton der Fassade. Er wirkt wie Naturstein, reagiert jedoch weniger empfindlich auf Umwelteinflüsse. Eine Reinigung fällt etwa alle zehn Jahre und eine Reparatur frühestens nach 50 Jahren an.

Wirtschaftlich nachhaltig zeigt sich der Standort. Allein in den drei ersten Eastsite-Gebäuden werden rund 500 Menschen arbeiten, und damit bereits mehr als doppelt so viele wie vor der Neuausrichtung des Gewerbegebiets.

hl

INTERVIEW

Risiko runter – Rendite rauf

In der eigenen Geschäftsimmoblie steckt mitunter viel wirtschaftliches Potenzial.

Experte Markus Rominski spricht über Strategien und Maßnahmen für mittelständische Betriebe.

Econo: Herr Rominski, ihr Tätigkeitsschwerpunkt besteht in der Neuausrichtung und Optimierung von Geschäftsimmobliien. Benötigen denn Mittelständler diese Dienstleistung?

► **Markus Rominski:** Die Finanzkrise hat dazu geführt, dass auch die kleineren Unternehmer alle Optimierungsmöglichkeiten ausschöpfen möchten. Gezieltes Immobilienmanagement vermindert Risiken und steigert Renditen. Allerdings fehlt den Mittelständlern Personal, Zeit und Know-how, sich intensiv um die Liegenschaften zu kümmern. Der Besitzer weiß meist nicht, wo Schwachstellen konkret liegen und wie sie behoben werden können. Eine Objektanalyse hinsichtlich Finanzierung, Versicherung, Betriebskosten, Miete und Nutzungskonzept bringt Klarheit.

Econo: Wo liegt der größte Optimierungsbedarf?

► **Rominski:** Im Kostensegment. Häufig bestehen für eine Immobilie mehrere Einzelfinanzierungen mit erheblichen Tilgungen. Das führt zu arbeitsintensiver Buchhaltung und starker Liquiditätsbelastung. Die Lösung ist ein neuer Wirtschaftsplan auf Basis einer effektiven Finanzierung. Immense Betriebskosten sind ein weiteres Problem. Bauliche Veränderung oder Sanierung können eine gezielte Maßnahme sein.

Econo: Wie energieeffizient ist denn in der Regel die Geschäftsimmoblie?

► **Rominski:** Wer einen Spaziergang durch unsere Gewerbegebiete macht, dem begegnen reihenweise ungedämmte Außenwände, Eternit-Dächer und veraltete Heizungssysteme. Auf Grundlage einer energetischen Analyse können für solche Bauten in kurzer Zeit große Einsparpotenziale entwickelt werden. Dank staatlicher Förderungen ist

momentan die beste Zeit für Energie- und Sanierungsmaßnahmen.

Econo: Einige Immobilienbesitzer sind sich vermutlich nicht sicher, ob der Aufwand lohnt...

► **Rominski:** Allein durch den Einbau einer modernen Wärmeanlage wird Kapital gespart. Ein Blockheizkraftwerk kann sich schon in sechs Jahren amortisieren. Die Anlage erzeugt Strom und heizt gleichzeitig durch Abwärme. Über Bedarf produzierter Strom wird ins öffentliche Netz eingespeist, der Besitzer erhält dafür eine feste Vergütung.

Econo: Die Nachfolge ist ein wichtiges Thema in vielen Familienbetrieben. Was sollten Unternehmer hinsichtlich der Geschäftsimmobliien beachten?

► **Rominski:** Da die Gebäude im Erbfall oft in das Privatvermögen übertragen werden, müssen Veränderungen im Immobilienbestand rechtzeitig geplant werden, auch um Freibeträge effektiv nutzen zu können. Bei Neuinvestitionen kann direkt festgelegt werden, wo die Immobilienwerte künftig verbleiben sollen. Die Nachkommen wachsen

so in das Vermögen hinein, statt zu erben. Das ist eine wesentliche Steuerentlastung. Eine frühe Übergabe mit Hilfe professioneller Unterstützung ist in jedem Fall ratsam.

Econo: Wie bewerten Sie Immobilien-Ausgründungen, bei denen Gebäude von den Nachkommen übernommen und an das Mutterunternehmen zurückvermietet werden?

► **Rominski:** Das ist sinnvoll und funktioniert gut, wenn keine Beteiligungsverflechtungen bestehen. Privat- und Firmenvermögen werden so weiter getrennt. Ein Unternehmer möchte nun mal sein Privatvermögen steueroptimiert an die Kinder weitergeben. Hier profitieren beide Generationen.

Econo: Welche Rechtsform bietet sich in diesem Falle an?

► **Rominski:** Eine GbR ist zwar kostengünstig und einfach zu verwalten, allerdings tragen die Gesellschafter das volle finanzielle Risiko, etwa bei Gebäudeleerstand. In einer haftungsbeschränkten GmbH & Co. KG hingegen erfahren die künftigen Erben einen Vermögensschutz, das sollten die Unternehmer bedenken.

Econo: Ein Unternehmer möchte sich eine Geschäftsimmoblie zulegen. Soll er kaufen oder mieten?

► **Rominski:** Kurzes, starkes Wachstum und eine unklare Geschäftsentwicklung sprechen für die Miete. Wenn ein Betrieb jedoch über lange Jahre gewachsen ist oder der zukünftige Flächenbedarf abschätzbar ist, sollte über Eigeninvestition nachgedacht werden. Die derzeit günstige Zinslandschaft spricht auf jeden Fall dafür. Allerdings hat in dieser Frage in den letzten vier bis fünf Jahren ein Wertewandel stattgefunden. Die Unternehmer denken nun kurzfristiger, wollen flexibel bleiben und wenig Risiko eingehen. In diesem Fall ist Leasing eine gute Alternative. *Verena Zimmer*



Markus Rominski ist Geschäftsführer von Rominski Consulting in Oftersheim. Der 44-Jährige hat fast zwei Jahrzehnte Immobilienkonzepte für große Unternehmen entwickelt. Seit 2011 bietet er mittelständischen Unternehmen diese Dienstleistung an. *Bild: Rominski*

DELTA Revision GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft



LOKALE PRÄSENZ –
INTERNATIONALES
KNOW HOW

Nationale und internationale Rechnungslegung
Unternehmensbewertung
Gutachtliche Tätigkeiten
Compliance-Projekte
Steuerplanung und -gestaltung

Ihre Ansprechpartner:
WP StB CPA Alexander Spieß, WP StB Klaus Bertram

Seckenheimer Landstraße 4
68163 Mannheim
T +49 621 122 665-0
F +49 621 122 665-29
www.delta-revision.de
Mannheim Eastsite One



Um sich auf der CeBIT in Hannover besser zurechtzufinden, konnte man sich das CeBIT2go-App herunterladen. Entwickelt wurden mobile Website und App von der Heidelberg mobil International GmbH (HDM-I). Bild: CeBIT

App-etit auf Rhein-Neckar

Über 40 Unternehmen aus der Metropolregion präsentierten sich auf der CeBIT 2011.

Aufspüren konnte man sie über Smartphone-Dienste aus Heidelberg.

4200 Unternehmen aus 70 Ländern verteilen sich auf 18 Hallen. Um sich beim Besuch der CeBIT in Hannover nicht die Schuhe durchzulassen, bedarf es schon einer ausgeklügelten Planung. Aussteller- und Laufpläne, Geländepläne und Veranstaltungsübersichten kann man sich beispielsweise über die Messehomepage zusammenstellen und dann auf Dutzenden Seiten DIN-A4-Papier ausdrucken. Alternativ bietet sich ein Blick aufs Smartphone-Display an. Über die für mobile Endgeräte optimierte Internetseite www.cebit2go.de hatten Nutzer Zugriff auf die Aussteller- und Produktsuche sowie die Veranstaltungsdatenbank der Messe. Wer es noch trendiger wollte, konnte sich für sein iPhone oder Androide-Smartphone gleich die CeBIT2go-App herunterladen. Mit rund 20 Megabyte ge-

nehmigt sich die Applikation zwar ordentlich Speicherplatz, dafür ist sie aber auch mit zahlreichen Informationen und Serviceleistungen gespickt – inklusive einer Twitter- und Facebook-Integration.

Handy-Display lotst über das Messegelände

Entwickelt wurden mobile Website und App in Heidelberg, von der Heidelberg mobil International GmbH (HDM-I). Schon 2010 lotste das Unternehmen vom Neckar die CeBIT-Besucher per Handy-Display über das Messegelände an der Leine. Doch die Besucher mussten sich an den Service erst gewöhnen. „Schon vor Beginn der diesjährigen Messe hatten wir mehr Zugriffszahlen auf unserer mobilen Website als während der ganzen CeBIT 2010“, sagt

Simone Schmitt. Die Marketing-Mitarbeiterin steht vor der App-Station in Halle 6. Hier kann man sich per W-LAN noch vor Ort die Software aufs Mobilphone ziehen.

Nicht mehr nur die CeBIT-Besucher nutzen mittlerweile das mobile Informationsangebot. Als Partner der Deutsche Messe AG hat HDM-I auch Apps für die Hannover-Messe oder die Fachmesse Euroblech entwickelt. Auch über die embedded-world in Nürnberg oder die Hausbaummesse in Bern führen die Anwendungen der Heidelberger. Das Unternehmen wurde 2007 gegründet und ist eine hundertprozentige Tochter des Forschungsinstitutes European Media Laboratory (EML). Hier hat die Entwicklung von Fußgänger-Informationssystemen und Technologien zur mobilen Mensch-Technik-Interaktion Tradition. Seit 2006 betreibt die HDM-I in Heidel-

berg ein W-LAN-Informationsportal. Heute widmen sich die 20 festen Mitarbeiter von HDM-I neben der Weiterentwicklung des Portals vor allem dessen Transfer in andere Städte und Einsatzgebiete. Mit der Software-Produktfamilie „Deep-Map“ stellt HDM-I Internet-Technik zur Verfügung, die ortsbezogene (Geo-)Informationen mit verschiedensten lokalen Daten verknüpft. Der mobile Benutzer wird in Abhängigkeit von seinem aktuellen Standort mit den gewünschten Informationen versorgt. Das ermöglicht verschiedenste Anwendungsmöglichkeiten mit ortsbezogenen Informationen auf mobilen Geräten, beispielsweise für mobile Stadtinformationssysteme oder für den CeBIT-Messeführer.

Mit diesem ließen sich in diesem Jahr auch eine ganze Reihe anderer

Aussteller aus der Metropolregion Rhein-Neckar aufspüren. Über 40 Unternehmen waren in Hannover vor Ort – vom Walldorfer Software-Konzern SAP über den Mannheimer Computer- und Netzwerk-Zubehör-Hersteller Lindy-Electronics bis zu den im Kreis Bergstraße ansässigen Dokumenten- und Post-Spezialisten Pitney Bowes und Kern.

Wenn zwischen Tablet-PCs und imaginären Computer-Wolken klassische DIN-Lang-Umschläge durch Kuvertiermaschinen flitzen, sticht das heraus. Und tatsächlich fühlte man sich bei Kern vor einigen Jahren unerwünscht auf der noch immer wichtigsten IT-Messe der Welt, wie Marcus Uschmann, Gebietsleiter für Frankfurt und Stuttgart, erläutert. Dabei war die CeBIT in ihren Anfangsjahren eines der wichtigsten Schaufenster für das Schweizer Unternehmen mit dem Deutschlandsitz Kern GmbH in Bensheim. Regelmäßig hatte sich das Unternehmen an einem teilweise zweistöckigen Stand präsentiert. Doch mit zunehmendem Einfluss von Internet und Netzwerken empfanden die Veranstalter Papier anscheinend immer weniger sexy. Erst mit den rückläufigen Zahlen der vergangenen Jahre besannen sich die Messeveranstalter wieder auf die Ursprünge.

Kern präsentiert Kuvertiermaschinen

Seit zwei Jahren ist deshalb auch Kern wieder in Hannover präsent. Vorgestellt werden Kuvertier- und Folienverpackungssysteme, Lösungen für die Vor- und Nachbearbeitung digitaler Druckerzeugnisse, Software für Prozessüberwachung und Steuerung sowie Robotertechnik für eine Automatisierung von Systemen. Das mit 26 000 „eingetüteten“ Briefen in der Stunde im „Guinnessbuch der Rekorde“ als schnellste Kuvertiermaschine aufgeführte System Kern3000 war aufgrund seiner Größe nicht zu sehen. Im Fokus der Präsentation standen die Systeme KAS Mailmaster Compact und die neue Kern 305. „Die Kern 305 ist besonders geeignet, um beispielsweise Druckereien mit einem überschaubaren Kostenaufwand die Erweiterung ihrer Angebotspalette hin zum Lettershop zu ermöglichen“, erläutert Kern-Geschäftsführer Rainer Rindfleisch.



Bundeskanzlerin Angela Merkel und Verkehrsminister Binali Yildirim vom Partnerland Türkei eröffneten die CeBIT. Bild: CeBIT

Das Kuvertiersystem KAS Mailmaster Compact sei eine günstige Lösung, wenn es um Verarbeitung von DIN lang- bis C4-Umschlägen geht. Das Interesse am Kern-Angebot war nach Unternehmensangaben hoch. Durch zahlreiche konkrete Anfragen habe sich die Teilnahme an der CeBIT 2011 durchaus gelohnt.

Am Stand von Pitney Bowes Deutschland ist ähnliches zu erfahren. Seit rund vier Jahren sei die CeBIT für das im Bereich der physischen und elektronischen Dokumenten- und Postbearbeitung tätige Unternehmen wieder interessant. Trotz eines kontinuierlichen Rückgangs der Briefpost um jährlich 1,5 bis zwei Prozent ist man sich sicher, dass auch in Zukunft Papier verschickt wird. Umso wichtiger erscheint es für den Weltkonzern mit insgesamt 35 000 Mitarbeitern und Deutschlandsitz in Heppenheim, sich immer wieder neu zu positionieren. „Da der Kostendruck weiter steigt, gewinnt die Automatisierung und Digitalisierung der Prozesse rund um die Post- und Dokumentenbearbeitung weiter an Bedeutung“, sagt Stefan Huth, General Manager GMS Central Europe bei Pitney Bowes.

Im Fokus des Messeauftritts von Pitney Bowes standen Weiterentwicklungen bestehender Software. So stellt das Unternehmen eine neue Version der Paketversand-Lösung VPwin vor. Diese bildet die Kommunikationsschnittstelle zwischen Logistiksystemen und Transportunternehmen. Kleinere und

aus Scanner, Computer sowie vorinstallierter Software. Sie soll eine unkomplizierte Verwaltung und Archivierung von Dokumenten ermöglichen. Messepremiere auf der CeBIT hatte der Kuvert-Laserdrucker Pitney Bowes Digital Printer. Dieser Adressdrucker soll hochwertige Farbdrucke von bis zu 1200 dpi mit variablen Daten nun auch für kleine bis mittlere Postvolumina erschwinglich machen.

SATO ist einer der Marktführer weltweit

Das Thema Druck stand auch im Mittelpunkt am Stand von SATO. Das an der Tokyoter Börse geführte Unternehmen mit Deutschlandsitz in Hirschhorn ist nach eigenen Angaben Pionier und einer der weltweiten Marktführer bei Systemen für automatische Identifizierung und Datenerfassung, die Strichcode- und RFID-Technologien verwenden. Bei der CeBIT präsentierte SATO unter anderem Linerless Etiketten, die auf der Rolle ohne Trägermaterial auskommen. ▶▶

mittelständische Unternehmen im Blick hat Pitney Bowes auch mit der neu präsentierten DF Station. Die Einstiegslösung in das professionelle Dokumentenmanagement besteht



ALPHA Business Solutions AG
Together for success



SAP Business ByDesign
Veranstaltungsreihe in Ihrer Nähe!
Erleben · Testen · Handeln

...investieren Sie etwas Zeit für Ihre Zukunft, um...

- **Aufträge flexibler und zügiger zu bearbeiten,**
- **Reportings einfacher und schneller zu generieren,**
- **Ihre Kunden in-Time beliefern zu können.**

Besuchen Sie uns in Ihrer Nähe und lernen Sie die zukunftsweisende Möglichkeit der Unternehmenslösung SAP Business ByDesign kennen. Wir zeigen Ihnen, wie Sie diese Lösung einfach und nutzbringend in Ihrem Unternehmen einsetzen können.

Die Teilnahme ist kostenlos.

17.05.2011 in Mannheim

24.05.2011 in Kaiserslautern

19.05.2011 in Saarbrücken

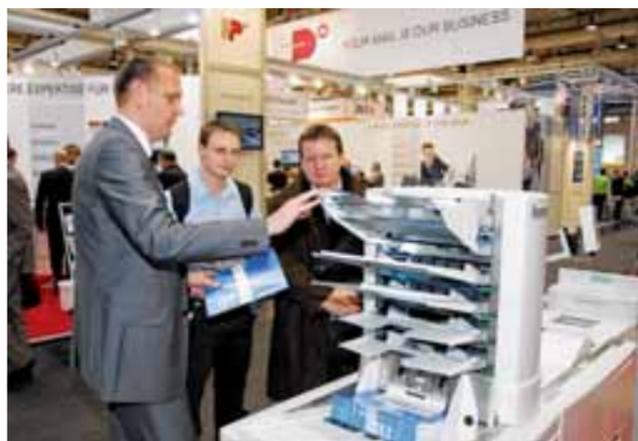
26.05.2011 in Frankfurt

Einfach unter www.abs-sap.de/bydesign anmelden.



ALPHA Business Solutions AG • Brüsseler Str. 5 • 67657 Kaiserslautern
Fon: +49 (631) 303 47-0 • info@abs-sap.de

www.abs-sap.de



Nach einer CeBIT-Pause präsentiert die Kern GmbH aus Bensheim seit zwei Jahren wieder ihre Neuheiten im Bereich Kuvertiermaschinen. Bild: Kern

► Mit Inhalt versehen werden die Aufkleber unter anderem über die neu vorgestellten mobilen Drucker MB2i und MB4i. Über USB, W-LAN oder Bluetooth mit Daten versorgt, produzieren die ergonomischen Geräte direkt am Regal Kassensbons, Preisauszeichnungen, Probenmarkierungen oder Etikettierungen. 80 Prozent der Anfragen während der CeBIT betrafen jedoch die RFID-Produkte des Unternehmens, war am SATO-Stand zu erfahren. Das „radio-frequency-identification“-System ermöglicht die Identifizierung und Erfassung von Daten mittels kleinster Sender, die beispielsweise in Etiketten integriert werden können. Die SATO RFID-Modelle lesen und beschreiben die verschiedensten Chip-Typen dieser „Smart“-Etiketten und drucken die gewünschten Layouts in einem Arbeitsgang.

RFID-Produkte kommen bei den Besuchern an

Dass das Thema RFID boomt, kann man auch bei iDTronic bestätigen. „Die CeBIT 2011 war für unser Unternehmen ein voller Erfolg“, zieht man bei dem internationalen Lieferanten für RFID-Hardware eine überaus positive Bilanz. Seit 2004 ist die Firma im Technologie-Zentrum Ludwigshafen ansässig. „Zuerst hatten wir nur ein Büro, jetzt belegen wir schon ein ganzes Stockwerk“, beschreibt Sales-Manager Patrick Kochendörfer die Expansion. Zum Produktportfolio gehören unter anderem stationäre und mobile Datenterminals zum Auslesen der RFID-Signale. Zum Einsatz kommen die Geräte immer häufiger, wenn

Waren oder Personendaten erfasst oder verfolgt werden müssen. Bei Logistikdienstleistern ebenso wie im öffentlichen Personennahverkehr oder bei Veranstaltungen. Dabei liefert iDTronic jedoch die reine Hardware. Wie die übertragenen Informationen letztlich weiterverarbeitet werden, ist die Aufgabe von Systemintegratoren.

Weniger zufrieden mit der CeBIT zeigte sich in einer ersten Zwischenbilanz während der Messe, Rainer Deike, Geschäftsführer der coM.s.a.t. GmbH Kommunikationssysteme mit Sitz in Viernheim. Die im Februar terminierte Handy-Messe Mobile World Congress in Barcelona bewertet er für das internationale Geschäft seines Unternehmens als wichtiger. Immerhin macht der Anbieter von Mobilfunk-Anwendungen nach eigenen Angaben 80 Prozent seines Geschäftes im Ausland. Größtes Wachstum verzeichnet das Unternehmen laut Deike in Brasilien, wo man seit vier Jahren mit einer Niederlassung präsent ist.

CoM.s.a.t. entwickelt unter anderem Lösungen, um Telefonanlagen mittels Gateways an Mobilfunknetze anzubinden. Zielgruppe sind kleinere und mittelständische Firmen. „Die Geräte bieten ein breites Anwendungsspektrum“, erläutert Deike. So können Handys zu einer virtuellen Telefonanlage verknüpft werden. Ein großes Geschäftsfeld erwartet das Unternehmen, wenn die Telekom – wie vielfach gemutmaßt – ab 2013/2014 ihren ISDN-Dienst abschaltet. Mit den Hard- und Software-Lösungen der Viernheimer sollen ISDN-Telefonanlagen vorm Elektroschrott gerettet werden. Eine Schnittstelle verbindet die konventionelle ISDN- mit der IP-



Das Unternehmen Lindy aus Mannheim meldet stärkere Nachfrage nach digitalen Kabelverbindungen. Bild: Lindy

Technologie, ohne in die bestehende Infrastruktur einzugreifen. Bei gleicher Funktionalität können die Daten über das UMTS-Mobilfunknetz übertragen werden. Das betrifft längst nicht nur Telefone: Brandmelde- und Alarmanlagen wie auch Wetterstationen senden ihre Signale oftmals per ISDN.

Mobile App informiert über IT-Systeme

Die automatische Weiterleitung aktueller Informationen stand auch bei der Walldorfer Realtech AG im Mittelpunkt des CeBIT-Auftritts. Das Unternehmen präsentierte erstmals seine Mobile App für theGuard!, einer Softwarelösung für unternehmensweites IT Service Management und sichere Geschäftsprozesse. Mit der zunächst für Apple iPad und iPhone verfügbaren Software „theGuard! ImpactMonitor“ sollen IT-Verantwortliche detaillierte Statusmeldungen über den Zustand von geschäftskritischen IT-Infrastrukturen in Echtzeit direkt auf ihr mobiles Endgerät erhalten und somit jederzeit über den aktuellen Zustand ihrer IT-Systeme informiert werden. Es ist die erste von mehreren geplanten Apps für die Produktfamilie.

Kritische Situationen für IT-Systeme sollen im Datacenter Rhein-Neckar zumindest durch physische Einflüsse ausgeschlossen sein. Pfalzkom/Manet stellte in Hannover das im Oktober 2010 bei Mutterstadt in Betrieb gegangene Hochsicherheitsrechenzentrum vor. In zwei voneinander getrennten und autarken Serverräumen mit je 350 Quadratmetern sollen in der Endausbaustu-

fe 300 Serverschränke Platz finden. „Wenn der Strom ausfällt, sind wir die letzten, bei denen das Licht ausgeht“, sagt Thorsten Moßmann, Leiter des Datacenters. Sollte trotz zweier Spannungsebenen einmal der „Saft“ wegbleiben, hält eine Batterie für 15 Minuten die Server am Laufen. Ausreichend Zeit, damit spätestens nach 40 Sekunden das Dieselaggregat angesprungen ist. Eine Tankanlage mit einem Fassungsvermögen von 20 000 Litern stellt den Betrieb der Aggregate auch über einen längeren Zeitraum sicher. Die Lage außerhalb von Hochwasser- und Erdbebenzonen, eine Zutrittskontrolle und Videoüberwachung rund um die Uhr sollen ein Maximum an Sicherheit bieten. Die CeBIT sieht man bei Pfalzkom/Manet als interessante Plattform an, den Bekanntheitsgrad über die Metropolregion hinaus zu steigern. Den Fokus bei der Kundengewinnung legen die Pfälzer im Bereich Mittelstand, Handel und Industrie.

Die Datensicherheit während der Übertragung hat der taiwanische Hersteller von Netzwerklösungen, DrayTek, mit deutschem Sitz in Mannheim im Blick. Wie durch einen „Tunnel“ kommunizieren ihre Router über eine sogenannte VPN-Verbindung miteinander. Dadurch sollen sich beispielsweise Firmen- und Heimnetzwerke geschützt miteinander verbinden lassen. Die Geräte selbst sichern je nach Modell mit Firewall, AntiVirus- und Anti-Spam-Filtern gegen Gefahren aus dem Internet ab. Auch ein WebContent-Filter und sowie ein Modul der „Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien“ werden bei Bedarf aktiviert. Dabei sind die DrayTek-Produkte in erster Linie für Busi-

ness-Anwendungen konzipiert. Mit dem VigorIPPBX 3510 wurde auf der CeBIT eine neue Serie vorgestellt, die die Funktion einer Telefonanlage mit den Eigenschaften eines Routers vereinen soll.

Im Portfolio befinden sich daneben Firewalls, VPN-Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen, IP-Telefonie-Konzepte sowie xDSL, Glasfaser- und Breitband-Teilnehmergeräte (CPE) für den Privatanwender. Entwickelt und produziert werden die Geräte in Taiwan. Der Standort Mannheim mit aktuell 13 Mitarbeitern spielt eine zentrale Rolle für die europäischen Vertriebswege. Außerdem sind hier der deutschsprachige Support und die Garantieabwicklung angesiedelt.

Bei dem in Mannheim ansässigen Lieferanten von Computer- und Audio/Video-Verbindungstechnologien, Lindy, erkennt man eine immer stärkere Nachfrage nach HDMI-Produkten. Die digitale Kabelverbindung, mit der im heimischen Wohnzimmer beispielsweise moderne Fernseher mit Festplattenrekordern verbunden werden, gewinnt in immer mehr Anwendungs-



„Cloud-Computing“ war das zentrale Thema der CeBIT.

Bild: CeBIT

bereichen an Bedeutung. „Audio und Video verschmelzen mit der Netzwerktechnik“, erläutert Lindy-Verkaufsleiter Thomas Rembold. Wichtigste Säule des bereits 1932 in Breslau gegründeten Unternehmens sind jedoch Kabel aller Art. Daneben finden sich in dem aktuellen, knapp 200 Seiten starken Katalog von der Wand-Dose bis zu den neu präsentierten Compact-KVM-

Switches hunderte verschiedener Produkte, die Lindy weltweit produzieren lässt und unter eigenem Markennamen verkauft. Hauptkunden von Lindy finden sich in der EDV-verarbeitenden Industrie. Siemens gehört ebenso dazu wie die Systemhäuser Bechtle oder T-Systems. Privatanwender werden eher nicht angesprochen. In China startet Lindy im Frühjahr mit dem Bau einer 1500

Quadratmeter großen Logistikanlage durch. In Mannheim soll das Warenlager nach Angaben von Thomas Rembold erweitert werden.

Die Messe dient als Trendindikator

Das IT-Systemhaus CEMA war zweimal auf der CeBIT vertreten. Zum einen als Platinum-Partner von Citrix auf dem „Virtualisation und Storage-Forum“, zum anderen auf dem Mega-Stand der IBM. Dort stellte die CEMA AG Lösungen zur Virtualisierung von Storage, Server, Desktops und Cloud-Services vor. Besonderes Interesse weckte nach Unternehmensangaben die Lösung zur CAD-Virtualisierung, die bereits beim Automobilzulieferer Magna im Produktivbetrieb läuft. „Für uns ist die CeBIT jedes Jahr ein guter Trend- und Stimmungindikator. 2011 ging es ganz klar von der Virtualisierung hin zur Cloud“, sagt Thomas Steckenborn. Der Vorstandsvorsitzende der CEMA AG ist auch mit der Resonanz zufrieden. ►►



IT schafft Vorsprung!

Profitieren Sie von unserer Erfahrung. Seit der Gründung 1990 hat sich die CEMA auf IT-Netzwerke und IT-Infrastruktur spezialisiert und ist heute eines der führenden mittelständischen IT-Systemhäuser mit neun Standorten in Deutschland.

Wir sind für Sie da in Berlin, Hamburg, Hannover, Dortmund, Köln/Bonn, Frankfurt, Mannheim, Stuttgart, München.

In allen Standorten bieten wir Ihnen **IT-Fullservice** bestehend aus IT-Consulting, IT-Lösungen, IT-Services, IT-Betrieb, RZ Services, Cloud Services und IT-Beschaffung. Das ermöglicht Ihnen eine praxisorientierte, bedarfsgerechte Zusammenarbeit mit IT-Spezialisten von der Planung bis hin zu Realisation und Betrieb der IT.

Profitieren Sie von unserer Erfahrung in klassischer IT, virtueller IT und Cloud



CEMA Spezialisten für Informationstechnologie

**IT Consulting
IT Lösungen
IT Services + Betrieb
IT Beschaffung**

CEMA GmbH
Dynamostraße 17
D-68165 Mannheim
Tel.: (0621) 33 98 - 0
mannheim@cema.de
www.cema.de
shop.cema.de

► „Gerade bei den Themen Virtualisierung und Cloud haben viele Besucher die Gelegenheit genutzt, sich gezielt zu informieren. Unser CeBIT-Team konnte fast 200 gute Kontakte knüpfen.“

Der Weinheimer IT-Dienstleister Freudenberg IT konzentrierte sich auf die Präsentation der „Adicom Software Suite“. Das Manufacturing Execution Systems (MES) soll ein transparentes und durchgängiges Prozess- und Zeitmanagement in den Bereichen Produktion und Personal sicherstellen. Eine Besonderheit: Die Software bietet die Möglichkeit, im Rahmen von Simulationen Lösungsansätze zur Behebung von auftretenden Problemen zu finden. In der Praxis werden SAP-Kernprodukte mit den Anwendungen der „Adicom Software Suite“ verknüpft. Zudem kooperiert Freudenberg IT in diesem Segment mit der PCS Systemtechnik GmbH, die unter anderem Hardware für das Erfassen von Zeitwirtschafts- und Betriebsdaten produziert. Während der CeBIT waren die Weinheimer deshalb auch als Partner am PCS-Stand zu finden.

Während man Unternehmen wie Lindy, CEMA oder Freudenberg IT auf der CeBIT erwartet, überraschte der ein oder andere Aussteller auf



Emre Konya, Sales Consultant vom CEMA-Standort Dortmund. Bild: CEMA

den ersten Blick mit seiner Präsenz. So etwa das Bibliographische Institut aus Mannheim, das allerdings bereits zum wiederholten Mal in

Hannover vor Ort war. Denn der gute, alte Duden ist längst in der digitalen Welt angekommen. Die Software „Korrektor“ ist mittlerweile in

der Version 7.0 auf dem Markt. Das Korrekturprogramm lässt sich in Microsoft Office einbinden, sucht aber auch beim Tippen von Texten in Web-Editoren, Content-Management-Systemen oder mobilen Anwendungen nach dem Fehlerleufel, erläutert Lars Döring, Key-Account Manager B2B-Vertrieb beim Bibliographischen Institut. Dabei gehen die Leistungen der Software weit über das Aufspüren von Buchstabenreihen und Co. hinaus. Unter die Lupe genommen werden unter anderem auch Zeichensetzung, Grammatik, flektierte Formen und sogar der Schreibstil. Lars Döring konnte sich nach eigenen Angaben über mangelndes Interesse nicht beklagen. „Die CeBIT wird von Entscheidungsträgern von zahlreichen Behörden und Firmen besucht, die Wert auf ein einheitliches Erscheinungsbild legen“, sagt er. Auch Distributoren und Content-Manager fanden den Weg zum Bibliographischen Institut, auch wenn man den kleinen Stand im Messebereich „Baden-Württemberg international“ etwas suchen musste. Doch dafür gab es schließlich die Smart-Phone-Lösungen der App-Entwickler aus Heidelberg. **Jörg Keller**

KOBIL SYSTEMS: POLITIKER AUS DEM PARTNERLAND

„Ich muss Sie kurz mal verlassen“, sagt Salim Güler. Der Vice-President und Kommunikations-Verantwortliche der Kobil Systems GmbH unterbricht für wenige Minuten das Pressegespräch am CeBIT-Stand, um die gerade eingetroffene Delegation von Politikern aus der Türkei zu begrüßen. „Wir hatten bereits das halbe türkische Ministerium zu Gast“, scherzt er nach seiner Rückkehr. Die CeBIT 2011 stellte für den Wormser Hersteller von Technologien im Bereich Daten und digitale Identität eine ganz besondere Messe dar. Partnerland war in diesem Jahr die Türkei, die ursprüngliche Heimat von Gründer und CEO Ismet Koyun. Im Alter von 18 Jahren war er 1978 nach Deutschland gekommen, um zu studieren. 1986 gründet er die Kobil Systems GmbH. Heute beschäftigt das Unternehmen 120 Mitarbeiter.

In den Bereichen Kryptografie, Smartcard-Technologie und PKI (= Digitale Zertifikate) sind Kobil-Produkte ein anerkannter Standard für digitale Identität und hochsichere Datentechnologie. Die Entwicklung der Produkte findet ausschließlich in Deutschland statt. 40 Prozent der Kobil-Belegschaft ist in der Entwicklung im Hauptsitz Worms tätig.



Ismet Koyun, Gründer der Kobil Systems GmbH mit Hauptsitz in Worms. Bild: Kobil

„Ein Hightech-Unternehmen in Deutschland mit einem Gründer türkischer Abstammung ist noch immer etwas Besonderes“, sagt Salim Güler. So statteten unter anderem die ehemalige deutsche Justizministerin Brigitte Zypries, die türkische Sozialministerin Aygül Özkan, Dursun Topçu von der Handelskammer Istanbul als auch der für die CeBIT zuständige Vorstand der Deutschen Messe AG Ernst Rau dem Kobil-Stand einen Besuch ab.

Auch das diesjährige Schwerpunktthema „Work and Life with the Cloud“ passte gut zu

Kobil. Denn mit der Zunahme von Online-Anwendungen und Datenspeicherungen auf externen Servern drängt das Thema Sicherheit in den Vordergrund. Auf der CeBIT stellte das Unternehmen unter anderem den mIdentity 3G vor. Rein äußerlich wie ein USB-Stick gehalten, kombiniert das Gerät drahtlose Breitband-UMTS-Technologie und digitale Sicherheit von Daten und Identitäten. mIdentity 3G soll hochgradig gesicherten Zugang zu Secure Portal-, virtuellen Desktop- und Dokumentunterschriftslösungen für Banken, Behörden und Unternehmen gestatten. Der Benutzer muss den mIdentity 3G dazu lediglich in einen Computer einstecken, um eine nach Unternehmensangaben vollständig geschützte und zentral verwaltete Applikation zu nutzen. Nachdem das Produkt vom Computer entfernt wird, sollen keinerlei Spuren der Nutzung auf der Festplatte verbleiben.

Auf diese Weise soll der Benutzer ohne Sicherheitsbedenken mit hochsensiblen Informationen arbeiten können. Auf der CeBIT wurde mIdentity 3G in einem Szenario präsentiert, das den sicheren Zugriff auf ein Banking Portal durchspielt. **kel**

Wolkig stimmt heiter

SAP stellte auf der CeBIT 2011 die Cloud-Computing-Anwendung „Business ByDesign“ in den Mittelpunkt. Als einer von zwölf SAP-Messe-Partnern bestätigte die Ciber-Tochter CMS das große Interesse aus dem Mittelstand.

Die Zukunft sieht wolkig aus, soll aber die IT-Anwender heiter stimmen. „Cloud-Computing“ war das zentrale Thema der CeBIT 2011. Für den Privatnutzer ist die Nutzung von Cloud-Anwendungen schon lange nichts revolutionär Neues mehr. Jeder, der seine Dokumente auf Online-Datenbanken speichert, über Social Networks Bilder und Texte austauscht oder Fotos online mit mehr Kontrast aufhübscht, schwebt in gewisser Weise schon auf der Wolke mit. Umschrieben wird mit dem Begriff letztlich nur die Möglichkeit, komplexe IT-Infrastrukturen über ein Netzwerk zu nutzen. Dabei kann es sich um Rechenkapazitäten, Datenspeicher oder auch um komplexe Software-Lösungen handeln.

