

179

Das Standortmagazin
der Region Stuttgart

Ausgabe 4/2010

Auf lange Sicht

Firmen in der Region Stuttgart haben
mit verantwortlicher Unternehmensführung
nachhaltig Erfolg



Die Biene Maja fliegt jetzt
ab Stuttgart

Ersatzteile für die Luft- und
Raumfahrt

Neue Frequenzen für
schnelles Internet



Für gastronomische Leistungen auf höchstem Niveau müssen Küchenbrigade und Service Hand in Hand arbeiten. Benjamin Breitenbach hat sich mit seinem Team im Jahr 2005 erstmals einen Michelin-Stern erkocht, der seither stets bestätigt wurde. Zusammen mit 14 weiteren Küchenchefs bildet er den kulinarischen Sternenhimmel der Region. Das Restaurant Breitenbach, malerisch gelegen in den verwinkelten Gassen von Stuttgart-Heslach, besticht durch mediterrane Küche mit asiatischen Einsprengseln.



Matthias Hangst

Langfristig rechnen

Die vergangene Weltwirtschaftskrise war ein Produkt kurzfristigen Denkens: Unrealistisch hohe Renditevorgaben, Spekulationserwartungen, Geschäfte ohne reellen Gegenwert und fehlende Sicherungsmechanismen haben für die heftigste Rezession seit Bestehen der Bundesrepublik gesorgt. Nach diesen Erfahrungen findet das Gegenmodell wieder mehr Beachtung: Firmen suchen ihr Wohl nicht mehr im schnellen Euro, sondern wollen beständige Werte schaffen.

Was nachhaltige Unternehmensführung betrifft, kann der vom Mittelstand dominierte Südwesten auf eine lange Tradition aufbauen. Gründerpersönlichkeiten haben mit verantwortlichem Unternehmertum ihre Firmen zu sozialen Organismen geformt. Ein schwäbischer Firmenchef weiß: Wer langfristig rechnet, rechnet richtig. Eine Entwicklungsabteilung ist kein Kostentreiber, sondern eine Investition. Innovationen kosten kein Geld, sie erwirtschaften welches. Energie- und Materialeffizienz spart neben Müll und Schadstoffen auch Kosten. Zufriedene Mitarbeiter identifizieren sich mit ihrem Betrieb und sind leistungsbereiter. Als ein von Familienunternehmen geprägter Standort ist die Region Stuttgart geradezu eine Modellregion für nachhaltiges Wirtschaften.

Auch die wirtschaftspolitische Strategie 2020 der Region Stuttgart setzt auf den Gedanken der Nachhaltigkeit. Denn gerade den Firmen, die sich mit Innovationskraft, Technologiekompetenz und motivierten Mitarbeitern eine ausgezeichnete Wettbewerbsposition erarbeitet haben, ist es zu verdanken, dass wir das Krisenjahr 2009 schneller als erwartet hinter uns gelassen haben und gut in den Aufschwung gestartet sind. Für das Jahr 2011 wünschen wir uns eine dauerhafte Beruhigung der internationalen Finanzmärkte und eine nachhaltige Stabilisierung der Weltwirtschaft.

It's better to be.

Dr. Walter Rogg
Geschäftsführer
Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS)

Aktuell	4
Neuigkeiten aus der Region Stuttgart / Wussten Sie schon, ...?	
Neu in der Region	5
Die Biene Maja fliegt jetzt ab Stuttgart	
Branchenfokus	6
Exklusive Leuchten / Erfolgreich mit Spannmitteln / Professionelle Briefkastenanlagen	

Titelthema: Nachhaltigkeit	8 – 15
Auf lange Sicht	8
Firmen in der Region Stuttgart haben mit verantwortlicher Unternehmensführung nachhaltig Erfolg	
Im Gespräch: Werner F. Schulz	10
Der gute Herr Schlecht	14
Michael Ohnewald porträtiert den Putzmeister-Gründer Karl Schlecht	

Wissenschaft	16
Entscheidungen trifft die Hirnrinde / Fußball-WM für viele Firmen enttäuschend / Raumschiff mit Ecken und Kanten	
Innovation	17
Feuer ohne Flamme / Wer hat's erfunden...?!	
Existenzgründung	18
Ersatzteile für die Luft- und Raumfahrt	
Fachkräfte	20
Motivation zur Weiterbildung / Alt und Jung lernen gemeinsam	
Freizeit	21
250 Millionen Jahre alte Murmeln / Kalender / Tipps	
Wirtschaftsförderung Region Stuttgart	22
Aktuell	
Neue Frequenzen und Glasfaser für schnelles Internet / Termine / Meldungen der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart	
Impressum / nächste Ausgabe	23

willkommen

179 Kommunen – ein Standort.





David Späth

Edle Autos für Touristen

Die süddeutschen Automobilstädte Stuttgart, München und Ingolstadt haben gemeinsam ein exklusives touristisches Angebot speziell für den asiatischen und amerikanischen Markt entwickelt. „Premium Cars of Southern Germany“ umfasst eine individuelle und flexible Rundreise in hochwertigen Fahrzeugen der Marken Mercedes-Benz, Porsche, BMW und Audi, bei der das eigene Fahrerlebnis im Vordergrund steht. Die Touren führen überwiegend auf Landstraßen durch attraktive Landschaften.

Zum Rahmenprogramm gehören der Besuch von Fabrikverkauf-Zentren, Automobilmuseen und Weingütern ebenso wie ein Abstecher zur Burg Hohenzollern und zum Schloss Neuschwanstein. Übernachtet wird in Hotels gehobener Klasse. Für die in der Regel einwöchige Reise werden die Gäste je nach Arrangement mit mehreren Tausend Euro zur Kasse gebeten.

premiumcars-of-southern-germany.com



Sellmer-Verlag

... dass in Stuttgart der einzige Verlag Deutschlands zu Hause ist, der sich auf Adventskalender spezialisiert hat?

Die Adventskalender des Richard Sellmer Verlags glänzen mit über 100 verschiedenen Motiven. Die Hälfte der Produktion wird in über 30 Länder exportiert. Sogar das Weiße Haus haben sie schon geschmückt und dabei US-amerikanische Präsidenten entzückt.

Vier Sieger im Clusterwettbewerb

Vier Initiativen aus der Region Stuttgart haben in der zweiten Runde des Clusterwettbewerbs des baden-württembergischen Wirtschaftsministeriums den Zuschlag erhalten. Preisträger sind die Film Commission Region Stuttgart, die Bio-Regio Stern Management GmbH sowie die regionalen Kompetenzzentren Virtual Dimension Center (VDC) in Fellbach und das Deutsche Zentrum für Satelliten-Kommunikation (DeSK) in Backnang.

Diese Einrichtungen können jetzt Anträge auf Projektförderung aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) stellen. Die vier ausgezeichneten Netzwerke können mit jeweils bis zu 200.000 Euro für den Ausbau oder Aufbau eines professionellen Clustermanagements bezuschusst werden. Bereits in der ersten Runde vor zwei Jahren hatten sich drei Initiativen aus der Region in den Branchen Kreativwirtschaft, Verpackungstechnik sowie Luft- und Raumfahrt durchgesetzt.

Kirchliche Unternehmensberatung

Als Reaktion auf die jüngste Weltwirtschaftskrise hat die katholische Diözese Rottenburg-Stuttgart eine eigene Unternehmensberatung gegründet. Die Kirche und Wirtschaft (KIWI) AG will Unternehmen betriebswirtschaftlich beraten, gleichzeitig aber Werte, Sinnfragen und die Auswirkungen von Entscheidungen auf die betroffenen Menschen thematisieren, teilte die Diözese mit. „Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat schockartig deutlich werden lassen, wohin es führt, wenn das bloße Prinzip der Profitmaximierung sich verselbstständigt und alles zu dominieren beginnt“, sagte Generalvikar Clemens Stroppel.

Die Beratungsgesellschaft soll sich selbst tragen und nicht über Kirchensteuern finanziert werden. Nach Angaben der Diözese ist das Angebot einmalig in der Katholischen Kirche.

kiwi-ag.de

Parallel zur Arbeit Elektronik studieren

Einen bundesweit einmaligen Fernstudien-gang bieten die Universitäten Stuttgart und Ulm gemeinsam an. Berufstätige mit einem ingenieurwissenschaftlichen Bachelorabschluss können beim Master-Online parallel zur Berufstätigkeit einen Mastergrad in Nano- und Opto- oder in Leistungselektronik erwerben. Den überwiegenden Teil der Studienzzeit treffen sich die Studierenden per Internet im virtuellen Klassenzimmer, reale Präsenzveranstaltungen in Stuttgart oder Ulm machen lediglich 20 Prozent des Zeitbudgets aus. So soll eine höchstmögliche Flexibilität erreicht werden. Ausgewählte Module des achtsemestrigen Studiengangs werden in englischer Sprache unterrichtet.

monol.uni-stuttgart.de



Yvohagrafie

Ausgezeichneter Expo-Pavillon

Der deutsche Pavillon hat das Motto der Expo 2010 in Shanghai „Bessere Stadt, besseres Leben“ am besten umgesetzt und wurde deshalb von den Veranstaltern in China mit dem „Golden Award“ ausgezeichnet. Das Ausstellungskonzept „Balancity“ der Stuttgarter Agentur Milla und Partner zeigte eine ausgewogene Stadtentwicklung, in der Tradition und Erneuerung, Urbanität und Natur sowie Arbeit und Freizeit eine harmonische Verbindung eingehen. Zahlreiche Stationen zum Mitmachen und Ausprobieren brachten dem Publikum die Inhalte näher.

Höhepunkt war die von der Universität Stuttgart entwickelte riesige Kugel in der „Energiezentrale“ von Balancity, die von den Besuchern durch Geräusche und Bewegungen zum Schwingen gebracht wurde.

expo2010-deutschland.de

Die Biene Maja fliegt jetzt ab Stuttgart

Deutschlands größter Kinder- und Jugendverlag hat seinen deutschen Hauptsitz nach Stuttgart verlegt

Hannah Montana und die Simpsons, Batman und die Biene Maja haben im Herbst 2010 die Stuttgarter Stadtmitte bezogen. Die Panini Verlags GmbH hat ihren Deutschland-Hauptsitz von Nettetal bei Mönchengladbach in die Rotebühlstraße verlegt. 67 Mitarbeiter sind am neuen Hauptsitz tätig. Bereits seit der Übernahme der Dino Entertainment AG im Jahr 2003 war Panini dort vertreten, bisher mit den Produktbereichen Magazine für Mädchen, Frauen und Jungen, Comics und Mangas, Bücher sowie mit Produktion und Vertrieb. Neu hinzugekommen sind jetzt die Geschäftsführung sowie die Sparten Sticker, Kindermagazine und DVDs. „Der neue Stammsitz in Stuttgart bietet uns die tolle Gelegenheit, alle Geschäftsbereiche unter einem Dach zu bündeln und weiter zu wachsen. Zudem vereinfacht es unsere Prozesse und erleichtert die Kommunikation“, sagt Panini-Geschäftsführer Frank Zomerdijs.

Das Portfolio des Verlagshauses liest sich wie das Who's who der beliebtesten Magazin- und Comic-Helden für die junge Zielgruppe. Bob der Baumeister, Shaun das Schaf, Hello Kitty und Pokémon sind in Deutschlands Kinderzimmern angesagt. Auch die Helden in kurzen Hosen sind untrennbar mit Panini verbunden: Bereits im Jahr 1961 hat die Firma im fußballverrückten Stammland Italien das erste Album mit Mannschaften und Spielern der Serie A veröffentlicht. Zur WM 1970 in Mexiko erschien das erste Sammelalbum zu einem großen Turnier, mit Abziehbildern von Spielergrößen wie Pelé, Bobby Charlton oder Franz Beckenbauer. Die Sammelleidenschaft breitete sich auch nördlich der Alpen aus: Vier Jahre später gründete das Unternehmen die erste deutsche Niederlassung in München, im selben Jahr erschien das erste deutsche Sammelalbum zur Weltmeisterschaft 1974 in Deutschland.



Panini



Panini

Vor allem in WM-Jahren backen die Paninis alles andere als kleine Brötchen. Dieses Jahr entfiel bei der Deutschland-Tochter über ein Viertel des Umsatzes auf das Geschäft mit Fußballstickern. Für 2010 rechnet Zomerdijs mit einem Umsatz von 95 Millionen Euro und einem zweistelligen Millionenertrag.

In den Anfangszeiten der Unternehmensgruppe ging es noch deutlich gemächlicher zu. Die Karriere der Brüder Giuseppe und Benito Panini begann 1945 ganz bescheiden mit einem kleinen Kiosk im norditalienischen Modena. Knapp zehn Jahre später gründeten sie einen Zeitungsvertrieb, der auch Sticker im Angebot hatte. Daraus wurde im Lauf der Jahrzehnte der weltweit größte Produzent von Stickern und Aufklebern. Seit Mitte 2010 bedient Panini mit dem Magazin „sensa“ auch den Markt für Frauenzeitschriften. Allein im Zweitmarkt von ebay finden sich rund 37.000 Suchergebnisse, die sich auf Panini-Produkte beziehen. Ein Album der Fußball-WM 1978 wird dort für immerhin 189 Euro gehandelt.

