

econo

Die starken Seiten der Wirtschaft

1. Jahrgang
4.7.2008
4,90 €
08007



Großkraftwerk Mannheim

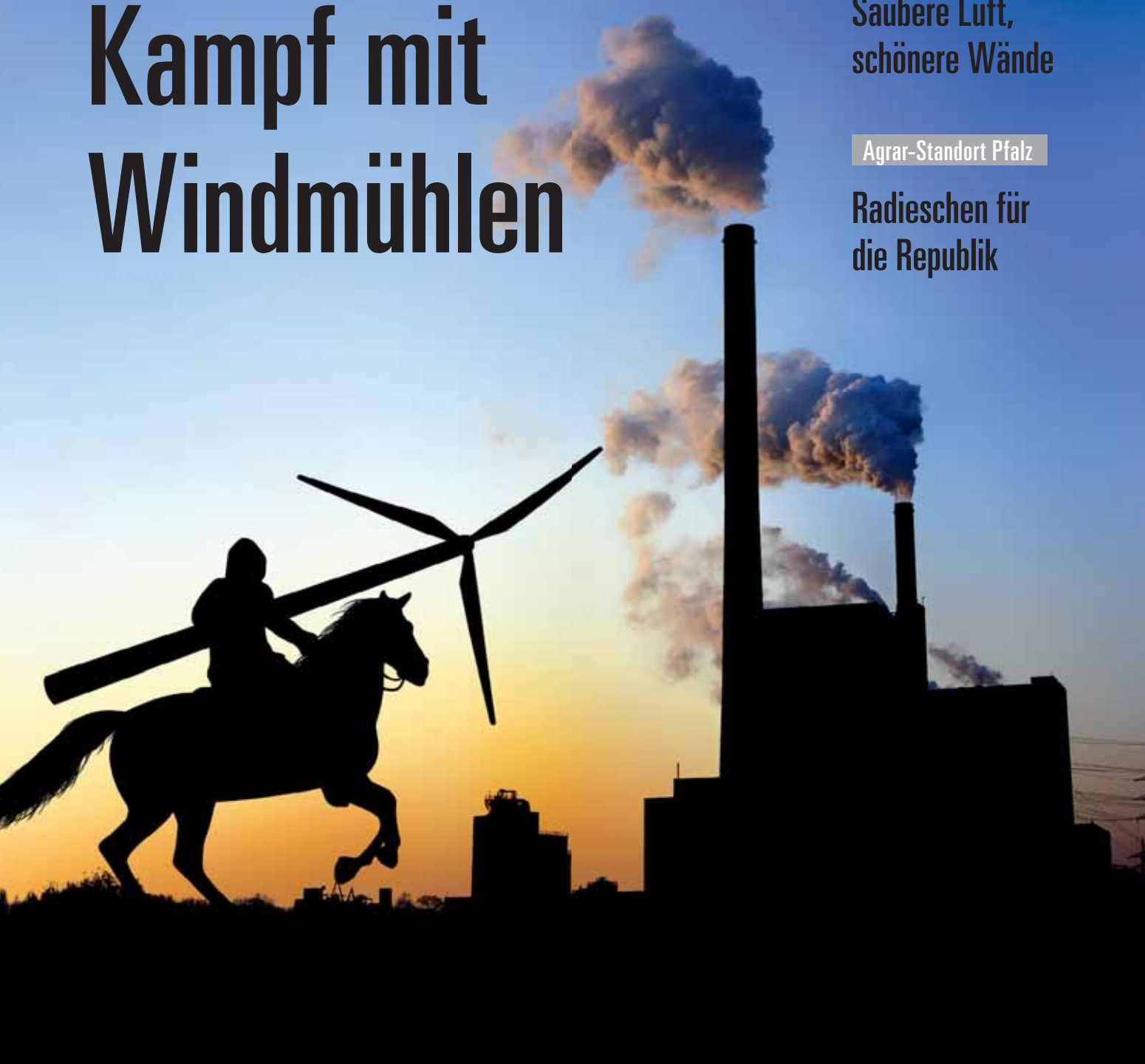
Kampf mit Windmühlen

Das Wohlfühl-Büro

Saubere Luft,
schönere Wände

Agrar-Standort Pfalz

Radieschen für
die Republik



V

*Vorsicht Abgeltungsteuer.
Wir retten Ihre Gewinne.*



Die Abgeltungsteuer kommt. Kommen Sie ihr zuvor!

Die Abgeltungsteuer kommt: ab 2009 auf alle Einkünfte aus Kapitalvermögen. Ob das eine gute oder schlechte Nachricht ist, ob es für Sie Handlungsbedarf gibt oder nicht, hängt ganz davon ab, wie Sie Ihr Vermögen strukturiert haben. Dazu beraten wir Sie gerne in jeder von unseren 42 Filialen in der Region. Am besten gleich.

Mehr unter www.vrbank.de oder Telefon 0621 1282-0

Wir für hier.

**VR Bank
Rhein-Neckar eG**



Guten Appetit!

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

Der Sommer will sich dieses Jahr scheinbar nicht so richtig einstellen. Heiße Luft gibt es trotzdem genug – zumindest im übertragenen Sinn: Die Diskussion um den Bau eines weiteren Blocks beim Großkraftwerk Mannheim (GKM) hat spät begonnen, dafür wird sie jetzt um so intensiver geführt. Wir haben einen GKM-Anteilseigner als Befürworter und einen Gegner an einen Tisch gebeten. Verfolgen Sie ab Seite 62 eine Diskussion mit teils überraschenden Argumenten und Einsichten.

Dem Klima geschuldet ist auch unser Bericht ab Seite 24: Econo hat den Agrarstandort Pfalz unter die Lupe genommen. Die Pflälzer Landwirte leiden unter dem kalten Frühling. Er hat ihnen die ertragsstärksten Ernten verhagelt. Lesen Sie, wie Erzeuger durch geschicktes Marketing neue Einkom-

mensquellen erschließen und sich vom Großhandel unabhängig machen. Als Dessert servieren wir Ihnen Feigen in allen Variationen. Wussten Sie, dass in der Pfalz 50 000 Feigenbäume stehen? Noch spannender als diese Zahl ist die komplizierte Vermarktung der Früchte. Denn sie werden nicht gleichzeitig reif. Außerdem verderben sie nach der Ernte sehr schnell.

Appetit geweckt? Viel mit Gemüse hat auch unser Standortporträt über Bobenheim-Roxheim zu tun. In jeder Hinsicht: Für „Junges Gemüse“ tut die Stadtverwaltung viel, um Familien am Ort zu halten und in die Gemeinde zu locken. Und richtiges Gemüse wird bei einem der größten Arbeitgeber am Ort – die Frosta AG – zu Tiefkühlkost verarbeitet.

Um eine ganz andere Verarbeitung von Lebensmitteln geht es in unserem Bericht über CropEnergy ab Seite 30. Die Südzucker-Tochter produziert Bio-Ethanol aus Weizen und Zuckerrüben.

Wenn Sie sich in Ihrem Büro umsehen: Was sehen Sie da? Einen Wandkalender vom Hauslieferanten? Ein in die Jahre gekommenes Foto des Firmengebäudes? Es geht auch anders. In unserem Spezial über Büroeinrichtung ab Seite 48 stellen wir eine Agentur vor, die Kunstwerke an Unternehmen verleiht.

Wir wünschen bei all dem und allem anderen im Heft: Viel Vergnügen!

Herzlichst,
Ihre Econo-Redaktion



Die Econo-Redaktion (von links): Matthias Schmitt, Kristian Kloob und Stegan Wagner (verantwortlich).

Bild: Wiegand



62 Debatte um Kohle ▲▲

Nachrichten

- 6 **Walldorf.** Die neue SAP-Mittelstandssoftware sorgt bei Aktionären für Unbehagen
- 8 **Mannheim.** Iclear gewinnt die WestLB als Partner für ihre Abrechnungs-Software
- 8 **Speyer.** Prologis baut einen neuen Logistikpark
- 10 **Mannheim.** „Kyrill“ zerzaust der Mannheimer AG die Jahresbilanz
- 12 **Rhein-Neckar.** Die Region stemmt sich gegen die Konjunkturschwäche
- 14 **Heidelberg.** Heildruck ist zufrieden mit der Drupa
- 16 **Mannheim.** Roche will Ausbildungslücken schließen
- 16 **Ludwigshafen.** Die Ansiedlung Vögeles ist genehmigt
- 16 **Mannheim.** Bilfinger Berger geht zwei Public Private Partnerships ein
- 18 **Heidelberg.** Das Historische Kongresshaus Stadthalle tritt dem HCCE-Verband bei
- 20 **Rhein-Neckar.** Die Volksbank Weinheim und die H + G Bank planen zu fusionieren
- 20 **Mannheim.** Die VR Bank Rhein-Neckar zieht Bilanz
- 22 **Mosbach.** Der Badsanierer Renodom gewinnt seinen fünften Franchisenehmer
- 23 **Rhein-Neckar.** Die Zahl der High-Tech-Gründungen steigt wieder an

Unternehmen & Märkte

- 24 **Landwirtschaft I.** Der Gemüse- und Obstgarten Pfalz
- 26 **Landwirtschaft II.** Vom Tabak zum Kräuterezüchter
- 28 **Landwirtschaft III.** Direktvermarkter setzen auf Qualität
- 30 **Südzucker I.** Die Folgen der Zuckermarkt-Reform
- 32 **Südzucker II.** Ampelkoalition für klare Kennzeichnung
- 34 **Bauindustrie.** Bilfinger Bergrers nigerianische Tochter
- 36 **Internet.** Webalytics – Die Firma mit der Google-Lizenz
- 38 **Handwerk.** Hörgeräte für Führungskräfte

3 Editorial

47 Impressum

80 Index

82 Der Schreibtisch von...

Menschen

- 40 **Klaus Hekking.** Der Former des heutigen SRH-Konzern
- 42 **Bischof Wiesemann.** Der eilige Bote Gottes
- 44 **Janine Scheckenbach.** Die Managerflüsterin
- 46 **Menschen des Monats**



24 Agrarstandort Pfalz ▲



48 Office Equipment ▲▲

Management

- 48 **Office Equipment I.** Schöne-re Büros – Die Agentur „Frei-raum“ macht es möglich
- 51 **Office Equipment II.** Rauch-freie Büros – Raucherkabi-nen schützen das Klima
- 53 **Office Equipment III.** Ruß-freie Büros – Filter an Dru-ckern und Kopierern helfen
- 54 **Marketing I.** Werbebriefe stechen Massenmailings aus
- 56 **Marketing II.** Nicht alle Emp-fänger sind einverstanden
- 58 **Marketing III.** So geht's
- 59 **Preise & Wettbewerbe**
- 60 **De Jure**

Politik & Gesellschaft

- 62 **GKM-Ausbau I.** Daniel Ban-nasch und Werner Dub im Streitgespräch
- 69 **GKM-Ausbau II.** Die Entschei-dung: Rückblick und Ausblick
- 70 **Öffentliche Vergabe I.** Die Metropolregion strebt eine einheitliche Regelung an
- 73 **Öffentliche Vergabe II.** Datenbanken im Netz
- 74 **Standortportrait.** Bobenheim-Roxheim wirbt vor allem mit niedrigen Gewerbesteuern
- 78 **Lifestyle**
- 79 **Bildung & Wissenschaft**

Partner gesucht?

FREYLER Industriebau,
Stahlbau und Fassaden –
Sie werden uns lieben.



Für die meisten Kunden ist das erste Projekt mit uns der Beginn einer wundervollen Freundschaft. Dass wir viele von ihnen sogar auf dem gesamten Weg vom Marktteilnehmer zum Marktführer begleiten durften, sagt bestimmt mehr über unser Verständnis von Partnerschaft als 1000 Worte. FREYLER ist, wenn sich Bauen anders anfühlt – und zu einzigartigen Mehrwerten führt.

Industriebau | Stahlbau | Metallbau

info@freyler.de | www.freyler.de

FREYLER
Menschen bauen für Menschen

Strategiewechsel bei Duscholux

SCHRIESHEIM. Duscholux plant nach einem Bericht des Mannheimer Morgen eine Neuausrichtung. Der seit Anfang Mai amtierende Geschäftsführer Dieter Preissing will den Hersteller von Duschkabinen und Wannen als „ganzheitliche Badmarke“ etablieren. Ein entsprechendes Konzept solle bis 2009 entwickelt werden. Gleichzeitig kritisiert die IG Metall einen schleichenden Stellenabbau bei der Duscholux GmbH, eine von mehreren Gesellschaften der Gruppe.

ECE betreibt Rathaus-Center weiter

LUDWIGSHAFEN. Der Hamburger Projektentwickler und Einkaufszentren-Betreiber ECE wird das Ludwigshafener Rathaus-Center bis mindestens 2013 betreiben. Einen entsprechenden Fünf-Jahres-Vertrag hat das Unternehmen unterschrieben. ECE wird auch die Rhein-Galerie betreiben, die auf dem Zollhofhafen-Areal entstehen soll. Im Juni haben die Bauarbeiten für das neue Einkaufszentrum begonnen.

Bauhaus sponsert Stadtmarketing

MANNHEIM. Die Baumarktkette Bauhaus ist dem Kreis der Sponsoren der Stadtmarketing Mannheim GmbH beigetreten. Damit unterstützen jetzt 14 private Gesellschafter und 13 Sponsoren die Marketingaktivitäten für die Quartarstadt. Die Stadtmarketing Mannheim GmbH wurde im Dezember 2001 im Rahmen einer „Public Private Partnership“ gegründet. Die GmbH wird zu 51 Prozent von Mannheimer Unternehmen und zu 49 Prozent von der Stadt Mannheim getragen.

Sektellerei streicht 48 Arbeitsplätze

WACHENHEIM. Die Sektellerei Schloss Wachenheim wird in diesem Jahr 68 Arbeitsplätze abbauen, 48 davon in der Pfalz. Zwar stieg der Umsatz des Unternehmens in den ersten drei Quartalen des laufenden Geschäftsjahres um 9,8 Prozent auf 236,6 Millionen Euro, der Gewinn sank jedoch im gleichen Zeitraum um neun Prozent auf 11,1 Millionen Euro.

Flügelahme Aktie

Die SAP-Aktionäre hatten an ihren Papieren im letzten Jahr wenig Freude. Für Verunsicherung sorgte die neue Mittelstands-Software

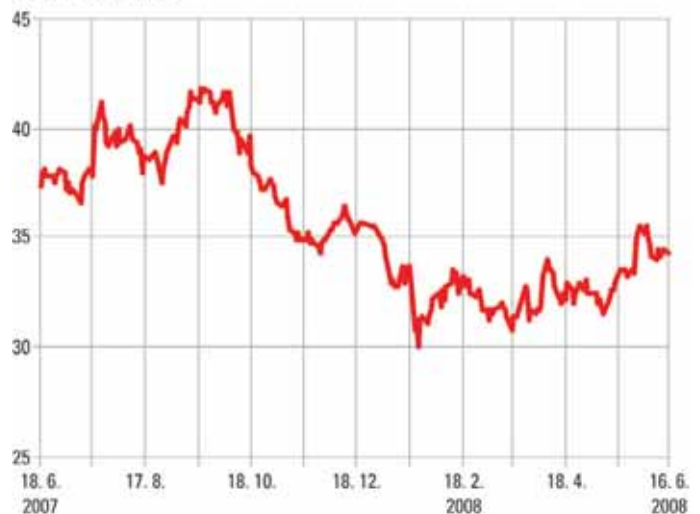
WALLDORF. „Die Akustik ist jedenfalls gut.“ Diese Feststellung des Aufsichtsratsvorsitzenden Hasso Plattner zu Beginn der SAP-Hauptversammlung klang fast erleichtert. Auch sonst hat die SAP-Arena ihren Test als Veranstaltungsort für das jährliche Aktionärstreffen bestanden. Die Stimmung unter den 4000 Anteilseignern war aber ungeachtet der guten Organisation eher kühl.

Besonders der Aktienkurs ließ keine Freude aufkommen: Bei fast 40 Euro Anfang 2007 gestartet, landete das Papier Ende des Jahres bei rund 35 Euro. Vorstandssprecher Hennig Kagermann dazu: „Sie können mit diesem Kursverlauf nicht zufrieden sein. Und wir sind es auch nicht.“ Ein Trost für die Aktionäre war das nicht. Jella Benner-Heinacher von der Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz bezeichnete die Aktie als „am Boden“ liegend und fragte den Vorstand: „Wird SAP flügelahm?“ Sie wie die anderen Aktionärsvertreter kritisierten vor allem zwei Dinge: Die aus ihrer Sicht zu teure

Übernahme des französischen Software-Unternehmens Business Objects und die Verzögerung bei der Markteinführung der Mittelstandssoftware „Business-by-Design“. Business Objects wurde im letzten Jahr für fast fünf Milliarden

Euro übernommen. Das Unternehmen bietet sogenannte Business Objects und die Verzögerung bei der Markteinführung der Mittelstandssoftware „Business-by-Design“. Business Objects wurde im letzten Jahr für fast fünf Milliarden

SAP-Kurs Juni 2007 bis Juni 2008
XETRA-Schlusskurse



Quelle: Deutsche Börse Frankfurt

Grafik: grafiks Kai Segelker

MANN + HUMMEL

Industriefiltergeschäft knackt 200-Millionen-Euro-Marke

SPEYER. Der am Standort Speyer angesiedelte Geschäftsbereich Industriefilter von Mann + Hummel erreichte 2007 einen weltweiten Umsatz von 222 Millionen Euro und hat damit erstmals die 200-Millionen-Euro-Marke geknackt (Vorjahr: 194 Mio. €).

Der Geschäftsbereich Industriefilter wächst in absoluten Zahlen am stärksten in Europa, prozentual betrachtet sind Asien und Nordamerika die größten Wachstumsmärkte. Das starke Wachstum hat sich auch auf die Mitarbeiterzahl des Unternehmens ausgewirkt, das in Speyer aktuell rund 700 Beschäf-



Das neue Bürogebäude am Standort

Speyer:

Bild: Mann + Hummel

tigten Arbeit bietet. Auch Büroflächen wurden in den letzten Jahren knapp. Daher hat Mann + Hummel im Mai ein neues Bürogebäude bezogen, das 80 Mitarbeitern Platz bietet.

Mann + Hummel mit Konzernsitz in Ludwigsburg ist Entwicklungspartner und Serienlieferant der Automobil- und Maschinenbauindustrie. Produkte sind unter anderem Filtersysteme, Filterelemente und Saugsysteme. 2007 erwirtschafteten weltweit 11 500 Mitarbeiter an 41 Standorten einen Umsatz von 1,75 Milliarden Euro.

Matthias Schmitt



SAP in der SAP-Arena: Die Multifunktionshalle hat ihre Premiere als Ort der Hauptversammlung bestanden.

Bild: ri

diesem Bereich für angemessen: Business Objects erzielte 2007 mit 46 000 Kunden einen Umsatz von 1,5 Milliarden Euro. Der mit Kagermann gleichberechtigte Vorstandssprecher Leo Apotheker wies in diesem Zusammenhang darauf hin, dass die Übernahme von Business Objects das Produktportfolio deutlich erweitert habe.

Von den angestrebten Kosteneinsparungen von 300 Millionen Euro jährlich seien im laufenden Jahr bereits mehr als die Hälfte realisiert. Schwieriger zu erläutern waren die Verzögerungen bei der Markteinführung von „Business-by-Design“. Zielgruppe dieser Software sind Unternehmen mit 100 bis

500 Mitarbeitern, die keine eigene IT-Abteilung besitzen. Die Software wird nicht erworben, sondern über das Internet gemietet. Als Gründe für die Verzögerung gelten hohe Kosten und technische Probleme.

Kagermann machte den Aktionären Hoffnung: Der Mittelstand biete noch großes Potenzial, ein vergleichbares Produkt gebe es noch nicht. Wettbewerbsnachteile entstünden durch die Verzögerung also nicht. Für die Aktionäre hat die Sache auch ihr Gutes: Die eingesparten Investitionen sollen im laufenden Jahr die operative Marge erhöhen. Diese lag im letzten Jahr bei fast 27 Prozent, das Konzernergebnis bei 1,9 Milliarden Euro. Zur

Ausschüttung kamen davon bei einer Dividende von 50 Cent rund ein Drittel. Ein weiterer wichtiger Beschluss der Hauptversammlung: Bis zu 120 Millionen eigener Aktien kann die SAP im Laufe der nächsten 18 Monate erwerben. Sollte das den Aktienkurs beflügeln, stimmt auf der kommenden Hauptversammlung vielleicht nicht nur die Akustik, sondern auch die Stimmung.

Matthias Schmitt

2007 in Zahlen (US-GAAP)

Betriebsergebnis: 2,7 Mrd. α (+6%)
Operative Marge: 26,7% (-0,7 PP)
Konzernergebnis: 1,9 Mrd. α (+3%)
Ergebnis pro Aktie: 1,60 α (+5%)

IHK RHEIN-NECKAR

Umfragen: Jede fünfte Lehrstelle bleibt unbesetzt

MANNHEIM. Knapp 21 Prozent der Ausbildungsplätze bei Betrieben im Bezirk der IHK Rhein-Neckar blieben im vergangenen Jahr unbesetzt. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage der Kammer, an der sich 141 Ausbildungsbetriebe aus Industrie, Handel und Dienstleistung beteiligt haben.

„Wenn diese Quote nicht geringer wird“, so IHK-Präsident Dr. Gerhard Vogel, „wird auch die steigende Ausbildungsbereitschaft der Betriebe nicht verhindern können, dass viele Jugendliche keine Lehrstelle finden.“ Vogel warnt davor, der Mangel an geeigneten Bewer-

bern könne auch die Ausbildungsbereitschaft der Unternehmen ausbremsen. In diesem Jahr wollen 29 Prozent der Unternehmen mehr Ausbildungsplätze anbieten als im Vorjahr; nur 20 Prozent planen ihr Angebot zu verringern.

Den Umfrageergebnissen zufolge gaben knapp zwei Drittel der Betriebe die fehlende Eignung der Jugendlichen als wichtigstes Ausbildungshemmnis an (65 Prozent). Weitere genannte Ausbildungsbarrieren: Auszubildende sind zu viel in der Berufsschule (15 Prozent), Auszubildende könnten nicht übernommen werden (13 Prozent) sowie

unsichere wirtschaftliche Perspektiven (13 Prozent).

Die Betriebe vermissen bei den Bewerbern besonders mündliches und schriftliches Ausdrucksvermögen sowie elementare Rechenfähigkeiten. Nicht selten hapere es auch an Leistungsbereitschaft und Motivation, Disziplin, Umfangsformen und Belastbarkeit. Mit Interesse und Aufgeschlossenheit der Bewerber hätten die Unternehmen dagegen weniger Probleme. Angesichts dieses Befunds fordert die Wirtschaft vor allem eine bessere schulische Vorbildung der Bewerber.

Kristian Klooß

230 Mitarbeiter haben neuen Job

LUDWIGSHAFEN. 230 der einst 280 Beschäftigten des insolventen Stahlbauers Alois Lauer in Ludwigshafen haben eine neue Stelle. Das berichtet die Tageszeitung „Die Rheinpfalz“. Für die verbliebenen 50 Mitarbeiter wurde ein Sozialplan abgeschlossen. Die Immobilie des Unternehmens in der Industriestraße steht danach weiter zum Verkauf. Es gebe bereits erste Interessenten, so das Blatt.

Deere kauft Bewässerungstechnik

MANNHEIM. Der US-amerikanische Landmaschinenhersteller John Deere ist durch mehrere Übernahmen zum weltweit drittgrößten Anbieter von Bewässerungstechnik aufgestiegen. Nachdem der Konzern Ende Mai das im kalifornischen San Diego ansässige Unternehmen T-Systems International Inc. übernommen hat, folgte im Juni die israelische Plastro Irrigation Systems Ltd. Die Plastro Irrigation Systems ist ein führender Anbieter von Bewässerungstechnik. Die beiden jüngst übernommenen Unternehmen werden künftig unter dem Dach der John Deere Water Technologies mit Sitz in San Marcos, Kalifornien, firmieren. Die Kosten der Übernahme nannte der Konzern nicht.

Fuchs Petrolub künftig im MDax

MANNHEIM. Der Schmierstoffanbieter Fuchs Petrolub steigt in den MDAX auf. Das Unternehmen ersetzt dort die Papiere der Starnberger Beteiligungsgesellschaft Arques Industries. Arques wird im Gegenzug für Fuchs Petrolub in den SDAX wechseln. Die Herausnahme erfolge aufgrund einer Verschlechterung von Umsatz und Marktkapitalisierung, so die Deutschen Börse.

Teures Heidelberg

HEIDELBERG. Heidelberg ist nach Angaben der Landesbausparkassen ein teures Pflaster. Mit 480 000 Euro für ein gebrauchtes Einfamilienhaus liegt die Stadt deutschlandweit nur noch hinter München (650 000) und Konstanz (500 000). Städte wie Stuttgart oder Düsseldorf (beide 450 000) können da nicht mithalten.

Werner übernimmt Buslinien

BENSHEIM. Die Firma Werner Reisen hat die Ausschreibung des Verkehrsverbundes Rhein-Neckar GmbH für die Buslinien 641 bis 644 und den bisherigen Schülerverkehr unter der neuen Linie 645 gewonnen. Wirksam wurde der Vertrag zum 15. Juni. Die Laufzeit beträgt acht Jahre. Die Werner GmbH ist eine Tochter der Essener Abellio-Gruppe, die für den öffentlichen Personennahverkehr Bus- und Bahndienstleistungen anbietet.

Betriebsrat protestiert

MANNHEIM. Der Betriebsrat der Roche Diagnostics GmbH wehrt sich gegen das Aus der chemischen Produktion. 2000 Mitarbeiter hätten sich nach Angaben der Arbeitnehmervertreter an einer Unterschriftenaktion gegen die Schließung beteiligt. Das Unternehmen hat Anfang Mai mitgeteilt, die Chemieproduktion am Standort Mannheim bis 2011 zu beenden.

Hornbach plant fünf neue Standorte

NEUSTADT. Die Hornbach Holding hat ihren Umsatz im vergangenen Geschäftsjahr (März 2007 bis Februar 2008) erhöht. Die Erlöse der Aktiengesellschaft stiegen um 2,9 Prozent auf 2,62 Milliarden Euro. Die Baumarktsparte trug mit 2,47 Mrd. Euro (plus 3,2 Prozent) den größten Anteil zum Wachstum bei. Das kräftige Wachstum im Ausland (plus 11,6 Prozent) hat dabei den leichten Umsatzrückgang (minus 1,5 Prozent) im Inland kompensiert. Für das laufende Geschäftsjahr plant Hornbach die Eröffnung fünf neuer Standorte.

Schuh-Stadt Mannheim

MANNHEIM. Die Quadratestadt zählt nach einer Untersuchung des Beratungsunternehmens Kemper's Jones Lang Lasalle Retail zu den Städten mit der höchsten Dichte an Schuhgeschäften. In der Quadratestadt kommen auf 1000 Einwohner 6,19 Schuhgeschäfte. Noch mehr Schuhwerk gibtes nur in Würzburg (6,69) und Aachen (6,21). Im Durchschnitt bieten die 25 untersuchten Einzelhandelsstandorte den Konsumenten rund 3,5 Schuhgeschäfte je 1000 Einwohner.

David mit Goliath

Der Internet-Abrechnungsanbieter Iclear kooperiert mit der WestLB. Das soll den Vertrieb stärken und die Internationalisierung erleichtern

MANNHEIM. Der neue Partner der WestLB sitzt im 1. Obergeschoss eines Altbaus in den Mannheimer M-Quadraten. Von dort aus betreibt die Iclear GmbH mit sechs festen und sieben freien Mitarbeitern ihr Online-Abrechnungssystem. „Wir arbeiten treuhänderisch, das bedeutet für Käufer und Verkäufer einfaches, sicheres und transparentes Bezahlen im Internet“, sagt

Iclear-Geschäftsführer Michael Sittek. Voraussetzung ist, dass sich die Käufer bei Iclear mit persönlichen Daten registriert haben. Anschließend können die Nutzer bei allen Online-Shops einkaufen, die das Iclear-System als Bezahlvariante anbieten. Iclear sichert beide Seiten ab: Es prüft zum einen den Zahlungsvorgang. Sobald Iclear eine Bestätigung der Transaktion

vorliegt, informiert das Unternehmen den entsprechenden Händler. Der liefert nun die Ware aus. Der Händler erhält sein Geld nach Ablauf der Widerrufsfrist von zwei Wochen. „Dieses Verfahren holt den Online-Kauf aus der Anonymität. Wir als Treuhänder kennen den Kunden und den Händler“, resümiert Sittek das Verfahren. Sollte es Probleme mit einem Kunden oder Händler geben, kann Iclear entsprechend gegen wirken.

Zur Zeit bieten rund 3000 Online-Shops ihren Kunden an, über Iclear zu zahlen. Die Palette reicht von der Apotheke über die Zoohandlung bis zum Möbelhändler. Die Chancen sind vielversprechend: Der Online-Handel in Deutschland ist laut Branchenverband Bitkom der größte in Europa. Für das laufende Jahr prognostiziert der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels einen E-Commerce-Umsatz von 20 Milliarden Euro, zehn Prozent mehr als im Vorjahr. Um an diesem Wachstum teilzuhaben, möchte Iclear sowohl mehr Händler im Hei-



Iclear-Geschäftsführer Michael Sittek.

Bild: Neu

PROLOGIS

In Speyer entsteht ein neuer Logistik-Park

SPEYER. Der Logistikzentren-Betreiber ProLogis hat in Speyer ein 26-Hektar-Grundstück erworben. Das Unternehmen plant, dieses Grundstück in den kommenden drei bis vier Jahren in einen Logistikpark zu verwandeln. Entstehen sollen auf einer Fläche von rund 140 000 Quadratmetern Lagerlogistikhallen.

Der Speyerer Standort ist nach Unternehmensangaben für Logistikdienstleister konzipiert und ermöglicht nach bisherigem Stand der Planung auch eine Speditionsumschlaganlage mit mehr als 60 Toren. Die Konzeption sieht weiterhin eine Aufteilung der Anlage in

Einheiten von 5000 Quadratmetern vor. Diese werden für Kontrakt-Logistiker zur Verfügung stehen.

Der Standort eigne sich nach Aussage von ProLogis sehr gut für den Versandhandel, da in dem Park bereits das DHL-Regionalzentrum angesiedelt sei. Die erworbenen 26 Hektar sind laut Unternehmen die einzige große zusammenhängende Fläche in der Metropolregion Rhein-Neckar, die über eine Industriegebiet-Ausweisung und die Möglichkeit zur wirtschaftlichen Ansiedlung von Logistikdienstleistern verfügt.

Der Standort ist direkt an den Hafen von Speyer angebunden und

verfügt über die Möglichkeit eines Gleisanschlusses. Direkt in der Nachbarschaft des Flughafens Speyer ist dieser Standort auch über die B39 an die A61 angebunden.

ProLogis ist nach eigenen Angaben weltweit der führende Anbieter von Logistikzentren. Derzeit besitzt, verwaltet und erschließt das Unternehmen über 48 Millionen Quadratmeter Gewerbeflächen in über 121 Ländern in Nordamerika, Asien und Europa. Zu den Kunden gehören Hersteller, Handelsketten, Transportunternehmen und firmenexterne Logistikdienstleister.

Matthias Schmitt



Die WestLB in Düsseldorf ist Sparkassenzentralbank und damit Bindeglied zu den internationalen Finanzmärkten für die Sparkassen des Landes. Bild: WestLB

matmarkt gewinnen als auch im Ausland expandieren. Bisher ist Iclear nur im deutschsprachigen Raum aktiv.

Die neuen Wachstumsmärkte liegen in Mittel- und Osteuropa. Das Wachstum im Kernmarkt möchte Iclear durch die Kooperation mit der WestLB verstärken. Die Düsseldorfer Großbank vertreibt

das Bezahlsystem zukünftig an die eigenen Unternehmenskunden. Als Sparkassenzentralbank für Nordrhein-Westfalen und Brandenburg bringt die WestLB außerdem ihre Erfahrung im internationalen Zahlungsverkehr in die Kooperation ein. Hintergrund für den Einstieg der WestLB in den Bereich Online-Bezahlsysteme dürfte auch die

HAFENBETRIEBE

Umschlagsstärkster Hafen

LUDWIGSHAFEN. Der umschlagstärkste Hafen des Bundeslandes Rheinland-Pfalz war mit über sieben Millionen Tonnen Umschlag der Ludwigshafener. Es folgen Andernach mit rund 2,8 Millionen Tonnen und Mainz mit knapp 2,5 Millionen Tonnen. Insgesamt wurden in den rheinland-pfälzischen Binnenhäfen im vergangenen Jahr 0,4 Prozent mehr Güter umgeschlagen als 2006. Der gesamte Güterumschlag lag nach Angaben des Statistischen Landesamtes in Bad Ems bei 25,2 Millionen Tonnen. Vor allem der Versand gewinne seit Jahren an Bedeutung. Seit 1998 stieg die Menge der abgehenden Güter um 36,4 Prozent.

Kristian Kloob

IHK PFALZ

Mehr Ausbildungsplätze

PFALZ. Zum 31. Mai 2008 haben die Mitgliedsunternehmen der IHK Pfalz im Vergleich zum Vorjahr sechs Prozent mehr neue Ausbildungsverträge abgeschlossen. Insgesamt haben zu diesem Zeitpunkt 2427 Jugendliche ihren Ausbildungsplatz sicher; dies sind 140 mehr als am 31. Mai 2007. Damit setzt sich laut IHK der positive Trend am Ausbildungsmarkt fort. Die Ergebnisse in den einzelnen Arbeitsamtsbezirken: Pirmasens verzeichnet im Vergleich zum Vorjahr den größten Zuwachs mit 15,4 Prozent. Im Arbeitsamtsbezirk Kaiserslautern beträgt das Plus 6,2 Prozent, in Landau 5 Prozent und in Ludwigshafen 4,9 Prozent.

Kristian Kloob

neue Konkurrenz aus dem Internet sein: Die Ebay-Tochter Paypal hat im vergangenen Jahr eine Banklizenz für Europa erhalten. Der Bezahlsystem-Anbieter kann nun im angestammten Terrain der Banken wildern.

Die WestLB dreht durch die Zusammenarbeit mit Iclear nun den Spieß um. Steffen Kowalski, WestLB-Bereichsvorstand Transaction Services: „Gemeinsam mit Iclear wollen wir die Entwicklung des Online-Payments vorantreiben und dieses Potenzial ausschöpfen.“ Michael Sittek sieht in der Kooperation mit der WestLB eine „wichtige Weichenstellung“. „Für uns als Treuhänder ist die Zusammenarbeit mit einer namhaften Bank wie der WestLB von zentraler Bedeutung.“ Dass die Großbank durch die Subprime-Krise in Mitleidenschaft gezogen wurde, nimmt er gelassen. Der Geschäftsbereich Zahlungsabwicklung sei weder von der Krise direkt betroffen, noch stünden in deren Folge Restrukturierungen an. **Matthias Schmitt**

Firmen mit Online-Verkauf

Dänemark:	35 %
Niederlande	28 %
Norwegen:	25 %
Schweden:	23 %
Irland:	23 %
Großbritannien:	19 %
Deutschland:	19 %

Quelle: BITKOM, Zahlen für 2005

UNI-RANKING

Erfolgreiche Hochschulen

RHEIN-NECKAR. Die Universitäten Heidelberg und Mannheim haben im jüngsten Universitätsranking der Verlagsgruppe Handelsblatt Spitzenplätze belegt. Die Heidelberger Ruprecht-Karls-Universität erreichte in den Rechtswissenschaften mit 20,3 Prozent der Stimmen den ersten Platz. 57,8 Prozent der Befragten wählten Mannheim im Fachbereich Betriebswirtschaftslehre auf Rang 1 – zum siebten Mal in Folge. Ebenfalls sehr gut abgeschnitten haben die Volkswirtschaftslehre und die Wirtschaftsinformatik. An der von WirtschaftsWoche, Junge Karriere und Handelsblatt durchgeführten Studie beteiligten sich mehr als 5000 Personalmanager. **Kristian Kloob**

Großmarkt plant Fusion

MAXDORF-LAMBSHEIM. Der Obst- und Gemüsegroßmarkt Maxdorf-Lambsheim hat im vergangenen Jahr weitere Mitglieder verloren. Dies hat zu einem Umsatzrückgang um 2,8 Millionen Euro auf jetzt 19,8 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr geführt. Der Entwicklung will das Unternehmen jetzt mit einer Fusion entgegenreten. Der Obst- und Gemüsemarkt wird künftig mit der Vitfrisch Gemüse-Vertrieb GmbH und eG aus Neckarulum zusammenarbeiten. Das im Kreis Heilbronn ansässige Unternehmen soll künftig die Maxdorfer Produkte bevorzugt vermarkten.

Mannheim im Mittelfeld

MANNHEIM. Die Quadratestadt hat bei einem Ranking des Hamburgischen Weltwirtschaftsinstituts den 13. Rang belegt. In dem Ranking erfasst das HWWI anhand von 16 Kriterien die wirtschaftlichen Zukunftsaussichten von 30 Großstädten. Auf den ersten Plätzen stehen Frankfurt, München und Stuttgart. Schlusslichter sind Gelsenkirchen, Wuppertal und Chemnitz.

Freudenberg baut neu

WEINHEIM. Am Rande des Weinheimer Technologieparks entsteht ein neues Gebäude. Die Freudenberg Process Seals, Spezialist für Dichtungen in der Verfahrenstechnik, hat mit dem Bau eines neuen Geschäftsgebäudes mit Bürotrakt und Lager begonnen. Rund vier Millionen Euro investiert Freudenberg in den Neubau, der voraussichtlich Ende des Jahres bezogen werden kann.

Real-Markt verlässt Walzmühle

LUDWIGSHAFEN. Die Real-Kette will ihren Supermarkt im Ludwigshafener Walzmühl-Center abgeben. Bis Ende 2009 soll nun ein Betreiber gefunden werden, der den Markt weiterführt und die Stellen der rund 70 Mitarbeiter sichert. Sieben der insgesamt 30 Geschäftsflächen stehen derzeit leer. Die zur Metro-Gruppe gehörende Einkaufskette plant, bundesweit bis zu 40 Standorte wegen Unwirtschaftlichkeit zu schließen.

Regionen zu Gast bei SRH

HEIDELBERG. Die SRH Holding und das European Media Laboratory waren eine Station der vom baden-württembergischen Wirtschaftsministerium veranstalteten „Toptour“. Mit ihr möchte das Land Kreativität und Innovationen fördern. Dazu lud das Ministerium 25 Entscheidungsträger aus Regionen in Belgien, Italien, USA, Kanada, Frankreich und Spanien zu einem Austausch ein.

Azubi-Fonds eingerichtet

MANNHEIM. Ein neuer Azubi-fonds soll das Ausbildungsangebot in Mannheim verbessern. Gegründet wurde er von der Stadt Mannheim, der Agentur für Arbeit, der IHK Rhein-Neckar sowie der Handwerkskammer. Ansprechen soll der Azubifonds 2008 vor allem kleine und mittelständische Betriebe mit Sitz in Mannheim. Betriebe erhalten auf Antrag eine einmalige Förderung in Höhe von 2000 Euro. Insgesamt stehen bis zu 240 000 Euro an Fördermitteln zur Verfügung.

Stadtwerke scheitern mit Klage

DEIDESHEIM. Das Landgericht Mainz hat eine Klage der Deidesheimer Stadtwerke zurückgewiesen, bei der es um die Eigentumsrechte am Gasnetz der Gemeinden Niederkirchen und Ruppertsberg (Kreis Bad Dürkheim) ging. Seit 2007 liegt die Konzession für den Betrieb der Gasnetze bei den Stadtwerken. Eigentümerin der Versorgungsleitungen ist aber noch weiterhin die Thüga AG.

Erfolgreiche Bewerbung

RHEIN-NECKAR. Die Metropolregion Rhein-Neckar ist eine von 20 Gewinnern der ersten Runde im Wettbewerb „Gesundheitsregionen der Zukunft“. Mit diesem Wettbewerb will das Bundesministerium für Bildung und Forschung die medizinische Forschung, Entwicklung und Gesundheitsversorgung einer Region besser vernetzen. Der Wettbewerb ist mit insgesamt 40 Millionen Euro ausgestattet. Die ausgewählten Gesundheitsregionen erhalten für die kommenden neun Monate jeweils bis zu 100 000 Euro, um ihre Konzepte auszuarbeiten.

Stürmische Zeiten

Die Mannheimer AG hat für 2007 schwache Zahlen vorgelegt. Die Aktionäre sind besorgt

MANNHEIM. Rund hundert Aktionäre fanden sich jetzt zur Hauptversammlung der Mannheimer AG im Rosengarten ein. Vierhundert Plätze im Mozartsaal blieben leer. Diejenigen, die gekommen waren, wollten vom Vorstandsvorsitzenden Helmut Posch vor allem Antworten auf die Frage haben, warum die Aktie des Konzerns sich seit mehr als zwei Jahren kaum vom Fleck bewegt.

„Ich kann Ihnen heute zum Geschäftsjahr 2007 einen Bericht geben, der die kontinuierliche Weiter-

entwicklung des Mannheimer Konzerns zum Ausdruck bringt“, sagte Posch zu Beginn seiner Rede. Gleichzeitig räumte er ein, dass „nicht kompensierbare Sondereinflüsse“ und „neue gesetzliche Rahmenbedingungen“ zu einem geringeren Konzernergebnis geführt hätten als 2006. So erzielte die Holding 2007 einen Jahresüberschuss von zwei Millionen Euro, nach 5,1 Millionen Euro im Jahr zuvor.

Vor allem die Umsetzung der EU-Vermittlerrichtlinie hätten den Aufwand bei Vertragsabschlüssen mit



SYGNIS PHARMA AG

Sygnis übernimmt US-Pharma-Unternehmen

HEIDELBERG. Die Sygnis Pharma AG hat die Amnestix Inc. gekauft. Das biopharmazeutische Unternehmen mit Sitz im kalifornischen Burlingame ist laut Sygnis ein Pionier in der Erforschung von Erkrankungen des zentralen Nervensystems (ZNS).

Mit der Akquisition von Amnestix erhält Sygnis nach eigenen Angaben Zugang zu einer Vielzahl von ZNS-Forschungsprojekten, die im renommierten Translational Genomics Research Institute in Phoenix, Arizona, durchgeführt werden.

Den Kaufpreis für Amnestix in Höhe von vier Millionen Euro zahlt Sygnis mit Barmitteln und durch die Ausgabe von Aktien. Amnestix wurde 2006 mit dem Ziel gegründet, neuartige Wirkstoffe und Diagnoseverfahren zu entwickeln, die die Gedächtnisleistung verbessern sollen. Dem Unternehmen sei es gelungen, neue Eigenschaften von Protein-Kinase-Hemmern zur Behandlung von ZNS-Erkrankungen wie etwa Demenz zu identifizieren. Sygnis will die Entwicklung dieser Wirkstoffe zur Behandlung alters-

bedingter Gedächtnisstörungen, der Alzheimer-Krankheit oder anderer neurologischer Erkrankungen weiter vorantreiben.

Dr. Alfred Bach, Vorstandsvorsitzender von Sygnis, sagte: „Die Zusammenarbeit mit den Gründern von Amnestix verschafft uns Zugang zu einem exzellenten Netzwerk von ZNS-Experten in den USA. Dadurch werden unsere Fähigkeiten gestärkt, innovative Produkte für ZNS-Erkrankungen zu entwickeln und zu vermarkten.“

Matthias Schmitt

Kunden erheblich erhöht. „Wir mussten alle Geschäftsunterlagen überarbeiten, mehrere tausend Seiten von Druckstücken und Formularen anpassen, sämtliche Versicherungsbedingungen neu fassen“, sagte Posch. Das habe das Unternehmen einen Millionenbetrag gekostet. Darüber hinaus habe der Jahrhundertsturm Kyrill die geplante Schadensquote durcheinandergewirbelt.

Bezug nehmend auf die laufenden Gerichtsverfahren nach der Insolvenz des Bargeldtransport-Unternehmens Heros, das von den Mannheimern versichert worden war, ging Posch ebenfalls ein. „In der überwiegenden Zahl der Verfahren, die bisher erstinstanzlich und teils rechtskräftig entschieden worden sind, haben wir vollständig gewonnen.“

Besorgt äußerten sich hingegen einige der anwesenden Kleinaktio-

näre – zumal der Großaktionär der Mannheimer AG, der österreichische Versicherungskonzern Uniqua in den vergangenen Jahren mehr als 91 Prozent der Mannheimer-Aktien aufgekauft hat. „Bei 95 Prozent wäre ein Squeeze-out möglich“, warnte ein Aktionär. Ein anderer bezeichnete den Gewinn der Mannheimer AG in Anbetracht des Umsatzes von rund 300 Millionen Euro als „einen Witz“.

Posch hingegen rechnet nach der Umstrukturierung des Konzerns hin zu einer Aufbauorganisation mit vier Bereichen und durch ein neues Arbeitszeitmodell mit steigenden Renditen. Wachsen will er mit neuen Marken. „Im laufenden Jahr erwarten wir bei der Mannheimer Versicherung AG wieder ein über dem Marktdurchschnitt liegendes Beitragswachstum.“

Kristian Kloof



WEIDENHAMMER PACKAGING GROUP

Verpackungsspezialist will auch 2008 wachsen

HOCKENHEIM. Weidenhammer bleibt auf Wachstumskurs: Das Unternehmen erzielte 2007 einen Gesamtumsatz von 167 Millionen Euro. Im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 27 Millionen Euro und das stärkste Umsatzwachstum in der bisherigen Firmengeschichte. „Der Cash-Flow liegt bei knapp elf Prozent vom Umsatz und erreicht damit die Größe, die wir benötigen, um unsere Leistungskraft für unsere Kunden zu erhalten – gerade wenn es um künftige Investitionen in bestehende und neue Standorte wie

auch Produktinnovationen geht“, sagte Geschäftsführer Ralf Weidenhammer. Alle Bereiche des Unternehmens trugen zum Erfolg bei.

Mit Investitionen in Höhe von 21 Millionen Euro hat Weidenhammer im vergangenen Jahr seinen Ausbau und die Erneuerung bestehender Standorte in Deutschland und Europa fortgesetzt. Alle deutschen sowie der Großteil der internationalen Weidenhammer-Werke seien nach den internationalen Richtlinien des British Retail Consortiums und des Institute of Packaging

für Qualitäts- und Hygienemanagement zertifiziert.