Beim Walldorfer ITe-Riesen SAP sieht man im „Cloud-Computing“ die Chance, die weitreichenden Business-Lösungen auch kleineren und mittelständischen Unternehmen schmackhaft zu machen. Denn die herkömmlichen ERP-Systeme (Enterprise Resource Planning) zur umfassenden Planung der gesamten Unternehmensressourcen sind etwa für einen mittelständischen Betrieb mit 100 Mitarbeitern zumeist über-

dimensioniert. Schon alleine die Investition in die notwendige IT-Infrastruktur übersteigt in vielen Fällen das Budget.

Bei Cloud-Lösungen wie SAP Business ByDesign sollen die Unternehmen hingegen auf einen Großteil der teuren Hardware verzichten und dadurch hohe Anfangsinvestitionen sparen. Die Anwendungen laufen auf zentralen Rechnern und werden je nach Bedarf gemietet. Der Zugriff erfolgt online. In einer ersten Version bereits 2007 präsentiert, stand Business ByDesign im Mittelpunkt des SAP-Auftritts bei der CeBIT 2011. SAP wirbt damit, dass das Konzept die Anforderungen nach einer integrierten, flexibel erweiterbaren und einfachen Lösung erfülle. Insgesamt zwölf Reseller und Partner zeigten am SAP-Stand, wie Business ByDesign Unternehmen bei betriebswirtschaftlichen Kernprozessen unterstützt und wie sich Drittlösungen in das System eingliedern lassen.

Dazu gehörte auch die in Heidelberg ansässige Ciber AG mit ihrer Tochtergesellschaft CIBER Managed Services GmbH (CMS). Während der CeBIT konzentrierte sich das Unternehmen ganz auf die SAP-

Lösungen für den Mittelstand. Und das nach Aussage von Susanne Uhl, verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit von Ciber, mit großem Erfolg. „Wir haben rund 100 Gespräche geführt“, zieht sie ein erstes Resümee. Rund ein Fünftel der Kontakte machten Hoffnung auf künftige Geschäftsabschlüsse. Im Mittelpunkt stand auch am CMS-Stand das System Business ByDesign, das von Ciber als SAP-Partner angeboten wird. Großes Interesse hätten die Besucher an der Frage gezeigt, wie man Smart-Phones per „App“ an ERP-Systeme anbinden kann.

Neue On-demand-Software fördert den Austausch

Einen ersten Ausblick gab SAP auf seine neuen On-demand-Softwareanwendungen. Sie sollen die Firmenmitarbeiter bei der Zusammenarbeit, beim Austausch von Informationen und beim Transfer von Fachwissen unterstützen. „Damit reagiert SAP auf die Art und Weise, wie Mitarbeiter heute an der Lösung von Geschäftsproblemen arbeiten, nämlich überall und zu jeder Zeit“, sagt John Wookey, Executive **kel**

Vice President, Line of Business On Demand bei SAP.

Das bei der CeBIT präsentierte Sales On Demand ist speziell auf Vertriebsmitarbeiter zugeschnitten. In Echtzeit können diese über ihr mobiles Endgerät auf relevante Daten und Ressourcen zugreifen. Im Laufe des Jahres sollen weitere Anwendungen folgen, die auf die spezifischen Nutzeranforderungen verschiedener Geschäftsbereiche zugeschnitten sind. Themenfelder sind beispielsweise Kostenmanagement und Personalwesen.

Bei SAP zeigt man sich mit der CeBIT 2011 überaus zufrieden. „Die Besucher- und Kontaktzahlen stiegen im Vergleich zum Vorjahr“, heißt es in einer Pressemitteilung. SAP und Partner haben nach eigener Aussage im Mittelstandsbereich deutlich gesteigerten Zulauf gegenüber dem Vorjahr festgestellt. Für den Walldorfer Konzern ein Zeichen dafür, dass sich die Investitionsbereitschaft im Mittelstand erhöht und SAP mit Lösungen wie Business ByDesign den Bedarf trifft. Ganz konkrete Zahlen nannte das Unternehmen für Business By Design: 20 Neukunden leisteten demnach noch während der Messe ihre Unterschrift und wagten damit den Schritt in die Cloud. **kel**

IT-Systemhaus für
Handwerk
Rechtsanwälte
Steuerberater
Ärzte

www.oone-it.de
Biblisser Weg 33 • 68623 Lampertheim
Telefon: (06224) 50 64 11 01

Schlenotronic®
Computervertriebs GmbH
Adam-Opel-Str. 1 | Unternehmenspark Nord
67227 Frankenthal | 06233 / 7706 - 0

Wir erfüllen Ihre individuellen Wünsche und Ansprüche mit innovativen IT-Lösungen und das seit über 15 Jahren.

IT Consulting · Vor-Ort-Service
Outsourcing · Security · Backup
Storage · Virtualisierung
Hard- u. Software

Unsere Erfahrung, Ihr Vorteil!

www.schlenotronic.de

INTERVIEW

In drei Phasen zur E-Bilanz

Unternehmen sollen ihre Bilanz ab 2012 nur noch elektronisch an die Finanzverwaltung übermitteln. Wirtschaftsprüfer Carsten Rieger und SAP-Consultant Dr. Thomas Hafner von Ernst & Young erläutern den Fahrplan zur Umstellung.

Econo: Die E-Bilanz ist beschlossene Sache. Welche Unternehmen müssen ihre Bilanzdaten auf elektronischem Weg einreichen?

► **Carsten Rieger:** Grundsätzlich alle Unternehmen, die bilanzieren. Einnahmenüberschussrechner gehören nicht dazu. Zudem ist im Gesetz eine Härtefallregelung vorgesehen, wenn eine wirtschaftliche oder persönliche Unzumutbarkeit vorliegt. Wir gehen aber davon aus, dass das die Finanzverwaltung sehr restriktiv handhaben wird.

Econo: Die Einführung der E-Bilanz hatte sich zuletzt verzögert. Ab wann greift die neue Regelung?

► **Rieger:** Die Regelung gilt für Wirtschaftsjahre, die nach dem 31. Dezember 2011 beginnen. Die ersten Übertragungen werden wir Anfang 2013 für das Geschäftsjahr 2012 sehen. Es gibt Ausnahmen wie etwa Eröffnungsbilanzen, die bereits 2012 übertragen werden müssen.

Econo: Da können sich die meisten Firmen noch ein Jahr Zeit lassen?

► **Rieger:** Nein. Die Unternehmen sollten sich auf jeden Fall 2011 fit machen, damit sie in der Lage sind, taxonomiekonforme Daten ab 1. Januar 2012 zu buchen. Unter Taxonomie versteht man, vereinfacht ausgedrückt, den Kontenrahmen der Finanzverwaltung, der von den Unternehmen befüllt werden muss. Bis zum 30. Juni 2011 soll die finale Taxonomie veröffentlicht werden.

Econo: Übertragen werden die Daten im XBRL-Format. Was hat man darunter zu verstehen?

► **Dr. Thomas Hafner:** XBRL ist ein Datenformat, mit dem schon seit einigen Jahren Finanzdaten zwischen verschiedenen Unternehmen, Banken und Versicherungen ausgetauscht werden.



Dr. Thomas Hafner (l.) und Carsten Rieger von der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.



Bilder: zg

► **Rieger:** Man kann schon jetzt die Jahresabschlussdaten zur Offenlegung an den elektronischen Bundesanzeiger im XBRL-Format senden. In den USA müssen die Unternehmen ihre Finanzdaten im XBRL-Format einreichen, ebenso in Großbritannien und den Niederlanden.

Econo: Wenn XBRL so verbreitet ist, müssten große Anbieter von ERP-Systemen und Finanzsoftware eigentlich auf den Standard eingestellt sein?

► **Hafner:** Grundsätzlich ja. Das ist jedoch nur die technische Voraussetzung. Für die Spezifika, die durch die E-Bilanz insbesondere im Bereich Taxonomie erforderlich sind, gibt es bislang nur wenige praktische Erfahrungen.

Econo: Kommen die Softwarehersteller mit der Entwicklung nach?

► **Hafner:** Viele Softwareanbieter arbeiten mit Hochdruck daran. Einige bieten bereits fertige Lösungen an. Der Großteil befindet sich in der Entwicklungsphase oder kurz vor der Fertigstellung.

Econo: Welche technischen Voraussetzungen müssen in den Unternehmen geschaffen werden?

► **Hafner:** Man kann sich drei Szenarien vorstellen. So kann ein

XBRL-fähiges Tool in ein ERP-System übernommen werden. Die zweite Variante ist, in eine Steuer-Software Tools zur Übertragung von E-Bilanzen zu integrieren. Schließlich besteht noch die Möglichkeit, mit einem Konverter Daten in das XBRL-Format umzuwandeln.

Econo: Ist es günstiger, das Thema E-Bilanz ganz seinem Steuerberater zu überlassen?

► **Rieger:** Aufgrund des Detaillierungsgrades der E-Bilanz werden die Unternehmen zusätzliche Informationen zur taxonomiekonformen Abbildung der E-Bilanz liefern müssen, die der Steuerberater aus den Zahlen nicht ablesen kann.

Econo: Welche Schritte müssen Unternehmen jetzt machen?

► **Hafner:** In der ersten Phase müssen relevante Geschäftsvorfälle und Konten identifiziert werden. Dazu wird der Kontenplan mit der Taxonomie abgeglichen. Außerdem sollten sich Unternehmen klar werden, welche zusätzlichen Aktivitäten notwendig sind und wie die XBRL-Abbildung aussehen kann. Das sollte man vor der Sommerpause auf den Weg bringen. Die zweite Phase sieht ein Grobkonzept für die E-Bilanz vor. Auch Nebenbuchfunktionen wie Vertriebsabwicklung, Materialwirtschaft, Personalabrech-

nung oder Anlagenbuchhaltung sind zu überprüfen. Geschäftsvorfälle, die an die Finanzbuchhaltung übertragen werden, müssen identifiziert und mit den Anforderungen der Taxonomie abgeglichen werden. Zudem sind Veränderungen in der Organisation nötig. Beispielsweise müssen Mitarbeiter bestimmt werden, die nach den Vorgaben der Taxonomie buchen können. Schließlich sollte ein technisches Feinkonzept erstellt werden. Ergebnisse sollten in einem Konzeptionsplan gebündelt werden. In der dritten Phase folgt die Umsetzung: Alles, was konzeptioniert worden ist, muss in den Systemen abgebildet oder implementiert werden. Eine Koordinationsstelle sollte sich mit Fragen beschäftigen, die vielleicht nur in der Pilotphase auftreten.

► **Rieger:** Für einen Mittelständler kann es ausreichen, bei einem Eintages-Workshop einfach mal den Kontenrahmen durchzugehen und mit der Taxonomie zu vergleichen. An einem weiteren halben Tag kann man sich überlegen, welche Schritte eingeleitet werden müssen.

Econo: Was werden die Unternehmen in die E-Bilanz-Umstellung investieren müssen?

► **Rieger:** Experten schätzen, dass das Thema deutschlandweit sieben Milliarden Euro kostet. Bei 1,35 Millionen Steuerpflichtigen macht das dann im Schnitt pro Unternehmen 5000 Euro. Die Finanzverwaltung geht von 37 Cent pro Steuerpflichtigem aus.

Econo: Kritiker der E-Bilanz befürchten eine Zunahme von Betriebsprüfungen ...

► **Rieger:** Bei den größeren Unternehmen finden sowieso alle zwei bis drei Jahre Betriebsprüfungen statt. Die kleinen und mittelgroßen Unternehmen werden hingegen künftig einer größeren Transparenz und Kontrolle unterliegen. *kel*

Zuverlässige IT-Lösungen für mittelständische Unternehmen

Immer effizienter werden. Das ist gar nicht so einfach angesichts der vielen unterschiedlichen IT-Trends. Und die Angebote der großen Hersteller sorgen auch nicht immer für Transparenz. Hier können wir helfen. Mit 150 hochqualifizierten Mitarbeitern sind wir ein zuverlässiger IT-Partner für die mittelständischen Unternehmen in der Region. Immer mit dem Blick für nachhaltige Investitionen, um Ihren Wettbewerbsvorteil zu sichern.

Zum Beispiel in den Bereichen:

- **Virtualisierungslösungen,**
- **IT-Systemmanagement,**
- **IT-Projektmanagement,**
- **Microsoft Lösungen,**
- **und mobiles Arbeiten**

Rufen Sie uns an, und wir gehen mit Ihnen gemeinsam den Weg zu mehr IT-Effizienz. 0800-797268379 (kostenfrei)



Jens Erler
Leiter Business Solutions
bei syscovery

syscovery | zuverlässig IT.

Die Privaten holen auf

In der Metropolregion Rhein-Neckar gibt es sieben private Hochschulen. Sie werben mit starkem Praxisbezug, kleinen Gruppen und schnellem Berufseinstieg um Studenten in Voll- und Teilzeit.

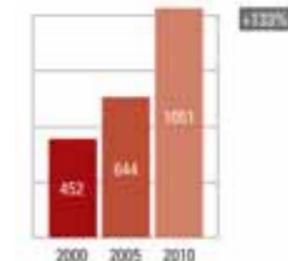
Die Frühlingssonne scheint durch die großen Fenster des Seminarrums. Vom Flur aus sieht man, wie eine kleine Gruppe Informatik-Studenten eine Präsentation vorbereitet. Deckenhohe Glaswände gewähren auch im Verwaltungstrakt gute Einblicke in den Studienbetrieb der SRH Hochschule Heidelberg. Dort haben Professoren und Mitarbeiter ihre Büros. „Hier ist man ein Name mit Gesicht“, sagt Sascha Knoll. Der 25-Jährige aus Bad Dürkheim studiert seit Oktober 2009 im Bachelor-Studiengang Wirtschaftsrecht. Transparenz, kleine Gruppen und persönlicher Kontakt zu den Lehrenden – diese Aspekte haben ihn seinerzeit bewogen, von der staatlichen Uni wegzugehen und sich an einer privaten Hochschule zu bewerben. Wenn er 2012 fertig ist, könnte er noch einen Master im gleichen Studienfach anschließen oder aber direkt ins Berufsleben starten. Die Chancen dafür scheinen gut.

„90 Prozent unserer Bachelor-Absolventen haben spätestens sechs Monate nach dem Examen einen adäquaten Job gefunden“, sagt der Rektor der SRH Hochschule, Prof. Dr. Jörg Winterberg. Bis es soweit ist, „übt“ Sascha Knoll schon mal fürs Berufsleben. Innerhalb des studentischen Projekts „SRH Campus

for Business & Law“ organisiert er mit seinen Kommilitonen ein Symposium mit begleitenden Workshops und einer Recruitingmesse. „Ziel ist der aktive Austausch zwischen Studierenden, Unternehmern und Wissenschaftlern in Campus-Atmosphäre“, sagt Knoll. Der SRH Campus findet am 20. Mai 2011 das erste Mal statt und soll in den Folgejahren fester Bestandteil des Hochschulkalenders werden.

Die SRH ist nur eine von sieben privaten Hochschulen in der Metropolregion Rhein-Neckar. An ihnen können sich Berufstätige in Teilzeit weiterbilden oder Schulabgänger in Vollzeit einen Studienabschluss machen. Flaggschiff unter den kostenpflichtigen Bildungseinrichtungen, die allesamt mit kleinen Lerngruppen, persönlicher Betreuung sowie praxis- und anwendungsorientiertem Stundenplan werben, ist die SRH Hochschule Heidelberg. Sie ist mit nach eigenen Angaben rund 2300 Studenten an sechs Fakultäten eine der ältesten und größten privaten Hochschulen der Bundesrepublik. Um zehn Prozent pro Jahr ist die Studentenzahl nach Aussage von Rektor Jörg Winterberg in den vergangenen Jahren gestiegen. Und das Ende der Fahnenstange sei noch nicht erreicht. Bis 2015 sollen es insgesamt 3000 sein. „Dann ist aber

Anzahl der Studierenden an privaten Hochschulen in Prozent (Basisjahr 2000)



Quelle: Statistisches Bundesamt, Silberverband, McKinsey
Grafik: Impuls Verlag/Dieff

Schluss“, sagt Winterberg. Denn die Qualität der Lehre und die familiäre Atmosphäre dürften nicht leiden.

Angesichts der 2012 erwarteten doppelten Abiturjahrgänge würden die Kapazitäten allerdings jetzt schon erweitert. Im Fach Betriebswirtschaftslehre etwa seien zurzeit 180 Studenten eingeschrieben, 2012 sollen 225 Plätze zur Verfügung stehen. Im Schnitt nehmen jährlich etwa 800 junge Leute ihr Studium an der SRH Hochschule Heidelberg auf, 2012 ist Raum für maximal 1000 Erstsemester. Gleichzeitig will der Rektor bis zum

nächsten Jahr das Lehrmodell umstellen, weg von einem Vorlesungs- und hin zu einem Blockmodell. „Wir wollen komplett auf projekt- und problemorientiertes Lernen umstellen“, sagt er.

Die SRH Hochschule Heidelberg gehört zum Hochschulverbund der SRH Holding, einer unabhängigen Stiftung, die bundesweit Bildungseinrichtungen und Krankenhäuser betreibt. Entstanden ist sie aus der Rehabilitation – bei ihrer Gründung 1969 war sie die nach eigenen Angaben die erste barrierefreie Hochschule. Auch heute wirbt die Hochschule damit, dass alle Bereiche auf dem Campus und den Fakultäten auf die Bedürfnisse von Menschen mit Behinderungen abgestimmt seien. Dazu zählt zum Beispiel auch eine Zeitverlängerung bei Prüfungs- und Studienleistungen oder die Unterstützung bei der Organisation eines Gebärdendolmetschers.

Die Hochschule ist eine gemeinnützige GmbH und finanziert sich zu 80 Prozent aus Studiengebühren. Neben einer Immatrikulationsgebühr müssen Studenten beispielsweise für den Master-Studiengang Sportmanagement 690 Euro im Monat, für den Bachelor-Studiengang Musiktherapie 520 Euro berappen. Etwa 20 Prozent der Hochschuleinnahmen stammen aus Zuschüssen



Die SRH Hochschule Heidelberg ist mit rund 2300 Studenten an sechs Fakultäten eine der größten privaten Hochschulen der Bundesrepublik. Bild: SRH

des Landes Baden-Württemberg, fünf Prozent sind Forschungsgelder. Bei einem Gesamthaushalt von 18 Millionen Euro liegt das Investitionsvolumen der Hochschule bei etwa einer Million Euro im Jahr, sagt Winterberg. Aktuell habe man rund 500 000 Euro in neue Labore investiert.

Wer schon berufstätig ist oder eine Ausbildung absolviert und sich

weiterbilden möchte, findet bei der FOM Hochschule für Oekonomie und Management entsprechendes Angebot. Die 1993 von Wirtschaftsverbänden gegründete Hochschule mit Sitz in Essen hat im Februar dieses Jahres mit Mannheim ihr zweites Studienzentrum in Baden-Württemberg eröffnet. In den Räumen der Hochschule Mannheim bietet die FOM wirtschaftswissenschaftli-

che Bachelor- und Masterstudiengänge an. Der Studienbetrieb findet in Präsenzlehreveranstaltungen abends und samstags statt. Die Bachelor-Studiengänge haben die Schwerpunkte Business Administration, International Management, Steuerrecht, Wirtschaftsrecht und Wirtschaftsinformatik. Zudem stehen ein generalistisches MBA-Programm sowie die fachspezifischen Abschlüsse Master of Laws in Wirtschaftsrecht und Master of Arts in Management an. Alle Master-Studiengänge stehen auch Berufsakademie-Absolventen mit akkreditiertem Bachelor-Abschluss offen. Geplant ist nach Angaben der FOM eine Zusammenarbeit mit der Hochschule Mannheim im technischen Bereich. Die FOM ist eine staatlich anerkannte Hochschule der Wirtschaft und unterhält bundesweit 20 Standorte und weitere im Ausland. 1994 starteten 149 Erstsemester mit ihrem berufs begleitenden Studium zum „Diplom-Kaufmann/-frau (FH)“, heute sind an den FOM-Standorten insgesamt rund 15 000 Studenten eingeschrieben.

Hier in der Region bündelt die Graduate School Rhein-Neckar (GSRN) seit 2006 die Kompetenzen dreier Hochschulen. Die Duale Hochschule Baden-Württemberg Mannheim, die Hochschule Mannheim und die Fachhochschule Ludwigshafen sind die Gesellschafter der GSRN. Das Weiterbildungsangebot umfasst berufsbegleitende MBA-Programme, Zertifikate und Seminare, die sich an Fach- und Führungskräfte mit mindestens ein- bis zweijähriger Berufserfahrung richten. Neu im Portfolio sind seit September 2010 das MBA-Programm IT Management mit aktuell sieben Studierenden und seit Februar 2011 der MBA Innovation Management mit neun Teilnehmern. Im September 2011 soll nach Angaben von Marketing-Chefin Petra Höhn der MBA Life Science starten. Dieses berufsbegleitende Studium wurde im Rahmen des Spitzenclusters „Zellbasierte & molekulare Medizin“ in der Metropolregion entwickelt und wendet sich an Fach- und Führungskräfte der Lebenswissenschaften, die ihr Managementwissen ausbauen möchten. ▶▶

Anzeige

„Die Unsicheren werden selbstbewusst“

Uwe L. – Ausbildungsleiter und Kunde von IKR – erzählt, wie wichtig Veränderungen sind.

Ein guter Unternehmer hat gute Mitarbeiter. Die baut er auf, um auf sie bauen zu können. Er kennt ihr Potenzial und ihre Schwächen. Er lobt sie, wenn er loben kann. Und – mit das Wichtigste: Er motiviert sie dazu, sich zu verändern. Dabei bleibt er selbst nicht stehen. Er lässt sich auf Neues ein und entwickelt sich weiter. Das ist Uwe L.

„Ich bin derjenige, der erst mal zeigt, was er kann – und dann mehr fordert“, sagt er. Uwe ist 44 Jahre alt und arbeitet als Ausbildungsleiter für ein großes Unternehmen im Energie- und Transportbereich. Das, was er kann, zeigt er seinen 144 Auszubildenden. Er begleitet die jungen Menschen auf dem Weg ins Berufsleben, ist Ansprechpartner und gerne auch Vorbild. Was er fordert, ist Zuverlässigkeit, Fleiß und die Bereitschaft zur Veränderung. Verändern sich seine Zöglinge, ist er stolz auf sie und auf sich. „Es ist der Wahnsinn, zu sehen, was aus denen wird!“ sagt Uwe begeistert.

„Sie kommen mit 16 zu uns in die Ausbildung. Mit 19 sind sie fertig und haben eine riesige persönliche Entwicklung durchgemacht, sich von Grund auf verändert.“ Die Introvertierten kommen aus sich heraus. Die unsi-



chere werden selbstbewusst. Diejenigen, die sich selbst überschätzen, sind der Realität ein Stück näher.

Erfahren Sie, welcher Kindheitstraum von Uwe L. zerplatzt und wie seine Auszubildenden heute davon profitieren. Außerdem finden Sie an gleicher Stelle weitere Geschichten und Angebote: www.ikr.de/econo

Haben Sie lieber etwas Handfestes in der Hand? Dann rufen Sie Petra Helbig an und bestellen Sie kostenlos die illustrierte Broschüre mit Geschichten und Angeboten unter Telefon (0621) 717688-50.



Das Unternehmen

Die IKR ist seit 1995 in der Metropolregion Rhein-Neckar tief verwurzelt und agiert bundesweit.

Sie hat in zahlreichen Projekten ihrer Kunden die Erfahrung gemacht, dass Veränderungen einen steinigem Weg gehen.

Als 360 Grad Trainings- und Beratungsunternehmen begleitet die IKR Unternehmen bei ihren Veränderungen und ist dabei auf Trainings, Projektmanagement und Projektsupport spezialisiert.

Kontakt

IKR GmbH
Neustadter Str. 37
68309 Mannheim
Tel.: (0621) 717688-0
E-Mail: info@ikr.de
Internet: www.ikr.de

Duales Bachelor-Studium



Freie Ausbildungs-/Studienplätze in Heidelberg auch für Oktober 2011:
Betriebswirtschaftslehre - Fachrichtungen:
- Hotel- und Tourismusmanagement
- Gastronomiemanagement
- Event-, Messe- und Kongressmanagement
- Marketingkommunikation / Public Relations
- Sportmanagement
- Industrie, Handel, Banken, Versicherungen
- Personalwirtschaft / Personaldienstleistungen
- Steuer- und Prüfungswesen
Wirtschaftsinformatik
Wirtschaftsingenieurwesen* - Schwerpunkte:
Kfz-Technik/Service, Systems Engineering/
Mechatronik, Prozessmanagement, Umwelt-
technik, Facility Management
*in Vorbereitung

Jede Woche 20 Stunden studieren und 20 Stunden arbeiten: ein Gewinn für Studierende und Unternehmen

Jetzt online bewerben:
www.iba-rhein-neckar.com
Tel. Infos unter 06221 8994-2963
Infoveranstaltungen jeden Monat!

iba Internationale Berufsakademie
Rohrbacher Straße 3, 69115 Heidelberg

Die privaten Hochschulen wachsen schneller in Prozent (Basisjahr 2000)



Quelle: Statistisches Bundesamt, Silberverband, McKinsey
Grafik: Impuls Verlag/Dieff

► Ein weiterer MBA Gesundheitsmanagement & Controlling startete ebenfalls im Herbst dieses Jahres. Das Programm besteht aus einem Vollzeit-MBA-Programm, zwei Executive-MBA-Programmen mit zwei ausländischen Partnerhochschulen sowie dem Executive Master of Accounting & Taxation für den Führungsnachwuchs in Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung. Außerdem bietet die Einrichtung mehrtägige Kurse zu ausgewählten Management-Themen und maßgeschneiderte Weiterbildungslösungen für Unternehmen.

Der Ruf der Einrichtung zieht Studenten an

Nicht nur das Studienangebot, auch der Ruf einer Einrichtung entscheidet über die Anzahl der Bewerber. „Das Renommee der Mannheim Business School war für meine Entscheidung, nach Mannheim zu gehen, ausschlaggebend“, erklärt Till Günnewig, Studierender im Essec & Mannheim Weekend Executive MBA. Der Jurist arbeitet im Bereich Unternehmenskommunikation in Essen und kommt im Zwei-Wochen-Rhythmus nach Mannheim, um an der MBS Seminare zu besuchen. Einen konkreten Karriere-sprung nach dem Abschluss im Oktober dieses Jahres hat der 38-Jährige zwar nicht im Visier, will mit der berufsbegleitenden Ausbildung in den Bereichen Wirtschaft und Management sein Profil erweitern. Sein Ziel ist, sich auf Stellen mit mehr Verantwortung bewerben zu kön-

nen. Positiv bewertet Günnewig zum einen die Internationalität der Professoren und Teilnehmer an der MBS, zum anderen den Praxisbezug nicht nur während des Studiums, sondern auch beim Abschluss. Statt einer theoretischen Masterarbeit wartet am Ende ein so genanntes Entrepreneur-Projekt, ein selbst gewähltes Projekt, das als Gruppenarbeit bis zum Start-up gebracht und zur Abschlussprüfung vor einer Jury verteidigt werden muss. „Das ist weit mehr als nur eine akademische Übung“, fasst Till Günnewig zusammen.

Mit einem neuen Studiengang baut die Mannheim Business School ihren internationalen Schwerpunkt aus. Vor kurzem ist mit 31 Teilnehmern eine deutsch-chinesische Managementausbildung, der Mannheim & Tongji Executive MBA, gestartet. In insgesamt sechs neun- bis elftägigen Modulen, davon jeweils drei in Shanghai und Mannheim, wollen die Teilnehmer das fachliche Rüstzeug für eine Position im Top-Management erwerben und einen tieferen Einblick in die speziellen Herausforderungen der deutsch-chinesischen Wirtschaftsbeziehungen gewinnen. „Die Nachfrage hat unsere Erwartungen sogar noch übertroffen“, sagt der Präsident der MBS, Professor R. Jens Wüstemann. Zulassungsvoraussetzungen für den Mannheim & Tongji Executive MBA sind ein akademischer Erstabschluss, mindestens acht Jahre Berufs- und Führungserfahrung, sehr gute Englischkenntnisse, Internationalität sowie eine hohe China-Affinität. Es sei möglich, den MBA in-



Private Hochschulen werben mit kleinen Lerngruppen und individueller Betreuung der Studenten. Bild: Heidelberg International Business Academy

nerhalb von 14 Monaten abzuschließen, jedoch können die Studierenden auch Pausen einlegen oder nur einzelne Kurse eines Moduls belegen. Die Teilnehmer müssen bei einem so genannten Master-Projekt eine unternehmerische Idee bis zur Marktreife und einen fertigen Businessplan entwickeln. Darüber hinaus sind Training in für eine Führungsposition notwendigen Schlüsselqualifikationen, Gastvorträge und Exkursionen Bestandteil des Curriculums. Langfristig will Jens Wüstemann die MBS weltweit in den Top 25 der Business-Schools etablieren. „Und in Europa wollen wir unter die Top 10. Beide Ziele halte ich für realistisch“, sagt er.

Internationalität ist auch das Konzept der Heidelberg International Business Academy (HIB). Das Institut ist eine assoziierte Einrichtung der Open University, der größten staatlichen Universität Großbritanniens. Seit mehr als 60 Jahren bildet

die HIB in Vollzeit auf kommunikationsorientierte Dienstleistungsberufe im internationalen Bereich aus. Die Anfänge gehen auf ein Fremdsprachen-Institut zurück, das kurz nach dem Zweiten Weltkrieg in der Wilhelm-Blum-Straße in Heidelberg von einer russischen Emigrantin gegründet wurde. Bereits 1948 wurde dem ersten Berufskolleg der Akademie das Gütesiegel der staatlichen Anerkennung verliehen. Anfang der 80er Jahre übernahm der Oberstudienrat Dieter Deike die Akademie, die seitdem Heidelberger Fremdsprachen Institut hieß. Seit Ende 2003 firmiert sie unter Heidelberg Business Academy.

Zurzeit sind dort 250 Studenten in den Studiengängen Tourism Management, Event & Congress Management, Culture & Communication Management, Business Management sowie Marketing und Media Management eingeschrieben. Das Fachstudium beinhaltet die Ausbil-

dung in mindestens zwei Welthandels-sprachen. Nach ihrem britischen Bachelor-Abschluss können sie ab Wintersemester 2011 das neue Master-Studium „International Leadership & Communication“ anschließen. „Die Akkreditierung ist kürzlich erfolgt“, sagt HIB-Sprecherin Sabine Prothmann.

Eine enge Verflechtung mit der Wirtschaft zeichnet die Internationale Berufsakademie der F+U Unternehmensgruppe gGmbH (IBA) mit Sitz in Darmstadt aus. Die 2005 gegründete IBA unterhält zurzeit zwölf Studienstandorte mit rund 1000 Studierenden in Deutschland. Wählbar sind die Fachrichtungen Betriebswirtschaft, Informatik und Technik als duale Ausbildung. Pro Woche absolvieren die Teilnehmer jeweils 20 Stunden im Studium und 20 Stunden im Unternehmen. Die IBA bietet alle Studiengänge an allen Standorten an. Die fachspezifischen Fächer werden bundesweit geblockt. „Das heißt, der Unterricht findet jedes Semester als Blockunterricht für alle Studenten dieser Fachrichtung gemeinsam an mindestens einem Ort statt“, erklärt Brigitte Iffländer-Wiegmann, Marketing-Managerin der F+U Unternehmensgruppe. Jeder Student kann so an jedem Standort jede Fachrichtung belegen, unabhängig davon, ob eine komplette Klasse an diesem Standort zustande kommt.

Am Standort Heidelberg sind zurzeit 180 Studierende eingeschrieben. Das dortige Angebot wurde von der F+U Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Heidelberg in Kooperation mit der staatlich aner-

DIE ENTWICKLUNG DER PRIVATEN HOCHSCHULEN IN DEUTSCHLAND

Private Hochschulen haben sich in den vergangenen Jahren rasant entwickelt. Heute verfügt Deutschland über eine zwar kleine, aber vielfältige private Hochschullandschaft. Neben zurzeit 240 staatlichen Hochschulen gibt es 100 staatlich anerkannte Hochschulen in privater Trägerschaft (Quelle: Hochschulrektorenkonferenz).

Die Zahl der privaten Hochschulen ist bereits in der alten Bundesrepublik stetig gewachsen. Seit dem vergangenen Jahrzehnt herrscht ein Gründungsboom mit 47 Neugründungen allein in dieser Zeit. Dies entspricht laut einer Studie des Stifterverbandes für die Deutsche Wissenschaft und McKinsey & Company 52 Prozent der heute existierenden privaten Hochschulen.

Neben Institutionen mit langer Tradition entstanden in den 70er und 80er Jahren zunächst Fachhochschulen in privater Trägerschaft und Hochschulen mit wirtschaftswissenschaftlicher Prägung und höherem akademischem Anspruch. Gleichzeitig drangen private Hochschulen in Fächer wie Kunst, Technik und vereinzelt auch Medizin vor. In den 90er Jah-

ren entstanden dann Einrichtungen mit stark spezialisierter Ausbildung, das Konzept des Fernstudiums hielt Einzug und die Anzahl privater Fachhochschulen nahm weiter zu. In der letzten Dekade erlebte die private Hochschullandschaft den größten Wachstumsschub, ausgelöst durch die Gründung weiterer Fachhochschulen und privater Stiftungsuniversitäten.

Noch stärker stieg laut Studie im selben Zeitraum die Zahl der Studierenden an privaten Hochschulen. Während sich die Zahl der privaten Hochschulen in der letzten Dekade verdoppelte, hat sich die Zahl der Studierenden mehr als vervierfacht – sie liegt allerdings weiterhin bundesweit auf niedrigem Niveau. Im Vergleich zu den allgemeinen Studierendenzahlen, die im vergangenen Jahrzehnt um jährlich 1,4 Prozent zulegten, stieg die Zahl der Studierenden an privaten Hochschulen um durchschnittlich 16,1 Prozent pro Jahr. Dennoch besitzt eine private Hochschule derzeit im Schnitt lediglich 13 Prozent der Studierenden von staatlichen Hochschulen, deren Durchschnittsgröße bei 8053 Studierenden liegt. *tor*

kannten Berufsakademie Nordhessen gGmbH sowie mit Betrieben aus der Metropolregion Rhein-Neckar entwickelt. Die F+U Unternehmensgruppe besteht bereits seit über 25 Jahren. Sie bietet über 300 Aus- und Weiterbildungsprogramme in den Bereichen allgemeine Bildung, berufliche Bildung sowie Berufsvorbereitung an. Zudem führt sie Bildungsprojekte auf europäischer Ebene durch. Zurzeit wird am Standort Heidelberg der Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen mit fünf Schwerpunkten für den Start im Wintersemester 2011, be-

ziehungsweise 2012 vorbereitet und zur Akkreditierung eingereicht, sagt Iffländer-Wiegmann.

Die ersten Bachelor-Studenten im Studiengang Betriebswirtschaftslehre nahmen im Oktober 2006 ihr Studium an der IBA in Darmstadt sowie an den Studienorten in Heidelberg und Erfurt in den drei Fachrichtungen „Hotel- und Tourismusmanagement“, „Industrie, Handel, Banken, Versicherungen“ und „Steuer- und Prüfungswesen“ auf. 2007 begann der Studienbetrieb in Berlin, 2008 kamen Hamburg,

München und Bochum, 2009 Köln hinzu. Zum Wintersemester sollen die neuen Studienorte Göttingen, Kassel, Lindau und Nürnberg starten. Für 2012 sei die Gründung des Studienortes Chemnitz geplant.

Die F+U Unternehmensgruppe will künftig auch Master-Studiengänge anbieten. Die hierzu erforderliche Hochschule befindet sich derzeit in Gründung und wird nach der Genehmigung sowohl Präsenz- als auch Fernstudiengänge sowie Duale Studiengänge anbieten, sagt Iffländer-Wiegmann. *Christine Storck*

Deutsch lernen bei den Profis

AM GOETHE-INSTITUT MANNHEIM-HEIDELBERG
WIR SIND DER ERFAHRENE DEUTSCHANBIETER FÜR
INTERNATIONALE FIRMENANGEHÖRIGE IN DER METROPOLREGION

- Intensivkurse • Abendkurse • Kleingruppenkurse • Individualkurse
- Alle Niveaustufen • Alle Prüfungen • Modernes Selbstlernzentrum

Gern schulen wir auch in Ihrem Hause. Testen Sie uns. Wir sind für Sie da!