Astrid Schlupp-Melchinger

eingetütet

Schön hell

Die Steng Licht AG aus Stuttgart stellt seit fast 100 Jahren exklusive Leuchten her

Ob in der Münchener Allianz-Arena, im Auswärtigen Amt in Berlin, am Flughafen London Heathrow oder im Metropolitan Museum of Art in New York – Leuchten der Steng Licht AG findet man überall. Die Stuttgarter Firma entwickelt innovative Konzepte für Leuchten und Leuchtensysteme und vermarktet sie weltweit. Die Produkte des 1911 gegründeten Unternehmens genießen Weltruf, weil sie handwerkliche Qualität und klares, zeitloses Design verbinden. „Diese Verknüpfung ist unser Alleinstellungsmerkmal, außerdem bin ich Purist, wenn es ums Licht geht“, sagt Peter Steng, der gemeinsam mit seinem Sohn Andreas das Familienunternehmen in dritter und vierter Generation leitet.

Ein Großteil der Produkte ist „Design made by Steng“. Doch auch eine Zusammenarbeit mit externen Designern in der ganzen Welt zeugt von der Internationalität des schwäbischen Familienunternehmens. In Verbindung von traditioneller Handarbeit mit zeitgemäßem technischem Know-how entstehen in den Stuttgarter Werkstätten anspruchsvolle Produkte für verschiedene Sparten der Beleuchtungstechnik: Pendelleuchten, Strahler, Tisch-, Wand-, Steh- und Deckenleuchten sowie Schienensysteme und neuerdings auch LED-Leuchten, die lichttechnisch den Ansprüchen der Steng Licht AG gerecht werden.

Etliche Leuchten werden seit über 30 Jahren fast unverändert hergestellt. „Eine Steng-Leuchte lässt sich sowohl mit Stil- als auch mit Designmöbeln kombinieren, wir stellen keine Produkte her, die dem Zeitgeist oder kurzfristigen Modeschwankungen unterliegen“, erklärt Andreas Steng die Konsequenz, mit der in seinem Haus langlebige und zeitlose Produkte entwickelt werden. „Das begründet unseren guten Ruf, denn wer eine Steng-Leuchte haben möchte, fragt nicht zuerst nach dem Preis.“ Diese werden ausschließlich in Deutschland gefertigt. „Wir lassen viele Komponenten und Halbbteile zuliefern. Viele Firmen, mit denen wir seit Jahrzehnten zusammenarbeiten, stammen aus der Region Stuttgart und aus Baden-Württemberg“, sagt Andreas Steng. „Nur das Murano-Glas muss natürlich aus Murano bei Venedig kommen.“

Am Stammsitz Stuttgart arbeitet heute ein Team von etwa 30 Mitarbeitern in Entwicklung, Vertrieb, Marketing, Produktion und Logistik. 20 Auslandsstützpunkte hat das Stuttgarter Unternehmen bereits aufgebaut. „Klein sein und international agieren, das passt hervorragend zusammen“, sagt Peter Steng. „Wir können schnell reagieren und sind nicht auf zu große Stückzahlen angewiesen. Das soll auch so bleiben.“

Sonja Madeja

„Unser Ziel war immer die Reduktion auf das Wesentliche, nämlich das Licht, die Leuchte selbst soll gar nicht im Vordergrund stehen.“ Im Laufe der Jahre wurde die respektable Kollektion mit diversen nationalen und internationalen Designpreisen ausgezeichnet.

Das ist kein Zufall: In den 1970er Jahren studierte der Elektroinstallateurmeister Peter Steng neben seiner Tätigkeit als Geschäftsführer Innenarchitektur und Möbeldesign an der Stuttgarter Kunstakademie. Bald konzentrierte er sich auf die lichtplanerische Arbeit. In der besten Tradition schwäbischen Innovationsgeistes wurde er zu einem der Protagonisten der damals neuartigen Niedervolttechnologie. „Als wir die ersten Serien auf Messen präsentierten, war das Echo überwältigend.“ Die Niedervoltssysteme wurden Steng geradezu „aus der Hand gerissen“.



design

Steng Licht AG

Gründungsjahr: 1911
Sitz: Stuttgart
Mitarbeiter: 30 in Stuttgart,
20 Auslandsniederlassungen

steng.de

Ohne Spannung geht es nicht

Hainbuch aus Marbach am Neckar ist weltweit erfolgreich mit Spannmitteln

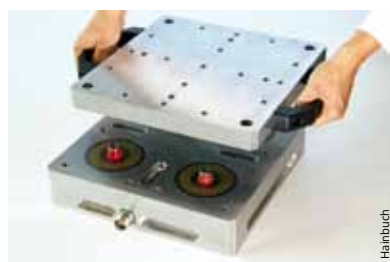
Ob künstliches Hüftgelenk, Brems Scheiben, Gewindebohrer oder Zahnräder – unzählige Produkte werden mit Spanntechnik hergestellt. Denn jedes Werkstück muss vor seiner Bearbeitung fest eingespannt werden. Was auf den ersten Blick wenig spektakulär erscheint, bewegt sich heute im Hightech-Bereich.

Unzählige Patente belegen die Innovationskraft der Marbacher Hainbuch GmbH, die 1951 ganz klassisch in einer Garage gegründet wurde. Vor 20 Jahren setzte Hainbuch mit dem „Spanntop System“ für höchste Drehzahlen und Haltekräfte neue Maßstäbe in der Branche. Die neueste Entwicklung sind Spannmittel aus Karbon, die um rund zwei Drittel leichter sind als eine Standardausführung in Metall, aber noch stabiler. „So steigern die Kunden ihre Produktivität, senken ihren Energieverbrauch und entlasten den Maschinenantrieb“, erläutert Geschäftsführer Gerhard Rall.

Über 500 Mitarbeiter arbeiten weltweit für Hainbuch, davon knapp 400 in Deutschland. Neben dem Hauptsitz in Marbach hat Hainbuch international sieben Tochterfirmen und unterhält Vertretungen in 40 Ländern.

Zu den Hauptkunden des in dritter Generation geführten Familienunternehmens gehören vor allem Maschinenhersteller sowie der Automobilbau mit all seinen Zulieferern. Darunter finden sich alle großen Namen: Daimler, BMW und VW, aber auch Liebherr, Boehringer oder Traub.

Wie erklärt sich der Firmenchef den Erfolg der schwäbischen Weltfirma Hainbuch? „Man muss wissen, was die Kunden wollen und sie absolut ernst nehmen, vor allem, wenn sie etwas reklamieren, hier muss man schnell und unbürokratisch reagieren. Darüber hinaus kann man das festmachen an ganz normalen menschi-



chen Tugenden: Fleiß, Neugierde, Beharrlichkeit, gepaart mit Überzeugungskraft. Wissen ist wichtig, reicht aber nicht aus.“ Dafür braucht es hochqualifizierte und motivierte Fachkräfte sowie eine stimmige Arbeitsatmosphäre. Für seine langjährigen und beispielhaften Ausbildungsaktivitäten und seine wirtschaftlichen Erfolge hat Hainbuch 2010 den Goldjupiter erhalten, einen der höchsten Wirtschaftspreise, der in Deutschland vergeben wird. (asm)

hainbuch.com

Eine schwäbische Briefkastenfirma

Renz aus Kirchberg an der Murr ist europäischer Marktführer für professionelle Briefkastenanlagen

Zum Glück für die Renz Metallwarenfabrik aus Kirchberg an der Murr bleibt das papierlose Büro eine Fiktion. Denn die Firma entwickelt und produziert professionelle Briefkastenanlagen für besondere Anforderungen. Ob es sich um Aufhängekästen, freistehende Objekte oder Mauerdurchwürfe handelt – Renz bietet Farben, Formen und Oberflächen mit fast grenzenlosen Kombinationsmöglichkeiten

ebenso wie Sonderanfertigungen. Mit diesem Sortiment gelang in den vergangenen 50 Jahren der Aufstieg zum europäischen Marktführer.

Seit 1999 führt Armin Renz als Vertreter der dritten Generation die Geschäfte. Als zentrale Erfolgsfaktoren wertet er den Einsatz modernster Technologien, Detailverliebtheit und ausgezeichneten Service. So verzichtet die Firma beim Briefkastengehäuse konsequent auf Schweißpunkte. Alles ist gefalzt und genietet – einmalig im Briefkastenbau. Ebenso hochwertig ist das verarbeitete Material: Wie in der Autoindustrie kommt Galvanblech zum Einsatz, das wegen des hohen Aluminiumanteils höchste Korrosionsbeständigkeit garantiert. „Unsere etwa 450 qualifizierten Mitarbeiter arbeiten mit modernsten Maschinen und Einrichtungen und garantieren höchsten Fertigungsstandard und optimalen Service“, verspricht der Firmenchef. Kunden sind vor allem Großhändler, die Handwerker wie Schlosser, Fensterbauer und Elektriker beliefern.

Oft reicht ein Metallgehäuse mit Einwurfklappe und Namensschild nicht aus. So benötigen Banken Behältnisse mit speziellen Einwüfen, die gegen Diebstahl geschützt sind. Kästen für Autohäuser mit Tag- und-Nacht-Reparaturannahme sind mit einem Zylinderschloss, Aufbohrschutz und einer Dreipunktverriegelung ausgestattet. Manche Briefkästen wissen gar, was die Stunde geschlagen hat: Fristensachen beim Gericht oder beim Finanzamt, die zu spät kommen, werden automatisch per Zeitschaltuhr aussortiert.

Mit der jüngsten Übernahme des dänischen Briefkastenherstellers ME-FA hat Renz sein Sortiment erweitert und nimmt fortan auch Privatleute ins Visier. „Wir wollen unseren Marktanteil in Skandinavien und anderen internationalen Märkten erhöhen. Hochwertiges Design wird dabei eine Schlüsselrolle spielen.“ (asm)

renz-net.de



Renz



Eine neue Generation von Brauereianlagen der Ludwigsburger Firma Ziemann nutzt Reststoffe, die beim Bierbrauen übrig bleiben, zur Energieerzeugung – eines der vielen Beispiele, wie Unternehmen aus der Region Stuttgart mit nachhaltigem Handeln langfristigen Erfolg sichern.

Firmen in der Region Stuttgart haben mit verantwortlicher Unternehmensführung nachhaltig Erfolg

Auf lange Sicht

Shareholder-Value und Quartalsberichte sind in Misskredit geraten. Nach der weltweiten Wirtschaftskrise wird die Forderung nach einem Unternehmertum, das sich nicht zuerst am schnellen Gewinn orientiert, immer lauter. Unternehmen sehen nachhaltiges Wirtschaften zunehmend als Chance, sich im Wettbewerb dauerhaft zu behaupten. Für viele Firmen in der Region Stuttgart ist gesellschaftliche und ökologische Verantwortung seit jeher kein Luxusgut, sondern fester Bestandteil ihrer Unternehmenskultur.

Im Jahr 1991 revolutionierte die Alfred Ritter GmbH aus Waldenbuch die Verpackung ihrer charakteristischen Schokoladenquadrate. Die Firma ersetzte das zuvor verwendete Verbundmaterial durch eine Verpackung, die nur noch aus einem einzigen Material bestand. So wurden die bunten Hüllen wesentlich leichter und vollständig recyclingfähig. Damit sanken Restmüllaufkommen und Lkw-Abgase, Ritter spart jährlich über 1.000 Tonnen Material und erhebliche Transportkosten ein. Diese Umstellung ist ein Baustein der nachhaltigen Strategie des Unternehmens. Zur Strom- und Wärmeerzeugung nutzt der Schokoladenhersteller das eigene Blockheizkraftwerk und eine Solaranlage.

„Unser oberstes Ziel ist es, die Existenz des Unternehmens langfristig zu sichern und die damit verbundenen Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter zu erhalten“, bringt der Eigentümer und Vorsitzende der Geschäftsführung, Alfred Theodor Ritter, seine Unternehmensphilosophie auf den Punkt. Wie sich ökologische, soziale und wirtschaftliche Gesichtspunkte gewinnbringend ergänzen, zeigt auch die langjährige Unterstützung seiner Firma für ein Entwicklungsprojekt in Nicaragua. Das Projekt fördert die nachhaltige landwirtschaftliche Nutzung des bedrohten Regenwaldgebiets, ermöglicht den Bauern, sich eine solide Existenz aufzubauen, während Ritter einen zuverlässigen Vertrags- und Lieferpartner für biologisch angebauten Kakao gewonnen hat – eine perfekte Win-Win-Situation.

Globalisierung, Klimawandel, Ressourcenknappheit, demografischer Wandel und eine immer kritischere Öffentlichkeit stellen Firmen vor neue Herausforderungen. Hier setzt nachhaltiges Wirtschaften als eine unternehmerische Strategie für den langfristigen Erfolg an. „Nachhaltiges Wirtschaften“ bezeichnet eine gesellschaftlich verantwortliche Unternehmensführung, heute oft mit dem englischen Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) wiedergegeben, die den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg strategisch mit ökologischen und sozialen Aspekten verknüpft. Eine Studie im Auftrag der Vereinten Nationen und der Unternehmensberatung Accenture offenbart, wohin die Reise geht: 93 Prozent der 800 weltweit befragten Firmenlenker zeigten sich überzeugt, dass Nachhaltigkeit von zentraler Bedeu-

tung für den zukünftigen Erfolg ihres Unternehmens sei. Das kommt auch bei den Kunden an: Gut gestylt die Welt verbessern – das gehört heute zum guten Ton und darf gerne etwas kosten. Auf jährlich 200 Milliarden Euro schätzt der Umweltökonom Prof. Dr. Werner F. Schulz von der Universität Hohenheim die Kaufkraft von besonders bewusst konsumierenden Haushalten allein in Deutschland (siehe Interview S. 10/11).