Auch für 2008 rechnet die Gruppe mit einem Umsatzplus im zweistelligen Bereich und will bis Jahresende ein Gesamtergebnis von 184 Millionen Euro erreichen. „Die ersten fünf Monate bestätigen unsere Planungen“, so Weidenhammer. Nicht rund läuft es in den USA. Gründe hierfür seien laut Unternehmen die nachlassende Konjunktur und die Zurückhaltung der amerikanischen Verbraucher bei Konsumgütern. *Matthias Schmitt*

Pfenning lässt Standorte zertifizieren

VIERNHEIM. Die Pfenning Transport GmbH, ein Unternehmen der Viernheimer Pfenning Logistics Group, hat zwei Niederlassungen nach dem International Food Standard (IFS logistics) zertifizieren lassen. Den Standorten Nürnberg und Seevetal bescheinigte der TÜV Süd die Anforderungen in der Produktkategorie „Transport und Lagerung von Lebensmitteln (verpackt/gekühlt)“ auf dem Higher Level zu 97 Prozent zu erfüllen. An beiden Standorten betreibt Pfenning eine Cross-Docking-Plattform für trockene, temperaturempfindliche Lebensmittel.

Stelcon investiert in Stammwerk

GERMERSHEIM. Die BTE Stelcon Deutschland GmbH, ein Hersteller von Betonprodukten, will in sein größtes Werk in Germersheim in diesem Jahr 3,5 Millionen Euro investieren. In Germersheim befindet sich auch der Sitz der Hauptverwaltung der Gesellschaft. Der Umsatz des Werks Germersheim soll in diesem Jahr auf 18 Millionen Euro steigen, deutschlandweit werden 21 Millionen Euro angepeilt.

Zwei Design Awards für Suzuki

BENSHEIM. Suzuki hat für sein Handschuhfach-Buch den IF Communication Design Award in der Kategorie Print Media Unternehmenskommunikation gewonnen. Das Buch liegt in jedem neuen Suzuki und stellt das Unternehmen vor. Ein weiterer IF communication design award ging in der Kategorie print media Image an das neue dreibändige Suzuki Markenbuch, das die Anwendung des Corporate Designs vermittelt.

Gastronomie büßt Umsatz ein

PFALZ. Bei 40 Prozent der pfälzischen Gastronomie-Betriebe ist seit Inkrafttreten des Nichtraucherschutzgesetzes der Umsatz um bis zu zehn Prozent zurückgegangen. Bei jedem zweiten Betrieb sind die Umsätze konstant geblieben und bei acht Prozent haben sie sich um bis zu zehn Prozent erhöht. Dies sind die Ergebnisse einer Umfrage der IHK Pfalz unter 150 Betrieben.

Vollzeitkräfte verdienen 40 000 Euro

BAD EMS. Nach Angaben des Statistischen Landesamtes verdienen Vollzeitkräfte in Rheinland-Pfalz im vergangenen Jahr durchschnittlich 39 633 Euro brutto. Dieser Wert gilt für das produzierende Gewerbe und den Dienstleistungsbereich. Die Bruttojahresverdienste vollzeitbeschäftigter Frauen beliefen sich auf durchschnittlich 32 816 Euro und erreichten somit rund 78 Prozent des Verdienstniveaus der männlichen Kollegen, das bei 42 163 Euro lag.

Starke Südwestindustrie

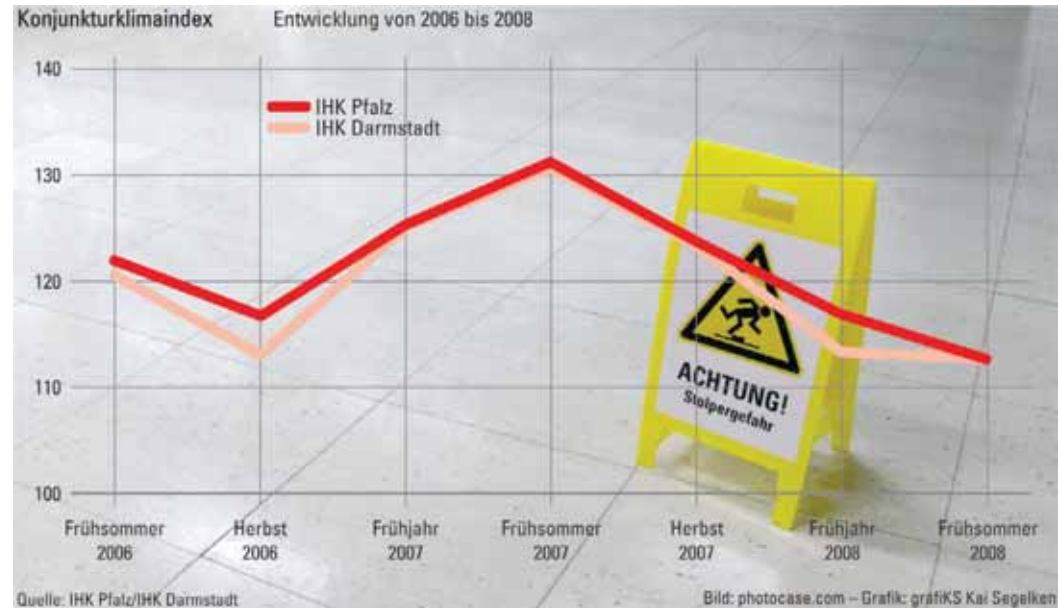
STUTTGART. Nach Feststellung des Statistischen Landesamtes nahm das Produktionsvolumen der Südwestindustrie im April im Vergleich zum Vorjahresmonat preisbereinigt um 18 Prozent zu. Der kräftige Produktionsanstieg resultierte in erster Linie aus einem Zuwachs bei den Herstellern von Vorleistungsgütern (23 Prozent). Aber auch die Investitionsgüterproduzenten konnten ihren Produktionsausstoß mit einem Plus von 19,5 Prozent stark ausweiten. Dagegen fiel das Wachstum bei den Herstellern von Konsumgütern wesentlich geringer aus (7 Prozent).

Fulminanter Umsatzanstieg

WIESBADEN. Begünstigt durch einen Kalendereffekt verbuchte die hessische Industrie im April einen kräftigen Umsatzanstieg. Weiterhin positiv entwickelte sich auch die Beschäftigung. Nach Angaben des Statistischen Landesamtes lagen die Umsätze der hessischen Industrie im April dieses Jahres mit 8,7 Milliarden Euro um 21 Prozent höher als vor einem Jahr.

Unternehmen schaffen neue Jobs

STUTTGART. Trotz gestiegener Konjunkturrisiken stellen die Unternehmen weiter ein. Das ergab eine Umfrage des Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertages. Ein Viertel der Betriebe will demnach in den kommenden zwölf Monaten neue Stellen schaffen. Dies sind zwei Prozentpunkte weniger als zu Jahresbeginn. Ihre Belegschaft verringern wollen 13 Prozent der Firmen.



Kommt die Konjunktur ins Straucheln?

Deutschlandweit verliert die Wirtschaft an Fahrt. Die Region ist weniger stark betroffen

RHEIN-NECKAR. Das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim hat festgestellt, dass sich die Konjunkturerwartungen für Deutschland eintrüben: Im Juni sind die Ausichten deutlich um 11 Punkte gefallen und liegen nun bei minus 52,4 Punkten nach minus 41,4 Punkten im Vormonat. Damit liegen sie weiterhin unter ihrem historischen Mittelwert von 29,2 Punkten.

Das ZEW führt diesen Rückgang auf wiederholt rückläufige Auftragseingänge, die anhaltend hohen Preissteigerungen für Energie und Nahrungsmittel sowie sich verschlechternde Kreditkonditionen für Unternehmen und die erwarteten Zinserhöhungen der EZB zurück.

Das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) schätzt das Wachstum der Wirtschaftsleistung im zweiten Quartal auf moderate 0,2 Prozent. Das DIW spricht in diesem Zusammenhang von einer

„Normalisierung“ nach einem sehr kräftigen Jahresbeginn.

Parallel haben die Industrie- und Handelskammern (IHKs) Pfalz und Darmstadt Rhein-Main-Neckar ihre Konjunkturberichte für den Fröhsommer vorgelegt. Beide Kammern gehen nach wie vor von einer anhaltend guten Konjunktur aus. Der Konjunkturklima-Index beider Kammern steht aktuell bei jeweils 114. Das bedeutet im Vergleich zum Jahresbeginn einen Rückgang von 0,9 Punkten bei der IHK Darmstadt und bei der IHK Pfalz einen Rückgang von vier Punkten.

Der Index berücksichtigt die Kriterien Geschäftslage und Geschäftserwartungen. Der Mittelwert 100 ist dann erreicht, wenn alle Unternehmen beide Indikatoren mit „befriedigend“ bewerten. Bei jedem Wert über 100 stehen die Weichen daher auf Wachstum.

„Unsere Unternehmen blicken optimistisch in die Zukunft. Im hes-

senweiten Vergleich haben wir sogar deutlich die Nase vorn“, sagt Dr. Uwe Vetterlein, Hauptgeschäftsführer der IHK Darmstadt.

Die Südhessen können sich auch über einen anhaltenden Beschäftigungsaufbau freuen. Für das Gesamtjahr rechnet Vetterlein mit 5000 neuen sozialversicherungspflichtigen Stellen. Bei den Mitgliedsunternehmen der IHK Pfalz hat sich der Anteil derer, die mehr Personal einstellen wollen, von 14 auf 17 Prozent leicht erhöht.

Sorgenkind der IHK Pfalz ist der Handel. Er bleibt von den günstigen Entwicklungen der anderen Branchen weitestgehend abgekoppelt. Dies betrifft vor allen Dingen den Einzelhandel, der unter hohen Lebensmittel- und Energiepreisen leidet. Der Großhandel dagegen profitiert von der guten Lage seiner gewerblichen und industriellen Kunden. Anders bei der IHK Darmstadt: Dort hat auch der Einzelhandel „seine Talsohle durchschritten“. Grund sei die langsam in Fahrt kommende Binnenkonjunktur.

Matthias Schmitt

BASF SE

Bauchemie-Sparte will indische Nachfrage mit neuem Werk stillen

LUDWIGSHAFEN. Um der kräftig steigenden Nachfrage nach Betonzusatzstoffen in Indien nachzukommen, hat die BASF eine neue Produktionsanlage im ostindischen Kalkutta eröffnet.

Kalkutta ist bereits der vierte Produktionsstandort für Bauchemikalien der BASF in Indien. Mit Produktionsanlagen in Mumbai, Bangalore und Nalagarh bedient die BASF bereits die Nachfrage nach Bauchemikalien im Süden des Landes sowie in Zentralindien. Die sogenannten Betonadditive sorgen dafür, dass die Qualität des Betons während des Transports erhalten bleibt und der Beton an der Baustelle aufgrund seiner Fließfähigkeit leichter verarbeitet werden kann. Darüber hinaus erhöhen Additive die Festigkeit des Betons und damit die Lebensdauer von Bauwerken.

„Die Eröffnung unserer Anlage in Kalkutta ist ein Meilenstein für den Ausbau unseres Geschäfts in Ostindien“, sagte Prasad Chandran, Vorsitzender der BASF-Gruppe in Indien und Leiter Südasiens. „Mit unserer lokalen Produktion sind wir nahe bei unseren Kunden in den indischen Regionen“, sagt Himanshu Kapadia, Leiter des BASF-Unternehmensbereichs Construction Chemicals in Indien. Damit profitiere das Unternehmen von der stark wachsenden Nachfrage in Indien.

Die Bauchemie der BASF produziert seit 1997 Betonadditive an ihren Standorten in Indien. Das Bauchemie-Geschäft der BASF in Indien wächst seit fünf Jahren mit einer durchschnittlichen Rate von 45 Prozent pro Jahr. Dazu trägt im Wesentlichen der öffentliche Bausektor mit Projekten zum Ausbau der Infrastruktur bei. *Kristian Kloor*

DAIMLER AG

Daimler stellt Forschungszentrum für Lastkraftwagen fertig

WÖRTH. Rund 80 Millionen Euro hat die Daimler AG in den vergangenen drei Jahren in den Ausbau des Standorts Wörth am Rhein gesteckt. 35 Millionen Euro flossen in die jetzt fertig gestellte zweite Baustufe mit Einfahrbahn, Gebäude und Infrastruktur.

Dieser zweite Bauabschnitt des neuen Entwicklungs- und Versuchszentrums (EZV) wurde jetzt im Beisein des rheinland-pfälzischen Ministerpräsidenten Kurt Beck und des Bürgermeisters der Stadt Wörth, Harald Seiter, eröffnet. Schon im Frühjahr 2007 hatte das Unternehmen den ersten Bauabschnitt in Betrieb genommen.

„Bei Daimler Trucks ist Vernetzung das Zauberwort“, sagte Andreas Renschler, im Vorstand der Daimler AG verantwortlich für Daimler Trucks. Das gelte nicht nur für die verschiedenen Produkte des

Konzerns, sondern auch für den Verbund aus Entwicklung und Produktion. „Das EVZ sei ein hochpräzises Messinstrument, das in direkter Nachbarschaft zur Produktion steht.“ Nur so bekämen die Daimler-Kunden am Ende ein Produkt, das den Stern auch verdient“, so Andreas Renschler weiter.

Das EVZ besteht aus drei Elementen: Die innere Fläche enthält zahlreiche Schlechtwegstrecken mit 14 verschiedenen Fahrbahnprofilen. Die äußeren Fahrbahnen, also die Einfahrbahn mit Neigungswinkeln bis zu 49 Prozent, dienen der Funktionserprobung wie zum Beispiel Bremsentests. Der dritte Teil des EVZ besteht aus einer Werkstatt- und einem Bürogebäude. Insgesamt sind in dem Entwicklungs- und Versuchszentrum rund 300 Mitarbeiter beschäftigt.

Kristian Kloor

econo
Die starken Seiten der Wirtschaft

Sie möchten in econo werben?
Unser Verkaufsteam berät Sie kompetent.

econo Rhein-Neckar GmbH
Dudenstr. 12-26
68167 Mannheim

Peter Schwalbach

Telefon 0621 392-2867
Telefax 0621 392-2890
Mobil 0173-399 68 86
E-Mail pschwalbach@econo-rn.de

Jeannine Feuerabend

Telefon 0621 392-2868
Telefax 0621 392-2890
Mobil 0173-399 68 87
E-Mail jfeuerabend@econo-rn.de

Andreas Rullmann

Telefon 0621 392-2865
Telefax 0621 392-2890
Mobil 0173-399 68 85
E-Mail arullmann@econo-rn.de



HEIDELBERG / RHEIN-NECKAR

Peter Schwalbach



LUDWIGSHAFEN / PFALZ

Jeannine Feuerabend



MANNHEIM

Andreas Rullmann

Spatenstich für „Rhein-Galerie“

LUDWIGSHAFEN. Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse machte Mitte Juni den ersten Spatenstich: Am Ludwigshafener Rheinufer haben die Bauarbeiten für das 220 Millionen Euro teure Projekt „Rhein-Galerie“ begonnen. Auf dem Gelände des ehemaligen Zollhofhafens erstellt das Hamburger Unternehmen ECE bis Herbst 2010 ein neues Innenstadtquartier, inklusive eines Einkaufszentrums mit einer Verkaufsfläche von 30 000 Quadratmetern und einer 25 000 Quadratmeter großen Promenade am Fluss. Die historische Werfthalle bleibt erhalten und wird saniert. Im Zuge eines zweiten Bauabschnittes ist ein Hotel mit bis zu 180 Zimmern vorgesehen. „Die Rhein-Galerie stellt einen Impuls für die gesamte Innenstadt dar und wird dazu beitragen, Kaufkraft zurückzugewinnen“, sagte Lohse. ECE entwickelt, baut und betreibt Einkaufszentren, Verkehrsmobilien, Logistikzentren und Firmenzentralen. In Ludwigshafen ist ECE bereits für das Rathaus-Center verantwortlich.

Drupa lässt Heidelberg auf gutes Jahr hoffen

2008 ist ein schwieriges Jahr für die Druckbranche. Dementsprechend hoch waren die Erwartungen an die wichtigste Leitmesse

DÜSSELDORF. Das klingt eigentlich viel versprechend: Die Organisatoren der Drupa 2008, der weltgrößten und wichtigsten Messe für die Druck- und Medienindustrie in Düsseldorf, sprechen von einer Branchenstimmung, wie sie besser nicht sein könnte.

Im Abschlussbericht der Messe heißt es, dass ein „unglaubliches Investitionsklima durch Düsseldorfs Messehallen wehte“ und die

Erwartungen der Aussteller bei weitem übertroffen wurden.

Die Heidelberger Druckmaschinen AG steht der Einschätzung vorsichtiger gegenüber. Insgesamt seien Kaufabschlüsse im Wert von mehr als zehn Milliarden Euro getätigt worden. Dies sei „ermutigend“. Laut Abschlussbericht sollen Kunden aus 85 Ländern mehr als 2500 Bestellungen für Produkte und Lösungen des Marktführers beim Off-

setdruck unterschrieben haben. Doch inwieweit das gezeigte Kaufinteresse auf der Drupa im Ergebnis zu echten Aufträgen und damit Umsatz führt, zeigt sich erst bei der Veröffentlichung der Quartalszahlen im August. „Unsere Erwartungen wurden jedoch bisher erfüllt“, so Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. Erfreut ist die Unternehmensspitze über den hohen Anteil ausländischer Besucher (65 Prozent).

2008 ist trotz Drupa kein einfaches Jahr für das Heidelberger Unternehmen. Im Geschäftsbericht für das vierte Quartal korrigierte das Unternehmen seine ursprünglichen Prognosen. Die Konjunktur-

econo
Die starken Seiten der Wirtschaft

Die econo Rhein-Neckar GmbH ist ein junges, schnell wachsendes Medienunternehmen. Hier wird monatlich das gleichnamige Wirtschaftsmagazin econo produziert und publiziert. Das Verbreitungsgebiet umfasst momentan 110.000 Unternehmen und erstreckt sich über 18 Stadt- und Landkreise. Neben international agierenden Konzernen zeichnet sich die Region durch eine Vielzahl mittelständischer Unternehmen mit hoher Innovationskraft aus.

Zur Verstärkung unseres Anzeigen-Verkaufsteams suchen wir

Freie Handelsvertreter (m/w)

für die Landkreise Main-Tauber/Neckar-Odenwald
sowie Landau/Südliche Weinstraße/Germersheim

Ihnen liegt das Verkaufen im Blut, Sie kennen die Unternehmen in der Region, sind konzeptions- und kontaktstark und arbeiten zielgerichtet?

Dann sind Sie bei uns richtig! Sie erwarten ein gutes Produkt, ein eingespieltes Team und eine gute leistungsorientierte Unternehmenskultur.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen
Bewerbungsunterlagen

per E-Mail an: bernhard.klumpp@econo-rn.de

per Post an: econo Rhein-Neckar GmbH
Bernhard Klumpp
Dudenstraße 12-26
68167 Mannheim





Drupa-Messeauftritt: Auf mehr als 7800 Quadratmetern präsentierte Heidelberg die Umsetzung unterschiedlicher Druckaufträge. Bild: Heidelberg

krise auf dem US-Markt und der hohe Euro-Kurs verteuern die Druckmaschinen außerhalb Europas und lassen die Seiten der Auftragsbücher fast leer. Die Kunden haben

sich aufgrund der unsicheren Situation mit ihren Investitionen bisher zurück gehalten. Das mache sich, laut Prognose aus dem dritten Quartal, beim Auftragsbestand

deutlich bemerkbar. Heidelberger Druck hat für die Branchenmesse in Düsseldorf einen hohen Aufwand betrieben: Messestand-Design, mediale Präsentation der Bogenoffsetdruckmaschine Speedmaster XL 162 im Zehnfarbdruck und automatisch wechselnden Druckplatten, Kunden-Events sowie die gesamte Kommunikation über das Motto „HEI Performance - HEI Value“ folgten einer Marketingstrategie, die nach der Messe international präsentiert wird. Auf 7800 Quadratmetern – Heidelberg mietet traditionell zwei Hallen an – präsentierte Heidelberg die gesamte Bandbreite: von der Vorstufe über den Druck bis hin zur Weiterverarbeitung.

Einen großen Raum nahm auch das Thema Umweltschutz ein. Heidelberg hat zur Drupa erstmals einen internationalen Umweltpreis für nachhaltiges Drucken im Bogenoffset ausgeschrieben. Der Preis wird vergeben für besonders nachhaltigen Umgang mit Ressourcen und Energie.

Sabine Skibowski

KSB profitiert von Großaufträgen

FRANKENTHAL. Mitte Juni präsentierte sich die KSB AG ihren Aktionären auf der Hauptversammlung. Der Konzernumsatz belief sich im vergangenen Jahr auf 1,77 Milliarden Euro. Das Ergebnis vor Steuern stieg um 43 Prozent auf 129 Millionen Euro. Für 2008 stellt ein gut gefülltes Auftragsbuch ein weiteres Wachstum in Aussicht: Wie Vorstandsprecher Dr. Wolfgang Schmitt auf der Hauptversammlung mitteilte, hat KSB seinen Auftragszugang in den ersten fünf Monaten dieses Jahres gegenüber dem Vorjahreszeitraum zweistellig erhöht. Zu dem Plus von 10,9 Prozent haben in erster Linie Großaufträge aus der Wasserwirtschaft sowie das Industrie-geschäft beigetragen. Aber auch aus dem Kraftwerksbau, der Abwasserwirtschaft und der Gebäudetechnik hat KSB mehr Aufträge erhalten als im Vorjahr. Dem für 2010 anvisierten Umsatzziel von 1,9 Milliarden Euro werde man bereits im laufenden Jahr „sehr nahe kommen“, sagte Vorstandsprecher Schmitt.

Marketing | Kommunikation | Public Relations | Public Events | Corporate Publishing **FAKTUM**

KRAFT

Wer überzeugen will, muss alle Sinne ansprechen.
Die Kraft der Marke verlangt mehr als Kommunikation
von der Stange. Damit kraftvolle Botschaften nachhaltig
verstanden werden.

Prominent baut Werk aus

HEIDELBERG. Die Prominent Dosiertechnik GmbH plant, den Geschäftsbereich Prozessdosierpumpen auszubauen. Das Unternehmen will zu diesem Zweck bis Anfang 2009 einen dreigeschossigen Neubau mit einer Nutzfläche von 5500 Quadratmetern bauen. In dem Gebäude sollen Prozesspumpen für höchste Drücke und Dosiermengen gefertigt werden.

Drei Cluster ausgezeichnet

DARMSTADT. Drei von der IHK Darmstadt initiierte Cluster haben beim ersten Clusterwettbewerb des Landes Hessen eine Auszeichnung erhalten. Die Branchen-Netzwerke „IT4work“ und „Automotive-Cluster Rhein Main Neckar“ sowie die „Automatisierungsregion Rhein Main Neckar“ haben damit die erste Hürde für eine finanzielle Unterstützung übersprungen. Insgesamt stehen dem Land Hessen 12,5 Millionen Euro zur Förderung wirtschaftlicher Netzwerke zur Verfügung. Die prämierten Cluster müssen nun konkrete Anträge stellen. Die Initiierungsförderung würde maximal 25 000 Euro betragen.

Wechsel bei Porsche-Zentrum

MANNHEIM. Das Porsche-Zentrum Mannheim hat einen neuen Besitzer. Die Wiesbadener Penske Automotive Europe GmbH hat das Sportwagenzentrum von der Porsche Deutschland GmbH gekauft. Seit dem 1. Juli firmiert das Porsche-Zentrum Mannheim nun unter dem Namen Penske Sportwagenzentrum GmbH. Es wird weiterhin für den Vertrieb und Service von Porsche-Fahrzeugen im Rhein-Neckar-Raum verantwortlich sein.

Baufirma Obländer ausgezeichnet

MECKESHEIM. Die Bauunternehmung Hermann Obländer hat die 5-Sterne-„Meisterhaft“-Urkunde des deutschen Baugewerbes erhalten. Mit dem Qualitätssiegel zeichnet der Zentralverband des Deutschen Baugewerbes Betriebe aus, die überdurchschnittliche Leistungen in Fortbildung, Qualitätssicherung und Unternehmensführung nachweisen. Die Klassen reichen von drei bis fünf Sternen.

Lücken schließen



Ausbildung: Roche Diagnostics fördert den potenziellen Nachwuchs schon auf der Schulbank und stärkt damit die gesamte Region

MANNHEIM. Am Rechner begeben, im Rechnen schwach: Beim Multiplizieren oder Dividieren stößt die „Generation PC“ häufig schnell an ihre Grenzen. „Die Probleme im mathematischen Bereich haben in

den vergangenen Jahren kontinuierlich zugenommen“, hat Dr. Elke Schwing beobachtet. Die Ausbildungsleiterin der Mannheimer Roche Diagnostics GmbH bescheinigt dem potenziellen Nachwuchs dafür

beachtliche EDV-Kenntnisse und ausgeprägte soziale Kompetenzen wie Teamfähigkeit. Vielfach mangelt es jedoch an der Form der Bewerbung. Wichtig ist, dass sich die Jugendlichen frühzeitig und inten-

VÖGELE

Hersteller von Straßenfertigern wechselt die Rheinseite

RHEIN-NECKAR. Der Ludwigshafener Stadtrat hat die Ansiedlung der Joseph Vögele AG abgesegnet. Die Entscheidung für den Flächen- und Nutzungsplan fiel mit großer Mehrheit. Die Abstimmung gibt dem Hersteller von Straßenbaumaschinen nun grünes Licht für den Wechsel von Mannheim nach Ludwigshafen. Geplant ist der Bau eines rund 75 Millionen Euro teuren Werks in Rheingönheim. Dort sollen rund 1000 Arbeitsplätze entstehen.

„Rheinland-Pfalz erwartet spürbare wirtschaftliche Impulse durch diese Industrieansiedlung“, sagte Wirtschaftsminister Hendrik Hering. Und Ludwigshafens Oberbürgermeisterin Dr. Eva Lohse betonte, es sei „gerade mit Blick auf die Arbeitsplätze ein großer Erfolg für alle Beteiligten, dass es gelungen ist,

die expansionswillige Vögele AG in der Metropolregion Rhein-Neckar zu halten.“

Dem letzten Argument widersprach vor allem die Mannheimer FDP. „Die Unternehmensentscheidung ist tragisch für die Stadt Mannheim und eine Katastrophe für die Idee der Metropolregion“, sagt FDP-Stadtrat Volker Beisel. Auch die Mannheimer Grünen kritisierten die Ansiedlung. Die Führung der Metropolregion Rhein-Neckar habe nach der Misere um die Erweiterung der Wild-Werke nichts dazu gelernt.

Mannheims Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz bedauerte die Entscheidung des Straßenfertiger-Herstellers, den Standort Mannheim zu verlassen. „Wir haben ein äußerst attraktives Grundstück von 27,5 Hektar angeboten, das nahezu

dreimal so groß wie der derzeitige Standort ist“, sagte Kurz. Konditionen, wie sie offensichtlich am jetzt gewählten Standort angeboten werden konnten, seien in Mannheim jedoch nicht darstellbar.

„Die mit dem Neubau der Fabrik einhergehende Investition in Höhe von 70 Millionen Euro ist ein klares Bekenntnis der Wirtgen Group zum Standort Deutschland“, unterstrich Stefan Wirtgen, Aufsichtsratsvorsitzender der Joseph Vögele AG.

Vögele ist eine Tochter der in Windhagen (Rheinland-Pfalz) ansässigen Wirtgen-Group und weltweiter Marktführer für Entwicklung, Produktion und Vertrieb von Straßenfertigern. Das Unternehmen erzielt einen Umsatz von mehr als 300 Millionen Euro im vergangenen Jahr. Die Exportquote liegt bei fast 90 Prozent. *Kristian Kloob*

siv auf das Bewerbungsverfahren vorbereiten, um sich den Weg zum Einstellungstest nicht zu versperren. Einer der Hauptgründe, warum Roche für das im September beginnende neue Ausbildungsjahr im naturwissenschaftlichen und technischen Bereich noch freie Ausbildungsstellen hat. Denn an Kandidaten mangelt es nicht. Für die 100 Plätze, die Roche Jahr für Jahr dem Nachwuchs anbietet, waren 2007 über 3300 Bewerbungen eingegangen. Ein Trend, der schon lange anhält.

Um die Qualität der Bewerbungen zu steigern, ist der Pharmakonzern mittlerweile in die Offensive gegangen und kooperiert mit fast der Hälfte aller Lehrinrichtungen im Raum Mannheim. Die Schulpartnerschaften beinhalten praktische Bewerbungstrainings, Roche informiert Schüler, Lehrkräfte und Eltern auch intensiv über die Anforderungen, die in der modernen Arbeitswelt an den Nachwuchs gestellt werden. Um diesen gerecht zu werden, entwickelt die Ausbildungsabteilung gerade gemeinsam mit verschiedenen Einrichtungen in der Region neue Konzepte zur Förderung der Ausbildungsreife. Vom Coaching der Schüler und auch der Lehrkräfte, für die Roche Fortbil-

ZAHLEN UND FAKTEN

Ausbildung bei Roche

- Die Mannheimer Roche Diagnostics GmbH bildet in **20 kaufmännischen, naturwissenschaftlichen, technischen und IT-Berufen** aus
- Aktuell erlernen mehr als **300 Jugendliche** bei Roche in Mannheim einen Beruf
- Rund zwei Drittel der Auszubildenden erlernen einen **IHK-Beruf**, ein Drittel absolviert einen dualen Studiengang an der **Berufsakademie**
- Alle Auszubildenden erhalten nach erfolgreichem Abschluss eine zunächst auf **ein Jahr begrenzte Übernahme**
- Neben den klassischen Ausbildungsinhalten erhält der Roche-Nachwuchs viele **fachübergreifende Schulungen** (zum Teil in Workshops und Projektwochen)

lungskurse anbietet, profitiert nicht nur der Pharmakonzern selbst, sondern die gesamte Region. „Wir verstehen unser Engagement deshalb auch als Signal an andere Unternehmen, sich intensiver mit dem Thema zu beschäftigen“, erklärt Frank Fillingner, zuständig für die Schulpartnerschaften.

Einige Mannheimer Flaggsschiffe haben den Ball bereits aufgenommen und gehen offensiv auf den potenziellen Nachwuchs zu: Zehn Unternehmen, darunter Roche, MVV, SCA und Daimler, öffnen am

28. September zum dritten Mal anlässlich „Mannheims Nacht der Ausbildung“ von 18 bis 23 Uhr ihre Ausbildungsstätten. Die Unternehmen wollen den Jugendlichen und ihren Eltern so viele Informationen wie möglich an die Hand geben, denn: „Ausbildung lohnt sich.“ *wag*

Internet

www.roche.de/jobs;
www.mannheims-nacht-der-ausbildung.de

BILFINGER BERGER

Bilfinger Berger nimmt dem Staat Arbeit ab

MANNHEIM. Der Konzern Bilfinger Berger ist im Geschäft mit Public-Private-Partnerships auf einem guten Weg. Bei gleich zwei Ausschreibungen kamen die Mannheimer im vergangenen Monat zum Zuge.

So beabsichtigt das Land Niedersachsen ein Konsortium mit dem Ausbau eines Streckenabschnittes der Autobahn A 1 zu beauftragen, an dem die Baukonzerne Bilfinger Berger, John Laing und Johann Bunte beteiligt sind. Die Mannheimer zu 42,5 Prozent beteiligt sind, übernimmt die Finanzierung, Planung und Erweiterung des 73 Kilometer langen und sechsspürigen Teilstücks. Auch den Betrieb über 30 Jahre wird das Konsortium um Bilfinger Berger verantworten. Nach Ablauf der vereinbarten Zeit

wird der Autobahnabschnitt wieder an den Staat zurückgegeben. Die A1 ist nach Angaben des Unternehmens das dritte deutsche Projekt, bei dem die Privatwirtschaft Ausbau und Betrieb eines Autobahnabschnitts übernimmt. Mit einem Investitionsvolumen von 650 Millionen Euro ist es zudem die größte Public-Private-Partnership, die bislang in Deutschland realisiert worden ist.

Auch im Ausland baut Bilfinger Berger das Geschäft mit Public Private Partnerships aus. So erhielt der Konzern jetzt den Zuschlag für ein privatwirtschaftliches Verkehrsprojekt in Ungarn. Dabei wird ein Konsortium, an dem die Mannheimer mit 45 Prozent beteiligt sind, einen voraussichtlich 65 Kilometer langen Schnellstraßenabschnitt

planen, finanzieren, bauen und über einen Zeitraum von 30 Jahren betreiben. Das Investitionsvolumen liegt nach Konzernangaben bei rund 500 Millionen Euro.

Erst kürzlich lud Bilfinger Berger Journalisten nach Kanada ein, wo der Konzern schon seit 2003 Betreiberprojekte umsetzt. So werden zum Beispiel Tunnel oder Brücken im Auftrag der öffentlichen Hand gebaut und anschließend von Bilfinger Berger betrieben. Die Mannheimer erhoffen sich im Zuge der Vorbereitungen auf die Olympischen Spiele 2010 in Vancouver wachsende Umsätze.

Das Unternehmen plant, künftig Finanzinvestoren an seinen Betreiberprojekten zu beteiligen. Zu diesem Zweck werde ein Fonds in Luxemburg gegründet.

Kristian Kloor

Röchling wächst global

MANNHEIM. Die Röchling-Gruppe hat im Geschäftsjahr 2007 ihren Umsatz um 3,7 Prozent auf rund 1,1 Milliarden Euro gesteigert. Bereinigt um die Unternehmensverkäufe lag das Umsatzwachstum bei 15 Prozent. Die Verkäufe haben dazu geführt, dass Röchling sich inzwischen vollständig auf die Verarbeitung von technischen Kunststoffen konzentriert. Als Motor der weltweiten Expansion nannte Geschäftsführer Georg Duffner das gewachsene globale Fertigungsnetz. So vergrößerte die Röchling-Gruppe den Produktionsverbund durch Unternehmen in Cleveland/USA, Orangeville/Kanada und Koprivnice/Tschechien sowie die hundertprozentige Übernahme der ehemaligen chinesischen Joint Ventures an den Standorten Changchun und Suzhou.

TWL schreiben Verluste

LUDWIGSHAFEN. Die Technischen Werke Ludwigshafen (TWL) haben im vergangenen Jahr 1,8 Millionen Euro Verluste geschrieben. Das schwache Ergebnis führt das Unternehmen auf das milde Wetter zu Beginn dieses Jahres und auf steigende Energiebezugskosten zurück. Für dieses Jahr kalkulieren die Technischen Werke Ludwigshafen mit einem Verlust von rund 4,3 Millionen Euro. Der Versorger plant Preiserhöhungen bei Wasser und Gas.

Zeller lädt Müll weiter um

MUTTERSTADT. Die Firma Zeller sucht weiterhin nach einem Verfahren, die Geruchsbelästigung durchs Kompostieren möglichst gering zu halten. Wegen Anwohnerbeschwerden wird der Biomüll, der aus dem Rhein-Pfalz-Kreis sowie Speyer und Ludwigshafen stammt, seit November in Mutterstadt nur noch umgeladen. Die Weiterverarbeitung geschieht hingegen im Kompostierwerk Grünstadt (Kreis Bad Dürkheim) und in einem Betrieb bei Heilbronn. Um die Geruchsbelästigung bei der Verarbeitung der jährlich 80 000 Tonnen Grünabfall zu verringern, hat Zeller jetzt für 320 000 Euro eine Maschine erworben, die für eine bessere Sauerstoffzufuhr für den verrottenden Abfall sorgt.

Gourmetmesse abgesagt

LUDWIGSHAFEN. Die für Ende Oktober in der Ludwigshafener Eberthalle geplante Gourmetmesse „Gaumenfreuden“ findet nicht statt. Gründe für die Absage sind nach Angaben der Veranstalter Hahn & Zwerger eine zu große Termindichte von regionalen wie überregionalen Konkurrenzveranstaltungen. Daher gebe es Probleme, überregionale Aussteller zu gewinnen. Außerdem hätten bisherige regionale Partner wie Schloss Wachenheim oder die Küchenausstatteter EKM und Zintel nur kleine Flächen gebucht.

Entsorger im Rosengarten

MANNHEIM. Die Bundestagung der Deutschen Vereinigung für Wasserwirtschaft, Abwasser und Abfall (DWA) findet am 18. und 19. September 2008 im Congress Center Mannheim statt. Rund 60 Fachaussteller werden auf dieser Messe ihre Dienstleistungen rund um die Entsorgungswirtschaft präsentieren.

Stadthalle tritt Verband bei

Das Kongresshaus Stadthalle Heidelberg hat es in den Verband der historischen Kongresshäuser Europas geschafft. Es ist das 25. Mitglied

HEIDLEBERG. Was Heidelberger lange wussten, wissen jetzt auch offiziell die Europäer. Das historische Kongresshaus Stadthalle Heidelberg (KSH) ist geschichtlich so wertvoll, dass es als 25. Mitglied die Aufnahme in den Verband der Historic Conference Centres of Europe (HCCE) geschafft hat. Diesem Kreis geschichtsträchtiger Kongresshäuser haben sich seit seiner Gründung im Jahr 1996 dreizehn

europäische Staaten angeschlossen.

„Wir sind sicher, dass wir durch unsere Mitgliedschaft neue Impulse in Sachen Marketing bekommen und uns europaweit am Markt positionieren können“, sagt Vera Cornelius, Geschäftsführerin der Heidelberg Marketing GmbH.

Erst Ende Mai hatte die HCCE-Jahrestagung 2008 im Mannheimer Rosengarten – ebenfalls Mitglied

des HCCE – stattgefunden. „Ein besonderer Anreiz für uns ist der interne Austausch mit den Partnern, die, wie wir, historisch renommierete Häuser führen“, so Vera Cornelius.

Das Kongresshaus Stadthalle Heidelberg wurde im Jahr 1903 erbaut. So facettenreich wie die Architektur sind die Nutzungsmöglichkeiten des Gebäudes. Es dient für Seminare, Tagungen, Kongresse, Messe, Galabälle und Ausstellungen. Insgesamt finden sich im KSH 14 Tagungsräume, die bis zu 1250 Gästen Platz bieten.

Das KSH ist das achte Mitglied aus Deutschland, darunter das Kurhaus Wiesbaden, das Kurfürstliche Schloss Mainz sowie das Kongress Palais Kassel. Das m:con Congress Center Rosengarten gehörte 1996 zu den fünf Gründungsmitgliedern der HCCE.

„Der wichtigste unserer Ansätze ist das Streben nach Qualität“, betonte HCCE-Präsident Walter Straub: „Es ist uns gelungen, die HCCE in den vergangenen zwölf Jahren als Marke in Europa zu etablieren.“

ÜBERLEBEN

DAS WUNDER DER ANDEN

Deutschlandpremiere
am 28. November 2008 im
Rosengarten Mannheim

NANDO PARRADO LIVE

Die Motivationsveranstaltung in der Metropolregion Rhein Neckar!

Loyalität, Freundschaft, Durchhaltevermögen, Führung, Motivation, Krisenmanagement, Umgang mit den eigenen Ängsten – dies sind nur einige Schlagworte um die es bei dieser Veranstaltung im Congress Center Rosengarten in Mannheim am 28. November 2008 gehen wird. Bieten Sie Ihrem Unternehmen, Ihren Mitarbeitern, Führungskräften und Kunden einen Abend von außerordentlich emotionaler Qualität!

NANDO PARRADO – einer der besten Redner weltweit!

Überlebender des Flugzeugabsturzes 1972 in den argentinischen Anden. Für tot erklärt und der Urgewalt der Berge ausgeliefert. Der erbarmungslosen Kälte und Hungersnot ausgesetzt und gezwungen das Fleisch der Toten zu essen um zu überleben. Von einer Lawine überrollt und begraben. Gegen alle Chancen einen Weg aus der Hölle gefunden.

Eine wahre Geschichte über den Triumph des Willens, über Mut, Teamwork und Entschlossenheit, ausgetragen auf einem extremen Niveau. Nando Parrado wird über seinen unglaublichen Überlebenskampf berichten, den er in einer der feindlichsten Umgebungen dieser Erde ausgefochten hat, und hierbei die Brücke zu innovativen Strategien für das 21. Jahrhundert schlagen. Sein Vortrag wird audiovisuell begleitet und simultan vom Englischen ins Deutsche übersetzt.

Eine Veranstaltung in der

Weitere Informationen zur Veranstaltung und Ticketkontingente unter Tel.: 06201-39 29 39-0 oder unter www.demi-promotion.de





1903 wurde das Rathaus Heidelberg mit seiner markanten Fassade erbaut. Heute dient es bis zu 1250 Gästen als Ort für Tagungen, Kongresse, Ausstellungen und Gala-Abende.
Bild: Heidelberg Marketing GmbH

Zu dem Verband gehören europaweit so renommierte Kongresszentren wie die Central Hall West-

minster in London, die Hofburg Wien oder der National Congress Palace in St. Petersburg.

Der Verband strebt an, neue Mitglieder künftig vor allem im osteuropäischen Raum zu suchen. „Es ist unser Ziel, dort weitere Prestigehäuser zu gewinnen“, so Straub, der bis 2007 selbst die renommierte Wiener Hofburg in Wien geführt hat.

Zu den Aufgaben der HCCE gehört es, die historischen Kongresshäuser international zu vermarkten und neue Kunden zu gewinnen. Die HCCE-Mitglieder verpflichten sich durch ihren Beitritt zur Einhaltung von Qualitätsmaßstäben in Bezug auf Management und Preispolitik.

„Es geht nicht nur um das Marketing“, so m:con-Chef und HCCE-Vizepräsident Michel Maugé: „Bei den HCCE-Treffen findet auch ein wichtiger Erfahrungsaustausch unter den Kongresszentren statt, der dazu beiträgt, dass jedes einzelne Mitglied besser wird.“

Kristian Kloof

Internet

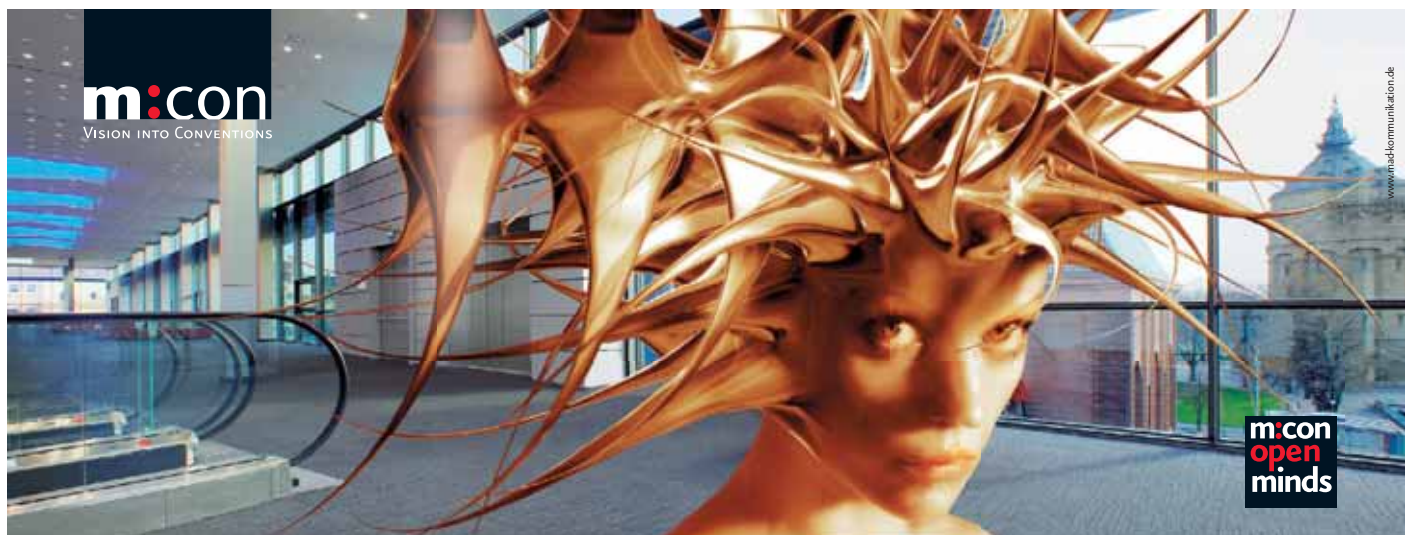
www.heidelberg-conventions.com
www.hcce.com

Unternehmerreise nach Paris

RHEIN-NECKAR. Die Industrie- und Handelskammer Rhein-Neckar organisiert eine Unternehmerreise zur Einkaufszentrale der Casino-Gruppe nach Paris. Angesprochen sind vor allem kleine und mittlere Lebensmittel- und Konsumgüterproduzenten. Die Fahrt findet am 11. und 12. September 2008 statt. Der „Einkäufertag Frankreich“ bietet den Teilnehmern Gelegenheit, vor Ort Einzelgespräche mit den Einkäufern zu führen. Die Teilnahmegebühr beträgt 980 Euro. Anmeldungen werden bis zum 15. Juli von Verena Biechele unter 0621/1709-147 entgegengenommen.

Hotels schlecht bewertet

NÜRNBERG. Der Online-Hotelreservierungsservice hotel.de hat die Gästebewertungen zum Preis-Leistungs-Verhältnis der 3- bis 4-Sterne-Hotels analysiert. Beim Vergleich der deutschen Großstädte ab 250 000 Einwohnern belegen die Mannheimer Hotels den letzten Platz; Spitzenreiter ist Chemnitz.



Ideen säen, Begeisterung ernten

Jetzt neu auf 22.000 qm zwischen Himmel und Erde

Neue Ideen und Visionen bewegen unsere Zeit. Menschen begegnen sich, um Informationen auszutauschen, Zukunftskonzepte zu entwickeln und Visionen zu säen. Wir haben einen Ort geschaffen, an dem Ideen von Menschen auf Menschen treffen, die Zukunft neu gestalten möchten. Wir geben Ihnen den Freiraum dafür: 22.000 qm grenzenlose Möglichkeiten zwischen Himmel und Erde. Willkommen im Rosengarten – Deutschlands neuer Dimension im Kongress- und Veranstaltungsmanagement. Exklusiv in Mannheim. Erleben Sie die neue Dimension des Rosengartens hautnah und in 360° bei einem virtuellen Rundgang unter www.rosengarten-mannheim.de oder rufen Sie uns an: +49 (0)621 4106-123/-125

m:congress center_rosengarten

Ausbau der S-Bahn Rhein-Neckar

RHEIN-NECKAR. Vertreter der Bundesländer Baden-Württemberg, Hessen und Rheinland-Pfalz sowie der Deutschen Bahn AG, des Zweckverbandes Verkehrsverbund Rhein-Neckar (ZRN) und des Verkehrsverbundes Rhein-Neckar GmbH (VRN GmbH) haben einen Kooperationsvertrag für die zweite Ausbaustufe der S-Bahn Rhein-Neckar unterzeichnet. Ziel ist es, bis Ende 2015 über 300 Millionen Euro in das Streckennetz, neue Stationen, den barrierefreien Zugang für mobilitätseingeschränkte Personen und die Elektrifizierung einzelner Streckenabschnitte zu investieren. Die Parteien bereiten mit dem Vertrag den Abschluss der Planungs-, Bau- und Finanzierungsverträge vor. Für die in den kommenden Jahren anstehenden Ausbaumaßnahmen müssen bis Mitte 2009 auch noch mit den kommunalen Gebietskörperschaften Verträge abgeschlossen werden.