Goethe-Institut Mannheim-Heidelberg, Steubenstraße 44
68163 Mannheim, Tel.: (0621)833 85-0
mannheim@goethe.de



Management Know-how für Ihre Karriere

Berufsbegleitende, praxisorientierte Programme

MBA Programme

- Engineering Management
- Gesundheitsmanagement und -controlling
- Human Resources Management (in Kooperation mit MAH)
- Information and Performance Management
- Innovation Management
- IT Management
- Life Science Management

Zertifikate und Seminare

Informieren Sie sich jetzt unter Tel.: 0621 150 207 - 0 und

www.gsrn.de



► „Was wir anbieten, ist nicht ein weiterer BWL-Studiengang, sondern ein neuartiges Hochschulmodell, und zwar im Bereich der Fachhochschulen“, sagt er in einem Interview mit der „Rheinpfalz“. In jedem der drei Studiengänge werde ein Kurs starten, insgesamt seien es momentan rund 90 Studenten. Bis zu 550 Studenten sollen dann in Zukunft zu Vertriebsprofis ausgebildet werden. Um die ausländischen Studierenden fit zu machen, kooperiert die Hochschule mit dem Goethe-Institut. Dort wird für alle Nicht-Muttersprachler Deutschunterricht angeboten, der dann ins Studium integriert werden soll.

Es fehlt an qualifiziertem Vertriebspersonal

Die Idee zur HdWM entstand am Heinrich-Vetter-Forschungsinstitut e.V. für Arbeit und Bildung in der Metropolregion Rhein-Neckar (HVFI), das Franz Egle seit 2008 als geschäftsführender Vorstand leitet. Hauptinvestor ist der Unternehmer Hartmut Kiry aus dem rheinland-pfälzischen Altenkirchen. Mit ihm

zusammen hat Egle das Konzept der als gemeinnützige GmbH konzipierten Lehranstalt vor zwei Jahren entworfen. Kiry steuerte nach eigenen Angaben einen sechsstelligen Euro-Betrag bei.

Seit gut zehn Jahren kooperieren der Arbeitsmarktexperte Egle und der Alleingesellschafter der Kiry-Unternehmensgruppe bei einer Reihe von Projekten. Und wurden auf eine Lücke in zahlreichen Betrieben aufmerksam: Es fehlt an qualifiziertem Personal, das Vertriebsorganisationen leiten und auch erklärungsbedürftige Produkte erfolgreich absetzen kann. „Die Vertriebsmitarbeiter sind bei den meisten Unternehmen überaltert. Das ist ein riesiges Problem“, sagt Franz Egle. Eine Studie des HVFI von März 2009 zeigte zudem, dass der Bedarf an Hochschulabsolventen in den Bereichen „Beratung, Kommunikation und Vertrieb“ in den kommenden Jahren überdurchschnittlich steigen wird.

Ihre ursprüngliche Idee einer „Sales Management Akademie“ bauten Kiry und Egle zur Planung einer staatlich anerkannten privaten Hochschule mit drei Studiengängen



An der neuen Hochschule der Wirtschaft für Management – hier im Bild die Aula – haben rund 90 Studenten ein Studium aufgenommen. Bild: HdWM

aus. Das Geschäftsmodell wurde vom hessischen BWL-Professor und Vizepräsidenten Stefan Schnobrich entwickelt. „Das Konzept hat mich von Anfang an begeistert, da es zielgerichtet nicht nur den heutigen, sondern auch den künftigen Bedarf

an Führungskräften abdeckt“, sagt Hartmut Kiry.

Noch stehe die staatliche Anerkennung der HdWM zwar aus, aber Franz Egle geht davon aus, dass sie spätestens bis zum Sommer vorliege. tor

DIE MACHER

Hartmut Kiry, Jahrgang 1961, ist der geschäftsführende Alleingesellschafter der Kiry-Unternehmensgruppe in Altenkirchen. Begonnen hat Kiry mit einer im Franchisesystem konzipierten Kette von Fachschulen. Anfang der 90er Jahre hat der Unternehmer zudem Schulungseinrichtungen in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit errichtet. Ab 1999 wurden diese zum Berufsbildungszentrum für Jugendliche und Erwachsene ausgebaut. Ab 2000 hat sich die Kiry-Gruppe durch Zukauf des Vertrieboptimierers Wili GmbH und des Beratungsunternehmens SOLD! Consulting GmbH verstärkt. Zudem etablierte Hartmut Kiry die Erste Deutsche Schule zur Vertriebsqualifizierung.

Prof. Dr. Franz Egle, Jahrgang 1947, leitet seit 2008 als geschäftsführender Vorstand das Heinrich-Vetter-Forschungsinstitut e.V. für Arbeit und Bildung in der Metropolregion Rhein-Neckar. Seit November 2009 ist er zusätzlich Geschäftsführer der Mannheimer Forschungsgesellschaft für Arbeit und Bildung (MAFAB). Als Professor lehrte er bis 2005 an der FH Mannheim und bis 2008 an der SRH Hochschule Heidelberg. Internationale Lehrererfahrungen hat er an der DePaul University in Chicago gesammelt. In EU-Projekten beschäftigt er sich mit Innovationen im Arbeitsmarkt.

Prof. Dr. Stefan Schnobrich, Jahrgang 1960, wurde 1996 zum Leiter Organisation im Konzern des Medienmoguls Leo Kirch in München. Ab 1999 leitete er als Vorstandsvorsitzender die Mittelstand Beratungs AG in Frankfurt am Main. 2005 erhielt Schnobrich dann eine Professur an der Hochschule Darmstadt im Fachbereich Wirtschaft. Von 2007 bis 2009 war er an der SRH Hochschule Heidelberg Leiter BWL der Sozialwissenschaftlichen Fakultät.

INTERVIEW MIT DEM UNTERNEHMER MUSTAFA BAKLAN

Mustafa Baklan ist einer der Geschäftsführer der Baktat-Unternehmensgruppe, zu der zwölf Gesellschaften in Deutschland, der Türkei und den USA gehören. Insgesamt sind dort rund 1500 Mitarbeiter beschäftigt, am Stammsitz in Mannheim arbeiten 62 Menschen. Baktat ist eines der Partner-Unternehmen der HdWM.

Econo: Warum beteiligen Sie sich an der Finanzierung der HdWM?

Mustafa Baklan: In der Metropolregion Rhein-Neckar gibt es seit längerer Zeit enorme Probleme, qualifizierte Wirtschaftsmanager zu finden. Die HdWM ist genau die richtige Antwort auf dieses Problem. Sie hat die richtige Entscheidung in der richtigen Zeit getroffen und den Finger in die Wunde gelegt.

Econo: Wie kam es zur Zusammenarbeit mit der Hochschule und Ihrem Unternehmen?

Baklan: Als langjähriger Vorsitzender des türkischen Unternehmerverbandes (TID) und Vorstandsmitglied der ATIAD habe ich zu meinem Leidwesen immer wieder feststellen müssen, dass qualifizierte Manager das größte Sorgenkind der mittelständischen Unternehmen waren. Prof. Dr. Egle hat uns auf sein Projekt aufmerksam gemacht und sein Konzept sehr wirkungsvoll vorgestellt. Es bietet den mittelständischen Unternehmen in der Metropolregion sehr große Möglichkeiten für



Mustafa Baklan ist einer der Geschäftsführer der Baktat-Unternehmensgruppe. Bild: Kirma

die Zukunft. Außerdem stellt es eine Chance für die jungen Menschen in unserer Region dar. Wir brauchen junge Manager in der Metropolregion. In Zeiten der Wirtschaftskrise hat die Großindustrie massenweise das Land verlassen, dadurch sind uns wertvolle Fachkräfte verloren gegangen.

Econo: Welche Erwartungen haben Sie an die Zusammenarbeit?

Baklan: Als ein international agierendes Mittelstandsunternehmen wissen wir, dass die HdWM uns sehr gut ausgebildete, qualifizierte

Wirtschaftsmanager zur Verfügung stellen wird. Daran haben wir keine Zweifel.

Econo: Sie leisten finanzielle Unterstützung für fünf Studenten – was sind die Vorteile dabei für Ihr Unternehmen?

Baklan: Wir haben keinen unmittelbaren Nutzen aus dem Engagement. Die Unterstützung ist in erster Linie für die Gemeinschaft. Wenn wir nicht zusammenhalten und gemeinsam handeln, können wir solche langfristigen Probleme niemals bewältigen. Wir können nicht die Hände in den Schoß legen und warten, dass es erledigt wird. Das ist nicht der Mittelstand. Dort sind wir die Handelnden. Wir haben die Gewissheit, dass der Managernachwuchs der HdWM mit bestem Wissen versorgt wird. Wenn die Studenten fertig sind und wir sie brauchen, haben sie bei uns selbstverständlich den Vorrang.

Econo: Sind die Studenten über die Finanzierung in irgendeiner Form an das Unternehmen gebunden?

Baklan: Nein. Ziel ist lediglich, kompetente Fachleute und Manager für die Zukunft auszubilden, um die Metropolregion effektiver fördern zu können. tor

EINLADUNG zur 1. Fachkonferenz der neuen Hochschule

DEMOGRAFISCHER WANDEL UND FACHKRÄFTEMANGEL

Gewinnen und Ausbilden von Fach- und Führungsnachwuchspersonen mit einem neuen Hochschulmodell.

Wenn es stimmt, dass schon bald „der Region die Fachkräfte ausgehen“ (MM vom 10.03.2011), dann müssen wir jetzt handeln und neue Lösungswege gehen, um Talente frühzeitig an das eigene Unternehmen zu binden. Wir glauben, als neu gegründete unternehmensnahe private Hochschule gute Lösungsansätze gefunden zu haben. Mit diesem Thema möchten wir Sie auf unserer ersten Fachkonferenz neugierig machen und Ihnen einen Blick über den Tellerrand herkömmlicher Personalbeschaffung hinaus bieten.

Dienstag · 31. Mai 2011 · 17 – 19 Uhr

mit anschließendem Get-together: Erfahrungsaustausch bei Imbiss und Getränken

Zum Thema sprechen

- Prof. Dr. Peter Frankenberg (Vorstandsvorsitzender der Heinrich-Vetter-Stiftung)
- Heinrich Alt (Mitglied des Vorstandes der Bundesagentur für Arbeit)
- Mustafa Baklan (mittelständischer Unternehmer, Mannheim)

Veranstaltungsort

Hochschule der Wirtschaft für Management i.Gr.
Neckarauer Straße 168–228 (ehem. Areal Vögele AG)
68163 Mannheim

Anmeldung bitte bis 25. Mai 2011 an:

Corinna Stöcker

E-Mail: corinna.stoecker@hdwm.de
Telefon: 0621 / 180 698-35
Fax: 0621 / 180 698-88



Investition Zukunft

Karriere- und Berufsberatung

Welcher Studiengang ist der Richtige für mich?

In welchem Ausbildungsberuf kann ich meine Interessen und Fähigkeiten gezielt einbringen?

Finden Sie es heraus!

Unser Paket

- Maßgeschneiderte Beratungsmodulare für alle Schularten
- Kostenfreies Erstgespräch zur Klärung Ihres persönlichen Anliegens
- Ausführliche, computergestützte Testsitzung mit erfahrenen Berufsberatern
- Individuelles Auswertungsgespräch mit professionellem Feedback und umfangreicher Infomappe

Gemeinsam die richtige Entscheidung treffen.

www.karriere-srh.de

Berufsbildungswerk Neckargemünd GmbH

Im Spitzerfeld 25 69151 Neckargemünd
Joachim Trabold Telefon 0 62 23 89-23 32
joachim.trabold@bbw.srh.de



Schenken Sie Zukunft

Teure Selbstanzeige

Der Gesetzgeber hat die Nachmeldung von hinterzogenen Steuern sowie die Konsequenzen einer strafbefreienden Selbstanzeige neu geregelt. Auch der Informationsaustausch zwischen den Staaten wurde damit neu geregelt – die Steuerschlupflöcher werden kleiner.

Als Ergebnis langer Diskussionen hat der Bundestag Mitte März 2011 das Gesetz zur Verbesserung der Bekämpfung von Geldwäsche und Steuerhinterziehung beschlossen.

Nach zwischenzeitlicher Zustimmung durch den Bundesrat tritt die neue gesetzliche Regelung am Tag nach der Verkündung des Gesetzes im Bundesgesetzblatt in Kraft. Aufgrund der nun verschärften Rechtslage sind die Anforderungen für eine strafbefreiende Selbstanzeige verstärkt worden. Auch wird es für den Steuerberater künftig schwerer, die Straflosigkeit einer Selbstanzeige für seine Mandanten sicher vorherzusagen.

Was ändert sich?

Zunächst müssen Steuerhinterzieher bei einer strafbefreienden Selbstanzeige in Zukunft alle Hinterziehungssachverhalte offenlegen. Mit der Neuregelung wird der jüngsten Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes Rechnung getragen, wonach sog. „Teilselbstanzeigen“ nicht mehr zulässig sind. Es müssen künftig alle unverjährten Straftaten einer Steuerart (z. B. Einkommensteuer) selbstständig und vollständig offenbart werden, soweit noch nicht verjährte Veranlagungszeiträume betroffen sind. Werden beispielsweise ausländische

Dr. Karl-Hermann Schütz, Rechtsanwalt, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater, ist Sozius der Kanzlei Schütz & Künzel in Weinheim, die auf steuer-, wirtschafts- und arbeitsrechtliche Beratung spezialisiert ist. Die Kanzlei betreut Unternehmen unterschiedlicher Rechtsform und Größe, insbesondere mittelständische Unternehmen, sowie Privatpersonen. Bild: zg



Kapitaleinkünfte nachdeklariert, müssen alle Einkunftsarten der Einkommensteuer einschließlich Sonderausgaben und außergewöhnliche Belastungen auf ihre Richtigkeit und Vollständigkeit hin überprüft werden. Darunter fallen auch die Einkünfte aus selbstständiger Arbeit oder Vermietung und Verpachtung. Unschädlich wäre in diesem Beispiel allerdings, wenn Tatbestände anderer Steuerarten als die der Einkommensteuer nicht gleichzeitig berichtigt werden.

Wer nur Erträge nachdeklariert, von denen er glaubt, dass diese bald entdeckt werden könnten, muss wissen, dass diese Selbstanzeige nicht zum gewünschten Erfolg führt. Im Gegenteil, mit der Abgabe der unvollständigen Nachmeldung wird die Verjährung unterbrochen.

In besonders schweren Fällen beträgt die Verjährungsfrist zehn Jahre, ansonsten fünf Jahre.

Eine weitere Verschärfung ist darin zu sehen, dass eine strafbefreiende Selbstanzeige künftig nicht mehr möglich ist, wenn bei einer der offenbaren Taten bereits Entdeckung droht (Beispiel: CDs mit Daten deutscher Steuerpflichtiger) oder wenn dem Täter eine Prüfungsanordnung oder die Einleitung eines Ermittlungsverfahrens zu einer der offenbaren Taten bekanntgegeben worden ist.

Neu geregelt ist, dass bei einem Hinterziehungsbetrag von mehr als 50 000 Euro pro Tat – also beispielsweise bei der Steuerart Einkommensteuer für den jährlichen Besteuerungszeitraum – die Rechtsfolge „Straffreiheit“ für diese Steuerart nicht mehr eintritt. Von einer Strafverfolgung wird jedoch dann abgesehen, wenn neben der Entrichtung von hinterzogener Steuer und Zins eine freiwillige Zahlung von fünf Prozent der jeweiligen einzelnen verkürzten Steuer zugunsten der Staatskasse geleistet wird. Gerechnet wird dabei ab dem ersten hinterzogenen Euro. Das heißt, dass beispielsweise bei einem Hinterziehungsbetrag von 100 000 Euro Einkommensteuer des Jahres 2008 5000 Euro zusätzlich an die Staatskasse abzuführen sind.

Neben der Verschärfung des nationalen Rechts kommt hinzu, dass

auf internationaler Ebene der Informationsaustausch zwischen den Steuerbehörden verstärkt wird. Dies gilt nicht nur für Staaten innerhalb der EU, sondern insbesondere auch für Staaten wie die Schweiz, Liechtenstein, die Kanalinseln oder auch manchen asiatischen Staat. Das Bankgeheimnis wird zumindest gelockert, Auskünfte über Konten und Depots werden bei begründetem Verdacht der Hinterziehung ermöglicht.

Auch sollte man nicht darauf spekulieren, dass Deutschland und die Schweiz für „Altfälle“ ein Abkommen schließen, das eine besonders günstige Abgeltungsteuer vorsehen könnte. Selbst wenn es wie bereits angedacht zu einem attraktiven anonymen Abgeltungsmodell kommen sollte, bleiben dennoch erhebliche Risiken bestehen. Wer den Weg über die anonyme Abgeltung geht, ist nicht davor gefeit, dass sein Fall über eine CD oder andere Wege dennoch der Steuerfahndung zur Kenntnis kommt. In einem solchen Falle ist nicht nur die Gefahr einer Durchsuchung besonders groß. Der Verdächtige muss auch beweisen, dass er am anonymen Abgeltungsverfahren teilgenommen hat. Er muss darüber hinaus nachweisen können, dass die für das anonyme Verfahren erforderliche Bemessungsgrundlage umfassend und richtig ermittelt worden ist. Dies wird wahrscheinlich wiederum nur durch die Vorlage aller Bankunterlagen möglich sein. Der Steuerpflichtige hätte letztlich nicht viel gewonnen!

Als Fazit ist festzuhalten: Ein Taktieren wie früher ist sinnlos, ja gefährlich. Es muss daher – wenn man sich dazu entscheidet – zu einer vollständigen Selbstanzeige kommen. Unterlässt man jedoch die Aufdeckung, so wird der unrechtmäßige Zustand nur perpetuiert. Spätestens im Erbfall haben die Nachkommen dann ein Problem erlebt. Auch dies sollte in die Überlegungen miteinbezogen werden.

Schweres Erbe

Nachfolgelösungen in Familienunternehmen gestalten sich oft schwierig. Noch kniffliger wird es, wenn die Nachfolge mit dem Erbfall zusammenfällt. Zu beachten sind dann genauso gesellschafts- wie steuer- und erbschaftsrechtliche Fragen. Ein Überblick.

Die Nachfolge in ein bestehendes (Familien-)Unternehmen benötigt sorgfältige Vorbereitung und eine Einarbeitung des Nachfolgers durch den bisherigen Inhaber. Erfolgt die Nachfolge in ein Unternehmen durch Erbfall, treten neben die bereits vorhandenen Aufgaben weitere erb- und steuerrechtliche Herausforderungen.

Familienunternehmen werden häufig als Einzelunternehmen oder in der Rechtsform der GbR geführt, während bei mittelständischen Unternehmen die KG, oHG oder die GmbH dominieren. Je nach der für das Unternehmen gewählten Gesellschaftsform sind mit Blick auf den Tod des Unternehmers Besonderheiten zu beachten.

Problematisch wird die Unternehmensfolge meistens in Fällen, in denen mehrere Erben an die Stelle des verstorbenen Unternehmers treten. Die Erbengemeinschaft ist eine auf Auseinandersetzung gerichtete Gemeinschaft, während das Unternehmen auf Fortbestand ausgerichtet ist. Die Erben treten deshalb regelmäßig nicht als Gemeinschaft in die Gesellschaft ein, der Anteil des Erblassers zersplittert und fällt entsprechend den Erbquoten den Erben an.

Das Einzelunternehmen

Ausnahme ist das Einzelunternehmen, das in den Nachlass fällt und von der Erbengemeinschaft fortgeführt wird, deren Mitglieder fortan mit dem Nachlass wie auch mit dem Eigenvermögen haften. Die Erbengemeinschaft muss sich bei der Unternehmensführung untereinander abstimmen, was regelmäßig zu Problemen führt. Daneben kann die Erbengemeinschaft jederzeit von jedem Erben auseinander gesetzt werden.

Die GbR

Anders verhält es sich, wenn das Unternehmen in der Rechtsform der GbR geführt wird. Ist im Gesellschaftsvertrag keine andere Rege-

Frederick Pitz ist Rechtsanwalt in der Schwetzingen Kanzlei Zipper & Collegen. Seine Tätigkeits-schwerpunkte sind Erb- und Familienrecht. Bild: zg



lung getroffen, wird mit dem Tod eines Gesellschafters die Gesellschaft beendet, der Wert des Gesellschaftsanteils des Erblassers wird unter den Erben entsprechend ihrer Erbquote aufgeteilt. Diese Beendigung aufgrund des Todesfalls kann im Gesellschaftsvertrag durch eine Fortsetzungsklausel abbedungen werden. Wird dabei die Beendigung der Gesellschaft mit dem Tod abbedungen, wird der Gesellschaftsanteil des Erblassers unter den verbleibenden Gesellschaftern aufgeteilt.

Die oHG und die KG

Auch wenn das Unternehmen in Form der oHG oder KG geführt wird, scheidet der Erblasser mit seinem Tod aus der Gesellschaft aus, die Gesellschaft wird mit den verbleibenden Gesellschaftern fortgesetzt. Ausnahme ist der Kommanditanteil, dieser geht automatisch auf die Erben über. Die Erben erhalten in all diesen Fällen einen Abfindungsanspruch gegen die Gesellschaft.

Der Erblasser kann aber auch durch einfache oder qualifizierter Nachfolgeklausel bestimmen, dass seine Erben an seiner Stelle in die Gesellschaft eintreten.

Bei der einfachen Nachfolgeklausel trifft

der Erblasser neben der Anordnung, dass die Gesellschaft mit seinen Erben fortgesetzt werden soll, keine weitere Bestimmung. In diesem Fall treten die Erben entsprechend ihrer Erbquote in die Gesellschaft ein. Dies birgt die Gefahr, dass die Gesellschaft handlungsunfähig wird.

Um dies zu vermeiden, kann der Erblasser weiter bestimmen, dass nur einer seiner Erben den Gesellschaftsanteil übernimmt und in die Gesellschaft eintreten soll.

Im Falle einer solchen qualifizierten Nachfolgeklausel kann der Erblasser also genau bestimmen, welche Voraussetzungen sein Nachfolger haben muss. Die Gefahr einer Blockade aufgrund Zersplitterung des Anteils wird beseitigt. Allerdings hat der bevorzugte Erbe unter Umständen Ausgleichsleistungen

an die nicht eintretenden Gesellschafter zu leisten. Ist die Gesellschaftsbeteiligung auch das wesentliche Vermögen des Erblassers, kann es zu Problemen aufgrund des Pflichtteilsrechts kommen. Der Unternehmer sollte hier Vorkehrungen treffen. Eine Abstimmung des Testaments mit dem Gesellschaftsvertrag ist dringend erforderlich.

Die Auswahl eines bestimmten Nachfolgers mittels einer qualifizierten Nachfolgeklausel für den

Fall des Todes ist häufig die bevorzugte Lösung.

Problematisch für den Unternehmer ist dabei, dass er die Auswahl seines Nachfolgers bzw. die Bestimmung der Kriterien für die Auswahl selbst treffen muss und diese nicht einem Dritten zu einem späteren Zeitpunkt überlassen kann.

Kann der Unternehmer zur Zeit der Nachfolgeplanung aber möglicherweise die Geeignetheit des Nachfolgers noch gar nicht abschätzen, besteht die Gefahr, dass bei Nichterfüllung der Kriterien kein geeigneter Nachfolger vorhanden ist. Der Anteil des Unternehmers fällt an die Gesellschaft, die Erben erhalten lediglich einen Abfindungsanspruch gegen die Gesellschaft. Problematisch ist auch der Eintritt eines möglicherweise minderjährigen Nachfolgers in die Gesellschaft.

Um diese Probleme zu vermeiden, kann der Unternehmer die Führung der Geschäfte durch einen von ihm bestimmten Testamentvollstrecker für den oder die Erben bestimmen.

Die Erbschaftssteuer

Beim Übergang des Unternehmens von Todes wegen ist der Anfall der Erbschaftssteuer zu berücksichtigen. Dabei ist die Erbschaftssteuer für jeden Erben gesondert zu berechnen, der Wert seines Anteils am Unternehmen richtet sich dabei nach seiner Erbquote.

Muss der qualifizierte Nachfolger Ausgleichszahlungen an seine Mit-erben leisten, kann er nach derzeit überwiegender Ansicht diese Leistungen nicht als Anschaffungskosten für den Erwerb des Anteils steuerlich geltend machen.

Auch hier kann durch frühzeitige Nachfolgeplanung der Unternehmer für sich und den Nachfolger optimierte Lösung finden. Dem ausscheidenden Unternehmer aus dem Unternehmenswert zugewandte Versorgungsleistungen verringern den Wert des Unternehmens zum Zeitpunkt der Übertragung.



Personaldienstleistungen
mit Kontinuität

M7, 18 · 68161 Mannheim
Telefon 0621 / 12296-0 · Fax 0621 / 12296-26
info@plm-mannheim.de



INTERVIEW

„Online gehört die Zukunft“

Kerem Özcelik erklärt im Interview, wie die „Trendfabrik“ bald 100 Millionen Euro Umsatz erzielen will und warum das Familienunternehmen Innenstädte und Einkaufszentren meidet.

Econo: Herr Özcelik, der Textilfachhandel ist 2010 nach vorläufigen Zahlen um drei bis vier Prozent gewachsen. Wie lief das vergangene Jahr in der „Trendfabrik“?

► **Kerem Özcelik:** Wir sind zweistellig gewachsen – ohne den Online-Handel. 2011 rechnen wir mit unserem stationären Handel mit einem einstelligen Umsatzwachstum.

Econo: Geht es auch konkreter?

► **Özcelik:** Nein, noch leisten wir uns den Luxus, mit unseren Zahlen nicht zu hausieren. Nur so viel: In den letzten fünf Jahren sind unsere Umsätze explodiert. Voraussetzung dafür war, dass wir in dieser Zeit 25 Millionen Euro investiert haben. Zurzeit liegen unsere Umsätze im zweistelligen Millionenbereich. In wenigen Jahren jedoch wollen wir die 100-Millionen-Euro-Marke knacken.

Econo: Die Trendfabrik ist noch als Einzelfirma organisiert. Passt diese Struktur noch zur Größe?

► **Özcelik:** Nein, wir werden daher noch in diesem Jahr das Unternehmen in die Rechtsform einer AG überführen. Alle Anteile an diesem Unternehmen wird meine Mutter halten, die die Firma gemeinsam mit meinem Vater gegründet hat. Uns ging es wie vielen erfolgreichen Unternehmen: Wir sind zu schnell gewachsen. Die Strukturen haben mit dem Umsatzwachstum nicht Schritt gehalten. Daher haben wir uns Berater ins Haus geholt, unter anderem einen ehemaligen Geschäftsführer von Engelhorn. Es ist eben so, dass die Südländer erst losrennen und dann planen. Die Deutschen planen erst gründlich, bevor sie starten. Doch dann rennt man dem Markt hinterher.

Econo: Ist das Mannheimer Traditionshaus für Sie ein Vorbild?

► **Özcelik:** Natürlich – allerdings nicht in dem Sinne, dass wir ihren Erfolg kopieren wollen. Ein großer Unterschied ist, dass wir keine Shop-in-Shop-Lösungen präsentieren. Auch Marken wie Hugo Boss oder Ralph Lauren müssen sich im Verkauf in unseren Auftritt einpassen. Außer einem Logo an der Wand haben wir keine Ausstattung von den Markenherstellern. Hintergrund ist, dass wir die Trendfabrik als eigene Marke etablieren möchten.

Econo: Städte wie Weinheim oder Ludwigshafen erleben dank neuer innerstädtischer Einkaufsmagne-

ten eine Renaissance. Reizen Sie diese Lagen nicht?

► **Özcelik:** Wir würden schon gerne in Innenstädten verkaufen, können uns das aber wegen der zu hohen Mieten nicht leisten. Von daher stellt sich die Frage nicht. Wir sind mit unseren Standorten in Gewerbegebieten auch sehr zufrieden. Der Grund ist einfach: Im Service und in der Beratung sind wir unschlagbar. Es ist eben nicht so, dass Sie in den teureren Innenstadtlagen gut bedient werden. Schauen Sie sich die Filialisten an – da arbeiten Schüler und Studenten als Aushilfen. Unsere Mitarbeiter indes sind darauf geschult, den individuellen Typ zu er-

kennen und passende Angebote zu machen. Wir wollen niemanden verkleiden, sondern typgerecht einkleiden. Das kann eine Aushilfskraft nicht. Hier in Brühl arbeiten am Wochenende 25 Verkäufer – unter der Woche sind es rund die Hälfte. Das, was wir an den Mieten sparen, investieren wir ins Personal. Aushilfskräfte dürfen bei uns im Übrigen nicht bedienen.

Econo: Wie halten Sie es denn mit der Bezahlung – Ihre Branche diskutiert gerade über einen tariflichen Mindestlohn.

► **Özcelik:** Unsere Mitarbeiter erhalten ein Grundgehalt, das bereits über dem Tarif liegt. Zudem haben wir ein eigenes dynamisches Gehaltssystem entwickelt. Dabei berücksichtigen wir Kriterien wie die Loyalität zum Unternehmen, Fachwissen, Krankheitstage und Verkaufszahlen. So haben wir Mitarbeiter, die bis zu 70 Prozent über dem Tarif verdienen.

Econo: Die Umsatzorientierung widerspricht doch der typgerechten Beratung ...

► **Özcelik:** ... Nein, denn es ist verboten, nur teure Bekleidung zu verkaufen. Was dem Kunden nicht steht, empfehlen wir auch nicht. Das ist Pflicht, auch dann, wenn die anprobierbare Jacke oder der Anzug noch so teuer sind. Unsere Bewertung kombiniert daher die verkaufte Stückzahl mit der Umsatzhöhe.

Econo: Sie meiden Einkaufszentren und Innenstädte. Sind das ihre Mitbewerber?

► **Özcelik:** Unser Konzept ist den Einkaufszentren überlegen. Dort gibt es Mono-Label-Läden. Aber welcher Konsument kleidet sich von der Unterhose bis zum Anzug von einer Marke ein? Bei uns findet er in einem Geschäft über 300 Marken – von exklusiven Edelmarken über Lifestyle-Labels bis hin zu jun-

ger Mode aus dem mittleren Segment. Die Preisspanne bei Jeans reicht so von 30 bis zu 330 Euro.

Econo: Ist solch eine Spannweite unterhalb einer Marke Trendfabrik überhaupt vermittelbar?

► **Özcelik:** Um das zu erleichtern, werden wir in diesem Jahr die „Trendfabrik“ zur Dachmarke ausbauen. Darunter finden die Kunden dann zukünftig „Trendfabrik Premiumstores“ – das sind unsere Häuser in Brühl und Weiterstadt, „Trendfabrik Fashion & Sports Wear“ – das sind die Filialen in Mannheim-Käfertal und Grünstadt, Trendkids und die Prozentfabrik – beide in Brühl. An diesem neuen Außenauftritt arbeiten wir gerade intensiv – momentan sind die neuen Logos in der Abstimmung.

Econo: Wollen Sie auch neue Standorte eröffnen?

► **Özcelik:** Nein, allerdings wollen wir in den kommenden zwei Jahren die Verkaufsfläche in Brühl verdoppeln. Noch vor fünf Jahren sah das anders aus. Da habe ich ernsthaft über Standorte in Großstädten wie Frankfurt, Stuttgart oder Köln nachgedacht. Doch mittlerweile bin ich die langen Genehmigungsverfahren leid. In Brühl haben wir den ehemaligen Süba-Baumarkt übernommen. Bis wir die Genehmigung bekamen, sind zwei Jahre ins Land gezogen.

Econo: Großflächiger Textileinzelhandel auf der grünen Wiese steht nicht hoch im Kurs.

► **Özcelik:** Politik und Stadtplanung haben leider noch nicht begriffen, dass familiengeführte Unternehmen wegen der hohen Mieten gar nicht in die Innenstadtlagen gehen können. Wir sind auf die grüne

Wiese angewiesen, bekommen dort aber Steine in den Weg gelegt.

Econo: Wo soll dann das Wachstum herkommen?

► **Özcelik:** Aus dem Internet. Uns geht es dabei ähnlich wie dem Ikea-Gründer Ingvar Kamrad. Der hat mal gesagt, dass ihn die Bürokratie in Schweden dazu getrieben habe, im Ausland zu expandieren. Unser Ausland ist das Internet. Ich kann auf meinem iPad permanent unsere Auftragsangebote anschauen. Das ist ungemein motivierend. Schauen Sie! *(Kerem Özcelik tippt ein paar Mal auf den Bildschirm seines iPad und ruft die Online-Bestellungen der letzten Minuten auf. Die Order einer Hugo-Boss-Jacke für 499 Euro aus Brebersdorf ist darunter – ebenso der Auftragseingang über ein Hilfiger-T-Shirt für 79 Euro aus Versmold.)*

Econo: Wie laufen die Online-Geschäfte?

► **Özcelik:** Drei Jahre lang haben wir unseren Online-Shop geplant und umgesetzt. Der Aufbau hat uns rund zwei Millionen Euro gekostet. Schiefgehen durfte da nichts, da sich im Internet eine schlechte Leistung sehr schnell herumspricht. Seit Ende November sind wir nun mit einem eigenen Online-Shop am Markt. Seither versenden wir rund 15 000 Sendungen im Monat. Die Kunden kommen bisher aus 24 Ländern – es waren auch schon Bestellungen aus China und den USA dabei. Die persönliche Ansprache ist uns auch im Internet wichtig. So legen wir guten Kunden den eigens für uns gerösteten Kaffee bei. Das macht keiner außer uns und bringt uns viel positives Feedback.

Econo: Warum sind Sie erst so spät ins Online-Geschäft eingestiegen?

► **Özcelik:** Ganz ehrlich: Am Anfang habe ich angezweifelt, dass Kunden online Kleidung kaufen wollen. Ich war lange davon überzeugt, dass sie die Produkte fühlen und anprobieren wollen. Der Anstoß für unseren Online-Shop kam daher von außerhalb. Unsere Lieferanten haben gesagt, dass wir mit unseren vielen Marken ein schlafender Riese wären. Es ist so, dass heute jeder kleine Händler online Kleidung verkaufen will. Das geht aber bei Markentextilien gar nicht mehr. Wir hingegen haben die Lizenzen dafür schon vor mehr als zwei Jahren erworben. Es gibt daher nur wenige Online-Shops in Europa, die solch eine Vielzahl von Marken führen wie wir. Heute bin ich überzeugt: Dem Online-Handel gehört die Zukunft.

Econo: Wer ist für Logistik verantwortlich?

► **Özcelik:** Wir wickeln alles von hier aus ab. Die Kapazitäten in Brühl reichen für 30 000 Sendungen im Monat. In ein bis zwei Jahren wollen wir daher ein eigenes Logistikzentrum errichten und betreiben. Wir sind derzeit auf der Suche nach geeigneten Flächen oder Immobilien.

Econo: Andere Unternehmen suchen sich dafür Partner ...

► **Özcelik:** Ich bin kein Freund des Outsourcings! Wir haben sogar ein eigenes Fotostudio, in dem wir Bilder für das Internet und die Kataloge machen lassen – von einem eigenen Fotografen! So können wir sehr schnell handeln und entscheiden. Schnelligkeit ist das A und O im Internet.

Econo: Wenn man das konsequent zu Ende denkt, könnten Sie auch Ihre Kleidung selbst herstellen. Das beschert Konzernen wie Zara oder H&M hohe Renditen.

► **Özcelik:** Nein, in den Aufbau einer eigenen Textilmarke werden wir nicht einsteigen. Das reizt uns deshalb nicht, da wir an unserer Marke Trendfabrik arbeiten. Die steht aber für ein einzigartiges Erlebnishauses – nicht für ein Label. Eine eigene Linie wäre vielmehr schädlich, da unser Konzept gerade das eines Multi-Marken-Hauses ist. Zeit, Energie und Geld in eine Produktion irgendwo im Ausland zu stecken, lohnt sich auch deshalb nicht, da wir dadurch Freiheit verlieren würden. Dafür nehmen wir eine etwas schlechtere Rendite gerne in Kauf.