Von Nachhaltigkeit profitieren alle Seiten

In der Region Stuttgart ist der Gedanke nachhaltigen Wirtschaftens schon alleine wegen der großen Anzahl von Familienunternehmen mit den dazugehörigen Gründerpersönlichkeiten historisch stark verwurzelt. Viele Studien belegen, dass unabhängige Firmen mit der Möglichkeit, in langen Zeiträumen zu denken und zu planen, überdurchschnittlich erfolgreich sind. Robert Bosch prägte für sich und seine Firma den Leitsatz: „Die anständigste Art der Geschäftsführung ist auch die beständigste“ (Kasten S. 12). Auch die Tatsache, dass die Region Stuttgart eine Hochburg der Anthroposophie mit der weltweit ersten Waldorfschule ist, hat in der Unternehmenslandschaft Spuren hinterlassen. Hiesige Firmen mit anthroposophisch orientierten Gründern sind seit vielen Jahren erfolgreich am Markt, wie der Automobilzulieferer Mahle, der Hersteller von Holzspielzeug Ostheimer oder die Firma Wala.

Wala mit Sitz in Bad Boll stellt anthroposophische Arzneimittel und Naturkosmetika her, die unter dem Markennamen des Gründers, Dr. Hauschka, weltweit erfolgreich sind. Auch Hollywood-Stars wie Julia Roberts bekennen sich zu dieser Marke. „Bei uns ist der Gedanke der Nachhaltigkeit in die gesamte Wertschöpfungskette integriert“, erläutert der Unternehmenssprecher Antal Adam. Alle verwendeten Rohstoffe stammen aus eigenem biologisch-dynamischem Anbau oder von entsprechend zertifizierten Lieferanten. Um Sheabutter herzustellen, kaufte das Unternehmen früher Nüsse, um sie hier weiterzuverarbeiten. Mittlerweile kauft Wala das fertige Produkt von einer Genossenschaft in Burkina Faso. Davon profitieren beide Seiten – Wala hat niedrigere Transportkosten und die Bauern im Herkunftsland eine höhere Wertschöpfung.

titelthema

Werner F. Schulz

179: Nachhaltige Unternehmensführung ist zurzeit in aller Munde. Ist das nicht alter Wein in neuen Schläuchen?

Schulz: Ja und nein. Der Begriff der Nachhaltigkeit ist keine Erfindung unserer Zeit. Der Gedanke des sorgfältigen Umgangs mit knappen Rohstoffen ist schon sehr alt, wie zum Beispiel das „Gesetz des ewigen Waldes“ aus der Forstwirtschaft. Danach darf nicht mehr Holz geschlagen werden, als nachwächst. Zu einem richtigen Top-Thema ist nachhaltiges Wirtschaften aber erst seit einigen Jahren geworden.

Wie erklären Sie sich diese Entwicklung?

Ausgangspunkt für die wachsende Popularität nachhaltigen Wirtschaftens ist zunächst die unumstößliche Tatsache, dass die ökonomischen, sozialen und ökologischen Herausforderungen ständig zunehmen. Allein der ökologische Fußabdruck zeigt, dass die Menschheit heute in einem Jahr mehr natürliche Ressourcen verbraucht, als die Erde in diesem Zeitraum regenerieren kann. All das hat zur Folge, dass Gesetzgeber, Verbraucher und Öffentlichkeit immer stärker auch von Unternehmen verlangen, nachhaltiger zu wirtschaften.

Wie lässt sich echte Nachhaltigkeit von reinen Marketing-Offensiven unterscheiden, die sich ein grünes Mäntelchen umhängen – das sogenannte Green-Washing?

Eine treffsichere Aussage zum Ob und Wie ökologischer Schönfärberei ist nicht ganz einfach, weil allgemein anerkannte Kriterien zur Unterscheidung immer noch fehlen. Als ein wichtiges Differenzierungsmerkmal beim nachhaltigen Wirtschaften gelten die inzwischen recht häufig eingesetzten Umweltmanagementsysteme gemäß ISO 14001 und EMAS. Insbesondere die recht anspruchsvolle europäische EMAS-Verordnung zum betrieblichen Umweltmanagement signalisiert, dass die teilnehmenden Unternehmen einen überprüfbaren Beitrag zur kontinuierlichen Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes leisten.

In der Region Stuttgart gibt es viele erfolgreiche Familienunternehmen, die sich durch verantwortliche Unternehmensführung auszeichnen. Wie lässt sich das erklären?

Solchen Unternehmen ist es oft über Generationen hinweg in besonderem Maße gelungen, entscheidende Erfolgsfaktoren wie Unternehmenskultur, Innovations-, Kunden- und Qualitätsorientierung dauerhaft im Blick zu behalten. Gepaart mit den schwäbischen Tugenden Sparsamkeit

und Erfindergeist ist der Schritt zu einer nachhaltigen Wirtschaftsweise nicht mehr weit.

Wie wirkt sich nachhaltige Unternehmensführung auf den Wert eines Unternehmens aus?

Seit geraumer Zeit legen wissenschaftliche Studien den Schluss nahe, dass eine nachhaltige Wirtschaftsweise den Unternehmenswert steigert. Ein Beispiel: Während des gesamten Zeitraums von 1993 bis 2008 schnitten die Dow Jones Nachhaltigkeits-Indizes überdurchschnittlich ab. Die dort notierten Unternehmen werden nach strikten Nachhaltigkeitskriterien ausgewählt und nur die besten zehn Prozent einer Branche aufgenommen.

Sie haben Nachhaltigkeit als einen Megatrend der Zukunft identifiziert. Ist nachhaltiges Wirtschaften der Königsweg für Unternehmen mit Zukunft?

Die Megatrends der Nachhaltigkeit wie Klimawandel, Ressourcenverknappung und demografischer Wandel sind Bedrohung und Chance in einem. Ein Risiko stellen beispielsweise steigende Energie- und Rohstoffpreise sowie der Fachkräftemangel dar. Diese Entwicklungen bedrohen die herkömmlichen Geschäftsmodelle, können aber auch in neue Geschäftschancen umgemünzt werden: Märkte für regenerative Energietechnologien und effiziente

„Wir versuchen Ressourcenverbrauch und Umsatzwachstum zu entkoppeln“, erklärt Adam. So wird Regenwasser als Kühlwasser und für die Toilettenspülung genutzt und Strom zu 100 Prozent aus Wasserkraft gewonnen.

Seit 1986 ist Wala zudem ein Stiftungsunternehmen. Ähnlich organisiert sind Weltunternehmen wie Bosch oder die Putzmeister AG. Dieses Modell verhindert, dass die Firma verkauft wird und garantiert, dass Gewinne ständig in den Betrieb investiert werden – eine klassische Form der betriebswirtschaftlichen Nachhaltigkeit, die sich vorzugsweise in Familienunternehmen findet.

Produktionsprozesse im Visier

Vom Trend zum nachhaltigen Wirtschaften profitieren auch die Unternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus in der Region Stuttgart. Der Branche kommt eine Schlüsselrolle bei der Steigerung der Rohstoff- und Energieeffizienz zu. Laut einer Studie des Branchenverbands VDMA sparen Unternehmen weltweit mit Maschinen und Anlagen „Made in Germany“ heute im Vergleich zu vor zehn Jahren eine Energiemenge, die dem jährlichen Stromverbrauch aller privaten Haushalte in Deutschland, Österreich und der Schweiz entspricht. „Ressourcen-

effizienz ist ein wichtiges Differenzierungsmerkmal unserer Produkte im internationalen Wettbewerb. Für unsere Kunden zählt nicht allein der Kaufpreis, entscheidend sind alle Kosten, die während des Produktlebenszyklus anfallen“, erläutert Dr. Mathias Kammüller, geschäftsführender Gesellschafter beim Maschinenbauer und Lasertechnikspezialist Trumpf. Das Unternehmen aus Ditzingen hat durch bessere Stand-by-Funktionen, Abschaltautomatiken, moderne Antriebe und neue Technologien wie den Diodenlaser den Stromverbrauch seiner Produkte um bis zu 90 Prozent gesenkt. Ähnliches gilt für den Materialverbrauch: Die Stanz- und Lasermaschinen produzieren weniger Verschnitt, Sensoren stellen bei den Biegemaschinen sicher, dass schon das erste bearbeitete Teil verwendet werden kann.

Vom weltweit gestiegenen Interesse an nachhaltigen Produktionsprozessen profitiert auch die Ziemann Gruppe. Das Unternehmen aus Ludwigsburg stellt seit mehr als 150 Jahren Brauereianlagen her – und hat eigens einen Geschäftsbereich für energieeffiziente Produkte gegründet. „Mit Ziemann Energy haben wir das Ohr am Puls neuer, regenerativer Methoden der Energieerzeugung und machen sie für unsere Brauereianlagen nutzbar“, erklärt Oliver Wüst, Bereichsleiter der neuen Firmensparte. Im Fokus steht die Entwicklung der so-

Antriebe, Weiterbildung für ältere Angestellte oder ressourcensparende Innovationen stehen den genannten Risiken als wirtschaftliche Chancen gegenüber.

Wie setzen Sie Nachhaltigkeit an Ihrem Lehrstuhl um?

Zunächst bemühen wir uns, ein möglichst praxisnahes Lehrangebot zu entwickeln, um die Nachwuchsführungskräfte von einer ökoeffizienteren Wirtschaftsweise zu überzeugen. Außerdem hinterfragen wir täglich, wie wir unseren eigenen ökolo-

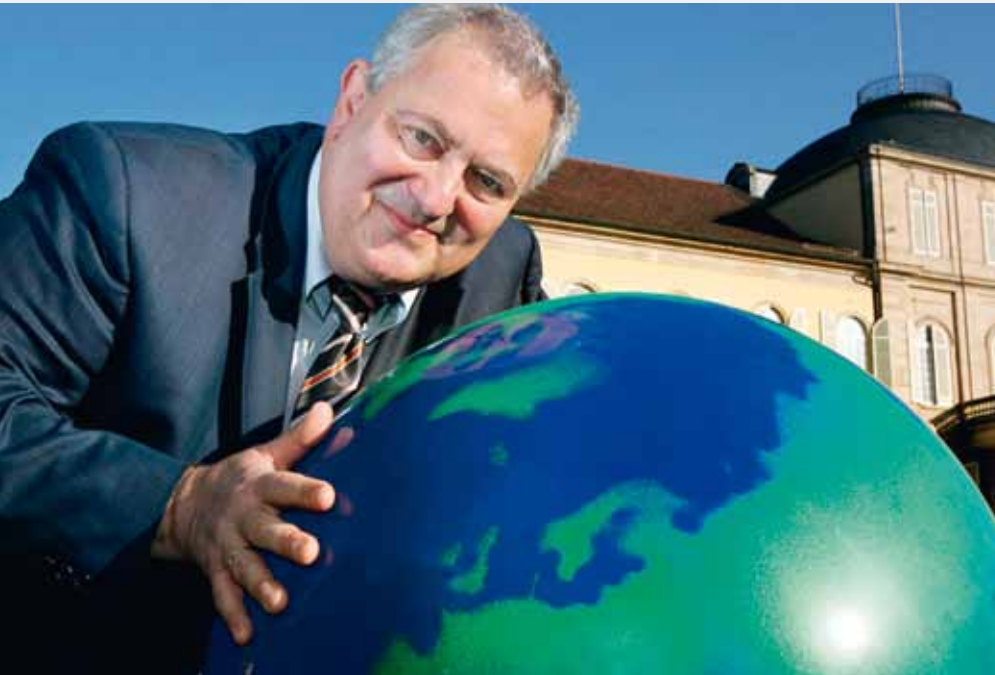
gischen Fußabdruck etwa durch Energieeinsparung, geringeren Wasser- und Materialverbrauch reduzieren können. Bei den durch den Lehrstuhl verursachten Treibhausgasen gehen wir noch einen Schritt weiter und versuchen, unseren Verantwortungsbereich so oft wie möglich klimaneutral zu gestalten, indem wir unsere Emissionen an Treibhausgasen mit freiwilligen Ausgleichsmaßnahmen, insbesondere durch Projekte im Bereich der Erneuerbaren Energien, kompensieren.

Die Fragen stellte Denise Nüssle

Werner F. Schulz, Professor für Umweltmanagement an der Universität Hohenheim

Geboren 1952 in Eisligen/Fils, studierte Werner F. Schulz Volkswirtschaftslehre an der Technischen Universität Berlin und arbeitete dort anschließend als Assistent. Von 1985 bis 1999 war er in unterschiedlichen Funktionen im Umweltbundesamt tätig und leitete zuletzt das Fachgebiet „Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Umweltfragen“.