Mittelstandsfreundliche Städte

SPEYER/LANDAU. Die kreisfreien Städte Speyer und Landau gehören zu den Siegern des rheinland-pfälzischen Wettbewerbes „Mittelstandsfreundliche Kommunen 2008“. Speyer erhielt die Auszeichnung für besonders wirtschaftsorientiertes Handeln, Landau für die schnellen Genehmigungsverfahren. Beiteiligt haben sich an der fünften Ausschreibung 148 Städte und Kommunen.

Fernwärme für Technologiepark

WEINHEIM. Freudenberg und die Stadtwerke Weinheim haben einen Vertrag über die Lieferung von Fernwärme unterzeichnet. Die Stadtwerke werden künftig den Technologiepark in Weinheim mit Heizwärme versorgen, die das Kraftwerk des benachbarten Unternehmens liefert. Dieses Konzept erspart der Umwelt rund 40 Prozent CO₂-Ausstoß im Vergleich zu einer herkömmlichen Wärmeerzeugung mit Erdgas. Freudenberg liefert die Wärme über eine Rohrleitung in Form von heißem Wasser an eine Übergabestation im Technologiepark. Von dort aus verteilen die Stadtwerke die Fernwärme weiter. Alles in allem investieren die Partner rund eine Million Euro.

Hochzeitspläne unter Genossen

Die Volksbank Weinheim flirtet mit der Heidelberger H+G Bank. Vision ist ein starkes Vierer-Bündnis zwischen Bergstraße und Kurpfalz

WEINHEIM/HEIDELBERG. Die Region wächst zusammen. Die Genossenschaftsbanken auch: Seit Mai denkt die Volksbank Weinheim laut über eine Fusion mit der Heidelberger H+G Bank nach. Durch die Verschmelzung sollen regionale Kräfte gebündelt werden. „Wir stehen in einem engen Dialog“, so Vorstand Wolf-Dietrich Möller.

Möller begründet die Hochzeitsabsichten mit einem gewachsenen Wettbewerbsdruck in der Bankenbranche. Durch die Fusion wollen die Partner ein starkes Nord-Süd-Bündnis schmieden, das sich gegenüber den großen Kreditgenossenschaften in der Metropolregion behaupten kann. Dazu gehören die fusionierte VR Bank Rhein-Neckar (Mannheim und Ludwigshafen) und die Volksbank Kur- und Rheinpfalz, ein Zusammenschluss der Niederlassungen Schwetzingen und

Speyer-Neustadt-Hockenheim. Im Mai wurde durch eine Dreier-Fusion aus den Volksbanken Kreis Bergstraße (Lampertheim), Darmstadt und Bergstraße (Heppenheim) die neue „Volksbank Darmstadt Kreis Bergstraße“ mit einer Bilanzsumme von über zwei Milliarden Euro an den Start geschickt. Nun machen auch die Nachbarn in Weinheim den Weg frei für eine genossenschaftliche Hochzeit. „Die Frage war: Sollen wir alleine bleiben oder Richtung Süden gehen“, sagt Möller.

In der H+G Bank hat er einen kooperationswilligen Partner gefunden. Deren Vorstandsvorsitzender Kurt Müller spricht von vielen Gemeinsamkeiten und einem idealen Kräfteverhältnis. In dem weit verzweigten Filialnetz gebe es keine regionalen Überschneidungen.



Die Vision der Weinheimer reicht über einen Brückenschlag nach Heidelberg hinaus. Erklärtes Ziel der beiden Partner ist eine starke „Bergstraßen-Bank“ mit einem lückenlosen Geschäftsbereich zwischen Bergstraße und Kurpfalz. Für die gewünschte Vierer-Fusion sollen daher auch die Heidelberger Volksbank und die Volksbank Neckar-Bergstraße ins Boot. Wolf-Dietrich Möller spricht von einer zwanglosen Einladung: „Beide Banken wurden in die Gespräche einbezogen. Konkrete Reaktionen

Erstes Ehejahr geglückt

Die VR Bank Rhein-Neckar präsentiert ein gutes Ergebnis. Gewinn: 5,3 Millionen Euro

RHEIN-NECKAR. Die Volks- und Raiffeisenbank Rhein-Neckar hat ein positives erstes Geschäftsjahr bilanziert. Trotz Fusion und struktureller Neuausrichtung spricht Vorstandsvorsitzender Willy Köhler von einem zufriedenstellenden Jahresabschluss. Zwar wurde die Verschmelzung von ei-

nem teilweisen Rückgang der Bestandszahlen begleitet. Mit einer Bilanzsumme von 3,04 Milliarden Euro rangiere die Bank dennoch unter den zehn größten Instituten im bundesweiten Verbund.

Durch die Fusion von Volksbank Rhein-Neckar und VR Bank Ludwigshafen im Oktober 2007 hatte

sich die größte regionale Kreditgenossenschaft als neues Schwergewicht unter den deutschen Volks- und Raiffeisenbanken positioniert.

„Offiziell ist die Fusion im Geschäftsbericht in vollem Umfang als Zuwachs auszuweisen“, sagt Köhler. Das habe aber wenig Aussagekraft. Daher müsse der Jahresabschluss an den addierten Vorjahreswerten der beiden fusionierten Banken gemessen werden, um einen annähernd zutreffenden Vergleich zu erhalten. Aus dieser



Bald Partner? Die H + G Bank (l.) zielt sich noch, während die Volksbank Weinheim um ihre Gunst wirbt. Bilder: H+G, MSc

liegen bisher nicht vor.“ Die Bilanzsumme der vier Banken würde bei rund 2,6 Milliarden Euro liegen.

In der Volksbank Neckar-Bergstraße mit Sitz in Schriesheim reagierte man eher „überrascht“ auf die Offerte aus Weinheim. Auf der Vertreterversammlung Anfang Juni hatte Bankdirektor Thomas Götz betont, dass die Teilnahme an einer Fusion „derzeit nicht geplant“ sei. Sein Vorstandskollege Fidelis Stachniß möchte die Sachlage nicht näher kommentieren: „Zu diesem Thema ist vorerst alles ge-

sagt.“ Die weitere Entwicklung bleibe abzuwarten.

Auch in der Heidelberger Volksbank hält man sich bedeckt. „Wir wollen nichts übers Knie brechen“, betont Wolf-Dietrich Möller, der einen Fusionsstart mit vier Partnern als wünschenswert, aber derzeit für unwahrscheinlich hält. Als juristischer Sitz der Fusionsbank wird Heidelberg gehandelt. Betriebsbedingte Kündigungen seien nicht zu erwarten. Mit einer Entscheidung wird im Spätsommer gerechnet.

Thomas Tritsch

Perspektive sank die Bilanzsumme um 4,6 Prozent.

Die Kreditnachfrage von mittelständischen Unternehmen und Privatkunden zeigte sich weiterhin zurückhaltend. Das Gesamtkreditvolumen ist um 4,1 Prozent auf rund 1,67 Millionen Euro gefallen. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Kundenforderungen um 3,1 Prozent (51 Mio. Euro) rückläufig. Köhler sagte dazu, dass die Bilanzzahlen nicht das vollständige Kundenvolumen

spiegeln, da sich über 14 Prozent der Forderungen und rund 32 Prozent der Kundeneinlagen außerhalb der Bilanz bei verschiedenen Verbundpartnern befänden.

„Trotz vielfältiger Fusionsaufgaben ist es gelungen, den Bankbetrieb kontinuierlich auszubauen“, so der Vorstandsvorsitzende.

Im vergangenen Geschäftsjahr verzeichnete das Unternehmen einen Überschuss in Höhe von 5,3 Millionen Euro. Das Eigenkapital

ZAHLEN & FAKTEN

Banken auf Augenhöhe

Die H+G Bank Heidelberg Kurpfalz kam 2007 auf eine Bilanzsumme von 918 Millionen Euro. Die Bank hat 23 000 Mitglieder und 280 Mitarbeiter.

Die Volksbank Weinheim hatte 2007 eine Bilanzsumme von 670 Millionen Euro. Die Bank hat rund 20 000 Mitglieder und 160 Mitarbeiter.

hat sich im selben Zeitraum durch Rücklagen auf 2,7 Millionen Euro erhöht. *Tr*

Zahlen & Fakten

Die VR Bank kommt auf einen Gesamtwert an Einlagen von knapp 2,6 Milliarden Euro. Sie hat rund 83 000 Mitglieder. Gegenwärtig beschäftigt die Bank etwa 750 Mitarbeiter.

Pfitzenmeier expandiert

SCHWETZINGEN. Die Unternehmensgruppe Pfitzenmeier hat im Mannheim-Neckarauer Seilwolf-Center einen weiteren Wellness- und Fitnesspark eröffnet. Das Studio bietet auf 3500 Quadratmetern Trainingsflächen mit Cardio- und Kraftgeräten, zwei Kursräume und einen Wellness-Bereich. Darüber hinaus plant die Gruppe bis 2009 den Bau eines Wohlfühl-Resorts im Bensheimer Gewerbegebiet.

ABB unterstützt Special Olympics

MANNHEIM. Die ABB AG unterstützt seit 2000 als offizieller Partner den Special Olympics Deutschland e.V. mit jährlich 200 000 Euro. Außerdem engagieren sich Mitarbeiter als sogenannte „Corporate Volunteers“, zuletzt mehr als 150 bei den National Summer Games 2008 in Karlsruhe. Die Special Olympics sind die weltweit größte Sportbewegung für Menschen mit geistiger und mehrfacher Behinderung.

MVV wärmt und kühlt Springer

MANNHEIM. Bis mindestens 2013 übernimmt MVV Energiedienstleistungen die Wärmeversorgung des Axel-Springer-Verlags in Berlin. Außerdem übernimmt der Dienstleister in Hamburg und Berlin die Kältelieferung für die Klimatisierung im Sommer.

MVV Energie verlässt Polen

MANNHEIM. Die MVV Energie AG wird ihren geplanten Rückzug aus dem polnischen Markt bis zum Ende des laufenden Geschäftsjahres Ende September abschließen. Die mit dem Markteintritt verbundenen Erwartungen hätten sich nicht erfüllt. Das Unternehmen führt das auf die schwierigen und wechselnden Rahmenbedingungen zurück.

Karlsruher Müll kommt per Bahn

MANNHEIM. Die Stadt Karlsruhe liefert ihren Müll seit Mitte Juni mit täglich zwei Containerzügen zum Müllheizkraftwerk Mannheim. Die MVV Umwelt GmbH, eine Tochter der MVV Energie AG, entsorgt seit 2005 jährlich rund 113 000 Tonnen Restabfall der Stadt und des Landkreises Karlsruhe.

Quoka kooperiert mit YellowMap

LAMPERTHEIM. Der Online-Marktplatz Quoka.de hat sein Angebot durch das umfangreichere deutschsprachige Online-Branchenbuch YellowMap.de erweitert. „Vor allem die lokale Reichweite ist uns wichtig“, sagt Patrick Günter, Geschäftsführer von Quoka anlässlich der Kooperation mit dem Karlsruher Branchenbuch-Anbieter. Firmen mit einem Eintrag im Branchenbuch erscheinen jetzt nicht nur bei Quoka, sondern ebenso auf allen Partnerportalen von YellowMap, darunter reichweitenstarke Portale wie Web.de und GMX.

Treureal wächst um 32 Prozent

MANNHEIM. Der Mannheimer Immobilien-Dienstleister Treureal hat seinen Umsatz im vergangenen Jahr gesteigert. Die Gesellschaft erhöhte die Erlöse um 32 Prozent auf 24,8 Millionen Euro. Im Property Management betreut das Unternehmen zurzeit ein Portfolio im Wert von sieben Milliarden Euro, darunter 50 000 Wohnungen und vier Millionen Quadratmeter Gewerbeflächen. Die Treureal GmbH beschäftigt deutschlandweit an 25 Standorten rund 500 Mitarbeiter.

Regionen nähern sich an

RHEIN-NECKAR. Die Metropolregion Rhein-Neckar wird künftig enger mit der TechnologieRegion Karlsruhe und dem Regionalverband Mittlerer Oberrhein zusammenarbeiten. Ein entsprechender Vertrag wurde am Dienstag in Gernersheim unterzeichnet. Ziel sei eine Stärkung des gemeinsamen Wirtschafts- und Forschungsraums. Außerdem soll die regionale Zusammenarbeit gefördert werden, hieß es.

Wincanton steigert Gewinn

MANNHEIM. Die Wincanton-Gruppe, die auch eine Tochter in Mannheim unterhält, hat ihren Gesamtumsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um 12 Prozent auf 3,1 Milliarden Euro gesteigert. Der Betriebsgewinn erhöhte sich um 15,2 Prozent auf 74 Millionen Euro. Ende Mai hatte der Konzern den britischen Transport- und Logistikdienstleister PSL übernommen.



Sie hoffen auf glänzende Geschäfte rund ums Bad: Franchisenehmer (im Spiegel v. l.) Joachim Claus und Ulrich Zeh sowie Renodom-Auszubildender Andreas Jurk und Geschäftsführer Erich Bechtold.

Bild: Philipp Rothe

Bad aus dem Baukasten

Renodom will Handwerker zu Unternehmern machen. Jetzt hat der fünfte Franchisenehmer einen Vertrag mit den Mosbachern unterzeichnet

MOSBACH. Vor zwei Jahren rief Erich Bechtold den Präsidenten des Deutschen Franchiseverbandes, Dr. Dieter Fröhlich, an. Bechtold wollte seinem alten Bekannten ein neues Franchise-Konzept vorstellen, dessen Geschäftsidee auf Badsanierungen basiert. „Handwerker und Franchising, das passt nicht!“, habe ihm Fröhlich am Telefon gesagt. Dennoch folgte er Bechtolds Einladung nach Mosbach, wo ihn Bechtold und sein Geschäftspartner, der Inhaber der Mosbacher BADnet GmbH Ulrich Bergmann, erwarteten. „Er hat gesagt, er opfert uns eine Stunde seiner kostbaren Lebenszeit“, erinnert sich Bechtold und lächelt: „Am Ende wurden es drei.“

Im Juni hat die Anfang 2007 gegründete BADnet-Tochter Renodom die fünfte Franchisepartnerschaft bekannt gegeben. Joachim Claus wird künftig eine Renodom-Filiale im Raum Köln-Bonn führen. Schon 2003 wollte sich der 43-jährige gelernte Gas- und Wasserinstal-

lateur im Bereich Bauleitung- und Bautechnik selbstständig machen. Die Flaute der Baubranche machte ihm aber einen Strich durch die Rechnung. Stattdessen baute er 2006 eine Filiale der Baguette-Fast-Food-Kette Subway auf. Das Geschäft mit den Baguettes laufe zwar immer besser, sagt der Unternehmer: „Doch hätte es Renodom drei Jahre früher gegeben, hätte ich es schon damals gemacht.“

Als Franchisenehmer hat Joachim Claus Zugang zum Onlinesystem Renodom. Mit diesem Programm werden die Badezimmereinrichtungen nach dem Baukastenprinzip mit den Kunden direkt am Rechner ausgewählt. Darüber hinaus bietet Renodom, was andere Franchisenehmer auch bieten. Das Unternehmen analysiert Marktpotenziale der betreffenden Region, richtet Franchisenehmern ihre Geschäftsräume ein, unterstützt sie bei der Investitions- und Finanzierungsplanung und koordiniert Marketing und Werbung.

Ein Franchisenehmer, der diese Dienste seit genau einem Jahr in Anspruch nimmt, ist Ulrich Zeh. Der 41-jährige Leimener war vorher in einem Installationsbetrieb beschäftigt. „Auf das Franchise-Konzept von Renodom hat mich mein Chef aufmerksam gemacht“, sagt er. „Am Anfang war Saure-Gurkenzeit.“ Seitdem diesem Frühjahr kämen jedoch die Aufträge. Derzeit liegen rund 30 Kostenvoranschläge auf seinem Heidelberger Schreibtisch.

Ulrich Zeh passt ins Profil des idealen Franchisenehmers, das die Renodom-Geschäftsführer Erich Bechtold und Ulrich Bergmann vor Augen haben. Dennoch sei es schwer, geeignete Kandidaten zu finden, obwohl es zahlreiche Anfragen gebe. Den nächsten Standort für eine Renodom-Filiale hat Bechtold schon ins Auge gefasst. „Geplant ist noch für dieses Jahr Sinsheim. Das Geschäft dort werden wir wohl selbst betreiben“, sagt Bechtold. Sinsheim sei vor allem deshalb ein guter Standort, weil es dort viele, renovierungsbedürftige Neubaugebiete aus den 70er Jahren gebe. Außerdem sei die Autobahnanbindung gut.

Kristian Kloob

Studie: High-Tech boomt wieder

Die Zahl der Hoch-Technologie-Gründungen steigt. Eine Hürde ist oft die Finanzierung

RHEIN-NECKAR. Im Jahr 2007 wurden in Deutschland mehr High-Tech-Unternehmen gegründet als in den Vorjahren. Trotz des Aufwärtstrends liegt die Anzahl der Gründungen aber immer noch unter dem Niveau des Jahres 1995. Das zeigt eine Studie, die das Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim in Zusammenarbeit mit Microsoft Deutschland durchgeführt hat.

Demnach stieg die Anzahl der High-Tech-Gründungen 2007 im Vergleich zum Vorjahr um vier Prozent auf insgesamt 19 200. Dies ist auf eine überdurchschnittlich gute Konjunktur in den High-Tech-Industrien zurückzuführen. High-Tech-Gründungen entwickelten sich entgegen dem allgemeinen Trend, denn die Anzahl der Unternehmensgründungen über alle Wirtschaftszweige hinweg ist weiterhin rückläufig.

Bei den High-Tech-Gründungszahlen sind im Verlaufe der vergangenen zehn Jahre deutliche regio-

nale Unterschiede erkennbar. Im Blick hatten die Forscher die elf Metropolregionen in Deutschland und vier verschiedene Hoch-Technologie-Bereiche. Die Metropolregion Rhein-Neckar landet bei den industriellen High-Tech-Gründungen auf Platz fünf und verliert im Zehnjahresvergleich damit einen Platz. Bei den technologieorientierten Dienstleistungen reicht es nur für den siebten Platz (+2). Steil nach oben ging es bei den Gründungen im ITK-Bereich: Hier machte die Metropolregion Rhein-Neckar vier Plätze gut und steht nun an vierter Stelle. Weniger gut lief es bei der ITK-Software. Hier hat die Region verloren (-2) und kommt nun auf den siebten Platz.

Spitzenreiter in allen Bereichen ist München. Zu den großen Aufsteigern im industriellen High-Tech-Sektor zählen Nürnberg und Hamburg, bei den technologieorientierten Dienstleistungen konnten ebenfalls Hamburg und Hannover etliche Plätze wett machen.



Erfolgreiche High-Tech-Gründung: Eine Reinraum-Zellproduktionsanlage des Weinheimer Biotechnologie-Unternehmens Cytonet.
Bild: Cytonet

Dr. Gerhard Gumbel, Innovationsberater bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) Rhein-Neckar sieht die Stärken der Metropolregion Rhein-Neckar in der sehr guten Vernetzung von Wirtschaft und Wissenschaft: „Beispielhaft sind die Aktivitäten in den Bereichen Nanotechnologie sowie Medizin und Umwelttechnik.“

Dr. Tibor Müller, Leiter des Geschäftsbereichs Innovation und Umwelt bei der IHK Pfalz, nennt die

technischen Universitäten Kaiserslautern, Karlsruhe und Darmstadt als besondere Vorzüge.

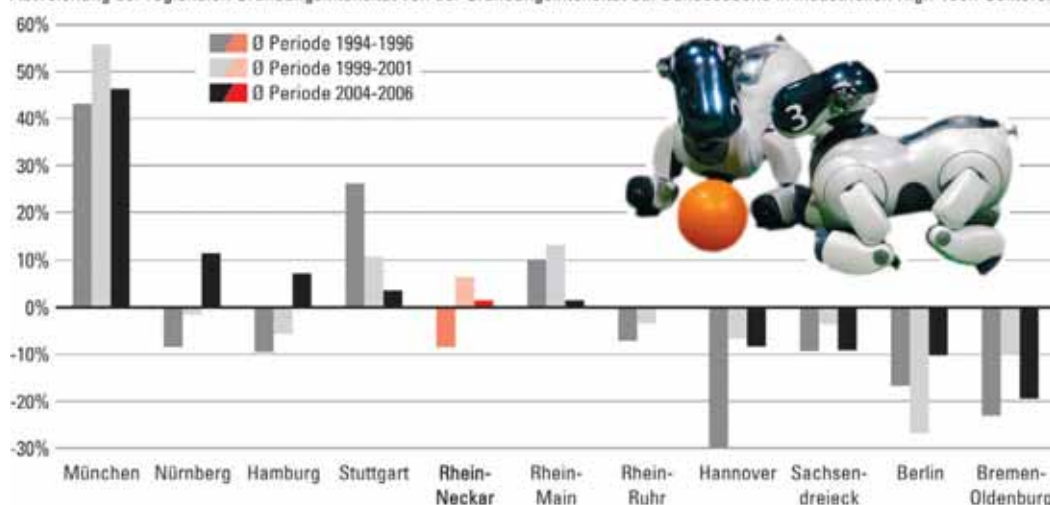
Bei der Antwort auf die Frage, wie die Bedingungen für High-Tech-Gründer verbessert werden können, setzen beide IHKs unterschiedliche Akzente. Die IHK Rhein-Neckar wünscht sich vor allen Dingen bessere Finanzierungsinstrumente. Die IHK Pfalz sieht Handlungsbedarf darin, die entsprechenden Fach- und Führungskräfte in die Region zu holen und zu halten.

Einig sind sich beide IHKs darin, dass die Finanzierung ihres Vorhabens die High-Tech-Gründer besonders herausfordert. „Sie haben meist einen hohen Kapitalbedarf, aber keine ausreichenden Sicherheiten für Kredite. Investoren finden sich in der frühen Phase zu meist nicht“, sagt Dr. Gumbel. Auch die Suche nach hoch qualifizierten Mitarbeitern gestaltet sich oft schwierig.

Zu den erfolgreichen High-Tech-Gründungen in der Region zählt beispielsweise die Weinheimer Cytonet GmbH. Der Produzent zellbasierter medizinischer Produkte hat im vergangenen Jahr den Innovationspreis der deutschen Wirtschaft erhalten.

Hightech-Gründungen in Ballungsräumen

Abweichung der regionalen Gründungsintensität von der Gründungsintensität auf Bundesebene in industriellen High-Tech-Sektoren



Quelle: ZEW

Bild: Manfred Rinderspacher – Grafik: grafIKS Kai Segelkar

Matthias Schmitt

Radieschen für die Republik

Die Pfalz ist der Gemüse- und Obstgarten der Metropolregion Rhein-Neckar und Deutschlands. Doch das Geschäft ist hart, der Handel diktiert die Preise. Hinzu kommen in diesem Jahr das schlechte Wetter im Frühjahr und eine geringe Nachfrage

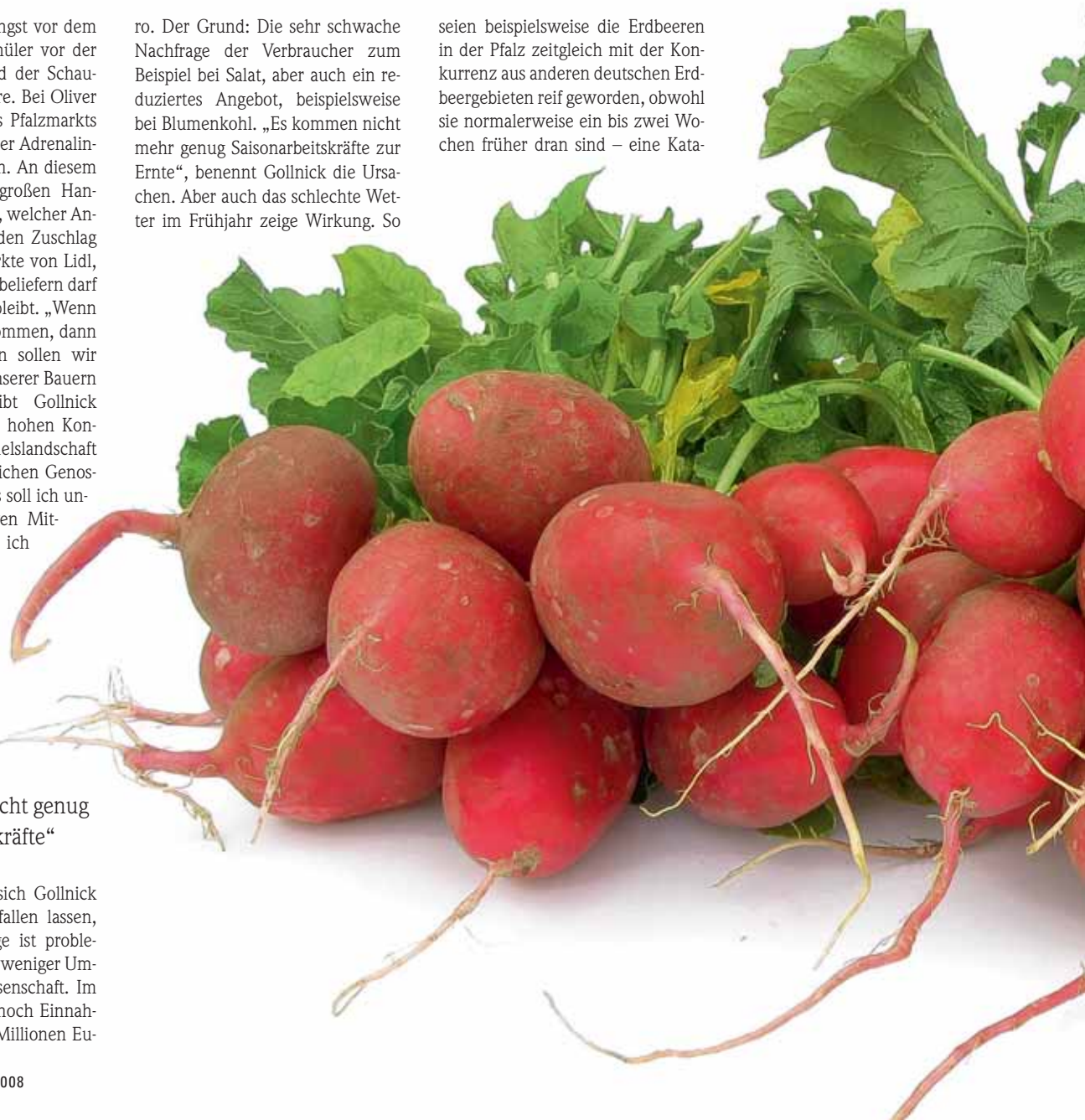
Der Torwart hat Angst vor dem Elfmeter, der Schüler vor der Klassenarbeit und der Schauspieler vor der Premiere. Bei Oliver Gollnick, Vorstand des Pfalzmarkts in Mutterstadt, steigt der Adrenalinspiegel jeden Mittwoch. An diesem Tag entscheiden die großen Handelsketten in der Regel, welcher Anbieter für die Woche den Zuschlag bekommt und die Märkte von Lidl, Aldi, Edeka und Rewe beliefern darf – oder wer außen vor bleibt. „Wenn wir nicht zum Zuge kommen, dann wird es eng. An wen sollen wir dann noch die Ware unserer Bauern verkaufen?“, beschreibt Gollnick die Auswirkungen der hohen Konzentration in der Handelslandschaft auf die landwirtschaftlichen Genossenschaften. „Und was soll ich unseren rund 300 aktiven Mitgliedern sagen, wenn ich ihre Produkte nicht zu einem passablen Preis an den Mann bringen kann? Im schlimmsten Fall müssen sie ihre Möhren, Zwiebeln oder ihren Salat wieder unterpflügen.“

„Es kommen nicht genug Saison-Arbeitskräfte“

In diesem Jahr muss sich Gollnick eine Menge Kritik gefallen lassen, denn die Gemengelage ist problematisch. Zehn Prozent weniger Umsatz macht die Genossenschaft. Im Vorjahr verbuchte sie noch Einnahmen in Höhe von 90 Millionen Eu-

ro. Der Grund: Die sehr schwache Nachfrage der Verbraucher zum Beispiel bei Salat, aber auch ein reduziertes Angebot, beispielsweise bei Blumenkohl. „Es kommen nicht mehr genug Saisonarbeitskräfte zur Ernte“, benennt Gollnick die Ursachen. Aber auch das schlechte Wetter im Frühjahr zeige Wirkung. So

seien beispielsweise die Erdbeeren in der Pfalz zeitgleich mit der Konkurrenz aus anderen deutschen Erdbeergebieten reif geworden, obwohl sie normalerweise ein bis zwei Wochen früher dran sind – eine Kata-



strophe für die Preise. Von Einkommenssprüngen, über die sich im Moment die Getreideanbauer freuen, träumen die Gemüseerzeuger in diesem Jahr nur.

Ein Problem sei außerdem, dass manche Discounter bestimmte Artikel, beispielsweise Möhren, nur noch von Bio-Bauern beziehen. Jedoch sind unter den Mitgliedern der Pfalzmarkt-Genossenschaft bisher nur drei Bio-Landwirte, so könne man diese Nachfrage nicht bedienen. Entsprechend rückläufig sei der konventionelle Möhrenanbau.

Die Top-Ten der in Mutterstadt vermarkteten Erzeugnisse werden

von den Radieschen angeführt. Fast 35 000 Tonnen verkaufte der Pfalzmarkt im vorigen Jahr, gefolgt von 45 Millionen Bundzwiebeln, knapp 17 Millionen Karotten (Bund) und 13 Millionen Blumenkohl-Köpfen.

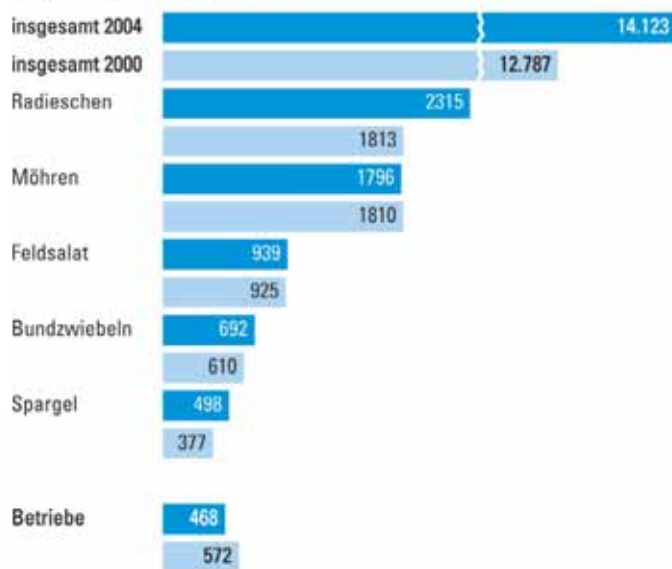
15 Prozent des Umsatzes im Ausland

„Bei Radieschen und Bundzwiebeln versorgt die Pfalz die gesamte Republik“, sagt Gollnick. Der Marktanteil der Pfälzer Ware bundesweit liegt jeweils bei rund 80 Prozent. Vor allem Feldsalat steht hoch im Kurs. Dessen Anbaufläche wurde um rund 50 Prozent aufgestockt. Sehr beliebt sind auch Salatherzen und sogenannte „Salanova“-Sorten, die mit nur einem Schnitt in mundgerechte Stücke zerlegt werden können.

300 Lkw-Züge werden in Mutterstadt täglich beladen, 150 000 Ton-

Gemüse- und Obstgarten Pfalz

Anbauflächen für Gemüse in Hektar



Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

Grafik: grafiKS Kai Segelken

nen Ware im Jahr umgeschlagen. Und die Ware aus Mutterstadt landet nicht nur in den Regalen deutscher Geschäfte, 15 bis 16 Prozent des Umsatzes wird im Ausland gemacht. Über eine eigene Tochter, die Pfalz Fresh GmbH, liefert der Pfalzmarkt in 14 europäische Länder. Im Frühling in den Norden, im Sommer in den Süden. **Ulla Cramer**

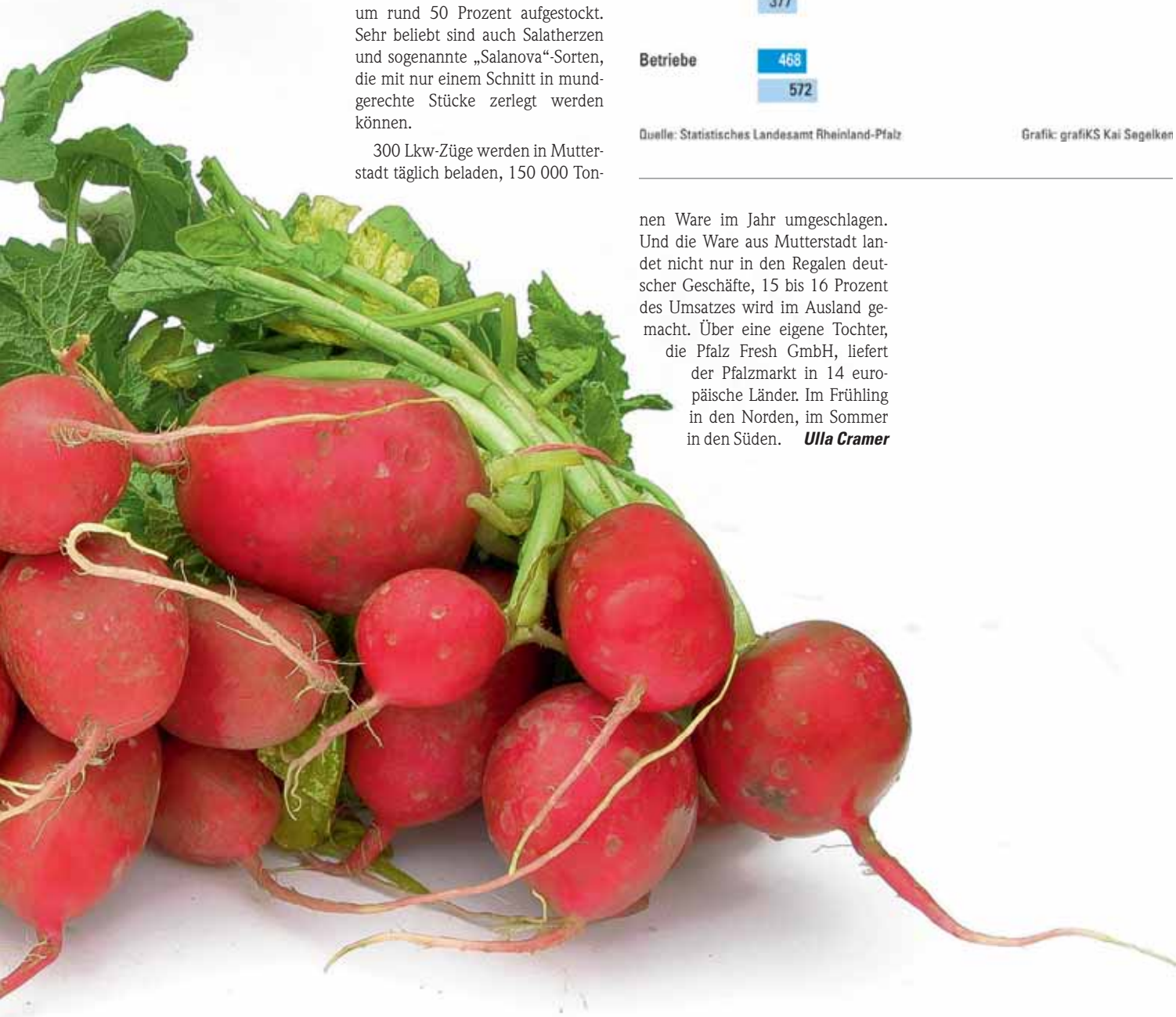




Bild: Fotolia

Koriander statt Kippe

Die Subventionen für den Tabakanbau sollen wegfallen. Jetzt suchen die Landwirte Alternativen

Ohne Subventionen können unsere Tabakanbauer nicht überleben“, sagt Jörg Bähr. Der Geschäftsführer des Bundesverbands deutscher Tabakpflanzer mit Sitz in Speyer kämpft deshalb dafür, dass die EU den Betrieben nicht den Geldhahn zudreht. Doch selbst wenn das Aus der Tabakprämien bis 2010 verhindert werden könne, sei vermutlich nur noch eine Verlängerung drin, sagt Bähr.

Ohne Subventionen kein Tabakanbau

Den rund 110 Tabakanbauern, die in der Pfalz noch eine Fläche von rund 950 Hektar bewirtschaften, würde der endgültige Wegfall der Subventionen den Boden unter den Füßen wegziehen. „Unsere Betriebe sind mit einer Fläche von 50 Hektar im Durchschnitt nicht sehr groß. Die Bauern brauchen die Wertschöpfung von rund 2500 bis 3000 Euro pro Hektar, die sie mit Tabak erzielen können. Da kann man nicht einfach auf ein anderes Produkt umstellen, und das Problem ist gelöst.“

Auch nicht auf Petersilie? Kürzlich nahm der Tabakfermentierbetrieb Jakob Metz KG in Herxheim-Hayna eine neue Kräutertrocknungsanlage für zwei Millionen Euro in Betrieb – mit Unterstützung des Landes Rheinland-Pfalz. Die An-

lage soll den Umstieg der Tabakpflanzler auf den Anbau von Kräutern unterstützen. 17 Landwirte, darunter 14 Tabakanbauer, haben sich in der „Erzeugergemeinschaft Pfalzkräuter“ zusammengeschlossen. Gemeinsam wollen sie in die-

den Markt einsteigen. Sie liefern Petersilie aus einem Anbaugelände von rund 50 Hektar an Metz. In den Folgejahren soll das Areal dann auf 250 Hektar ausgedehnt werden – möglicherweise werden dann auch andere Küchenkräuter gepflanzt. Gedacht ist an Dill, Koriander, Spinat, Kerbel und Sellerieblatt. Das Problem: Bei einer Wertschöpfung von 1700 bis 2000 Euro pro Hektar könne Petersilie zwar ein zweites Standbein für die Tabakpflanzler sein, jedoch keine echte Alternative, so Bähr.

Alternativen Dill, Koriander, Spinat und Kerbel

Immerhin: Die Abnahme der „Pfälzer Peterle“ ist gewährleistet. Die Metz KG hat einen Zehn-Jahres-Vertrag mit der Erhard Schiele GmbH aus Donauwörth abgeschlossen, einem der größten Küchenkräuterverarbeiter in Europa. So wird die getrocknete Petersilie aus Herxheim-Hayna vielleicht schon bald als Teil einer Nudelfüllung in Italien oder auf einem Teller mit einem Fertiggericht in China landen. *Ulla Cramer*

Gemüse- und Obstgarten Pfalz

Anbauflächen für Obst in Hektar



Die Zahlen für die pfälzische Landwirtschaft werden nicht jedes Jahr erhoben. Die aktuellsten Werte für den Gemüseanbau stammen deshalb aus dem Jahr 2004. Erdbeeren werden gemeinsam mit dem Gemüse erfasst; die Zahlen wurden daher in anderen Jahren erhoben als die Baumobst-Daten.

Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz

Grafik: grafiKS Kai Segelken

Gemüse-Preise bleiben am Boden

Die Verbraucher stöhnen über hohe Preise. Die Landwirte hätten gerne welche

Die Preise für Lebensmittel steigen – die Ursachen sind vielfältig. Der Klimawandel mit seinen zunehmenden Dürren ist eine, die wachsende Nachfrage aus Entwicklungsländern eine andere. Dass viele Ackerflächen jetzt für die Produktion von Mais oder Raps für Biosprit eingesetzt werden, kommt hinzu.

Im Mai, so die Zahlen des Statistischen Bundesamtes, legten die Preise im Vergleich zum Vorjahr um 7,5 Prozent zu. Deutlich teurer binnen Jahresfrist waren Molkereiprodukte und Eier mit einem Plus von fast 20 Prozent. Für Brot und Getreideer-

zeugnisse mussten fast neun Prozent mehr auf den Tisch gelegt werden. Für Obst registrierten die Statistiker eine Steigerung von 8,7 Prozent. „Im Moment gibt es beim Obst kein Überangebot, auch aufgrund der niedrigen Importe. Wir hoffen auf weiterhin bessere Preise“, sagt Ingo Schick. Er ist Inhaber des Weinguts und Obsthofs Schick in Freinsheim und zugleich Vorstand der Vereinigten Obst- und Gemüsegroßmärkte Weisenheim am Sand.

Die Gemüsepreise sind nach Angaben der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) in Bonn derzeit stabil. Die Spitzenreiter im Angebot der Pfälzer Gemüseanbauer werden im Handel zu Vorjahrespreisen angeboten: Kopfsalat für 52 Cent, Radieschen für 43 Cent das Bund, Möhren für 1,07 Euro pro Kilo und Bundzwiebeln für 48 Cent.

Auch die ZMP kennt die diesjährigen Probleme in der Pfalz. „Normalerweise haben die Pfälzer aufgrund der warmen Witterung bei der Ernte einen zeitlichen Vorsprung von rund zwei Wochen, in denen sie ihre Ware zu guten Preisen verkaufen können. Dieses Geschäft ist 2008 wegen des schlechten Wetters ausgefallen.“



Mais In den Tank oder auf den Tisch?
Bild: Fotolia

Ulla Cramer

INFO

Tiefkühlkost heiß begehrt

Die Nachfrage nach Tiefkühlprodukten ist in den letzten zehn Jahren um 60 Prozent gewachsen. Das Deutsche Tiefkühlinstitut (dti) beziffert den Pro-Kopf-Verbrauch auf 38,1 Kilogramm (1997: 26,6 kg). Der Gesamtumsatz lag bei 10,5 Milliarden Euro. Zu den absatzstärksten Segmenten gehört neben Gemüse in allen Variationen auch Fisch.

Der Tiefkühlmarkt steht auf zwei fast gleich starken Standbeinen: Die privaten Konsumenten belegen einen Anteil von 54,6 Prozent, der Außer-Haus-Markt kommt auf 45,4 Prozent. Beide Marktbereiche wachsen laut dti seit Jahren kontinuierlich.

uc

Als Geschäftsführer der Maschinenbaufirma W GmbH bei Bruchsal hat Herr „M“ zugunsten der Firma und seiner Mitarbeiter immer die richtige Entscheidung zum richtigen Zeitpunkt getroffen. Er ist ein ausgezeichnete Geschäftsmann aber auch ein „Sparfuchs“.

Seine Absatzzahlen entwickelten sich dynamisch, und seine Produkte wurden immer gefragter. Irgendwann beauftragte er seinen Nachbarn, ihm eine neue Firmen-Homepage „zu basteln“. Die Homepage war bald darauf im Internet, aber seine dort angebotenen Produkte wurden wider Erwarten nicht online bestellt. Warum? Der Online Katalog war nicht aktuell und die Maschinen nicht vorteilhaft abgebildet. Nicht zu übersehen waren auch die vielen Fehler in den selbstgeschriebenen Texten der neuen Internetseite.

Letztendlich hat Herr „M“ dann doch die Entscheidung getroffen, eine professionelle Firma mit dem Internetauftrag zu betrauen. Er suchte eine Agentur, die sein Unternehmen und seine Produkte qualitätsgerecht im Internet darstellte.

Und Herr „M“ wollte nun eine richtig gute Seite, die seine innovativen Maschinen auf dem aktuellsten Stand präsentiert und **nichts dafür bezahlen**.

er hat es nie geglaubt

dass es so einfach sein kann.

und jetzt...

ist er ein etablierter Maschinen-Hersteller, seine Produkte sind international gefragt! Der Online-Verkauf läuft.

...auch Sie

können es mit uns schaffen.



- Mehr als 400 Kunden bundesweit vertrauen uns.
- Mehrfach von den Fachzeitschriften gelobt.

Intelligent Internet-Systems

www.100see.de

100SEE-COMMUNICATION Tel: 0049 (0)6221-873 216 3
Bergheimerstr. 147 Fax: 0049 (0)6221-873 216 5
69115 Heidelberg Internet: www.100see.de



Bild: Fotolia

Do-it-yourself-Markt

Billig-Angebote sind nicht die Strategie der Direktvermarkter in der Pfalz. Sie setzen auf Qualität und den direkten Kontakt mit dem Kunden – in ihren Hofläden und an den eigenen Verkaufsständen in der Region

Eigentlich hat Ralf Christ einen Traumjob. So richtig arbeiten muss der 40-jährige gelernte Gärtnermeister nur drei Monate im Jahr – von April bis Ende Juni, wenn er den Spargel und die Erdbeeren, die er auf insgesamt 80 Hektar anbaut, unter die Leute bringt. Die Kehrseite der Medaille: In nur wenigen Wochen muss er so viel Geld einnehmen, dass es für das gesamte Jahr reicht. „Ich kann es mir nicht leisten, einen Großteil des Gewinns abzugeben und mich dem Preisdiktat der großen Handelsketten zu beugen“, hat er deshalb entschieden. Er vermarktet die rund 300 Tonnen Spargel und 250 Tonnen Erdbeeren, die er im Jahr auf seinem Gut „Le Quartier Christ“ auf dem ehemaligen Gelände der französischen Turenne-Kaserne in Neustadt an der Weinstraße erntet, selbst. 40 Prozent seines Umsatzes macht er in seinem Hofladen und mit eigenen Verkaufsständen auf dem Gelände der Globus- und Real-SB-Warenhäu-

ser in der Region. 60 Prozent seiner Einnahmen stammen aus dem Geschäft mit dem Einzelhandel und der Gastronomie. So arbeitet er eng mit der Pirmasenser Handelsgruppe Wasgau zusammen, die rund 50 Märkte betreibt. An das Handelsunternehmen verkauft er direkt, ohne Zwischenhändler, und zu einem auskömmlichen Preis, wie er betont.