Econo: In Ihrer Branche gehen gerade Ängste um, dass wegen der steigenden Rohstoffkosten die Preise anziehen werden. Wie schätzen Sie die Entwicklung ein?

► **Özcelik:** Das macht mir keine Kopfschmerzen. Im Gegenteil: Die Preise waren zu niedrig. Wer nicht will, dass die Kleidung in Asien von Kindern genäht, dass die Arbeiter fast nichts verdienen oder dass die Stoffe belastet sind, muss dafür einen entsprechenden Preis zahlen. Ich persönlich finde das richtig – nur müsste man es auch dem Verbraucher vermitteln. Viele chinesische Hersteller wollen übrigens gar nicht mehr für europäische Anbieter arbeiten – der hohen Auflagen wegen. Gerade gestern hatte ich einen Schuhhersteller zu Besuch, der seine Produktion von China nach Tschechien und Portugal verlagert. Ich finde das gut – da bleibt das Geld in Europa!



Jeans von 30 bis 330 Euro: Kerem Özcelik hat die „Trendfabrik“ als Multi-Marken-Geschäft ausgerichtet. Im Angebot sind Textilien von 300 Labels. Bild: ri

PERSON & UNTERNEHMEN

Kerem Özcelik wurde 1969 in Ankara geboren. Im Alter von einem Jahr ist er mit seinen Eltern Ceyhan und Nevin nach Deutschland gezogen.

Ceyhan und Nevin Özcelik haben sich 1976 mit einem Jeansgeschäft im Mannheimer Quadrat U2 selbstständig gemacht. „Ihr Ziel war es, einige Jahre Geld zu sparen und dann zurückzukehren. Doch der Unternehmergeist meines Vaters war stärker“, sagt Kerem Özcelik.

Das Geschäft lief damals auf den Namen befreundeter Deutscher. Da die Özceliks keine

unbefristete Aufenthaltsgenehmigung besaßen, konnten sie kein Gewerbe anmelden.

Seit dem Tod des Vater im Jahr 1984 ist Nevin Özcelik die alleinige Inhaberin des Unternehmens. Operativ wird das Unternehmen seit 1993 von Kerem Özcelik geführt. Seine beiden Geschwister leben nicht mehr in der Region.

Nach dem Generationswechsel begann das Unternehmen, sich unter der Marke „Trendfabrik“ als Multi-Marken-Haus für rund 300 Labels zu etablieren. Derzeit betreibt die Trendfabrik zwei Geschäfte am Stammsitz in Brühl,

zwei in Mannheim und je ein Geschäft in Weiterstadt sowie in Grünstadt und beschäftigt 300 Mitarbeiter aus zwölf Nationen.

Beim Thema Integration wirft Özcelik vielen Medien eine verzerrende Darstellungsweise vor: „Zu sehen sind dort jene zwei Prozent türkischer Jugendlichen, die nicht integriert sind. Das sind dann Pubertierende aus Berlin-Neukölln, die mir genauso fremd sind wie einem Deutschen.“ Dabei gebe es gerade unter türkischen Unternehmern viele, die als Vorbild taugen. Insgesamt hält er die Integration türkischer Einwanderer für gelungen.

Text

Text

PRO

Dr. Werner Dub
ist Mitglied des Vorstandes der
MVV Energie AG



Nach Fukushima ist nichts mehr, wie es vorher war. Auch wenn es bisher nur ein Moratorium von drei Monaten und vielfältige politische Absichtserklärungen gibt: Die Entscheidung des letzten Jahres zur Laufzeitverlängerung der deutschen Kernkraftwerke hat keine Zukunft. Das eröffnet der Energiewirtschaft neue Herausforderungen, denen wir uns stellen müssen, aber auch und vor allem neue Chancen, die wir nutzen können.

Deutschland braucht ein neues Energiekonzept - und ich sage bewusst ein neues und nicht nur ein überarbeitetes. Ziel ist ein echter, unumkehrbarer Ausstieg aus der Kernenergie als Fundament für die umweltgerechte, sichere und bezahlbare Energieversorgung der Zukunft.

Energie gehört zu den essenziellen Lebensadern unseres Zusammenlebens und unseres Wirtschaftens. Deshalb benötigen wir einen langfristig angelegten und breit getragenen politischen und gesellschaftlichen Konsens. Denn Planungssicherheit für die Unternehmen auf der Grundlage eines solchen gemeinsamen Verständnisses ist notwendige Voraussetzung, um in den Umbau der Energieversorgung investieren zu können.

Dabei werden die erneuerbaren Energien Schritt für Schritt die Leitfunktion des Energiesystems. Bis es soweit ist und zur Aufrechterhal-

tung von Versorgungssicherheit, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit brauchen wir auch weiterhin, neben dem Ausbau erneuerbarer Energien, hocheffiziente konventionelle Kraftwerke, insbesondere solche mit Kraft-Wärme-Kopplung.

Es geht also nicht nur um Erneuerbare. Es geht auch um Regel- und Ausgleichskraftwerke, es geht um Speicher für Strom und Wärme und es geht um leistungsfähige, moderne Netze. Und es geht um mehr Energieeffizienz, und zwar sowohl bei der Strom- und Wärmeerzeugung - deshalb sind KWK und Fernwärme so wichtig - wie im Verbrauch. Bei all dem müssen wir im Auge behalten, dass wir ein Industrieland sind und bleiben, dessen Wirtschaft und dessen Bürger auf sichere und bezahlbare Energie angewiesen sind.

Energie bleibt ein knappes und wertvolles Gut. Der Energiehunger der Schwellenländer wie China, Indien oder Brasilien und ebenso der Entwicklungsländer nimmt zu. Gleichzeitig gehen unsere Ressourcen zurück oder ihre Förderung wird teurer. Deshalb ist es zentral, dass wir intelligente Lösungen finden und unsere Energieversorgung konsequent und nachhaltig umbauen. Dann bin ich zuversichtlich, dass sich die Auswirkungen bei besonnenen und konsensorientierten Maßgaben in einem vertretbaren Rahmen halten lassen.

CONTRA

Text
TextText Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text
Text Text Text Text Text

Bilder: zg

SYSCOVERY-HAUSMESSE ZEIGT IT-TRENDS FÜR MORGEN

Anfang April hatte die Mannheimer Syscovery AG zum dritten Mal zu ihrer Hausmesse eingeladen. Thema der diesjährigen Syscom war „Effizientes IT-Business Management“. Rund 150 IT-Verantwortliche aus Industrie- und Dienstleistungsunternehmen waren der Einladung gefolgt und nutzen den Tag für Erfahrungsaustausch und Networking (I.). Die Fachvorträge (rechts: Klaus Kirchner von Syscovery) beleuchteten unter anderem die effiziente Nutzung virtueller Services, richtungswei-

sende Lösungen für eine effizientere und sicherere Infrastruktur und produktivitätssteigernde Geschäftsprozesse aus der Cloud. Im Fokus der Praxisbeispiele und Live-Demonstrationen standen Multiprovider Management mit der „syscovery Savvy Suite“, einer Software des Veranstalters Syscovery, sowie Interessantes rund um Organisations- und Identity-Management. „Mit der SYSCOM'11 ist es uns auch dieses Jahr gelungen, unseren Partnern und Kunden eine interessante Dialog-

plattform zu bieten, die einen aktuellen Überblick über wichtige Themen im IT Business ermöglicht“, resümiert Marketing- und Vertriebsvorstand Stefan O. Billhardt. Auf besonderes Interesse der Besucher sei die sogenannte „Live-Lab Area“ gestoßen. Dort konnte die Besucher real und in Echtzeit erleben, wie Organisations- und Identity-Management-Systeme arbeiten. Econo Rhein-Neckar ist Medienpartner der Syscom. ■ www.syscovery.com

PlakatWerbung, die „knallt“



**Kommen Sie doch mal groß raus –
auf unseren 650 Premium-Großflächen in der Metropolregion
Rhein-Neckar lassen wir es für Sie knallen.**

Also, warum nicht mal anders und größer als sonst werben? Mit uns kein Problem. Wir sind einer der Großen in der professionellen Außenwerbung und beraten Sie kompetent und individuell.



NeuWerbung GmbH
Waldgartenstraße 21
68642 Bürstadt

Tel. +49(0)6206 9820-20
info@neuwerbung.de
www.neuwerbung.de

Namen und Nachrichten

■ **Anne-Marie Ludwig** übernimmt ab 1. Juni die Geschäftsführung des Vereins Stadtmarketing Schwetzingen. Die 45-Jährige tritt die Nachfolge von **Thomas Janzer** an, der den Verein in seinem ersten Jahr des Bestehens geführt hat.

■ **Martin Hartwig** ist neuer Geschäftsführer der Südwestpfalz-Touristik. Der 39-Jährige aus Herxheim hatte sich gegen 57 Mitbewerber um die Nachfolge von **Heike Müller** (34) durchgesetzt, die am 1. April einen neuen Job beim Stadtmarketing Saarbrücken antrat. Hartwig war bis Oktober als stellvertretender Geschäftsführer der Pfalz-Touristik in Neustadt tätig.

■ Der Aufsichtsrat der SRH Holding hat **Günter Mächtle** zum neuen Vorsitzenden gewählt. Sein Amtsvorgänger **Hans-Otto Walter** war am 15. Januar verstorben. Mächtle gehört dem Aufsichtsrat seit 1994 an, seit 2001 als 1. Stellvertretender Vorsitzender. Zu seinem Nachfolger in diesem Amt wurde der frühere Hauptgeschäftsführer der IHK Rhein-Neckar, **Franz J. Luzius** gewählt. Neu in den Aufsichtsrat gewählt wurden der Mannheimer Rechtsanwalt **Christof Hettich** und der Geschäftsführer des Universitätsklinikums Mannheim, **Alfred Dänzer**. Der frühere Vorstandsvorsitzende und langjährige Aufsichtsrat der SRH, **Friedrich Löffler**, legte sein Mandat aus gesundheitlichen Gründen nieder.

■ **Peter Krämer** bleibt für weitere fünf Jahre Geschäftsführer der Stadtwerke Weinheim.

■ **Konrad Hummel** ist seit Anfang April Konversions-Beauftragter des Mannheimer Oberbürgermeisters. Der Sozialwissenschaftler war als Sozialdezernent in Augsburg für die Integration von 200 Hektar Kasernenflächen in das Stadtgebiet verantwortlich.

■ **Silke Krajewski** ist neues Mitglied der Geschäftsführung der Kili-anDruck Grünstadt Dinges GmbH. Die Enkelin des Firmengründers Erwin Dinges war bisher für Marke-



Eichbaum-Anzeige gefällt Lesern am besten

Eichbaum hat den Preis „Anzeige des Jahres 2010“ des „Mannheimer Morgen“ (MM) gewonnen. Die Privatbrauerei hatte mit ihrem „World Kapp“, eines von 27 Motiven zur Fußball-Weltmeisterschaft, die elf Mitbewerber aus dem Feld geschlagen. 27,4 Prozent der „MM“-Leser kürten das Motiv zu ihrer Lieblingsanzeige 2010. Marketingchef **Holger Vatter-Schönthal** (3. v. l.) nahm die Auszeichnung aus den Händen von **Dr. Björn Jansen** (2. v. l.), Geschäftsführer der Mediengruppe Dr. Haas, und Anzeigenleiter **Gerhard Haeberle** (2. v. r.) entgegen. Auf die Plätze zwei und drei kamen das Modehaus Engelhorn und die Sparkasse Rhein-Neckar Nord. Die Urkunden nahmen Engelhorn-Geschäftsführer **Andreas Hilgenstock** (l.) und der Sparkassen-Kommunikationschef **Erich Rathgeber** (r.) entgegen. Bild: Proßwitz

ting, Controlling und Finanzen zuständig.

■ **Thomas Kraus** wird Leiter des neuen Kulturbüros der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN). In dieser Funktion wird er ab Mitte Mai die Projekte und Netzwerke der Arbeitsgruppe „Kulturvision 2015“ koordinieren, den regionalen Austausch vorantreiben und maßgeblich die Strategie zur Positionierung der Region als Standort herausragender kultureller Vielfalt weiterentwickeln.

■ Die Wirtschaftsunioren Mannheim-Ludwigshafen haben ihren Vorstand gewählt: Neu im Geschäftsführenden Ausschuss sind **Volker Auracher** (Logwin Solutions Deutschland GmbH, Mannheim) und **Sandra E. Wassermann** (b&c baumert & collegen Rechtsanwälte, Mannheim). Sie folgen **Nicole Walz** (CFG Circle Fulfillment GmbH,

Heidelberg) und **Patrick Pohlmann** (Dietmar Pohlmann Consulting AG, Mannheim) nach, die nach zwei Jahren ausgeschieden sind. Noch ein weiteres Jahr amtierenden turnusgemäß **Jan Erik Jonescheit** (Kanzlei Schlatter, Mannheim) und **Michael Sitte** (iclear GmbH, Mannheim).

■ **Peter Terwiesch** wurde vom Aufsichtsrat zum neuen Vorstandsvorsitzenden der deutschen ABB AG bestellt. Der 45-Jährige wird zugleich Leiter der Region Zentraleuropa. Er übernimmt die Funktionen zum 1. Juli. Sein Vorgänger **Peter Smits** verlässt ABB auf eigenen Wunsch zum 30. Juni 2011.

■ **Sybille Stöckle** ist neue Produktmanagerin bei der Bensheimer Kern GmbH. Der Anbieter von Kuv-vertiersystemen will mit der 30-Jährigen den Geschäftsbereich Business Development sowie die

Produkt- und Marktentwicklung ausbauen.

■ **Albrecht Hornbach** ist neuer Vorstandsvorsitzender des Vereins Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar (ZMRN e.V.). Der 56-Jährige ist Chef der Hornbach Holding AG, Neustadt, und führt den Verein zunächst für die verbleibende Wahlzeit bis zur Mitgliederversammlung 2012. Hornbach folgt **Harald Schwager**, 51, der als Vorstandsmitglied der BASF unter anderem verantwortlich ist für das Stammwerk des Chemiekonzerns in Ludwigshafen.

■ **Ulrich Schupp** hat beim Weinheimer Schnelllieferdienst trans-oflex die Verantwortung für die Bereiche Finanzen und Administration übernommen. Schupps Vorgänger **Thomas Doll** war nach einer dreijährigen Entscheidungszeit planmäßig im März zur österreichischen Post AG zurückgekehrt.

■ **Ralf Schmid**, Chief Operating Officer (COO) des MLP-Konzerns und Vorstandsmitglied der MLP AG und der Tochtergesellschaft MLP Finanzdienstleistungen AG, hat das Unternehmen verlassen. MLP teilte mit, dass der Schritt in „freund-schaftlichem Einvernehmen“ geschehen sei. Schmid's Aufgaben werden auf die übrigen Mitglieder des Vorstands verteilt.

■ Vorstand **Simon Friend** hat sein Vorstandsmandat bei der Heidelberger Lebensversicherung niedergelegt. Nach mehr als 30 Jahren bei der britischen Muttergesellschaft Lloyds Banking Group ist Friend in den Ruhestand getreten. Gleichzeitig gab das Unternehmen bekannt, dass **Klaus Meiser**, seit 2010 im Unternehmen und bislang Personalchef, zum Generalbevollmächtigten berufen wurde. Meiser leitet seither gemeinsam mit den beiden Vorständen **Thomas Bahr** (Vorsitzender) und **Michael Sattler** die Geschäfte der Heidelberger Lebensversicherung.

■ Das Landhaus Wilker in Pleisweiler-Oberhofen (Landkreis Südliche Weinstraße) hat vom Deut-

schen Hotel- und Gaststättenverband die Klassifizierung „Drei-Sterne-Superior“ erhalten. Mit dieser Auszeichnung zählt das Hotel nun zu den Spitzenbetrieben innerhalb dieser Kategorie. Die Urkunde nahm Inhaberin **Sonja Wilker** entgegen.

■ **Marcus Kremer** ist seit Anfang April Vorstandsvorsitzender der Mannheimer AG Holding. Der 49-Jährige war im Jahr 2000 von der Allianz zur Mannheimer gewechselt. Dem Vorstand gehört der gebürtige Wuppertaler seit 2005 an. Kremers Vorgänger **Helmut Posch** hatte zu Ende März sein Mandat niedergelegt, um ab 1. September als stellvertretender Vorstandsvorsitzender zur Versicherung Continental zu wechseln. Zeitgleich mit dem Wechsel im Vorstand hat das Unternehmen mitgeteilt, dass der bisherige Bereichsleiter Agentur und Vertrieb, **Jürgen Wörner**, zum Generalbevollmächtigten Vertrieb und Marketing ernannt wird.

■ **Hans Riemann** (62), Geschäftsführer International bei der IHK, ist in den Ruhestand getreten. Sein Nachfolger ist der langjährige stellvertretende Leiter des Geschäftsbereichs International, **Volker Scherer** (46).

■ **Markus Klemmer** hat die operative Geschäftsleitung der D+S Sanitärprodukte GmbH in Schriesheim übernommen. Gemeinsam mit dem zweiten Geschäftsführer, **Daniel Uebersax**, soll der 41-jährige Betriebswirt den Marktanteil von Duscholux in Deutschland erhöhen.

■ **Christian Nawin**, Vorsitzender der Geschäftsführung der Kinnarps Samas GmbH, hat das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen. Der 39-Jährige werde neuen Herausforderungen außerhalb der Branche nachgehen, schreibt der Wormser Möbelhersteller in einer Mitteilung. Interimsweise hat **Per-Arne Andersson**, Vice President der schwedischen Kinnarps AB, die Aufgaben von Nawin übernommen. Zusammen mit **Jörg Pannekoike** (39) steuert er die Aktivitäten der deutschen Kinnarps-Organisation.

■ **Edwin Schrank**, Pfälzer Weinbaupräsident, ist neuer Vorsitzender der Gebietsweinwerbung Pfalzweine e. V. Er wurde einstimmig für zwei Jahre in das Amt gewählt. Die bisherige Vorsitzende, Landrätin

und Vorsitzende des Vereins Südliche Weinstraße, **Theresia Riedmaier**, wurde ebenfalls einstimmig zur Stellvertreterin und zweiten Vorsitzenden bestimmt.

■ **Roswitha Niedermeier** bleibt Sprecherin des Kommunikationsverbandes Club Kurpfalz. Die Mitgliederversammlung hat sie bis 2013 in ihrem Amt bestätigt. Neu in den Vorstand gewählt wurde **Ulrich Semblat**. Der Heidelberger ist Vorsitzender des Berufsverbands der Sportökonominnen und -manager. Als Beiräte bestätigt wurden **Udo Kessler** (Werbeagentur Signum, Mannheim), **Bernhard Klumpp** (Econo Rhein-Neckar GmbH) und **Jürgen-Martin Kügler** (Werbeagentur unit, Weinheim).

■ Die Managementberatung Homburg & Partner hat mit **Jens Simrock** die Anzahl ihrer Partner auf nunmehr neun erhöht. Der jüngste Neuzugang wird themen- und branchenübergreifend den Bereich „Geschäftsentwicklung“ leiten.

■ **Günter Sebastian** (Sebastian GmbH & Co. Bau KG) wurde auf der Jahreshauptversammlung als Obermeister der Baulnennung Mannheim bestätigt. Zum stellvertretenden Obermeister wurde erneut **Walter Albrecht** (Friedrich Eisen GmbH) gewählt.

■ **Michael Kissel** bleibt Oberbürgermeister von Worms. Der SPD-Amtsinhaber setzte sich in der Stichwahl mit 53 Prozent der Stimmen gegen seinen Herausforderer von der CDU, **Dr. Klaus Karlin**, durch. Kissel ist seit 2003 Oberbürgermeister der viertgrößten Stadt in der Metropolregion Rhein-Neckar.

ANKÜNDIGUNG

In der kommenden Ausgabe nimmt Econo Rhein-Neckar Frankenthal und den Neckar-Odenwald-Kreis in den Blick.

Themen des Standortporträts Neckar-Odenwald sind unter anderem, wie sich der Landkreis zur Null-Emissions-Region entwickeln will, das Angebot an Gewerbe- und Industriegebieten sowie Hidden Champions, die dort zu Hause sind.

Im Standortporträt Frankenthal nimmt Econo neben den großen Industriebetrieben wie KSB oder KBA in gewohnter Weise auch kleine und mittelständische Firmen in den Blick.

Ansprechpartner für Frankenthal: Jeannine Feuerabend, Tel. (0621) 392-2868, E-Mail: jfeuerabend@econo-rn.de

Ansprechpartner für den Neckar-Odenwald-Kreis: Peter Schwalbach, Tel. (0621) 392-2867, E-Mail: pschwalbach@econo-rn.de

■ **Rainer Burelbach** ist neuer Bürgermeister von Heppenheim (Kreis Bergstraße). Der CDU-Herausforderer setzte sich in der Stichwahl mit 55,6 Prozent der Stimmen gegen Amtsinhaber **Gerhard Herbert** von der SPD durch.

■ **Iлона Volk** ist in Schifferstadt (Rhein-Pfalz-Kreis) zur ersten grünen Bürgermeisterin in Rheinland-Pfalz gewählt worden. Die 48-jährige Bäckerin-Verkäuferin setzte sich in der Stichwahl mit 63,4 Prozent gegen ihren Mitbewerber von der CDU, **Bruno Dell**, durch.

■ **Christian Schönung** (CDU) setzte sich bei der Bürgermeisterwahl in Lorsch (Landkreis Bergstraße) im ersten Wahlgang gegen seinen Mitbewerber von der SPD, **Niels Quante**, und gegen **Hans-Jürgen Brunnengräber** (CDU-Mitglied, aber unabhängige Bewerbung) durch.

■ **Rainer Sens** ist neuer Bürgermeister von Hirschhorn (Landkreis Bergstraße). Der unabhängige Kandidat setzte sich im ersten Wahlgang gegen Mitbewerber **Hermann Peter Arnold** (CDU) und **Stephanie Herrmann** (unabhängig) durch. Sens folgt auf **Ute Stenger** von der SPD, die nicht mehr angetreten ist.

■ In Abtsteinach (Landkreis Bergstraße) wurde Amtsinhaber **Rolf Reinhard** im Amt bestätigt. Er hatte keine Mitbewerber. Ohne Konkurrenz war auch der Wald-Michelbacher (Landkreis Bergstraße) Bürgermeister **Joachim Kunkel** angetreten, der ebenfalls im Amt bestätigt wurde.

Impressum

econo Rhein-Neckar GmbH
Geschäftsführer:
Bernhard Klumpp
Dudenstr. 12-26
68167 Mannheim
Registergericht Mannheim HRB 704 188
www.econo-rhein-neckar.de
info.econo@econo-rn.de
Tel. 0621/392-2862 • Fax 0621/392-2888

Redaktionsleitung:
Stefan Wagner (V.i.S.d.P.)
impuls Verlags GmbH
Dudenstr. 12-26
68167 Mannheim
Tel. 0621/392-2807 • Fax 0621/2810

Redaktion:
Matthias Schmitt, Christine Storck

Autoren dieser Ausgabe:
Jörg Keller, Heike Link,
Nicole Pollakowsky, Verena Zimmer

Bilder:
Philipp Rothe, Markus Proßwitz,
Manfred Rinderspacher, Thomas Tröster,
Tobias Schwerdt

Titelseite:
xmedias (Gestaltung)

Anzeigen:
Bernhard Klumpp (Anzeigenleitung)
Tel. 0621/392-2862 • Fax 0621/392-2888
Peter Schwalbach (Verkaufsleitung)
Tel. 0621/392-2867 • Fax 0621/392-2888
pschwalbach@econo-rn.de
Jeannine Feuerabend
Tel. 0621/392-2868 • Fax 0621/392-2888
jfeuerabend@econo-rn.de

Vertrieb:
Katrin Schepuck
Tel. 0621/392-2862 • Fax 0621/392-2888
kschepuck@econo-rn.de

Leserservice:
Tel. 0621/392-2800 • Fax 0621/392-1400
abo.econo@econo-rn.de

Gestaltung/Technische Produktion:
impuls Verlags GmbH, Mannheim

Druck:
ColorDruck, Leimen
Gutenbergstr. 4
69181 Leimen
www.colordruck.de



Erhältlich im ausgewählten
Zeitschriftenhandel oder ganz bequem
telefonisch anfordern unter
0621/392-2800

In der Pole-Position

Weltweit bekannt ist Hockenheim durch die Formel-1-Rennstrecke. Vom Renommee und von der Bekanntheit des Rings profitieren auch die Unternehmen vor Ort. Viele von ihnen sind im Gewerbegebiet Talhaus ansässig. Dort herrscht ein bunter Branchenmix: Industriebetriebe sind dort ebenso zu Hause wie Versandhändler und Dienstleistungsunternehmen.

Im Büro von Markus Döring hängen fünf Uhren. Sie zeigen neben der mitteleuropäischen Zeit die Lokalzeiten von London, New York, Los Angeles und Sydney. Darunter stehen auf einem Sideboard fünf Flugzeugmodelle. Die Plastikjumbos sind so an den Sockeln befestigt, als wollten sie gerade abheben. Markus Döring verbringt viel Zeit in den Originalen. Für den Geschäftsführer der Döring-Gruppe in Hockenheim stellt das indes keine Last dar. „Das Fliegen möglichst langer Strecken ist für mich die größte Erholung. Da klingelt kein Handy, es gibt keine Mails und niemand will eine Entscheidung haben“, sagt der Unternehmer. Daher arbeite er auch nie im Flugzeug. „Die Zeit nehme ich mir lieber für ein Buch.“

Solche Sätze könnten auch aus dem Munde eines Vorstands stammen, der einen internationalen Großkonzern führt. Im Vergleich dazu nimmt sich Dörings Firmenimperium überschaubar aus. An der Spitze seines kleinen Konzerns steht die „Gruppe Döring Holding GmbH und Co. KG“. Über diese kontrolliert Döring direkt oder indirekt die Alfred Raith GmbH und die Sägen Mehring GmbH. Zudem hält Döring an der Nova Saw International GmbH 90 Prozent der Anteile. Das Unternehmen wirkt als Beteiligungsgesellschaft für die Auslands-töchter, die größte unter ihnen die Ultra S.A.S. in Frankreich.

Ultra, Alfred Raith und Sägen Mehring produzieren und vertreiben Sägebänder und -blätter sowie Werkzeuge und Maschinen für die metallverarbeitende Industrie und das Handwerk. Dass Markus Döring dafür viel in der Welt herumkommt, liegt am weltweiten Vertrieb. Die Hockheimer Firmengruppe verkauft ihre Produkte in 132 Ländern.

Einzigster ausländischer Fertigungsstandort ist die französische Ultra in Roanne. Produziert wird zudem in Berlin, Frankfurt, Stuttgart und Baden-Baden. Und natürlich am Stammsitz in Hockenheim.

Dass die Rennsport-Stadt Firmensitz wurde, war indes Zufall. Ge-gründet wurde Sägen-Mehring 1913 von A. H. Mehring in Dresden. Schon fünf Jahre später verkaufte er die Firma an einen seiner Angestellten, Gerhard Döring, den Großvater des jetzigen Inhabers. Nach der Gründung der DDR suchte der Unternehmer nach einer neuen Heimat in Westdeutschland. Dazu fragte er auch seine Handelsvertreter, die deutschlandweit die in Dresden hergestellten Produkte verkauften. „Einer von ihnen kam aus Schwetzingen. Der hat meinem Großvater die Region empfohlen“, erzählt Markus Döring. Begonnen habe der Übersiedler dann in einem Kohlenkeller in Hockenheim, es folgte der Umzug in einen Schuppen, anschließend in eine Scheune. „1966 bezog die Firma endlich das neue Gebäude im Gewerbegebiet Talhaus.“ Dort verfügt das Unternehmen an drei Betriebsstätten mittlerweile über 8000 Quadratmeter Fertigungs-, Lager- und Büroflächen. Derzeit nehmen seine Mitarbeiter gerade ein EDV-gesteuertes Hochregallager in Betrieb. Eine Million Euro habe die Firma dafür investiert. „Hintergrund ist, dass unsere Kunden immer weniger auf Lager nehmen und daher kurzfristiger bestellen. Diesen Bedarf müssen wir decken“, sagt Markus Döring. Eine Bestellung, die werktags bis 15 Uhr eingeht, solle zukünftig noch am gleichen Tag versendet werden.

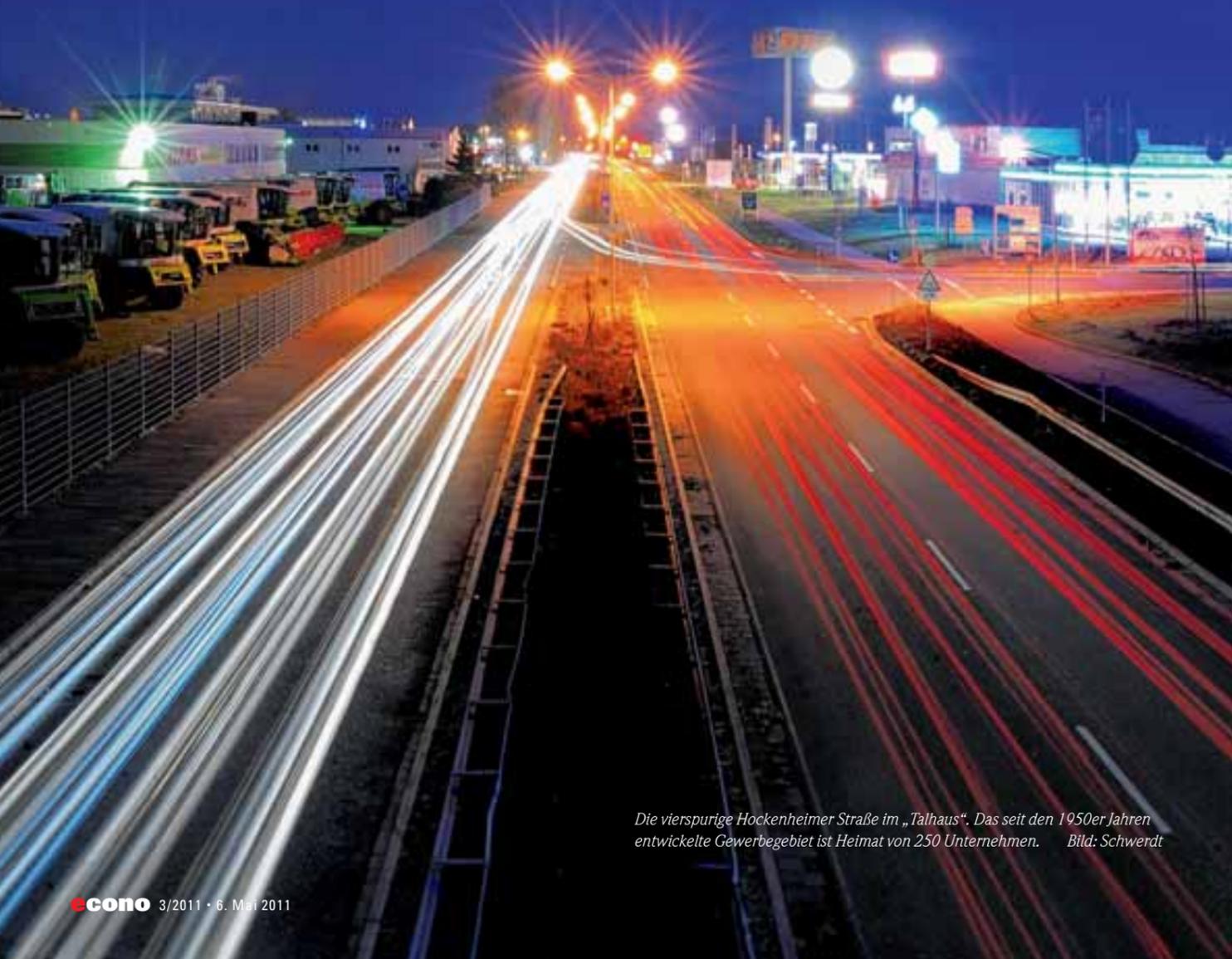
Das erratische Nachfrageverhalten der Kunden aus Industrie und Handwerk hat der Unternehmer in

den vergangenen Jahren zu spüren bekommen. „In den Jahren 2005 bis 2008 ist unser Umsatz sehr stark gewachsen, angetrieben durch eine allgemeine Überhitzung“, sagt Döring. Aufgrund der Knappheit an Rohmaterialien seien riesige Lagerbestände aufgebaut worden, sowohl im Handel als auch bei den Verbrauchern, den Industrie- und Handwerksunternehmen. Im Krisenjahr 2009 wurden diese Lagerbestände radikal abgebaut. „Das haben wir im Service gespürt: Die Nachfrage nach unserem Schleifangebot war sehr hoch“, sagt Döring. Das habe indes nicht gereicht, um den Umsatzrückgang im Verkauf zu kompensieren. Die Gruppe musste Umsatzrückgänge von 40 Prozent verkraften. 2010 kam „ein solides einstelliges Wachstum“ zurück. Am Jahresende stand ein Gruppenumsatz von 40 Millionen Euro. „2011 beginnt der Markt schon wieder aufzudrehen – die Unternehmen füllen wieder ihre Läger. Das erinnert an die Entwicklung 2008. Wir rechnen daher im laufenden Jahr mit einem Umsatzwachstum von 20 Prozent“, prognostiziert Döring. Die Unternehmensgruppe hat wieder begonnen, Personal aufzubauen. Auf der Lohnliste stehen derzeit 300 Namen, die eine Hälfte davon in Deutschland, die andere in Frankreich.

Seit dem Kauf der dortigen Tochtergesellschaft Ultra im Jahr 2008 hat sich die Beschäftigtenzahl von 80 auf 140 erhöht. Die Erwartungen an die Akquisition hätten sich mehr als erfüllt. „Jetzt muss dieser Zuwachs erst mal verdaut werden“, sagt Döring. Geplant war die Übernahme nicht. Und wie der Unternehmer selbst sagt, „für ein Familienunternehmen recht groß“. Immerhin haben sich die Umsätze

durch den Kauf mit einem Schlag verdoppelt. Hintergrund war die Insolvenz von Ultra, die ein Zulieferer der Hockheimer war. „Wir standen also vor der Entscheidung, das Unternehmen zu übernehmen oder die Produkte zukünftig selbst herzustellen“, resümiert Döring. In den vergangenen Jahren war nicht nur der Zukauf zu bewerkstelligen. Anfang des Jahres haben die Dörings auch die Nachfolgefrage gelöst. Markus Dörings Vater und dessen Bruder, die gemeinsam die Gruppe führten, haben insgesamt fünf Kinder. „Doch mit fünf Gesellschaftern lässt sich solch ein Unternehmen nicht führen“, sagt der jetzige alleinige Gesellschafter, der alle Anteile gekauft hat. Dieser gesamte Prozess inklusive Betriebsbewertung hat eineinhalb Jahre gedauert.

Ein anderes Hockheimer Familienunternehmen hat den gegensätzlichen Weg eingeschlagen. Pferdesport Krämer wurde 1973 von Heinrich Schmeckenbecher gekauft. Dem Gründer des damals sechs Jahre alten Unternehmens ging es wie A. H. Mehring – es fehlt der Nachfolger. Der Hockheimer Schmeckenbecher hatte in Nordbaden eine Filialkette mit Lebensmittelgeschäften aufgebaut. Die Konkurrenz hatten die Einzelhändler bald beim Blick aus dem Bürofenster vor Augen: Ein Massa-Markt eröffnete im Talhaus eine Filiale. „Da wurde meinen Eltern bewusst, dass die Zeit der kleinen Lebensmittelgeschäfte vorbei ist“, sagt Frank Schmeckenbecher. Das Handelshaus hat sich seit der Übernahme durch die Familie zum europäischen Marktführer für Pferdesportartikel entwickelt. In Hockenheim ist nicht nur Firmensitz, hier steht auch ein sogenannter Mega Stores (siehe Seite 76). ▶▶



Die vierspurige Hockheimer Straße im „Talhaus“. Das seit den 1950er Jahren entwickelte Gewerbegebiet ist Heimat von 250 Unternehmen. Bild: Schwerdt

Treffen, Tafeln, Tagen

Stadthalle Hockenheim – Der Meetingpoint in der Metropolregion mit persönlicher und individueller Note. Wir verfügen über Veranstaltungsräume in der Größenordnung von 10–1250 Personen.