1998 erhielt er einen Ruf von der Universität Hohenheim auf den Lehrstuhl für Umweltmanagement. Gleichzeitig lehrte er bis Ende 2009 an der Privaten Universität Witten/Herdecke integrative Umweltökonomie. Schulz ist bis heute in umweltpolitischen Gremien auf nationaler und internationaler Ebene vertreten und lehrt auch an der Eberhard Karls Universität in Tübingen. Er hat rund 350 Publikationen zu volks- und betriebswirtschaftlichen Fragen des Umweltschutzes veröffentlicht.



genannten No-Waste-Brewery, die getreu dem Motto arbeitet: Nichts wegwerfen, was man noch verwenden kann. Reststoffe aus der Bierproduktion werden auf ein Minimum reduziert und der Malztreber zur Energiegewinnung verwendet. So wird bei diesem neuen Typ von Brauereianlagen mehr als die Hälfte des Energie- und Wärmebedarfs aus regenerativen Quellen gedeckt.

Zufriedene Mitarbeiter sind innovativer

Nachhaltiges Wirtschaften in seiner Gesamtheit steigert auf lange Sicht auch die Wettbewerbsfähigkeit: „Viele Strategien und Maßnahmen aus dem Bereich verantwortungsbewusster Unternehmensführung zielen auf Verbesserung der Zufriedenheit von Mitarbeitern und Kunden ab. Richtig eingesetzt, wird dadurch meist die Leistungsfähigkeit, Teamfähigkeit und Innovationsfreude der Belegschaft erhöht“, erläutert Henry Schäfer, Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Finanzwirtschaft an der Universität Stuttgart. Gerade kleine und mittlere Familienunternehmen sind für ihren Erfolg auf Innovationskraft und Innovationstempo angewiesen. Ob Wiesheu aus Affalterbach, der europäische Marktführer für Ladenbacköfen; das auf Sicherheitslösungen spezialisierte Unternehmen für Automatisierungstechnik Pilz aus Ostfildern; die ebenfalls dort angesiedelte Firma Schopf

Maschinenbau, die Schleppfahrzeuge für Flugzeuge in alle Welt exportiert, oder Holmenkol Sport-Technologies aus Ditzingen, der älteste Skiwachshersteller der Welt: Die Region Stuttgart kennt solche Beispiele in Hülle und Fülle. Firmen mit einer derart innovationsorientierten Strategie machen die baden-württembergische Hauptstadtregion seit Jahrzehnten zum Patentweltmeister – auch und gerade weil sie ihre Mitarbeiter pflegen.

So zeigen Untersuchungen immer wieder, dass Unternehmen, die sich für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf engagieren, eine bessere Zukunft haben. Eine Studie des Bundesfamilienministeriums bestätigt, dass Investitionen auf diesem Sektor in den Rang eines Wettbewerbs- und Standortfaktors aufgerückt sind und die Attraktivität eines Arbeitgebers maßgeblich beeinflussen. Für mehr als die Hälfte der befragten jungen Eltern spielt demnach die Vereinbarung von Beruf und Familie eine ebenso wichtige Rolle wie das Gehalt.

Beruf und Familie in Einklang bringen

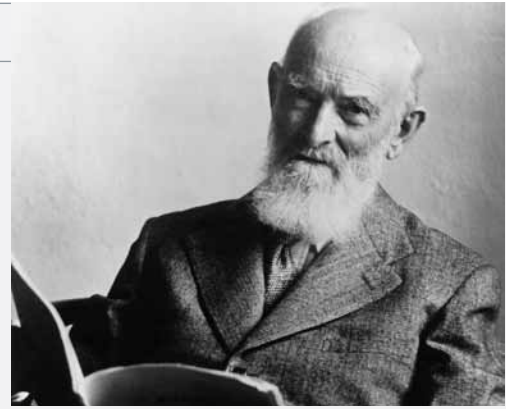
Auch auf diesem Feld finden sich viele Vorreiter in der Region. Beim Stuttgarter Kabelspezialisten Lapp Kabel profitieren die Mitarbeiter von flexiblen Arbeitszeitmodel-

Robert Bosch – Pionier des sozialen Unternehmertums

Im Jahr 1886 gründete Robert Bosch die „Werkstätte für Feinmechanik und Elektrotechnik“ in Stuttgart. Qualitativ hochwertige Produkte, gezielte Investitionen in Zukunftstechnologien und ein auf Vertrauen basierendes Geschäftsethos ließen die kleine Werkstatt zum heute weltweit größten Automobilzulieferer aufsteigen.

Wirtschaftlicher Erfolg war für Robert Bosch untrennbar verbunden mit der Übernahme sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung. Als einer der ersten deutschen Unternehmer führte er schon 1906 den achtstündigen Arbeitstag ein und investierte gezielt in die Aus- und

Weiterbildung seiner Mitarbeiter. Gleichzeitig zählte er zu den größten gemeinnützigen Stiftern seiner Zeit: Er spendete der Technischen Hochschule Stuttgart eine Million Mark, stiftete das noch heute bestehende Robert-Bosch-Krankenhaus und setzte sich als überzeugter Demokrat für die Aussöhnung mit Frankreich und den dauerhaften Frieden in Europa ein. Auch über seinen Tod hinaus wollte Robert Bosch die langfristige Sicherung der unternehmerischen Unabhängigkeit und den Einsatz der Unternehmensgewinne für soziale Zwecke gewahrt wissen. Bis heute hält deshalb die gemeinnützige Robert Bosch Stiftung mehr als 90 Prozent des Stammkapitals der Robert Bosch



Bosch

GmbH und engagiert sich im Sinne des Unternehmensgründers für die Völkerverständigung, Gesundheitspflege, für Bildung und Erziehung, Kunst, Kultur und Wissenschaften. (nus)

len, die an die Öffnungszeiten der örtlichen Kindertagesstätten angepasst sind. „Familiensinn ist seit Jahrzehnten ein wichtiger Bestandteil unserer Firmenkultur“, bestätigt die Unternehmensgründerin Ursula Ida Lapp. Im Dachverband Kind e.V. engagiert sich das Familienunternehmen mit 2.600 Mitarbeitern für den weiteren Ausbau von Betreuungseinrichtungen mit flexiblen und bedarfsgerechten Öffnungszeiten.

Auch Programme zur betrieblichen Gesundheitsförderung sind Bestandteil einer nachhaltigen Personalpolitik. In einer Arbeitswelt mit steigenden Anforderungen, arbeitsbedingtem Stress und einseitigen Belastungen tragen gesunde und motivierte Mitarbeiter entscheidend zum Unternehmenserfolg bei. Das bestätigt Tobias Rehder, Geschäftsführer des Handwerksunternehmens Türenmann in Stuttgart. Seit mehreren Jahren übernimmt der Betrieb für seine mehr als 40 Mitarbeiter unter anderem die Kosten für individuelle Trainingseinheiten in einem medizinischen Sportstudio. Damit konnten allein die Ausfälle wegen Rückenproblemen erheblich reduziert werden. „Mitarbeiter, die das Gefühl haben, dass ihr Unternehmen etwas für sie tut, sind motivierter und engagierter. Hier zu investieren, zahlt sich langfristig aus“, ist Rehder überzeugt.

Mitarbeiter finden und halten

Als einer der führenden Hightech-Standorte Europas ist die Region Stuttgart besonders auf qualifizierte Mitarbeiter angewiesen – gerade in Zeiten, in denen sich der Mangel an Fachkräften im Zuge des demografischen Wandels weiter verschärfen wird. Der Ingenieurdienstleister Fahrion Engineering aus Kornwestheim mit derzeit knapp 100 Mitarbeitern bindet auch die erfahrenen Leistungsträger mit langjährigem Know-how an das Unternehmen. Die Firma stellt gezielt ältere Ingenieure, Techniker und Meister ein – in den letzten drei Jahren allein 20 Kollegen. Sie durchlaufen zunächst eine individuelle Einarbeitungsphase oder arbeiten gleich in einem

altersgemischten Projektteam. „Damit haben wir ausgezeichnete Erfahrungen gemacht. Die Generation der über 50-Jährigen bringt einen unbezahlbaren Schatz an Wissen und Erfahrungen mit“, erläutert der Geschäftsführer Otmar Fahrion. Bei der Betreuung von Auslandsprojekten über einen längeren Zeitraum seien ältere Mitarbeiter zudem oft flexibler als ihre jüngeren Kollegen, die erst eine Familie gegründet haben.

Nachhaltig ausgerichtete Unternehmen investieren in die Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiter und versuchen auch in schlechteren Zeiten, wertvolles Wissen im Unternehmen zu halten. So hat die Ditzinger Trumpf-Gruppe die Kurzarbeitsphase während der Krise genutzt, um Mitarbeiter intensiv weiterzubilden. Mit einem Pakt für Beschäftigungssicherung bis Ende 2011 geht die Firma noch einen Schritt weiter, um Expertenwissen an Bord zu halten. „Als Familienunternehmen haben wir uns unseren Mitarbeitern gegenüber immer verantwortlich und verbunden gefühlt. Das hat uns auch gut durch die Krise gebracht und sichert uns eine gute Ausgangsbasis im beginnenden Aufschwung“, erklärt die Vorsitzende der Geschäftsführung, Dr. Nicola Leibinger-Kammüller, die langfristige Orientierung der Personalpolitik.

Den Nachwuchs stärken

Viele Betriebe nehmen auch potenzielle Nachwuchskräfte früh ins Visier. Durch Bildungspartnerschaften mit Schulen vor Ort präsentieren sie sich als attraktive und verantwortungsbewusste Arbeitgeber. In der Region Stuttgart gibt es aktuell rund 300 solcher Kooperationen. Mit praktischem Unterricht im Unternehmen macht der Automobilzulieferer Modine Europe aus Filderstadt Technik für Kinder greifbar, während der Sensorenspezialist Balluff mittels Benimm- und Bewerbungstrainings den Schülern beim Übergang in die Berufswelt hilft. Beim Salacher Anbieter für Elektro- und Kommunikationstechnik Heldele ist die systematische Nachwuchsförderung seit 2003 ein elementarer Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Nachhaltiges Wirtschaften im Fokus der Forschung

Auch die Hochschulen in der Region Stuttgart beschäftigen sich mit ausgewählten Aspekten verantwortlicher Unternehmensführung. Einige Beispiele:

Erfolgreich mit Umweltmanagement

Der Lehrstuhl für Umweltmanagement an der Universität Hohenheim untersucht, wie Firmen durch betrieblichen Umweltschutz langfristig ökologisch und ökonomisch profitieren. Weitere Forschungsschwerpunkte sind betriebliche Nachhaltigkeitskommunikation sowie Strategien zur Kommunikation von Nachhaltigkeitsthemen in den Massenmedien (Interview S. 10/11).

umho.uni-hohenheim.de

Unternehmensnachwuchs mit Werten

Der Stiftungslehrstuhl Entrepreneurship an der Universität Hohenheim erforscht das mittelständische Unternehmertum in der Region Stuttgart und macht es fit für die Zukunft. Der Lehrstuhl vermittelt fächerübergreifendes unternehmerisches Wissen mit Praxisbezug und unterstützt Unternehmensgründungen an und aus der Universität heraus. Er ist eine Stiftung des Putzmeister-Gründers und Aufsichtsratsvorsitzenden Karl Schlecht (Porträt S. 14/15).

seh.uni-hohenheim.de

CSR-Ratings unter der Lupe

Mit der Internetplattform ARGUS bringt die Abteilung für Finanzwirtschaft des Betriebswirtschaftlichen Instituts an der Universität Stuttgart Transparenz in den Dschungel der Nachhaltigkeitsratings. Die Plattform bietet Unternehmen und Investoren Informationen über CSR-Ratings und stellt die unterschiedlichen Rating-Anbieter sowie deren Methoden vor.

argus-responsibility.de

Heldele schickt Auszubildende in die Schulen und organisiert nicht nur Schülerpraktika, sondern auch Informations- und Weiterbildungsangebote für Lehrer und Eltern. „Nur so können wir uns auf einem zunehmend umkämpften Markt als attraktiver Ausbildungsbetrieb positionieren und die besten Schulabgänger als Nachwuchskräfte gewinnen“, erklärt Heldele-Geschäftsführer Bernd Forstreuter.

Gleichmaßen engagieren sich Firmen auf universitärer Ebene für den Nachwuchs – mit einem reichhaltigen Angebot an Praktika, Abschlussarbeiten und Hochschulkooperationen. Die Festo AG aus Esslingen hat vor drei Jahren den ersten firmeneigenen Bildungsfonds aufgelegt, der besonders begabte Studierende unterstützt. Der Putzmeister-Gründer Karl Schlecht hat den Stiftungslehrstuhl für Entrepreneurship an der Universität Hohenheim ins Leben gerufen, um verantwortungsvolles Unternehmertum zu fördern. Er ist sich sicher: Kurzfristiger Erfolg bringt nur wenigen etwas ein, langfristig ausgelegtes Handeln hingegen nützt allen Menschen (Porträt S. 14/15).

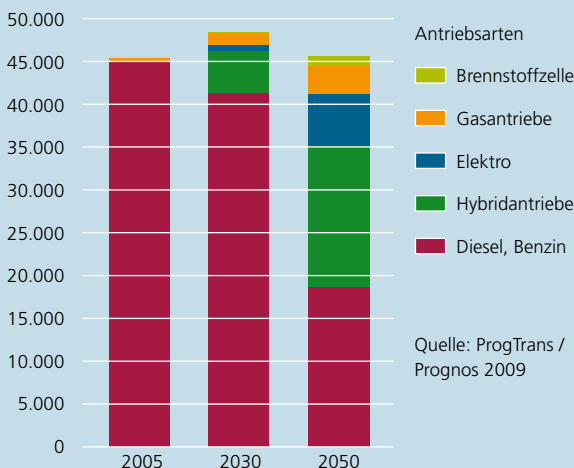
Wala-Gründer Dr. Rudolf Hauschka war sogar davon überzeugt, dass der eigentliche Sinn des Geldverdienens darin läge, mit dem erzielten Gewinn neue Ideen zu verwirklichen.