Leistungsfähige Erntehelfer gesucht

Ganzjährig geöffnet hat jedoch das Restaurant „Die Jahreszeiten“, das Christ 2002 eröffnete und seit 2005 verpachtet. Küchenmeister Oliver Varsakis serviert dort eine gehobene regionale Küche und macht seine Geschäfte vor allem mit Events, das heißt mit Hochzeiten und Geschäftsessen. Essen kann man während der Spargel- und Erdbeersaison mit-tags auch auf dem Hofgelände. Vor



Umsatz-Bringer: Ralf Christ in seinem Hofladen. Bild: Cramer

allem Busgesellschaften nutzen dieses Angebot, das mit einer Führung gekoppelt ist, gerne. Doch das Geschäft ist deutlich rückläufig. „In dieser Saison sind gerade einmal 1500 Bustouristen zu uns gekom-

men“, sagt Christ, viel weniger als früher. „Gerade ältere Menschen, die gerne solche Fahrten machen, sparen jetzt.“ Ein weiteres Problem, mit dem er kämpft: Die Wanderarbeiter. Rund 200 Saisonarbeitskräfte braucht er für die Ernte. Doch die gut eingearbeiteten und bewährten Polen bleiben zunehmend zu Hause. Für sie rentiert es sich nicht mehr, in die Pfalz zu kommen. „In den Niederlanden beispielsweise bekommen sie viel mehr Geld.“ In Deutschland liegt der Tarif bei 4,80 Euro, Christ zahlt schon 40 Prozent mehr, um seine Leute zu halten. Die Rumänen, die die Lücken auffüllen, brächten nicht dieselbe Leistung. Die Folgen dieser Situation sind dramatisch: Bis zu 40 Prozent der Erdbeeren in der Pfalz, so schätzt Christ, konnten in diesem Jahr wegen der fehlenden Saisonarbeiter nicht geerntet werden.

Ulla Cramer

HINTERGRUND

Online auf der Suche nach süßen Früchten

Feigen gab es schon im Paradies – es waren Feigenblätter, die Adam und Eva nach dem Sündenfall nutzten, um ihre Blößen zu bedecken. Wer heute von diesen paradiesischen Früchten naschen will, wird in der sonnenverwöhnten Pfalz fündig. Wo sonst?

50 000 Feigenbäumchen, so Schätzungen, wachsen zwischen Speyer und Neustadt und zwischen Bad Bergzabern und Frankenthal. Die Feigenhochburg mit 1000 Pflanzen ist Deidesheim. Zwischen Juli und August wer-

den rund 80 000 Tonnen der süßen Früchtchen geerntet – vorwiegend in privaten Gärten und Höfen, denn



einen gewerbsmäßigen Anbau gibt es nicht. Der Hauptgrund: Feigen verderben so rasch und sie reifen nicht gleichzeitig.

Viele Konditoren und Feinschmeckerrestaurants offerieren trotzdem dieses pfälzische Naturprodukt und bieten Feigeneis und Feigentorte, Konfitüre und Pralinen aus Feigen, Ente mit glacierten Feigen oder Schinken mit

Feige statt mit Melone an. Den Kontakt zwischen den Produzenten und potenziellen Abnehmern unterstützt die Feigenbörse, die vom Verband Pfalz-Marketing in Neustadt auf seiner Internetseite eingerichtet wurde.

Der Startschuss fällt stets Anfang Juli. Voriges Jahr boten rund drei Dutzend private Feigenanbauer online ihre Erzeugnisse an. Die erzielten Preise schwankten zwischen 25 und 50 Cent das Stück.

Ulla Cramer

Auf die Rübe

Die Reform des europäischen Zuckermarktes bringt Südzucker in Bedrängnis. Auf der Hauptversammlung will Konzernchef Theo Spettmann demonstrieren, dass der Konzern den Umwälzungen gewachsen ist. Dank einer radikalen Neuausrichtung

Die riesigen Zuckerplantagen konnte Theo Spettmann schon vom Flugzeug aus sehen. Dort unten, so mag der Südzucker-Chef beim Anflug auf Mauritius gedacht haben, dort unten liegt ein Teil unserer wirtschaftlichen Zukunft. Wenig später unterzeichnete er mit dem Zucker-Syndikat der Insel einen Vertrag, der für Schlagzeilen in der europäischen Wirtschaftspresse sorgte: 2,8 Millionen Tonnen Zucker wird Südzucker in den kommenden Jahren von dem Eiland im Indischen Ozean in die EU importieren. Von 2009 bis 2015 fast 1100 Tonnen täglich. Vier Fünftel der gesamten Produktion des kleinen Inselstaates.

In allen Geschäftsfeldern
die Benchmark setzen

Mit dem Deal in dem Urlaubsparadies will Spettmann den Verlust von EU-Subventionen ausgleichen, der Südzucker in eine Krise gestürzt hat. Das operative Ergebnis des im M-Dax gelisteten Unternehmens ist im vergangenen Geschäftsjahr um 44 Prozent eingebrochen. Auf der Hauptversammlung Ende Juli wird der Konzernchef den Aktionären erklären, warum: Die europäische Zuckermarktreform hat Südzucker das süße Geschäft versalzen. Vor zwei Jahren erzielte der Konzern mit Zucker noch einen Umsatz von 66 Prozent, heute sind es 59 Prozent. Drei Viertel seines operativen Ergebnisses erntet Südzucker inzwischen auf neuen Geschäftsfeldern.

Der als bodenständig und hemdsärmelig geltende Spettmann, der im nächsten Jahr in Ruhestand geht, hat den Konzern in seiner Amtszeit umgekrempelt. In seine 13-jährige Zeit als Vorstandsvorsitzender von Europas größtem Zuckerproduzenten fällt die massive Ausweitung der Zucker-Aktivitäten in Osteuropa



und Frankreich. Zugleich hat er die Weichen dafür gestellt, dass der Name Südzucker künftig auch außerhalb der Zuckerbranche ein Begriff ist: als weltweit tätiger Ernährungskonzern.

„Denken und Handeln für die Aufgaben von heute und morgen“, lautet der Leitspruch, unter den Spettmann sein Handeln bei Südzucker bis heute stellt. Er will die Marktführerschaft des Mannheimer Konzerns im europäischen Zuckermarkt verteidigen und scheut zur langfristigen Steigerung des Unternehmenswertes nicht vor der aggressiven Eroberung neuer Geschäftsfelder zurück. „Wir wissen, wohin wir wollen. Unser Ziel ist, in allen Geschäftsfeldern die Benchmark zu setzen“, gibt er Takt und Marschrichtung für die 18 600 Mitarbeiter im Konzern vor.

Seit zehn Jahren ist Südzucker einer der weltweit größten Produzenten von tiefgekühlten Pizzen und Pasta-Gerichten. 450 Millionen Fertiggerichte verlassen jährlich die Produktionsstätten des Tochter-Unternehmens Freiburger. In China, Polen, Russland und Südamerika stellen die Mannheimer Fruchtzubereitungen für die Back- und Eiscreme-Industrie her. In Österreich, Ungarn, Rumänien und der Ukraine verarbeitet der Konzern Äpfel und rote Beeren zu Konzentrat.

Ebenso vielversprechend ist das noch relativ junge Engagement im Bereich Biokraftstoffe. Auch hier gibt es Superlative: In Zeit in Sachsen-Anhalt steht Europas größte Ethanolanlage. Im abgelaufenen Geschäftsjahr stellte die Südzucker-Tochter CropEnergies aus den nachwachsenden Rohstoffen Weizen, Gerste und Mais 247 Millionen Liter Treibstoff her. Im Frühsommer

HINTERGRUND

Bioethanol

Südzucker schlug 2006 ein neues Kapitel in der Unternehmensgeschichte auf: die Produktion von Bioethanol. Der Agraralkohol gilt als Treibstoff der Zukunft. Er soll helfen, die Abhängigkeit der Weltwirtschaft von den begrenzten fossilen Brennstoffen zu überwinden. Die Klimaschutzdebatte hat die Nachfrage nach dem vergleichsweise wenig CO₂-produzierenden Treibstoff zusätzlich erhöht. Die Bezeichnung Bioethanol (C₂H₅OH) ergibt sich aus dem Herstellungsprozess – der Vergärung zucker- und stärkehaltiger Biomasse wie Weizen, Gerste und Mais.

Die Europäische Kommission hat Anfang dieses Jahres ein Maßnahmenpaket zur Förderung erneuerbarer Energien verabschiedet. Demnach soll der Anteil der Biokraftstoffe am Gesamtkraftstoffmarkt bis 2020 zehn Prozent erreichen. 16,5 Millionen Tonnen Rohöl sollen dann allein durch Ethanol eingespart werden.

In Deutschland gilt seit 2007 eine Beimischungspflicht. In zwei Jahren müssen Benzin und Diesel zu

fünf Prozent aus Biosprit bestehen. Eine geplante Verdoppelung dieser Zugabe bis 2020 stoppte Bundesumweltminister Sigmar Gabriel (SPD) Anfang April aus technischen Gründen: Mehr Autofahrer als zunächst angenommen seien sonst durch die Beimischung gezwungen, teures „Super plus“ zu tanken. Die Entscheidung war ein schwerer Rückschlag für die Südzucker-Tochter CropEnergies, die von einer doppelt so hohen Beimischung profitiert hätte. Bundeswirtschaftsminister Michael Glos (CSU) kritisierte die Entscheidung Gabriels, wofür er sich Medienberichten zufolge einen Rüffel der Kanzlerin einfiel.

CropEnergies sieht sich zudem der Kritik von Organisationen gegenüber, die die Nutzung von Ackerfläche zur Ethanolherzeugung attackieren. Greenpeace stellt der Vorzeiganlage von Südzucker in Zeitz zudem ein schlechtes Zeugnis aus: Durch die aufwendige Produktion werde mehr CO₂ freigesetzt als bei direkter Nutzung fossiler Brennstoffe. CropEnergies versieht das emissionsarme Bioethanol gerne mit dem Prädikat „CO₂-neutral“.

da

sollte im österreichischen Pischelsdorf eine neue Anlage mit einer Kapazität von 240 Millionen Liter in Betrieb gehen.

Wenn Spettmann in einem Jahr abtritt, spätestens dann endet für Südzucker die Zuckerrüben-Ära. Deren Höhepunkt erlebte der Konzern im Geschäftsjahr 2005/06 mit der Verarbeitung von rund 31 Millionen Tonnen Zuckerrüben zu 5,2 Millionen Tonnen Zucker. Heute sind es 28 Millionen Tonnen Rüben und 4,6 Millionen Tonnen Zucker. Tendenz: sinkend. Mehrere Zuckerfabriken hat der Konzern bereits geschlossen, darunter das 1883 gegründete Werk im südhessischen

Groß-Gerau. Noch haben die Rübenanbauer 55 Prozent der Anteile an Südzucker. Doch auch ihr Einfluss ist in der Ära Spettmann gesunken.

Zucker ist in Europa ein Zuschussgeschäft. Die EU garantiert den Bauern bis heute einen Mindestpreis für die Abnahme von Zuckerrüben - dreimal so hoch wie der Weltmarktpreis. Für ausländische Zuckerproduzenten wie Australien, Brasilien und Thailand ist es noch immer nahezu unmöglich, ihr Produkt auf dem europäischen Markt abzusetzen. Auf Druck der Welt Handelsorganisation (WTO) reduziert Brüssel die seit 40 Jahren ge-

zahlten Subventionen für die Zuckerindustrie allerdings Schritt für Schritt. Auch Südzucker musste seine Produktion um rund ein Fünftel herunterfahren: jährlich 870.000 Tonnen Zucker weniger.

Aus Mauritius holt sich Spettmann nun fast die Hälfte des Ausfalls wieder zurück: „Ein erster, aber großer Schritt, um einen Ausgleich für die marktordnungsbedingten Einbußen zu schaffen.“ Statt Rübenzucker vermarktet Südzucker künftig also auch Rohrzucker. Tendenz: wohl weiter steigend. Da die EU ebenfalls auf Druck der WTO höhere Zuckerimporte aus den AKP-Staaten (Afrika, Karibik, Pazifik) zulässt, kann sich Spettmann vorstellen, weitere Partnerschaften mit exotischen Zuckerrohr-Produzenten zu besiegeln.

„Südzucker ist auf die Veränderungen des Zuckermarktes vorbereitet.“ Diesen Satz hat Spettmann in den vergangenen Jahren oft wiederholt. Eines seiner Argumente vor der Hauptversammlung wird dabei auch die Kooperation mit Mauritius sein. Wie gut Südzucker aufgestellt ist, wird sich erst nach dem Abgang Spettmanns zeigen: Ab 2009, so verspricht der Konzernchef, werde Südzucker an die Erfolge der vergangenen Jahre anknüpfen.

Daniel Albrecht

Der Südzucker-Konzern mit seinen Segmenten

Segment Zucker	2007/08
Umsatz	3464,1 Mio. €
EBITDA	212,8 Mio. €
EBITDA Marge	6,1 %
Operatives Ergebnis	60,5 Mio. €
Operative Marge	1,7 %
Investitionen gesamt	194,6 Mio. €
Mitarbeiter	10.043

Segment Spezialitäten	2007/08
Umsatz	1462,9 Mio. €
EBITDA	195,3 Mio. €
EBITDA Marge	13,3 %
Operatives Ergebnis	129,1 Mio. €
Operative Marge	8,8 %
Investitionen gesamt	312,3 Mio. €
Mitarbeiter	3903

Segment Frucht	2007/08
Umsatz	852,5 Mio. €
EBITDA	80,6 Mio. €
EBITDA Marge	9,5 %
Operatives Ergebnis	43,5 Mio. €
Operative Marge	5,1 %
Investitionen gesamt	42,9 Mio. €
Mitarbeiter	4696

Quelle: Südzucker AG

Grafik: grafiKS Kai Segelken

Ampelkoalition macht Spettmann das Leben schwer

Damit jeder erkennt, was in Lebensmitteln steckt, fordern Verbraucherschützer eine Kennzeichnung. Südzucker-Chef Spettmann lehnt das ab, Gesundheitsminister Seehofer nicht

Die Organisation Foodwatch informiert Verbraucher über Gift im Essen und die Zusammensetzung von Lebensmitteln. Damit jeder auf einen Blick sehen kann, ob das, was er im Einkaufswagen zur Kasse schiebt, einer ausgewogenen Ernährung zuträglich ist, macht sich Foodwatch für eine Nährwert-Kennzeichnung in Ampelfarben stark: Rot steht dabei für „nur ab und zu essen“, Gelb und Grün für „eine gesunde Wahl“.

Nährwertkennzeichnung in Ampelfarben

Auch der für Verbraucherschutz zuständige Minister Horst Seehofer (CSU) kann sich mit der farblichen Kennzeichnung inzwischen anfreunden. Er stößt damit aber auf einen heftigen Gegenwind der Lebensmittelindustrie, allen vorweg: Südzucker-Chef Theo Spettmann.



Gegner im Streit um die Lebensmittelkennzeichnung: Theo Spettmann lehnt sie ab, Horst Seehofer hat sich mit ihr angefreundet.



Bilder: Archiv

Als Präsident des Bundes für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL) erteilt er der Einführung der „Ampel“ eine Absage.

Das „Farbenwirrwarr“ würde den Verbraucher in die Irre führen, sagt BLL-Geschäftsführer Matthias

Horst: „Eine derartige Farbenkennzeichnung würde den Verbraucher in ein Labyrinth bringen, in dem dieser den richtigen Weg zur Einkaufsentscheidung nicht finden kann. Qualitativ hochwertige Produkte würden verunglimpft.“ Die Hersteller erklären sich bislang nur

bereit, über fünf Nährwerte (Kalorien, Zucker, Fett, gesättigte Fettsäuren, Salz) ohne farbliche Kennzeichnung zu informieren.

Spettmann selbst will sich zu diesem Thema auf Nachfrage von Econo nicht äußern. Vor der Hauptversammlung Ende Juli werde er keine Fragen beantworten, lässt er seinen Pressesprecher mitteilen. Bei Foodwatch hat Sprecher Andreas Eickelkamp auf diese Frage eine schnellere Erklärung parat: „Die Zuckerindustrie will verkaufen, das ist der einzige Grund!“ Ein roter Warnpunkt auf zuckerhaltigen Produkten käme da offensichtlich ungelegen.

Horst Seehofer pocht darauf, dass die Industrie bis 2011 drei Viertel ihrer Produkte mit der „Ampel“ kennzeichnet. „Ich werde die Einhaltung persönlich kontrollieren“, sagte der Minister. Wohl wissend offenbar, dass er bis dahin vielleicht schon gar nicht mehr im Amt ist.

Daniel Albrecht

Inhaltsstoffe häufig gekaufter Lebensmittel

Ketchup
pro 100 ml



Quelle: Foodwatch

Fruchtzwerge
pro 100 g



Cornflakes
pro 100 g



Fanta Orange
pro 100 ml



Grafik: grafKS Kai Segelien

Präsentieren Sie Ihren Ort in econo!

In enger Kooperation mit Ihnen, den Bürgermeistern und Wirtschaftsförderern der Städte und Gemeinden der Metropolregion, berichten wir über

- Stärken und Potenziale
- Ziele und Visionen
- Zahlen, Daten & Fakten

Ihres Standortes und der ansässigen Wirtschaft.

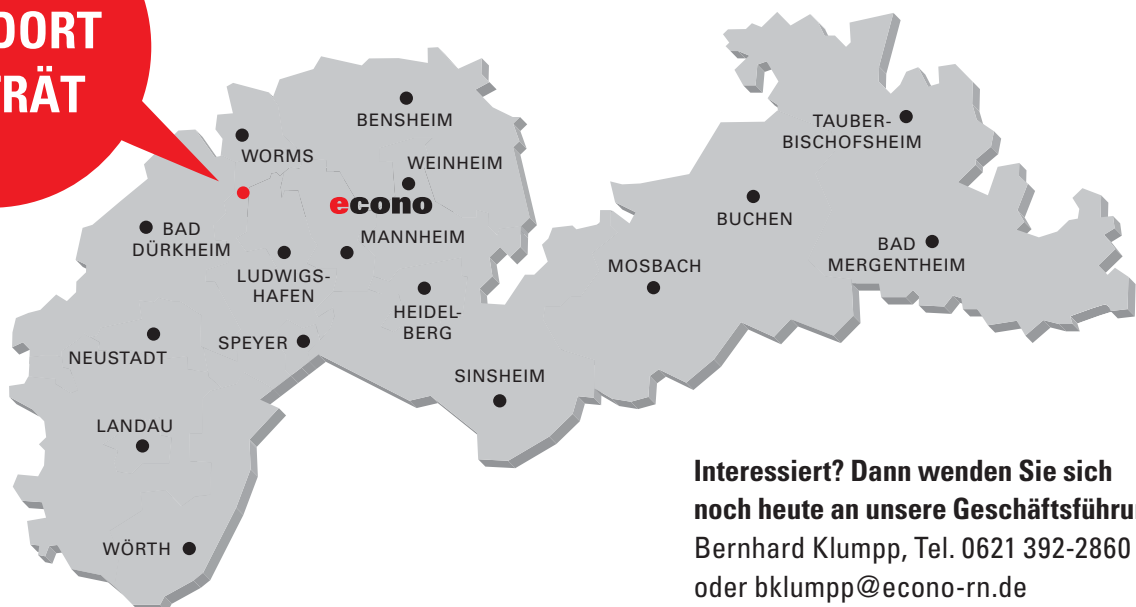
Wir helfen Ihnen Geschäftsbeziehungen aufzubauen und Kontakte zur regionalen Wirtschaft zu fördern.

Unsere Standortporträts erreichen 20.000 Top-Entscheider aus Wirtschaft und Politik.

Werden Sie selbst zur starken Seite der Wirtschaft. econo. Aus der Region – für die Region.



STANDORT PORTRÄT



Interessiert? Dann wenden Sie sich noch heute an unsere Geschäftsführung:
Bernhard Klumpp, Tel. 0621 392-2860
oder bklumpp@econo-rn.de
econo Rhein-Neckar GmbH,
Dudenstraße 12–26, 68167 Mannheim

Tochter aus Nigeria

Das Bauunternehmen Julius Berger hat Nigeria wie kein anderes Unternehmen geprägt. Jetzt ermittelt die Staatsanwaltschaft Wiesbaden wegen möglicher Schmiergeldzahlungen gegen die Bilfinger-Berger-Tochter

In Ketu ist Markt. Tausende, die in diesem Stadtteil von Lagos, der größten Stadt Nigerias, leben, tummeln sich zwischen den Holzstischen, auf denen im Schatten aufgespannter Regenschirme Bananen, Nüsse, Eimer voll Reis, Mais und Hirse liegen. Es riecht nach Benzin. Von der Hauptstraße, die den kilometerlangen Markt durchschneidet, trompeten Hupen, heulen Motoren, brüllen Busfahrer „Oshodi!“, „Ikeja!“ oder „Yaba!“; jene Stadtteile, die sie ansteuern, wenn sich zwei Dutzend Mitfahrer in ihre orangenen VW-Bullis gezwängt haben. Am Rand des Marktes steht einer Reihe von Holzverschlägen. In ihnen hängen lange bunte Gewänder, daneben dutzende Fußballtrikots. Grüne Leibchen des Nigerianischen Nationalteams, Trikots von Real Madrid, Manchester United und dem AC Mailand; Ein Trikot lässt sich jedoch nicht zuordnen: es ist blau mit einem weißen „B“ auf der Brust. „Julius Berger Boys“, sagt der schwarze Verkäufer. „Do you like them?“

Das Trikot gehört zur „Werkself“ des deutschen Unternehmens Julius Berger. Der Club wurde 1976 in Lagos gegründet, gewann zahlreiche nationale Titel und brachte Spieler hervor wie den Ex-Lauterer Taribo West oder Sunday Oliseh, der später unter anderem bei Bochum und Dortmund kickte.

Der Club steht gleichzeitig für ein Bauunternehmen, das beinahe im Alleingang die Infrastruktur des heutigen Nigerias aufgebaut hat – Julius Berger. Gegründet 1905 vom gleichnamigen jüdischen Unternehmer, der im Konzentrationslager Theresienstadt starb. Nach Ende des Zweiten Weltkriegs wurde das Unternehmen von den westdeutschen Besitzern kontrolliert. Diese verlegten den Sitz der Gesellschaft nach Wiesbaden. Von wo aus sich das Unternehmen als erste deutsche

Baufirma nach dem Krieg auch im Ausland um Aufträge bemühte.

1965 machte sich das Bauunternehmen auf, das gerade von den Engländern in die Unabhängigkeit entlassene Nigeria aufzubauen. Der erste Auftrag: der Bau einer Brücke in der damaligen Hauptstadt Lagos.

Schon bald stieg das Unternehmen zu einer Art Haus- und Hoflieferant jener Herrscher auf, die den Ausbau der Metropole Lagos vorantrieben. Hatte die Stadt im Jahr 1911 noch rund 57 000 Einwohner, waren es 1960, im Jahr der Unabhängigkeit schon rund 400 000. 1965, in dem Jahr als Julius Berger den Schritt nach Nigeria wagte, waren fast dreißig Prozent aller industriellen Arbeiter in Lagos beschäftigt. Knapp vierzig Prozent der höheren Angestellten des öffentlichen Sektors hatten ihren Schreibtisch in der Hauptstadt; dazu mehr als vierzig Prozent der leitenden und mitt-

leren Angestellten der nigerianischen Privatwirtschaft.

Seit den 70er Jahren, in denen Nigeria zum größten Erdölexporteur Afrikas aufstieg, baut Julius Berger auch Öl- und Gasraffinerien und Pipelines. Auf Grundlage von hochtrabenden Fünf-Jahres-Plänen klotzten und protzten die wechselnden Herrscher des Landes mit immer neuen Bauten. Bald prangte das weiße „B“ auf blauem Grund an Stadtautobahnen, Überführungen, Kreuzungen und Verteilerkreisen der ganzen Stadt. Später an Ministerien und Flughäfen.

Gleichzeitig verkam Lagos zum Moloch. In den Straßen begannen sich Autowracks zu stapeln, stinkende Abfallhügel türmen sich bis heute in den Wohnvierteln und Slums am Stadtrand. Keine der Müllverbrennungsanlagen in Lagos ging je in Betrieb. Dabei stieg die Zahl der Einwohner bald in die Millionen.



Ein Blick über Stadtautobahn und Slums auf die Skyline der Metropole Lagos. Hier begann Julius Berbers Aufstieg zum größten Baukonzern Nigerias. Bild: KrK



Um das Problem zu lösen, befahl der damalige Präsident Shehu Shagari seinen Ministern den Umzug in eine noch zu bauende neue Hauptstadt. Abuja sollte sie heißen – und bis 1983 fertiggestellt werden. Abuja sollte zum einen Lagos entlasten. Zum anderen sollte die neue, in der Mitte des Landes gelegene Stadt, die zerstrittenen Völker Nigerias versöhnen: die Yoruba im Südwesten mit der Metropole Lagos, die separatistischen Ibo im östlichen Nigerdelta im Südosten und die muslimischen Hausa im Norden.

Der Hauptstadtbauboom löste einen zweiten Bauboom aus, der bis heute anhält. Und wieder war Julius Berger gut im Geschäft. In Abuja baute das Unternehmen unter anderem das internationale Konferenzzentrum, Hotels, die neue Zentralbank, das 60 000 Zuschauer fassende Nationalstadion, den Zoo und das Parlamentsgebäude, das erst im vergangenen Jahr fertiggestellt worden ist.

Von wem die Aufträge kamen, schien das Unternehmen dabei wenig zu kümmern. So errichtete Julius Berger Mitte der 90er Jahre dem Diktator Sani Abacha eine prächtige Villa mit Bunkeranlage. Abacha hatte sich in dieser Zeit weltweit einen Namen gemacht, indem er Regimegegner und Minister hängen ließ.

Auch wie manche Aufträge in dieser Zeit zustande kamen, ist zum



Das Parlamentsgebäude in Abuja ist eines der jüngsten Projekte Julius Bergers. Es wurde 2007 fertiggestellt.
Bild: Bilfinger Berger

Teil bis heute unklar. Wegen des Baus einer Flüssiggas-Anlage im Nigerdelta geriet Julius Berger erstmals 1996 ins Visier der Justiz. Hintergrund war ein Joint Venture mit dem französischen Baukonzern Spie Batignolles. Gemeinsam sollten die Unternehmen eine milliardenteure Flüssiggas-Anlage im Niger Delta bauen. Julius Berger, das die Federführung des Konsortiums übernommen hatte, verlangte vom Partner

Spie Batignolles nach und nach einige Millionen Euro an Kommissionszahlungen. Die Franzosen erhielten auf schriftliche Nachfrage jedoch keine Erklärung über den Verbleib des Geldes und klagten – ohne Ergebnis.

Bald begannen auch amerikanische und französische Staatsanwälte gegen einheimische Konzerne zu ermitteln, die ebenfalls an der nigerianischen Flüssiggasanlage beteiligt

gewesen waren. Bilfinger Berger war in diesem Fall außen vor. Erst als der Konzern im Zuge der Ermittlungen der US-Börsenaufsicht SEC im März 2007 auch die zuständigen deutschen Behörden informierte, was die Süddeutsche Zeitung aufdeckte, bekam der Fall Brisanz.

Im Mai 2008 meldete dann der Spiegel, die Staatsanwaltschaft in Wiesbaden habe einen Anfangsverdacht gegen Mitarbeiter von Bilfinger Berger bejaht, wonach beim Bau der Flüssiggasanlage möglicherweise Schmiergeld in Millionenhöhe an die Regierungspartei People's Democratic Party geflossen sei. Bilfinger Berger bestätigte dies, unterstrich jedoch, dass der Vorstand nach einem klaren Verhaltenskodex handele. Dieser Kodex, der seit 2007 auch für die Tochter Julius Berger gilt, hat jetzt erste Opfer gefordert. Auf einer Journalistenreise ins kanadische Vancouver räumte Konzernchef Herbert Bodner ein, eine einstellige Anzahl an Mitarbeitern, die am Bau der Flüssiggasanlage beteiligt gewesen wären, entlassen zu haben.

In wie weit es Bilfinger Berger ernst ist, gegen Korruption in einem Land vorzugehen, das auf der aktuellen Korruptionstabelle von Transparency International Rang 34 der korruptesten Staaten der Welt einnimmt, wird sich zeigen.

Wie lange die Ermittlungen dauern, sei nicht abzusehen, so ein Sprecher der Wiesbadener Staatsanwaltschaft. Korruptionsverfahren, gerade mit Verwicklungen in Nigeria, gelten als langwierig. Zumal Julius Berger nicht irgendein nigerianisches Unternehmen ist. Den Sitz einer jener nigerianischen Behörden, die zur Aufklärung beitragen müssten, hat das Unternehmen im Jahr 2002 gebaut. *Kristian Kloob*

Standorte Julius Bergers in Nigeria



Quelle: Julius Berger

Grafik: grafIKS Kai Segelken

ZAHLEN & FAKTEN

Tochter und Mutter

Die Julius Berger Plc. setzte im vergangenen Jahr 78,4 Mrd. Naira (434 Mio. Euro) um. Der Gewinn nach Steuern lag bei 1,7 Mrd. Naira (9,4 Mio. Euro). Das Unternehmen beschäftigt knapp 17 000 Mitarbeiter.

Die Bilfinger Berger AG, der Mutterkonzern Julius Bergers, setzte 2007 Jahr 9,2 Milliarden Euro um. Der Gewinn vor Steuern lag bei 242 Millionen Euro. Der Konzern beschäftigte 2007 weltweit 53 000 Mitarbeiter.



Henning Piezunka (stehend) und Holger Tempel haben pünktlich zur Gründung der Webalytics GmbH ihr neues Büro in Lampertheim bezogen. Hier wollen sie künftig Kunden im Umgang mit Googles Web-Analyse-Software beraten und schulen. Bild: Klooß

Die Google-Lizenz

Die Webalytics GmbH mit Sitz in Lampertheim ist Deutschlands einziger Google-Partner für die Web-Analyse-Software „Google Analytics“. Die Gründer hoffen auf ein großes Geschäft

Im Fahrwasser großer Konzerne fischen viele deutsche Unternehmen nach Kunden. Das gilt für Software-Anbieter, die SAP-Lösungen für ihren Kunden maßschneidern, das gilt für Großhändler, die ihre Waren zu Tausenden über Ebay-Shops versteigern. Und das gilt auch für den Internet-Konzern Google. Dem amerikanischen Unternehmen verdanken zahlreiche Optimierer von Suchmaschinen ihr tägliches Brot. Dennoch ist der Konzern nicht ganz mit anderen Software-Riesen vergleichbar. Denn für das Google-Produkt, das am besten geeignet ist, um das Nutzerverhalten auf einer Homepage zu analysieren, ist Google wählerisch. Das Produkt nennt sich „Google Analytics“, und der einzige offizielle Lizenzpartner im deutschsprachigen Raum sitzt in

Lampertheim – es ist die im Juni gegründete Webalytics GmbH.

Gründer und Geschäftsführer des Unternehmens ist Holger Tempel. Der Wormser war schon als Kind ein Technikfanatiker: „Schon mit zwölf habe ich die IT gequält“, erinnert er sich. Dennoch machte er zu nächst eine Lehre bei Kaufhof in Mannheim, auf die er während seines Bundeswehrdienstes eine Fortbildung zur Führungskraft draufsatelte. Als gerade 21-Jähriger stieg er so als Abteilungsleiter bei Kaufhof ein. „Die ersten Gehaltsverhandlungen sind dann allerdings gescheitert“, sagt Tempel und lächelt. So habe er sich selbstständig gemacht. Zunächst als Vermögensberater. Später habe er dann sein Hobby, die Informationstechnologie, zum Beruf gemacht und begonnen, mittel-

ständige Unternehmen bei der Verwaltung ihrer Computer-Server zu beraten. „2002 kam dann das Geschäft mit der Web-Analysesoftware von Urchin dazu“, erinnert sich der 38-Jährige.

2002 studierte sein heutiger Geschäftspartner, der 28-jährige Henning Piezunka, noch. Zuerst in Mannheim, später in Paris, schließlich an der London School of Economics in England. „Nach Mannheim zurück wollte ich eigentlich nicht“, sagt er. Warum es dennoch dazu kam, liegt daran, dass er schon während des Studiums Webseiten programmierte; zuerst für Gemeinden und kleine Mittelständler, später, mit einer Hand voll Geschäftspartnern, für die Lufthansa und einige Handelskammern.

Als Piezunka für seine Web-Agentur CPS-IT eine Lizenz für die Webanalyse-Software „Urchin“ erwerben wollte, ging alles sehr schnell. Da Piezunka als Student unter anderem auch den Webauftritt Lampertheims koordiniert hatte, verabredete er sich mit Holger Tempel, der die Software als Lizenznehmer vertrieb, zu einem Geschäftsessen. Dass die beiden gleich auf einer Wellenlänge funkten, wurde deutlich „als wir das gleiche Handy auf den Tisch legten“, erinnert sich Tempel.

Durch die Übernahme des Unternehmens Urchin durch Google war er damals gerade zum einzigen von Google zertifizierten Berater im deutschsprachigen Raum in Sachen Google Analytics ernannt worden. Was fehlte, war ein betriebswirt-

schaftlich denkender Geschäftspartner. Und der saß nun vor ihm.

So kamen die beiden ins Geschäft. Von der telefonischen Beratung über das Training im Unternehmen bis hin zu Seminartagen in den neu bezogenen Büros in Lambertheim bieten sie ihren Kunden einen Rundum-Service für Google Analytics. Die Beratung teilen sie dabei unter einander auf. Während Piezunka vor allem die wirtschaftlichen Seiten analysiert, ist Tempel der Ansprechpartner für die Technik. „Wir spielen uns gegenseitig den Ball zu“, sagt er. Bei einer Beratung könne es durchaus sein, dass einer der beiden zwei Stunden lang schweigt und dann plötzlich wieder eingebunden werde.

Was beiden in ihren Beratungsgesprächen besonders auffällt: Viele Firmen investierten ohne Ziel in ihren Internetauftritt. „Wir setzen uns dann mit den Kunden zusammen und definieren diese Ziele“, sagt Piezunka. Damit meint er vor allem das Herunterbrechen abstrakter Kundenwünsche wie hohe Klickzahlen



Diese Maske der Software „Google Analytics“ enthält jene Daten, auf deren Grundlage Webalytics Kunden bei deren Web-Auftritt berät. Bild: Google

auf betriebswirtschaftliche Größen wie die Rendite und messbare Kennzahlen: Wie viele Nutzer wa-

ren wie lange auf der Internetseite? Auf welchem Weg haben sie sich durchgeklickt? Mit welchen Such-

begriffen wurde die Seite überhaupt in der Suchmaschine gefunden?

„Ein Unternehmen, das nur für den deutschen Markt produziert, braucht keine Zugriffe aus den Vereinigten Staaten“, sagt Piezunka. Würden hingegen dreißig Prozent der Kunden zwischen dem Anschauen des Produkts und dem Kauf wegklicken, könne auch das ein Anknüpfungspunkt für eine Beratung sein. „Wir analysieren das gemeinsam mit dem Kunden und sagen ihm: 'Das musst du anders machen'“, sagt Piezunka. Webalytics setzt diese Empfehlungen auch um, wenn der Kunde es wünscht. Letztlich gehe es dabei meist um das gleiche: „Wie wecke ich Interesse, wie gewinne ich die Kunden, wie mache ich aus kleinen Kunden große?“, sagt Piezunka.

Auf große Kunden hoffen auch er und Tempel. In diesem Jahr werden sie inklusive des Verkaufs von Urchin-Software-Lizenzen rund 250 000 Euro umsetzen. Das Wachstum sei indes gewaltig – dank der Google-Lizenz. **Kristian Kloof**

KOMPLETTPLANUNGEN

für kommunale und gewerbliche Auftraggeber

Technische Gebäudeausstattung

- Heizung
- Klima
- Sanitär
- Lüftung
- Labortechnik
- Elektrotechnik
- Brandschutztechnik

Unsere Leistungen:

- Fachplanung
- Objektüberwachung
- Baucontrolling

Ingenieurbüro Lummer + Biehl

Heinrich-Geiler-Straße 16
69242 Mühlhausen
Telefon: 0 62 22 - 94 35 0
Telefax: 0 62 22 - 94 35 10

WIESLOCH . LEIPZIG . DRESDEN

Projekte/Referenzen:

www.tga-net.de

Mitglied im Verband
beratender Ingenieure



Triple Crown!

Mannheim Business School is Germany's first business school with triple international accreditation!



Accredited by
Association
of MBAs

With the accreditation by AMBA, Mannheim Business School has gained the Triple Crown of business education. It now belongs to the elect few business schools in the world that are accredited by all three major international accreditation bodies. Visit our website to learn more about our first-rate programs for all career stages.

www.mannheim-business-school.com

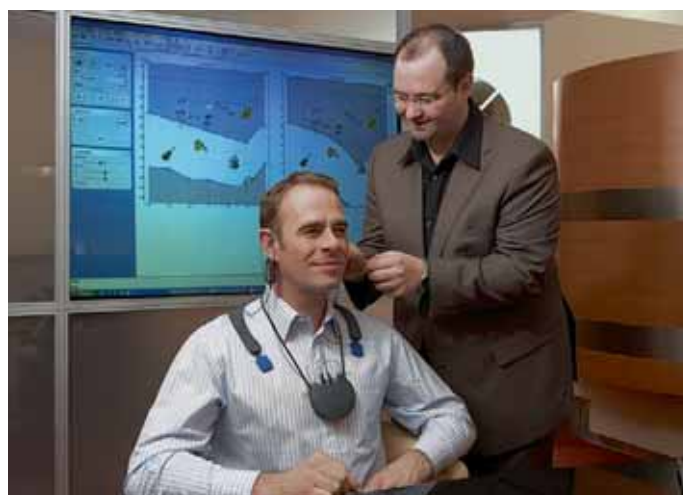
MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

Den Ohren wieder trauen

Heinz Spitzmüller bietet Hörgeräte-Akustik speziell für Führungskräfte. Deren Bedarf kennt der ehemalige SAP-Manager sehr gut: Er ist selbst stark schwerhörig. Doch das ist nicht der einzige Unterschied zu einem normalen Hörakustik-Geschäft

Ein warmer Frühsommer-Morgen in Wiesenbach: Das verschlafene Odenwaldorf liegt idyllisch zwischen Wäldern und Feldern. Das Lauteste ist das Gezwitscher der Vögel. Heinz Spitzmüller hat sich hier mit seinem Unternehmen „My-World-of-Hearing“ niedergelassen. Er braucht die Ruhe, um manchmal richtig Krach machen zu können. Wenn er die Tonanlage in seinem Hörakustikstudio weit aufdreht, lärmt es aus allen Lautsprechern, als würde mit einem Presslufthammer der Boden der edel eingerichteten Geschäftsräume aufgerissen: Bis zu 115 Dezibel setzt Spitzmüller ein, um beispielsweise Arbeitslärm zu simulieren. Für diesen Bereich bietet er auf den Kunden exakt zugeschnittenen Hörschutz an, der um ein genau definiertes Maß den am Trommelfell ankommenden Lärm reduziert.

Das wichtigste Produkt des Unternehmens sind jedoch Hörgeräte. Für die Auswahl und Einrichtung des passenden Geräts nehmen sich Spitzmüller, seine Frau Nicole und Hörgeräteakustiker-Meister Markus



Hörgeräteakustiker-Meister Markus Andrae im Dolby-Surround-Studio mit einem Kunden. Im Hintergrund eine Videowand. Bilder: My-World-of-Hearing

Andrae viel Zeit: „Schon das erste Beratungsgespräch dauert oft über zwei Stunden. Dabei ermitteln wir exakt, wie stark der Hörverlust ist und in welchen Situationen der Kunde besser hören will“, sagt Heinz Spitzmüller. Dafür ist das Studio nicht nur mit einer Dolby-Surround-Anlage ausgestattet. Um beispielsweise eine Diskussion mit mehreren Teilnehmern lebensecht zu simulieren, setzt das Unternehmen als zusätzliche Schallquellen so genannte Mund-Simulatoren ein. Die Öffnung gleicht in der Größe dem Mund eines Erwachsenen; die Abstrahlung entspricht der eines menschlichen Stimmorgans. Die eigentlich für die Forschung gedachten Geräte hat der gelernte Informatiker auf Schwenkarme montiert, die normalerweise Trockenhauben auf die richtige Höhe bringen. Mit Hilfe dieses ausgeklügelten Systems lassen sich viele verschiedene Situationen nachspielen, angefangen von der Verabschiedung am Bahnhof,

über eine Unterhaltung im vollen Restaurant bis zum Gespräch im Flugzeug. Die derzeit 40 vorhandenen Szenarien werden ständig erweitert. „Kürzlich haben wir für einen Kunden ein neues Szenario komponiert. Für diesen Mann war es besonders wichtig, im Geschäftsleben einer fremdsprachigen Diskussion besser und gelassener zu folgen“, schildert Spitzmüller.

Wunsch zu gründen kam im Sabbatical

Der 46-Jährige kennt die Probleme seiner Kunden. Lange Jahre war er im Management der SAP tätig. Seine stärker werdende Schwerhörigkeit machte ihm zu schaffen. Am Anfang war ihm gar nicht bewusst, dass bestimmte Probleme mit seinem schlechten Gehör zusammenhängen. So hatte er Schwierigkeiten, bei Diskussionen zu Wort zu kommen. Heute weiß er: „Da ich akustisch nur bruchstückhaft folgen

konnte, habe ich für das Verständnis viel länger gebraucht. Die Anderen hatten da schon längst das Wort ergriffen“, erinnert sich Spitzmüller. Was Kollegen als Passivität und „verlorenen Drive“ wahrnahmen, war eigentlich die starke Konzentration, um überhaupt etwas zu verstehen. Im April 2006 beendete Spitzmüller schließlich im Einvernehmen mit seinem Arbeitgeber seine Karriere bei SAP. Während des anschließenden Sabbaticals reifte die Idee, ein eigenes Hörgeräte-Unternehmen zu gründen. Mit der Branche hatte er schon lange Kontakt. Seit seinem 35. Lebensjahr nutzte er Hörgeräte. Nur passten diese nicht auf seine Erfordernisse. „Die 45-Minuten-Standardberatung und die Geräte wurden meinem beruflichen Alltag als Führungskraft nicht gerecht“, so Spitzmüller.

So spezialisierte sich der Jungunternehmer auf diese Klientel. Auch sonst unterscheidet sich „My-World-of-Hearing“ von einem normalen Hörakustik-Geschäft. Die Tonsimulation wird durch passende Videosequenzen unterstützt, um den Test möglichst lebensnah zu gestalten. Das Verfahren zur Anpassung der Hörgeräte hat Spitzmüller mittlerweile zum Patent angemeldet. Die abgeschiedene Lage in einem Wohngebiet in Wiesenbach bietet außerdem Diskretion und Ruhe. Das Ehepaar Spitzmüller und Markus Andrae bedienen Kunden auch abends oder am Wochenende. Laufkundschaft wie im Ladengeschäft gibt es nicht; eine Beratung gibt es nur nach Terminvereinbarung. „Außerdem sorgt die Lage in Wiesenbach für eine ruhige und entspannte Atmosphäre“, sagt Spitzmüller. Zumindest so lange, bis die Akustik-Anlage wieder voll aufgedreht wird. *Matthias Schmitt*



Heinz Spitzmüller: Seine Zielgruppe sind Führungskräfte.

Jetzt sparen!

Das Wirtschaftsmagazin der
Metropolregion Rhein-Neckar
im Probe-Abonnement:
**drei Monate bequem zugesandt –
immer aktuell, immer spannend.
Jetzt bestellen!**



Ihre Vorteile

- bequeme Zustellung der druckfrischen Ausgabe
- unverzichtbares Wissen aus der gesamten Wirtschaftsregion

**Informieren Sie sich auch
über das Firmen-Abonnement
unter 0621 392 - 28 00
oder abo.econo@econo-rn.de**

Bestellschein

- Ja**, ich will econo 3 Monate lang zum einmaligen Kennenlernpreis von 10,00 Euro testen.
DIE LIEFERUNG ENDET AUTOMATISCH
- Ja**, ich weiß schon jetzt, dass ich econo danach weiterlese und bestelle das Jahresabo zum derzeitigen Bezugspreis von 49,20 Euro. PREIS INKL. PORTOKOSTEN UND MWST.

Name / Vorname

Straße / Hausnummer

PLZ / Ort

Telefon (für Rückfragen)

Handy (für Rückfragen)

E-Mail

Geb.-Datum

Einsenden an:

econo Rhein-Neckar GmbH
Dudenstraße 12–26, 68167 Mannheim.

Noch schneller geht's per Fax: 0621 392-1400.

Die Abonnementgebühr soll bequem und bargeldlos von meinem Konto abgebucht werden.

Bank / Sparkasse

Konto-Nr. / BLZ

Ich bezahle per Rechnung.

Vertrauensgarantie: Ich habe das Recht, diese Bestellung gegenüber der econo Rhein-Neckar GmbH, Dudenstr. 12–26, 68167 Mannheim innerhalb von 2 Wochen schriftlich zu widerrufen (Datum des Poststempels). Das Jahresabo kann 6 Wochen zum Verpflichtungsende gekündigt werden. Es gelten die AGB. Handelsregister Mannheim, HRB 704188

Datum / Unterschrift

WA080201



Klaus Hekking an seinem Schreibtisch: Unterwegs komponiert er am Laptop gerne Jazz-Stücke. Bilder: SRH

Klaus' Mops Otto

Klaus Hekking ist nicht unumstritten. Unumstritten ist, dass er viel bewirkt hat. Aus der „Stiftung Rehabilitation Heidelberg“ formte er in 23 Jahren den heutigen SRH-Konzern.

Die Manager-Karriere von Klaus Hekking begann mit einer Katastrophe. Nicht mit einer persönlichen Pleite, sondern mit der einer sozialen Einrichtung, die sich selbst zugrunde gerichtet hatte. Im Jahre 1955 war in Heidelberg auf Initiative des Evangelischen Arbeiterwerks der Verein „Stoekerwerk e.V.“ gegründet worden. Ziel dieses Vereins war zunächst die Umschulung von Kriegsversehrten, später dann die Rehabilitation von Behinderten. Aus dem Stoekerwerk wur-

de 1971 die Stiftung Rehabilitation Heidelberg (SRH), doch die war im Laufe der Jahre unter wechselndem Management heruntergewirtschaftet worden. 1983 war sie schließlich nahezu hoffnungslos am Ende.

Die vermeintliche Todesstunde der SRH wurde zur Geburtsstunde des erfolgreichen Unternehmers Klaus Hekking. Der gebürtige Berliner und studierte Jurist war damals 33 Jahre jung, diente als Regierungsdirektor dem Lande Baden-Württemberg, hatte sich erste Sporen als

persönlicher Referent der seinerzeitigen Minister Lothar Späth und Dietmar Schlee verdient. Hekking erhielt den Auftrag, in Heidelberg möglichst geräuschlos den maroden SRH-Laden abzuwickeln. Als er in der Neckarstadt ankam, prophezeite ihm ein Alteingesessener: „Sie werden wir auch bald wieder verabschieden, genau wie ihre Vorgänger.“

Doch Hekking ist immer noch da, wirkt seit 23 Jahren als Vorstandsvorsitzender der SRH, hat aus dem

überschuldeten Laden ein blühendes, zukunftssträchtiges Unternehmen gemacht. Allerdings ein ganz anderes Unternehmen, das kaum mehr etwas mit der ehemaligen Stiftung Rehabilitation gemein hat. Hekking, der bei seinem Start in Heidelberg kaum unternehmerische Erfahrung hatte, erkannte schnell und intuitiv, welches Potenzial im verstaatlichten Bildungs- und Gesundheitsmarkt steckt, lange bevor privatisierte Krankenhäuser und private Bildungseinrichtungen ein



schulen und eine allgemeinbildende Schule gehören zur Konzernfamilie. Besonders stolz ist Hekking auf das von ihm initiierte und geförderte Hochbegabten-Gymnasium in Neckargemünd.