Sie planen eine Familienfeier, kulturelle Veranstaltung, Abendgala, Firmenkonzert, Produktpräsentation oder Ausstellung? Wir bieten Ihnen Fullservice in allen Bereichen.



Genießen Sie mediterrane & regionale Gaumenfreuden in unserem Restaurant mit neuem Design und erleben Wohlfühlatmosphäre vom Feinsten. Wiedereröffnung ab Mitte Mai unter neuer gastronomischer Leitung.

Kultur
Musik
Theater
Kongress
Tagung
Veranstaltung

Rathausstraße 3 | 68766 Hockenheim | Telefon 06205 21-150 | www.stadthalle-hockenheim.de

► Der Generationswechsel fand fließend statt. „Der eigentliche Übergang vollzog sich dann Mitte der 1980er Jahre“, sagt der geschäftsführende Gesellschafter Frank Schmeckenbecher. Operativ tätig sind derzeit neben seinem Bruder Lutz und seinem Schwager Walter Stricker auch drei Kinder aus der dritten Generation. Dem Kreis der Gesellschafter gehören insgesamt sieben Familienmitglieder an. Interessenskonflikte oder Streit um die Ausschüttungshöhe oder die strategische Ausrichtung gebe es nicht. „Mein Vater hat seinen Kindern in dieser Hinsicht viel mitgegeben, was auch wir an unsere Kinder versuchen weiterzugeben: Profit spielt für uns nur insofern eine Rolle, als wir das Unternehmen wachsen sehen wollen.“ Alle Familienmitglieder führten eher ein bescheidenes Leben. „Eine möglichst hohe Ausschüttung, um dann einen teuren Urlaub zu machen oder ein größeres Auto zu kaufen, ist nicht unsere Sache“, sagt Frank Schmeckenbecher. Tatsächlich scheinen dem Unternehmer Statussymbole eher fremd. Das Büro teilt sich der Unternehmer mit seiner Sekretärin. Helligkeit fällt durch ein Oberlicht und Fenster, die auf angrenzende Büros und den Gang hinausgehen. Zur schlichten Einrichtung passt ein einfaches Holzkreuz, das über einer der Türen hängt. Der einzige Hauch von Luxus sind zwei Ölgemälde, die im Foyer hängen: Porträts des bereits verstorbenen Unternehmerpaars Heinrich und Gertrud Schmeckenbecher.

Wo früher Pferde weideten, stehen heute Fabriken

Krämer Pferdesport und die Döring-Firmengruppe sind zwei Beispiele für Familienunternehmen, die die Nachfolge sehr unterschiedlich gelöst haben. Gemeinsam ist beiden Firmen, dass sie nach der Verlagerung der jeweiligen Unternehmenssitze nach Hockenheim eine rasante Entwicklung genommen haben. Raum dafür gab ihnen das Industriegebiet Talhaus, das die Stadt seit Ende der 1950er Jahre entwickelt hat. Der Hockenheimer Frank Schmeckenbecher kann sich noch an die Zeit erinnern, als statt der Fabrikgebäude, Lagerhallen und Fachmärkte das Talhaus noch aus Wiesen und Äckern bestand. „Ich habe im Talhaus früher mit meinen Geschwistern gespielt“, erzählt der Firmenchef. Damals gab es auch noch kei-



Frank Schmeckenbecher (l.) führt in zweiter Generation Krämer Pferdesport. Das Unternehmen ist europäischer Marktführer für Pferdesportartikel. Markus Döring ist Chef der gleichnamigen Firmengruppe, die Sägeblätter und -bänder sowie Anlagen und Maschinen herstellt. Bilder: zg

ne A 61, die heute Hockenheim mit dem linksrheinisch gelegenen Speyer verbindet. Fährt man auf dieser am Talhaus vorbei, erkennt man auch die Herausforderung: freie Flächen gibt es kaum noch. Auf dem 220 Hektar großen Gebiet sind derzeit 250 Firmen tätig. „Noch können wir in der Bestandspflege alle Expansionspläne umsetzen helfen. Eine Aufgabe wird sein, wie sich das Gewerbegebiet Talhaus mittelfristig entwickeln soll“, sagt daher Oliver Pape. Hockenhems Wirtschaftsförderer beziffert die freien Flächen im Besitz der Stadt auf 3,5 Hektar. Gerade in den vergangenen Jahren haben viele Firmen im Talhaus investiert: Neben dem „Megastore“ von Krämer Pferdesport hat der Berufskleidungsanbieter Engelbert & Strauß dort im August 2010 einen Fachmarkt eröffnet, die Firma Hauck aus Ketsch hat Anfang Februar den deutschlandweit ersten Cash & Carry-Markt für Reinigungsbedarf eröffnet (siehe Seite 76). Zudem gibt es mit dem Talhaus-Center ein Fachmarktzentrum mit 35 Geschäften. Der Stadt Hockenheim beschehen diese Geschäfte laut GfK-Erhebung eine Zentralitätskennziffer von 158. Das heißt, dass in Hockenheim mehr als das Eineinhalbfache dessen ausgegeben wird, was eigentlich an Kaufkraft bei den Einwohnern vorhanden ist. In der gesamten Metropolregion Rhein-Neckar gibt es nur zwei Städte, die bei dieser Kennzahl noch höhere Werte ausweisen: Schwetzingen und Walldorf.

Die Innenstadt indes ist kein Einzelhandelsmagnet. Die Zahl der Fachhändler ist überschaubar, die zentrale Einkaufsstraße, die verkehrsberuhigte Karlsruher Straße, ist schnell durchschritten. An deren östlichem Ende gibt es gerade wieder einen neuen Leerstand. Eine Bäckereikette hat ihre dortige Filiale geschlossen. Im Schaufenster klebt der Anschlag eines Maklers, der nun einen Nachmieter sucht. Um zu verhindern, dass noch mehr Kaufkraft von der Innenstadt ins Talhaus abfließt, hat die Stadt ein Einzelhandelskonzept entwickelt, das genau vorschreibt, welche Sortimente außerhalb der Innenstadt angeboten werden dürfen. „Damit wollen wir das Zentrum schützen“, sagt Dieter Gummer. Der Bürgermeister von Hockenheim setzt zudem große Hoffnungen in einen Investorenwettbewerb, der derzeit für eine innerstädtische Freifläche, den „Messplatz“ läuft. „Wir haben uns bewusst für diesen Weg entschieden, um die Finanzierung sicherzustellen. Hinsichtlich der Nutzung ist die Ausschreibung offen – nur Spielstätten sind ausgeschlossen“, sagt der SPD-Politiker.

Dort, wo in einiger Zeit ein Investor Wohnungen, Büros und Geschäfte errichten soll, ist jetzt noch ein Parkplatz. Genau zwischen dem Messplatz und der Karlsruher Straße hat Tobias R. Bohn sein Büro. Untergebracht ist seine Steuerberatungskanzlei im zweiten Stock eines

Geschäftshauses. Im Erdgeschoss ist ein Uhren- und Schmuckgeschäft ansässig. Direkt daneben unterhält die Deutsche Bank eine Filiale. Bohn hat sich 2004 als Steuerberater selbstständig gemacht. Vorher hat er einige Jahre bei Deloitte in Mannheim gearbeitet. Seine Mandanten sind Privatpersonen und 50 Firmenkunden, die er als „tragenden Teil“ seiner Kanzlei mit insgesamt fünf Angestellten beschreibt. Seit einem Jahr ist Bohn zudem Vorsitzender des Gewerbevereins von Hockenheim. Damals stand der Verein nach Angaben von Bohn auf der Kippe. „Viele Händler haben ihre Geschäfte aus Altersgründen aufgegeben und sind ausgeschieden“, sagt Bohn. Mittlerweile seien unter den 85 Mitgliedern auch Dienstleister und Handwerker. Der Stadt, namentlich dem Oberbürgermeister und dem Wirtschaftsförderer, bescheinigt Bohn „ein offenes Ohr“ für die Anliegen der Mitglieder. „Zwei Anregungen wurden auch schon aufgegriffen: Die Umverlegung des zwei Mal wöchentlich stattfindenden Markts von einer versteckten Ecke auf den Platz vor der Zehntscheune. Das andere Thema ist die Beschilderung im Talhaus“, sagt Bohn. Dort herrsche ein einziger Dschungel an Hinweisschildern. „Jetzt hat die Stadt ein neues Konzept beschlossen, das nun umgesetzt wird.“ Mit der städtischen Ansiedlungspolitik im Gewerbegebiet Talhaus ist Bohn zufrieden. Auch die neuen Fachmärkte stellten kein Problem dar. „Die starke Nachfrage von Einzelhändlern im Talhaus ist Ergebnis des Marktes. Allerdings ist darauf zu achten, dass die innerstädtische Versorgung gewahrt bleibt“, resümiert der Steuerberater.

Firmen bemängeln den Branchenmix

Die Stadt hat vor einiger Zeit die Unternehmen in Hockenheim befragt, welche Schwerpunkte die Wirtschaftsförderung setzen solle. An erster und zweiter Stelle kam die „Förderung des Gewerbegebiets“ und die „Vergabe von Aufträgen an Hockenheimer Unternehmer“. Am dritthäufigsten wünschten sich die Befragten eine „Optimierung des Branchenmixes“. Ein klassisches Industriegebiet ist das Talhaus schon lange nicht mehr. Und das liegt nicht nur an den Fachmärkten und

den mittlerweile obligatorischen Burgerbratereien, ohne die ein Gewerbegebiet nicht mehr auszukommen scheint. Oberbürgermeister Gummer gibt die Zahl der Dienstleister derzeit mit 60 Prozent an – auf Industriebetriebe entfielen 40 Prozent. „Bei Neuansiedlungen ist es so, dass produzierendes Gewerbe kaum noch nachfragt. Das Pendel wird daher noch stärker Richtung Dienstleister ausschlagen“, sagt der Politiker.

Eines der größten Dienstleistungsunternehmen im Talhaus ist die Landauer Transport-Gesellschaft (LTG). Das 1896 in der Pfalz gegründete Fuhrunternehmen hat seinen Sitz heute in Garching bei München. Die Gesellschafter indes sind immer noch Nachfahren des Gründers Philipp Schmitt. „Hockenheim ist für die LTG sehr wichtig, da wir hier die größte Niederlassung betreiben“, sagt Johannes Doll. Der geschäftsführende Gesellschafter beschreibt den Standort als „wichtigen Stützpunkt der Rhein-Main-Region“. So arbeiten 185 von insgesamt 320 LTG-Mitarbeitern in Hockenheim. In die Rennsport-Stadt kam

DATEN UND FAKTEN

Wirtschaftsdaten 2010 (2004)

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

- am Wohnort:	7790 (7181)
- am Arbeitsort	6652 (6233)
- Produzierendes Gewerbe	1946 (2040)
- Dienstleistungsbereich	4689 (4168)

Gewerbesteuereinnahmen (2009):

7,5 Mio. €

Gewerbesteuersatz:

350

Grundsteuer A:

280

Grundsteuer B:

300

Einwohner:

21 000

das Unternehmen 1991. Das erste Grundstück maß 37 000 Quadratmeter, mittlerweile bewirtschaftet der Logistiker an drei Standorten in Hockenheim 160 000 Quadratmeter Lagerfläche. Einer der wichtigsten Kunden ist John Deere. Für den Traktorenhersteller wickelt LTG die komplette Warenannahme, Kommissionierung und Lieferung in die Werke ab. Der Logistiker betreut aber auch einen großen Getränke- und Lebensmittelkonzern: Danone

Water Deutschland. Für dessen Marken Evian und Volvic schlägt LTG in Hockenheim jährlich rund eine Million Paletten um. Die Wasserflaschen erreichen Hockenheim im Güterzug. Anschließend werden die Sixpacks maschinell in Kästen gesetzt und auf Paletten gestapelt. Anschließend gehen die Getränke an die Einzelhandelskunden in ganz Deutschland.

Deutschlandweit vertreibt auch die Unold AG ihre Produkte. Der Haushaltsgerätehersteller ist seit

1983 in Hockenheim zu Hause. Ge-gründet wurde die Firma 1966 von Friedrich Unold im hessischen Offenbach. Ein Jahr später zog die Firma nach Mannheim um, 1982 siedelte sie nach Hockenheim über. „Die Firmengründer wohnten in Neulussheim und wollten weniger weit pendeln“, sagt Michael Grabaum. Er ist einer von drei Vorstandsmitgliedern, neben Yvonne und Michael Unold, den Kindern des Gründers. Die ehemalige Unold GmbH firmierte 2002 in eine Aktiengesellschaft um. Mit der Rechtsformänderung erfolgte die Übergabe der Geschäfte an die zweite Generation. Das Unternehmen hat zwei Standbeine. Zum einen vertreibt es Schweizer Stabmixer der Marke „ESGE“ in Deutschland. Mit diesem „Porsche unter den Haushaltsgeräten“, wie sich Grabaum auszudrücken pflegt, erwirtschaftet das Unternehmen ein Viertel seiner Umsätze. Drei Viertel der Umsätze entfallen auf Haushaltsgeräte, die unter eigener Marke verkauft werden, ein Zehntel davon im Ausland. Produziert werden die Toaster, Backautomaten, Wasserkocher und Fritteusen in China. ►►



Tagen im Grünen.
Kreative Potenziale wecken.

Tagen im Grünen, Feiern im Grünen – ganz entspannt zu erfolgreichen Veranstaltungen.

Der Abstand zum gewohnten Arbeitsalltag, die besondere und anregende Atmosphäre dieser naturnahen Seminar- und Tagungslocation, das macht die Köpfe frei für neue Ideen. Das ACHAT Premium Hotel Walldorf/Reilingen bietet Ihnen sechs helle Veranstaltungsräume für bis zu 70 Personen, freundliches, angenehmes Ambiente, modernste Tagungstechnik und hohen funktionellen Komfort. Beziehen Sie das Grün in Ihre Veranstaltung mit ein, durch ein entsprechendes Rahmenprogramm. Beispielsweise durch Teambuilding-Maßnahmen, Sport und Wellness.

ACHAT Premium Hotel Walldorf/Reilingen

Hockenheimer Straße 86 | 68799 Reilingen

TeL: 06205 959-0 | Fax: -444 | E-Mail: reilingen@achat-hotels.com

www.reilingen.achat-hotels.com

ACHAT
= PREMIUM =

► Die Partnerschaft mit den Zulieferern sei sehr eng. „Teilweise finanzieren wir auch die Anlagen, mit denen unsere Produkte gebaut werden“, sagt Grabum. Das Vorstandsmitglied hat daher keine Angst davor, dass ihm die Zulieferer von der Stange gehen könnten. Unold selbst denke nicht an eine Verlagerung der Produktion in andere Länder. „Ernsthafte Alternativen sind für unsere Produkte auch gar nicht vorhanden, da auch die Vorprodukte in China hergestellt werden“, sagt Grabum.

Mit solchen Problemen ist Hans Lösch nicht konfrontiert. Geschäftsgegenstand des Unternehmers sind immaterielle Dienstleistungen. Der Gründer der Real Consulting GmbH war von 1986 bis 1992 bei SAP in Walldorf tätig. „Damals gab es noch keine Trennung zwischen Entwicklern und Beratern“, erzählt der 52-Jährige, der an der Entwicklung von SAP-Software für die Gas- und Ölindustrie beteiligt war. Als er bei der SAP anfang, standen nach seinen Angaben rund 200 Mitarbeiter auf der Gehaltsliste, beim Ausstieg waren es mehr als 2000. „Kleine Strukturen mit schnellen Entscheidungen

liegen mir aber eher“, sagt Lösch. Die ersten Jahre verdiente er seine Brötchen als freiberuflicher SAP-Berater, 1998 folgte die Gründung der GmbH. Das Unternehmen vermittelt eigene Angestellte und Freelancer an Kunden, die große SAP-Projekte zu bewältigen haben. Ende 2010 hat er ein weiteres Unternehmen gegründet: die Tamasol AG. Das Unternehmen entwickelt im Kundenauftrag Software, es bietet Web-Entwicklung und Leistungen im Bereich Grafik & Design. Wichtigstes Produkt indes ist eine selbst entwickelte ERP-Software namens „SCRIMS“, mit deren Hilfe Unternehmen ihre Geschäftsprozesse überwachen und steuern können. SCRIMS steht für „Supplier and Customer Relationship Information and Management System“. „Die Software bildet den gesamten Prozess von temporär bereitzustellenden Dienstleistungen ab“, erklärt Lösch. Das fange bei der Beschaffung an und gehe über den Verkauf bis hin zu Eingangs- und Ausgangsrechnungen, Schnittstellen zu Buchhaltungssystemen sowie alle Arten von Mailings. Beispiel für solche „temporären Dienstleistungen“ ist die

Vermittlung von Wohnungen, Autovermittlung oder Zeitarbeit. Aus der Zeitarbeitsbranche kommen auch die ersten beiden Kunden: ein Vermittler für IT-Spezialisten und ein Dienstleister, der die Vermittlung von Ärzten anbietet. Im laufenden Jahr will Lösch fünf bis sechs weitere Kunden hinzugewinnen. Unterstützt wird er derzeit von vier Entwicklern. Diese hätten insgesamt rund fünf Mannjahre in die Programmierung von SCRIMS gesteckt.

Hans Löschs Tamasol AG ist eines der wenigen Hockheimer Unternehmen, die nicht im Talhaus ansässig sind. Im Gegensatz zu vielen dort tätigen Firmen war Hockenheim zudem auch Ort der Unternehmensgründung. Lösch ist selbst gebürtiger Hockheimer. Dem Standort hält er schon aus Lokalpatriotismus die Treue. „Eine Verlagerung nach Walldorf stand nie zur Debatte“, sagt Lösch mit Blick auf seine Unternehmung Real Consulting, die im SAP-Umfeld tätig ist.

Da hat Markus Döring einen leidenschaftsloseren Blick auf Hockenheim. Der geschäftsführende Gesell-

schafter der Döring-Firmengruppe erwägt, die derzeit noch auf fünf Städte in Deutschland verteilte Produktion an einem Standort zusammenzuziehen. „Das kann in Hockenheim sein, denkbar ist aber auch ein anderer Standort in der Metropolregion Rhein-Neckar“, sagt der Unternehmer, der sich selbst als Mannheimer und Kurpfälzer fühlt. Schon die drei Standorte im Talhaus seien mit viel Werkverkehr verbunden, den die Firma eigentlich gerne vermeiden würde.

Dabei ist es nicht so, dass der Sägenhersteller nicht den Firmenstandort zu nutzen wüsste. „Mit unserem Angebot bewegen wir uns in einer Männerwelt. Da kennt jeder den Hockenheim-Ring aufgrund der Formel 1“, sagt der Unternehmer. Der Name wirke auf Messen oft als Türöffner. Daher habe die Firma auch begonnen, Werbe-flyer und -broschüren vom Ring zu verteilen. „Das machen wir nicht, weil wir kein eigenes Material hätten“, sagt Markus Döring. „Es hilft uns vielmehr, uns von unseren Mitbewerbern zu unterscheiden.“

Matthias Schmitt

INTERVIEW

„Der Ring steht auf festen Füßen“

Oberbürgermeister Dieter Gummer über die wirtschaftliche Bedeutung des Hockenheimrings, die neue grün-rote Landesregierung und die Zukunft des Rennsports.

Econo: Herr Gummer, Ministerpräsident Mappus ist abgewählt. Es folgt eine grün-rote Regierung unter Winfried Kretschmann. Was erwarten Sie sich von der neuen Mehrheit?

► **Dieter Gummer:** Was sich wohl ändern wird ist, dass ökologische Gesichtspunkte stärker in den Mittelpunkt rücken. So werden vermutlich die regenerativen Energien stärker gefördert. Das kommt unseren Stadtwerken zugute, die schon seit einiger Zeit in alternative Energien investieren.

Econo: Das Land hat Hockenheim mit dem „Hockenheimring Baden-Württemberg“ in der Vergangenheit hängen lassen. Glauben Sie, dass Sie eine Regierung unter grüner Führung leichter für den Motorsport begeistern können?

► **Gummer:** Die Frage ist, ob im Motorsport die aktuelle Motorisierung auch zukünftig noch die Rolle spielt, die sie heute einnimmt. Wir führen in der Gesellschafterver-

sammlung momentan eine Strategiediskussion, um Antworten auf etwaige Veränderungen zu finden. Warum sollte eine grün-rote Landesregierung nicht Alternativen fördern?

Econo: Welche Bedeutung hat der Hockenheim-Ring für Unternehmen in Hockenheim und in der Region?

► **Gummer:** Dem Ring kommt das Verdienst zu, Hockenheim, die Region und das Land weltweit bekannt gemacht zu haben. Die Marke Hockenheim-Ring wollen wir daher auch für das Stadtmarketing stärker nutzen. Die wirtschaftliche Bedeutung ist hinlänglich untersucht – alleine ein Formel-1-Rennen führt zu einem Kaufkraftzufluss von 40 Millionen Euro. Eine andere Zahl: Der Ring besichert der Stadt jährlich über 400 000 Besucher, das sind fast die Hälfte aller Besucher in Hockenheim. Der andere große Anziehungspunkt ist das Aquadrom. Das Freizeitbad besuchen 350 000 bis 400 000 Menschen im Jahr. Der Rest der 800 000 bis eine Million

Besucher verteilt sich auf Stadthalle und Pumpwerk.

Econo: Profitiert auch der Einzelhandel?

► **Gummer:** Das war früher besser. Zum einen sorgt die Verkehrsführung heute dafür, dass Ring-Besucher gar nicht mehr durch die Stadt fahren. Zum anderen war es vorher häufig so, dass Gäste einen Aufenthalt am Ring mit einem Urlaub von ein oder zwei Wochen verbunden haben. Das gibt es heute so ausgeprägt fast gar nicht mehr. Es dominiert der Tagestourismus. Selbst bei der DTM und der Formel 1 handelt es sich im besten Fall um wenige Tage. Die Firmen profitieren aber auch von der Bekanntheit. Unternehmer berichten mir, dass fast jeder Kunde mit dem Standort Hockenheim sofort etwas anfangen kann.

Econo: Zur Sanierung des Rings hat der Gemeinderat kürzlich einer Grundstücksübertragung zuge-

stimmt. Das soll das Eigenkapital stärken. Haben Sie keine Angst, dass der Eindruck hängen bleibt, der Ring sei ein Fass ohne Boden?

► **Gummer:** Ich spreche lieber von Stabilisierung als von Sanierung. Doch zurück zur Frage. Seit 1985 hat die Stadt etwa 18 Millionen Euro vom Ring erhalten: in Form von Pachten, Steuern, Abgaben, Gebühren usw. Zudem hat der Hockenheim-Ring den Ring-Jet mit jährlich 50 000 Euro gesponsert. Auch das kommt den Bewohnern zugute. Im Lichte dieser Zahlen kann man kaum von einem Fass ohne Boden sprechen.

Econo: Ist mit dem neuen Formel-1-Vertrag und der Eigenkapital-Stärkung das Thema Ring für Sie abgehakt?

► **Gummer:** Soweit derzeit absehbar, steht der Hockenheim-Ring damit mittelfristig auf festen Füßen. Das heißt aber nicht, dass wir nicht nach weiteren Erlösquellen Ausschau halten werden *MSc*

Verwaltung Südwest GmbH
68766 Hockenheim
Lessingstraße 45
Tel.: 0 62 05 / 40 85
Fax: 0 62 05 / 82 77
E-Mail: info@braunclean.de



Ein zuverlässiger Partner

BRAUN
Clean Service

Gebäudereinigung u. Dienstleistungen



Unterhaltsreinigung
Glas- u. Fassadenreinigung
Krankenhausreinigung
Teppich- u. Sonderreinigung
Bau- u. Grundreinigung
Außenanlagenpflege
Hotelservice
Sicherheitsdienste
Hausmeisterdienste
Kurierdienste

Ihr Dienstleister in der



www.braunclean.de

NL. Südwest
Hockenheim, Tel.: 0 62 05 / 40 85
Mannheim, Tel.: 06 21 / 44 24 61
Heidelberg, Tel.: 0 62 21 / 70 76 73
Karlsruhe, Tel.: 07 21 / 55 50 15
Pforzheim, Tel.: 0 72 31 / 48 58 01

NL. Sachsen
Dresden, Tel.: 03 51 / 8 83 84 41
Leipzig, Tel.: 03 41 / 2 37 27 25
Chemnitz, Tel.: 0 37 74 / 3 60 14



BMW Service

SIE ERWARTEN PERFEKTEN SERVICE. WIR ERWARTEN SIE.

Wir arbeiten mit Begeisterung für Sie und Ihren BMW und mit dem effektivsten Werkzeug, das es gibt: Erfahrung.

Originalteile und Qualitätsprodukte kombiniert mit neuester Fehlermess- und Diagnosetechnik garantieren lange Fahrfreude zu einem fairen Preis. Testen Sie uns. Wir freuen uns auf Sie.

Krauth

Unsere Marken:



69123 Heidelberg
In der Gabel 12 /
Wieblinger Weg 116
Tel.: 06221 7366-0
68766 Hockenheim
Mannheimer Str. 2
Tel.: 06205 9788-0

74821 Mosbach
Hohlweg 22
Tel.: 06261 9750-0
74889 Sinsheim
Neulandstr. 26
Tel.: 07261 9251-0

69190 Walldorf
Josef-Reiert-Str. 20
Tel.: 06227 609-0
74909 Meckesheim
Zuzenhäuser Str. 1
Tel.: 06226 9205-0

Wir schaffen Raum für Wachstum!



Eine Immobilie muss zu Ihrem Geschäft passen – und nicht umgekehrt. Deshalb entwickeln wir Gewerbeflächen und -immobilien, die tatsächlich Ihren Bedürfnissen entsprechen, maßgeschneidert und aus einer Hand. So schaffen wir Raum für neues Wachstum – in Hockenheim und an vielen anderen Standorten in der Metropolregion.



Im **Gewerbepark Hockenheim-Talhaus** bieten wir derzeit Lager- und Produktionsflächen mit 3.800 m² Fläche. Außerdem entwickeln wir nach Ihrem Bedarf Grundstücksflächen von bis zu 20.000 m² für Ihr Geschäft.



In **Brühl nahe Mannheim** entsteht unter unserer Regie ein neues Industrieareal von 100.000 m² Fläche mit optimaler Verkehrsanbindung und jeder Menge Raum für die Neuansiedlung von Industrie und Gewerbe.

Sprechen Sie uns an!

Haus+Co Projektmanagement GmbH
Sylvio Michelitsch
1. Industriestraße 26
68766 Hockenheim

06205 - 203367
sylvio.michelitsch@hausundco.de





Blick in eine der Lagerhallen von Hernandez Edelstahl im Hockenheimer Gewerbegebiet Talhaus. Das Unternehmen nutzt Gebäude, in denen der Baukonzern Süba früher Betonfertigteile produziert hat. 2002 musste der ehemals größte Arbeitgeber in der Stadt Insolvenz anmelden. Bilder: Hernandez

Stahl zu Beton

Der 2002 in die Insolvenz geschlitterte Baukonzern Süba hat in Hockenheim eine riesige Brache hinterlassen. Neues Leben hat ihr der Projektentwickler Haus + Co eingehaucht. Einer der größten Nutzer des ehemaligen Süba-Betonfertigteilerwerkes ist heute Hernandez Edelstahl.

Unsere Kanzlei ist bekannt dafür, dass sie sich für eine Fortführung und Sanierung von insolventen Gesellschaften stark macht, doch in diesem Fall hatten wir keine Chance“, sagte Jobst Wellensiek im Oktober 2003. Mit dem „Fall“ meinte der renommierte Insolvenzverwalter aus Heidelberg die Süba Bau AG. Diese hatte rund einhalb Jahre vorher Insolvenz anmelden müssen. Damit endete eine Ära, die 1967 in Hockenheim ihren Anfang nahm. Als sich das Familienunternehmen 1996 in eine Aktiengesellschaft umwandelte, zählte es 5000 Mitarbeiter. Rund 2000 davon waren in der Rhein-Neckar-Region für den Baukonzern tätig. Das Unternehmen genoss in dieser Zeit einen guten Ruf. Den „Aufschwung Ost“ im Blick, hatte es 1992 das Lausitzer Bauunternehmen (LBU) mit alleine 3000 Mitarbeitern übernommen. Aufsichtsratschef war lange Jahre der ehemalige baden-württembergische Ministerpräsident Lothar Späth. Doch Ende der 1990er Jahre zeigten sich mit der schwächelnden Baukonjunktur die ersten Risse. Weder Berater Roland Berger noch der ehemalige VW-Chefeinkäufer José Lopez vermochten es, den Konzern zu stabilisieren. Für Hockenheim war die Pleite eine Katastrophe. Zwar war Sitz des Unternehmens in Mannheim, am Ort der



Carlos Hernandez hat 2005 die gleichnamige Stahlhandelsfirma gegründet. Zuvor war der Spanier mehr als zwei Jahrzehnte in der Branche tätig.

Gründung waren dennoch ein Großteil der Mitarbeiter beschäftigt. In Hockenheim schlug auch in anderer Hinsicht das „Herz“ des Unternehmens. Im Industriegebiet Talhaus betreibt Süba ein Betonfertigteilerwerk. Mit diesen vorgefertigten Elementen, die auf der Baustelle nur noch zusammengefügt werden mussten, hatte Süba das Bauen wesentlich effizienter gemacht.

Für Hockenheim war die 110 000 Quadratmeter große Industriebrache mit Betonfertigteilerwerk, Lagerhallen und Bürogebäude ein Problem. Erst im Frühjahr 2005 erwuchs aus der 16 Fuß-

ballfeld großen Brache neue Chancen. Damals kaufte die Haus + Co Projektmanagement GmbH das Gelände. Dass es nicht früher zu einer Verwertung kam, lag am komplizierten Insolvenzverfahren. Die Süba hatte bei der Insolvenz rund 140 Tochtergesellschaften, von denen viele die Pleite nicht überlebten. Hinter Haus + Co steht die Weidenhammer-Gruppe (siehe Seite 78). Die ist eigentlich bekannt für ihre Verpackungen, allen voran die sogenannte Kombidose, in der beispielsweise Stapelchips der Marke Pringles verkauft werden. Die Projektentwicklungsgesellschaft ist aus

dem Bereich hervorgegangen, der für den Verpackungshersteller Bauprojekte wie neue Produktionsstätten gemanagt hat. „Wir haben die interne Abteilung einfach marktgerecht aufgestellt, sodass sie auch Projekte außerhalb des eigenen Bedarfs entwickeln kann“, sagt Ralf Weidenhammer. Der geschäftsführende Gesellschafter der gleichnamigen Unternehmensgruppe schätzt, dass rund die Hälfte der Arbeit von Haus + Co heute auf Objektentwicklung außerhalb entfällt. Das größte Vorhaben momentan ist die Entwicklung des zehn Hektar großen Schütte-Lanz-Areals in Brühl.

Die ehemalige Süba-Immobilie ist weitgehend abgehakt. 18 Unternehmen haben dort ein neues Zuhause gefunden. Rund 20 Millionen Euro habe Haus + Co investiert. „Aber das ist schwer zu bestimmen, da viele Investitionen durch spätere Mieter vorgenommen wurden. Wir waren also ‚nur‘ der Katalysator“, erklärt Weidenhammer. Zu der Süba-Immobilie sei Haus + Co eher zufällig gekommen. Im Mai 2005 war die Firma auf der Suche nach Lagerflächen von rund 1500 Quadratmetern. „Letztendlich haben wir dann 100 000 Quadratmeter Süba-Gelände gekauft“, sagt Weidenhammer. Der Kauf sei aber nicht nur für die Firmengruppe gut gewesen, son-

dern auch für Hockenheim. „Das Süba-Gelände war ein Anker im Industriegebiet Talhaus. Die Brache stellte eine Gefahr dar, da sie einen Verwahrlosungsprozess hätte auslösen können“, sagt Weidenhammer. Durch die Revitalisierung mehrerer Süba-Standorte habe daher auch die Stadt enorm profitiert.

Das sieht der Oberbürgermeister ähnlich. „Durch die Vielzahl der neuen Mieter und Eigentümer auf dem ehemaligen Süba-Gelände hat die Vielfalt eher zugenommen“, sagt Dieter Gummer. Eine der Erfolgsgeschichten in dieser Hinsicht ist Hernandez Edelstahl. Das Unternehmen hat im Oktober 2006 die ersten 6000 Quadratmeter angemietet. Schon zwölf Monate später belegte das Handelsunternehmen mehr als das Doppelte. Im Mai baute die Firma dann auf einer von Haus + Co erworbenen Fläche eine eigene Halle. Es folgte noch eine Logistikhalle mit allein 4000 Quadratmeter Fläche. Heute arbeiten 140 Mitarbeiter bei Hernandez Edelstahl und der 2007 gegründeten Logistiktöchter, die die Waren zu den Kunden bringt. „Deutschlandweit gibt es nur noch zwei oder drei

ACHAT HOTELS

Die Süba war einst der größte Arbeitgeber in Hockenheim. Zum Zeitpunkt der Insolvenz im Jahr 2002 zählten mehr als 140 Gesellschaften zur Firmengruppe. Vier Monate davor hatte bereits ein Investor das Hotel-Portfolio des Baukonzerns übernommen. Das Unternehmen firmiert seither als Achat Hotels. Die Unabhängigkeit hat den Hockenheimern augenscheinlich gut getan. Zur Kette gehören heute 24 Häuser in Deutschland und je eines in Österreich und Ungarn. Rund 500 Mitarbeiter haben im vergangenen Jahr einen Umsatz von 34 Millionen Euro erwirtschaftet. Am Sitz in Hockenheim ist das Unternehmen mit einem Drei-Sterne-Haus vertreten, im nahen Schwetzingen steht ein weiteres Achat-Haus dieser Kategorie. Im Februar hat Achat sein erstes Vier-Sterne-Hotel in der Region eröffnet: den Walkershof in Reilingen. Mit dem jüngsten Haus will das Unternehmen die verstärkte Nachfrage nach Hotels dieser Kategorie bedienen. „Das Potenzial gerade des Rhein-Neckar-Raums ist immens – sowohl im Privat- als auch im Firmenkundengeschäft“, sagt Achat-Geschäftsführer Wilhelm Kotter.

MSc

Edelstahlhändler von unserer Größe“, sagt Carlos Hernandez. Der Spanier bezeichnet das eigene Unternehmen zudem als „bestsortierten Stahlhändler“ im Land. Rund 15 Qualitäten seien ständig auf Lager, „von ganz einfachen bis zur Premiumqualität“. Rund 9000 Tonnen Edelstahl lagern durchschnittlich in

den Hallen im Talhaus. Doch das Unternehmen schlägt nicht nur Ware um. Je nach Kundenwunsch schneidet es das Metall auch zu, schleift, marmoriert oder verpackt es in Schutzfolie. Der Umsatz lag 2010 bei 200 Millionen Euro. Damit ist Carlos Hernandez mit seiner Firma so etwas wie ein Kaltstart ge-

lungen. Gegründet hat er seine Firma nämlich nur ein Jahr vor dem Umzug auf das Süba-Gelände: 2005 in Mannheim. Der Spanier hatte sich dort als Stahlhändler selbstständig gemacht, nachdem er 26 Jahre in der Branche als Angestellter gearbeitet hatte. „Die Firma, bei der ich beschäftigt war, wollte aber nicht weiter wachsen“, sagt der Unternehmer. Hernandez kam 1961 mit seinen Eltern nach Deutschland. Da war das „Gastarbeiterkind“ drei Jahre alt. Vielleicht ist es das Aufwachsen fernab der Heimat, das den Familiensinn stärkt. Im Unternehmen arbeiten neben Carlos Hernandez auch seine Frau, seine Schwester, zwei Kinder, der Schwager und eine Nichte. Die spanischen Wurzeln hat Carlos Hernandez nie verleugnet. So verweist er gerne darauf, dass er immer noch seinen spanischen Pass hat. Auch das Logo erinnert an die Herkunft des Unternehmers: Es zeigt ein Edelstahlblech in Form eines stilisierten Stiers. Das Tier solle an seine Wurzeln erinnern, aber auch an Willensstärke und Kraft. Eindeutig sei die Interpretation nicht. „Letztendlich kann sich das der Kunde aussuchen.“ MSc

**SCHNELL
KOMPETENT
FLEXIBEL**

VERKEHRSSICHERUNG

FAHRBAHNMARKIERUNGEN

LICHTSIGNALANLAGEN

BAUSTELLENABSICHERUNG



Für kommunale und private Auftraggeber

IBOTECH GMBH & CO. KG

Untere Mühlstraße 20b
68766 Hockenheim
Telefon: 06205-2890796
Fax: 06205-2871205
info@ibotech.eu
www.ibotech.eu



SCRIMS

Supplier and Customer Relationship Information and Management System

SCRIMS ist eine webbasierte, mehrsprachige Software-Komplettlösung zur Abwicklung der Prozesse eines Dienstleistungsunternehmens. Das System wird derzeit schwerpunktmäßig bei Personalvermittlern oder Agenturen eingesetzt, die projektorientiert Personal vermitteln und einen großen Kandidatenstamm verwalten.

accelerate your business

flexibel. dynamisch. einfach gut.



tamasol AG
Ernst-Brauch-Straße 62
68766 Hockenheim

Telefon: +49(0)6205/3099-40
Telefax: +49(0)6205/3099-41
E-Mail: info@tamasol.de
www.tamasol.de

INTERVIEW

„Wir sind das gallische Dorf“

Hockenheim-Ring-Geschäftsführer Karl-Josef Schmidt erklärt, warum die Stadt mit Staaten wie Bahrain und Russland konkurriert und warum Ecclestone am Ring als Formel-1-Strecke festhält.