Das Konzept der Nachhaltigkeit spielt auch eine Schlüsselrolle bei der wirtschaftspolitischen Strategie 2020, in der die Region Stuttgart ihre Leitlinien und Schwerpunkte für die nächsten zehn Jahre formuliert (Kasten unten). „Nachhaltigkeit im Sinne einer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung war in unserer Region schon immer zu Hause und hat mit der Krise neue Bedeutung gewonnen. Hier muss auch die Wirtschaftsförderung aktiv werden“, betont Dr. Walter Rogg, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS), und ergänzt: „Vielleicht ist es mehr als ein Zufall, jedenfalls ist es typisch, dass ausgerechnet die Diözese Rottenburg-Stuttgart die erste kirchliche Unternehmensberatung in Deutschland gegründet hat.“

Denise Nüssle und Astrid Schlupp-Melchinger

Steigende Bedeutung von alternativen Antriebsarten

Fahrzeugbestände Pkw nach Antriebsarten in Deutschland in Tausend



Region im Wandel – nachhaltig erneuern!

In der von der Regionalversammlung verabschiedeten „Wirtschaftspolitischen Strategie 2020“ hat die Region Stuttgart ihre Leitlinien und Schwerpunkte für die Wirtschaftsförderung formuliert. Angesichts des rasanten technologischen Wandels, steigenden Globalisierungsdrucks, drohender Fachkräfte-Knappheit und des Klimawandels steht die Strategie unter der Prämisse einer wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltigen Ausrichtung der regionalen Wirtschaft.

So betont das Papier die Chancen, die für den regionalen Fahrzeugbau-Cluster mit dem Trend zu umweltfreundlicheren Antriebstechnologien wie Hybrid, Batterie oder Brennstoffzelle verbunden sind. Die regionale Wirtschaftsförderung unterstützt deshalb in mehreren Projekten Zulieferbetriebe dabei, frühzeitig in diese neuen Technologien einzusteigen, sie technologisch mit innovativen Produkten und Ideen voranzutreiben und so mittel- und langfristig den Schutz der Umwelt mit wirtschaftlichen Erfolgen und dem Erhalt von Arbeitsplätzen zu verknüpfen. (tos)

Der gute Herr Schlecht

Karl Schlecht gehört zu den Tüftlern, die das Land groß gemacht haben. 1958 baut er in einem Hinterhof auf den Fildern seine erste Mörtelmaschine. Es ist der Anfang des Putzmeister-Konzerns und die Geburtsstunde eines eigenwilligen Unternehmers. *Von Michael Ohnewald*

Irgendwann hatte er die Nase voll. Sein Rücken schmerzte, die Muskeln brannten. Karl Schlecht schuftete beim Vater, einem Gipser vom alten Schlag. Säcke mit Putz schleppte der Student in die oberen Stockwerke eines Rohbaus, wo er den Speis von Hand anrührte. „Wenn’s da bloß a Maschin’ gäb“, fluchte er vor sich hin.

Manchmal beginnen auf diese Art Geschichten schwäbischer Tüftler, und wenn es gut geht, steht ihr Name am Ende in einer Reihe mit Erfindern wie Bosch, Leibinger, Stihl oder Kärcher. Bei Karl Schlecht ist es gut gegangen. Der Sohn des Gipsermeisters Schlecht aus Bernhausen auf den Fildern konstruierte 1958 eine Verputzmaschine und nannte sie „P1“. Sie wurde zum Grundstock einer globalen Firmengruppe, die auf ihrem Gebiet an der Weltspitze steht.

„Die Menschen sind in ihrem friedlichen Zusammenleben auf elementare ethische Werte, auf Maßstäbe und Haltungen angewiesen.“

Mehr als 50 Jahre danach sitzt der Hilfsarbeiter von einst in einem schicken Büro der Putzmeister-Firmenzentrale in Aichtal bei Stuttgart und erzählt von einem Mann aus einfachen Verhältnissen. 78 Jahre alt ist er jetzt, Millionär, Marktführer, Hobbyphilosoph, Mäzen. Kurz gesagt, ein vorbildlicher Unternehmer. „Karl Schlecht ist ein großer Baden-Württemberger“, sagt Erwin Teufel, der frühere Ministerpräsident, über den Selfmademan, der sich mit innovativen Maschinen ganz nach oben pumpte.

Der Patriarch beißt in eine schwäbische Butterbrezel. Trotz aller Weltläufigkeit ist er auch kulinarisch eher bodenständig geblieben. Linsen mit Spätzle lässt er sich am liebsten von seiner Frau Brigitte servieren. „Freude ist der Sinn des Lebens“, sagt er und grinst. Schlecht kennt auch die andere Seite. Mit drei Schwestern in Bernhausen aufgewachsen, muss er hart anpacken, beim Großvater auf dem Bauernhof wie beim Vater im Gipserbetrieb. Der einzige Sohn darf Abitur machen und studieren. Er entscheidet sich für Maschinenbau und konstruiert mit 26 das Gerät seines Lebens.

Zwei Jahre später gründet der Karl auf dem elterlichen Hof die Firma KS-Maschinenbau. Der Dorfschmied formt die Rahmen seiner Apparate, der örtliche Elektriker zieht die Kabel und der Chef montiert in der Garage die Pumpeinheit. Im ersten Jahr produziert Schlecht 50 Verputzmaschinen, im nächsten Jahr sind es 100. 1961 baut er in Bernhausen sein erstes Produktionswerk und tauft das Unternehmen in „Putzmeister“ um.

Das Baugewerbe brummt, der Mittelständler wächst. Karl Schlecht fehlt der Drang zur Oberflächlichkeit. Er trifft die richtigen Entscheidungen und spezialisiert sich auch auf Betonmaschinen. Die graue Masse lässt sich maximal 150 Meter in die Höhe pumpen, heißt es in der Branche. Der schwäbische Maschinenbauer erbringt den Gegenbeweis. 1977 schaffen seine Powerpumpen beim Bau des Frankfurter Fernsehturms eine Förderhöhe von 310 Metern. Ein Jahr später sind es 380 Meter beim Gotthard-Tunnel in der Schweiz, 1994 knackt Putzmeister die 500-Meter-Marke beim Bau des Kraftwerks Riva del Garda in Italien. Inzwischen liegt der Rekord bei 610 Metern, erzielt am Burj Dubai Tower, dem höchsten Wolkenkratzer im Nahen Osten.

Wo im großen Stil gebaut wird, sind die Putzmeister-Ingenieure mit elektronisch gesteuerten Beton-, Injektions- und Abraumpumpen dabei: Eisenbahntunnel unter dem Ärmelkanal, Öresund-Brücke zwischen Dänemark und Schweden, Olympiabauten in Peking. Was Beschäftigte und Gewinn angeht, kennt Schlechts Firmengruppe über Jahrzehnte nur eine Richtung. 2008 feiert er sein 50-jähriges Firmenjubiläum. Bei dieser Gelegenheit übersteigt der Umsatz erstmals die Milliardengrenze. Weltweit arbeiten 4.200 Mitarbeiter für die schwäbische Firma.

Im operativen Geschäft mischt „KS“, wie ihn die Leute im Haus nennen, nicht mehr mit. 1998 hat er sein Unternehmen an die gemeinnützige Karl-Schlecht-Stiftung (KSG) übertragen, die 99 Prozent der Putzmeister-Aktien hält. Ein Prozent liegt bei der Karl-Schlecht-Familien-Stiftung (KSF), welche die unternehmerische Verantwortung trägt und 90 Prozent der Stimmrechte hat. Auf diese Weise glaubt der Gründer, sein Haus für die Zukunft ausgerichtet zu haben.



Putzmeister

An den Scheidewegen des Lebens stehen keine Wegweiser, auch nicht bei Karl Schlecht. Kurz nach dem Firmenjubiläum schlägt die Wirtschaftskrise voll durch. Die Bauboom-Märkte in Amerika und Spanien brechen fast vollständig zusammen, in Aichtal laufen Millionenverluste auf. Wäre Putzmeister in der Substanz nicht so gesund, sähe es duster aus. Der Umsatz halbiert sich, erstmals in der Firmengeschichte müssen Hunderte von Mitarbeitern gehen. Bittere Zeiten, auch für den Chef. Im Jahr 2010 hat Putzmeister die Talsohle erreicht. „Das Geschäft zieht wieder an“, sagt der Firmengründer, der als Ruheständler noch fast jeden Morgen ins Büro kommt, um sein Lebenswerk zu pflegen. Fünf Enkel hat er mittlerweile, aber sein wichtigstes Baby bleibt doch die Firma und was von ihr ausgeht.

Karl Schlecht verzieht sein Gesicht zu einem Lachen, das lautlos bleibt. Er ist bei seinem Lieblingsthema angelangt, beim Gewissen fürs Ganze. „Dienen, bessern, Werte schaffen“, ist sein Credo. Er vertritt es nicht nur nach außen, er lebt auch danach. Schlecht finanziert zwei Lehrstühle, einen für Unternehmertum an der Universität Hohenheim und einen für Windenergie am Institut für Flugzeugbau der Universität Stuttgart. Und dann ist da auch noch die Stiftung Weltethos um den Tübinger Theologen Hans Küng. Karl Schlecht gibt dafür Geld, weil er überzeugt ist, „dass die Menschen in ihrem friedlichen Zusammenleben auf elementare ethische Werte, auf Maßstäbe und Haltungen angewiesen sind“.

Wertebewusstsein ist für ihn auch im eigenen Unternehmen wichtig. Er nennt das mit schwäbischem Akzent „management by love“. Jeder Mitarbeiter soll den Putzmeister-Leitfaden mindestens einmal im Jahr lesen. In seitenlangen Abhandlungen mit hübschen Titeln wie „Sexy Six – sechs Kriterien für unternehmerisches Denken“ erklärt der Boss seiner Belegschaft, wie es sich verhält mit Umsatz und Grundsatz. Das eine ist für ihn ohne das andere nicht denkbar.

Karl Schlecht ruft seine Sekretärin. „Könnten Sie bitte noch ein Buch bringen?“ Sie weiß schon, was er meint. Erich Fromm. „Die Kunst des Liebens.“ Von diesem Buch, sagt er zum Abschied, habe er am meisten darüber gelernt, wie ein Unternehmen zu führen sei. Karl Schlecht begleitet seinen Besuch bis zum Aufzug. Wie er so lässig hinüberschlendert, wirkt der Patron in seinem blauen Anzug ein bisschen wie der alte Frank Sinatra. Fast hört man ihn singen. „I did it my way.“

Für seine Reportagen und Porträts ist Michael Ohnewald mit den renommiertesten Preisen ausgezeichnet worden, die im deutschen Journalismus vergeben werden. Für 179 porträtiert der Ludwigsburger Autor herausragende Unternehmer aus der Region.

Entscheidungen trifft die Hirnrinde

Was im Gehirn passiert, wenn ein Mensch über Alternativen entscheidet, ist noch weitgehend unbekannt. Forscher des Biologischen Instituts der Universität Stuttgart und des Max-Planck-Instituts für neurologische Forschung in Köln konnten nun zeigen, dass insbesondere der vorderste Teil der Hirnrinde, der Präfrontalkortex, aktiviert wird, wenn Kosten und Nutzen verschiedener Handlungsoptionen abzuwägen sind. Mithilfe moderner bildgebender Verfahren gelang es den Forschern erstmals, die Stoffwechselaktivität im Gehirn von Nagetieren bei komplexen kognitiven Leistungen zu messen.

Für die Untersuchung verabreichten die Wissenschaftler einer Laborratte zunächst eine Flüssigkeit mit Zuckermolekülen, die geladene Teilchen (Positronen) aussenden. Danach absolvierte das Tier verschiedene Aufgaben, in denen das Kosten-Nutzen-Verhältnis der zur Auswahl stehenden

Handlungsoptionen systematisch variiert wurde. Die markierten Zuckermoleküle reicherten sich vor allem in jenen Gehirnarealen an, deren Stoffwechselaktivität bei der Bewältigung der Aufgabe erhöht war. Im Anschluss daran wurde die Stoffwechselaktivität des Gehirns an der narkotisierten Laborratte bestimmt. So konnten die Forscher jene Hirnareale erkennen, deren Stoffwechselaktivität mit Kosten-Nutzen-Entscheidungen zusammenhängen.

Die Erkenntnisse sind auch für die Humanmedizin relevant, denn bei zahlreichen neurologischen und psychiatrischen Erkrankungen kommt es zu starken Störungen der Entscheidungsfindung. Interessant sind sie auch für andere Wissenschaftsdisziplinen, die sich mit Entscheidungsabläufen beschäftigen, etwa für die Psychologie und die Wirtschaftswissenschaften. (hel)

Welchen Energiemix wollen wir?