Mit Macht und Kraft hat Hekking den Umbau der SRH durchgeboxt. Widerstände und Kritik hat es immer wieder gegeben, doch die juckten den Konzernchef nicht sonderlich. Austeilen kann er, einstecken aber auch. „Mein größtes Problem war, den Mentalitätswandel von einer öffentlich-rechtlichen Einrichtung hin zu einem kundenorientierten Unternehmen zu schaffen“, sagt Hekking. Er selbst bezeichnet seinen Führungsstil als „straff und robust, gewürzt mit einer Prise Humor“. Robust interpretiert er so: „Ich ziehe Entscheidungen schnell durch, ohne faule Kompromisse, denn die zahlen sich nicht aus.“ Hekking ist ein Antreiber mit hoher Umsetzungsgeschwindigkeit. Wer sich da in den Weg stellt, läuft Gefahr, umgerannt zu werden. Mit der Schnelligkeit des Chefs hatte und hat so mancher Mitarbeiter Probleme. „Er arbeitet sehr viel, verlangt aber auch sehr viel“, sagt ein Insider.

Straffer und robuster Führungsstil

Thema waren. Die SRH wurde saniert, umgekrempelt, stieß zu neuen Ufern vor. Hekking auf die Frage, was sein größter Erfolg in seiner Manager-Laufbahn ist: „Ich habe aus einer betulichen öffentlich-rechtlichen Einrichtung einen modernen Bildungs- und Gesundheitskonzern geformt.“

Und der kann sich in der Tat sehen lassen: Die SRH, nach wie vor eine Stiftung des bürgerlichen Rechts, besteht heute aus 33 Konzernunternehmen an 47 Standorten, beschäftigt 7400 Mitarbeiter und erzielt einen Umsatz von rund 500 Millionen Euro. Zur Gesundheitssparte gehören inzwischen sechs Akutkrankenhäuser und eine Rehabilitationsklinik, spezialisiert auf die Bereiche Neurologie, Kardiologie, Onkologie und Orthopädie. Am deutschen Gesundheitsmarkt nimmt die SRH Platz fünf bis sechs ein. Auch in der Bildung mischen die Heidelberger kräftig mit: Fünf Hochschulen, sechs Berufsfach-

Der Mann an der Konzernspitze wiederum behauptet, er wolle keine Mitarbeiter, die „im vorausseilenden Gehorsam ihr Gehirn an der Garderobe abgeben.“ Man solle ihm nur widersprechen, er fordere den Widerspruch geradezu heraus. Spricht er aber von seinen Schwächen, dann sagt Hekking, er sei manchmal ungeduldig, höre dann nicht richtig zu, vernehme so Zwischen- und Untertöne nicht. So ganz passt das nicht zusammen: Auf der einen Seite Widerspruch und Kritik herausfordern, auf der anderen Seite aber Ungeduld an den Tag legen und manchmal nicht zuhören können. Da schrieb ein Zeitgenosse über Klaus Hekking: „Diesen Spannungsbogen aus kreativer Unruhe, Humor und kühler Juristen-Logik kann nicht jeder auf Anhieb einordnen. Es braucht etwas Zeit, um zu verstehen, wie Hekking wirklich tickt.“

Der Vater zweier erwachsener Kinder hat eben auch seine Eigen-

AM RANDE

Stauverhalten lehrt kreatives Denken

Prof. Klaus Hekking referierte kürzlich vor internationalen Gästen, wie man am Stauverhalten von Deutschen und Vietnamesen kreatives Denken lernen kann. Sein Fazit: Bürokratie steht der Kreativität im Weg. Die 25 Entscheidungsträger aus Belgien, Italien, USA, Kanada, Frankreich und Spanien informierten sich auf Einladung des baden-württembergischen Wirtschaftsministeriums über die Lage in der Region. Eine Station war dabei die SRH.

heiten, was ihn aber nicht unsympathisch macht. In diesem Zusammenhang ist auch Mops Otto zu erwähnen, indirekt ein „animalischer Mitarbeiter“ der SRH. Otto ist oft bei Konferenzen dabei. „Dauern die sehr lange, dann fängt Otto an zu knurren“, wird kolportiert. Wie sein Herrchen, will wohl auch der Mops den Beschäftigten Beine machen.

Und da ist dann noch der private Hekking, der „Klaus am Vibraphon“, wie es betriebsintern heißt. Der gebürtige Berliner ist seit ewigen Zeiten Jazz-Fan, macht aktiv Musik, soll häufig auf langen Fahrten in der Dienstlimousine Jazz-Stücke am Laptop komponieren. Bei einer akademischen Feier der SRH Hochschule Calw legte Hekking plötzlich das Jackett ab, mischte sich unter die Musiker und wirbelte ein Vibraphon-Solo in den Saal voller ehrwürdiger Honoratioren. Kein Wunder, dass er auch Mitglied der 19-köpfigen SRH Big Band ist. Da duzt er sich dann bei Proben und Aufführungen mit den Bandmitgliedern, unkonventionell und kumpel-

haft. Den offenen Umgangston kennt Hekking aus den USA, wo er als Professor an der Colorado State University in Fort Collins lehrt.

„Das soll uns erst einmal einer nachmachen“

Robuster, manchmal knallharter Manager, aber eben auch ein musischer Mensch, mit Sinn für Kunst und Kultur. Beides ist im Wesen Hekking, der aus einer Berliner Musikerfamilie stammt, vereint. In seiner Freizeit malt er, beim Umbau der Poliklinik in Gera hat er Kunst in das Gebäude integriert. Bildungsreisen in Länder wie Vietnam und Kongo empfindet er als Bereicherung. Fährt er privat durch die deutschen Lande, dann liebt er besonders seinen Oldtimer Marke Jaguar E-Type.

Wenn Klaus Hekking in einigen Jahren von der Unternehmerbühne abtritt, dann soll sein Nachfolger „einen straffen und gesunden Konzern übernehmen“. Vieles ist auf dem Weg dorthin bereits vollbracht, auch wenn der Spitzenmanager immer wieder Rückschläge hinnehmen musste. So hat sich die SRH vom groß angekündigten Börsengang wieder verabschieden müssen, aus der Einsicht heraus, dass man mit den ganz Großen in der Klinikbranche doch nicht mithalten kann. Die SRH hat sich inzwischen auf Nischen im Gesundheits- und Bildungsmarkt spezialisiert, spielt hier eine beachtliche Rolle. Und dies ganz wesentlich dank Hekking, der aus einem kranken ein kerngesundes Unternehmen mit einer Umsatzrendite von fünf Prozent gemacht hat. „Das soll uns erst einmal einer nachmachen“, sagt Hekking, lächelt und lehnt sich in seinem Bürosessel zurück. **Gerd Goebel**



Klaus Hekking mag Mitarbeiter, die ihm widersprechen.

Eiliger Bote Gottes

Bischof Dr. Karl-Heinz Wiesemann ist Ansprechpartner für 600 000 Gläubige. Das geht nur bei einem straffen Zeitplan

Ounheilige Hektik! Der Terminkalender des neuen Speyerer Bischofs Dr. Karl-Heinz Wiesemann könnte nicht voller sein. Dabei hatte der 47-Jährige aus Herford bei seinem Amtsantritt verkündet, dass er sich keineswegs als Kirchenmanager verstehe. Doch nach rund 100 Tagen muss sich der gebürtige Ostwestfale, den der Papst 2002 zum Weihbischof von Paderborn ernannte und 2007 dann in die Pfalz berief, an die eigene Brust klopfen: „Bis jetzt blieb keine Zeit, die Eindrücke, Begegnungen und Ereignisse zu verarbeiten.“

Zeit zum Nachdenken fand er gerade mal bei einem zweistündigen Spaziergang zur Burg Landeck in Klängenmünster. Eine lässliche Sünde. „Schließlich bin ich in ein kleines Paradies in der Pfalz gekommen“, schwärmt der Oberhirte und

verweist auf die „landschaftlichen und kulturellen Schätze und vor allem die herzlichen Menschen“.

Mehr Hirte als Manager

Und die wollen ihn natürlich kennen lernen. Deswegen erwägt der Seelsorger unter anderem Bürgersprechstunden anzubieten, wenn auch nicht regelmäßig. An Anfragen fehlt es nicht, angefangen von Konflikten in einer der 345 Pfarreien mit insgesamt 600 000 Katholiken bis zu Bittstellern, die ihn um Beistand bei der Jobsuche anflehen. Doch Arbeitsplätze kann selbst der Mann mit dem guten Draht nach oben nicht einfach aus dem Ärmel seiner Kutte schütteln.

Die fetten Jahre sind vorbei – da macht die Kirche keine Ausnahme. Schließlich ist sie einer der größten Arbeitgeber in der Region mit allein 13 000 hauptamtlichen Mitarbeitern in den sozial-karitativen Einrichtungen. 252 Kindertagesstätten, neun katholische Krankenhäuser, 37 ökumenische Sozialstationen, 25 Einrichtungen der Behindertenhilfe und 17, die sich der Altenbetreuung widmen, belegen unter anderem das Engagement der Diözese.

Die fetten Jahre sind vorbei – auch für die Kirche

Die Aufgaben steigen, die Mittel schwinden. So hat das Pfälzer Bistum in diesem Jahr gerade 130 Millionen Euro (das meiste stammt aus



Wortgewaltig: Bischof Wiesemann bei einer Predigt im Speyerer Dom.

Kirchensteuern) zur Verfügung. Außerdem schlägt die laufende Domsanierung mit insgesamt 26 Millionen Euro zu Buche. Wo also soll da gespart werden? „Wir versuchen, alles sozialverträglich zu gestalten“, betont der Bischof. Dabei müsse man oft einen „Spagat machen“ und dürfe nicht müde werden, „die Menschen auf diesem Weg mitzunehmen“. Angesichts des gewaltigen Umbaus in der Gesellschaft sollten

viele Felder neu bestellt werden: „Wesentlich ist, den Blick für grundlegend Notwendiges zu schärfen.“

Am Grundauftrag wie der Caritas, also der Verpflichtung für den Nächsten, will Wiesemann allerdings keinesfalls rütteln. Auch bei der Kinderbetreuung komme es nicht unbedingt auf mehr Personal, sondern auf hohe Qualifikation der Mitarbeiter an. Und vor allem auf den ganz persönlichen Einsatz. „Es

Offiziell: Dr. Karl-Heinz
Wiesemann im Bischofsornat.
Bilder: Bistum Speyer



DAS BISTUM SPEYER

Kleine Diözese mit großem Dom

Speyer zählt innerhalb der 27 Bistümer in Deutschland zu den kleineren Diözesen. Es umfasst das Gebiet der Pfalz und des Saar-Pfalz-Kreises im Saarland. Von den 1,4 Millionen Einwohnern dieses Gebiets bekennen sich 604 000 zum katholischen Glauben. Organisiert sind sie in den 345 Pfarrgemeinden des Bistums. In seiner heutigen Gestalt gibt es das Bistum erst seit 1817, als nach der Niederlage Napoleons die ehemalige Kurpfalz entlang des Rheins geteilt wurde. Die linksrheinischen Gebiete wurden dem Königreich Bayern zugeschlagen. Das davor existierende Fürstbistum hatte auch Gebiete Badens und Württembergs umfasst. Von der alten Größe – die Anfänge des Bistums liegen im Frühmittelalter – legt der Speyrer Dom Zeugnis ab. Die Grundsteinlegung fand unter dem salischen Kaiser Konrad II um das Jahr 1030 statt. Unter dessen Enkel Heinrich IV wurde der Bau 1061 eingeweiht. In den folgenden Jahrhunderten wurde der Dom noch vielfach umgebaut, teilweise nach Bränden und Kriegszerstörungen. Mitte des 20. Jahrhunderts wurde der Sakralbau reromanisiert. Der 1981 in die UNESCO-Weltkulturerbe-Liste aufgenommene Bau gilt als größte romanische Kirche.

ter. Nicht durch Organisation, sondern durch Motivation springe der „geistliche Funke“ über. Das notwendige Feuer holt sich der zur Zeit jüngste Bischof Deutschlands, der Mitglied der Ökumene- und der Liturgie-Kommission der Deutschen Bischofskonferenz ist, bei Exerzitien. Fünf Tage im Jahr in einem Kloster der Zisterzienser. Dort trifft er bisweilen auf ausgelaugte Manager aus der Wirtschaft, die in Abgeschiedenheit Kraft tanken. Nach der Einkehr ist auch sein Akku aufgeladen für Arbeitstage, die keinen Feierabend kennen.

Abends die Füße hochlegen ist nicht drin

Der Tag beginnt um sieben Uhr morgens mit einer Heiligen Messe im Priesterseminar in Speyer. Beim anschließenden Frühstück ist Zeitungslektüre angesagt. Schnell muss es gehen, denn Gespräche mit den unterschiedlichsten Vertretern von Einrichtungen sind fest eingeplant. Nicht zu vergessen die regelmäßigen Sitzungen mit dem Geistlichen Rat und dem Bischofsrat.

Nach dem Essen liest und beantwortet Wiesemann die Post. Nicht immer ist sie so erfreulich wie der Brief einer Firmgruppe, die sich für den bischöflichen Segen mit einem netten Foto bedankt. Abends, wenn andere die Füße hochlegen, stehen noch Vorträge, Repräsentationen oder Besuche in den Gemeinden und Pfarrverbänden sowie bei den verschiedenen Orden auf dem Programm. Und das neue Hirtenwort muss auch noch verfasst werden.

Trotz allem Druck, den auf Verwaltungsebene der Generalvikar mitträgt: Wer Wiesemann im momentanen Arbeitszimmer gegenüber sitzt – der Einzug ins renovierte Bischofspalais ist noch Monate hin – erlebt einen aufgeweckten Kirchenmann, der die Begeisterung für seinen Auftrag nicht verbergen kann. Liegt es am Gottvertrauen, an der Zuversicht oder an der Freundlichkeit, dass er sein Lächeln selbst bei kritischen Fragen nicht verliert? Ein persönlicher Wunsch ist kein Beichtgeheimnis: Der Musikbegeisterte hofft in den nächsten Monaten mehr Zeit zu finden, um am geliebten Flügel seine Gedanken in Töne zu fassen.

Sigrid Dietsch



„Fotografie heißt für uns, so nahe wie möglich an der Realität zu sein. Was wir durch die Kamera sehen, soll der Bilderdruck auch aufs Papier bringen. Daher vertrauen wir seit Jahren unseren „Heidelberg Kalender“ ColorDruck an. Da stimmen Gestaltung, Farbausdruck und Qualität.“

Bernhard Eisnecker, Lossen Foto GmbH

Wir gestalten mit Ihnen die Zeit
und setzen auf:

Formate und Formen. Farben und Kontraste.

Im großen Stil wie auch klein und fein.
Wir sind für Sie da und zeigen Ihnen
gern noch mehr. Rufen Sie uns an unter
Tel. 06224-70 08 216

Best solutions for best printing
www.colordruck.com

ColorDruck
Leimen

ist falsch zu glauben, durch Hauptamtlichkeit alle Probleme lösen zu können. Das ist typisch deutsch. Die Menschen müssen selber gehen lernen“, sagt der Geistliche und fordert zu ehrenamtlicher Arbeit auf, die allerdings nicht erdrücken dürfe. „Einer Funktionskirche“ erteilt er jedenfalls eine deutliche Absage.

Berufung und Charisma sowie Eigeninitiative stehen bei Wiesemann vorn. Das gelte vor allem für Pries-

Störrische Bürohengste

*Namensgeber und Protagonist:
Wie ihr spanischer Wallach heißt auch
Janine Scheckenbachs Unternehmen:
Lucero (deutsch: Morgenstern).*

Persönlichkeitstraining auf dem Reitplatz: Die Psychologin Janine Scheckenbach hält mit Hilfe ihres Wallachs Lucero Führungskräften den Spiegel vor

Störrische Pferde sind wie unbequeme Mitarbeiter – beide folgen nicht immer der Linie, die der Chef vorgibt. Häufig, weil dessen Ton nicht stimmt. Oder Mimik und Gestik. Statt Motivation und Leistungsbereitschaft fördert die sogenannte Führungskraft Abneigung und Blockaden. Das führt zu nichts – und der Boss weiß nicht, warum. Die Wahrheit findet sich auf dem Platz, genauer auf dem Reitplatz. Davon ist Janine Scheckenbach überzeugt: „Pferde sind Menschenkennner, wahre Experten. Sie decken Führungsschwächen von Managern schonungslos auf“, erläutert die 28-

jährige Diplom-Psychologin, die in ihrem Mannheimer Unternehmen „Lucero Consulting“ ihre Leidenschaft für Pferde mit einer Geschäftsidee kombiniert hat. Ihr exklusives Persönlichkeitstraining findet nicht im schicken Seminarraum, sondern im Pferdestall und auf der Koppel statt. Denn im Umgang mit Pferden sollen Führungskräfte den eigenen Führungsstil erkennen, überdenken und gegebenenfalls verändern.

Der Einsatz von Pferden als Trainingspartner ist nicht neu. Schon seit Jahrzehnten lotsen amerikanische Unternehmen ihre Manager und Führungskräfte in den Pferdestall, wo die Vierbeiner ihren Gegenüber intensiv beobachten und sensibel auf die kleinsten Signale reagieren – immer unbestechlich. „Pferde nehmen die authentischen Beweggründe und Einstellungen ihres Gegenübers wahr und spiegeln dessen Persönlichkeitsmerkmale wider“, weiß Janine Scheckenbach: „Vertraut das Pferd dem Seminarteilnehmer, wird er als Führungsperson anerkannt. Zeigt er jedoch Unsicherheit, Entscheidungsschwäche oder missbraucht er das Vertrauen des Pferdes, wird es sich zurückziehen. Wer jedoch sein Ziel klar herüberbringt, dem folgt das Pferd von allein.“ Das gelte auch im Berufsleben – mit etlichen Win-Win-Situationen: Unternehmen, so Scheckenbach, können vom optimierten Stil ihrer Führungskräfte unter anderem durch effizientere Arbeitsabläufe profitieren. Motiviertere Mitarbeiter

und besser strukturierte Teams ermöglichen ein flüssigeres Agieren.

„Die Persönlichkeitsentwicklung kann sich aber nicht nur auf den Arbeitsalltag positiv auswirken. Sie schlägt sich meist auch im privaten Lebensbereich durch erleichterte Kommunikation und Zielerreichung nieder“, beobachtet Janine Scheckenbach, die ihre Einzel- und Gruppencoachings im Viernheimer Reitstall Helfrich abhält. Dort warten auf die Teilnehmer die unterschiedlichsten Aufgaben, sie erleben und erfahren hautnah, welche Wirkung ihre Selbstdarstellung und Ausstrahlung erzielen kann. „Die ersten Übungen enden meist mit

Frustration“, weiß Scheckenbach aus Erfahrung: „Manche Teilnehmer reden dem Pferd gut zu oder belohnen es, andere schlagen einen schroffen Ton an, um das gesteckte Ziel zu erreichen, was dann in der Regel aber nicht funktioniert.“ Im Job heißt das: Der Manager setzt seine Mitarbeiter in diesem Fall unter Druck, statt sie mittels Lob anzuspornen – und erzieht damit auf Dauer störrische „Bürohengste“.

Stefan Wagner

ZUR PERSON

Janine Scheckenbach

Janine Scheckenbach hat an der Universität Mannheim Psychologie mit Schwerpunkt Arbeits- und Organisationspsychologie (Unternehmensentwicklung, Organisationsentwicklung) studiert und erfolgreich mit dem Diplom abgeschlossen. Während ihres Studiums lernte sie bei einem Aufenthalt in England den renommierten Persönlichkeitscoach Paul Hunting kennen, der seit über 15 Jahren bei seinen Seminaren erfolgreich Pferde einsetzt. Die 28-Jährige wurde seine Schülerin und Assistentin, bevor sie 2007 in Mannheim ihr eigenes Unternehmen gründete.

Internet

www.lucero-consulting.net



Perfekter Führungsstil – und wie man es nicht machen sollte: Wenn Einstellung und Ausstrahlung stimmen, folgt das Pferd wie selbstverständlich (links); scharfe Anweisungen dagegen erzielen keine Wirkung (rechts).



Bilder: Kunz

140.000 Unique User

durchschnittlich im
4. Quartal 2007 (lt. AGOF)

4.221.293 Page-Impressions

März 2008 (lt. IVW)

607.142 Visits

März 2008 (lt. IVW)



Einfach näher dran

Großer Stellenmarkt im

morgenweb

Das Nachrichtenportal RheinNeckar

Menschen des Monats

■ **Rainer Wild** feierte seinen 65. Geburtstag. Der Geschäftsführer und Gründer der Dr. Rainer Wild Holding GmbH & Co. KG und Gründer der Heidelberger Naturfarben GmbH & Co. KG ist Verwaltungsratsvorsitzender der SAM International AG, Cham/Schweiz und Gesellschafter der Wild Gruppe, Heidelberg

■ **Bernd Stadel** (parteilos) ist vom Heidelberger Gemeinderat zum neuen Ersten Bürgermeister gewählt worden. Er trägt damit die Verantwortung für das Dezernat „Bauen und Verkehr“. Er tritt seine neue Stelle unmittelbar nach Ausscheiden des bisherigen Ersten Bürgermeisters, **Prof. Raban von der Malsburg**, voraussichtlich zum August 2008 an.

■ **Roger Schilling** (46) hat die technische Geschäftsführung und die Werksleitung bei der SCA Hygiene Products in Mannheim übernommen. Er ist damit der Nachfolger von **Robert Hock**, der eine andere Funktion innerhalb des Unternehmens übernimmt. Bei der kaufmännischen Geschäftsführung gibt es keine Änderung. Sie liegt weiterhin in den Händen von **Thomas Wüst**.

■ **Klaus Wolf** (54) ist seit Anfang Juni Alleinvorstand der Mannheimer Friatec AG. Er ist Nachfolger von Hugo K. Führ, der das Unternehmen aus Altersgründen verlässt. Wolf hat fast drei Jahrzehnte Erfahrungen bei Friatec gesammelt. 1979 ist der Maschinenbau-Ingenieur beim Hersteller von Spezialwerkstoffen eingestiegen.

■ **Frank Gerstenberg** (33) ist neuer Geschäftsführer der Kaufhof-Filiale an der Kämmererstraße in Worms. Er übernimmt den Posten von **Dirk Pallapies**, der die Filiale in den vergangenen drei Jahren geleitet hat. Gerstenberg ist bereits seit 13 Jahren bei Kaufhof tätig, zuletzt am Standort Köln.

■ Mit **Ekkehard Spieth** besetzt die Freudenberg IT einen neuen Leiter



Ein Hoch auf Hoy-Hue

Prof. Dr. Dietmar von Hoyningen-Huene wurde am 4. Juni 65 Jahre alt. Hoyningen-Huene hat Ende des Jahres die Leitung der Hochschule Mannheim an Prof. Dieter Leonhard übergeben. „Hoy-Hue“ begann seine Laufbahn 1972 an der damaligen Fachhochschule, stieg 1981 zum Prorektor auf und übernahm 1985 die Leitung der Einrichtung. Unter Hoyningen-Huenes Führung entwickelte sich die Institution zu einer der dynamischsten Hochschulen im Land. Wegmarken sind die enge Kooperation mit den Universitäten Mannheim und Heidelberg, neue Studiengänge und die Integration der Fachhochschulen für Gestaltung und für Sozialwesen. Auch im Ruhestand engagiert er sich weiter für die Region: Ehrenamtlich betreut er seit Anfang Juli das neue Kontaktbüro Mannheims in der Landeshauptstadt Stuttgart.

für den jüngst zusammengelegten Geschäftsbereich „Internationales Hosting“ und „Infrastrukturservices“. Ekkehard Spieth war zuletzt Mitglied des Managements der SoftM Software und Beratung AG.

■ **Volker Stadler, Frank Breitling** und **Ralf Bischoff**, Nachwuchsforscher am Deutschen Krebsforschungszentrum in Heidelberg, haben den mit 50 000 Euro dotierten Wissenschaftspreis des Stifterverbands für die Deutsche Wissenschaft erhalten. Die Forscher wur-

den gemeinsam mit Kollegen aus dem Fraunhofer-Institut für Produktionstechnik und Automatisierung in Stuttgart für die Entwicklung neuer Peptid-Chips für die Diagnostik geehrt.

■ **Prof. Dr. Joachim Alexander**, Leiter des Bereichs Baukoordination und Stadterneuerung, wurde zum Klimaschutzbeauftragten der Stadt Ludwigshafen ernannt.

■ **Alfred Kappenstein** (49) wurde zum Geschäftsführer der Stadtwer-

ke Heidelberg Netze und Umwelt GmbH bestellt. Neuer Geschäftsführer der Stadtwerke Handel und Vertrieb GmbH wird **Michael Teigeler** (40). Die beiden neuen Gesellschaften sind Ergebnis einer Restrukturierung bei den Stadtwerken, die die Geschäftsbereiche Vertrieb und Netze trennt.

■ **Dr. Utz Tillmann** (54) ist neuer Hauptgeschäftsführer des Verbandes der Chemischen Industrie (VCI). Seit 1990 bis zu seinem Wechsel zum VCI war Tillmann bei

der BASF. Für das Unternehmen wirkte er unter anderem als Executive Director beim europäischen Chemieverband CEFIC in Brüssel. Zuletzt verantwortete er für alle Unternehmensstandorte weltweit die Sicherheit und Gefahrenabwehr.

■ Der ehemalige Bundesaußenminister **Hans-Dietrich Genscher** (FDP) hat in Mannheim den Carlo-Schmid-Preis erhalten. Die mit 5000 Euro dotierte Auszeichnung wurde dem 81-Jährigen überreicht, weil er sich nach Angaben der Carlo-Schmid-Stiftung besonders für die Überwindung der Teilung Europas eingesetzt hat. Der FDP-Politiker war von 1974 bis 1992 Vizeminister und Außenminister. Der Carlo-Schmid-Preis wird alle zwei Jahre vergeben.

■ **Klaus Mandel** ist zum neuen Direktor des Regionalverbandes Heilbronn-Franken gewählt worden. Der 48-Jährige war seit 1993 beim Raumordnungsverband Rhein-Neckar tätig, dem heutigen Verband Region Rhein-Neckar. Zuletzt nahm er dort das Amt des Pressesprechers wahr.

■ Die Landesgruppe Baden-Württemberg der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V. hat ihren Vorstand erweitert: Neu im Vorstand sind **Prof. Stefan Hencke** von der Stuttgarter Kommunikations-Agentur convensis group, **Dirk Schuhmann** von der Walldorfer InterComponentWare AG (ICW) und **Karin Veyhle** von der Aareon AG. Vorsitzende der DPRG Baden-Württemberg bleibt **Dr. Jutta Rosenkranz-Kaiser**, Geschäftsführerin der Rosenkranz & Reichert Management Coaching und Corporate Communications GmbH.

■ **Professor Dr. Markus Oberthaler** von der Universität Heidelberg hat den Landesforschungspreis für Grundlagenforschung erhalten. Oberthaler ist es weltweit erstmals gelungen, kontrolliert den sogenannten Tunneleffekt zu beobachten. Dabei durchdringen Quantenteilchen spontan räumliche Hindernisse. Der Preis wird jährlich vergeben und ist mit 100 000 Euro dotiert.

■ **Dr. Hans-Peter Wild**, Inhaber der Eppelheimer Rudolf Wild GmbH, fördert die Universität Mannheim

mit einer Spende von einer halben Million Euro. Mit dem Geld will die Universität ihre Angebote an international umworbenen Wissenschaftler verbessern. Wild hatte bereits im vergangenen Jahr 20 Stipendien für herausragende Studierende der Universität Mannheim gespendet.

■ Der vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) verliehene Heinz König Young Scholar Award ging in diesem Jahr an **Carlos D. Santos**. Der Portugiese erhält den Forschungspreis für eine Arbeit über die Frage, wie sich versunkene Kosten von Investitionen in Forschung und Entwicklung auf das Innovationsverhalten eines wettbewerbsintensiven Industriezweigs auswirken.

■ **Dr. Ulrich Krackhardt**, Geschäftsführer der Audi Zentrum Mannheim GmbH, verlässt das Unternehmen Ende September. Krackhardt gehört der Geschäftsführung seit 2002 an. Nachfolger wird **Stefan Ernst**.

■ **Thorsten Herrmann** wurde als Bürgermeister von Bensheim bestätigt. Er kam auf 60,5 Prozent der abgegebenen Stimmen, seine Gegenkandidatin von der SPD, **Chris-**

tine Klein, auf 39,5 Prozent. 2002 wurde Herrmann erstmals zum Bürgermeister gewählt.

■ Als erster weiblicher Governor führt **Marina Göbl-Farquharson** künftig den Distrikt Mitte-Süd des internationalen Lionsclubs. Göbl-Farquharson gehört dem Lionsclub Wachenheim an, dem einzigen Damenclub der Pfalz.

■ Neuer Geschäftsführer des Mannheimer Porsche-Zentrums wird **Christian Boe** (42), der nach einer Ausbildung zum Diplom-Betriebswirt (BA) bei Mercedes-Benz, Yamaha und Seat tätig war.

■ Der Schauspieler **Walter Renneisen** wurde vom Bergsträßer Kreisausschuss zum „Botschafter der Bergstraße“ ernannt.

■ **Dr. Johannes Hajek** wurde in den Aufsichtsrat der Mannheimer Holding AG gewählt. Hajek ist Vorstandsvorsitzender der Wiener Uniqa Sachversicherung AG.

■ **Prof. Dr. Bernhard Eitel** ist neues Mitglied im Vorstand des Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar e.V. Der Rektor der Universität Heidelberg folgt **Prof. Dr. Dietmar von Hoynigen-Huene**.



Dreimal geehrt für sein Wirken in der Region

Dr. Eggert Voscherau wurde auf der Mitgliederversammlung des Vereins Zukunft Metropolregion Rhein-Neckar (MRN) mit dem MRN Award ausgezeichnet. Der ehemalige stellvertretende Vorstandsvorsitzende der BASF erhielt den Preis für seine Verdienste zur Entwicklung der Region. Der Präsident der IHK Rhein-Neckar, **Dr. Gerhard Vogel**, ernannte Voscherau auf der gleichen Veranstaltung zum Ehrenvorsitzenden des IHK-Wirtschaftsforums. Für sein regionalpolitisches Engagement erhielt er außerdem die Hermann-Heimerich-Plakette und das Verdienstkreuz am Bande der Bundesrepublik Deutschland.

Impressum



econo Rhein-Neckar GmbH
Geschäftsführer:
Bernhard Klumpp, Kim Lars Erdmann
Dudenstraße 12-26
68167 Mannheim
Registergericht Mannheim HRB 704 188
www.econo-rn.de
info.econo@econo-rn.de
Tel. 0621/392-2862 • Fax 0621/392-2890

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

Redaktion:
Matthias Schmitt, Kristian Klooff

Autoren dieser Ausgabe:
Daniel Albrecht, Ulla Cramer,
Ludwig Ricke, Jochen Schönmann

Bilder:
Daniel Albrecht, Thomas Neu,
Manfred Rinderspacher, Michael Wiegand,
Masterpress, BilderBox, Fotolia.com

Titelseite:
Xmedias (Gestaltung),
Jupiterimages, Fotolia (Bilder)

Anzeigen:
Bernhard Klumpp (Anzeigenleitung)
Tel. 0621/392-2862 • Fax 0621/392-2890
Andreas Rullmann
Tel. 0621/392-2865 • Fax 0621/392-2890
arullmann@econo-rn.de
Peter Schwalbach
Tel. 0621/392-2867 • Fax 0621/392-2890
pschwalbach@econo-rn.de
Jeannine Feuerabend
Tel. 0621/392-2868 • Fax 0621/392-2890
jfeuerabend@econo-rn.de

Vertrieb:
Bernhard Klumpp
Tel. 0621/392-1450 • Fax 0621/392-2890
bklumpp@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

Das Ende der Yucca-Palme

Schöner arbeiten: Die Heidelberger Agentur „freiraum“ vermietet Gemälde an Unternehmen



Lisa O'Connor sitzt auf dem Sofa, Ellenbogen auf die Knie gestützt, in beiden Händen die große Tasse frisch gebrühten Kaffee. Draußen, vor ihrem Fenster, recken sich die Bäume der Sommersonne entgegen. Es ist fast still. Dabei befindet sich O'Connors Büro mitten in der Heidelberger Altstadt.

Es ist allerdings nicht ganz leicht zu entdecken: Die Hauptstraße 64 hat einen sich scheinbar endlos ziehenden Innenhof. Am Ende liegt die Agentur „freiraum“. Wer möchte, kann hier Kunstwerke mieten. Und viele möchten.

Verstaubter Miró-Druck im IKEA-Rahmen

Gerade kleine und mittelständische Unternehmen kommen auf „freiraum“ zu, etwa um mit einer Gemälde-Ausstellung oder anderen Kunstwerken ihre Büros, Lobbys oder Vorstandsetagen aufzuwerten. „Oder um ihre jeweilige Unternehmensphilosophie mittels Kunst zu unterstreichen“, sagt O'Connor.

Die Kunst wird gemietet. Für einige Monate, ein Jahr, oder auch länger. Danach wird ein neues Konzept erstellt. Der Mietpreis beträgt monatlich meist 2,5 Prozent des Preises, der beim Kauf des Kunstwerkes fällig wäre.

Das Geschäft läuft bestens. O'Connor wundert es nicht. Eher im Gegenteil: „Ich höre oft: Unsere Mitarbeiter sind unser Kapital.“ Aber in den Büros stehe dann eine vertrocknete Yucca-Palme in der Ecke und ein verstaubter Miró-Druck hängt im IKEA-Rahmen an der Wand. „Es gibt also Bedarf“, sagt die 30-Jährige.

Kreative Atmosphäre oder die Identifikation mit dem Unternehmen, sagt O'Connor, benötigen ein Ambiente, das sich mit der Aufgabenstellung verbindet.

Zwanzig Künstler betreut sie inzwischen. Sie sieht sich als Schnittstelle zwischen Kunst und Wirtschaft. „Viele Künstler können sich selbst nicht gut vermarkten. Darum kümmere ich mich: Die Kunst braucht die Wirtschaft – und die Wirtschaft braucht die Kunst“.

Im Grunde war das nie anders. Lediglich in den letzten Jahrzehnten spielten öffentliche Gelder bei der Förderung der Kunst eine Rolle. In den Jahrhunderten zuvor waren es private Mäzene, Sammler und Geschäftsleute, die den Betrieb am Laufen hielt. Und so scheint es nun erneut zu werden. Skeptiker sprechen bereits von der Refeudalisierung der Kunst. Optimisten hingegen freuen sich über die steigende Nachfrage nach Auftragskunst und eine neue, kaufkräftige Klientel.

Für Agenturen, die Künstler vermarkten, sie beraten und ihre Ausstellungen planen, ist das ein attraktiver Markt.

Die Kunst braucht die Wirtschaft...

Lisa O'Connor hat den Schritt zur eigenen Agentur deshalb schon vor einigen Jahren akribisch vorbereitet. Erfolg hat seine Gesetze. O'Connor kommt aus dem Vertrieb. Sie hat für ein renommiertes Unternehmen Software verkauft. Sie kennt sich aus. Sie ist bestens organisiert und hervorragend vernetzt. Und sie ist kreativ. Zur Eröffnung von „e3“, dem Geschäft für Gestaltung in Mannheim, hat sie den „Schwarm“ mitentwickelt: Im goldenen Schnitt zusammengenagelte Holzplatten, die sich vom Rathaus bis zum Zeughaus der Reiss-Engelhorn-Museen hinzogen, und dabei über Telefonzellen und Bauwägen hinwegströmten. Passgenau zur langen Nacht der Museen in der Metropolregion Rhein-Neckar.

Installation im öffentlichen Raum, Vermarktung von Künstlern,



Lisa O'Connor (links), Gründerin und Inhaberin der Agentur „freiraum“, mit der Architektin Andrea Schwarz. Bei der Gestaltung von Events und Ausstellungen arbeiten beide Unternehmerinnen häufig zusammen. Bild: Freiraum

künstlerische Begleitung einer Firmenphilosophie – es ist die Abwechslung und die tägliche Herausforderung, die ihr Spaß machen.

Als das Mannheimer IT-Unternehmen Syscovery einen Weg suchte, über Kunst das eigene Profil zu schärfen, vermittelte O'Connor den Berliner Maler Rainer Kleemann, der die Themen Geschwindigkeit und Dynamik in einer Reihe von halb abstrakt, halb fotorealistischen Gemälden umsetzte. Syscovery-Marketingleiter Markus Mengelkamp sagt: „Syscovery agiert als IT-Dienstleister in einem schnelllebigen Markt.“ Für den Konferenzbereich des Unternehmens habe sein Team Bilder gewählt, die das Thema Bewegung und Geschwindigkeit ästhetisch in Sinnbildern des modernen Lebens einfangen. Damit ließe sich ein Bezug zu Syscovery herstellen „Unsere Besucher werden trotz der Schnelllebigkeit des Geschäfts für einen Moment zum Verweilen eingeladen.“

Es gibt unzählige Gründe, die dafür sprechen, den Mut zu fassen, Kunst ins Unternehmen zu lassen,

glaubt Lisa O'Connor. „Wichtig ist sicher: Man setzt sich mit etwas auseinander. Und das führt zu Kreativität.“

...und die Wirtschaft braucht die Kunst

Manchmal gehe es aber schlicht darum, die Stimmung zu verbessern. „Bei einem großen Industrieunternehmen gab es in einer Fabrik einen schier endlos langen Gang. Er wurde intern der „Depri-Gang“ genannt, der fahl, lang und leer war“, erinnert sich O'Connor. Sie hörte sich die Kritik der Mitarbeiter an, erkannte das Problem.

Gemeinsam mit dem Fotografen Horst Jösch initiierte sie die Ausstellung „Fabriken werden Märchenschlösser“. Die Ausstellung bestand aus Arbeiten, die sich mit einer veränderten Betrachtungsweise von Industriebauten beschäftigen. Sie ließ sich daher gut mit der vorgegebenen Architektur verschmelzen.

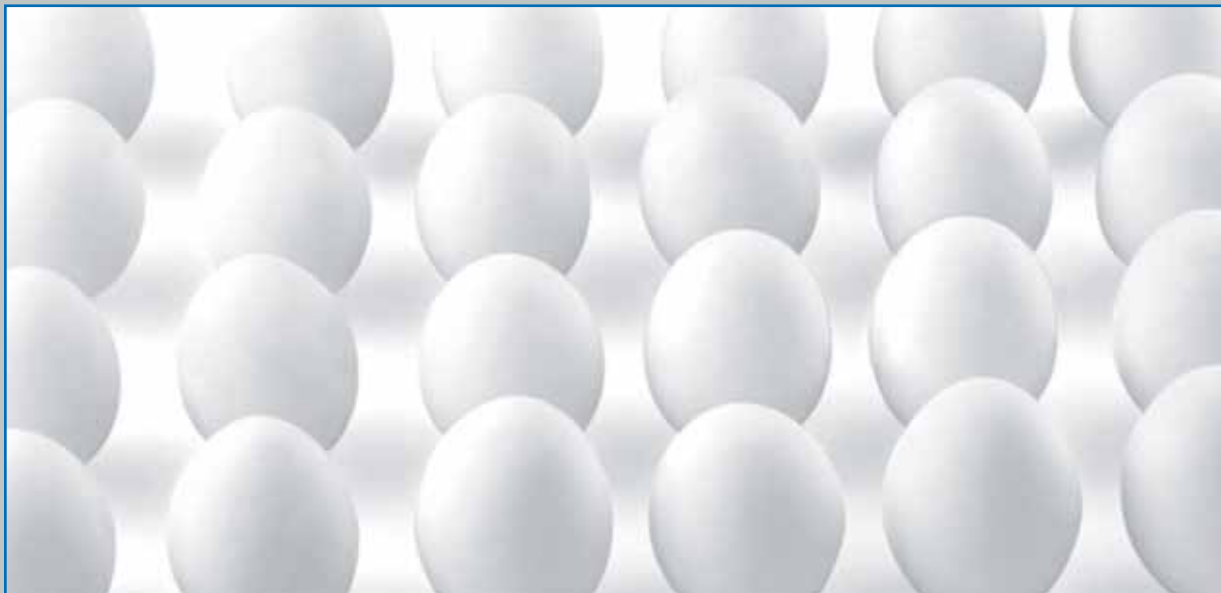
„Man fühlte sich zwar auch danach nicht wie im Märchenschloss, aber der Gang wurde attraktiv und in der Verbindung mit der Architektur interessant“, sagt die Beraterin.

Die Architektur bei der Auswahl und Gestaltung von Events oder Ausstellungen zu berücksichtigen, ist Teil des „freiraum“-Konzepts. Deshalb arbeitet Lisa O'Connor bei vielen Projekten mit der Architektin Andrea Schwarz zusammen. Sie hat große Erfahrung im Bereich Innenarchitektur und Einrichtung von Räumen. „Auf diese Art gelingt es uns, unsere Aktionen auch immer mit dem Gebäude zu verbinden.“

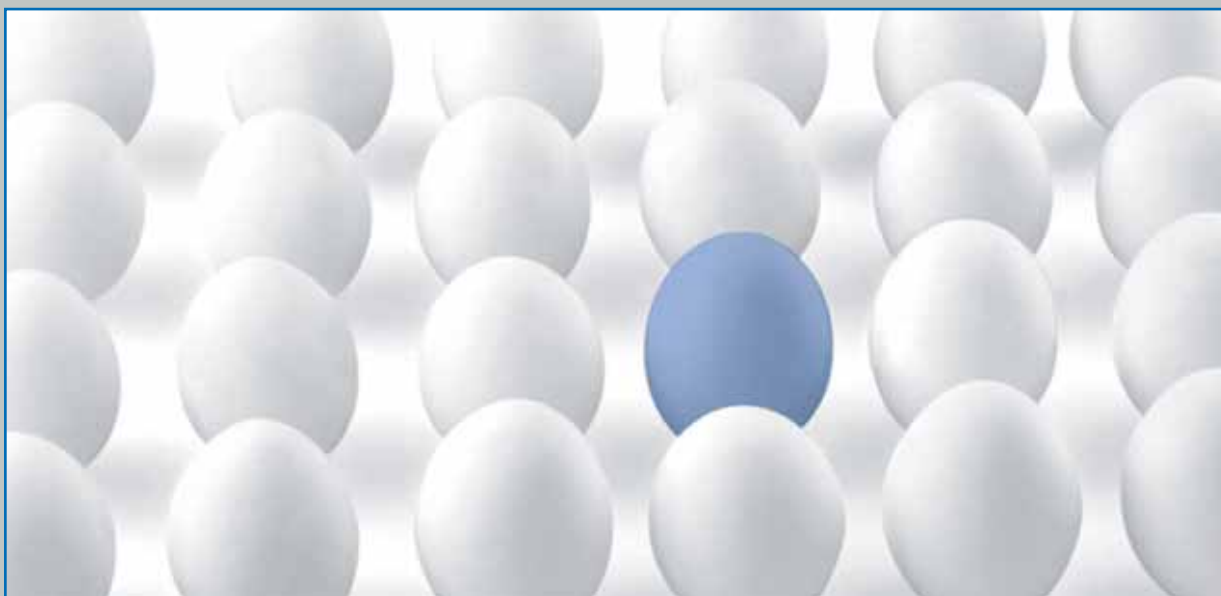
Es sind viele Projekte, die sie stemmt. Trotzdem wirkt O'Connor immer gelassen. Sie hat, worauf schon der Name verweist, irische Gene. Das gibt eine gewisse Ruhe. Sie habe ihren Rhythmus gefunden, sagt sie: „Manchmal wird es anstrengend, ein anderes Mal nehme ich mir wieder mehr Zeit für mich.“ Im Büro klingelt das Telefon – dann also ein anderes Mal.

Jochen Schönmann

**Es gibt viele,
sehr viele Büromöbelfachhändler**



und



Klimawandel

Rauchkabinen für Büros und Werkshallen sind im Kommen: Sie sollen die Luft sauber halten

Dicke Luft im Büro? Vor sechs Jahren konnten Nichtraucher aufatmen. Der Gesetzgeber gab ihnen das Recht, qualmende Kollegen vor die Tür zu schicken. Paragraf 5 der neuen Arbeitsstättenverordnung verpflichtet Arbeitgeber erstmals, die Beschäftigten mit „geeigneten Mitteln“ vor den Gefahren des Passivrauchens zu schützen. Als praktikabelste Lösung haben sich Zigarettenpause und separate Raucherräume erwiesen. Deren Nachteil: Die Raucher verabschieden sich für die Länge einer Zigarette vom Arbeitsplatz. Die Abwesenheit der rauchenden Mitarbeiter geht häufig auf Kosten der Effizienz.

Rauchen unter der Abzugshaube

Die Lösung dieses Problems sehen einige Unternehmen in sogenannten Raucherkabinen. Sie sollen es Rauchern ermöglichen, eine Zigarette in direkter Nachbarschaft zu nicht rauchenden Kollegen anzustecken, ohne diese durch den Qualm zu belästigen. Mit ihrem Glimmstängel stellen sie sich einfach in eine Box im Büro. Die sehen aus wie überdimensionierte Telefonzellen oder Duschkabinen und verfügen über eine leistungsfähige Absauganlage, die den blauen Dunst ansaugt und gereinigte und geruchsfreie Luft in den Raum zurückführt. „Unser System könnte selbst in Zonen mit Rauchverbot stehen“, sagt Michael Schrems von der Firma Asecos, Hersteller der „Smoke & Talk“ Rauchkabine, in der bis zu zwölf Raucher Platz finden.

Qualmen und miteinander reden, so laut das stärkste Verkaufsargument aller Firmen, die Rauchabzüge als geeignetes Mittel nicht nur zum Nichtrauchererschutz, sondern auch zur Kommunikationsförderung und Konfliktlösung anpreisen.

Neben Asecos gibt es in Deutschland mindestens fünf andere mittelständische Firmen, die Rauchkabi-

nen oder ähnliche Systeme anbieten. Den Titel des „Erfinders“ der Luftreinigungsboxen reklamiert der Anbieter Smoke Free Systems für sich, der Großunternehmen wie SAP, SCA und Freudenberg zu seinen Kunden zählt.