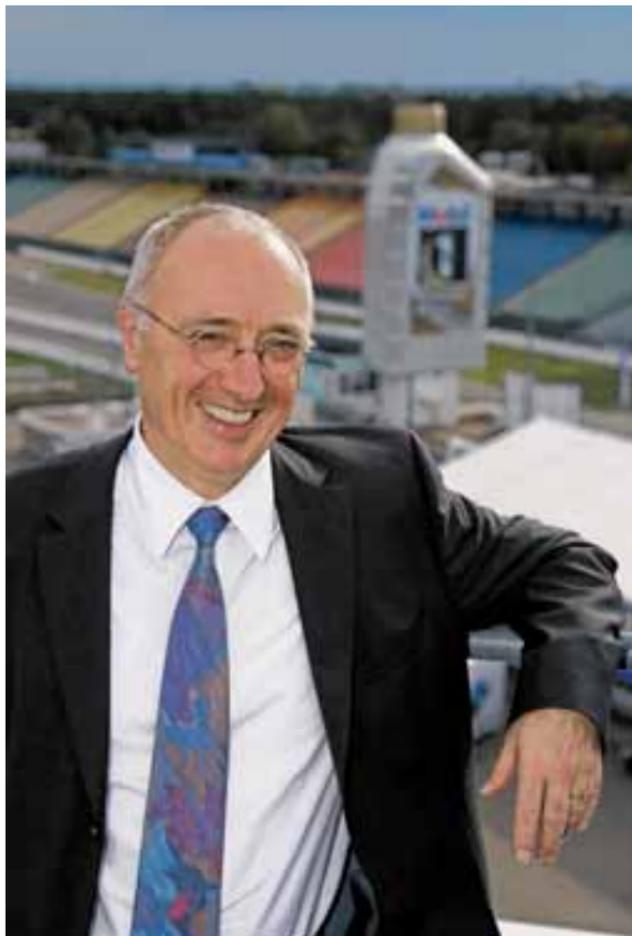
Econo: Herr Schmidt, Bernie Ecclestone zahlt Medienberichten zufolge der Königsfamilie von Bahrain 30 Millionen Euro zurück, da diese das Formel-1-Rennen wegen der politischen Unruhen im arabischen Raum absagen musste. Was geht Ihnen da durch den Kopf?

► **Karl-Josef Schmidt:** Zuerst einmal habe ich meine Zweifel, ob die Zahl so stimmt. Davon unabhängig stellt sich natürlich die Frage, wie die Entwicklung der Formel 1 der vergangenen Jahre im Licht dieser Ereignisse zu sehen ist. Diese Entwicklung war davon gekennzeichnet, dass die traditionellen Rennstrecken an Bedeutung verloren haben. Das hängt mit dem Marken- und Prestigewert sowie den hohen TV-Zuschauerzahlen der Formel 1 zusammen. Das führte zu dem kuriosen Zustand, dass wir gegen Staaten wie Bahrain, Abu Dhabi, Malaysia, Süd-Korea, China und Russland konkurrieren. Diese Länder legen hohe Summen staatlicher Gelder auf den Tisch, um die Formel 1 zu holen. Das ist uns versagt. So gesehen sind wir das gallische Dorf.

Econo: Nutzt Ecclestone diesen Umstand aus?

► **Schmidt:** Das ist eben Marktwirtschaft! Wenn die Nachfrage steigt, steigt auch der Preis. Und mehr als 19 oder 20 Rennen im Jahr sind eben nicht möglich. Diese Staaten zahlen nicht nur die Antrittsgelder, sie bauen auch die passenden Rennstrecken. Die in Bahrain habe ich mir angesehen. Trotz Wüste herrscht dort eine kalte Atmosphäre. Die Länder haben keine Rennsport-Tradition. Das schlägt sich auch in den Besucherzahlen von vielleicht 20 000 nieder. Formel 1 ist für diese Staaten vor allem ein Prestigeobjekt.

Econo: Hand aufs Herz: Ist es keine Genugtuung für Sie zu sehen, dass Ecclestone jetzt erfährt, was er an



Hockenheim-Ring-Geschäftsführer Karl-Josef Schmidt

Bild: zg

den Rennstrecken im „Alten Europa“ hat?

► **Schmidt:** Das weiß er, was auch daran zu erkennen ist, dass er die alten Rennstrecken gerade nicht fallen lässt. Der Hockenheimring ist dafür ein Beispiel. Ich kenne die Verträge nicht, die Ecclestone mit den anderen Rennstrecken gemacht hat. Ich vermute aber, dass unsere Konditionen einmalig sind. Genugtuung über die Absage in Bahrain verbietet sich im Übrigen schon aufgrund der ernsthaften politischen Situation in der Region.

Econo: Als Ecclestone 2009 den Vertrag mit Ihnen neu ausgehandelt hat, konnte man in der Presse Formulierungen lesen wie Hockenheimring-Freund. Auch Sie sprachen von der „emotionalen Verbindung Ecclestones zum Ring“. Steckt dahinter keine Verklärung?

► **Schmidt:** Ich will Ecclestone jetzt nicht zur Ehre der Altäre erheben. Gleichwohl sollte man seine Leistung differenzierter wahrnehmen. Dietmar Hopp und Bill Gates beispielsweise sind auch Menschen, die durch ihr eigenes Schaffen sehr

reich geworden sind. Gleichwohl behandelt man diese mit Ehrfurcht – Ecclestone nicht. Meinen Sie, dass Hopp oder Gates weniger hart verhandeln können als er? Die Lebensleistung Ecclestones ist doch bewundernswert. Über fast sechzig Jahre hinweg ist es ihm gelungen, sehr konsequent ein Produkt aufzubauen, dessen Markenwert in die Milliarden geht. Was ist denn die Formel 1? Eine Marke mit einem Geflecht von Verträgen – mehr nicht. Diese Leistung ist grandios! Leider hat die Formel 1 nicht überall einen guten Ruf. Ihr wird mancherorts etwas Halbseidenes, teilweise Mafiöses angedichtet.

Econo: Wie ist Ecclestone in den Verhandlungen aufgetreten?

► **Schmidt:** Ecclestone kam zu allen Verhandlungen alleine – also ohne eine Entourage von Anwälten und Betriebswirten. Er hatte noch nicht einmal ein Laptop dabei – meinen habe ich in der ersten Verhandlung nach fünf Minuten wieder zugeklappt. Er kommt zudem sehr schnell zur Sache. Der Deal wurde per Handschlag besiegelt – ohne die Anwesenheit eines Juristen.

Econo: Und was ist mit der vielbeschworenen emotionalen Verbundenheit zum Ring?

► **Schmidt:** Natürlich hat er uns aus dem alten Vertrag nicht allein aus Zuneigung herausgelassen und hat auch nicht nur aus persönlicher Verbundenheit mit uns den neuen Vertrag abgeschlossen, denn er sieht sehr wohl den Wert unserer so legendären Rennstrecke mit unseren wie vor sehr hohen Besucherzahlen und dem Fanpublikum. Aber gleichrangig neben diesen businessmäßigen Erwägungen steht in der Tat seine ganz persönliche in langen Jahren der Weggefährtschaft gewachsene Verbundenheit mit dem Hockenheimring. Ecclestone hat uns sinngemäß gesagt: Fast 40 Jahre

haben wir zusammen Formel 1 gemacht. Jetzt seid Ihr in einer unglücklichen Situation, da ihr keinen Pfennig bekommt außer Geld des 21 000-Einwohner-Ortes Hockenheim. Diese Umstände erkenne ich an und mache mit euch daher einen ganz speziellen Vertrag. Ganz am Ende hat er auch von einem bad deal für ihn gesprochen. Denn es stimmt: Er hätte vom Hockenheim-Ring Abschied nehmen können. Im Zweifel wäre der Nürburg-Ring vielleicht mit Freude als Ersatz eingesprungen, übrigens eine mit Ländermitteln hoch subventionierte Anlage.

Econo: Der neue Vertrag mit der Formel 1 hat eine Laufzeit bis 2018. Ab diesem Zeitpunkt sinkt die bilanzielle Belastung durch Abschreibungen. Kann Ecclestone dann wieder zu den alten Konditionen zurückkehren?

► **Schmidt:** Das kann ich Ihnen heute nicht sagen! Wer weiß, was sich bis und nach 2018 mit der Formel 1 entwickeln wird. Das ist alles sehr schwer zu prognostizieren, und es gibt zurzeit auch keinen Handlungsbedarf. Im Motorsport werden sich im Zuge des politischen Mainstreams und der Entwicklung alternativer Treibstoffe sicher auch Veränderungen vollziehen, an denen wir ganz nahe und aufmerksam dran sein werden. Die Faszination des Motorsports wird allerdings bleiben und das Faszinosum Formel 1 ganz sicher auch. Und, ohne hier indezent zu werden, man muss eben auch sehen, dass Ecclestone schon 80 Jahre alt ist, und wir wissen nicht, wer und was eines Tages nach ihm kommt.

DATEN & FAKTEN

Die Hockenheimring-Firmengruppe besteht aus der kommunalen Hockenheim-Ring GmbH (Rennstrecke), dem ebenfalls der Stadt gehörenden Hotel und dem ADAC-Fahrsicherheitszentrum (ADAC-Anteil: 50 %) mit insgesamt 100 Mitarbeitern.

Die Hockenheim-Ring GmbH erzielt 55 Prozent der Umsätze mit der Streckenvermietung, ein Drittel mit Motorsportveranstaltungen, zehn Prozent mit Konzerten und fünf Prozent mit Raumvermietung. Zu Letzterem zählen Incentive-Veranstaltungen und Produktpräsentationen.

2002 hat die GmbH rund 65 Millionen Euro in den Um- und Ausbau des Rings investiert. Da in den Folgejahren weniger Zuschauer Formel-1-Rennen besuchten, gerät das Unternehmen aufgrund von Zinsen und Abschreibungen in eine Schiefelage. Ein Teil der Lösung ist der im Jahr 2009 neu ausgehandelte Formel-1-Vertrag mit einem Nachlass in Höhe von sieben Millionen Euro.

Econo: Wie war 2010 – ein Jahr mit Formel-1-Rennen und dem ersten mit Nachlass?

► **Schmidt:** In der Deckungsbeitragsrechnung haben wir mit der Formel 1 einen Gewinn gemacht, das heißt die Einnahmen haben die direkten Kosten überstiegen. Dieses Plus lag bei zwischen 150 000 und 200 000 Euro. Nach dem alten Vertrag hätten wir ein Minus von mehr als sieben Millionen Euro erlitten. Daran lässt sich auch das Ausmaß des Zugeständnisses von Ecclestone erkennen. Die Formel 1 ist also kein Verlustbringer mehr. Doch das ist eigentlich zu wenig. Was wir bräuchten, wäre ein nennenswerter Gewinn.

Econo: Wie wird 2011?

► **Schmidt:** Ohne Formel 1 erzielen wir einen Umsatz von elf bis zwölf Millionen Euro. Mit Formel 1 mindestens das Doppelte. Daran ist die Hebelwirkung des Rennens gut zu erkennen. Aber auch ohne Formel 1 sind wir operativ hoch profita-

bel. In der Gewinn- und Verlustrechnung indes schlagen die Zinsen und Abschreibungen für den Umbau 2002 zu Buche. Das wird auch die kommenden vier bis fünf Jahre so bleiben.

Econo: Ein Formel-1-Rennen bringt der Region rund 40 Millionen Euro Umsatz. Das haben Kammern und Dehoga 2009 gesagt, um ihre Mitgliedsunternehmen zum Buchen sogenannter Formel-1-Pakete zu animieren. Das sollte Ihnen helfen, die Formel 1 zu halten. Waren Sie zufrieden mit dem Engagement der Unternehmen?

► **Schmidt:** Damit war ich nicht zufrieden. Das Engagement der Firmen war nahe Null. Diese Tickets haben im Übrigen vor allem kleine und mittlere Unternehmen gekauft. Großunternehmen haben sich bis auf ganz wenige Ausnahmen komplett zurückgehalten.

Econo: Die Kommunen und der Rhein-Neckar-Kreis waren auch keine Hilfe ...

► **Schmidt:** ... Das war wie beim Hauptmann von Köpenick: Keine Arbeiterlaubnis ohne Aufenthaltsgenehmigung. Diese gibt's aber nur, wenn man Arbeit hat. So war das bei uns: Das Land wollte etwas besteuern, wenn die Kommunen sich beteiligen. Die Kommunen wiederum haben auf das Land geschaut. Letztendlich hatten wir von dieser Seite gar keine Hilfe. Das war enttäuschend.

Econo: Was sagt der Staatsbürger dazu, dass in eine Rennstrecke öffentliche Gelder fließen?

► **Schmidt:** Natürlich kann man argumentieren, dass die Formel 1 keine öffentliche Aufgabe ist. Wer das sagt, sollte konsequenterweise aber auch keine Fußballstadien von der öffentlichen Hand bauen lassen und überhaupt das ganze Sportengagement infrage stellen. Meine Begründung für die Zurückhaltung ist: Motorsport entspricht nicht dem politischen Mainstream, da er laut ist, stinkt und Spirit verbraucht. Ich finde das lächerlich. Das Weltklima hängt nicht an Autorennen.

Econo: Sie haben 2006 als 58-Jähriger beim Hockenheim-Ring begonnen. Jetzt sind Sie 63. Wie lange wollen Sie noch und wie wollen Sie den Ring hinterlassen?

► **Schmidt:** Ich würde gerne noch weitermachen – aktuell laufen dazu Gespräche. Mein Ehrgeiz ist, einen konsolidierten Ring zu hinterlassen. Die dazu notwendigen Voraussetzungen sind geschaffen. Kurzfristig indes werden wir in der Gewinn- und Verlustrechnung keine schwarzen Zahlen schreiben. Dazu sind die Abschreibungen und Zinsen zu hoch, bzw. mit der Formel 1 verdienen wir noch zu wenig. **MSc**

Kultur in Hockenheim

Stadthalle Hockenheim

JUBILÄUMSWOCHENENDE 20 JAHRE STADTHALLE:

Sa. 14.05. Me and the Heat
21 h
Mehr als nur 'ne Coverband

So. 15.05. Blue Moon Orchestra
17 h
Gaststar Hugo Strasser
„...und immer wieder Swing“

Fr. 27.05. Ganz Schön Feist
20 h
„Klassentreffen“

So. 29.05. Die Amigos
16 h
Eine Veranstaltung von EVENTIKS

Mi. 28.09. Die Nelson Mandela Story
20 h
„Endlich frei!“

Fr. 30.09. The Queen Kings
20 h
More than just a tribute to
Freddie Mercury and Queen

Do. 13.10. Sissi Perlinger
20 h
„Gönn' Dir 'ne Auszeit“

Fr. 14.10. Theater Hemshofschachtel
20 h
„Achtung, die Mudder kommt“

Mo. 17.10. Hannes und der Bürgermeister
Di. 18.10. „und weiter geht's!“
20 h
musikalisch begleitet von Herrn
Stumpfes Zieh- und Zupf Kapelle

Do. 20.10. Ritter Rost ist krank
15 h
für Kinder von 5 - 95

Do. 10.11. Badesalz
20 h
„Bindannda“

So. 13.11. Gala der Volksmusik
17 h
präsentiert von Peter Feller, mit Tony
Marshall, Captain Cook, Judith & Mel, u.a.

Fr. 25.11. Hockenheimer
So. 27.11. Advent

Di. 06.12. Das kalte Herz
15 h
Musikalisches Märchen nach
Wilhelm Hauff
für Menschen von 6 - 100 Jahren

Vorverkauf: Mo. - Fr. 17-20 Uhr, Sa. 9-12 Uhr
Rathausstraße 4 · 68766 Hockenheim
Tel. 06205 21-190 · Fax 06205 21-160

stadthalle hockenheim
Tages- und Kreativitätsgemeinschaft

Änderungen vorbehalten



Rund 5000 Artikel bietet der neu eröffnete Cash + Carry für professionellen Reinigungsbedarf und -maschinen im Hockenheimer Gewerbegebiet Talhaus. Mit dem Fachmarkt betritt die auf Gebäudedienstleistungen spezialisierte Hauck-Gruppe aus Ketsch Neuland. Bild: Norbert Joschko Kommunikation

Anfassen erlaubt

Das Gewerbegebiet Talhaus ist auch ein starker Fachmarktstandort. Jüngster Zuwachs ist ein Cash + Carry-Markt für professionellen Reinigungsbedarf – deutschlandweit der erste seiner Art.

Das Gewerbegebiet Talhaus boomt. In den vergangenen Jahren haben dort eine Reihe von Fachmärkten eröffnet. Jüngster Zuwachs ist ein Cash & Carry-Markt für Reinigungsmittel und Reinigungsgeräte – der einzige seiner Art in Deutschland, wie Daniel Hauck sagt: „Mit diesem Fachmarkt besetzen wir als erstes Unternehmen in Deutschland eine Marktnische, von der wir sicher sind, dass sie Zukunft besitzt.“ Der Unternehmer ist Geschäftsführer der Hauck-Gruppe in Ketsch. Die Firma zählt nach eigenen Angaben zu den führenden Gebäudedienstleistern in Baden-Württemberg, Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland.

„Wir haben mit dem Cash & Carry-Markt für professionellen Reinigungsbedarf und Reinigungsgeräte Einkaufsbedingungen geschaffen, die wir als Reinigungsprofis selbst schon lange gerne gehabt hätten“, sagt Hauck. Dazu zähle die Möglichkeit, sich vor der Kaufentscheidung beraten zu lassen und die Wa-

re anzuschauen und anzufassen. Versandhändler bieten diese Möglichkeit nicht. Ein weiterer Vorzug sei, dass man auch kleine Gebinde erwerben könne. Mindestabnahmemengen gebe es nicht. Die Kunden könnten so ihre Lagerbestände reduzieren. Zudem profitierten sie von der Kompetenz der Hauck-Gruppe als Gebäudedienstleister. „Wir haben zum Beispiel nur Produkte im Sortiment, mit denen wir gute Erfahrungen gemacht haben“, sagt der Unternehmer.

Mit dem Fachmarkt hat Hauck all jene Gewerbetreibenden im Blick, die professionelle Reinigungsmittel benötigen. Dazu zählen nicht nur Gebäudereiniger, sondern auch Hausmeister, die öffentliche Verwaltung, Arztpraxen, Krankenhäuser und die Gastronomie. Bisher deckten diese Verbraucher ihren Bedarf vornehmlich über den Großhandel oder die Hersteller. Das Sortiment des „2Care Depot“ genannten Fachmarkts umfasse alles, was Reinigungsprofis benötigen: Reinigungs-

und Pflegemittel, Hilfsmittel, spezielle Produkte für Küche und Gastronomie, Spendersysteme sowie Reinigungsmaschinen und -geräte. Die Verkaufsfläche beträgt 800 Quadratmeter, das Sortiment umfasst bis zu 5000 Artikeln. Im 2Care Depot beraten und verkaufen fünf Hauck-Mitarbeiter. Die Investitionssumme beläuft sich nach Firmenangaben auf zwei Millionen Euro.

Dass die Ketscher Hauck-Gruppe gerade Hockenheim als Standort für ihr neues Standbein gewählt hat, erklärt ihr Geschäftsführer mit der guten Lage in der Metropolregion Rhein-Neckar. „Dort finden wir viele Kunden und Wachstumspotenzial.“ Das Gewerbegebiet Talhaus verfüge zudem über eine sehr gute Verkehrsanbindung. Mannheim, Heidelberg und Ludwigshafen sind von hier aus gut zu erreichen.

Die Entscheidung für die Rennsportstadt sei vor rund zwei Jahren gefallen. „Wir sind sehr zufrieden mit der Begleitung durch die Stadt Hockenheim“, sagt Daniel Hauck.

Sie habe sich bei der Suche nach einem geeigneten Grundstück engagiert, auch die Betreuung bei allen amtlichen Angelegenheiten sei sehr gut und zuvorkommend gewesen.

Das wird Hockenheims Oberbürgermeister Dieter Gummer vermutlich gerne hören. Ein ähnliches Lob adressierte Norbert Strauss auch am 18. August 2010 an die Stadtspitze. Der Geschäftsführer des Berufsbekleidungsanbieters Engelbert & Strauss hatte am Abend dieses Tages Kunden, Mitarbeiter und Vertreter des öffentlichen Lebens eingeladen, um die einen Tag später stattfindende Eröffnung des ersten „Workwear Stores“ zu feiern. Die Firma aus dem hessischen Biebergemünd vertreibt in vierter Generation ihre Artikel im Versandhandel. Mit dem Einstieg in den stationären Handel folge das Unternehmen dem Wunsch seiner Kunden, die Produkte aus dem Katalog – derzeit rund 18 000 – in die Hand nehmen und vergleichen zu können. 3,5 Millionen Euro hat Engelbert & Strauss

nach eigenen Angaben in seinen Workwear Store investiert. Die Zahl der neu geschaffenen Stellen belaufe sich auf 17, darunter fünf Ausleihkräfte.

Kannibalisierung befürchtet

Dass sich Versand- und stationärer Handel nicht ausschließen, zeigt auch ein anderes Hockenheimer Unternehmen: Krämer Pferdesport. Die Firma wurde als reiner Versandhändler 1967 gegründet. Dann kamen einzelne Läden hinzu. Ende der 80er Jahre erfolgte wiederum die Konzentration auf den Versandhandel. Ausnahme war das Geschäft am Stammsitz in Hockenheim. „Doch irgendwann mussten wir feststellen, dass der Teich leer gefischt war. Man darf nicht vergessen, dass auch heute nur acht Prozent der Einzelhandelsumsätze im Versandgeschäft erzielt werden“, sagt Geschäftsführer Frank Schmeckenbecher. Der Hockenheimer führt das Unternehmen in zweiter Generation (siehe auch Seite 66 ff.). Krämer Pferdesport stand so vor der

Alternative, den Versandhandel auf andere Länder und damit Sprachen auszudehnen, oder den stationären auszubauen. „Letzteres war unsere Entscheidung, die wir ab 2002 umgesetzt haben“, sagt Schmeckenbecher.

Risikolos sei das nicht gewesen. „Am Anfang haben wir es für denkbar gehalten, dass sich die Kanäle kannibalisieren.“ Doch dieser Fall sei nicht eingetreten. Mittlerweile betreibt das Unternehmen fünfzehn sogenannter „Mega Stores“ – seit 2009 auch in Hockenheim. „Alle Mega Stores entwickeln sich sehr gut, Hockenheim noch etwas besser“, sagt Schmeckenbecher. Das liege auch daran, dass das Unternehmen hier seinen Sitz habe. Der Einzugsbereich sei auch größer als gewöhnlich. Normalerweise nehmen die Mega-Store-Kunden Anfahrtswege von bis zu 50 Kilometern in Kauf. Nach Hockenheim kämen aber auch Kunden von weiter, beispielsweise aus dem Elsass.

400 Mitarbeiter beschäftigt Krämer Pferdesport nach eigenen Angaben, die Hälfte davon in Hockenheim. Vom Unternehmenssitz aus wickelt der Anbieter von Pferde-

sportausrüstung auch die Logistik für das Versandgeschäft ab. In Spitzenzeiten verließen bis zu 4000 Pakete am Tag das Lager. Der Durchschnitt liege bei rund 2500. Um die Logistikprozesse effizienter zu gestalten, plant Schmeckenbecher den Bau eines Hochregallagers mit einer halbautomatischen Kommissionieranlage. Die Logistikfläche von derzeit 18 000 Quadratmetern werde sich dadurch verdoppeln. Die Investitionssumme liege im zweistelligen Millionenbereich. „Das ist für uns eine Riesensumme, aber daran führt kein Weg vorbei“, sagt Schmeckenbecher. Den Bereich ausgliedern kommt für den Unternehmer nicht infrage. Auch die Mega Stores sind alle Eigentum des Unternehmens. „Obwohl wir täglich Anrufe von Investoren erhalten, die für uns bauen und dann vermieten wollen“, sagt Schmeckenbecher. Doch davon hält der Unternehmer wenig. Auch der Investor wolle für seinen Kapitaleinsatz eine Rendite von acht bis zehn Prozent sehen. „Das geht uns letzten Endes ab“, resümiert er und weist auf die finanzielle Stärke seines Unternehmens. Auch die Banken finanzierten das Wachstum ger-

ne. „Sie wissen, dass sie ihr Geld von uns wiedersehen“, so Schmeckenbecher.

Teures Pflaster mit guter Verkehrsanbindung

Für das geplante Logistikzentrum habe das Unternehmen auch einen Standort in Norddeutschland geprüft. Dort betreibt das Unternehmen nicht nur einige Mega Stores – alleine zwei im Großraum Hamburg. Bestes Bauland sei dort auch für 18 Euro zu haben. „In Hockenheim muss man ein Vielfaches zahlen.“ Doch letzten Endes hat Hockenheim die Konkurrenz aus dem Feld geschlagen. Die Konzentration der Lager an einem Ort sei von Vorteil. Hinzu käme die Nähe zu Frankreich und die guten Verkehrsanbindungen. Zudem spielten bei allem Wirtschaftlichen auch Emotionen eine Rolle, so der Unternehmer. „Immerhin sind wir hier aufgewachsen und fühlen uns Hockenheim verbunden. Ich bin in der Stadt geboren und groß geworden, auch wenn ich heute in Otfersheim lebe.“

Matthias Schmitt

DA HAT JEDER WASSER WILL!

SOGAR DIE PREISE SIND ENTSPANNT!

GÖNNEN SIE SICH SPORT, ENTSPANNUNG UND ERHOLUNG: DAS AQUADROM HOCKENHEIM IST DAS GÜNSTIGSTE BAD FÜR ALLE. FREUEN SIE SICH AUF EIN BEGEISTERTES ANGEBOT MIT ZAHLREICHEN ATTRAKTIONEN: RESENTRUTSCHE, SPASSBECKEN, SPORTBECKEN, SOLEBECKEN MIT MASSAGEDÜSEN, SAUNALAND MIT FKK-GARTEN, WELLNESS, RESTAURANT UND VIELES MEHR. DA BLEIBEN KEINE WÜNSCHE OFFEN!

TEL: 06205 2855 600 | TEL: 10 - 22 UHR
AQUADROM HOCKENHEIM | BETHOVENSTRASSE 41 | 68768 HOCKENHEIM
WWW.AQUADROM-HOCKENHEIM.DE

Aquadrom HOCKENHEIM
DA HAT JEDER WASSER WILL!

HOCKENHEIM

Ihr starker Partner für Gewerbe, Handel und Dienstleistungen im Zentrum der Metropolregion Rhein-Neckar

Große Kreisstadt HOCKENHEIM

Donald Pape • Wirtschaftsförderung
Telefon 062 05 / 21 201 • E-Mail: d.pape@hockenheim.de

INTERVIEW

„Wachstum findet woanders statt“

WPG-Geschäftsführer Ralf Weidenhammer über Wachstum in Übersee und mit neuen Produkten, den Preisdruck im Einzelhandel und die Standortqualität von Hockenheim.

Econo: Herr Weidenhammer, im Zusammenhang mit der griechischen Schuldenkrise wird diskutiert, ob das Land den Euroraum verlassen und die Drachme wieder einführen soll. Was würde das für Ihren griechischen Standort bedeuten?

► **Ralf Weidenhammer:** Unser Standort Inofita bei Athen wäre von der Wiedereinführung der Drachme kaum betroffen, da die Verträge alle auf Eurobasis ausgehandelt sind. Unser Kunde, für den wir Tür an Tür produzieren, exportiert ebenfalls in den Euroraum und wird daher in Euro bezahlt. Für das Wachstum des dortigen Weidenhammer-Standorts wäre ein Austritt aus dem Euro-Währungsraum eventuell interessant, da wir dann Wettbewerbsvorteile aufgrund der abgewerteten Währung realisieren könnten. Die Produktion würde sich damit verbilligen. Andererseits würde dieser positive Effekt durch Importe teilweise aufgehoben, die wir für die Produktion benötigen.

Econo: Weidenhammer ist gut durch die Finanz- und Wirtschaftskrise gekommen. Ist Ihr Geschäft überhaupt konjunkturanfällig?

► **Weidenhammer:** Nein, eher ist das Gegenteil richtig: Wenn die Konjunktur schwächelt, fahren die Menschen weniger in Urlaub. Damit wird zu Hause mehr konsumiert. Das ist auch gut für unser Verpackungsgeschäft.

Econo: Im vergangenen Jahr haben Sie 215 Millionen Euro Umsatz gemacht, nach 192 Millionen im Jahr zuvor. Woher kam das Wachstum?

► **Weidenhammer:** Rund die Hälfte führen wir auf organisches Wachstum in allen Produktbereichen zurück. Die andere Hälfte geht auf Materialverteuerungen zurück, die wir als Preissteigerung an die Kunden weitergeben mussten.

Econo: 2010 haben Sie konzernweit mehr als 30 Millionen investiert.

Wie sieht der Plan für das laufende Jahr aus?

► **Weidenhammer:** Wir haben eine Reihe von Jahren hintereinander zehn bis fünfzehn Prozent des jährlichen Gruppenumsatzes investiert. Das Gros der Mittel floss in den Kapazitätsausbau, ein Teil auch in Rationalisierung und Ersatz. Viel investiert haben wir auch in Hygiene-Maßnahmen in der Produktion. Das ist wichtig, da wir für die Lebensmittelindustrie produzieren. Auch der Gesetzgeber hat die Vorgaben in den vergangenen Jahren verschärft. Im laufenden Jahr werden wir wieder einen unteren zweistelligen Millionenbetrag investieren, einen guten Teil davon in Hockenheim: Ein

Drittel entfällt auf Baumaßnahmen, zwei Drittel fließen in die Fertigung.

Econo: 2008 haben Sie gesagt, dass Weidenhammer in fünf Jahren in England Nummer eins bei Kombidosen sein wird. Wird Ihnen das glücken?

► **Weidenhammer:** Um ein Haar hätten wir dieses Ziel schon 2011 erreicht. Derzeit sieht es aber so aus, dass wir das Ziel wie anvisiert 2012 erreichen.

Econo: Was macht das US-Geschäft, das zu Anfang holprig lief?

► **Weidenhammer:** Die Schlaglöcher sind immer noch da, wenn auch weniger tief als zu Anfang. Wir haben mittlerweile entschieden,

dass das kein strategischer Markt mehr ist. Unsere Expansion wird sich auf anderen Märkten abspielen. Den kleinen US-Standort werden wir dennoch behalten.

Econo: Viele Unternehmen wollen in Schwellenländern wachsen. Haben Sie neben Russland weitere Schwellenländer im Blick?

► **Weidenhammer:** Wir planen in sehr langen Zyklen. Bevor wir ein Werk anfangen zu bauen, gehen fünf Jahre ins Land. In dieser Vorbereitungsphase müssen wir erst mal unseren Namen sowie unsere Produkte bekanntmachen und einen ersten Ankerkunden gewinnen. Bis solch ein Werk überhaupt einen nennenswerten Umsatz von vielleicht fünf Millionen Euro Umsatz macht, gehen weitere fünf Jahre ins Land. Das zeigt, wie lange es dauert, bis wir ein Land erschließen. In Südamerika sieht es nun so aus, dass wir in Argentinien und Brasilien Niederlassungen haben und die fünfjährige Einführungsphase dort bald zu Ende geht. 2013 werden wir voraussichtlich in einem der beiden Länder ein Werk eröffnen. In Indien und China gilt: „You must be invited by the customer.“ Greenfield Operations auf der grünen Wiese starten wir mit Sicherheit nicht. Das ist uns zu riskant und bindet unverhältnismäßig Ressourcen.

Econo: Kommen wir zu Produkten, die Wachstum versprechen: 2005 haben Sie die Kunststoffsparte ins Leben gerufen. Wie groß ist deren Umsatzanteil?

► **Weidenhammer:** Im vergangenen Jahr hat die Kunststoffsparte rund zehn Prozent zum Umsatz beigetragen. Wir planen, dass es in fünf Jahren zwanzig Prozent und in zehn Jahren 40 bis 50 Prozent sein werden.

Econo: Zur Kunststoffsparte zählt auch das Ende 2009 eingeführte

Produkt PermaSafe. Wie läuft die Vermarktung?

► **Weidenhammer:** Mit PermaSafe wollen wir die Konservendose ablösen. Ein Großteil des Zuwachses in der Kunststoffsparte baut auf deren Erfolg. Bisher haben wir zwei Kunden für PermaSafe, darunter ist auch ein Anbieter, der seinen Fisch nicht mehr in Metalldosen, sondern eben in PermaSafe verpacken wird. Kunststoff ist ein Zukunftsmaterial, da die Vielfältigkeit im Einsatz sehr groß ist. Der eigenen Kombidose machen wir dadurch übrigens keine Konkurrenz. Das ist ein ganz neues Standbein. Wenn wir auch nur ein Prozent des europäischen Marktvolumens für die Konservendose gewinnen könnten, wäre das für uns sehr viel, da der Markt sehr groß ist.

Econo: Zwei Kunden klingt nach nicht viel ...

► **Weidenhammer:** ... Richtig, zu bedenken ist aber, dass bei jedem Kunden umfangreiche Tests vorausgehen. Denn die Kunden und wir wollen wissen, ob PermaSafe Nahrungsmittel so lange frisch hält wie die Konservendose. Das herauszufinden, braucht Zeit.

Econo: Sie haben zur Einführung von PermaSafe auch die ökologischen Vorteile gegenüber der Weißblechdose betont. Argumente sind vor allem geringere Transportkosten. Gibt es schon eine komplette Ökobilanz, die auch das Recycling berücksichtigt?

► **Weidenhammer:** Ja, dazu haben wir uns mit unseren Großkunden wie Procter & Gamble und Nestlé abgestimmt. Weltweit gibt es fünf anerkannte Verfahren, Ökobilanzen zu erstellen. Wir haben uns für die Software Piqet entschieden. Auf dieser Grundlage erstellen wir dann je nach Kunde und Verpackung die entsprechende Ökobilanz.

Econo: Mitte der 90er Jahre mussten Sie nach Inkrafttreten der Verpackungsverordnung einen Umsatzeinbruch bei Kombitrommeln verkraften, da Kunden diese Verpackung durch Faltschachteln ersetzt haben. Welche Rolle spielen gesetzgeberische Regularien für Ihr Geschäft?

► **Weidenhammer:** Das ist eine berechtigte Frage. Seit Beginn der 90er Jahre, vielleicht beginnend mit dem grünen Punkt, sehen wir dass

DATEN & FAKTEN

Gegründet wurde Weidenhammer Packaging 1955 von Arthur Weidenhammer. 2005 folgte dessen Sohn Ralf dem Vater als geschäftsführender Gesellschafter nach. Die Anteile liegen in Familienhand.