Sozialwissenschaftler der Universität Stuttgart erforschen die gesellschaftliche Akzeptanz klimaverträglicher Energiemixe. Der interdisziplinäre Forschungsschwerpunkt Risiko und nachhaltige Technikentwicklung (ZIRN) untersucht erstmals, wie Kombinationen verschiedener Energietechnologien von verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen wahrgenommen und bewertet werden. Ziel der Studie ist es, den Grad der Technikakzeptanz auf der Basis fundierter und informierter Urteilsbildung zu ermitteln. Die Teilnehmer erhalten leicht verständliche Informationen zu Technikoptionen und Energieportfolios. Auf dieser Basis diskutieren und bewerten sie dann die energiepolitischen Optionen im Kontext von klimapolitischen Zielsetzungen, verbraucherbezogenen Auswirkungen und den persönlichen Alltag betreffende Prioritäten. So ermitteln die Forscher, welche Energietechnologien und Energiemixe die Bürger unter Abwägung ihrer jeweiligen Vor- und Nachteile bevorzugen und für zukunftsfähig halten. (hel)

Fußball-WM für viele Firmen enttäuschend



Die Fußball-WM 2010 ist bei vielen deutschen Unternehmen weit hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Dies geht aus einer groß angelegten Langzeitstudie der Universität Hohenheim zur Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland hervor, die für die WM 2010 fortgesetzt wurde.

Der Studienleiter Prof. Dr. Markus Voeth erklärte, der Kauf von Fan-Artikeln sei deutlich geringer ausgefallen – trotz des Vuvuzela-Booms. Profitiert hätten dagegen der TV-Handel und Brauereien. WM-bezogene Werbung hätte sich nur bei Produkten mit Fußballbezug gelohnt,

nicht jedoch bei Branchen wie Mineralöl oder Finanzdienstleistungen. Da dieses Jahr mehr Firmen als 2006 in ihren Werbekampagnen auf Fußball gesetzt hätten, habe sich kaum ein Unternehmen damit erfolgreich positionieren können.

Teilweise habe die geballte WM-Werbung bei den Kunden gar Verärgerung ausgelöst. Für künftige sportliche Großereignisse rät der Marketing-Experte den Firmen, sehr genau zu prüfen, ob und in welcher Form sich ein Engagement lohnt. (hel)

Raumschiff mit Ecken und Kanten

Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) geht bei der Entwicklung eines künftigen Raumfahrzeuges neue Wege: Scharfe Ecken und Kanten anstatt runder Formen sollen den Wiedereintritt in die Erdatmosphäre billiger, sicherer und flexibler machen. Durch die scharfkantige Form könnte der Hitzeschild von SHEFEX II bei verbesserten aerodynamischen Eigenschaften einfacher und sicherer werden. „Das ermöglicht einen relativ einfach aufgebauten und damit kostengünstigen Raumgleiter, der wie ein Space Shuttle

auf einem normalen Flughafen oder kleinerem Flugfeld in Deutschland punktgenau landen kann“, sagt Projektleiter Hendrik Weihs vom DLR-Institut für Bauweisen- und Konstruktionsforschung in Stuttgart. „Deutschland nimmt damit bei fortschrittlichen Rückkehrsystemen eine Vorreiterrolle ein.“ Das zwei Meter lange Raumfahrzeug wird auf die Spitze einer zweistufigen Höhenrakete montiert und soll erstmals Anfang 2011 vom australischen Testgelände Woomera aus starten. (hel)



Feuer ohne Flamme

Die WS Reformer GmbH macht mit einem einzigartigen Verfahren aus Erdgas Wasserstoff

Flammenlose Verbrennung: Was auf den ersten Blick widersinnig klingt, setzt sich immer mehr durch, vor allem dort, wo hohe Temperaturen gebraucht werden. Mit einer ausgeklügelten Durchmischung von Brenngas, Luftsauerstoff und rückgeführtem Abgas kann bei Temperaturen über 850 °C eine flammenlose Oxidation aufrechterhalten werden. Der entscheidende Vorteil: Es wird kaum Stickoxid gebildet, eine aufwändige nachträgliche Abgasreinigung entfällt.

Entdeckt hat das Verfahren Anfang der 1990er Jahre der Renninger Ingenieur und Unternehmer Dr. Joachim Wüning und ihm einen einprägsamen Namen gegeben: FLOX. Seine Firma WS Wärme-prozesstechnik hat sich seit ihrer Gründung im Jahr 1982 auf energiesparende und schadstoffarme Brennersysteme für Industrieöfen spezialisiert, wie sie als Großanlagen beispielsweise in der Stahlindustrie benötigt werden. Bald entdeckte er, dass die flammenlose Verbrennung ebenfalls dazu geeignet war, Erdgas zu Wasserstoff zu reformieren – auch in kleineren Anlagen – und damit für die Brennstoffzellentechnologie nutzbar wurde.

Die Belohnung folgte auf dem Fuße: Seine auf Basis dieses Verfahrens konstruierte Anlage mit dem Namen FLOX-Reformer wurde im Jahr 2001 zum ersten Mal mit dem Innovationspreis Brennstoffzelle f-cell Award ausgezeichnet, den die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH und das Land Baden-Württemberg alljährlich ausschreiben. Der Preis war gleichzeitig der Startschuss für die Gründung der WS Reformer GmbH. Ein heute sechsköpfiges Team entwickelt und produziert seitdem in enger Zusammenarbeit mit dem Mutterunternehmen Anlagen, die Gas in Wasserstoff umwandeln. „Die Produkte von WS Reformer sind technologisch einzigartig und führend in der Produktreihe. Momentan ist Asien, speziell Korea, Taiwan und China, der dynamischste Markt, gefolgt von Europa und den USA“, berichtet der Geschäftsführer von WS Reformer, Dr. Hans-Peter Schmid.

Zu den Kunden des FLOX-Reformers gehören Elektronikkonzerne in Korea, Heizungshersteller in Deutschland sowie Brennstoffzellenhersteller in den USA, England, Dänemark und Italien. In Berlin und München wurde die Erdgasleitung angezapft, um Wasserstoff für Brennstoffzellenfahrzeuge herzustellen. Das am Klärwerk Emscher-Lippe entstehende Bio-



WS Reformer

gas wird ebenfalls mit Hilfe der Renninger Firma zu Wasserstoff umgewandelt.

Mit insgesamt rund 50 in Einzelfertigung hergestellten Reformern ist die WS Reformer GmbH ein Pionier in der Kommerzialisierung der Brennstoffzellentechnologie – dank der Marktnähe und strategischen Bedeutung des Produkts: „Unser FLOX-Reformer öffnet der Brennstoffzelle die Tür zum bestehenden Erdgasnetz und bietet unseren Kunden einen Schlüssel zum Aufbau von kostengünstigen und einfachen Brennstoffzellensystemen.“

So ähnlich hat das auch die Jury des f-cell Award 2010 gesehen: WS Reformer gehört bereits zum zweiten Mal zu den Preisträgern, weil der FLOX-Reformer das „Marktpotenzial der Brennstoffzelle“ erweitert. *(hel)*

wsreformer.com

entwickeln

wer hat's erfunden?

Brausepulver

Mit einem lauten „Zisch“ endeten im Januar 1925 die Experimente des Stuttgarter Kaufmanns Theodor Beltle mit Natron und Weinsäure. Als er Wasser zu der Mischung hinzugab, war ein späteres Kultgetränk geboren. Gemeinsam mit seinem Schwager Robert Friedel begann Beltle mit der Herstellung von Brause in den Geschmacksrichtungen Zitrone und Orange – zunächst noch in Tablettenform. Später brachte Brausepulver das Wasser noch schneller zum Blubbern. Die Geschmacksrichtungen Waldmeister und Himbeere kamen dazu, und das klassische Quartett, das sich bis heute gehalten hat, war komplett. Auch der fahnen-schwenkende Matrose zierte bereits in den Gründerjahren die Frigeo-Tüten, der Name Ahoj verstärkte die meeresfrische Anmutung.

International bekannt wurde die Marke 1979 durch eine bizarr-erotische Kino-Szene. In der Verfilmung von Günter Grass' Weltroman „Die Blechtrommel“ schleckte der kleine Oskar Matzerath Himbeerbrause aus dem Bauchnabel seines Kindermädchens.

Später bescherte der Retrokult Ahoj wieder ein gewaltiges Comeback. Heute produzieren 100 Beschäftigte, inzwischen unter dem Dach der Katjes-Gruppe, in Remshalden so viel Brause wie noch nie. Die knallbunten Tütchen sind von Kindergeburtstagspartys ebenso wenig wegzudenken wie von weniger jugendfreien nächtlichen Vergnügungen in Verbindung mit alkoholischen Getränken. *(som)*



Frigeo

Mit elf Mitarbeitern gehört die Fipart GmbH zu den kleinen Unternehmen in der Luft- und Raumfahrtbranche. Der Wirtschaftszweig beschäftigt in Baden-Württemberg rund 12.000 Menschen und erzielt einen Umsatz von 2,3 Milliarden Euro.



Die Fipart GmbH aus Leinfelden-Echterdingen betreibt einen digitalen Marktplatz für Ersatzteile und Zubehör für die Luft- und Raumfahrt

Suche Triebwerk, biete Höhenruder

In Leinfelden-Echterdingen steht eines der größten Lager für Flugzeugersatzteile und gebrauchtes Zubehör. Rund 21 Millionen Teile werden derzeit angeboten. Wer allerdings nach einer Riesenhalle Ausschau hält, in der Fluggasttreppen, Fahrwerke, Turbinen oder Spezialschrauben in langen Regalreihen auf Käufer warten, sucht vergeblich. Die Lagerhalle existiert nur virtuell. Alle Ersatzteile sind stattdessen auf der Internetseite www.fipart.com fein säuberlich gelistet und präsentieren sich potenziellen Kunden per Foto und Mausclick.

„Unsere Nutzer kommen aus über 150 Ländern. Daher ist auch der Vertrieb international aufgestellt. Unsere elf Mitarbeiter sprechen insgesamt neun verschiedene Sprachen.“

Andreas Lamprecht, Martin Rieger und Oliver Pauser haben vor drei Jahren den digitalen Marktplatz, der passenderweise im Airport-Center mit Blick auf den Stuttgarter Flughafen angesiedelt ist, als Business-to-Business-Lösung für die Luftfahrtindustrie aus der Taufe gehoben. Er und seine Partner hatten bereits Erfahrung im Internetgeschäft. Sie betrieben damals wie heute eine erfolgreiche Internetagentur für Webdesign und Online-Marketing, die sie während ihres Studiums gegründet hatten. „Ein damaliger Kunde aus dem Luftfahrtbereich wollte mehrere nicht mehr benötigte Teile verkaufen und wusste nicht, wie. Wir haben recherchiert und kamen auf die Idee, eine Internetplattform aufzubauen“, erzählt Lamprecht. Bei Fipart treten Airlines, Flughäfen, Service- und Wartungsbetriebe sowie Teilehersteller als Händler und Käufer auf.

Seit 2007 haben sich bei der Internetplattform über 6.000 Firmen weltweit eingetragen. Mittlerweile zählt sie 10.000 Besucher am Tag. Regelmäßige Präsenz auf den wichtigsten Luftfahrtmessen, die Mitgliedschaft im Forum Luft- und Raumfahrt Baden-Württemberg, aber auch gute Mundpropaganda zeigen ihre Wirkung. „Unsere Nutzer kommen aus über 150 Ländern“, sagt Lamprecht. „Daher ist auch der Vertrieb international aufgestellt. Unsere elf Mitarbeiter sprechen insgesamt neun verschiedene Sprachen. Die Kernmärkte liegen in den USA und Europa, Südamerika und vor allem Asien wachsen rasant“, beobachtet Lamprecht.

Zwar gibt es in den USA ähnliche Vermittler, die auch im Internet aktiv sind, doch das Unternehmen aus der Region Stuttgart unterscheidet sich darin, dass es gleichzeitig Handelsplattform und Netzwerk ist. In dieser Kombination steht Fipart weltweit allein, denn hier können

Anbieter und Interessenten nicht nur einkaufen, sondern zusätzlich miteinander in Kontakt treten und geschäftliche Verbindungen aufbauen. „Genau das schätzen unsere Kunden. Bei fipart.com kann man sich unkompliziert wie bei einer Messe begegnen und Netzwerke pflegen, aber auch neue aufbauen“, streicht Lamprecht die Vorzüge der Plattform heraus.