Die Geräte der unterschiedlichen Hersteller arbeiten alle nach dem gleichen Prinzip: Ein leistungsstarker Ventilator drückt die verrauchte Luft in einen mehrstufigen Filter. Ein Vorfilter reinigt sie von groben Partikeln, bevor ein Elektrofilter kleinste Schadstoffpartikel herausnimmt. Ein Aktivkohlefilter entfernt schließlich gasförmige Schadstoffe und Gerüche. Als Alternative zu den Kabinen bieten einige Hersteller auch offene Systeme wie Smoke Oasis oder Smokestation; auch sie sollen den Rauch direkt an der Quelle aufsaugen. Bis auf einen verschwindend geringen Anteil werden nach Herstellerangaben alle Schadstoffe herausgefiltert.

An der Wirksamkeit der Filter gibt es allerdings Zweifel. Das Deutsche Krebsforschungszentrum (DKFZ) in Heidelberg kritisierte, dass die Filter nicht in der Lage seien, die Luft von allen Schadstoffen zu säubern. Mehrere Hersteller haben ihre Geräte daraufhin von dem Berufsgenossenschaftlichen Institut für Arbeit (BGIA) in Sankt Augustin zertifizieren lassen. Die Rauchabzugssysteme von Smoke Free Systems sowie einzelne Kabinen von Smoke & Talk und SmokeCorner, tragen seither das BG-PRÜFZERT-Zeichen. Im hessischen Nichtrauchererschutzgesetz ist dem laut Asecos bereits Rechnung getragen worden: Zum Schutz der Nichtraucher dürfen dort auch Raucherkabinen eingesetzt werden. *da*

Internet

www.smokeandtalk.de
www.smokecorner.de
www.smokefreesystems.de
www.smokestation.de

DIE KUMPELS VON MEINEM SCHLAG ...



... BRINGEN JETZT BRIEFE FLOTT ÜBERALL HIN.
WECHSELN SIE JETZT ZUR MORGENPOST!

Entdecken Sie jetzt die Vorteile der Morgenpost:

www.morgenpost-bringts.de

Morgenpost Briefservice GmbH | Dudenstr. 12-26 | 68167 Mannheim
Tel.: 0180 / 15 21 521 (zum Ortstarif) | Fax: 0621 / 39 22 183



Klöber Konferenz-Design. Inspiration für Ästhetik.

Mit den Konferenz-Drehsesseln Ciello und Orbit Network setzt Klöber Maßstäbe für Unternehmen, die sich bei der Gestaltung ihrer Konferenzzentralen von Design und Ästhetik inspirieren lassen.

Die fachgerechte Planung und Einrichtung bietet Ihnen:



Hasenpfüllerweide 11
67346 Speyer
Tel. 0 62 32 - 60 05-0
Fax 0 62 32 - 60 05-50
kontakt@theile-buerosysteme.de
www.theile-buerosysteme.de

KAHL

Büros mit Persönlichkeit



Ständige Fachaussstellung auf über 1.200 qm

Komplettservice –
von der Projektierung bis zur Übergabe

Sofortlieferprogramm

Partnerschaft mit den Besten



sedus

drabert



Wilkhahn



leuwico



KAHL

KOMPETENZ SEIT 1970

KAHL Büroeinrichtungen GmbH
Industriestraße 17-19
68169 Mannheim
Tel. 0621-32 49 90
Fax 0621-31 63 24

www.kahlgmbh.de
info@kahlgmbh.de
Öffnungszeiten:
Mo - Fr 7.30 - 17.00 Uhr



Dicke Luft im Büro

Laserdrucker und Fotokopierer gelten als gefährliche Feinstaub-Schleudern. Während die Wissenschaftler die Risiken weiter erforschen, geben Betroffene Rat zum Selbstschutz

Hans-Joachim Stelting steht fest: Laserdrucker machen krank. Der frühere Kriminalist aus Hamburg musste seine Arbeit aufgeben. Wegen des ungeladenen Tonerstaubs in seiner Arbeitsstelle, wie er sagt. Sein Körper bestätigte ihm ein Facharzt, er ist extrem anfällig auf die Auswirkungen von Laserdruckern. Er bekommt schwere Entzündungen der Atemwege. Die Lunge ist dadurch immer weiter zerstört, klagt Stelting. Er hat sich inzwischen dem Kampf gegen die Büroemissionen verschrieben. Als Sprecher der „Interessengemeinschaft der Tonergeschädigten“ fordert er Politik und Industrie zum Handeln auf.

Tonerproblematik bleibt offen

Wofür diese Ängste begründet? Unklarheit ist, dass Drucker, Kopierer und Co. regelrechte Feinstaub-Schleudern sind. Im April stellte das BfR in Berlin eine Pilotstudie vor, bei der die Behörde erstmals offiziell feststellte, dass „beim Drucken und Kopieren eine Vielzahl leicht-, mittel- und schwerflüchtiger Verbindungen sowie Staubpartikel emittiert werden“. Und die darüber hinaus auch dem wenig beruhigenden Ergebnis, dass „diese Emissionen aus Laserdruckern, Fotokopierern und Multifunktionsgeräten dazu beitragen könnten, unspezifische Symptome wie Schleimhautbeschwerden, Augenreizungen, Reizungen der Atemtrakt und der Rachenschleimhaut hervorzurufen“. Die überwiegende Gesundheitschancen fügte der Präsident des Bundesgesundheitsamtes, Andreas Hensel, jedoch noch hinzu, seien nach den bislang vorliegenden ärztlichen Daten aber keine beobachtet worden. Einen klaren Zusammenhang zwischen Büroemissionen und Erkrankung könne er



Bild: Reckmann / Photocase

nicht feststellen. „Damit bleiben auch nach Auswertung der aktuellen Daten zur Toner-Problematik Fragen offen“, so Hensels Resümee.

Weiter unklar ist zum Beispiel, welche Komponenten tatsächlich gesundheitsschädlich sind. Der BfR-Präsident reichte die Angelegenheit daher weiter zu den für Verbraucherschutz, Umwelt und Arbeit zuständigen Bundesministerien. Ihnen empfahl der oberste Risiko-Bewerter „mit hoher Priorität“ weitere Studien durchzuführen, die klären sollen, aus was die gemessenen Partikel eigentlich bestehen. Dieser Frage gehen nun Forscher der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM) in Berlin nach. Im Auftrag des dem Bundesumweltministerium unterstellten Bundesumweltamtes nehmen sie die Partikelemissionen aus Druckern unter die Lupe.

Dabei erläuterte das BfR recht ausführlich, wie der Feinstaub im Büro entsteht: Demnach stammen die Emissionen aus verschiedenen

Quellen. So schmelzen bei der Fixierung eines Ausdrucks feine Harzpartikel, die im Toner enthalten sind. Durch die Hitze können organische Verbindungen flüchtig werden. Weitere Bestandteile des Toners sind Farbpigmente und magnetisierbare Metalloxide, die für die elektrostatischen Ladevorgänge notwendig sind, sowie Trennmittel, beispielsweise sehr feine Stäube aus amorphen Siliciumdioxid. Auch diese können unter Umständen in die Raumluft entweichen. Die Gefahr geht nicht nur vom Schleimhäute und Augen reizenden Tonermaterial aus, sondern auch von ultrafeinen Partikeln, die von dem zum Druck verwendeten Papier stammen.

Der wirksamste Schutz vor dem Büro-Feinstaub ist, das Gerät in einen abgetrennten Raum zu stellen. Wo dies nicht möglich ist, helfen spezielle Filter. Ein Anbieter solcher Produkte ist die Freudenberg Vliesstoffe KG in Weinheim. Der von ihr entwickelte Micronair-Office-Fein-

staubfilter wird von außen am Abluftschlitz des Druckers oder Kopierers befestigt und filtert bei jedem Druckvorgang die austretende Abluft. „Bis zu 94 Prozent der lungengängigen Feinstaub- und Ultrafeinstaubpartikel bleiben im Filter hängen“, sagt Harald von Schischka, Produktmanager im Bereich Human Protection Filtration bei Freudenberg. Einen ähnlichen Filter bieten die österreichische Dexwet Technology (Similar One System, Modular Professional) und die Hamburger Firma Riensch & Held (Clean Office) an. Wie der Micronair-Filter lassen sich auch diese Systeme problemlos an vielen der im Handel erhältlichen Drucker befestigen. Voraussetzung ist allerdings, dass die Geräte über Lüftungsschlitze verfügen, die viele Modelle etwa des Herstellers Hewlett Packard (HP) zum Beispiel gar nicht haben.

Filter vor die Abluftschlitze

Die Kosten pro Filter schwanken gewaltig und liegen zwischen 8,50 Euro (Clean Office) und 60 Euro (Dexwet Modular Professional). Die Dauer der Anwendung hängt von der Menge der Ausdrücke ab. Wer pro Woche rund 100 Seiten ausdruckt, dem empfiehlt Freudenberg, den Filter einmal jährlich zu wechseln. Bei 2000 Seiten pro Woche beträgt die Lebensdauer neun Monate. Dexwet gibt die Haltbarkeit seiner Filter mit 70 000 Ausdrucken und sechs Monaten an.

Hans-Joachim Stelting setzt auf die Filter große Hoffnungen. Eine endgültige Lösung sind sie für ihn aber nicht. „Durch den Papiersack entweicht noch eine Menge Dreck“, sagt er. Stelting hat die Laserdrucker inzwischen komplett aus seinem Alltag verbannt. Sein Rat: „Vermeiden Sie jedes unnötige Drucken – oder drucken Sie mit Tinte.“

Daniel Albrecht

Schreib mal wieder

Der klassische Werbebrief gehört auch in Zeiten von Online-Marketing nicht zum alten Eisen. Statt Massenmailings nach dem Gießkannenprinzip sind heute perfekt auf die Zielgruppe zugeschnittene Kampagnen gefragt.



Mattes Gold und dezentes Platin, dazu blitzende Edelsteine: himbeerfarbene Spinelle und ausgefallene Turmaline. Die Schmuckstücke im Atelier Crotalia von Kirsten Ehhalt-Vusec und Heike Preuß sind einzigartig. Einmal im Jahr präsentieren die Künstlerinnen aus Heidelberg dreißig neue Unikate. „Der Schmuck ist erst dann fertig, wenn er gut ist“, sagen sie. „Wir wollen voll dahinter stehen.“ Den gleichen Maßstab legen die beiden Frauen bei ihren Marketing-Aktionen an. Die erhabenen Farben des Schmucks finden sich in den eleganten Katalogen und Werbebriefen wieder, die Crotalia einmal im Jahr an tausend Kunden verschickt. „Die Mailing-Kampagne ist unser wichtigstes Kundenbindungsmittel“, sagt Heike Preuß. Ohne die Werbepost in eigener Sache, das weiß sie, bliebe die kleine aber feine Goldschmiede auf den meisten ihrer mehrere tausend Euro teuren Schmuckstücke sitzen.

Schreib mal wieder! Nicht nur für Luxus-Anbieter wie Crotalia ist dieses Motto zur Erfolgsformel geworden. „Der klassische Werbebrief hat auch in Zeiten von E-Mail und SMS seine Vorteile“, sagt Nicole Walz, Chefin der Direktmarketing-Agentur Circle Fullfillment. Von ihrem Büro in der Heidelberger Tullastraße aus steuert die 38-Jährige die Mailing-Aktionen ihrer Kunden, zu denen neben der Goldschmiede Crotalia auch Markenfirmen wie SAP, Lamy oder die Odenwald-Quelle zählen. Papier in allen Farben und Strukturen spielt im Alltag von Nicole Walz eine wichtige Rolle. „Gedrucktes bleibt länger in Erinnerung“, sagt sie.

Erfolg hängt ab von der Qualität der Adressen

Dem aktuellen Direkt Marketing Monitor der Deutschen Post zufolge ist der Brief im Zeitalter von Online-Marketing weiterhin gefragt. 50 Milliarden Euro oder 71 Prozent aller Werbeaufwendungen stecken die deutschen Unternehmen in den direkten Kontakt zu ihren Kunden. Mehr als jeder fünfte Euro davon entfällt auf ein Direct Mailing. Damit sind die Ausgaben für die Briefe trotz insgesamt sinkender Budgets für Werbesendungen mit 11,5 Milliarden Euro immer noch mehr als doppelt so hoch wie für das Direkt-

marketing-Instrument Internet. Der Werbebrief bleibt das Dialog-Medium Nummer eins, stellt die Post fest. „Mit einem Brief lassen sich Kunden auf eine sehr persönliche, individuelle und zielgruppengenaue Weise ansprechen“, sagt Karl-Heinz Horstfeld, Leiter des Direkt-Marketing-Centers der Deutschen Post in Mannheim. „Er trägt entscheidend zur Kundenbindung und Neukundengewinnung bei.“

Volladressierten Werbesendungen – also solche mit Namen und Anschrift des Empfängers – messen viele Marketing-Profis eine wachsende Bedeutung zu, schreibt die Post. Von den 3500 Unternehmen, die für die repräsentative Post-Studie befragt wurden, wollen 91 Prozent auch im kommenden Jahr ihren Kunden Briefe ins Haus schicken.

Dabei geht der Trend eindeutig weg vom klassischen, möglichst breit gestreuten Rundschreiben. „Traditionelle Mailings nach dem Gießkannenprinzip an Tausende von Empfängern sind ein Auslaufmodell“, sagt Irmgard Abt vom gleichnamigen Druck- und Versanddienstleister in Weinheim. Damit der Werbebrief nicht gleich im Papierkorb landet, werden die Konzepte immer ausgefeilter. Für ihre Kunden – darunter Verlage und Industrieunternehmen aus dem Rhein-Main-Gebiet – realisiert Irmgard Abt immer öfter hochwertige Schreiben in kleineren Auflagen. Wen wundert's: Im elektronischen Informationszeitalter wird es schwieriger, überhaupt die Aufmerksamkeit des Empfängers zu gewinnen.

Die Regeln, nach denen Werbesendungen funktionieren, haben sich nicht geändert: Neben Um-

schlag und Anschreiben gehört eine Antwortkarte oder ein Bestellschein zu den wichtigsten Bestandteilen eines Direct Mailings. Am Rücklauf dieses sogenannten Response-Elements lässt sich später der wirtschaftliche Erfolg der Aktion messen.

KISS: „Keep it short and simple“

„Dem äußeren Erscheinungsbild und der Gestaltung der einzelnen Elemente kommt dabei höchste Bedeutung zu“, sagt Abt. Sie achtet zudem auf den Text. In einem Werbebrief sollten keine „Romane“ stehen, denn alles in allem bleiben nur zwanzig Sekunden: Mehr Zeit hat der Absender in der Regel nicht, um den Leser für sein Anliegen zu interessieren.

„Kommen Sie bei der Formulierung schnell auf den Punkt“, rät Gerhard Kerner, Geschäftsführer der Mannheimer Werbeagentur W&K Plus. Nach der KISS-Regel – Keep It Short and Simple – müsse der Text kurz und prägnant sein. Innerhalb von ein, zwei Sätzen sollte der Schreiber einen Spannungsbogen aufbauen, der den Leser direkt zur Hauptbotschaft führt. „Bringen Sie möglichst schnell rüber, welchen Nutzen Ihr Produkt für den Leser hat“, so Kerner. Der Text sollte den Empfänger schließlich dazu motivieren, sich mit dem Absender in Verbindung zu setzen.

Der Erfolg einer Mailing-Aktion steht und fällt mit der Qualität der verwendeten Adressen. Kerner hält sich an eine Faustformel: Das beste Mailing an eine schlechte Adresse

ist nie so erfolgreich wie ein schlechtes Mailing an eine gute Adresse. Ist der Name falsch geschrieben oder die Anschrift fehlerhaft, kommt das Schreiben beim Empfänger nicht gut an.

Felix Feuerstein, Chef einer PR-Agentur in Mannheim, empfiehlt, bei der Auswahl der Adressen in jedem Fall mit einem seriösen Händler zusammenzuarbeiten. „Dort erhalten Sie nach validen Methoden zusammengetragene Adressdaten, mit denen sich Streuverluste minimieren lassen.“ Wer sich über die Seriosität eines Anbieters nicht sicher ist, kann sich beim Deutschen Direktmarketing-Verband (DDV) in Wiesbaden informieren. „Wer ein großes Mailing für 5000 bis 10 000 Euro plant, arbeitet am besten von Anfang an mit einer Direktmarketing-Agentur zusammen, die nur auf Adressen von verlässlichen Anbietern zurückgreift.“ Feuerstein rät außerdem zum Abgleich der Mailing-Adressen mit der sogenannten Robinsliste des DDV. ▶▶



Mailing des Ateliers Crotalia: Die Farben der Schmuckstücke finden sich im Werbebrief wieder.

Bild: CFG

►► So lassen sich sämtliche Verbraucher herausfiltern, die keine Werbepost erhalten wollen. Hier ist ein Anschreiben meist vergebliche Mühe. Zudem könnte der Empfänger sogar rechtlich gegen den Absender vorgehen.

Das A und O einer erfolgreichen Mailing-Aktion ist eine gute Planung. „Sie sollten nicht morgens aufstehen und sagen, heute mache ich ein Mailing“, so Feuerstein. Welcher Zeitraum, welche Produkte, welche Information, welche Zielgruppe? Das seien die wichtigsten Fragen, die rechtzeitig vor dem Versand geklärt werden sollten. Je besser der Werbebrief in den Marketing-Mix des Unternehmens eingebunden sei, desto effektiver sei seine Wirkung. Auch das Timing sollte passen. Ein Anschreiben, das auf die Vorwoche datiert ist, hinterlässt bei den wenigsten Kunden einen nachhaltigen Eindruck – und entsprechend dürrig wird der erhoffte Rücklauf ausfallen.

„Ein gutes Mailing erreicht heute in der Regel eine Rücklaufquote von etwa 0,5 Prozent“, sagt Gerhard

Erfolgreiche Mailing-Aktionen: Das gehört ins Briefing an die Agentur

Marketing

- ✓ Beschreibung der Marketing-Strategie(n)
- ✓ kurzfristige und langfristige Ziele
- ✓ Positionierung des Angebots bzw. des Produkts

Wettbewerbs-Situation

- ✓ Marktstellung
- ✓ Source of Business

Angebots-/Produktbeschreibung

- ✓ Was kauft der Kunde?
- ✓ Was ist der USP des Angebots bzw. des Produkts?
- ✓ Was sind die entscheidenden Verkaufsargumente?

Zielgruppe

- ✓ Soziodemografische Beschreibung
- ✓ Milieu-Beschreibung
- ✓ Potenzialgröße
- ✓ Was weiß der Kunde heute über die Gattung und das Angebot/das Produkt?
- ✓ Was sind die entscheidenden Kaufkriterien?
- ✓ Was sind bestehende Blockaden bzw. Vorurteile?

Kommunikationsziele

- ✓ Was soll der Kunde durch die Kommunikation denken?
- ✓ Was ist die zentrale Begründung hierzu?
- ✓ Was soll der Kunde dann konkret tun?
- ✓ Was hat der Kunde davon?

Kommunikationsmittel/Dialogtools

- ✓ Was soll geliefert werden?
 - ✓ Was sind Pflichtbestandteile, was die Kür für die Präsentation?
 - ✓ Was sind Rahmenbedingungen (zum Beispiel CD/CI)?
- Es empfiehlt sich, dies im Sinne einer besseren Vergleichbarkeit der Präsentationen klar zu definieren!

Budget und Mediasplit

- ✓ Kommunikations- und Dialogbudget
- ✓ Media-Ziele (plus eventuelle Rahmenbedingungen)
- ✓ Kampagnenzeiträume

Rahmenbedingungen für die Agenturhonorierung

- ✓ Zahlungsziele
- ✓ Copyright
- ✓ etc.

Quelle: DDV Best Practice Guide Nr.1 „Auswahl einer Dialogmarketing-Agentur“ / www.ddv.de

Grafik: grafIKS Kai Segelken

Kerner. Ein Prozent und mehr gilt als sehr gut. Frühere Response-Quoten von zwei bis drei Prozent bei Neukunden-Mailings gebe es heute praktisch nicht mehr.

„Je hochwertiger das Mailing, desto größer seine Chance auf Erfolg“, sagt Nicole Walz. Und hochwertig muss nicht zwangsläufig teuer bedeuten. Manchmal reicht eine echte Briefmarke auf dem Kuvert schon aus, um einem Werbeschreiben ein höherwertiges, persönliches Aussehen zu verschaffen.

„Wichtig ist, dass sich Ihr Mailing vom Papierberg auf dem Schreibtisch abhebt“, so Nicole Walz. Mit einem besonderen Format oder einem ausgefallenen Papier falle dies leichter. Für den Versand des aktuellen Crotalia-Katalogs hat die Marketing-Expertin zu einem Umschlag in der gleichen Farbe wie das exklusive Kollektionssignet geraten: ein edles Violett. Wer das kunstvoll gefaltete Kuvert öffnet, entdeckt auf der Innenseite das Logo der Goldschmiede: einen goldenen Kolibri. Stilvoll und elegant, genau wie die Kundschaft. *Daniel Albrecht*

Vorsicht vor Stolperfallen

Adressierte Werbebriefe unterliegen nur wenigen rechtlichen Beschränkungen. Doch diese sollten Unternehmen kennen

Wie alle Werbemittel unterliegen Mailings bestimmten gesetzlichen Regeln. Gerät der Brief in den Verdacht des unlauteren Wettbewerbs, drohen dem Absender Abmahnungen und ein Imageverlust. Maßgeblich ist hier vor allem das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Mit der jüngsten Novelle im Jahr 2004 sahen sich werbungstreibende Unternehmen mit mehreren neuen Beschränkungen konfrontiert. Der Deutsche Direktmarketing Verband (DDV) in Wiesbaden beklagte damals gar, dass die in vorangegangenen Reformen bereits erreichte Liberalisierung zum Teil wieder zurückgenommen worden sei.

Versender von Briefen kamen allerdings glimpflich davon. „Im Ver-

gleich zu Werbung über E-Mail und Telefon unterliegen adressierte Werbebriefe relativ wenigen rechtlichen Beschränkungen“, sagt der Heidelberger Anwalt Matthias Düringer, der sich unter anderem auf Wettbewerbsrecht spezialisiert hat.

UWG-Reform schonte Briefversender

Durch die sogenannten Opt-in-Regelungen belastet das neue UWG vor allem Werbung per Telefon, Fax, E-Mail und SMS. In diesen Fällen muss der Adressat zuvor eingewilligt haben, bevor er von einem Unternehmen kontaktiert werden darf. Beim Mailing gelten solche Restriktionen nicht. Lediglich für nicht adressierte Prospektwerbung

gebe es verschärfte Bedingungen: Sie darf nicht zugestellt werden, wenn ein Aufkleber am Briefkasten dies untersagt.

Doch auch wenn bei Direct Mailings der Empfänger sein Einverständnis nicht vorab erklären muss, sind beim Versand von Werbeschreiben eine Reihe von Details zu beachten, warnt Düringer: „Grundsätzlich gelten für Direct Mailings dieselben rechtlichen Regeln wie für andere Werbeformen.“ Zu beachten seien so unter anderem die besonderen Vorschriften im Gesetz gegen



INTERVIEW

Identität des Absenders muss erkennbar sein

Drei Fragen an Patrick Tapp vom Deutschen Direktmarketing Verband in Wiesbaden

Warum brauchen wir ein Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG)?

► **PATRICK TAPP:** Dieses Gesetz schützt Verbraucher und Unternehmen vor unlauteren Werbemethoden eines Marktteilnehmers. Nicht gestattet sind zum Beispiel irreführende Werbung oder Maßnahmen, die in eine Belästigung des Empfängers ausarten. Wer gegen diese Regeln verstößt, kann zum Beispiel von den Wettbewerbszentralen abgemahnt werden.

Was sollten Versender von Werbriefen beachten?

► **TAPP:** Um eine Irreführung des Adressaten auszuschließen, müssen Direct Mailings als solche kenntlich



Patrick Tapp: „Bei der Auswahl auf Qualität achten.“ Bild: DDV

den unlauteren Wettbewerb.

Kern des UWG ist der Schutz vor unlauterem Wettbewerb, zugleich soll es das Interesse der Gemeinschaft an einem unverfälschten Wettbewerb wahren. Laut Paragraph 3 des UWG sind alle Handlungen unzulässig, die den Wettbewerb zum Nachteil der Mitbewerber, der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer erheblich beeinträchtigen. Unlauter im Sinne des Gesetzes sind beispielsweise irreführende Werbung sowie die Belästigung von Marktteilnehmern. Auch vergleichende Werbung kann unter bestimmten Voraussetzungen als unlauter abgemahnt werden.

Die wichtigste Regel: Ein Werbrief muss für den Empfänger als solcher erkennbar sein. „Sie müssen nicht ‚Werbung‘ draufschreiben, doch der Adressat muss den Brief aufgrund seines Charakters als Werbung erkennen können“, erläutert Patrick Tapp, Vizepräsident Verbraucherdialog beim DDV und selbst Inhaber einer Dialogmarketing-Agentur in Frankfurt. So dürfe ein Mailing durchaus mit einem

neutralen Umschlag versendet werden, doch müsse sich nach dem Öffnen ein deutlicher Hinweis auf den werblichen Zweck des Schreibens finden.

Empfänger muss klar erkennbar sein

Irreführend sind etwa Anschreiben, die den Eindruck privater oder behördlicher Post wecken. Solche Formen des Direktmarketings werden von den Wettbewerbszentralen regelmäßig abgemahnt, da sie den Empfänger offensichtlich in die Irre führen.

Ebenfalls mit rechtlichen Konsequenzen rechnen müssen Unternehmen, die keine gültige Absendeadresse auf einem Werbrief angeben. Verschleiert oder verheimlicht ein Absender seine Identität, kann ein Werbrief eine „unzumutbare Belästigung“ darstellen. Denn der Adressat muss die Möglichkeit haben, dem Versender eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten zu schicken. „Ein Hinweis auf dieses Widerspruchsrecht ist

gemacht werden. Es muss natürlich nicht ‚Werbung‘ draufstehen, aber durch die Formulierungen muss deutlich werden, dass es sich weder um private noch um behördliche Post handelt. Zudem dürfen die Absender ihre Identität nicht verschleiern oder verheimlichen.

Welches Vorgehen empfehlen Sie bei Mailingkampagnen?

► **TAPP:** Die Zusammenarbeit mit einer guten Dialogmarketing-Agentur zahlt sich auch für kleinere und mittlere Unternehmen aus. Bei der Auswahl sollte man darauf achten, dass der Anbieter Mitglied im Deutschen Direktmarketing Verband ist und sich dadurch bestimmten Qualitätsstandards verpflichtet.

zwingend notwendig“, sagt Patrick Tapp. Wo die betreffende Formulierung platziert wird, ist dem Absender freigestellt.

Erklärt ein Empfänger, dass er künftig keine Schreiben mehr erhalten möchte, dann müsse dies beachtet werden, so Tapp. Wer trotz erklärten Widerspruchs erneut einen Adressaten anschreibe, verschafft sich dem Gesetz nach einen „Wettbewerbsvorsprung durch Rechtsbruch“ und kann abgemahnt werden.

Wer auf Nummer sicher gehen will, lässt die komplette Marketing-Kampagne von einem spezialisierten Dienstleister abwickeln. Ratsam ist hier in jedem Fall die Zusammenarbeit mit einem Anbieter, der sich den Ehrenkodizes des DDV verpflichtet hat. Eine Liste der Mitglieder in den sogenannten DDV-Councils findet sich im Internet unter www.ddv.de.

Daniel Albrecht

Internet

www.ddv.de
www.bundesrecht.juris.de/uwg_2004

ZUR PERSON

Patrick Tapp

Patrick Tapp ist ehrenamtlicher Vizepräsident Public Affairs und Verbraucherdialog beim Deutschen Direktmarketing Verband (DDV) e.V. in Wiesbaden. Seit 1993 ist der Jurist geschäftsführender Gesellschafter der Dialog Frankfurt Marketingservices & Consulting GmbH. Neben Jura hat er auch Betriebswirtschaftslehre in Bayreuth und Frankfurt studiert.



CIRCLE FULFILLMENT GMBH

Ihr Dienstleister für:

- **Lager- u. Versandlogistik / Fulfillment**
Wir lagern, kommissionieren und versenden nach Bedarf Ihre Drucksachen, Produkte, Werbe- oder Merchandiseartikel.
- **Konfektionierung / Druckweiterverarbeitung**
Wir veredeln Drucksachen, kleben ein, bestücken Ordner u.v.m.
- **Lettershop / Mailings**
Ihre Briefe personalisieren, drucken und versenden wir zu optimalen Portopreisen.
- **Adress-/ Datenmanagement**
Ihre Adressdaten optimieren wir, entfernen Dubletten, werten Daten aus oder besorgen Ihnen die richtigen Adressen für Ihre Mailings.
- **Fragen Sie uns, wir haben die Lösung für Ihr Problem.**

Tullastr. 14 · 69126 Heidelberg
 Telefon: 0 62 21 / 718 32-0
www.cfg-direktmarketing.de



Good-Practice-Beispiel: My-World-of-Hearing

Aus einem Mailing an 2000 Personen sind nur zwei konkrete Aufträge hervorgegangen. Unzufrieden ist der Auftraggeber dennoch nicht

Bild: Photocase

Wie bitte? Auch Chefs können manchmal schwer hören. „Dabei ist es für eine Führungskraft besonders wichtig, die persönliche Hörwelt in erstklassiger Klangqualität zu erleben“, weiß der frühere SAP-Manager Heinz Spitzmüller. Er leidet seit seiner Jugend selbst an fortschreitender Schwerhörigkeit. „Das ist eine Karrierebremse.“ Seine eigene Situation motivierte den 46-Jährigen, im April „My-World-of-Hearing“ zu gründen. Das exklusive Hörakustik-Unternehmen mit Sitz in Wiesentach am Neckar ist ganz auf die Bedürfnisse von Personen in gehobener beruflicher oder gesellschaftlicher Position spezialisiert. Da er bewusst auf die Einrichtung eines Ladengeschäfts verzichtete, setzt Spitzmüller auf zielgerichtete Mailing-Kampagnen, um sein Angebot bekannt zu machen.

Eine seiner ersten Aktionen bestand darin, Werbefriefe an rund

zweitausend sorgfältig ausgewählte Personen in der Metropolregion Rhein-Neckar zu versenden. Entsprechende Adressen mietete er für je 20 Cent bei spezialisierten Anbietern. Sein wichtigstes Auswahlkriterium dabei: Das Haushaltseinkommen

muss über 150 000 Euro im Jahr liegen. Um die Hochwertigkeit seiner Dienstleistung zu unterstreichen, investierte er sowohl in das optische Erscheinungsbild des Umschlags (echte Briefmarken) als auch in eine ausgefallene Gestaltung von

Anschreiben und beiliegendem Flyer (115-Gramm-Papier und Heißfolienprägung). Jedem Schreiben lag zudem ein Antwort-Formular bei. Unter dem Strich kostete Spitzmüller jedes Mailing knapp 2,60 Euro.

Der letztlich erzielte Rücklauf hielt sich in Grenzen: Lediglich zwei konkrete Aufträge konnte Spitzmüller mit der ersten Aktion akquirieren. Der erfahrene Geschäftsmann ist dennoch zufrieden. Da durchschnittlich nur 15 Prozent der Angeschriebenen überhaupt von Schwerhörigkeit betroffen sind, liegt die Erfolgsquote nach seiner Rechnung bei 1,5 Prozent. Nicht schlecht für eine klassische Werbefrief-Aussendung, deren Response-Quote selten mehr als ein Prozent beträgt. Nicht mit eingerechnet sind zudem all diejenigen Interessenten, die vielleicht erst beim zweiten oder dritten Anschreiben auf Spitzmüllers Angebot reagieren.

Daniel Albrecht

TIPP

Abgleich mit Robinson-Liste

Zwar dürfen Direct Mailings laut UWG an Personen versendet werden, ohne diese zuvor um Erlaubnis zu fragen. Doch ist ein Werbefrief beim Empfänger unerwünscht, kann sich dies kontraproduktiv für den Absender auswirken. Aus Ärger über die vermeintliche Belästigung sinkt das werbende Unternehmen in der Gunst des potenziellen Kunden. Vermeiden lassen sich solche Fauxpas durch einen Abgleich der Adressbestände mit der sogenannten Robinson-Liste des Deutschen Direktmarketing Verbandes (DDV). In diese Liste kann sich jeder eintragen lassen, der keine adressierten Werbefriefe von Unternehmen erhalten möchte. www.ddv-robinsonliste.de

Nur das Äußere zählt

Die Verpackungsindustrie vergibt wieder ihren Branchenpreis. Diesmal auf der Brau Bevale

Der international ausgeschriebene Deutsche Verpackungspreis ist so etwas wie der Oscar der Verpackungsindustrie. Seit 1963 wird er von der deutschen Verpackungswirtschaft an die jeweils besten Bewerber vergeben. Die Jury setzt sich aus Mitgliedern verschiedener Verpackungsverbände zusammen. Beurteilt werden unterschiedliche Facetten innovativer Verpackungen: die technischen Aspekte ebenso wie das Verpackungsdesign, die Wirtschaftlichkeit und die Umweltverträglichkeit.

Eingereicht werden können fertige Verpackungen, Prototypen und Entwürfe sowie maschinentechnische Lösungen. Einsendungen wer-

den gegen eine Teilnahmegebühr noch bis zum 1. August 2008 entgegengenommen.

Mehr als 300 Einreichungen gingen alleine im vergangenen Jahr beim Deutschen Verpackungsinstitut in Berlin ein. In diesem Jahr werden die Preise auf der Brau Bevale in Nürnberg, der wichtigsten Messe der europäischen Getränkewirtschaft, vergeben. Sie findet vom 12. bis 14. November statt. Denn gerade in der Getränke-Industrie spielt die Verpackung eine wichtige Rolle. So gehören Unternehmen aus diesem Bereich fast schon traditionell zu den Gewinnern des Deutschen Verpackungspreises.



Der Deutsche Verpackungspreis wird 2008 zum 31. Mal verliehen. Was zählt sind Neuheit, Nützlichkeit und Schönheit. Bild: Deutsches Verpackungsinstitut

Die Preisübergabe findet am 12. November um 16 Uhr im CCN Ost statt.

Kristian Kloor

Internet

www.verpackungswettbewerb.net

PROM DES JAHRES

Geldpreise für Energiesparer

ESSEN. Ökologisch richtungweisende Lösungen auf dem Sektor energieeffizienter Gewerbe-Immobilien, die auch ökonomisch überzeugen, haben Chancen auf den diesjährigen „Prom des Jahres“. Der Wettbewerb richtet sich an Eigentümer oder Planer von Gewerbeimmobilien oder deren technische Gebäudeausrüstung. Zentrales Kriterium für die Bewertung ist das Verhältnis des Primärenergiebedarfs der Gewerbeimmobilie zu dem des jeweiligen Referenzgebäudes. Der Preis wird unter anderen von der RWE Energy AG verliehen. Die Wettbewerbsunterlagen sind bis zum 31. Juli einzureichen. Eine Jury unabhängiger Experten wird am 11. Dezember die Gewinner ermitteln und die Preise in Höhe von bis zu 30 000 Euro für den Sieger in einem Festakt im Januar 2009 in Berlin verleihen.

KrK

Internet

www.promdesjahres.de

WIR TUN WAS

Gemeinnützigkeit zählt

WEINHEIM. Die Freudenberg-Initiative „Wir tun was“ ruft engagierte Gruppen in der Region dazu auf, sich mit Projekten zu bewerben, die sich für Toleranz, Nächstenliebe und Gemeinsinn einsetzen. Teilnehmen dürfen Gruppen mit gemeinnützigem Charakter aus Weinheim und Umgebung. Ausgewählte Projekte werden mit bis zu 5000 Euro gefördert. Insgesamt stellt die Unternehmensgruppe 20 000 Euro zur Verfügung. Eine Voraussetzung für die Förderung ist, dass die Gruppen sich mit einer Eigenleistung in das Projekt einbringen – sei es finanziell, durch Sachmittel oder durch personelle Unterstützung. Die Bewerbungen müssen bis 30. September eingereicht werden. Im Oktober wird eine Jury des Unternehmens Projekte auswählen, die eine Unterstützung erhalten und öffentlich präsentiert werden.

KrK

Internet

www.freudenberg.de

ENTERPRISE AWARD

EU fördert Unternehmertum

BRÜSSEL/BONN. Die Europäische Kommission zeichnet in diesem Jahr zum dritten Mal herausragende Leistungen von öffentlichen Institutionen, Behörden und öffentlich-privaten Partnerschaften mit dem European Enterprise Award aus. Prämiert werden innovative und erfolgreiche Maßnahmen, die Unternehmertum auf lokaler, regionaler oder nationaler Ebene fördern. Die Preisträger sollen europaweit als Vorbilder dienen. Sie sollen andere dazu anregen, günstige Bedingungen für unternehmerische Tätigkeit zu schaffen. Ausgelobt wird der Preis in den 27 Mitgliedstaaten der Europäischen Union und Norwegen. Das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) Bonn betreut den Wettbewerb in Deutschland. Teilnahmechluss für die Bewerbung zur deutschen Vorausscheidung ist der 31. Juli.

KrK

Internet

www.ifm-bonn.org

ENABLE2START

Fünf mal 50 000 Euro

HAMBURG. Der Gründerwettbewerb „enable2start“ begleitet Wagemut gleich vierfach: mit 50 000 Euro Startgeld, einem ausführlichen Coaching durch Experten des Zentrums für Gründung und Innovation in München, mit der Aussicht auf Treffen mit einigen der bekanntesten Unternehmern und Investoren Deutschlands sowie durch eine gut einjährige redaktionelle Begleitung durch die Financial Times Deutschland. Unter den Bewerbern werden fünf Gründer ein solches Leistungspaket bekommen. Teilnahmeberechtigt sind alle, die kurz vor einer Firmengründung stehen oder in den vergangenen zwei Jahren eine Firma gegründet haben. Die Bewerbung erfolgt über die Website des Veranstalters und muss bis spätestens 31. Juli 2008 eingehen. Am 30. Oktober werden die fünf Sieger gekürt.

KrK

Internet

www.enable2start.de

Schlecht und Recht

„Schlechtleistungen“ von Mitarbeitern: Unter welchen Voraussetzungen ist eine Kündigung möglich? Wo liegen die Risiken?

Der Experte

Michael Eckert ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für Arbeitsrecht in der Heidelberger Kanzlei Eckert Klette & Kollegen. Diese ist spezialisiert auf die Bereiche Arbeitsrecht, Wirtschaftsrecht, Vertrags- und Versicherungsrecht, Oldtimerrecht, Verkehrsrecht und Gesellschaftsrecht sowie Lebensmittelrecht.



Bild: Eckert

Arbeitsrechtler nennen es eine „Schlechtleistung“. In der betrieblichen Praxis stellt es ein teures und oft nervenzehrendes Problem dar: Arbeitnehmer, die mehr oder weniger bewusst zu langsam arbeiten, eine hohe Ausschussrate haben, extrem viele Fehler ma-

chen, die unfreundlich zu Kunden sind, alles falsch verstehen, immer drei Erklärungen extra brauchen.

Wirksame Maßnahmen wie Abmahnungen oder Kündigungen sind schwer umzusetzen, aber möglich. Voraussetzung ist, dass einige arbeitsrechtliche Grundsätze beachtet

werden. Laien fällt es oft schwer, dieses arbeitsrechtliche Dickicht zu durchdringen. Ein Grund: Fast alle wichtigen Regeln ergeben sich aus der Rechtsprechung und nicht aus dem Gesetzestext. Dieser Beitrag bringt anlässlich einer aktuellen Entscheidung des Bundesarbeitsgerichts etwas Licht ins Dunkel (Urteil vom 17.01.2008, 2 AZR 536/056).

Grundlage Kündigungsrecht

Die nachfolgenden Erläuterungen basieren auf der Anwendung des Kündigungsschutzgesetzes, das immer dann zu beachten ist, wenn der Mitarbeiter mehr als sechs Monate im Betrieb tätig ist und dort mindestens zehn Mitarbeiter in Vollzeit arbeiten.

Wichtig ist zunächst, dass der Arbeitgeber eindeutige und nachvollziehbare Anweisungen gibt, also wann, wie, wie schnell und durch wen Arbeiten zu erledigen sind. Grundsätzlich muss der Arbeitgeber dann nachweisen, dass der Arbeitnehmer vertragswidrig gehandelt hat.

Festzustellen ist daher zunächst, was die Vertragspflichten des Arbeitnehmers hinsichtlich der Leistung sind. Eine für alle Arbeitnehmer einheitliche Leistungsverpflichtung gibt es nicht. Die Leistungspflicht lässt sich aber auf einen praxisnahen und prägnanten Satz zusammenfassen: „Der Arbeitnehmer muss tun, was der Arbeitgeber sagt, und zwar so gut, wie er es kann.“

Individuelle Leistung entscheidet

Es kommt somit bei der Frage einer Pflichtverletzung auf die individuelle Leistungsfähigkeit und nicht auf Durchschnittsleistungen an. Das Bundesarbeitsgericht spricht in der aktuellen Entscheidung davon, dass der Arbeitnehmer mangels anderweitiger Vereinbarungen seiner Vertragspflicht dann genügt, wenn er „unter angemessener Ausschöpfung seiner persönlichen Leistungsfähig-

keit arbeitet“. Eine vertragsgemäße Leistung kann daher auch dann vorliegen, wenn der Arbeitnehmer schlechter als der Durchschnitt vergleichbarer Arbeitnehmer arbeitet oder eine durchschnittliche Fehlerhäufigkeit, bezogen auf alle Arbeitnehmer, überschreitet.

Dies gilt etwa bei älteren Arbeitnehmern oder Schwerbehinderten. Allerdings kann eine längerfristige und deutliche Überschreitung der durchschnittlichen Fehlerquote ein

PRAXISTIPP

- Klare und nachweisbare Aufgabenbeschreibung durch den Arbeitgeber.
- Feststellung der Durchschnittsleistungen vergleichbarer Arbeitnehmer.
- „Controlling der Leistung“ des betroffenen Arbeitnehmers, das heißt Feststellung einer messbaren Pflichtverletzung über einen längeren Zeitraum durch qualitativ erheblich unterdurchschnittliche Leistung. Der Arbeitgeber hat die Beweislast.
- Prüfung, ob es Gründe für eine erheblich unterdurchschnittliche Leistung gibt, die der Arbeitnehmer nicht beeinflussen kann.
- Mindestens ein bis zwei wirksame Abmahnungen wegen der Schlechtleistung.
- Prüfung anderweitiger Maßnahmen zur Verbesserung der Leistung.
- Verhaltensbedingte Kündigung.



Bild: Fotolia

AKTUELLES URTEIL

Tarifliche Altersgrenze von 65 Jahren wirksam

Tarifliche Altersgrenzen, die die Beendigung des Arbeitsverhältnisses für den Zeitpunkt des Erreichens der sozialversicherungsrechtlichen Regelaltersgrenze vorsehen, sind zulässig. Dies hat das Bundesarbeitsgericht im Fall einer Arbeitnehmerin entschieden, die seit 1975 im verklagten Unternehmen als Reinigungskraft beschäftigt war. Im Juni 2005 wurde sie 65 Jahre alt. Gemäß des Rahmentarifvertrags für das Gebäudereinigerhandwerk endet das Arbeitsverhältnis mit dem Ablauf des Monats, in dem der Beschäftigte das 65. Lebensjahr vollendet. Die gegen die Beendigung des Arbeitsverhältnisses gerichtete Klage blieb vor dem Bundesarbeitsgericht wie in den Vorinstanzen erfolglos. Begründung: Die Befristung des Arbeitsverhältnisses ist durch einen sachlichen Grund gerechtfertigt, wenn der Arbeitnehmer auf Grund der Beschäftigung eine gesetzliche Altersrente erwerben kann. Der Wirksamkeit einer tariflichen Altersgrenzenregelung stehen auch das Diskriminierungsverbot wegen des Alters und die Vorgaben aus der EG-Richtlinie 2000/78 nicht entgegen. Die Ungleichbehandlung ist durch ein legitimes Ziel aus der Arbeitsmarkt- und Beschäftigungspolitik gerechtfertigt.

(Urteil vom 18. Juni 2008 – 7 AZR 116/07)

sogenannten „Schlechtleistung“ einen schuldhaften Verstoß gegen die arbeitsvertragliche Pflicht darstelle, ordentlich zu arbeiten.

Abmahnung als erster Schritt

Die Rechtsprechung sieht in solchen Fällen vor, dass der Arbeitgeber zunächst das fehlerhafte Verhalten des Arbeitnehmers konkret abmahnen muss – von extremen Ausnahmefällen abgesehen. In einer Abmahnung muss der Arbeitgeber das gerügte Verhalten konkret bezeichnen und erläutern, warum das Verhalten gegen arbeitsvertragliche Pflichten verstößt und welches Verhalten richtig gewesen wäre. Ganz wichtig ist es darüber hinaus, eine Kündigungsandrohung in die Abmahnung aufzunehmen.

Im entschiedenen Fall hatte der Arbeitgeber bereits zwei Abmahnungen ausgesprochen. Weder diese noch weitere Maßnahmen senkten die Fehlerquote nachhaltig, weshalb der Arbeitgeber dann fristgerecht wegen qualitativer Minderleistung das Arbeitsverhältnis kündigte.

Unteren Instanzen widersprochen

Die Arbeitnehmerin war der Auffassung, dass ihre absolute Fehlerquote so gering sei, dass hierauf eine Kündigung nicht gestützt werden könne. Auf einen Vergleich mit den Fehlerquoten anderer Arbeitneh-

mer dürfe es nicht ankommen. Arbeitsgericht und Landesarbeitsgericht hatten zunächst zugunsten der Arbeitnehmerin entschieden. Dort war man der Auffassung, das Dreifache der durchschnittlichen Fehlerquote reiche an sich nicht aus, eine Kündigung unter Abwägung der sozialen Aspekte zu rechtfertigen.

Dem hat das Bundesarbeitsgericht nun widersprochen und folgendes festgehalten: Eine Kündigung könne sehr wohl aus verhaltensbedingten Gründen ausgesprochen werden und wirksam sein und zwar dann, wenn Arbeitnehmer über einen längeren Zeitraum eine qualitativ erheblich unterdurchschnittliche Leistung erbrächten und hierfür vom Arbeitnehmer keine von ihm nicht beeinflussbaren Gründe genannt wurden.