Gegenstand war von Anfang an die Herstellung von Kombidosen. Diese bestehen aus Karton, der innen mit einer dünnen Aluminiumschicht verkleidet ist und einem Deckel aus Plastik und/oder einer weiteren dünnen Metallfolie. Bekanntestes Beispiel sind Stapelchips der Marke Pringles, die in Weidenhammer-Dosen verkauft werden.

2005 ist Weidenhammer in das Geschäft mit Plastikverpackungen eingestiegen.

Das Unternehmen erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von 215 Millionen Euro. Der gesamte deutsche Verpackungsmarkt beläuft sich auf 20 Milliarden Euro.

Weidenhammer beschäftigt weltweit 1000 Mitarbeiter, 630 davon in Deutschland bzw. 380 in Hockenheim.

An elf Produktionsstandorten (Deutschland (4), Niederlande, Belgien, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Russland, USA) stellt Weidenhammer jährlich zwei Milliarden Verpackungen her, in Hockenheim sind es 800 000 bis eine Million Kombidosen täglich.

sich die Entscheidungskriterien für den Kunden um die Bereiche europäischer Regularien und politischer Richtungen erweitert haben. Als sicher kann gelten, dass die von Europa kommenden Gesetze und Vorschriften immer mehr und vor allem detaillierter werden. Dies trifft aber im Übrigen nicht nur unsere Branche, damit leben alle Wirtschaftsbeiräte.

Econo: Wie begegnen Sie dieser Entwicklung?

► **Weidenhammer:** Wir werden dazu einen neuen Bereich Regulatory Affairs einrichten. Er soll die Entwicklungen in den einzelnen Märkten verfolgen, so dass wir schnell reagieren können. Insgesamt ist diese Entwicklung für uns nicht von Nachteil, da wir eine Größe haben, die es uns erlaubt, das professionell zu managen. Für kleinere Mitbewerber ist dies schwieriger.

Econo: Wie ist Ihr Verhältnis zu Ihren Kunden, in der Regel Großkonzernen?

► **Weidenhammer:** Wir bezeichnen unser Verhältnis als sehr gut. In der Tat haben wir es häufig mit Großkonzernen zu tun. Im Alltag arbeiten wir aber mit einzelnen Werken zusammen. Das ist dann eine Begegnung auf Augenhöhe. Unsere mittelständische Struktur stellt eher einen Vorteil dar. Wir können genauso gut mit einem Kunden, der 25 000 Euro Umsatz macht wie mit

jenem, mit dem wir 50 Millionen Euro erzielen.

Econo: Die Einkäufer schauen vermutlich auf jeden Cent – egal, ob groß oder klein.

► **Weidenhammer:** Der Preis ist extrem wichtig. Schauen Sie die deutsche Handelslandschaft an – der Wettbewerb dort wird über den Preis geführt. Wir sind nur zwei Schritte vom Handel entfernt. Unsere Kunden beliefern den Einzelhandel. Unsere Herausforderung ist es daher, auf der einen Seite mit dem Preisdruck umzugehen, auf der anderen Seite den steigenden Rohstoffpreisen zu begegnen. Man muss sich vergegenwärtigen, dass eine Kombidose rund 20 bis 25 Cent kostet. Dieser Preis ist übrigens in den letzten 20 Jahren nahezu unverändert geblieben.

Econo: Wie geht das?

► **Weidenhammer:** Damals entfielen je ein Drittel auf Löhne, Material und sonstige Betriebskosten. Heute macht das Material fast die Hälfte aus, die beiden anderen Faktoren je ein Viertel.

Econo: Kommt Ihnen beim Preisdruck zugute, dass Sie mit Ihrem Mitbewerber Sonoco eine Art Oligopol bilden?

► **Weidenhammer:** Überhaupt nicht – Oligopol aus zwei Unternehmen führen oft zu einem sehr starken Wettbewerb zwischen den beiden Akteuren. Der für uns rele-

vante Preiswettbewerb findet auch gar nicht auf dem Kombidosenmarkt statt. Für uns viel entscheidender ist, dass wir andere Verpackungen substituieren bzw. dass wir darauf achten, dass unsere Kunden nicht zu anderen Verpackungen aus Glas, Metall oder gar zu Beutelverpackungen wechseln.

Econo: Werfen wir einen Blick auf die Historie. Ihr Vater hat das Unternehmen 1955 gegründet. Wie kam er nach Hockenheim?

► **Weidenhammer:** Das war reiner Zufall. Mein Vater stammt aus Gutach im Schwarzwald und hat sein Abitur in Mannheim gemacht. Danach hat er in Heidelberg begonnen Volkswirtschaft zu studieren. Mit 22 hegte er den Wunsch, ein Unternehmen zu gründen. Da las er eine Anzeige des Hockheimer Bürgermeisters, die überschrieben war mit „Unternehmer gesucht“. Das hat meinen Vater angesprochen. Hockenheim war insofern ein guter Standort, da das Unternehmen anfangs mit Waschmitteltrommeln gewachsen ist. Die Kunden waren Lever-Sunlicht in Mannheim-Rheinau, Benckiser in Ladenburg und Procter & Gamble in Worms.

Econo: Wie wirtschaftsfreundlich arbeiten Politik und Verwaltung?

► **Weidenhammer:** Das ist eine sehr direkte Frage, die für die Metropolregion zunehmend schwierig zu beantworten ist. Die Frage ist vielmehr, wie gerecht Politik und Verwaltung der Wirtschaft werden. Im Vergleich: In Zwenkau bei Leipzig zum Beispiel haben wir innerhalb von neun Monaten einen Bauplan umgesetzt. In Hockenheim würden wir dafür mindestens fünf Jahre ansetzen – bei ungewissem Ausgang. Das ist symptomatisch für einen saturierten Markt, an dem alle Teilnehmer eigentlich nur ihren Status quo absichern möchten. Daher findet das Wachstum an anderen Standorten statt – unabhängig davon, dass Hockenheim für unsere bestehenden zwei Werke ein guter Standort ist.

Econo: Haben Sie nennenswerte Verlagerungen erwogen?

► **Weidenhammer:** Gegenfrage: Ist Wachstum an anderen Standorten in Europa nicht auch eine Art der Verlagerung?

Econo: Herr Weidenhammer, vielen Dank für das Gespräch! *MS*



Ralf Weidenhammer in der Kombidosenproduktion am Stammsitz in Hockenheim. Die Hygienevorschriften verlangen unter anderem Haarnetz und Kittel. Bild: Kirma

Gut behütet

Schifferstadt vermarktet sich mit dem Slogan „Gold wert“. Hintergrund ist der Fund des 3500 Jahre alten „Goldenen Huts“, die Bedeutung des als „weißes Gold“ bezeichneten Rettichs und Ringer wie der Olympia-Sieger Wilfried Dietrich. Auch Unternehmer fühlen sich hier wohl.

Manche Städte pflegen ein iniges Verhältnis zu einer bestimmten Gemüsesorte. So küren die Städte Schwetzingen und Lambertheim jedes Jahr eine Spargelkönigin. In der Riedgemeinde Biblis regiert eine Gurkenkönigin – zumindest während des vier Tage dauernden Gurkenfestes. Allen diesen Hoheiten ist gemeinsam, dass sie sich den Titel mit anderen blau-respektive gemüsesaftblütigen Würdenträgern im ganzen Land teilen müssen. Nicht so die Rettichkönigin von Schifferstadt. Dieser Titel ist weltweit einmalig.

Der Kult um das Gemüse hat seinen Grund. Die Gemarkung Schifferstadts besteht zu fast 40 Prozent aus landwirtschaftlicher Fläche. Fünf Gemüseanbauer bewirtschaften mehr als 100 Hektar Ackerfläche, darunter der größte Rettich- und der größte Möhrenanbauer Deutschlands. Von der gesamten deutschen Radieschenernte, das Gemüse ist eine Schwester des Rettichs und gehört wie diese zur Familie der Kreuzblütengewächse, stammen 85 Prozent aus Schifferstadt. Doch der Gemüseanbau ist nicht nur eine Domäne von Unternehmen.

Schifferstadt wächst gegen den Trend

„Schifferstadt ist das, was man früher als eine Arbeiterwohngemeinde bezeichnet hat“, erzählt Uwe Volk. Auch daher rühre der Bezug zum Rettich, so der Wirtschaftsförderer. „Das Gemüse steht exemplarisch für den privaten Anbau, den die BASF-Arbeiter in ihren Gärten betrieben haben.“ Die Strecke zwischen Rettichbeeten und Chemiefabrik beträgt nur rund 15 Kilometer. Die Pendler benutzen hauptsächlich die Bahn. „Man erzählt sich noch heute, dass die Straßen morgens und abends voll waren von

Menschen, die zu den Bahnhaltepunkten gelaufen sind“, sagt Volk.

„Vom Bahnhof aus erreicht man im Viertelstundentakt Neustadt, Speyer oder Ludwigshafen. Für Ein- und Auspendler ist der Standort daher sehr günstig“, sagt auch Klaus Sattel. Für den Schifferstadter Bürgermeister ist die gute Verkehrsanbindung auch einer der Gründe, weshalb viele Menschen in die Gemeinde ziehen. Schifferstadt ist eine der wenigen Kommunen im Rhein-Pfalz-Kreis, die in den vergangenen Jahren gewachsen sind. Wirtschaftsförderer Volk zitiert Studien, wonach je nach Szenario die Bevölkerungszahl im schlechtesten Fall stagniert, im besten Fall aber weiter wächst.

Von den 20 000 Einwohnern gehen rund

Der „Goldene Hut“ wurde vor 1500 Jahren auf einem Acker bei Schifferstadt gefunden. Das Alter des Artefakts beträgt 3500 Jahre. Ausgestellt ist das Objekt heute im Historischen Museum in Speyer.

Bild: zg

4000 einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung nach. Vor zehn Jahren war es noch ein Fünftel mehr. Grund für den Rückgang ist unter anderem die Firma Süßwaren Wolf. Der Hersteller von Schokoküssen und Backwaren hat vor einigen Jahren seinen Sitz nach Thüringen verlagert – „der Subventionen wegen“, wie Wirtschaftsförderer Volk resigniert anmerkt. Zu diesen 200 verlorenen Arbeitsplätzen kamen weitere 100, die bei C&A beschäftigt waren. Der Textilhändler betrieb in Schifferstadt bis 2003 ein Logistikzentrum. Von dort aus hatte C&A alle deutschen Filialen beliefert.

An der guten Verkehrsanbindung Schiffer-

stadts hat der Weggang indes nichts geändert. So hat sich genau im Jahr des C&A-Rückzugs ein anderes Unternehmen angesiedelt, das mit seinen Produkten von Schifferstadt aus ganz Europa beliefert: der Felgenhändler Autec. Verlässt man die Autobahn 61 bei Schifferstadt, sieht man die zehn Meter hohen Lagerhallen der Firma, noch bevor man das Ortsschild passiert. An der Fassade prangt in großen, schwarz-roten Lettern der Firmenname. Vor einer der beiden Hallen steht noch ein Werbeschild der Firma Vollack. Anfang Dezember hat das Karlsruher Bauunternehmen eine zweite Halle und neue Büroräume geschaffen. Die Erweiterung hat Autec weitere 4500 Quadratmeter Lagerhalle und 600 Quadratmeter Bürofläche gebracht. Nicht nur die Außenflächen verraten, dass der Firmensitz noch bis vor kurzem eine Baustelle war. In den Büros riecht es noch nach frischer Farbe und neuen Teppichböden. Autec-Geschäftsführer Bernhard Ellerböck weist beim Rundgang fast entschuldigend auf die noch fehlende Wanddekoration hin. Man merkt dem 59-Jährigen an, dass er mit dem erweiterten Firmensitz sehr zufrieden ist. Besonderen Wert legt er auf jene Räume, die speziell für die 33 Mitarbeiter eingerichtet wurden, darunter einen Ruheraum und einen großzügigen Sozialraum mit daran anschließender Holzterrasse, von der aus man die umliegenden Gemüseäcker im Blick hat. Auf dem Weg zu Ellerböcks Büro saust ein Norfolk-Terrier kläffend hinter einer geöffneten Bürotür hervor. „Das ist Mike, der Hund unserer Buchhalterin. Er hat leider einen ausgeprägten Beschützerinstinkt“, sagt der Unternehmer, bevor er den Hund packt und ins Büro seiner Mitarbeiterin trägt. „Wir sind ein junges, familiäres Team“, beschreibt er die Arbeitsweise von Autec. Ellerböck selbst ist

schon 59 Jahre. 2008 ist er bei dem Felgenhändler eingestiegen. „Meine Aufgabe ist es, Autec in die Zukunft zu führen.“ Derzeit wird die Geschäftsführung um zwei neue Geschäftsführer erweitert: Thomas Geis, der bisherige Betriebsleiter, wird Geschäftsführer für Vertrieb und Marketing. Der bisherige Technikleiter, Dr. Hans-Uwe Berger, wird Geschäftsführer Technik und Einkauf. Berger ist auch Mitgesellschafter – und Sohn des Hauptgesellschafters Heinz Berger. Der Notar aus Idstein hat die Firma 1997 im Zuge eines Insolvenzverfahrens gekauft. Gegründet wurde Autec bereits 1988 als Tochter der Südräder Autoräder GmbH mit Sitz in Eberbach an der Fils. Noch im Jahr der Übernahme verlegt Berger den Sitz ins pfälzische Mutterstadt. „Das war ein kompletter Neustart“, sagt Ellerböck. In den Folgejahren boomt der Felgenhandel. Die angemietete Immobilie in Mutterstadt wird zu klein. 2003 siedelt die Firma ins nahe Schifferstadt um. Acht Millionen Euro hat sie seither in der Rettichstadt investiert. Den Umsatz beziffert Ellerböck auf 20 Millionen Euro im Jahr. Die derzeit vertriebenen 21 Alufelgenmodelle sind alle in der eigenen Design- und Technikabteilung entwickelt worden. Produziert werden die Felgen indes in verschiedenen asiatischen Ländern. Autec hat Techniker vor Ort, die die Waren vor der Verschiffung nach Europa prüfen. „Die Felgen werden genauso getestet wie in der Erstausrüstung“, sagt Ellerböck, der vor seiner Tätigkeit bei Autec bereits 25 Jahre in der Felgenbranche gearbeitet hat. Automobilhersteller zählen nicht zu den Kunden. Hauptzielgruppe von Autec sind der Fachhandel und Großhändler. Jede Bestellung, die bis 15 Uhr in Schifferstadt eingeht, gelangt noch am selben Tag in den Versand.

Zwei Millionen Reifen lagern in den Hallen

ständig gemacht hat. „Wir waren der erste Großhändler, der sich um das Ersatzteilgeschäft für Motorräder gekümmert hat. In dieser Nische sind wir schnell gewachsen“, sagt Krupp. Im vergangenen Jahr lag der Umsatz bei 131 Millionen Euro, im laufenden Jahr rechnet Krupp mit 160 Millionen Euro. Diese Zahlen ließen sich alleine mit dem Motorradgeschäft nicht erzielen. Dafür ist das Volumen zu klein. Krupp beziffert die Menge der jährlich in Deutschland verkauften Motorradreifen auf 1,3 Millionen. Der Pkw-Reifenmarkt indes beläuft sich auf 50 Millionen Euro. „Allerdings ist in diesem Markt der Wettbewerb viel härter“, sagt Krupp.

In den Aufbau des neuen Standbeins hat Krupp kräftig investiert. Im Februar 2010 hat er eine 15 000-Quadratmeter-Halle eingeweiht, die Lagerfläche beläuft sich seither auf 37 000 Quadratmeter. Dort lagern durchschnittlich zwei Millionen Reifen, die ihren Weg von Schifferstadt aus zu Kunden in Deutschland und ins europäische Ausland nehmen. Der Exportanteil liegt bei 35 Prozent. Im Gegensatz zu Autec stellt Reifen Krupp seine Produkte jedoch nicht selbst her. Im Angebot sind nach eigenen Angaben alle europäischen Marken und weitere aus Fernost. Von der Modellvielfalt profitiert Krupp. „Die Werkstätten und kleinen Händler können nicht unzählige Modelle vorrätig halten. Das würde zu viel Kapital binden“, sagt der Unternehmer. Auch die Reifenhersteller bevorzugen den Vertrieb über Großhändler statt der Belieferung unzähliger Einzelhändler. Die Aussichten des eigenen Geschäfts lassen Krupp schon an die weitere Expansion denken. Direkt neben dem jetzigen Firmensitz hat er Ackerflächen im Umfang von 25 000 Quadratmetern aufgekauft. Dort soll bald mit dem Bau der nächsten Halle begonnen werden.

Das Familienunternehmen ist exemplarisch für die Stadt. „Die meiste Nachfrage haben wir von Schifferstadter Unternehmen, die expandieren wollen“, sagt Wirtschaftsförderer Volk. Ansiedlungen von außerhalb wie Autec seien eher die Ausnahme. Auch das größte Unternehmen am Ort, der Baukonzern Heberger, wurde in Schifferstadt gegründet. Mittlerweile firmiert das

Familienunternehmen als Aktiengesellschaft mit Tochtergesellschaften in acht Ländern (siehe Interview Seite 84).

Ein anderer Konzern stand kurz davor, sich in Schifferstadt niederzulassen. Der Straßenbaumaschinen-Hersteller Vögele ist im vergangenen Jahr von Mannheim nach Ludwigshafen-Rheingönheim umgezogen. Ins Visier genommen hatte er aber auch eine Ansiedlung in Schifferstadt. „Zehn Monate lang haben wir darum gekämpft, dass sich Vögele für Schifferstadt entscheidet“, erzählt Bürgermeister Sattel. Mit 65 von 60 Grundstückseigentümern war die Stadt schon handelseinig – sie waren bereit, ihre Ackerflächen zu verkaufen. Dass sich Vögele letztlich anders entschied, kann der Bürgermeister verschmerzen. „Wir haben viel gelernt, auch im Austausch mit den Vögele-Mitarbeitern.“ Geschäftsführer Christian Pawlik habe ihm gesagt: Schifferstadt sei nicht zweite Wahl, sondern 1b. „An unserer Arbeit lag es jedenfalls nicht, dass Schifferstadt nicht den Zuschlag erhalten hat“, resümiert Sattel.

Kopfzerbrechen dürfte dem Stadtoberhaupt derzeit ein anderes Unternehmen bereiten: Pecolit. Der Kunststoffhersteller hat Anfang Dezember einen Insolvenzantrag gestellt. In Schifferstadt beschäftigt das Unternehmen 60 Menschen. Zum Verhängnis geworden ist Pecolit der Konjunkturreinbruch. „Durch die Wirtschaftskrise kam es 2009 und auch noch 2010 zu erheblichen Umsatzeinbrüchen bei den Nutzfahrzeugherstellern, den Hauptkunden von Pecolit“, sagt Insolvenzverwalter Markus Ernestus. 2009 mussten die Schifferstadter eine Umsatzhalbierung verkraften. Die Produktion indes läuft ungeachtet der Insolvenz weiter. Ernestus verhandelt nach eigenen Angaben mit verschiedenen Investoren, die Interesse haben, teilweise oder komplett bei dem Folienhersteller einzusteigen. Bis zur Gläubigerversammlung am 19. Mai solle der Sanierungsplan stehen.

Einen Eigentümerwechsel hat auch Reifen Krupp gerade hinter sich. Zum Jahreswechsel hat Herbert Krupp alle Anteile an die Reiff-Gruppe verkauft und damit die Nachfolgefrage gelöst. Zu den Geschäftsfeldern des Reutlinger Unternehmens zählen Reifen, Autoservice, technischer Handel und die Elastomerverarbeitung. Inklusiv der Neuaquisition beschäftigt die

Firma 1500 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von rund 510 Millionen Euro. „Reifen Krupp stellt die ideale Ergänzung für das Großhandels-Portfolio der Reiff-Gruppe dar“, schreibt das Unternehmen in einer Mitteilung. Neben dem Know-how im Motorradreifengeschäft bietet der Reifengroßhändler aus Schifferstadt eine exzellente logistische Performance. Herbert Krupp betont, dass sich für Schifferstadt durch den Eigentümerwechsel nichts ändere. „Ich bleibe Geschäftsführer und auch der Standort bleibt erhalten.“ Das sind gute Nachrichten für die Stadt, beschäftigt Reifen Krupp in der Saison doch bis zu 120 Menschen. Die Stammbesellschaft besteht aus 80 Mitarbeitern.

Die vom Käufer gelobte „exzellente logistische Performance“ von Reifen Krupp ist ohne die gute Verkehrsanbindung Schifferstadts nicht denkbar. Diese beflügelt noch eine ganz andere Branche in der Stadt: Hotellerie und Gastronomie. „2010 verzeichneten wir 26 500 Übernachtungen in vier Hotels“, sagt Katrin Pardall. Die städtische Angestellte ist für das Stadtmarketing und Tourismus verantwortlich. Sie freut sich, dass mit dieser Zahl fast ein Fünftel aller Übernachtungen im Rhein-Pfalz-Kreis auf Schifferstadt entfallen. Seit 1993 hat sich deren Zahl fast verdreifacht. Das Gros der Übernachtungsgäste sind Geschäftsreisende.

Ein Unternehmer, der von diesem Trend profitiert, ist Karsten Möller. Der Westfale hat in einem Kölner Sternrestaurant eine Ausbildung als Koch absolviert. Anschließend folgten unter anderem Stationen im Brenners Park-Hotel in Baden-Baden, im Hotel Adler in Hinterzarten und im Romantik-Hotel Aselager Mühle im Emsland. Zwischendrin hat er sich zum Hotelbetriebswirt weitergebildet – und geheiratet. Seine Frau Carina – sie ist gelernte Restaurantfachfrau – hat Möller bei einer seiner beruflichen Stationen kennengelernt. Das Paar entwickelte gemeinsam die Idee, sich mit einem Hotel und Restaurant selbstständig zu machen. „Wir haben in der ‚Allgemeinen Hotel- und Gaststättenzeitung‘ die Inserate studiert, wo Häuser zu übergeben sind. Über eine Chiffreanzeige sind dann auf den Salischen Hof gestoßen“, erzählt Möller bei einer Tasse Espresso auf der Gartenterrasse seines Restaurants. Gegen 20 Mitbewerber konnten sich die Möllers durchsetzen. ▶▶

► Am 1. Mai 1999 haben sie das Drei-Sterne-Haus übernommen. Von Haus zu sprechen ist dabei eine Untertreibung. Der „Salische Hof“ besteht aus vier Gebäuden, drei davon stammen aus dem frühen 18. Jahrhundert: einem großen und einem kleinen Wohnhaus aus Fachwerk und einer Scheune sowie einem modernen Anbau. Dort und in den beiden ehemaligen Wohnhäusern des Hofguts sind die 24 Zimmer untergebracht. In der Scheune befindet sich das Restaurant und zwei der drei Konferenzräume.

Mit Hotel und Restaurant erwirtschaften die Möllers nach eigenen Angaben einen Jahresumsatz von rund 700 000 Euro. Die positive Entwicklung bei den Übernachtungszahlen in Schifferstadt schreibt Möller auch sich und seinen Kollegen zu: „Wir haben den Tourismus wachgeküsst!“ 1999, im Jahr der Übernahme, habe die Stadt auf Nachfrage noch Schwarz-Weiß-Kopien ausgegeben, wenn jemand wissen wolle, wo man übernachten oder essen gehen könne. „In den darauffolgenden Jahren haben wir einen Arbeitskreis Tourismus und Events aufgebaut“, erzählt Möller.

Mittlerweile trägt der Hotelier auch an anderer Stelle Verantwortung. Im vergangenen Oktober wurde er zum Vorsitzenden des neuen Marketingvereins gewählt. Der ist aus der aufgelösten Leistungsgemeinschaft hervorgegangen. Alle 70 Mitglieder seien in den neuen Verein gewechselt. „Zwei wichtige Unterschiede sind, dass wir nun als gemeinnützig anerkannt sind und dass die Stadtverwaltung Mitglied des Marketingvereins ist“, sagt Möller. Das habe die Wege in die Verwaltung verkürzt, so dass die Gruppe Projekte jetzt schneller umsetzen könne.

Ein Ziel des Vereins ist es, Veranstaltungen wie den Frühlingmarkt, den Obst- und Gemüsetag sowie die Musikveranstaltung „Swinging Schifferstadt“ besser zu vermarkten. Diese Jazzveranstaltung führt die Leistungsgemeinschaft bzw. deren Nachfolger 2011 zum dritten Mal durch. „Beim ersten Mal wurden wir vom Andrang geradezu überrollt. Der Platz in den einzelnen Locations war viel zu klein“, erzählt Möller.

Noch wichtiger als diese Veranstaltungen ist vermutlich ein ande-

res Projekt: Der Verein plant ein Kundenbindungsprogramm für den Einzelhandel. Das kann die Stadt gut gebrauchen. Die Zentralitätskennziffer liegt bei nur 55 Punkten, das heißt, dass lediglich 55 Prozent der in Schifferstadt vorhandenen Kaufkraft auch am Ort ausgegeben wird. „Dieser Wert ist erschreckend gering“, sagt Katrin Pardall. Ausdruck dieses Problems sind viele Leerstände in der Innenstadt. Bürgermeister Sattel nennt hierfür zwei Gründe: Zum einen fehlten bestimmte Sortimente wie Bekleidung komplett, zum anderen sei die Konkurrenz mit Einkaufsstätten wie Speyer oder Ludwigshafen sehr hoch. Politik und Verwaltung haben daher ein Einzelhandelskonzept ausgearbeitet, das der Stadtrat gerade diskutiert. „Das soll vor allem eine Entwicklungshilfe für einen leistungs- und zukunftsfähigen Einzelhandel in Schifferstadt sein und gleichzeitig die planungsrechtliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels darstellen“, erklärt Bürgermeister Sattel.

Die von Hotelier Karsten Möller kritisierten Schwarz-Weiß-Kopien der Stadt gehören in jedem Fall der

Vergangenheit an. Als eine der ersten „Basisarbeiten“ hatte der Arbeitskreis Tourismus und Events eine Broschüre konzipiert. „Wir haben erstmals dargestellt, was es in Schifferstadt alles gibt – vom Goldenen Hut bis zu den Ringern“, sagt Möller. Der Goldene Hut ist ein fast 3500 Jahre altes Artefakt, das heute im Historischen Museum in Speyer ausgestellt ist. Der Sportverein VfK-Schifferstadt hat mit einer Vielzahl von Titeln die Stadt bekannt gemacht. Populärster Ringer ist Wilfried Dietrich (1933-1992). Der als „Kran von Schifferstadt“ bezeichnete Leistungssportler hat mehr als 30 deutsche Meisterschaften, olympisches Gold und viele weitere internationale Titel gewonnen. Dietrichs Medaillen, der Fund aus der Bronzezeit und der Rettich haben der Broschüre zum Titel „Schifferstadt ist Gold wert“ verholfen. Das Gemüse wurde dazu zum „Weißen Gold“ erhoben. An dem kommt auch der Restaurant-Betreiber Möller nicht vorbei. Wenn Saison ist, finden sich auf seiner an der mediterranen Küche ausgerichteten Speisekarte auch Rettichcarpaccio und Rettichquiche. **MSc**

INTERVIEW

Schlussstrich zum Ende

Bürgermeister Klaus Sattel erklärt im Interview, wie die Affäre um die Stadtparkasse Schifferstadt seine Amtszeit belastet hat und bis wann das Problem endgültig gelöst sein soll.

Econo: Herr Sattel, für Sparkassen galt lange Zeit die Gewährsträgerhaftung. Die Eigentümer der Sparkassen wie Kommunen hafteten für deren Verbindlichkeiten. Die EU hat dieses Institut aus wettbewerbsrechtlichen Gründen abgeschafft. Was halten Sie angesichts der Erfahrungen Schifferstadts von der Gewährsträgerhaftung?

► **Klaus Sattel:** Für die Bürger war die Kommune als Gewährsträger der Sparkassen eine gute Sache – die Einlagen der Sparer konnten dadurch auch in einer Krise nicht den Bach runtergehen. In Schifferstadt zeigte sich die andere Seite der Medaille: Die Stadt musste nach der Fusion mit der Stadtparkasse Ludwigshafen für ihre Sparkasse einspringen. Ein dazu abgeschlossener Garantievertrag sieht vor, dass Schifferstadt unter anderem für sogenannte faule Kredite bürgt.

Econo: Wie viel hat Schifferstadt die faulen Kredite der alten Stadtparkasse bisher gekostet?

► **Sattel:** Rund 30 Millionen Euro.

Econo: Wie ist es zu den faulen Krediten gekommen?

► **Sattel:** Das waren Kredite, die sowohl an Schifferstadter als auch an auswärtige Kreditnehmer vergeben wurden. Wie es dazu kam, kann ich nicht sagen. Ich gehörte dem Kreditausschuss erst seit Dezember 2003 an. Hauptverantwortlich war aber der Vorstand.

Econo: Haben die damaligen Aufseher versagt?

► **Sattel:** Dazu kann ich nichts sagen. Ich schließe aber Vorsatz bei den damaligen Mitgliedern des Kreditausschusses aus. Staatsanwaltschaftliche Verfahren gegen die ehemaligen Vorstände laufen noch.

Econo: Die Chancen stehen gut, dass die Stadt dieses Kapitel 2011 endgültig beenden kann. Medien

berichten von einer Summe von 2,56 Millionen Euro, die als Abschlusszahlung für einen Garantievertrag vorgesehen sind. Können Sie diese Zahl bestätigen?

► **Sattel:** Ich kann gar keine Zahl – auch diese nicht – bestätigen. Das wird erst in den Gremien besprochen. Woher Medien diese Zahl haben, weiß ich nicht. Das Verfahren sieht aus gutem Grunde vor, dass die Bewertung des Gutachtens zuerst nicht-öffentlich besprochen wird. Das hat mit Vertuschung nichts zu tun. Die Entscheidung darüber fällt ohnehin öffentlich im Stadtrat.

Econo: Wie wichtig ist es für Sie, dieses Kapital noch in Ihrer Amtszeit zu schließen?

► **Sattel:** Ich gehe momentan davon aus, dass wir unter die Angelegenheit noch vor Ende meiner Amtszeit einen Schlussstrich ziehen können. Das ist für Schifferstadt auch wichtig, da der Haushalt mit diesen Risiken kaum planbar ist.

Econo: War im Nachhinein die Fusion mit der Sparkasse Ludwigshafen der richtige Weg?

► **Sattel:** Ja! Ich bin mit der Fusion der Sparkasse Ludwigshafen sehr



Schifferstadts Bürgermeister Klaus Sattel Bild: zg

zufrieden. Das war in den vergangenen Jahren ein faires Miteinander.

Econo: Dass sie dort nur Juniorpartner sind, stört Sie nicht?

► **Sattel:** Unsere Situation zur Zeit der Fusion war nicht so, dass wir mit großen Forderungen hätten auftreten können. Wir halten etwas mehr als elf Prozent der Anteile – und in den vergangenen acht Jahren sind sich Ludwigshafen und Schifferstadt immer auf Augenhöhe begegnet.

Econo: Verlassen wir den Finanzsektor. Im Gewerbegebiet Ost hat ein Gemeinderatsausschuss kürzlich dem Bau einer „Vergnügungs-

stätte“ zugestimmt. Brauchen Gewerbegebiete Spielautomaten?

► **Sattel:** Was sind denn die Alternativen? In meiner achtjährigen Amtszeit gab es eine einzige Anfrage für dieses 6000-Quadratmeter-Grundstück. Diese Anfrage kam aber aus dem Einzelhandel, der aufgrund des Bebauungsplanes dort jedoch ausgeschlossen ist. Der jetzige Investor will dort neben einer Tankstelle und einer Waschanlage auch ein sogenanntes Entertainmentcenter bauen. Vorgesehen ist hier eine Mischung aus Billardspiel, Internet-PCs und Spielautomaten. Wenn der Stadtrat dem Antrag auf Änderung des Bebauungsplans nicht zustimmt, werden auch die kommenden Jahre dort Blumen wachsen.

Econo: Werfen wir einen Blick auf den Tourismus. Ein Drittel aller Übernachtungen im Rheinpfalz-Kreis entfallen auf Schifferstadt. Mit dem „Goldenen Hut“ hat die Kommune einen potenziellen Besuchermagneten. Versäumt es die Stadt, mit diesem Pfund zu wuchern?

► **Sattel:** Sicher nicht. Würde aber der Goldene Hut heute gefunden werden, wären die Voraussetzungen ganz andere. Das Stadtmarketing, so wie es sich präsentiert, wurde in meiner Amtszeit eingeführt. In diesem Zusammenhang wurde der Goldene Hut auch „wieder entdeckt“. Hintergrund ist, dass mit Schifferstadt mehr verbunden werden soll als Rettich und Ringer. So kam es dann auch zum Slogan „Schifferstadt ist Gold wert“.

Econo: Ende November 2011 endet Ihre Amtszeit. Wie wollen Sie in Erinnerung bleiben?

► **Sattel:** Das überlasse ich ganz meinen Schifferstadtern! Illusionen mache ich mir keine – auch als Bürgermeister ist man schnell vergessen. Schlecht muss das nicht sein – in dem Amt geht es ja nicht darum, sich Denkmäler zu setzen. **MSc**

thuga
ENERGIENETZE GMBH



Unsere Gasleitungen sehen Sie zwar nicht, aber wir sind immer für Sie da.

INTERVIEW

„Abstammung reicht nicht aus“

Egon Heberger, Aufsichtsratsmitglied der Heberger Bau AG, spricht über die Wirtschaftskrise, neue Chancen durch die Energiewende und Familienmitglieder im Management.

Econo: Herr Heberger, das Bauhauptgewerbe hat im vergangenen Jahr einen leichten Umsatzrückgang verkräften müssen. Gesunken ist die öffentliche Bautätigkeit und der Wirtschaftsbau, der Wohnungsbau indes hat zugelegt. Wie war der Geschäftsverlauf bei Heberger?

► **Egon Heberger:** Das deckt sich mit unseren Erfahrungen. Auch bei uns war die Bauleistung nochmals leicht rückläufig. Aufgrund der heutigen Auftragslage sind wir uns sicher, dass insgesamt gesehen im Laufe dieses Jahres eine Wende eintritt.

Econo: 2009 ist die Konzerngesamtleistung um fast die Hälfte auf 220 Millionen Euro eingebrochen. Wann erreichen Sie wieder das Vorkrisenniveau?

► **Heberger:** Wir konnten Ende letzten Jahres und in diesem Jahr erhebliche Auftragszuwächse erreichen. Wir werden 2012 die Auftragsbestände haben, wie wir sie vor Eintritt der Finanzdienstleistungskrise hatten. Dabei ist es wichtig, nicht nur auf die Umsatzgröße zu achten sondern auch darauf, dass sich Ertrag einstellt.

Econo: Anfang 2009 haben Sie im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise und dem Konjunkturprogramm gesagt: „Der Bau braucht etwas, das rasch hilft.“ Die öffentlichen Investitionen könnten den Rückgang bei Industriekunden auffangen und überbrücken. Haben sich diese Erwartungen bestätigt?

► **Heberger:** Nein, leider nicht. Der größte Teil von öffentlichen Investitionen floss in die Sanierung von Bestandsgebäuden, in Wärmedämmmaßnahmen und die Verbesserung der Energieeffizienz. Neue Baumaßnahmen wurden kaum initiiert.

Econo: Sie waren vor der Krise stark in Osteuropa, dem Mittleren

Osten und in Spanien engagiert. 2005 sind Sie in den irischen Markt eingestiegen. Haben sich diese Märkte wieder erholt?

► **Heberger:** Die Märkte in Osteuropa und im Mittleren Osten haben sich deutlich erholt, so dass wir dort unsere vorhandenen Baukapazitäten einsetzen können. In Irland haben wir als Bauunternehmen zwei Objekte abgewickelt und dabei schnell erkannt, dass die irische Baukonjunktur sich nicht nachhaltig weiter entwickelt. Deshalb war es gerechtfertigt, unsere Aktivitäten in Irland nicht auszuweiten. In Spanien hatte sich ebenfalls eine Immobilienblase aufgebaut, die nicht zu halten war. Als Projektentwickler haben wir auch dort diese Entwicklung frühzeitig erkannt, so dass wir von den Umsatzeinbrüchen des spanischen Immobilienmarktes kaum betroffen sind. In Spanien ist es uns zudem gelungen, den Auftrag für die baulichen Maßnahmen eines Solarthermiekraftwerks zu erhalten.