Die Nutzer der Plattform schätzen die Überschaubarkeit und leichte Bedienbarkeit der Website ebenso wie die einfache Suche und schnelle Verfügbarkeit von seltenen Ersatzteilen, wie etwa bei der Lufthansa Technik AG: „Innerhalb kürzester Zeit fanden wir ein benötigtes Teil, um eine Boeing 757-300 zu reparieren. So war das Flugzeug zügig wieder einsatzbereit und die Airline sparte viel Geld.“ Neben Airbus und Boeing zählen viele bekannte Namen der Luftfahrtbranche zu den überzeugten Fipart-Kunden. Etwa Iren Dornier, der Enkel des Dornier-Gründers, der selbst ein Unternehmen führt, das mit Ersatzteilen handelt: „Mit Fipart haben wir einen starken Partner, mit dem wir unseren Kunden noch mehr Service bieten können.“

Seit seiner Gründung im Jahr 2007 hat sich Fipart zum europäischen Marktführer in diesem Segment entwickelt. Dass das Geschäftskonzept stimmt, lässt sich daran erkennen, dass das Unternehmen im Oktober 2009 zwei Risikokapitalgeber gewinnen konnte. Gemeinsam mit der PvH Capital als Hauptinvestor ist die KfW Bankengruppe bei Fipart eingestiegen. „Das Wachstum und die Innovationsgeschwindigkeit der Handels- und Netzwerkplattform für die Luft- und Raumfahrtbranche sind weltweit einmalig“, heißt es bei der KfW. „Wir glauben, dass Fipart in den nächsten fünf Jahren eine weltweit führende Rolle spielen wird.“

Astrid Schlupp-Melchinger

fipart GmbH

Gründungsjahr: 2007
Sitz: Leinfelden-Echterdingen
Mitarbeiter: 11
Virtueller Lagerbestand: 21 Millionen Teile

fipart.com

gründen

Motivation zur Weiterbildung

Martin Günter, Mitglied der Geschäftsleitung und Personalleiter der GETRAG KG, über die Bereitschaft, an Weiterbildungsmaßnahmen teilzunehmen



Getrag

179: Die Idee vom Lebenslangen Lernen ist in aller Munde. Wie erleben Sie grundsätzlich die Bereitschaft Ihrer Mitarbeiter, sich regelmäßig weiterzubilden?

Günter: Das ist abhängig davon, in welcher Lebenssituation sich die einzelnen Beschäftigten befinden. Am höchsten ist die Motivation sicherlich bei den jüngeren Mitarbeitern bis Anfang 30. In dieser Phase ihrer Laufbahn haben viele noch keine eigene Familie und deshalb auch ausreichend persönlichen Freiraum, um in die eigene Weiterentwicklung zu investieren. In späteren Berufsjahren spielen dann die familiären Rahmenbedingungen eine Rolle, aber auch die erwartete berufliche Perspektive.

Bedeutet das, ab Mitte 30, aber spätestens wenn eigene Kinder da sind, wird es schwieriger, die Beschäftigten für Qualifizierungsmaßnahmen zu gewinnen?

Grundsätzlich würde ich das so nicht sagen. Selbstverständlich werden die Zeitbudgets geringer, wenn die Mitarbeiter Familie und Beruf unter einen Hut bekommen müssen. Einen sehr viel größeren Einfluss auf die Motivation haben jedoch Art und Inhalte einer Weiterbildung.

Welche Faktoren spielen dabei eine Rolle?

Mitarbeiter, die sich auf eigene Initiative und berufsbegleitend für eine Höherqualifizierung entscheiden, sind in der Regel immer hochengagiert – völlig unabhängig vom Alter und der Familiensituation. Bei betrieblichen Anpassungsqualifizierungen kommt es ganz darauf an, um was es geht. So sind zwar junge und ältere Mitarbeiter gleichermaßen daran interessiert, ihre Englischkenntnisse zu verbessern. Bei den älteren Arbeitnehmern gibt es jedoch gleichzeitig auch oft Hemmungen, mit

jüngeren Kollegen in einem Kurs zu sitzen, deren Kenntnisse sie deutlich besser einschätzen.

Sie haben auch Erfahrungen mit generationenübergreifenden Lernteams gemacht. Wie schätzen Sie den Erfolg dieser Maßnahmen ein?

Bei ZwiGL – Zwischen Generationen Lernen – haben die jüngeren Mitarbeiter beispielsweise ihre älteren Kollegen dabei unterstützt, sich in moderne Präsentationstechniken einzuarbeiten. Am Ende des Projekts konnten alle Teilnehmer ihre Lernergebnisse mit diesen Methoden vorstellen. Dieser Teil gehörte für mich zu den bewegendsten Momenten des gesamten Projekts. Zu sehen, mit welchem Stolz die älteren Mitarbeiter die gelernten Techniken nutzten und mit welcher Identifikation sie ihre Lernerfolge präsentierten, war der beste Gradmesser für den Erfolg der Maßnahme.

Die Fragen stellte Monika Nill

getrag.de

arbeiten

Alt und Jung lernen gemeinsam

Viele Mitarbeiter der Getrag KG in Ludwigsburg sind schon ihr ganzes Arbeitsleben im Unternehmen. Ihr Erfahrungswissen in der Herstellung von Getrieben und Motoren-Stuerrädern ist einmalig. Gleichzeitig bildet der Ludwigsburger Automobilzulieferer regelmäßig junge Menschen aus, die frisches Wissen mitbringen. Das Lernprojekt „Zwischen Generationen Lernen“ (ZwiGL) brachte diese beiden Know-how-Welten zusammen.

Das Projekt in Kooperation mit dem IMU Institut Stuttgart und der Akademie für wissenschaftliche Weiterbildung an der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg entstand mitten in der Wirtschaftskrise: Die Produktion von Steuerzahnradern für Volvo sollte an den Ludwigsburger Getrag-Standort verlagert und so eine drohende Schließung des Werks verhindert werden. Die hohen Qualitätsanforderungen von Volvo machten es jedoch notwendig, die Belegschaft intensiv zu schulen.

Beteiligt an ZwiGL waren Auszubildende und junge Facharbeiter sowie Beschäftigte mit langer Berufserfahrung ohne Facharbeiterabschluss. Die Ludwigsburger Auszubildenden erlernten am bisherigen Produktionsstandort der Volvo-Steuerzahnradler neue Maschinen kennen und wiesen später ihre älteren Kollegen in Ludwigsburg ein. Diese bereiteten zwischenzeitlich vor Ort die Produktionsverlagerung vor. Ergänzend dazu wurden alle Beteiligten in Lerntechniken, Methoden der Gruppenarbeit sowie den Besonderheiten beim Arbeiten in altersgemischten Teams geschult.

Das Projekt wurde von Anfang an sehr gut angenommen, auch weil die Beschäftigten wussten, dass sie damit einen Beitrag zur Sicherung ihrer Arbeitsplätze in Ludwigsburg leisten konnten. Kam es während des Ablaufs dennoch zu Zweifeln und Konflikten, stand immer ein Ansprechpartner der Personalabteilung oder des Betriebsrats



Getrag

zur Verfügung, der die Sorgen der Beschäftigten ernst nahm und sich mit Erfolg um mögliche Verbesserungen bemühte.

Die jungen Mitarbeiter brachten ihr aktuelles Methodenwissen, die älteren Beschäftigten ihre umfassende Produktionserfahrung ein. So konnte die Verlagerung nach Ludwigsburg ohne Lieferverzögerungen realisiert werden. Gleichzeitig wurde Volvo von der Leistungsfähigkeit im Werk Ludwigsburg überzeugt, so dass mit Hilfe dieses Qualifizierungsprojekts der Standort erhalten werden konnte. (nll)

250 Millionen Jahre alte Murmeln

erleben

In Neidlingen steht Deutschlands letzte produzierende Kugelmühle

Hier klappert die Mühle am rauschenden Bach. In Neidlingen, am Fuße der Schwäbischen Alb, werden in einer speziellen Mühle einzigartige Murmeln aus Stein hergestellt. „Eine Kugel ist die vollendetste, natürlichste und ursprünglichste aller Formen. Jede dieser Murmeln ist einzigartig und verkörpert ein Stück Heimat“, schwärmt Stefan Metzler. Der gelernte Agraringenieur betreibt die besondere Mühle seit fünf Jahren im Nebenberuf und beschäftigt mittlerweile sechs Leute, die ihm zur Hand gehen. Aufgebaut hat er die gesamte Anlage ohne finanzielle Zuschüsse und könnte mittlerweile sogar davon leben, sagt Metzler.

Die Grundlage ist ein auf dem Bachgrund fixierter Mühlstein, der sogenannte Genger. In ihm befinden sich kreisförmig eingefräste Rillen. Darin liegen die kleinen, grob geschnittenen Steinrohlinge. Darüber dreht sich ein hölzernes Mühlrad, der Läufer, der gegengleich dasselbe Rillen-

profil aufweist. Das Wasser treibt ihn an und Runde für Runde werden die Murmeln geformt. Etwa einen Tag dauert es, bis sie geschliffen sind.

Die gesamte Anlage ist eine Eigenanfertigung. „Ich habe lange getüftelt“, erzählt Metzler, „denn jede Kugelmühle muss an die Fallhöhe des Wassers angepasst werden.“ Im Winter arbeitet die Mühle am allerbesten. „Wenn es kalt ist, fließt das Wasser aufgrund der höheren Dichte am schnellsten“, erläutert er. Wenn es richtig eiskalt wird, friert das Mühlrad ein. Dann bietet die vereiste Mühle einen spektakulären Anblick mit märchenhaften Eisformationen.

An Sonn- und Feiertagen bittet Metzler seine Besucher zu Führungen in die Werkstatt. Es gibt eine kleine Ausstellung über die Gesteine Württembergs und natürlich kann man die steinharten Handschmeichler aus verschiedenen Albgesteinen und aus Muschelkalk auch kaufen. Die Kugeln,

teils mit Versteinerungen, sind bis zu 250 Millionen Jahre alt. Ob in der Farbe oder der Struktur – jede Kugel birgt eine neue Überraschung. (asm)

kugelmuehle-neidlingen.de



18. Dezember 2010 Böblinger Comedy-Festival

Beim 7. Comedy-Festival wählt das Publikum in drei Vorrunden im Künstlerhaus den jeweiligen Tagessieger. Das Finale steigt in der Kongresshalle Böblingen.
boeblingen.de

4. bis 5. Januar 2011 Weltklasse-Snowboarding

World Snowboard Tour in Stuttgart: Das Freestyle-Event steigt im Neckarpark zwischen dem Cannstatter Wasen und der Mercedes-Benz-Arena. Auf der 36 Meter hohen Rampe und drei unterschiedlichen Rails mit 1.000 Kubikmeter Gletscherschnee werden die weltbesten Snowboarder antreten.
bigair-stuttgart.com

20. bis 23. Januar 2011 Stuttgarter Filmwinter

Wenn es draußen kalt ist, zeigt die Film- und Kunstavantgarde drinnen im Warmen den neuesten Dreh – und das Publikum strömt zum Filmwinter.
filmwinter.de

bis 7. März 2011 Kinderträume

Das Esslinger Stadtmuseum zeigt einen Überblick über die Spielwarenproduktion in Esslingen vom Ende des 19. Jahrhunderts bis in die 1970er Jahre: Papierwaren des Verlages J. F. Schreiber, ein „Modsalon“ der Firma Wilde & Spieth oder Puppenherde von J. Eberspächer bieten eine Zeitreise durch die Spielzeuggeschichte.
museen-esslingen.de

bis 20. März 2011 Die Graue Passion

Die Graue Passion gilt als ein Hauptwerk von Hans Holbein d. Ä. Der um 1495 entstandene Zyklus nimmt innerhalb der europäischen Malerei eine einzigartige Stellung ein und konnte 2003 durch einen spektakulären Ankauf für die Staatsgalerie in Stuttgart gewonnen werden.
staatsgalerie.de

tipps

Bewegung unter Strom

In Stuttgart zeigt das bundesweit einmalige Zentrum für Elektromobilität, wie Bewegung unter Strom aussehen kann. 16 Firmen und Institutionen, darunter Weltunternehmen wie Daimler, Porsche und Bosch, stellen dort aus. Auf rund 1.000 Quadratmetern erfahren Besucher, wie eine Lithium-Ionen-Batterie oder ein Hybridmotor funktioniert, und sie können die Technik selbst erproben – Scooterfahren inklusive.
stuttgart.de/zentrum-emobilitaet

Lutschbares Vergnügen

Das Museum der Jung Bonbonfabrik in Vaihingen an der Enz trägt alles Wissenswerte über die zuckersüßen Plombenzieher und ihre Herstellung zusammen. Unter anderem steht dort die originale Einrichtung des Kolonialwarenladens von Oscar Zahn. Dieser stand bis Mitte der 1990er Jahre hinein in der Calwer Straße in der Stuttgarter Innenstadt und hat Bonbons noch einzeln verkauft.
vaihingen.de

Neue Frequenzen und Glasfaser für schnelles Internet

Kommunaler Pool fordert Ausbau der Landesmittel

Selbst in der wirtschaftsstarken Hochtechnologie-Region Stuttgart gibt es noch immer Gebiete ohne schnelles Internet. Über Möglichkeiten, Abhilfe zu schaffen, informierten sich rund 60 Vertreter von Städten und Gemeinden bei einer gemeinsamen Veranstaltung des Kommunalen Pool Region Stuttgart und der WRS. Experten erläuterten die Chancen neuer Mobilfunkfrequenzen und appellierten an die Gemeinden, eigene Glasfasernetze aufzubauen. Der Erste Vorsitzende des Kommunalen Pools, Landrat Johannes Fuchs (Rems-Murr-Kreis), forderte, die Breitband-Fördermittel des Landes Baden-Württemberg aufzustocken und so anzupassen, dass auch Gemeinden in den Verdichtungsräumen gefördert werden.