Eine schuldhafte Verletzung des Arbeitsvertrages liegt nach Auffassung der Richter beispielsweise dann nicht vor, wenn die Arbeiten des Arbeitnehmers besonders kompliziert waren, es Materialstockungen gab oder er schwerbehindert ist. Wenn der Arbeitnehmer dagegen keine solchen Entschuldigungsgründe vorbringe, spreche das Dreifache der üblichen Fehlerquote für eine schuldhafte Vertragsverletzung, die auch eine Kündigung rechtfertigt – nach entsprechender vorangegangener Abmahnung.

Michael Eckert

deutliches Indiz dafür sein, dass der Arbeitnehmer schuldhaft nicht seinen vertraglichen Pflichten nachkommt. Dabei kommt es aber auf die tatsächliche Fehlerzahl, die Art und Schwere der Fehler sowie deren Folgen für den Arbeitgeber an.

Der Fall

Im konkreten Fall hatte eine seit 1995 in der Versandabteilung eines Kaufhauses tätige Mitarbeiterin beim Zusammenstellen von Päck-

chen etwa dreimal so viele Fehler gemacht wie der Durchschnitt aller Arbeitnehmer. Beanstandete Probleme betrafen Kundenverwechslungen, fehlende und falsche Teile sowie falsche Anschriften.

Der Arbeitgeber hatte argumentiert, er erleide bei den Kunden einen erheblichen Imageverlust. Außerdem entstünden erhebliche Kosten, um die Fehler zu korrigieren. Der Arbeitgeber hatte außerdem betont, dass diese erhebliche Form der

INTERVIEW

Einmal um den Block

Der Mannheimer Gemeinderat hat für ihn gestimmt. Doch der Bau des neuen GKM-Blocks bleibt umstritten. Metropolsolar-Geschäftsführer Daniel Bannasch und MVV-Vorstand Dr. Werner Dub diskutieren im Econo-Interview über Chancen, Risiken und Alternativen der 1,2-Milliarden-Investition

Econo: Im saarländischen Ensdorf hat die Gemeinde den Bau eines Kohlekraftwerkes gestoppt. In Mannheim ist man davon weit entfernt. Was unterscheidet die Mannheimer von den Ensdorf-fern?

► **Bannasch:** Ein wesentlicher Unterschied ist, dass dort bislang ein kleines Kraftwerk mit nur 400 Megawatt steht. Man hat dann geplant, ein Doppelkraftwerk mit 1600 Megawatt zu bauen. In Mannheim hingegen haben sich die Menschen daran gewöhnt, dass hier ein großes Kraftwerk steht. So denken vielleicht manche, dass wäre eine natürliche Entwicklung, dass wir jetzt ein weiteres Kraftwerk bekommen sollen. Ein anderer Punkt ist, dass der Widerstand in Ensdorf sehr gut organisiert wurde. Die haben da sehr gute Leute...

Econo: ...die es in Mannheim nicht gibt?

► **Bannasch:** Die gibt es hier auch. Mittlerweile haben wir es auch hier erreicht, eine Öffentlichkeit für das Thema zu schaffen. Wir mussten dabei ankommen gegen die Öffentlichkeitsarbeit des GKM und der MVV, aber auch gegen die Nicht-Berichterstattung lokaler Zeitungen.

► **Dub:** Da machen Sie es sich zu einfach. Ensdorf und Mannheim unterscheiden sich in einem entscheidenden Punkt ganz wesentlich: In Mannheim wird ein Block geplant, der Strom produziert und dies mit Kraft-Wärme-Kopplung angebunden an eines der größten Fernwärmenetze Europas kombiniert. In Ensdorf war das meines Wissens nicht der Fall. Außerdem waren die Planungen dort sehr groß dimensioniert. Und Ensdorf ist ein sehr kleiner Ort. Ohne den Ensdorf-fern zu nahe treten zu wollen: Das kommt einem „Kraftwerk auf der grünen Wiese“ schon sehr nahe.

Econo: Herr Dub, Sie planen den Bau des Blocks 9 in Mannheim, weil Sie damit günstig Strom produzieren wollen. Was sind eigent-

lich die Preistreiber bei den Energiekosten?

► **Dub:** Da gibt es viele Faktoren. Was bei der Diskussion oft unter den Tisch fällt, ist die Tatsache, dass der staatlich bedingte Anteil – also öffentliche Abgaben und Steuern – mittlerweile rund vierzig Prozent des Strompreises ausmacht. Bei den Strompreisen für die Verbraucher liegen wir europaweit vorne. Wenn Sie jedoch die Steuern und Abgaben abziehen, dann fallen die Preise sogar unterdurchschnittlich aus. Natürlich sind die Strompreise auch gestiegen, weil die Primärenergiepreise explodiert sind. Wenn wir nicht in der Lage sind, den Kohlekraftwerkspark zu modernisieren, wird sich das auch negativ auf die Strompreise auswirken.

Econo: Sehen Sie das auch so, Herr Bannasch?

► **Bannasch:** Ich glaube, dass die Kohlepreise nicht zu unterschätzen sind. Wir haben dort Preissteigerungen, wie beim Öl und beim Gas. Das ist auch völlig klar, da das alles endliche Brennstoffe sind. Alles was endlich ist und in hohem Maße nachgefragt wird, erfährt Preissteigerungen, die irgendwann durch die Decke gehen. Die brennstofffreien Energien haben einen unschlagbaren Vorteil: Sie brauchen keinen Brennstoff. Dann kann auch kein Brennstoffpreis steigen. Das gilt für Wind, für Sonne und für Geothermie sowie für alle Arten von Effizienzmaßnahmen. Wenn ich aus einem alten Gebäude ein Plus-Energie-Gebäude mache

Econo: ...das mehr Energie produziert als verbraucht...

► **Bannasch:** ...dann werde ich mich nicht mehr für steigende Energiepreise interessieren müssen.

► **Dub:** Da stimme ich Ihnen uneingeschränkt zu. Es ist richtig, dass fossile Energien mit Reichweiten von 50, 60, 80 oder auch 200 Jahren endlich sind und auch dadurch im Preis künftig weiter steigen. Die Frage ist in diesem Zusammenhang:

Geplante Kraftwerke



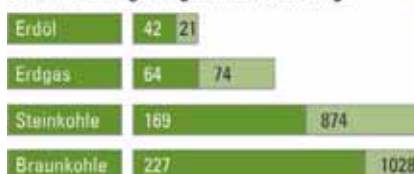
Kann man deshalb auf diese Brennstoffe sofort verzichten? Und ich stimme Ihnen auch zu bei Ihrem letzten Argument: Energiesparen ist unsere beste Energiequelle und das Gebot der Zeit. Der Gesetzgeber unterstützt das. Auch Gebäude- und Wärmedämmung werden immer wichtiger. Der Kunde wird sich die Frage stellen müssen: Für was will ich mein Geld ausgeben? Das ist eine ökonomische Entscheidung. Wir sollten aber nicht den Eindruck erwecken, hier gebe es etwas umsonst. In der aktuellen Diskussion reden wir über die Strom- und die

Wärmeerzeugung. Da sollte man das Energiewirtschaftsgesetz in Erinnerung rufen, das als gleichberechtigte Ziele vorgibt, Stromversorgungssicher, preisgünstig und klimafreundlich zur Verfügung zu stellen. Sie können ein Ziel stärker gewichten, aber das geht zu Lasten der anderen.

Econo: Wir haben über die steigenden Kohlepreise gesprochen. Herr Dub, welchen Kohlepreis haben Sie denn Ihren Kalkulationen für den Neubau von Block 9 zu Grunde gelegt?



Welcher Energieträger reicht wie lange



Statische Reichweiten in Jahren:

Reserven Ressourcen

Quelle: BMWI/2006

Grafik: grafKS Kai Segelken



► **Dub:** Die Wirtschaftlichkeitsrechnung für Block 9, aber auch für andere Kraftwerke, können Sie nicht nur am Kohlepreis festmachen. Da müssen Sie verschiedene Faktoren einbeziehen: Die Größe des Blocks ist aufgrund der Kostendegression ein wichtiger Aspekt. Sie müssen die Primärenergiekosten betrachten, in diesem Fall Kohle. Des Weiteren: Wie werden sich die Preise entwickeln für Strom und für Wärme? Zudem müssen Sie einkalkulieren, wie sich die CO₂-Zertifikate entwickeln. Dann müssen Sie überlegen, wie das Kraftwerk überhaupt betrieben wird. In der Branche spricht man hier von der „merit order“, also der Abfolge, in der die Kraftwerke zum Einsatz kommen. Diese Faktoren müssen Sie am Ende zu einer Bewertung zusammenführen. Im Großkraftwerk sind konkret drei Aktionäre an dieser Bewertung beteiligt.

► **Bannasch:** Es liegt bisher keine Wirtschaftlichkeitsrechnung auf dem Tisch.

► **Dub:** Es ist die Frage, auf welchem Tisch sie liegt.

► **Bannasch:** Auf welchem Tisch liegt Sie denn? Ich höre von allen

„Wir wollen die umweltfreundliche Kraft-Wärme-Koppelung ausbauen“

möglichen Leuten, dass das Ding gut für die Region ist. Die Bürger bekommen von der MVV Kinderbilder präsentiert: „Ich, Mama, Papa, MVV“. Den Bürger wird gesagt: Wir machen das für euch. Das geht alles in Ordnung. Wir sind die Guten, bleibt bei uns. Die werden aber nicht wie erwachsene Bürger behandelt. Sie bekommen nicht gesagt: Wir gehen von Kohlepreissteigerungen in der und der Größe aus und wir werden diese Preissteigerungen auch weiterreichen.

► **Dub:** Herr Bannasch, ich hoffe wir sind uns darin einig, dass wir die sogenannten Meseberger Beschlüsse der Bundesregierung uneingeschränkt unterstützen, nach denen die umweltfreundliche Kraft-Wärme-Koppelung massiv ausgebaut werden soll. Es geht bundesweit um eine Verdoppelung. Wir haben hier in der Metropolregion Rhein-Neckar 110 000 Wohnungen an die



Dr. Werner Dub (links) und Daniel Bannasch: Für den MVV-Vorstand ist Block 9 eine sinnvolle Investition. Bannasch dagegen verweist auf den Kohlepreis und die Konkurrenz durch erneuerbare Energien. Bild: Prosswitz

Fernwärme angeschlossen. Wir haben in Mannheim einen Fernwärme-Anteil von 59 Prozent. Die

triebszeit von vierzig Jahren. Ich glaube auch, dass wir viel Energie einsparen können. Die Fernwärme-studie für die Metropolregion geht davon aus, dass der Wärmebedarf um 21 Prozent reduziert werden kann. Gleichzeitig steigt aber der Bedarf an Wohnfläche um 20 Prozent. Das heißt, der Wärmebedarf pro Quadratmeter wird sich bis 2030 fast halbieren.

► **Bannasch:** Aber Sie wissen, dass technisch mehr geht?

► **Dub:** Gott sei Dank bin ich Techniker und Ökonom. Sie können nicht nur die Frage stellen: „Was geht technisch“, sondern auch: „Was ist finanzierbar?“

► **Bannasch:** Da gibt es einen wesentlichen Unterschied. Nehmen wir mal an, Sie hätten sich beim Kohlepreis verkalkuliert, dann ist das nicht nur ein Problem des GKM. Dann haben Sie eine große Region, die an der Fernwärme dranhängt.

Mannheimer haben sich für diesen Wärmeträger entschieden. Da ist kein Zwang ausgeübt worden. Gleichzeitig liegen wir im deutschlandweiten Vergleich mit unseren Fernwärmepreisen deutlich unter dem Durchschnitt. Aber wir sind alle keine Propheten: Für die nächsten dreißig Jahre garantiert Ihnen niemand einen Preis für Energie.

► **Bannasch:** Doch. In dem Moment, wo Sie in einem Plus-Energie-Haus sitzen, haben Sie diese Probleme vom Tisch. Ich erlebe hier in Mannheim regelmäßig, dass wir hier ein größeres Problem mit Sanierungsmaßnahmen haben.

► **Dub:** Wir können ja über vieles diskutieren. Wir werden aber den Wärmemarkt nicht auf Null-Energie umstellen – zumindest nicht in den Zeiträumen, über die wir heute reden. Es geht um den Strom- und den Wärmemarkt. Wir wollen ein Kraftwerk errichten mit einer Be-

Entwicklung der Kohlepreise in Euro pro Tonne Steinkohleeinheit



Quelle: Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle

Grafik: grafIKS Kai Segeiker

Kurze Wege sind effektiver.

► **Dub:** Herr Bannasch, wir können das abkürzen: Gerade wenn wir uns für Gas entschieden hätten, hätten wir den Fehler gemacht, von dem Sie eben sprechen. Mit Gas sind Sie großtechnisch nicht in der Lage, Strom und Wärme zu Preisen zu produzieren, die die Kunden akzeptieren. Und dann ist die Fernwärme am Ende.

► **Bannasch:** Was machen Sie mit dem Kohlepreis, wenn er stärker steigt als bisher angenommen? Dann werden Sie gezwungen sein, den Laden entweder dicht zu machen oder die Strom- und Wärmepreise weiter zu heben. Bis dahin haben Sie vielleicht sehr viel Konkurrenz von erneuerbaren Energien.

Econo: „Auch ohne Block 9 gehen in Mannheim nicht die Lichter aus“, sagt MVV-Chef Rudolf Schulten. Warum wird Block 9 dann eigentlich gebaut?

► **Dub:** Natürlich – und so ist die Aussage zu verstehen – könnten das andere Stromnetze auffangen,

So setzt sich der Strompreis zusammen
Auf den Durchschnittspreis für Privatkunden von 22 Cent (Jahr 2007) entfallen:



Quelle: Agentur für erneuerbare Energien
Grafik: grafIKS Kai Segelken

me den erneuerbaren Energien gleich. Und wir wollen sie weiter ausbauen. Dieser Ausbau ist für Block 9 eine Voraussetzung. Wir messen der Fernwärme die Bedeu-

„Wenn der Kohlpreis steigt, müssen Sie den Laden dicht machen“

wenn Block 9 nicht gebaut würde. Aber wollen wir das? Wollen wir unseren Strom importieren, der dann an anderen Standorten unter ökologisch und ökonomisch weit schlechteren Rahmenbedingungen produziert wird? Ja, wir wollen mit der Investition in den neuen Block Geld verdienen und die erwünschte Rendite erzielen. Doch wir verfolgen damit auch ein wirtschaftspolitisches Ziel: Neunzig Prozent der Kraftwerke sind in Besitz der vier großen Versorgungsunternehmen. Das ist keine wettbewerbsförderliche Situation. Wir möchten auf diesem Markt weiter mit dem GKM präsent sein. Das schafft Wettbewerb und senkt die Preise. Darüber hinaus ist für uns die Fernwärme von größter Bedeutung. Wir haben hier eine Fernwärmestruktur, die beispielhaft ist. Wir haben Besucher aus ganz Europa, die uns um diese umweltfreundliche Wärmeversorgung beneiden. Unsere Experten beraten Regierungen und Verwaltungen in der ganzen Welt. Die aktuelle Gesetzgebung in Europa, in Bund und Land stellt die Fernwär-

tung bei, die ihr auch die Politik beimisst.

► **Bannasch:** Wenn Sie einen Block bauen, an dem zu siebzig Prozent große Energieversorger beteiligt sind, weiß ich nicht, wie das den Konkurrenz macht. Wenn Sie dezentrale Blockheizkraftwerke hinstellen, glaube ich das schon eher. So festigen Sie Marktstrukturen. Ich habe abgesehen davon nie etwas gegen Fernwärme gesagt. Es gibt Fernwärme, die mit erneuerbaren Energien betrieben wird. Es gibt aber hier einen Konflikt: Sobald man ernsthaft an die Sanierung geht, rechnen sich auf einmal die Netze nicht mehr. In Neubaugebieten rechnet sich ein Fernwärmenetz heute kaum noch. Viele, die sich jetzt beim GKM und bei der MVV an Block 9 klammern, waren in ihrem Leben vor allem damit beschäftigt, große Kraftwerke zu bauen. Wenn ich mich mit denen über Effizienzpotenziale und erneuerbare Energien unterhalte, bin ich erstaunt über deren Wissensstand.



Erfahrungs-Profil

Nutzen Sie unsere **Erfahrungswerte.**

Aus mehr als **40-jährige unternehmerischer Tradition** in Sachen **Stahl- und Industriebau.**

Unsere **Unternehmensstruktur** gibt Ihnen einen einzigartigen Vorteil: **Kurze Wege sind effektiver.**



Industrie- & Gewerbebau
Modernisierung
Sanierung

BMS Gewerbebau GmbH
Greschbachstraße 3 · 76229 Karlsruhe
Tel. 0721 / 61 02 - 800 · www.bms-ka.de



► **Dub:** Gerade die MVV hat schon früh erkannt, dass den erneuerbaren Energien die Zukunft gehört. Sie werden, und das sage ich aus eigener Überzeugung, die fossilen Energien ablösen. Wir diskutieren hier letztendlich nur über die Frage, wann das sein wird. Und damit sind wir bei der Frage, ob Block 9 sinnvoll ist oder nicht.

Econo: Wie viel investieren Sie in erneuerbare Energien?

► **Dub:** Wenn ich unsere Investitionen der letzten Jahre betrachte, kann ich sagen, dass wir mehr in erneuerbare Energien, in Biomasse, in Fernwärme, in Energieeffizienz investiert haben als in das, was Sie als traditionell bezeichnen. Das werden wir auch weiter machen. Wir haben ein eigenes Geschäftsfeld, Energiedienstleistungen, das schon über 200 Millionen Euro Umsatz im Jahr macht.

► **Bannasch:** Wie viel Umsatz davon findet im eigenen Netz statt? Dass Sie in anderen Netzen ein Stück vom Kuchen wegnehmen, kann ich nachvollziehen. Nicht aber, dass Sie im eigenen Netz sich selbst Konkurrenz machen.

► **Dub:** Danke für diese Frage. Ich möchte das so formulieren: Wenn wir so denken würden, wäre das sehr kurzfristig. Wenn jemand in unserem Netz Energie sparen möchte und das ausschreibt, dann beteiligen wir uns daran. Sonst machen andere das Geschäft. Zu glauben, man könne durch Nichtstun



Ein Demonstrant gegen den Bau von Block 9 zeigt Flagge auf einem Kohleberg.

Bild: Atwa

Meinung, dass wir im Bereich der Energieeffizienz Geld verdienen können. Das tun wir auch. Das zweite ist: Wir tun das gerne in der Region, aber auch außerhalb. Wir haben gerade die Energieversorgung der Deutschen Oper in Berlin gewonnen mit einem fünfzehnjährigen Vertrag. Da lässt sich in der Tat noch einiges tun in der Region. Wir sind nicht die Dinosaurier, die koh-

richtigerweise als Reserveblock beschrieben wird, hat jährliche Laufzeiten von 3000 bis 4000 Stunden. Das ist ausgesprochen viel. Er wird eingesetzt beispielsweise zu Revisionszeiten der anderen Blöcke. Der Begriff „Reserveblock“ kann den Eindruck vermitteln, er stehe da und werden nicht genutzt. Das ist nicht so.

► **Bannasch:** Dieser Block hat keine Genehmigung zu laufen, wenn alle anderen laufen.

► **Dub:** Das ist kein Widerspruch. Richtig ist nämlich auch: Er läuft immer dann, wenn einer der anderen Blöcke nicht läuft.

► **Bannasch:** Es gibt einen Stromverbund. Das heißt: Es muss nicht alles an diesem Standort produziert werden. Ich gehe davon aus, wir haben erhebliche unerschlossene Potenziale im Bereich Wind, Sonne, Effizienz und Lastmanagement. In Baden-Württemberg haben wir einen Windstromanteil von 0,5 Prozent, weil Windkraft verhindert worden ist. Ähnlich auch im Kreis Bergstraße. Hier geht wesentlich mehr. Die energetische Amortisationszeit von Windkraftanlagen entspricht heute einem halben bis einem Jahr. Man könnte eines Tages aber auch an Standorte gehen, die eine Amortisationszeit von zwei bis drei Jahren haben.

Econo: Herr Czychon hat gesagt, dass der neue Block ungefähr 1700 Windrädern entspricht. Wollen Sie so ein Ding vor der Haustüre haben?

► **Bannasch:** Wie hat er das gerechnet? Bei mir vor der Haustüre ist das schwierig, weil das dicht bebauten Gebiet ist. Ich hätte aber keine Bedenken, in der Nähe eines Windrades zu leben. In Dardesheim am Harz gibt es eine mehr als 100-prozentige Versorgung mit Strom aus Windkraft. Dort durften nur Leute in Windkraftträder investie-

„Es ist notwendig, in einer Übergangsphase Kohle einzusetzen“

den Absatz hochhalten, das ist Denken von vor zwanzig Jahren. Wir machen unter anderem ein Projekt mit sieben Schulen, sind im Rosengarten tätig, arbeiten eng mit der städtischen Wohnungsbaugesellschaft GBG zusammen. Auch für ein sehr großes Kaufhaus, dessen Namen ich nicht nennen möchte, sind wir aktiv.

► **Bannasch:** Aber da sind Sie natürlich nicht die einzigen Anbieter im Markt. Da gibt es viele, die dieses Geschäft machen wollen.

► **Dub:** Genau! So ist das nun mal im Wettbewerb. Wir sind der festen

Meinung, dass wir im Bereich der Energieeffizienz Geld verdienen können. Das tun wir auch. Das zweite ist: Wir tun das gerne in der Region, aber auch außerhalb. Wir haben gerade die Energieversorgung der Deutschen Oper in Berlin gewonnen mit einem fünfzehnjährigen Vertrag. Da lässt sich in der Tat noch einiges tun in der Region. Wir sind nicht die Dinosaurier, die koh-

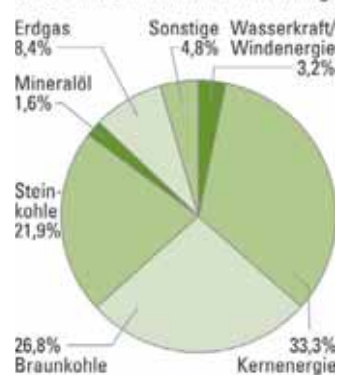
leverschmiert an ihren Schreibtischen sitzen und einer Technik anhängen, die der Vergangenheit angehört. Aber wir erachten es für notwendig, in einer Übergangsphase eben auch Kohle einzusetzen.

Econo: Herr Bannasch, wo soll zukünftig der Strom für die Region herkommen, wenn die alten Blöcke abgestellt werden?

► **Bannasch:** Block 3 ist ein reiner Reserveblock. Also geht es eigentlich nur um Block 4. De facto werden 220 Megawatt abgeschaltet...

► **Dub:** ...Hier muss ich korrigieren: Der Block 3, der von Ihnen

So wird in Deutschland Strom erzeugt



Quelle: BDEW, 2006
Grafik: grafiKS Kai Segelken

ren, die sie auch sehen konnten. Die Akzeptanz für Windkraft ist so enorm hoch, weil die Leute damit verdienen. Da, wo konsequent auf erneuerbare Energien umgestellt wurde, bleibt das Geld in der Region. Sie haben nach Angaben des Statistischen Bundesamtes aus dem Jahre 2006 Ausgaben für Energie von 2650 Euro pro Kopf. Lassen Sie uns mit 1000 Euro pro Jahr rechnen. Da wir hier in Mannheim kein Uran, kein Öl und kein Gas haben,

Econo: Besondere Effizienz versprechen Windkraftanlagen auf hoher See, so genannte Offshore-Anlagen. Warum läuft von denen noch keine?

► **Bannasch:** Ich setze bei meinen Überlegungen nicht zu sehr auf Offshore. Das ist relativ kompliziert. Da gibt es Probleme mit dem Salzwasser und anderes. In Baden-Württemberg gibt es reihenweise gute Standorte. Das sind politische Fragen, ob man diese Standorte nutzt.

Econo: Herr Bannasch, Sie haben auf der Bürgerversammlung gesagt, Solarstrom habe das Potenzial unter den Steckdosenpreis zu fallen. Bis wann?

► **Bannasch:** Innerhalb der nächsten fünf bis zehn Jahre.

Econo: Wie kommen Sie zu dieser Annahme?

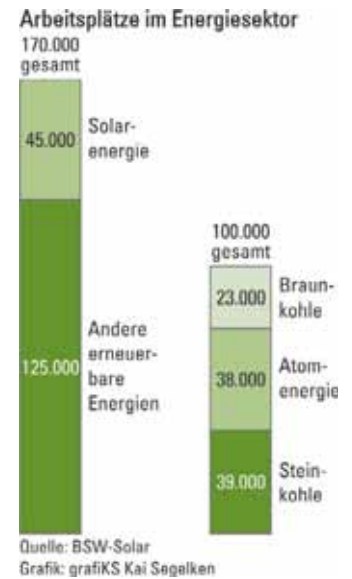
► **Bannasch:** Das ist eine Frage der Massenproduktion und des technischen Fortschritts. Ein hoher Anteil der Kosten hängt mit Steuern und Verteilung zusammen. Der Strom aus der Steckdose, im wesentlichen produziert mit Atom, Kohle und Gas, wird in den nächsten Jahren immer teurer. Da ist es abzusehen, wann sich die Kurven kreuzen.

► **Dub:** Ich bin kein Solarfachmann und würde Ihnen gerne recht geben. Es gibt aber eine Fülle von Studien, die sagen, wir können froh sein, wenn wir im Jahr 2020 dreißig Prozent des Stroms aus erneuerbaren Energien produzieren. Zurzeit kommen die erneuerbaren auf 14 Prozent in der Stromerzeugung. Bei der MVV sind es übrigens heute

„Die Regionalplanung hat Windkraftanlagen verhindert“

fließen bei rund 300 000 Einwohnern jährlich 300 Millionen Euro ab für Energieimporte. Alles, was ich dazu tue, dass diese Energie gar nicht gebraucht wird oder das sie erneuerbar erzeugt wird, führt dazu, dass das Geld hier in der Region bleibt.

In Baden-Württemberg, Hessen und teilweise auch in Rheinland-Pfalz wurde der Bau von Windkraftanlagen über die Regionalplanung verhindert. Energie muss man vor Ort einsparen und erzeugen. Hier sehe ich die regionalen Energieversorger in einer starken Rolle.



zwanzig Prozent. Der Solarstrom spielt dabei bundesweit aber mit weniger als einem Prozent fast keine Rolle.



RECHTSANWÄLTE ZIPPER & COLLEGEN

Arbeitsrecht
Familienrecht
Erbrecht
Baurecht
Internetrecht
Gesellschaftsrecht
Wettbewerbsrecht
Markenrecht
Strafrecht
Computerrecht
Verkehrsrecht



Rechtsanwälte
Rüdiger Zipper
Manfred Zipper
Frederick Pitz
Sven Siegrist

CARL-BENZ-STRASSE 5 | SCHWETZINGEN | TELEFON 0 62 02 / 85 94 80
WWW.RECHTSANWALT-SCHWETZINGEN.DE



Dub: Von großer Bedeutung ist mittlerweile die Biomasse, bei der wir zu den Marktführern in Deutschland zählen. Dann kommen Wind und Wasser. Insofern habe ich Zweifel, ob das in der Kürze der Zeit machbar ist, wie Sie sich das vorstellen. Sie müssen auch bedenken, dass Solar und Wind die Nachteile haben, nicht immer verfügbar zu sein. Strom muss aber permanent da sein. Eine der herausragenden Aufgaben für die Zukunft wird sein, erneuerbare Energien grundlastfähig zu machen. Wir sollten aber nicht den Eindruck vermitteln, dass das schon alles abrufbar bereit stünde. Da muss noch viel Arbeit geleistet werden. Wir müssen den Leuten ehrlich sagen, wo wir dran sind: Zur Zeit ist solarerzeugter Strom sehr teuer. Er kann nur dank Subventionen produziert werden. Er wird preiswerter werden, aber in der Übergangsphase brauchen wir auch preiswerten, sicheren und umweltfreundlichen Strom.

Bannasch: Grundlast ist nicht das Thema. Wir müssen Angebot und Nachfrage zusammenbringen.

Dub: Natürlich ist das eine Frage von Angebot und Nachfrage. Gerade wir bei der MVV sind hier sehr weit. Deshalb wissen wir auch, dass wir Dinge nicht übers Knie brechen können. Der Kunde muss ganz andere Informationen haben. Dafür

falschen Annahmen die Einschätzung der weiteren Entwicklung bei den erneuerbaren Energien aufbauen.

Econo: Wie viele Euro ist der Kunde bereit, für Ökostrom mehr zu zahlen?

Bannasch: Es wird immer behauptet, dass Klimaschutz Geld kostet. Dabei zahlen wir heute gigantische Kosten für Energie aus fossilen Brennstoffen. Diese Rechnung muss man sich im Detail anschauen. Geht es da um den Preis pro Kilowattstunde für den Endverbraucher? Geht es um kommunale Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen, regionale, volkswirtschaftliche oder gar globale? Wenn man alle Kosten und Nutzen einbezieht, ist Strom aus erneuerbaren Energien bereits heute deutlich billiger als aus Kohle oder Atom.

Econo: Themenwechsel. Herr Dub, welche Unternehmen profitieren vom Bau des neuen Blocks?

Dub: Mit einigen regionalen Unternehmen hat das GKM bereits Optionen abgeschlossen. Alstom ist einer der Lieferanten für die Hardware, auch eine Tochter von Bilfinger Berger und kleine Unternehmen sind beim Bau- und der späteren Instandhaltung eingebunden. Mannheim ist eben immer noch – Gott sei Dank – ein Kraftwerks- und Technologiestandort. Ich kann das nicht ge-

„Hier liegen systematische Fehleinschätzungen vor“

brauchen wir neue Systeme und Lösungen. Sie wissen, dass wir daran arbeiten.

Bannasch: Innovationen können zur richtigen Zeit an der richtigen Stelle sehr schnell gehen, denken Sie nur an das World Wide Web oder Handys. Ich trage auch den Konsens nicht mit, dass bis 2020 nur 30 Prozent erneuerbare Energien erreichbar sind. Hier liegen systematische Fehleinschätzungen vor. Vor Jahren hätte auch niemand geglaubt, dass das Ausbautempo so schnell gehen würde. Da wurde pure Kaffeesatzleserei betrieben, denken Sie an den Ölpreis. Da lagen alle völlig daneben. Und da kann man doch nicht hergehen und auf diesen

nau beziffern, aber ein großer Teil bleibt in der Region.

Econo: Wie verbindlich sind die Optionen?

Dub: Das GKM hat natürlich verschiedene Angebote eingeholt. Die genannten Firmen sind Ergebnis dieses Auswahlprozesses. Wenn das GKM die Genehmigung erhält, kommen diese Firmen zum Zuge. **Econo:** Es geht um 1,2 Milliarden Euro Investitionen. Herr Bannasch, freuen Sie sich nicht über dieses Konjunkturprogramm?

Bannasch: Sie können mit so einer Summe immer Wirtschaftsförderung betreiben. Wenn Sie die gleiche Summe in Windkraft, Biomasse oder Effizienz investieren, bekom-



Alles im Blick: Moderne Leittechnik sorgt im Großkraftwerk Mannheim für den reibungslosen Betrieb des 2006 umgerüsteten Block 6. Bild: GKM

men Sie auch mehr Beschäftigte. Beim GKM sollen damit nur 579 Arbeitsplätze erhalten. Im Bereich der erneuerbaren Energien entstehen Arbeitsplätze in ganz anderen Größenordnungen. Ich wundere mich über das Arbeitsplatzargument im Zusammenhang mit Block 9. Natürlich spielt das bei Alstom eine Rolle. Für das konventionelle 2000-Megawatt-Braunkohle-Kraftwerk Neurath am Rhein liegt eine Alternativstudie vor: Bei gleicher Leistung, die mit erneuerbaren Energien bereitgestellt oder durch Effizienzmaßnahmen eingespart wird, wurden neunmal so viele Arbeitsplätze prognostiziert.

Econo: Die Arbeitsplatzentwicklung im Bereich erneuerbarer Energien ist beeindruckend. Wird hier mit viel Arbeitskräfteeinsatz vergleichsweise wenig Energie erzeugt?

Bannasch: Da müsste man ins Detail gehen und schauen, was das für Arbeitsplätze sind. Wenn Sie ein Windrad aufstellen, brauchen Sie einen Servicetechniker, der nach den Dingen schaut. Biomasse müssen

Sie aufbereiten. Bei regenerativen Energien bleibt also Geld in der Region. Bei konventioneller Erzeugung fließt Geld aus der Region, aber auch aus Deutschland: für Öl, Kohle und Uran. Mir sind die Arbeitsplätze hier lieber.

Econo: Herr Dub, wird das Großkraftwerk ausgebaut?

Dub: Aus meiner Sicht steht dem Genehmigungsverfahren nichts mehr im Wege. Natürlich müssen alle Termine beachtet werden. Ich halte die Argumente aber für so überzeugend, dass der Block termingerecht an den Start gehen kann.

Bannasch: Es gibt die Möglichkeit, politisch einen Bebauungsplan zu verabschieden, der es unmöglich macht, Block 9 an dieser Stelle zu bauen. Im Genehmigungsverfahren muss vieles geprüft werden und es kann geklagt werden. Denkbar ist außerdem, dass das GKM und die MVV unter veränderten Preisbedingungen zu dem Schluss kommen, dass Block 9 besser nicht kommt. **Econo:** Herr Dub, Herr Bannasch, wir danken Ihnen sehr herzlich für das Gespräch.

Politische Weichen gestellt

Nach Jahren des Zögerns haben sich Investoren und Politiker für den GKM-Block 9 entschieden.

Kritiker laufen bis heute Sturm. Econo blickt zurück und voraus

Noch langsamer als in der Politik mahlen die Mühlen im Kraftwerksbau. Dies zumindest ließe sich aus dem jahrelangen Hin und Her schließen, dass dem geplanten Bau des Blocks 9 im Großkraftwerk Mannheim (GKM) vorausging. Eine Einigung der Anteilseigner war – auch aus wirtschaftlichen Gründen – lange am Widerstand der Energieriesen RWE und EnBW gescheitert. Gemeinsam sind sie mit 72 Prozent am GKM beteiligt. Während die dritte Anteilseignerin, die MVV Energie AG, stets den Neubau forderte, hatten RWE und EnBW andere Standorte für neue Kohlekraftwerke im Blick – zum Beispiel das kleine Ens Dorf im Saarland. Erst als die RWE dort an Bürgerprotesten scheiterte, besann sie sich auf Mannheim, in dem die Kohlekraft seit 1923 Tradition besitzt. Auch die EnBW schwenkte nach einem Vorstandswechsel auf die MVV-Linie um. So fiel am 14. Dezember 2007 im Aufsichtsrat der GKM AG die Entscheidung zum Bau des neuen Blocks 9.

Eine Entscheidung, die bis heute zu Protesten von Bürgergruppen geführt hat. Zu den Kritikern der ersten Stunde gehörten das Mannheimer Umweltforum und der BUND. Dazu gesellten sich bald weitere, wie der Verein Metropolsolar und zahlreiche Ärzte aus der Region. Es folgten Fragenkataloge und offene Briefe, welche die Wirtschaftlichkeit, die Umweltbelastung und die gesundheitlichen Folgen des geplanten Blocks thematisierten.

Die Proteste ließen auch die Politik nicht kalt. Ende April 2008 gab Mannheims Oberbürgermeister Dr. Peter Kurz bekannt, die Stadt werde eine Bürgerversammlung im Rosengarten abhalten – ein Novum. Alle Fakten sollten auf den Tisch, so Kurz. Auch der Gemeinderat stimmte zu. Obwohl zu dem Zeitpunkt bereits alle Parteien Stellung bezogen hatten: CDU, SPD, ML und FDP für den Ausbau, die Grünen und die Linke Liste dagegen.

Die Warnung des GKM-Vorstands Wolfgang Frey auf der Bilanzkonferenz am 7. Mai dieses Jahres, „Ohne Block 9 gehen in Mannheim und Neckarau irgendwann die Lichter aus!“, beeindruckte die Protestler wenig. Zwei Wochen später schritten rund 500 von ihnen im Rückwärtsmarsch auf das Kohlekraftwerk zu und skandierten „Kohlekraft ist Rückschritt!“ Einige Demonstranten kaperten daraufhin im Eisbärenkostüm das GKM-Gelände und hissten auf einem Kohleberg eine Attac-Flagge.

Wie unerbittlich sich Kritiker und Verfechter des Blocks 9 gegenüberstehen, zeigte die Bürgerversammlung, die am 11. Juni im Rosengarten stattfand. Gut 1200 Bürger waren in den bis auf den letzten Platz gefüllten Musensaal gekommen. Schon eine Stunde vor Beginn demonstrierten rund 300 Gegner und Befürworter vor der Kongresshalle.

Eine Erkenntnis der Veranstaltung: „Selbst wenn der Block 9 nicht gebaut wird, gehen in Mannheim nicht die Lichter aus.“ Das sagte MVV-Chef Dr. Rudolf Schulten

DATEN & FAKTEN

Der neue „911er“

2013 soll der neue Steinkohleblock 9 in Betrieb gehen.

911 Megawatt Leistung soll er dann brutto aufweisen.

1,2 Milliarden Euro Investitionen sind derzeit veranschlagt.

46,4 Prozent soll der Wirkungsgrad bei der Stromerzeugung betragen. Die Kraft-Wärme-Kopplung eingerechnet, bis zu 70 Prozent.

auf der Veranstaltung, auf der auch der GKM-Vorsitzende Dr. Karl-Heinz Czyschon sowie die Block-9-Gegner Daniel Bannasch vom Verein Metropolsolar und Oliver Decken, Leiter des Mannheimer Umweltforums, diskutierten.

Geändert hat die Bürgerversammlung auf Seiten der politischen Parteien praktisch nichts. Zwei Wochen nach dem Schlagabtausch im

Rosengarten winkte der Hauptausschuss den Kraftwerksausbau mit deutlicher Mehrheit durch. Am 25. Juni gab schließlich auch der Gemeinderat seinen Segen zum Antrag „330/2008“ – dem geplanten Bau des Blocks 9. Politisch war dies eine Weichenstellung.

Die Entscheidung im Fall GKM fällt allerdings nicht in Mannheim, sondern im Regierungspräsidium Karlsruhe. Nachdem die GKM AG die Genehmigungsunterlagen für das 1,2-Milliarden-Euro-Vorhaben eingereicht hat, werden sie dort bearbeitet. Die Gemeinderatsentscheidung für den Ausbau wird bei der Karlsruher Entscheidung als Stellungnahme der Mannheimer Stadtverwaltung berücksichtigt. Voraussichtlich im Spätherbst werden die Pläne für den Ausbau öffentlich ausgelegt. Ende des Jahres könnte dann ein dreitägiger allgemeiner Erörterungstermin folgen. Im Anschluss dürfte eine zweitägige Erörterung der wasserrechtlichen Belange angesetzt werden. Die Genehmigung für den Block 9 könnte bis zum Frühsommer 2009 erteilt werden.

Politisch sind die Würfel gefallen. Und dass sich die Grünen mit ihrer Idee durchsetzen, den Block 9 durch die Hintertür per Bebauungsplan verbieten zu lassen, ist unwahrscheinlich.

Das weitere Verfahren liegt damit wesentlich in den Händen jener drei Konzerne, die das Großkraftwerk als Aktionäre kontrollieren. Wenn sie für den neuen Block grünes Licht bekommen und ihn weiterhin als renditesicher erachten, wird er gebaut. Gemessen an den kalkulierten Baukosten aus dem Sommer 2006 – damals hatte das GKM mit 750 Millionen Euro gerechnet – sind die jetzt anvisierten 1,2 Milliarden Euro allerdings schon eine gehörige Steigerung. Sollten die Investoren gezwungen sein, ihre Kalkulationen ein weiteres Mal zu revidieren, werden die Mühlen wohl wieder zu mahlen beginnen.

Kristian Kloob



So könnte Block 9 nach seiner Fertigstellung aussehen. Ab 2013 will das Großkraftwerk mit dem Neubau Strom und Wärme produzieren. Bild: GKM



Bild: Fotolia

Gelesen, gelacht, gelocht

Ein einheitliches Vergabeverfahren für öffentliche Aufträge in der Metropolregion Rhein-Neckar soll den hiesigen Unternehmen die Bewerbung erleichtern. Ob das Projekt gelingt, ist ungewiss.

Notwendig wäre es

Karlheinz Lochbühler zuckt mit den Achseln. Im Grunde weiß er gar nicht, was er sagen soll. Das Ganze ist zu absurd. Der 74-Jährige ist Seniorchef eines mittelständischen Unternehmens in Mannheim-Friedrichsfeld. Seine Firma, der Aufzughersteller Lochbühler, bewirbt sich mitunter auch bei öffentlichen Ausschreibungen. Zum Beispiel wenn es sich um interessante Objekte in der Heimatstadt handelt. „Allerdings künftig wohl eher nicht mehr“, sagt Karlheinz Lochbühler, dessen Söhne Stefan und Andreas das Unternehmen nun in fünfter Generation führen.

Lüfterknopf – aber kein Lüfter

Bei einer Bewerbung für die Erneuerung der Personenaufzüge im Mannheimer Rathaus habe sein Angebot rund 35 000 Euro unter dem zweitgünstigsten gelegen. „Als Mannheimer Unternehmen wollten wir im Rathaus präsent sein. Deshalb hatten wir ein Angebot erstellt, dass unter dem Selbstkostenpreis lag.“ Es sollte dennoch von der Vergabe ausgeschlossen werden.

„Das lag daran, dass wir angeblich Formfehler in unserem Leistungsverzeichnis hatten“, sagt Lochbühler. Erst nach Aussprache mit dem Bürgermeister wurde die bisherige Ausschreibung aufgehoben und neu aufgelegt.

Einer der Formfehler bestand zum Beispiel darin, dass im Angebot der Firma ein Lüfter enthalten war, während im Leistungsverzeichnis der Stadt lediglich der Lüfterknopf am Kabinentableau nachgefragt wurde. Lochbühler schüttelt den Kopf: „Haben Sie das schon erlebt,

einen Schalter einzubauen, und den Lüfter dann wegzulassen?“

Die anderen Gründe waren ähnlich abstrus: Wortverwechslungen seitens der Mannheimer Vergabestelle, außerdem ein angeblich fehlender Vermerk, der darüber aufklärt, dass das Angebot zusätzliche Leistungen enthält – obwohl es das günstigste war. Das Kabinentableau sollte auf den Handlauf aufgesetzt werden – was kaum ein Hersteller anbietet. Im Angebot der Firma war es integriert, wie gemeinhin üblich. Und so weiter.

„Der ganze Aufwand, Anwälte, Widerspruch und Schriftverkehr, hat uns jetzt rund 20 000 Euro gekostet“, rechnet Lochbühler vor. „Eigene Zeit nicht mitgerechnet.“ Der Stadt Mannheim dürften durch die Aufhebung noch einmal Kosten

in ähnlicher Höhe entstanden sein, vermutet er.

Ob es sinnvoll ist, die Erstellungskriterien für eine öffentliche Ausschreibung – immerhin mehr als 100 Seiten – zu vereinfachen und zu verschlanken, lässt er dahin gestellt sein. Er findet, der richtige Ansatz wäre, kompetente Mitarbeiter in die Vergabestellen zu setzen, dann sei schon viel geholfen. Soweit die Praxis. Natürlich ist das Ganze komplizierter

Christine Brockmann weiß das ziemlich gut. Sie ist die Leiterin des Projekts „Wirtschaft trifft Verwaltung“ bei der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN) GmbH, bei dem es darum geht, wie bürokratische Hemmnisse für Unternehmen in der Region abgebaut werden können. Das Erstlingswerk der promovierten Sozialwissenschaftlerin ist

der neue einheitliche Handwerkerparkausweis. Was wie nebensächlicher Nippes klingt, führt immerhin dazu, dass etliche Handwerker bei Aufträgen in einer Kommune der Region nun nicht mehr in den Rathäusern Schlange stehen müssen, sondern gleich zur Arbeit fahren können. „Soweit die Praxis“, lächelt sie.

Hochgradig komplizierte Rechtsmaterie

Was sie nun vorhat, ist etwas umfangreicher. Denn sie glaubt sehr wohl, dass eine Vereinheitlichung der Formulare bei der öffentlichen Auftragsvergabe eine Reihe von positiven Effekten hätte.

„Das beginnt schon bei den Vertragsbedingungen“, sagt sie. „Wenn wir das einheitlich hinbekämen, dann müsste ein Unternehmer im Grunde nur noch die Leistungsbeschreibung durchsehen. Wenn er die vertraglichen Bedingungen einmal kennt, ist es fortan immer das Gleiche.“ Außerdem müsste man sich nicht mehr ständig auf neue Formulierungen und Anforderungen einstellen. „Der Umfang wäre dann zwar noch da, aber grob zwei Drittel davon müsste man gar nicht mehr lesen.“

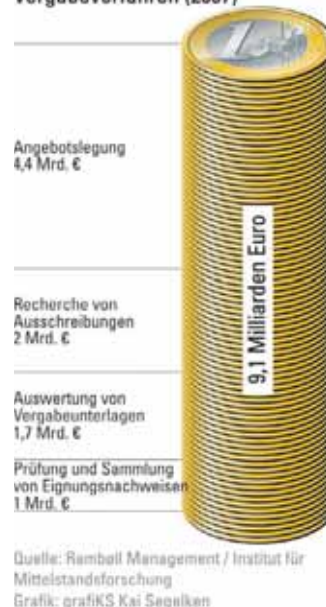
Den Umfang selbst zu reduzieren, ist nicht möglich. Darüber ist man sich zumindest bei der Metropolregion Rhein-Neckar GmbH inzwischen einig. „Öffentliches Vergaberecht ist hochgradig kompliziert“, sagt Brockmann. Landes-, Bundes- und EU-Recht müssen beachtet werden, dazu Antidiskriminierungs- und Antikorruptionsrichtlinien. Und vieles mehr.

Nicht zuletzt gilt es in der Metropolregion, drei Bundesländer mit jeweils unterschiedlichen Gesetzen, Richtlinien und Verordnungen unter einen Hut zu bringen. ►►

Das kostete die Vergabestellen die öffentliche Ausschreibung (2007)



Das kostete Unternehmen die Teilnahme an öffentlichen Vergabeverfahren (2007)



►► Sobald der kleinste Formfehler vorliegt, ist es der Mannheimer Vergabestelle nicht möglich, der Firma Lochbühler einen Auftrag zu vergeben. Dabei spielt keine Rolle, ob sie günstiger ist, ob die Familie schon viel für die Stadt getan hat, ob sie eine hohe Quote an Auszubildenden hat oder ob sie ihre Mitarbeiter anständig bezahlt.