Egon Heberger vor dem Firmensitz in Schifferstadt. Der Sohn des Firmengründers ist heute Großaktionär des Baukonzerns. Bild: Rinderspacher

Econo: Sie meinen das 30-Megawatt-Kraftwerk der Firma Novatec in der Provinz Murcia ...

► **Heberger:** ...Ganz genau. Mit der wesentlichen Fertigstellung rechnen wir im Herbst dieses Jahres. Das Projekt war für uns der erste Auftrag dieser Art. Unsere Aufgabe bei diesem Großprojekt ist die Gesamtmontage der einzelnen Komponenten. Die Module müssen fest im Untergrund verankert sein. Es werden Absorber-Rohrleitungen aus Stahl in acht Metern Höhe verlegt, in denen der durch die Sonnenspiegel erhitzte Wasserdampf zirkuliert. Die Leitungen sind in 28 parallel zueinander verlaufenden Linien mit je einem Kilometer Länge angeordnet. Für die Verschweißung der Rohre haben wir eine mobile Schweißkabine konstruiert, die uns ermöglicht, die Arbeiten sicher und den Qualitätsstandards entsprechend in dieser Höhe auszuführen.

Econo: Haben Sie auch schon Ihre Fühler Richtung Desertec ausgestreckt, jener Internationalen Initia-

tive, die Solarthermiekraftwerke in Nordafrika bauen will?

► **Heberger:** Wir haben in diesem Fachgebiet vielseitige Kontakte. Das Projekt in Murcia ist für uns dabei als Referenzobjekt sehr wichtig. Unser Auftraggeber ist mit der Qualität, der Kosten- und Termintreue sehr zufrieden. Ganz konkret hat sich aus dem Projekt in Murcia bereits ein Folgeauftrag entwickelt: Wir liefern für den gleichen Kunden von uns gefertigte bauspezifische Komponenten nach Australien.

Econo: Nach dem GAU in Fukushima wird die Energieerzeugung weltweit diskutiert. Wird das der Solarthermie einen Schub verleihen?

► **Heberger:** Auf jeden Fall! Solarthermie ist für Länder mit einer kaum eingeschränkten Sonneneinstrahlung eine sehr günstige und nachhaltige Art der Stromerzeugung. Mit der Stromerzeugung durch erneuerbare Energien entsteht zudem der Bedarf, die gewonnene elektrische Energie über Leitungen zum Verbraucher zu transportieren. Unser seit Jahrzehnten entwickelter Geschäftsbereich Leitungsbau wird vom zwingend erforderlichen Netzausbau stark profitieren.

Econo: Freuen Sie sich über den Widerstand vieler Menschen hier im Land gegen den Bau neuer Hochstrommasten? An der Verlegung von Stromkabeln in der Erde ist deutlich mehr zu verdienen.

► **Heberger:** Die bessere Optik ist nur eine Seite, wenn man Strommasten sieht. Unterirdische Stromkabel stören kein Landschaftsbild und haben den großen Vorzug, dass sie eine hohe Versorgungssicherheit gewährleisten.

Econo: Wann haben Sie im spanischen und irischen Markt gemerkt, dass eine Blase entsteht, die platzten wird?

► **Heberger:** Die Anzeichen waren überdeutlich: Es war unschwer festzustellen, dass weit über den Bedarf hinaus gebaut wurde. Zudem war auffällig, dass Käufer mit den Immobilien spekuliert haben. Eine solche Entwicklung ohne Beachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung des betroffenen Landes ist nicht auf Dauer durchzuhalten. Durch die von uns vorgenommene Lagebeurteilung, die sich in der Folgezeit als richtig erwies, waren wir von den negativen Entwicklungen wenig betroffen.

Econo: Sie verkaufen derzeit Wohnungen im spanischen La Herradura. Wie stark ist die Nachfrage?

► **Heberger:** Es stehen nur noch wenige Einheiten zum Verkauf. Die Gegend südlich von Granada am Mittelmeer ist sehr begehrt, zudem haben wir die Anlage nach deutschen Standards gebaut die deutlich höhere Qualitätsansprüche erfüllen, als dies im allgemeinen in Spanien erwartet werden kann.

Econo: 2009 haben Sie aufgrund der Einbrüche auf den Auslandsmärkten wieder mehr Umsatz im Inland im Ausland gemacht. Noch 2007 lag der Auslandsumsatz bei rund 60 Prozent. Welche Rolle spielt das Auslandsgeschäft zukünftig?

► **Heberger:** Es war richtig, dass wir beim Ausbau des Auslandsgeschäftes das Inland nicht vernachlässigt haben. Die breite Aufstellung kam uns in der Krise zugute. Daran werden wir auch nichts ändern. Un-

DAS UNTERNEHMEN

Jakob Heberger legte 1948 mit der Gründung einer Baufirma den Grundstein für die heutige Heberger Bau AG. 1968 übernehmen die Söhne Egon, Berthold und Hugo Heberger die Geschäftsführung. In den Folgejahren schreitet die internationale Expansion voran. So akquiriert das Unternehmen Anfang der 1970er Jahre erste Aufträge im Irak.

Zur Heberger-Gruppe zählen heute bundesweit zehn Unternehmen, zudem hat der Konzern acht Auslandstöchter.

1984 macht Heberger Bau erstmals mehr als 100 Millionen Mark Umsatz. Im Boomjahr 2008 lag der Umsatz bei 345 Millionen Euro – im folgenden Krisenjahr brach er auf 220 Millionen Euro ein.

2005 wandelt sich das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft. 100 Prozent der Anteile halten heute die Familien Berthold und Egon Heberger.

sere Zuwächse im deutschen Ingenieurwesen und Tiefbau waren sehr wichtig, um die Ausfälle an anderer Stelle ein Stück weit kompensieren zu können. Gleichzeitig werden wir im Ausland unsere Chancen nutzen. An diesen Grundsätzen wird vorerst nichts geändert.

Econo: 2001 haben Sie angekündigt, dass das Gebäudemanagement gestärkt werden soll. Wie hat sich dieser Bereich entwickelt?

► **Heberger:** Wir haben diesen Bereich ausgebaut, um die eigenen Immobilien professionell zu managen. Allerdings ist dieser Markt heute im Gegensatz zu 2001 übersättigt. Die Margen sind wesentlich geringer geworden. Wir bleiben ein Baukonzern, ohne das Gebäudemanagement zu vernachlässigen. Die strategische Bedeutung ist rückläufig.

Econo: Vom Betrieb von Seniorenwohnheimen haben Sie sich vor einigen Jahren verabschiedet. Diringer & Scheidel hat dieses Geschäft ausgebaut. Stehen Sie nach wie vor zum Verkauf?

► **Heberger:** Wir haben uns auf unsere Kernkompetenzen beschränkt, und dazu gehört das Betreiben von Seniorenwohnheimen nicht. Die Baukompetenz für die Neubaumaßnahme von Seniorenwohnheimen haben wir umfänglich erhalten. In diesem Segment sind wir Spezialanbieter.

Econo: Die Heberger-Gruppe hält auch Anteile am Flughafen Speyer. Was sagen Sie zur aktuellen Flughafendiskussion in der Region?

► **Heberger:** Der Flughafen Speyer ist für unsere Region und die hier

angesiedelten Unternehmen unverzichtbar. Die Proteste in Speyer gegen den Flugplatzausbau lassen außer Acht, dass Speyer ein traditioneller Flugzeugbaustandort ist. Viele Arbeitsplätze in Speyer bestehen direkt und indirekt auch durch den Flughafen Speyer, aufgrund der infrastrukturell hervorragenden Anbindung neuer Firmen. Falls in Mannheim das Coleman-Airfield zum Flughafen ausgebaut würde, hätte auch dies seine Berechtigung und würde die bestehenden Sicherheitsstandards verbessern.

Econo: An der 2005 gegründeten AG halten Familienmitglieder alle Anteile. Welche Rolle wird die Familie zukünftig spielen?

► **Heberger:** Wenn die Familie Leistungsträger hervorbringt, die den hohen Anforderungen eines managementgeführten Unternehmens entsprechen, so ist die Übertragung operativer Verantwortung sinnvoll. Wir werden aber wegen der Größe der Unternehmensgruppe wie schon seit vielen Jahren nicht ohne qualifizierte, erstklassige Vorstände, Geschäftsführer und Prokuristen außerhalb unserer Familie auskommen. Es gilt der Grundsatz, dass die Abstammung alleine nicht ausreichend ist, um Führungsaufgaben wahrzunehmen. An erster Stelle steht die Qualifikation, der erklärte Einsatzwille zur Führung und das notwendige Engagement, gemeinsam definierte Ziele zu erreichen.

Econo: Herr Heberger, vielen Dank für das Gespräch. *MS*

WIRTSCHAFTSSTANDORT

ALLE WEGE FÜHREN NACH SCHIFFERSTADT

Ansprechpartner

Uwe Volk

Wirtschaftsförderung
Stadtmarketing
Öffentlichkeitsarbeit
Telefon 06235/44-128
wirtschaftsfoerderung@schifferstadt.de

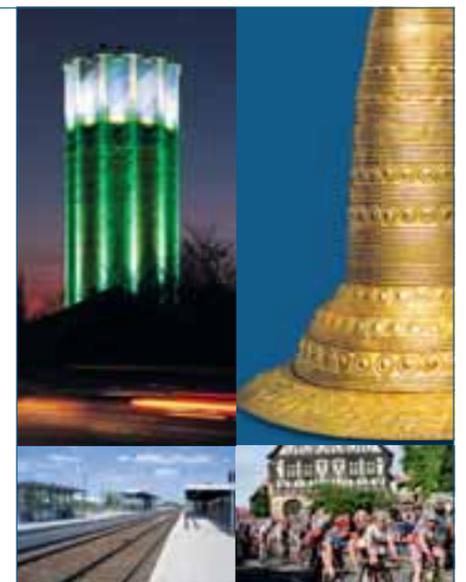
AUSGEZEICHNETE VERKEHRSANBINDUNG

GROSSZÜGIGE WOHNBAUGEBIETE UND GEWERBEFLÄCHEN

ÜBERDURCHSCHNITTliche KAUFKRAFT

LEISTUNGSFÄHIGE UNTERNEHMEN

KULTURELL UND TOURISTISCH GUT AUFGESTELLT



Arbeitsmarkt in der Region



Offene Stellen in der Metropolregion Rhein-Neckar und dem Main-Tauber-Kreis



Der „jobmorgen“ ist eine Stellensuchmaschine für die Metropolregion Rhein-Neckar und die Main-Tauber-Region. Anbieter ist die Dr. Haas Mediengruppe aus Mannheim, zu der unter anderem der „Mannheimer Morgen“ und „Econo Rhein-Neckar“ gehören. Das Besondere am Jobmorgen: Er durchforstet als Meta-Suchmaschine nicht nur alle gängigen Internet-Jobbörsen nach aktuellen Angeboten in der Region, sondern bezieht auch Karrierewebsites und Internetseiten von Unternehmen oder Personalberatungen mit ein. Daher ist die Zahl der erfassten offenen Stellen ein guter Indikator für den Arbeitsmarkt in der Metropolregion Rhein-Neckar. Aktuell beträgt die Zahl der offenen Stellen 23 500 – fast 8000 mehr als zum gleichen Vorjahreszeitpunkt.

www.jobmorgen.de

Quelle: <http://www.jobmorgen.de/>

Grafik: impuls Verlags GmbH

Wir sind Bell! - Personaldienstleistungen

Arbeitnehmerüberlassung • Personalvermittlung • Outsourcing • Outplacement

Bell Employment Personaldienstleistungen GmbH www.bell-employment.de Werderstr. 4 - 69469 Weinheim - Tel. 06201 / 843 22-0

Frühlingserwachen

Die Arbeitslosigkeit in der Metropolregion Rhein-Neckar ist im Vorjahresvergleich um 0,8 Prozentpunkte gesunken – gleichzeitig nahm die Zahl der offenen Stellen um 40 Prozent zu.

Der Arbeitsmarkt in der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN) zeigt sich im ersten Quartal des Jahres 2011 in guter Verfassung. Die Arbeitsagenturen in der MRN schreiben in ihrem gemeinsamen Arbeitsmarktbericht gar von einem „Frühlingserwachen am Arbeitsmarkt“. Zwar stieg die Arbeitslosenquote im Vergleich zum Vorquartal um 0,2 Prozentpunkte auf 5,4 Prozent. Im Jahresvergleich indes ist die Quote um 0,8 Prozentpunkte geschrumpft. In absoluten Zahlen: 65 444 Menschen waren zu Ende März arbeitslos gemeldet – 8796 weniger als im Jahr zuvor. Betrachtet man die vier Arbeitsagenturbezirke, weist Heidel-

berg mit 4,2 Prozent die geringste Arbeitslosigkeit auf (-1,0 PP), gefolgt von Landau mit fünf Prozent (-0,5 PP) und Mannheim mit 5,8 Prozent (-1,0 PP). Schlusslicht ist Ludwigshafen mit 6,4 Prozent. In der Chemiestadt fiel der Rückgang mit minus 0,3 Prozentpunkten auch am geringsten aus.

Insgesamt, so der Bericht, zeige sich sehr viel Bewegung auf dem Arbeitsmarkt. Seit Jahresanfang wurden den Agenturen fast 14 000 neue Arbeitsstellen gemeldet – ein Plus von 40 Prozent. Ob hiervon die größte Problemgruppe profitiert, erscheint indes zweifelhaft: Die Zahl der Hartz-IV-Empfänger (Grundsicherung nach dem Sozialgesetz-

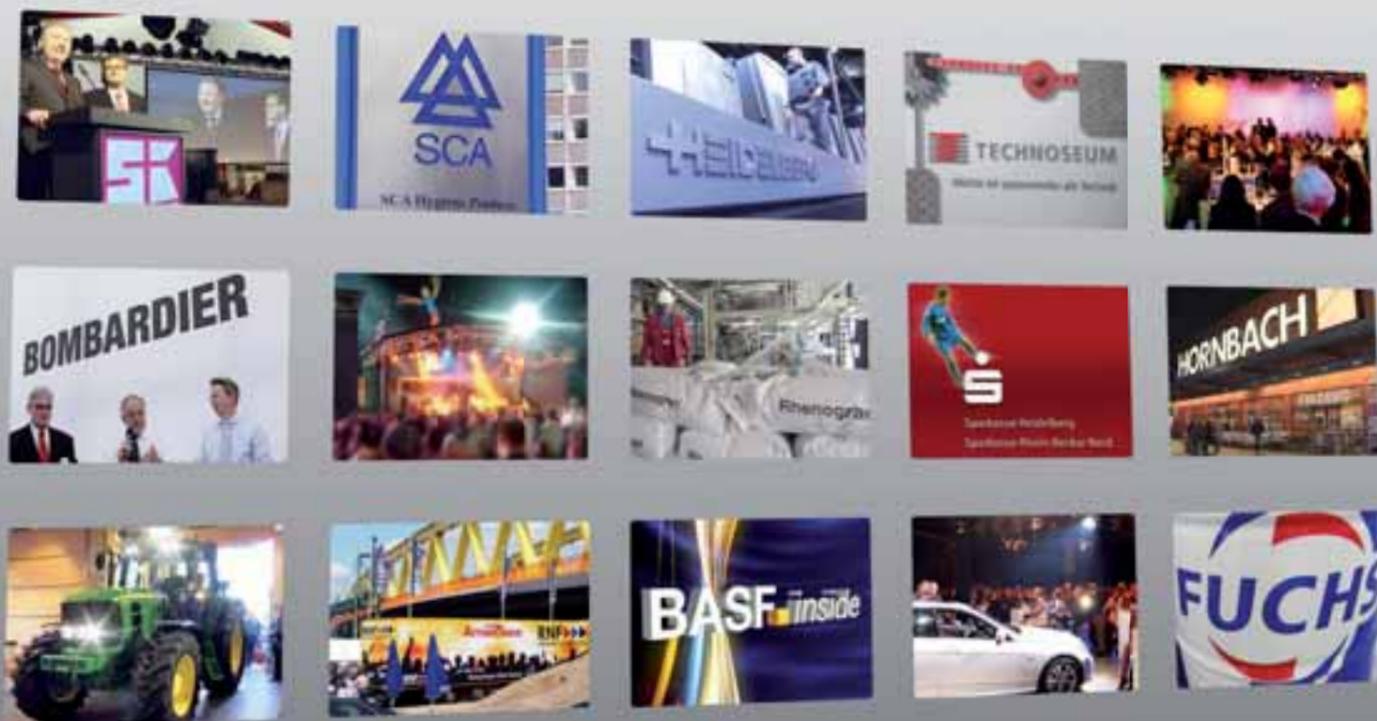
buch II) nahm im Jahresvergleich um 2329 auf 41 356 Personen ab. Das entspricht einem Rückgang von 5,3 Prozent. Bei der beitragsfinanzierten Arbeitslosenversicherung, hierunter fallen Menschen, die kürzer als zwölf Monate ohne Arbeit sind, schrumpfte die Zahl um mehr als ein Fünftel auf 24 188 Personen.

Keine Entwarnung gibt es auch bei den Arbeitslosen jenseits der 50 Jahre. Nach wie vor würden diese Mitarbeiter nur zögerlich eingestellt: Die Zahl der arbeitslos gemeldeten Personen in dieser Altersgruppe nahm um lediglich drei Prozent auf 19422 ab. Das sind rund ein Drittel aller arbeitslos registrierten

Personen. Die altersspezifische Arbeitslosenquote lag damit bei 6,1 Prozent (-0,4 PP).

Genau andersrum verhält es sich mit den Unter-25-Jährigen. Die Arbeitslosigkeit in dieser Gruppe beträgt nur vier Prozent (-1,1 PP). Die Arbeitsagenturen schreiben von einem „relativ niedrigen Niveau“. Gleichwohl bereitete der Übergang von der Schule in die Arbeitswelt vielen Jugendlichen Schwierigkeiten. Die Arbeitslosendynamik bei den Jungen sei wesentlich höher als bei den anderen Altersgruppen. Das heißt: Jüngere haben ein höheres Risiko, arbeitslos zu werden. Ihr Vorteil indes ist, dass die Arbeitslosigkeit meist kürzer ausfällt. *Red*

BUSINESS-TV? FIRMEN-EVENT? CROSS-MEDIA-KONZEPT? PROJEKT-DOKUMENTATION? UNTERNEHMENS-PRÄSENTATION?



Wir haben Ideen + Erfahrung, Team + Technik für Lösungen nach Maß!

Und Fernsehen können wir auch ...

www.rnf.de



Ein Stückchen Sicherheit

Das Berufskolleg „Sport- und Vereinsmanagement“ richtet sich an Nachwuchssportler, die trotz enger Trainingspläne eine Ausbildung machen wollen. Maximilian Steeb ist einer von ihnen.

Fußballtalent Maximilian Steeb träumt von der Bundesliga. Am liebsten würde der 18-Jährige als Profi-Sportler sein Geld verdienen. Doch der A-Juniorenspieler beim FC Astoria Walldorf möchte sich, mit Blick auf einen Beruf, nicht allein auf sportlichen Erfolg verlassen. „Sicherheit ist mir wichtig“, sagt er.

Deshalb drückt Steeb seit seinem Realschulabschluss im Sommer 2010 weiter die Schulbank. Für Leistungssportler wie ihn gibt es in der Region eine spezielle Ausbildung: das Berufskolleg „Sport- und Vereinsmanagement“ an der Sinsheimer Max-Weber-Schule. Im September hat Steeb dort begonnen, in drei Jahren trägt er den Titel „Staat-

lich geprüfter Sportassistent/Fachrichtung Sport- und Vereinsmanagement“ und hat gleichzeitig die Fachhochschulreife.

Die Unterrichtszeit ist auf etwa 22 Stunden beschränkt. Der Vorteil für die Sportler: Die Lehrer nehmen Rücksicht auf Förderpläne, Spielzeiten und oder Turniere. Einen Tag pro Woche lernen die Schüler die praktische Seite des Berufs in den acht Förderzentren des Vereins „Anpfiff ins Leben“ und den Sportkooperationsvereinen. „Anpfiff ins Leben“ hat sich eine ganzheitliche Jugendförderung auf die Fahnen geschrieben. Das zugrunde liegende Dietmar-Hopp-Jugendförderkonzept beinhaltet die Ausbildungselemente Sport, Beruf, Schule und Soziales.



Nachwuchssportler Maximilian Steeb ist Praktikant bei der Werbeagentur xmedias. Bild: Kirma

laufen laut Verein heute diese Ausbildung. Seine Praxisausbildung absolviert Maximilian Steeb seit Januar für sechs Monate bei der Mannheimer Werbeagentur xmedias. Die Agentur ist neuer Kooperationspartner von „Anpfiff ins Leben“ und will die Berufskollegschüler in klassischer Kommunikation, Dialog- und Online-Marketing sowie Mediaplanung und -Abwicklung weiterbilden. „Ich wollte ein Praktikum machen, das nichts mit Sport zu tun hat“, sagt Steeb. Einen Tag pro Woche schnuppert er in den Agentur-Alltag hinein. Parallel dazu möchte er aus dem Jugendfußball zu den Erwachsenen wechseln. Klappert der Sprung, ist er seinem Traum von der Bundesliga einen Schritt näher. **tor**

Neben der sportlichen Ausbildung umfasst es die schulische und berufliche Weiterbildung. Ein Netz an Schulen, Hochschulen, Verbänden, Wirtschaftsunternehmen und sozialen Einrichtungen ist mit im Boot. Mehr als 3500 Jugendliche durch-

Namensindex

Baklan, Mustafa	57
Ballreich, Karl-Ludwig	20
Bangert, Joachim	18
Berkel, Matthias	90
Bertram, Klaus	24
Bettermann, Peter	14
Bohn, Tobias	68
<hr/>	
Cremer, Friedrich W.	37
<hr/>	
Deike, Rainer	44
Doll, Johannes	69
Döring, Lars	46
Döring, Markus	67
Dulger, Rainer	30, 32
Dulger, Viktor	24
Dworschak, Rüdiger	36
<hr/>	
Rembold, Thomas	45
Rieger, Carsten	48
Rindfleisch, Rainer	43
Rominski, Markus	41
<hr/>	
Sattel, Klaus	83
Scheifele, Bernd	19
Schleweis, Helmut	24
Schmeckenbecher, Frank	67, 77
Schmidt, Karl-Josef	74
Schmitt, Simone	42
Schmitt, Wolfgang	8
Schneider-Neureither, Andreas	12
Schnobrich, Stefan	54
Schröder-Wildberg, Uwe	17
Schütte, Jürgen	10
Schulze, Christian	16
Schütz, Karl-Hermann	58
Schütz, Uwe	8
Smits, Peter	8
Spieß, Alexander	2

Ernst & Young	48
<hr/>	
F+U	53
Fachkrankenhaus Neckargemünd	18
Fasihi	12
FOM	51
Freudenberg	14
Fuchs Petrolub	14
<hr/>	
Global Office	24
Graeff	7
GSRN	51
<hr/>	
Harman-Becker	8
Hauk	76
Haus + Co	72
HBU	20
Kobil	43
Krämer Pferdesport	67, 76
Kreis- und Stadtparkasse Speyer	10
KSB	8
Kuehlhaus	7

Hockenheim-Ring GmbH	74
HWK Mannheim	35
HWK Pfalz	35
HypoVereinsbank	16
<hr/>	
IAB	53
IMAP	38
Infectopharm	14
Inter	17
Internormen	14
<hr/>	
J. Styrkowski	7
John Deere	32
<hr/>	
Kabel BW	23
KBA	8
Kern	43
Kern	43
Kobil	46
Krämer Pferdesport	67, 76
Kreis- und Stadtparkasse Speyer	10
KSB	8
Kuehlhaus	7

Prominent	24, 30, 32
<hr/>	
Raiffeisenbank Ried	10
Real Consulting	70
Realtech	13, 44
Reifen Krupp	81
Rominski Consulting	41
<hr/>	
Sägen Mehring	67
SAP	22, 47
Sato	43
Schlott	7
Schmitt & Hahn	6
Seeger Lasertechnik	32
Sektellerei Schloss Wachenheim	20
Sisi-Werke	7
Sparkasse Heidelberg	24
Sparkasse Starkenburg	10
Sparkasse Vorderpfalz	18
Sparkasse Worms-Alzey-Ried	22
Sport-Tech	6
SRH	18, 50
STAS	12
Sterling Sihi	14
Süba	72

INDEX

DIE NAMEN IN DIESEM HEFT

Eck, Jürgen	22
Egle, Franz	53
Ellerböck, Bernhard	80
<hr/>	
Feuerpeil, Heiderose	24
Folgmann, Heiko	7
Fuchs, Stefan	15
<hr/>	
Glowinski, Nicola	13
Gonsch, Tobias	24
Grabau, Michael	69
Gummer, Dieter	68, 71
Günnewig, Till	52
<hr/>	
Hafner, Thomas	48
Hambrecht, Jürgen	19
Heberger, Egon	84
Herbold, Rüdiger	37
Hernandez, Carlos	72
Hüttel, Stefan	16

Steckenborn, Thomas	13, 45
Ster, Bettina	26
<hr/>	
Tschischka, Walter	35
<hr/>	
Volk, Uwe	80
<hr/>	
Waßmann, Erik	38
Weidenhammer, Ralf	72, 78
Weimer, Toralf	10
Wellensiek, Jobst	72
Wetzel, Hans-Peter	6
Wetzel, Marc	6
Wetzel, Nina	6
Winterberg, Jörg	50
<hr/>	
Zeller, Erich	24
Zöller, Manfred	14

<hr/>	
Unternehmensindex	
<hr/>	
1stQ	36
<hr/>	
ABB	8
Achat	73
Argo Personal	6
Autec	80
Auxillon	18
<hr/>	
B.A.U.	36, 40
Baktat	57
BASF	19
Bergsträßer Winzer	18
Berkel AHK	90
Bilfinger Berger	9
Bioenergigas Bürstadt	22
Bombardier	8
Brain	22
Brunel	6
BMW Mannheim	20

Neidinger, Jürgen	10
Neumann, Oliver	32
Neureither, Petra	12
Nitzinger, Uwe	34
<hr/>	
Özcelik, Kerem	60
Ofer, Jürgen	16

Pape, Oliver	68
Pitz, Frederick	58
Plotzki, Michael	24
Prothmann, Sabine	53
Prüfer, Ingolf	32

Heberger Bau	84
Heidelberger Volksbank	10
HeidelCement	19
Heidel Druck	22
Hernandez Edelstahl	72
HIB	52
<hr/>	
Lamy	7
LTG	69
<hr/>	
m:con	28
Mannheimer AG	17
MBS	52
Medien-Akademie	24
Metallbau Nick	34
MLP	17
Mosca	22
MWMA	8
<hr/>	
Nolte	14
Nova Saw	67
<hr/>	
OSB	6
<hr/>	
Pecolite	81
Pfenning	34
Pitney Bowes	43
Primus Valor	39

Tamasol	70
Trendfabrik	60
TTS	28
<hr/>	
Ultra	67
Unold	69
Uponor	7
<hr/>	
Volksbank Neckartal	10
VRN	20
<hr/>	
W.E.G. Ludwigshafen	26
Weidenhammer Packaging	78
Wild	22
WWK-Druckerei	6
<hr/>	
Zent-Frenger	7
Zentrum für Humangenetik	37
ZeQ	37

econo
DIE STARKEN SEITEN DER WIRTSCHAFT

ECONO ist ein unabhängiges Wirtschaftsmagazin für den Mittelstand in der Metropolregion Rhein-Neckar. So schließt econo die publizistische Lücke zwischen Tageszeitung und nationaler Wirtschaftspresse. Mit einer Auflage von 17.500 Exemplaren erscheint econo in sechs Ausgaben jährlich und ist im Abonnement und im Zeitschriftenhandel erhältlich.

Zur Erweiterung unseres Verkaufsteams suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt einen

Junior-Mediaberater (m/w)

Ihre Aufgaben:
In unserem Team von erfahrenen Kollegen und durch eine praxisorientierte Einarbeitung bereiten wir Sie intensiv auf Ihre abwechslungsreiche Tätigkeit mit Perspektive vor. Sie arbeiten in einem dynamischen Arbeitsumfeld, in dem sich Eigenverantwortung und Teamgeist ergänzen und das durch eine offene Kommunikation geprägt ist.

Sie übernehmen für Ihr Verkaufsgebiet die Beratung und den Verkauf von Print- und Onlinewerbung sowie die Durchführung von Social Media Maßnahmen. Weiterhin unterstützen Sie unser Verkaufsteam in der Telefonakquise. Zudem werden Sie an Veranstaltungen mitwirken und teilnehmen.

Ihr Profil:
Als Junior-Mediaberater sollten Sie über eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung und erste Berufserfahrung im Vertriebsumfeld verfügen. Sie bringen Kommunikationsstärke, verkäuferisches Talent und Teamgeist mit und überzeugen uns durch Ihre Motivation, Zielstrebigkeit und Ihr hohes Engagement. Sie sind kontaktfreudig, haben eine schnelle Auffassungsgabe und beweisen sprachliches Ausdrucksvermögen. Darüber hinaus erwarten wir von Ihnen gute Anwenderkenntnisse der MS-Office Programme und den Besitz eines Führerscheins.

Ihre Perspektive:
Es erwartet Sie eine verantwortungsvolle und herausfordernde Position in einem erfolgreichen Unternehmen mit vielen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb unserer Mediengruppe. Beweisen Sie sich als engagierter Mitarbeiter, legen Sie den Grundstein für Ihre erfolgreiche Zukunft in unserem Hause.

Interessiert? Dann möchten wir Sie gerne kennen lernen und freuen uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen. Zeigen Sie uns, was in Ihnen steckt, was Sie begeistert und vorantreibt.

Bitte bewerben Sie sich bis zum 13. Mai 2011 unter Angabe des nächstmöglichen Eintrittstermins. Wir freuen uns auf Sie.

econo Rhein-Neckar GmbH · Bereich Personal · Ulla Feickert
Dudenstraße 12-26 · 68167 Mannheim · Email: bewerbung@econo-rn.de

MIT SICHERHEIT DIE RICHTIGE VERBINDUNG

Verschlauchungslösungen aus Luft- und Raumfahrt für die Medizintechnik

Jahrzehntelange Erfahrung in der Entwicklung und Fertigung sicherer hydraulischer und pneumatischer Hochleistungs-komponenten macht SOBEEK Medical zu einem zuverlässigen Systemanbieter. Ob Klein-, Mittel- oder Großserien, SOBEEK findet die geeignete Verbindung für alle Medien, Temperaturen und Druckbereiche. Die Experten von SOBEEK Medical vereinen Innovationskraft, Dynamik und Präzision in hochwertigen Verschlauchungslösungen. Für höchste Sicherheit, optimale Arbeitsabläufe und Ihren Qualitätsvorsprung.

www.sobek-medical.de



Bilder: Rinderspacher

Person & Unternehmen

Mathias Berkel führt in fünfter Generation den 1847 gegründeten Ethanolhersteller, der seit 2001 unter Berkel Unternehmungen GmbH & Co. KG firmiert. **Rund 30 Millionen Liter Ethanol** (darunter Lebensmittelalkohole, technische sowie Agrar- und Spezialalkohole) vertreiben die beiden Töchterfirmen Berkel HK Alkoholhandel und Berkel Pfälzische Spritfabrik jährlich. **Das Ludwigshafener Unternehmen** beliefert rund 6000 Kunden, die Hälfte davon in der Region.

KEIN PLATZ FÜR MANAGER

„Lösungen in Alkohol“ – unter diesem Claim vertreibt die Firma Berkel aus Ludwigshafen Ethanol für Kunden aus Industrie, Handel und Handwerk. An die Anfänge des Unternehmens in Germersheim erinnert den geschäftsführenden Gesellschafter Mathias Berkel eine kleine Destillationsanlage, die auf dem Regal zur linken Seite des Schreibtischs steht. Das als Esigfabrik und Brennerei gestartete Unternehmen produziert und vertreibt Alkohol mittlerweile im industriellen Maßstab. Verwendung findet der Ludwigshafener Ethanol in so unter-

schiedlichen Produkten wie Lacken, Scheibenreinigern, Klebstoff oder Hustensaft. Mit Ethanol steht die Firma in einem reinen Preis- und Qualitätswettbewerb. „Was uns von unseren Mitbewerbern abhebt, ist unser guter Service: Wir sind am schnellsten, am zuverlässigsten, am flexibelsten und somit am besten“, sagt Mathias Berkel. Dass es dem Unternehmer in fünfter Generation nicht an Selbstbewusstsein mangelt, zeigt auch eine Postkarte, die an der Wand hinter dem Schreibtisch hängt. Auf ihr steht: „Manager dürfen bei

wichtigen Entscheidungen mitreden. Unternehmer treffen sie.“ Den nötigen Freiraum dazu findet Berkel auch in seinem Büro. Die Fenster eröffnen den Blick auf das Firmengelände in Rheingönheim. Und da unternehmerische Entscheidungen keine einsamen Entscheidungen sind, schließt sich dem Büro ein Besprechungsraum an. Auch in einer Alkoholfabrik wird bei Meetings übrigens Kaffee und Wasser gereicht. Die zwei Likörf Flaschen auf der linken Seite sind Jahrzehnte alte Überbleibsel aus der Germersheimer Produktion. **MSc**

„Anpiff ins Leben“

Das Dietmar-Hopp-Jugendförderkonzept hat guten Grund zum Feiern



Seit zehn Jahren machen wir Kinder und Jugendliche „fit fürs Leben“. Wir haben auch in Zukunft noch viel vor. Seien Sie dabei und feiern Sie unser Jubiläum mit.

Mehr unter: www.anpiff-ins-leben.de



6.30 AB MANNHEIM ...
7.45 IN BERLIN ...
16.30 AB BERLIN ...
18.05 **BEIM SPORT.**

Werden Sie Fan von Cirrus Airlines und folgen Sie uns auf www.facebook.de/cirrusairlines/

Geschäfte verbinden. Deshalb verbindet Cirrus Airlines die wichtigsten deutschen und europäischen Wirtschaftsmetropolen. Mit erstklassigem Service, perfektem Timing und besten Verbindungen zu Anschlussflügen. Der direkte Weg für mehr Freizeit. Auch von Mannheim nach Hamburg. Weitere Informationen über die Hotline +49 180 55 44 005 (0,14 €/Min. aus dem dt. Festnetz), in Ihrem Reisebüro oder auf www.cirrusairlines.de.



EXZELLENTEN SPEZIALISTEN.
VERNETZTE IDEEN.
NEUE PERSPEKTIVEN.

Tageszeitungen: Insgesamt 150 Redakteure an 13 Standorten – unterstützt von Korrespondenten in aller Welt – arbeiten an den fünf Tageszeitungen, die mit einer Gesamtauflage von fast 135.000 Exemplaren täglich erscheinen.



Verlag und Redaktion: Ob Aktuelles, Wirtschaftliches, Regionales, Sonderthemen oder auch Life-Style – der hausinterne Redaktionsdienstleister überzeugt durch professionelle Vielfalt.



Werbeagentur: Ganzheitliche Kommunikationsstrategien und kreative Marketingkonzepte über alle Kanäle, on- und offline, von der Beratung bis zur Mediaplanung.



Briefservice: Rund 130 Zusteller garantieren die pünktliche Lieferung von 1,7 Millionen Postsendungen monatlich.



Logistik: Immer pünktliche Zustellung regionaler wie auch überregionaler Zeitungstitel, Kundenmagazine sowie Werbeprospekte auf Basis von intelligentem Logistikmanagement.



Wirtschaftsmagazin: Top-aktuelle, faire und kompetente Berichterstattung für den Mittelstand im Südwesten.



Bei der Dr. Haas Mediengruppe eröffnen sich täglich neue, spannende Perspektiven für den Informations- und Werbemarkt – auch für Sie. Schauen Sie vorbei: www.haas-medien.de