Thomas Berkel vom Backnanger Beratungsunternehmen TKT teleconsult warnte vor Schnellschüssen beim Ausbau der Infrastruktur und riet den Gemeinden, in enger Abstimmung mit künftigen Betreibern durchdachte Konzepte zu entwickeln. Große Vorteile habe es, das Netz in kommunaler Hand zu behalten: „Bauen Sie eigene Glasfasernetze, das ist Ihr Wettbewerbsinstrument!“ Er empfahl, alle kommunalen Baumaßnahmen darauf zu prüfen, ob neue Internetleitungen oder Leerrohre gleich mitverlegt werden könnten.

Friedrich Scheerer, Bürgermeister der Gemeinde Mönchweiler im Schwarzwald-Baar-Kreis und Vorsitzender der Clearingstelle „Neue Medien im Ländlichen Raum“ wies auf ein neu aufgelegtes Förderprogramm des Ministeriums für Ländlichen Raum Baden-Württemberg hin. Daraus können Gemeinden Zuschüsse zu bestimmten Maßnahmen beim Ausbau der Internetinfrastruktur erhalten – allerdings

nur im ländlichen Raum. „Für Kommunen im Verdichtungsraum heißt es derzeit: Pech gehabt“, so Scheerer.

Von baldigen Verbesserungen durch das neue Funkinternet berichtete Walter Berner von der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK). Frei gewordene Fernsehfrequenzen sind vom Bund an drei Mobilfunkanbieter versteigert worden. Die Lizenzvergabe war mit der Auflage verbunden, kleine Gemeinden zuerst zu versorgen. Berner betonte jedoch, dass aufgrund der geringen Bandbreiten die Funknetze auf längere Sicht allenfalls eine sinnvolle Ergänzung zu leitungsgebundenen Lösungen seien, vor allem für viele gewerbliche Nutzer. Daher empfahl auch der LfK-Experte den Ausbau von Glasfasernetzen, insbesondere in Gewerbegebieten.

Welche konkreten Lösungen bereits in wenigen Monaten mit den neuen Funknetzen bereitstehen, darüber berichtete Christoph Lampe von der Vodafone D2 GmbH. Gemäß den Vorgaben der Politik zielen die Ausbaustrategie zunächst auf die unterversorgten Gebiete. Die Netzbetreiber setzen dabei vor allem auf bestehende Mobilfunkstandorte, ohne zusätzliche Belastungen für die Bevölkerung. Der Ausbau erfolge in enger Absprache mit den Kommunen, versprach der Vodafone-Vertreter.

„Ein leistungsfähiger Internetanschluss ist für die Unternehmen und Einwohner heute so wichtig wie die Anbindung an eine gute Verkehrsinfrastruktur“, betonte Landrat Johannes Fuchs. „Auf eine Fortsetzung der Breitbandförderung des Landes kann deshalb nicht verzichtet werden, im Gegenteil: Es werden zusätzliche Fördermittel benötigt!“ Zudem müssten diese vom Entwicklungsprogramm Ländlicher Raum (ELR) entkoppelt werden. „Der Ausbau der Breitbandversorgung ist nicht nur an der Peripherie notwendig“, resümierte Fuchs.

Dies bestätigte WRS-Geschäftsführer Dr. Walter Rogg: „Wir hören immer wieder Klagen über eine nicht ausreichende Internetversorgungsqualität, selbst mitten im Verdichtungsraum.“ So gebe es noch immer Standorte in Gewerbegebieten mit einer Versorgung von unter einem Megabit pro Sekunde. Im Ausbau der Glasfasernetze lägen auch neue Geschäftsfelder für die Stadtwerke. *Tobias Schiller*

termine

der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart

12. bis 13. Dezember 2010 Deutscher Business Angels Tag

Bei dem bundesweiten Kongress treffen sich 500 Business Angels und junge Unternehmer auf der Suche nach Beteiligungskapital zum Dialog und zum Netzwerken. Der Business Angel des Jahres wird mit der „Goldenen Nase“ ausgezeichnet.

Ort: Stuttgart

business-angels-region-stuttgart.de
business-angels.de

15. Dezember 2010 Cannes Rolle

Die Film Commission nutzt die Vorführung der besten Werbespots der Welt durch die Studenteninitiative MTP, um für die Kompetenzen des Filmstandorts Region Stuttgart zu werben. Als Vorprogramm werden Produktionen von Profis aus der Region mit den Schwerpunkten Animation sowie Werbe- und Wirtschaftsfilm gezeigt.

Ort: Metropol-Kino, Stuttgart

mtp.org/stuttgart

17. März 2011 1. Medien-Meeting Landkreis Böblingen

Zum ersten Mal begegnen sich im Landkreis Böblingen ansässige Unternehmer und Kreative unter dem Motto „Kreativwirtschaft trifft Mittelstand“. Nach einem Impulsvortrag werden Beispiele gelungener Kooperationen präsentiert.

Ort: Herrenberg

medien.region-stuttgart.de

8. bis 11. März 2011 Mipim

Die WRS nimmt an einer Delegationsreise der Landeshauptstadt Stuttgart teil und betreibt auf der internationalen Messe für Gewerbeimmobilien Investorenwerbung für die Region Stuttgart.

Ort: Cannes, Frankreich

mipim.com

22. März 2011 Treffpunkt Automotive

Automobilforschung im Silicon Valley ist das Thema von Dr. Sven Beiker, Executive Director beim Center for Automotive Research an der Universität Stanford.

Ort: Stuttgart

cars.region-stuttgart.de

f-cell Award vergeben

Die Reinz-Dichtungs-GmbH in Neu-Ulm hat den mit einem Preisgeld von 12.500 Euro verbundenen f-cell Award in Gold 2010 erhalten. Prämiiert wurde ein modulares Brennstoffzellensystem, das in viele unterschiedliche Anwendungen eingebaut werden kann. Das Zellstapelsystem ermöglicht es, die Produktionskosten durch hohe Stückzahlen zu senken und so die Markteinführung zu beschleunigen, heißt es in der Begründung der Jury. Der zweite Platz ging an die WS Reformer GmbH in Renningen für ein kompaktes und kostenoptimiertes Wasserstoffherstellungsmodul. Der mit insgesamt 25.000 Euro dotierte Innovationspreis, der vom Umweltministerium Baden-Württemberg und der WRS in Zusammenarbeit mit der EnBW Energie Baden-Württemberg AG ausgeschrieben wird, prämiiert anwendungsnahe Innovationen in der Brennstoffzellentechnologie.

f-cell.de/award

WRS für iPhone und iPad

Die WRS informiert jetzt auf mobilen Endgeräten über die Region Stuttgart als Wirtschaftsstandort. Ab sofort können Informationen zu freien Gewerbeflächen und zu Unternehmen ausgewählter Branchen mittels Augmented Reality (AR) mit Hilfe von Smartphones recherchiert werden. Interessenten auf der Suche nach einem passenden Büro können sich beispielsweise vor Ort über den AR-Browser Layar Daten des Regionalen Gewerbeimmobilienportals in die reale Sicht der Handykamera einblenden lassen. Dasselbe gilt für die Standorte von Firmen, die sich in Branchenverzeichnisse der WRS eingetragen haben. Ferner können verschiedene Publikationen der WRS über das Online-Publikationsportal Issuu auch unterwegs gelesen werden.

layar.com, issuu.com/wrs-179

WRS-Jahresbericht

In ihrem neuen Jahresbericht informiert die regionale Wirtschaftsförderung über ihre Aktivitäten des Jahres 2010. Die 40-seitige Broschüre enthält eine übersichtliche und praxisnahe Darstellung der Projekte, Initiativen und Services für Unternehmen, Kommunen, Investoren, Existenzgründer und weitere Zielgruppen der WRS. Den roten Faden des Berichts bilden Infografiken zu den wichtigsten Themenfeldern und Branchen aus der Wirtschaftspolitischen Strategie 2020, deren Fortschreibung der Wirtschaftsausschuss der Regionalversammlung im Herbst beschlossen hat. Der Jahresbericht kann kostenlos bei der WRS bestellt werden.

wrs.region-stuttgart.de/publikationen

Konstante Immobilienpreise

Die Preise für Gewerbeimmobilien in der Region Stuttgart sind laut einem Marktbericht der WRS in den vergangenen zwei Jahren weitgehend konstant geblieben. Reine Industriegebiete haben sich besser behauptet als Gewerbegebiete. Für den Bericht wurden 30 Makler um eine Preis-einschätzung für mehrere fiktive Bestandsimmobilien und Gewerbeflächen gebeten, die Angebot und Nachfrage in 17 Teilräumen der Region möglichst realistisch abbilden. Demnach bewegen sich die Kaufpreise für Gewerbe- und Industriegrundstücke überwiegend zwischen 50 und 400 Euro pro Quadratmeter. Mit dieser Preisspanne und mit ihren vielfältigen Gewerbestandorten für unterschiedliche Nutzungen kann die Region Stuttgart ein breites Nachfragespektrum bedienen.

Die Publikation „Marktbericht Maklerbefragung 2010“ kann bei der WRS angefordert werden und steht im Internet zum Herunterladen bereit.

immo.region-stuttgart.de



Stefan Lippert

Elektrofahrzeuge aus der Region begeistern die Chinesen

Zum Finale der Expo 2010 in Shanghai lockte die Modellregion Elektromobilität Region Stuttgart mehrere tausend Besucher zum Deutschen Pavillon. Im Rahmen einer Delegationsreise aus Baden-Württemberg hatte die WRS die Modellregion in einer Sonderausstellung vorgestellt. Fahrzeuge von Porsche und Daimler wie auch das in Stuttgart entwickelte und in Baden-Württemberg produzierte E-Bike Elmoto erregten große Aufmerksamkeit. China gilt bei der Nutzung von Elektrofahrzeugen weltweit als Vorreiter. Laut einer Studie könnten im Jahr 2010 erstmals mehr Neuwagen deutscher Hersteller in China verkauft werden als in Deutschland.

Bionik

Abspicken von der Natur ist das Prinzip der Bionik. Funktionsweisen aus der Tier- und Pflanzenwelt werden zunehmend systematisch für technische Lösungen genutzt. Innovative Firmen und Forschungseinrichtungen aus der Region Stuttgart spielen hier eine führende Rolle.

Die nächste 179-Ausgabe erscheint im März 2011.

Herausgeber

Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart GmbH (WRS)
Friedrichstraße 10
70174 Stuttgart

Telefon 0711-2 28 35-0

info@region-stuttgart.de
wrs.region-stuttgart.de

Geschäftsführer
Dr. Walter Rogg

Verantwortlich

Helmuth Haag

Redaktion

Helmuth Haag
helmuth.haag@region-stuttgart.de

Autoren dieser Ausgabe

Helmuth Haag (hel), Sonja Madeja (som),
Monika Nill (nil), Denise Nüssle (nüs), Michael
Ohnewald (moh), Tobias Schiller (tos), Astrid
Schlupp-Melchinger (asm)

Gestaltung

Projektgruppe Visuelle
Kommunikation, Ludwigsburg

Erscheinungsweise

Quartalsweise

Abonnement/Abbestellung

179@region-stuttgart.de
179.region-stuttgart.de

Zur besseren Lesbarkeit wird teilweise auf die weibliche Form verzichtet.

Gedruckt auf Papier mit
FSC-Zertifizierungssiegel
fsc.org



Region
Stuttgart

Die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH ist eine Tochter des Verband Region Stuttgart. Das Infomagazin „Region Stuttgart aktuell“ können Sie auf der Website des Verbandes einsehen und bestellen:

region-stuttgart.org
region-stuttgart.de

abonnement

Gefällt Ihnen 179? Möchten Sie regelmäßig interessante Geschichten und aktuelle Infos aus der Region Stuttgart lesen? Dann abonnieren Sie uns doch einfach!

179 – Das Standortmagazin der Region Stuttgart erscheint vierteljährlich. Gerne schicken wir Ihnen jedes Heft druckfrisch ins Haus – kostenlos.

Füllen Sie dazu einfach die Postkarte unten aus, schicken Sie uns eine E-Mail an

179@region-stuttgart.de
oder tragen Sie sich ein auf
179.region-stuttgart.de.

Per Fax 0711-2 28 35-888
oder per Postkarte an:

Wirtschaftsförderung
Region Stuttgart GmbH
Abonnement
Friedrichstraße 10
70174 Stuttgart



newsletter

Sie möchten immer auf dem neuesten Stand sein? Die Newsletter der Region Stuttgart halten Sie auf dem Laufenden!

Per E-Mail oder gedruckt informieren die WRS und befreundete Organisationen über ihre Aktivitäten und Projekte, weisen auf Termine hin, berichten über Investitionen in und Erfolgsgeschichten aus der Region.

Je nach Interesse können Newsletter mit unterschiedlichen Schwerpunkten abonniert werden.

Weitere Infos:
region-stuttgart.de

Abonnement

Fax 0711-2 28 35-888 oder E-Mail an 179@region-stuttgart.de

- Ich möchte das Magazin 179 regelmäßig erhalten. Bitte senden Sie es kostenlos an folgende Adresse:

Firma/Institution _____

Name _____

Funktion _____

Adresse _____

Telefon _____

E-Mail _____

Unterschrift _____

IN ZUKUNFT IN 8 MINUTEN VOM HAUPTBAHNHOF ZUR MESSE

Fragen zu Stuttgart 21? 

www.direktzustuttgart21.de

www.bahnprojekt-stuttgart-ulm.de

Gemeinsam für das Bahnprojekt Stuttgart–Ulm



STU**T**GART 



Bahnprojekt Stuttgart–Ulm