Geschäfte unter Kumpeln verhindern

Auch dann nicht, wenn es alle Beteiligten für das Beste hielten. Das ist bitter und führt mancherorts bisweilen sogar dazu, dass Bieter den Zuschlag bekommen, die Sozialdumping betreiben. Es schließt aber im umgekehrten Fall auch aus, dass, zugespitzt formuliert, Kumpel Baudezernent und Kumpel Bauunternehmer mal eben einen kleinen Doppelpass zwischen Freunden spielen und die Konkurrenz dabei außen vor bleibt. Denn letztlich wünscht sich der Bürger zu Recht einen transparenten Prozess über die Verwendung seiner Steuermittel.

Einheitliche Formulare für die ganze Region könnten auch hier helfen, glaubt Brockmann. Denn wenn mehr Menschen mit dem Gleichen zu tun haben, ergeben sich über kurz oder lang bessere Lerneffekte im Umgang mit solchen Ausschreibungen.

Die Idee besteht darin, die etwa 150 Kommunen der Region bei der Vergabe öffentlicher Aufträge in eine Online-Plattform einzubinden, deren Sockel bereits seit 2006 existiert. Auf der Website www.auftragsboerse.de können Unternehmen schon jetzt alle öffentlichen Ausschreibungen der Region verfol-

gen, ohne ständig vier Zeitungen und 30 Amtsblätter durchforsten zu müssen. Das spart Zeit und Mühe.

Der Ausbau dieser Plattform, hin zu einer kompletten elektronischen Online-Vergabe, hat das Zeug zum echten Bürokratie-Killer: Zum einen lassen sich Vergabeprozesse vereinheitlichen. Zum anderen führt die elektronische Unterstützung der Bieter zur Vermeidung von Formfehlern. Denn eine so genannte Biddersoftware, die dem Unternehmen über die Vergabeplattform zur Verfügung gestellt wird, könnte beim Erstellen der Angebotsunterlagen helfen. Etwa durch eine Benutzerführung mit interaktiven Hinweisen: Fehlende oder fehlerhafte Angaben würden angezeigt, Plausibilitäts-Checks und die Prüfung der Vollständigkeit der Dokumente könnten das Ausschlussrisiko auf Grund formaler Fehler minimieren.

Brockmann ist bereit, für das Projekt dicke Bretter zu bohren. Und das muss sie auch. Schließlich ist die MRN GmbH gegenüber den Kommunen der Region nicht weisungsbefugt. Der „Amtshammer“ steht also nicht zur Verfügung. Brockmann muss mit reiner Überzeugungskraft arbeiten. „Es braucht aber auch keine rechtliche Verpflichtung – es sprechen genügend Effizienzgründe für die Einführung“, sagt sie.

Kein Amtshammer zur Durchsetzung

Die Erweiterung sieht nun vor, das komplette Verfahren – also Ausschreibung, Angebot und Submission – mittels dieser Online-Plattform zu bewerkstelligen. Und zwar mit einem einheitlichen Formular, das jede Kommune in der Metropolregion benutzt.

Ob es soweit kommt, steht allerdings in den Sternen. Denn bisher haben lediglich Informationsveranstaltungen zum Thema in den Städten und Gemeinden stattgefunden. Nun folgt die konkrete Bedarfsermittlung. Brockmann: „Wir gehen davon aus, dass viele Kommunen unterschiedliche Interessen vertreten werden. Trotzdem bleiben wir am Ball.“

Und in einem Punkt sind Lochbühler und Brockmann gar nicht so weit auseinander. „Denn man kann durchaus bei der Vergabe von öffentlichen Aufträgen so gewichten, dass regionale Unternehmen bevor-



Karlheinz Lochbühler (m.) und seine Söhne Stefan und Andreas: In der fünften Generation baut die Familie Aufzüge.
Bild: Lochbühler

zugt werden“, sagt Brockmann. Man müsse sich nur gut genug auskennen. Im konkreten Fall hieße das beispielsweise, dass man die Notwendigkeit eines schnellen Vor-Ort-Services stark gewichten könne. Ein schlüssiges Argument: Wenn etwa der Fahrstuhl mit Insassen stecken bleiben sollte, ist der Weg aus Norddeutschland, Polen oder Tschechien weit. Wer sich also im Dickicht der Vergaberichtlinien auskennt, könne die Unternehmer vor Ort daher durchaus in einem gewissen Rahmen unterstützen. Aber dazu brauche es Zeit, Geld und fähige Leute.

Technisch müsste für das Online-Vergabeverfahren eine Software

programmiert werden, die den strengen Bedingungen des Vergaberechts genügt. Kompetente Anbieter gibt es dafür genug. Bei der MRN GmbH rechnet man derzeit, über den Daumen gepeilt, mit Kosten von 700 Euro jährlich pro eingerichtetem Arbeitsplatz. Wobei in der Regel ein Arbeitsplatz pro Gemeinde genügen sollte. Klar ist auch: „Je mehr Kommunen sich beteiligen, desto günstiger wird der Stückpreis“, sagt Brockmann.

Sollte sich die Region wirklich einigen können und das Projekt angehen, dann müsste es übrigens EU-weit ausgeschrieben werden. Und Christine Brockmann wäre mal wieder mittendrin, in der Praxis.

Jochen Schönmann



Öffentliche Ausschreibungen: viel zu gewinnen – viel zu verlieren

Die öffentliche Hand schreibt jährlich alleine in Deutschland Aufträge im Wert von 250 Milliarden Euro aus. Für Unternehmen ist es oftmals schwer, die passenden Angebote zu finden. Und auch beim Vergabeverfahren lauern Fallstricke

Viele Angebote kleiner und mittlerer Unternehmen scheitern in öffentlichen Auftragsverfahren nicht am Preis. Oft sind es formale Gründe, die die Verwaltung veranlasst, ein Angebot auszuschließen.

Die IHK-Ausschreibungsberatungsstelle Baden-Württemberg hat aus diesem Grund eine Checkliste zusammengestellt. Auf vier Seiten bietet sie übersichtlich wichtige Punkte, die Unternehmen im komplizierten Vergabeverfahren nicht vergessen sollten. Die Checkliste berücksichtigt Fristen, Nachweise, formale Vorschriften und inhaltliche Vorgaben. Die Handreichung kann als PDF-Datei auf den Internetseiten der IHK Stuttgart abgerufen werden.

Rechercheservice erspart eigene Suche

Wer sich die Suche ersparen will, kann auch den kostenpflichtigen Rechercheservice des Ausschreibungsdienstes beauftragen. Der Fokus liegt dabei auf Ausschreibungen in Baden-Württemberg. Bei Bedarf werden aber auch weitere Datenbanken in die Suche einbezogen. Für internationale öffentliche Ausschreibungen greift der Service auf die Datenbank der Bundesagentur für Außenhandel zurück.

Auch die regionalen Industrie- und Handelskammern helfen und beraten Unternehmen im Wettbewerb um öffentliche Ausschreibungen. So bietet die IHK Rhein-Neckar ihren Mitgliedsunternehmen im Internet eine Reihe von Hilfen an. So führt sie in das Thema ein, bietet ein Glossar für die vielen Rechtsbegriffe oder nennt Informationsquellen für

öffentliche Ausschreibungen. Die 30 000 Vergabestellen in Deutschland schreiben jährlich rund eine Million Aufträge aus. Hier ist es für Unternehmen nicht einfach, den Überblick zu behalten.

Wer selbst suchen möchte, wird auch im Internet fündig. Allerdings fallen hier häufig Kosten für die Einzelsuche oder für ein Halb- oder Ganzjahresabonnement an, so beispielsweise bei vergabe24.de. Dort präsentieren die Ausschreibungsdienste der Bundesländer und des Deutschen Ausschreibungsblattes aktuelle Angebote. Das Portal integriert die Daten verschiedener Vergabeplattformen wie Ausschreibungs-abc, Deutsches Ausschreibungsblatt, Staatsanzeiger Online Logistik und Ausschreibungen Online Thüringen. Auf vergabe24.de haben Unternehmen laut Anbieter

Zugang zu mehr als 250 000 Ausschreibungen pro Jahr. Das heißt rund ein Viertel aller Ausschreibungen ist auf diesem Weg zu finden.

Bei immer mehr Ausschreibungen unter vergabe24.de können mittlerweile die Vergabeunterlagen direkt heruntergeladen oder in Papierform bestellt werden. Allerdings sind noch nicht alle Vergabestellen diesen Schritt gegangen, sodass bei vielen Treffern dann noch die Beschaffung vor Ort ansteht.

Öffentliche Aufträge ab einem bestimmten Schwellenwert müssen europaweit ausgeschrieben werden. Unter vergabe24.de finden sich zumindest diese Großaufträge aus den benachbarten Ländern Österreich und der Schweiz.

Alle europaweiten Ausschreibungen finden sich in einer Internet-Datenbank, die beim Amt für amtliche

Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften angesiedelt ist. Ende Juni fanden sich dort für Deutschland beispielsweise 74 Einträge: fünf Vorinformationen, 68 Auftragsbekanntmachungen und ein Aufruf zur Einreichung von Vorschlägen. Leider sind die Vergabeprozesse noch nicht elektronisch abgebildet, sodass Unternehmen bei Interesse noch jede Menge Papierkram bevorsteht. Hier ist Europa nicht besser als viele Vergabestellen vor Ort.

Matthias Schmitt

Internet

www.stuttgart.ihk24.de
www.rhein-neckar.ihk24.de
www.vergabe24.de
<http://ted.europa.eu>
<http://simap.europa.eu>



Ab bestimmten Schwellenwerten muss die öffentliche Hand ausschreiben. Dies gilt für Liefer- und Dienstleistungen (VOL) genauso wie für den Bau von Autobahnen, die unter die sogenannten Bauleistungen (VOB) fallen. Bild: Fotolia



Junges Gemüse willkommen

Das pfälzische Bobenheim-Roxheim wirbt um Unternehmen mit einer niedrigen Gewerbesteuer und guter Infrastruktur. Aber auch die weichen Standortfaktoren können sich sehen lassen

Die Mainzer Staatskanzlei Ende der 60er Jahre: Eine Gruppe von Lokalpolitikern reist aus der Pfalz an, um den Ministerpräsidenten Helmut Kohl davon zu überzeugen, dass der Heimatort lieber eigenständig bleiben soll. Der Pfarrer hat als Vorredner eine Art Predigt gegen die von der Landesregierung geplante Zusammenlegung

vorbereitet. Vor dem Besuch beim Landesvater hat sich die Truppe in einer Bahnhofsgaststätte noch Mut angetrunken. Dabei wäre das gar nicht nötig gewesen. Denn auch Kohl lässt beim Eintreffen der Parteifreunde gleich zwei Flaschen Pfälzer Wein öffnen. Die Qualität der Predigt hebt das nicht. Kohl macht am Ende klar: „Entweder Ihr

geht freiwillig mit der Nachbargemeinde zusammen und bekommt dann Zuschüsse. Oder Ihr wehrt Euch. Vereinigt werdet Ihr in jedem Fall – dann nur ohne Förderung.“ Die Herren aus Gemeinderat und Rathaus ignorieren den Rat: Sie klagen, verlieren, werden vereinigt, erhalten dafür kein Geld und bleiben außerdem auf den Gerichtskosten

sitzen. Der heutige Rathauschef von Bobenheim-Roxheim, Manfred Gräf, erzählt diese Anekdote gerne, wenn er auf die holprigen Anfänge der Zusammenarbeit zwischen beiden Gemeinden angesprochen wird.

Vom damaligen Widerstand in beiden Dörfern ist heute nichts mehr zu spüren. Nur noch gelegent-

lich frozeln Roxheimer über Bobenheimer und umgekehrt. Dem CDU-Bürgermeister kann das nichts anhaben: „Beide Großelternpaare stammen jeweils aus Roxheim und Bobenheim. Ich bin sozusagen ein Mischling“, erzählt er mit einem Augenzwinkern. Zumindest quantitativ hat die Zwangsehe weder Bobenheim noch Roxheim geschadet: Seit der Zusammenlegung 1969 ist die Bevölkerungszahl von 9000 auf über 10 000 gestiegen. Die Gemeinde profitiert vor allem von ihrer verkehrsgünstigen Lage zwischen Worms und Frankenthal. Über 3000 Einwohner pendeln täglich an Arbeitsplätze außerhalb ihres Wohnorts.

Bevölkerung wächst seit Zusammenlegung

Bobenheim-Roxheimer finden aber auch am Ort Arbeit bei den 670 Gewerbebetrieben. 1000 Menschen fahren täglich von auswärts zur Arbeit in die Gemeinde. „Bobenheim-Roxheim ist ein wichtiger Agrarstandort und ein Zentrum für die Verarbeitung von Gemüse und Obst. Außerdem ziehen wir viele Logistiker an“, sagt Gräf. Die Gemeinde lockt mit einem niedrigen Gewerbesteuersatz von 330. Auch die Grundsteuersätze A und B liegen mit 260 und 300 unter dem Landesdurchschnitt. Gleichzeitig hält sich die Verschuldung in Grenzen: Im Jahr 2005 kamen auf einen Einwohner 154 Euro Schulden. 1999 lag der Wert noch bei 377 Euro. Zu Gute kommt Bobenheim-Roxheim das vergleichsweise hohe Aufkommen aus der Lohn- und Einkommenssteuer. Die Gemeinde tut nach eigenen Angaben viel, um für

ZAHLEN & FAKTEN

Trumpfkarte Gewerbesteuer

Einwohner:	10 007	Steuerhebesätze	
Unter 20:	19 %	Gewerbesteuer:	330 v. H.
20 bis 59:	55 %	Grundsteuer A:	260 v. H.
Ab 60:	26 %	Grundsteuer B:	300 v. H.
Arbeitsplätze am Ort:	1630	Steuereinnahmen (2007)	
Beschäftigte mit Wohnung am Ort:	3652	Gewerbesteuer:	2,8 Mio. €
Einpender:	1051	Grundsteuer A:	35 189 €
Auspendler:	3069	Grundsteuer B:	886 588 €
Arbeitslose:	357	Schulden je Einwohner (2005):	154 €
davon unter 25 Jahren:	47		

Berufstätige attraktiv zu sein: „Es gibt bei uns fünf Kindertagesstätten mit allen Formen der Betreuung, von der Krippe über den Kindergarten bis zum Hort“, sagt Bürgermeister Gräf. Anschließend geht es weiter mit zwei Grundschulen, davon eine mit Ganztagsangebot. Auch die Regionale Schule hat einen Ganztagsbetrieb. Schüler, die das Abitur machen möchten, müssen allerdings Gymnasien in den umliegenden Städten Worms, Frankenthal oder Ludwigshafen besuchen.

In der Freizeit lockt die Natur. Der Silbersee ist eines der größten Gewässer in Rheinland-Pfalz. Hier tummeln sich im Sommer Segler, Surfer und Badegäste. Die Rheinauen und Felder rund um die Gemeinde bieten viele Rad- und Wanderwege. Um auch die Wirtschaft am Laufen zu halten, hat die Kommune kürzlich ein viertes Gewerbegebiet ausgewiesen: „Auf der Wörth“. Es ist 90 000 Quadratmeter groß. Die Kosten je Quadratmeter inklusive Erschließung belaufen sich auf 85 Euro. 20 000 Quadratmeter sind

bereits an ein Unternehmen verkauft, das dort Produkte veredeln und umschlagen wird. Details mag der Bürgermeister aufgrund der ausstehenden Zustimmung des Gemeinderates noch nicht nennen. Für die noch freien Flächen sucht Gräf nach einem „guten Branchenmix“, vor allen nach produzierenden Unternehmen. „Gut wäre es, wenn auch für gering Qualifizierte Arbeitsplätze entstehen.“ Denn beim Arbeitsmarkt fällt die Bilanz von Bobenheim-Roxheim durchgewachsen aus. Von 1998 bis 2006 ist die Zahl der Arbeitslosen von 337 auf 357 gestiegen.

„Wir sind fast ein Vorort von Mannheim“

Von Anfang der 90er sank die Zahl der Arbeitsplätze von 2242 auf aktuell 1630. Besonders hart getroffen wurde die Gemeinde Ende der 90er Jahre. Linde schloss seine Produktion von Gabelstaplern. Damit verloren 260 Menschen ihre Arbeit. Ein Teil der frei werdenden Fläche hat die Firma Lekkerland genutzt, um ihren Logistikstandort auszubauen. Das Unternehmen hat seit 1962 einen Standort in Bobenheim-Roxheim und ist mit 200 Mitarbeitern der größte Arbeitgeber am Ort. Auf annähernd so viele Mitarbeiter kommt die Frosta-Niederlassung, allerdings nur zur Erntezeit (siehe Seite 76). Solche Firmen sind nach dem Geschmack von Gräf. Nach einigen Dutzend Gesprächen mit interessierten Unternehmen zieht er das Fazit, dass es gerade in den Großstädten der Metropolregion den Unternehmen an Expansionsmöglichkeiten fehle. Diese Firmen

heißt er willkommen: „Wir sind fast ein Vorort von Mannheim.“ Vom Gewerbegebiet „Auf der Wörth“ erreicht man nach einem Kilometer die B9, nach drei Kilometern die A6. Damit sind auch in der Freizeit die Städte gut erreichbar. Gräf betont aber, dass es viel Grund zum bleiben gäbe. 63 Vereine sorgten dafür, dass „jedes Wochenende was los ist“.

Matthias Schmitt



Manfred Gräf ist Bürgermeister der 10 000 Einwohner Bobenheim-Roxheims. Die Gemeinde entstand 1969 durch Zusammlegung zweier Dörfer. Bild: Neu



Ihr Baustoff-Fachhandel in Bobenheim-Roxheim für:

Farbcenter:
Herbol Farben und Lacke

Innen- und Außenputze:
Wärmedämmfassaden in Styropor und Mineralwolle, Putze

Trockenbau:
Gipskartonplatten für Decken und Wände, Dachgeschoss-Dämmung

**Haben Sie Fragen?
Unsere Fachberater stehen Ihnen gerne zur Verfügung**

Hack Bauelemente GmbH & Co. KG

In den Fuchlöchern 1
67240 Bobenheim-Roxheim
Telefon 06239 / 99630

Kurzer Prozess

Am Frosta-Standort Bobenheim-Roxheim werden jährlich fast 20 000 Tonnen Tiefkühl-Gemüse verarbeitet. Ob Spinat, Kohl oder Kräuter spielt keine Rolle – nur schnell muss es gehen.

1 20 Minuten. So lange braucht Spinat von der Ernte bis zur fertigen Abfüllung als Tiefkühlgemüse in 500-Gramm-Faltschachteln. Bis dahin ist es nie ein langer, aber immer ein gut organisierter Weg. Gerd-Harry Schulz, Betriebsleiter der Rheintal Tiefkühlkost in Bobenheim-Roxheim, trägt Verantwortung für die 14 000 Tonnen Spinat, die jährlich verarbeitet werden: „95 Prozent unserer Rohstoffe beziehen wir aus einem Umkreis von fünfzehn Kilometer.“ Damit nennt er nicht nur eines der Geheimnisse für die schnelle Verarbeitung, sondern erklärt auch, weshalb das zur Frosta AG gehörende Werk in Bobenheim-Roxheim zu Hause ist.

„Wir haben hervorragende Landwirte“

Der „Gemüsegarten Deutschlands“ ist ein wichtiger Agrarstandort. Verantwortlich für gute Ernten sind vor allem das milde Klima und die guten Möglichkeiten, Felder zu bewässern. Schulz nennt einen weiteren Standortvorteil: „Wir haben hervorragende Landwirte.“ Von der Quali-



Gerd-Harry Schulz leitet das Frosta-Werk in Bobenheim-Roxheim.



In nur 120 Minuten verarbeiten die bis zu 180 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das Gemüse – von der Anlieferung bis zur fertigen Portionspackung. Im Bild: Eine Mitarbeiterin der Qualitätskontrolle. Bilder: ...

tät des Spinats machen sich seine Mitarbeiter bei der Anlieferung ein erstes Bild. Gibt diese erste von insgesamt vier Qualitätskontrolle grünes Licht, wird das Gemüse „windgesichtet“, wie der Fachmann sagt. Bei der Windsichtung trennt ein Gebläse die Spinatblätter von all den Dingen, die später nicht auf dem Teller landen sollen: Steine, Insekten oder Erde.

Anschließend wird der Spinat vier Mal gewaschen und sekundengenau blanchiert. Das heiße Gemüse muss nun im Eiswasser gekühlt werden. Nachdem das Wasser entzogen ist, werden je nach Endprodukt Gewürze oder Rahm hinzugefügt. Jetzt geht es ans Frosten. Rund eine Stunde braucht das Gemüse, um auf die nötige Temperatur von minus 18 Grad Celcius abzukühlen. Der eiskalte Spinat kann nun in Falt-

schachteln oder als kleine Portionen in Tüten verpackt werden. Das Frosta-Werk verarbeitet an insgesamt zwölf Linien neben Spinat auch Kohl und Kräuter. Darüber hinaus produziert es Backwaren, beispielsweise „Spinat im Blätterteig mit Kräutersoße“.

Zur Erntezeit im April und Mai sowie September und Oktober stellt Schulz neben den 131 festen Mitarbeitern 50 Saisonkräfte ein. Vom verarbeiteten Gemüse wandert ein Fünftel als Halbfertigware oder Zuschlagstoffe in die anderen beiden Frosta-Werke in Dresden und Bremerhaven. Der Großteil geht jedoch als Eigen- oder Handelsmarke an die Verbraucher. Diese verlangen immer mehr Bioware. Bei Spinat und Kräutern stammen ein Viertel aus biologischem Anbau, bei Kohl sind es fast zwei Drittel. Von den 46 Ver-

tragslandwirten haben sich d... mittlerweile acht komplett auf... logischen Landbau eingestellt.

Matthias Sch...

STECKBRIEF

Werk Rheintal

Eigentümer: Frosta AG, Bremerhaven, seit 1986 zu 60 Prozent, seit 1998 zu 100 Prozent im Besitz von Frosta

Mitarbeiter: 130 (Saison: +)

Gesamtfläche: 35 000

Produktionsfläche: 19 000

Verarbeitetes Gemüse (t/Ja):

Spinat: 14 000

Kohl: 25 000

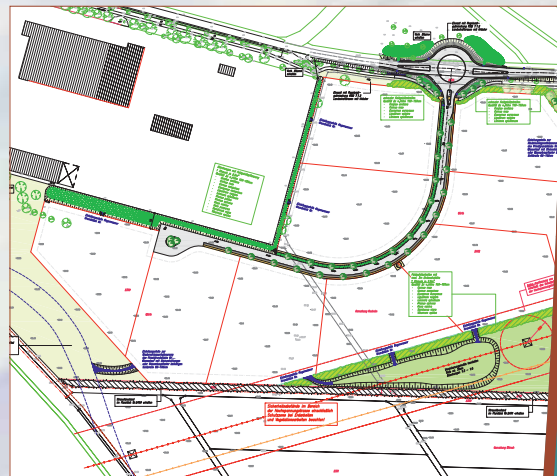
Kräuter: 20 000

Bobenheim-Roxheim

Hier entsteht der 9 ha große Unternehmenspark „Auf dem Wörth“!

Mittendrin und vornedran!

- Günstiges Preis-/Leistungsverhältnis im Vergleich zu anderen Kommunen
- Hervorragende Verkehrsanbindung mit überdurchschnittlich guten Zufahrtszeiten
- Sehr gut ausgebaute Infrastruktur
- Überdurchschnittlich hohe Kaufkraft (im Bundesdurchschnitt)
- Unmittelbarer Anschluss an die Autobahnen Richtung Mainz, Koblenz, Frankfurt, Saarbrücken und München
- Ausgesprochen vielfältiges Erholungs- und Freizeitangebot
- Hohe Mobilität von Arbeitnehmern



Bebauungsplan Gewerbegebiet „Auf dem Wörth“

Erschließung im zweiten Halbjahr 2008



Rhein-Pfalz-Kreis
Mittendrin & vornedran!



Metropolregion
Rhein-Neckar

Ihre Ansprechpartner:

Gemeindeverwaltung Bobenheim-Roxheim
Herr Schreiber Tel.: 06239 939-1217
Frau Bender Tel.: 06239 939-1202

Mehr Infos unter: www.bobenheim-roxheim.de

Von alten Mären und neuer Musik

Sommerzeit ist Festivalzeit. Econo stellt die wichtigsten Kulturevents vor.

Mord, Liebe, Verrat und Intrigen: Die Nibelungensage hat es in sich. Der renommierte Regisseur Dieter Wedel zeigt auf den Wormser Nibelungenfestspielen, dass der Sagenstoff auch über 800 Jahre nach seiner Aufzeichnung nichts an Aktualität verloren hat. Das mittlerweile auch international beachtete Festival zeigt 2008 erstmals zwei Stücke: „Siegfrieds Frauen“ und „Die letzten Tage von Burgund“. Die beiden Inszenierungen laufen im täglichen Wechsel vor dem Wormser Dom. Für die Rolle der Brunhild konnte Festivalmacher Wedel Meret Becker gewinnen. Außerdem gehören zum

Ensemble Walther Plate, Uwe Bohm und Annett Renneberg. Längst kein Geheimtipp mehr ist das begleitende Kulturprogramm mit Konzerten, Lesungen und Theateraufführungen.

Wann: 1. bis 17. August 2008
www.nibelungenfestspiele.de

„Wie ich Mannheim liebe, so liebt auch Mannheim mich“, schrieb Mozart 1778 in einem Brief an seinen Vater. Auf Seiten der Stadt hat sich daran bis heute wenig geändert. Ein Zeugnis dieser Verbundenheit ist die Mannheimer Mozartwoche. Spielort ist neben der ehemali-

gen Wirkungsstätte des Schwetzingener Schlosses auch das Nationaltheater in Mannheim. Den Auftakt am 20. Juli macht das Ensemble Zefiro, das nach einem unjubelten Konzert im vergangenen Jahr auch beim zweiten Mannheimer Mozartsommer zu Gast ist. Weiterhin steht auf dem Programm: ein Gastspiel der Komischen Oper Berlin mit „Die Entführung aus dem Serail“. Die Inszenierung von Calixto Bieito gilt als eine der brisantesten Auseinandersetzungen mit dem Musiktheater Mozarts der letzten Jahre. Weniger kontrovers dürfte das Zusammentreffen von Ann Murray mit dem Concerto Köln werden: Murray gilt als einer der führenden Mozartstimmen, das Concerto hat sich durch seine historische Aufführungspraxis einen Namen gemacht. Nach dem überwältigenden Erfolg des letzten Jahres wird die Oper „Lucio Silla“ wieder im Rokokotheater in Schwetzingen zu erleben sein. Festlicher Abschluss ist ein Konzert von Generalmusikdirektor Friedemann Layer mit dem Orchester und Solisten des Nationaltheaters. Der Abend ist nicht nur etwas für die Ohren: Das Schloss wird für diesen Anlass feierlich beleuchtet.

Wann: 20. bis 27. Juli
www.nationaltheater-mannheim.de/oper/mozartwoche

Ein grandioser Ausblick ganz anderer Art bietet sich dem Betrachter vom „Dicken Turm“ des Heidelberger Schlosses. Die Ruine mit sieben Metern dicken Mauern thront hoch über dem Neckartal und ist eine der Kulissen für die Heidelberger Schlossfestspiele. Das traditionsreiche Festival bietet Schauspiel, Oper, Operette, Tanz, Konzert- und Liederabende. Der besondere Reiz liegt an den ungewöhnlichen Spielstätten im Heidelberger Schloss. An der Spielstätte „Dicker Turm“ wird unter anderem „Des Knaben Wunderhorn“ aufgeführt. Die szenische Inszenierung von Axel Preuß bietet eine Auswahl aus der bekanntesten

Gedichtsammlung der Romantik. Die aufgeführten Lieder und Balladen sind von Heiner Kondschatk vertont. Im Schlossgarten gibt es „Der Barbier von Sevilla“ und „Der Studentinprinz“ (Bild) zu sehen.

Wann: 21. Juni bis 10. August
www.heidelberger-schlossfestspiele.de

WEITERE FESTIVALS

Festspiele Heppenheim

Das traditionsreiche Freilufttheater bietet in diesem Jahr die Komödie „Der Hauptmann von Köpenick“, „Dramatische Werke von Loriot“ und „Siegfrieds Nibelungenentzündung“.

Wann: 22. Juli bis 7. September
www.festspiele-heppenheim.de

Schlossfestspiele Zwingenberg

Das Festivalprogramm reicht von der Oper „Carmen“ über das Musical „My Fair Lady“ bis zu Jazz.

Wann: 1. bis 17. August
www.schlossfestspiele-zwingenberg.de

Internationale Messiaen-Woche

Das Festival in Neustadt feiert den 100. Geburtstag des Komponisten Olivier Messiaen. Auf dem Programm stehen auch Werke junger Komponisten.

Wann: 15. bis 21. August
www.neustadt.de



Mathematik ausreichend

MathX3 will Schülern die Angst vorm Technik-Studium nehmen. Der Online-Selbsttest ist eine Kooperation der Berufsakademie Mannheim und Kraftwerksbauer Alstom

Welche Aussage ist falsch?
A.) Das Ergebnis von $23:3$ gehört nicht zu den natürlichen Zahlen. Darum ist 23 eine Primzahl.

B.) 7 ist eine Primzahl, da sie nicht durch 2, 3, 4, 5 und 6 teilbar ist.

C.) 25 ist keine Primzahl, da sie durch 5 teilbar ist.

Ins Schwitzen gekommen? Dies ist nur eine von dreißig Fragen, mit der Schüler seit Ende Juni online testen können, ob sie für einen technischen Studiengang die notwendigen Kompetenzen mitbringen.

Konzipiert und umgesetzt wurde das Internet-Angebot MathX3 von der Berufsakademie Mannheim. Verantwortlich für das Projekt zeichnet der Studienbereichsleiter Technik, Prof. Dr. Dirk Saller: „Wir haben uns entschlossen, die Eingangskompetenzen der Studierenden in den Fokus zu nehmen.“ So wolle die Berufsakademie die Schüler schon in der Orientierungsphase bei ihrem Entscheidungsfindungsprozess für Studium und Beruf unterstützen.

Musizieren ohne Singstimme

Hintergrund der Initiative ist die große Nachfrage an Studienabgängern in technisch-naturwissenschaftlichen Fächern, der keine entsprechende Nachfrage bei Abiturienten entgegensteht. Das soll der Selbsttest ändern. In seinem jetzigen Entwicklungsstadium bietet MathX3 drei unterschiedliche Schwierigkeitsgrade. Das erste Niveau, aus diesem stammt die eingangs gestellte Frage, ist bewusst einfach gewählt, um zum Selbsttest zu ermutigen. „Erst durch die Bearbeitung mehrerer Levels sollen die Grenzen erreicht werden“, sagt Saller. Eingang in den Test hat Schulstoff bis einschließlich Klasse 11 gefunden. Der Test will Schülern Mut



Ende Juni präsentierten (von links) Prof. Dr. Dirk Saller, Studienbereichsleiter Technik der BA Mannheim, Ministerialdirektor Klaus Tappesser, Prof. Dr. Johannes Beverungen, Direktor der BA Mannheim und Dr. Karlheinz Eicher, Vorstand der Alstom Deutschland AG, der Öffentlichkeit das Konzept und unterzeichneten die Kooperationsvereinbarung. Bild: BA

machen, sich für ein technisches Studium zu entscheiden.

Oftmals schrecken Abiturienten die vermeintlich hohen Mathematik-anforderungen ab. Vieles vom Mathe-Lernstoff aus 13 Schuljahren ist für ein Technik-Studium jedoch gar nicht relevant. Man muss kein Mathe-Genie sein, um an der Berufsakademie beispielsweise Wirtschaftsingenieurwesen zu studieren. „Jemand, der keine gute Singstimme hat, kann trotzdem sehr musikalisch sein und ein Instrument virtuos beherrschen“, sagt Andreas Geyer, bei Alstom Power Systems in Mannheim für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig.

Alstom ist Kooperationspartner der Berufsakademie bei MathX3. Die in einem ersten Schritt auf zwei Jahre angelegte Förderung umfasst 2,5 Vollzeitstellen am Lehrstuhl von Saller und einen Sachkostenzuschuss. Alstom kann sich mit der Initiative gut identifizieren, da auch der Kraftwerksbauer unter dem In-

genieurmangel leidet. Das Unternehmen hat zum laufenden Studienjahr 25 BA-Studenten in ingenieurwissenschaftlichen Studienfächern eingestellt.

Bildungsoffensive im Internet

Die Kooperationspartner haben mit der Online-Plattform noch viel vor. MathX3 soll laut Saller zum „umfassenden und integrierten Online-Serviceangebot“ ausgebaut werden. Im ersten Schritt sollen drei weitere Niveaus mit dem Stoff bis zum Abitur hinzukommen. Im Endstadium soll MathX3 außerdem eine individualisierte Auswertung bieten. Der Nutzer kann dann erfahren, welche Wissenslücken er schließen sollte, um für ein Technikumstudium gerüstet zu sein.

Im Moment arbeitet die Berufsakademie daran, die Plattform bei

Unternehmen, Lehrern und Schülern bekannt zu machen. Dabei kommt ihr das enge Netzwerk mit über 500 Partnerunternehmen alleine im Technik-Bereich zu Gute. Für das zweite Halbjahr 2008 rechnet Saller noch mit 1000 Testpersonen, „danach mit stetigem Zuwachs“.

Die Lösung auf die eingangs gestellte Frage ist im Übrigen Antwort A.). 23 ist zwar eine Primzahl, allerdings ist die Begründung nicht korrekt. Primzahlen sind definiert als natürliche Zahlen, die als Teiler nur zwei natürliche Zahlen haben: Die Eins und sich selbst.

Wer auf ein anderes Ergebnis kommt, sollte sich davon nicht abschrecken lassen: Math3X lässt sich auch ohne Registrierung und ganz anonym durchklicken. *MSc*

Internet

www.math3x.de
www.ba-mannheim.de



Name	Seite								
A bacha, Sani	34	Amt für amtliche Veröffentlichungen der EG	73	Bauunternehmen Hermann		Bte Selecon	11	Claus, Joachim	22
Abellio Gruppe	8	Andrae, Markus	38	Obländer	16	BUND	69	Cornelius, Vera	18
Abt Print + Medien	55	Apotheker, Leo	7	Bechthold, Erich	22	Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung	53	CPS-IT	36
Abt, Irmgard	55	Asecos	51	Beck, Kurt	13	Bundesarbeitsgericht	60	CropEnergy	30
Agentur freiraum	48, 49	Atelier Crotalia	55, 56	Benner-Heinacher, Jella	6	Bundesministerium für Bildung und Forschung	10	Cytonet	22
Agentur für Arbeit	10	Audi-Zentrum	47	Bergmann, Ulrich	22	Business Objects	6	Czychon, Dr. Karl-Heinz	6
Aldi	24	Axel-Springer-Verlag	21	Berufsakademie Mannheim	79				
Alexander, Prof. Dr. Jochim	46			BGIA	51				
Alstom	68	B ach, Dr. Alfred	10	Bichele, Verena	19	C asino Gruppe	19	D aimler	13
Alstom Power Systems	79	Bähr, Jörg	26	Bilfinger Berger	17, 34, 35, 68	CEFCO	47	Daimler Chrysler	17
Amnestix Inc.	10	Bannasch, Daniel	62, 63, 64, 65, 66, 67, 68	Bitkom	8	CEMA	82	DDV	55, 56, 57, 58
		BASF	13	Bodner, Herbert	35	Chandran, Prasad	13	Decken, Oliver	69
		Bauhaus	6	Boe, Christian	47	Christ, Ralf	29	Deidesheimer Stadtwerke	10
				Brau Beviiale	59	Circle Fullfillment	55	Deutsche Bahn	20
				Breitling, Frank	46			Deutsche Börse	7
				Britsch Retail Consortium	11			Deutsche Oper Berlin	66



Suchen Sie kompetente Partner in Sachen Logistik??

Wir bieten Ihnen die maßgeschneiderte Lösung für Ihren Vertrieb. Sprechen Sie mit uns, Sie werden von unseren Ideen überzeugt sein.

**Uhlandstr. 2 · 67354 Römerberg · Telefon 06232 / 683373
Telefax 06232 / 683374 · Email: comtrans@boerstler.de**



Gesellschaft für Kommissionierung und Transporte mbH

Unser Service – Ihr Gewinn

Deutsche Post	55	GMX	22	Julius Berger	34	MVV Umwelt	21	Stadler, Volker	46
Deutscher Franchisverband	22	Gollnick, Oliver	24	Jurk, Andreas	22	My-world-of-Hearing	38, 58	Stadtmarketing Mannheim	6
Dexwet Technology	53	Google	36, 37			National Congress Palace	19	Stadtwerke Weinheim	20
DHL	8	Götz, Thomas	21	K agermann, Prof. Dr. Henning	6			Stahlbau Alois Lauer	7
DIW	12	Gräf, Manfred	74, 75	Kapadia, Himanshu	13	O berthaler, Prof. Dr. Markus	47	Steckenborn, Thomas	82
DKFZ	46, 51	Greenpeace	30	Kappenstein, Alfred	46	O'Connor, Lisa	48, 49	Stelting, Hans-Joachim	53
DPRG	47	Gumbel, Dr. Gerhard	22	Kaufhof	36	Odenwald-Quelle	55	Stiftung Rehabilitation	40
Drupa	14	Günter, Patrick	22	Kemper Jones Lang Lasalle	8	Oliseh, Sunday	34	Stoeckerwerk e.V.	40
DSW	6			Kerner, Gerhard	55, 56			Straub, Walter	18
Dub, Dr. Werner		H +G Bank	20	Kleemann, Rainer	47			Süddeutsche Zeitung	35
	62, 63, 64, 65, 66, 67	Hahn & Zwirger	18	Klein, Christine	49	P allapies, Dirk	46	Südzucker	30
Düringer, Matthias	56	Hajek, Dr. Johannes	47	Kohl, Helmut	74	Paypal	9	Suzuki	11
Duscholux	6	Handwerkskammer	10	Kompostierwerk Grünstadt	17	Pfalz Fresh GmbH	25	Sygnis Pharma	10
Duttner, Georg	17	HCCE	18, 19	Kongress Palais Kassel	18	Pfalzmarkt	25	Syscovery	49
DWA	18	Heidelberg Marketing	18	Kowski, Steffen	9	Pfennig Logistic Group	11		

INDEX

DIE NAMEN IN DIESEM HEFT

E bay	36	Heidelberger Druckmaschinen	14	Krackenhardt, Dr. Ulrich	47	R athaus-Center	14	V arsakis, Oliver	29
ECE	6	Hekking, Prof. Dr. Klaus	40	KSB	15	Real	9	Verkehrsverbund Rhein Neckar	8
Eckert, Michael	60	Hencke, Prof. Dr. Stefan	47	KSH	18	Reiss-Engelhorn-Museum	48	Vetterlein, Dr. Uwe	12
Edeka	24	Hensel, Andreas	53	Kurz, Dr. Peter	16, 69	Rennessen, Walter	47	Veyhler, Karin	47
Ehalt-Vusec, Kirsten	55	Hering, Hendrik	16			Renschler, Andreas	13	Vitfrisch Gemüsevertrieb	9
Eickel-Kamp, Andreas	32	Heros	11	L amy	55	Rewe	24	Vogel, Dr. Gerhard	7
EKM	18	Herrmann, Thorsten	47	LBS	7	Rheinthal Tiefkühlkost	76	Vögele	16
Elono	32	Hewlett Packard	53	Le Quartier Christ	29	Riensch & Heid	53	Volksbank Heidelberg	21
Erhard Schiele	26	Hock, Robert	46	Lekkerland	75	Roche	17	Volksbank Kreis Bergstraße	20
European Media Laboratory	10	Hornbach	32	Lidl	24	Roche Diagnostics	8, 16	Volksbank Weinheim	20
EZB	12	Horst, Matthias	55	Linde	75	Röchling-Gruppe	17	Von der Malsburg, Prof. Dr. Raban	46
EZZW	13	Horstfeld, Karl-Heinz	19	Lochbühler Aufzüge	71, 72	Rosenkranz-Kaiser, Dr. Jutta	47	VR-Bank Rhein Neckar	20
		Hotel.de	19	Lochbühler, Andreas	71, 72	Rudolf Wild GmbH	47	VRN	20
F euerstein, Felix	55, 56	Hoyningen-Huene, Prof. Dr. Dietmar von	46	Lochbühler, Karlheinz	71, 72	RWE	69		
Flughafen Speyer	8	Hunting, Paul	44	Lochbühler, Stefan	72, 73	RWE Energy	59	W &K Plus	55
Frauenhofer-Institut	46	HWL	9	Lohse, Dr. Eva 14				Walz, Nicole	55, 56
Freudenberg	9, 20, 51, 59			London School of Economics	36	S aller, Prof. Dr. Dirk	79	Walzmühle-Center	9
Freudenberg IT	46	I clear	8	Lucero Consulting	44	SAM International	46	Weidenhammer, Ralf	11
Freudenberg Vliesstoffe	53	IFM	59	Lufthansa	3	Santos, Carlos D.	47	West, Taribo	8
Frey, Wolfgang	69	IHK Darmstadt	12, 16	m :con Congress Center		SAP	6, 36, 38, 51, 58	Werner Reisen	8
Friatec	46	IHK Pfalz	11, 12	Rosengarten	18	S-Bahn Rhein Neckar	20	West, Taribo	34
Fröhlich, Dr. Dieter	22	IHK Rhein-Neckar	7, 10, 22, 73	Mandel, Klaus	47	SCA	17, 51	Wiesemann, Dr. Karl-Heinz	42
Frosta	75, 76	IHK Stuttgart	73	Mannheimer AG	10	SCA Hygiene Products	46	Wild Gruppe	46
Fuchs Petrolub	7	IHK-Ausschreibungsberatungsstelle Baden-Württemberg	73	Mannheimer Umweltforum	69	Scheckenbach, Janine	44	Wild, Dr. Hans-Peter	47
Führ, Hugo K.	46	IKEA	48	Mannheimer Versicherung	11	Schilling, Roger	46	Wild, Dr. Rainer	46
		Institute of Packing	11	Maugé, Michel	19	Schischka, Harald von	53	Wild-Werk	16
G abriel, Sigmur	30	Interessengemeinschaft der Tonergeschädigten	53	Mengelkamp, Markus	49	Schmitt, Dr. Wolfgang	15	Wincanton	22
GBG Mannheim	66	IT4work	16	Metropolisolar e.V.	62, 69	Schreiber, Bernhard	14	Wirtgen Group	16
Gemüsemarkt		Jakob Metz	26	Microsoft	22	Schrems, Michael	51	Wirtgen, Stefan	16
Maxdorf-Lambshiem	9	JFS Logistic	11	Möller, Wolf Dietrich	20	Schuhmann, Dirk	47	Wolf Dietrich Möller	21
Genomics Research Institute	10	John Deere	7	Müller, Dr. Tibor	20	Schulten, Dr. Rudolf	65, 69	Wolf, Klaus	46
Genscher, Hans-Dietrich	47	John Deere Water Technologies	7	Müller, Kurt	20	Schwartz, Andrea	49	WTO	30
Gerstenberg, Frank	46	Jösch, Horst	49	MVV	17, 62, 63, 64	Schwingen, Dr. Elke	16	Wüst, Thomas	46
Geyer, Andreas	79			MVV Energie	65, 66, 67, 68	SEC	35		
GKM	63, 64, 65, 69				21, 69	Seehofer, Horst	32	Z eh, Ulrich	22
Gios, Michael	30					Seiter, Harald	13	Zentralverband des Deutschen Bauhauptgewerbes	16
						Sektellerei Schloss Wachenheim	6	ZEW	22, 47
						Sittek, Michael	8	Zintel	18
						Smoke & Talk	51	ZMP	27
						Smoke Free Systems	51	ZRN	20
						Spettmann, Theo	30, 32		
						Spie Batignolles	35		
						Spieß, Ekkehard	46		
						Spitzmüller, Heinz	38, 58		
						SRH	40		
						SRH Holding	10		
						Stadel, Bernd	46		



LOGIN
KURIER

freecall
0800-707 88 88
DIREKTURIER EUROPaweit
[www.LOGIN-KURIER.DE](http://www.login-kurier.de)



Reinigungschemie
Waschräumeysteme
Industrielles Putzen
» Vitalstoffe

Die Zusammenstellung bringt's!
Mehr zur optimalen Versorgung Ihres Unternehmens erfahren Sie unter:
www.leber-gmbh.de

LEBER HYGIENE SERVICE GMBH
Betriebs- und Waschräumehygiene
Häuselmatten 1
78132 Hornberg-Niederwasser



Der Schreibtisch vom Chef

Was sagt uns der Schreibtisch eines Menschen über dessen Arbeitsweise und Persönlichkeit? Küchenpsychologen sagen: „Ziemlich viel!“ Econo ist da skeptischer. Dennoch stellen wir Ihnen an dieser Stelle immer den Schreibtisch eines Machers aus der Region vor. Unsere Interpretation gibt es ohne Psychologiestudium und Gewähr. Heute an der Reihe: Thomas Steckenborn, Gründer des Mannheimer IT-Dienstleisters Cema, der bundesweit rund 100 Mitarbeiter beschäftigt. Steckenborn wurde 1965 geboren.



Cema-Chef Thomas Steckenborn ist ein moderner Pragmatiker

Das Jackett hängt über der Stuhllehne. Auf diesem Stuhl sitzt also ein Pragmatiker. Einer, der sich schon wegen des Jacketts selten zurücklehnen wird. Dafür gibt es auch keinen Grund – denn zwei Monitore

müssen erst einmal gleichzeitig im Blick behalten werden. Hier geht jemand mit der Zeit. Selbst der Bilderrahmen ist digital. Die papierlose Zukunft, in diesem Büro ist sie beinahe gegenwärtig – sehen wir ein-

mal von der schmalen Akte auf dem Schreibtisch und der Serviette für die nachmittägliche Mohnschnecke ab.

Diese Mohnschnecke ist es, die den Betrachter beruhigt. Hier gönnt

sich ein Manager doch einmal eine Pause. Und denkt beim Naschen an die Erinnerungen, die an der Waage, dem Fußball, dem Teddy, dem Modellauto und vielleicht ja sogar an der Yucca-Palme hängen. *KrK*

GESCHÄFTE VERBINDEN.

BIS ZU 5X TÄGLICH MANNHEIM-BERLIN
BIS ZU 3X TÄGLICH MANNHEIM-HAMBURG
2X WÖCHENTLICH MANNHEIM-SAARBRÜCKEN

inkl. Prämien-
und Statusmeilen
bei Miles & More

Information und Buchung unter www.cirrusairlines.de,
unter der Hotline 0180/4444 888 (0,24 €/Anruf)
oder in Ihrem Reisebüro.

Cirrus Airlines

Partner of Lufthansa



Marke



Fehlt Ihnen was?

UNVERWECHSELBARE MARKENKOMMUNIKATION
MIT XMEDIAS: KREATIV. VERNETZT. WIRKSAM.
WWW.XMEDIAS.DE