

# 179

Das Standortmagazin  
der Region Stuttgart

Ausgabe 3/2009

## Erfolgsspur

Wie Familienunternehmen  
die Region Stuttgart voran bringen



---

Das Meilenwerk gewinnt die  
Herzen der Oldtimer-Liebhaber

---

Wellness-Massagen in  
Deutschlands Szenebars

---

Ohne qualifizierte Mitarbeiter  
keine Innovationen



Seit drei Jahrzehnten bietet der Familienbetrieb von Malermeister Bernd Novincs in Filderstadt und Stuttgart eine Vielzahl an Maler-, Lackierer- und Bodenbelagsarbeiten. Ehefrau Barbara kümmert sich um die Buchhaltung, Tochter Sarah arbeitet als Baustellenleiterin und betreut die Azubis.



Matthias Hangst

In den vergangenen Wochen ist eine Entscheidung mit weit reichenden Konsequenzen zu Gunsten der Region Stuttgart gefallen: Die Bosch-Gruppe kann ihr Zentrum für Forschung und Vorausbau auf dem Bundeswehrgelände in Renningen-Malmsheim bauen.

Die Ansiedlung wenige Kilometer von der Firmenzentrale entfernt ist keineswegs eine Selbstverständlichkeit. Sie zeigt erstens, dass unsere Region als ausgezeichneter Standort für Hochtechnologie anerkannt ist. Mit dieser Ansiedlung erhält sie weitere unschätzbare Impulse. Sie zeigt zweitens, dass die Verantwortlichen in der Region zusammenarbeiten und kreative Lösungen finden. Entscheidend war die Bereitschaft des Landes Baden-Württemberg, als Zwischeneigentümer aufzutreten. Der Verband Region Stuttgart und die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH haben zum Erfolg der Verhandlungen beitragen können.

Gemessen am Umsatz ist Bosch das drittgrößte Familienunternehmen in Deutschland nach der Metro AG und der BMW-Gruppe. Der Gründer Robert Bosch war eine überragende Unternehmerpersönlichkeit und hat eine sozial verantwortliche Unternehmensführung zum integralen Bestandteil der Firmenkultur gemacht. Die mechanische Werkstätte von einst hat sich zum Technologiekonzern entwickelt, die Werte des Gründers werden heute noch wichtig genommen. So kann Bosch trotz seiner Größe als gutes Beispiel für das Titelthema dieses Magazins dienen.

Denn üblicherweise gehören Familienunternehmen dem Mittelstand an. Sie sind wirtschaftlich erfolgreich, als in der Region verwurzelte Top-Arbeitgeber geschätzt und zeigen hohe Standorttreue. Die Region Stuttgart verdankt ihren Wohlstand zum großen Teil diesen Firmen.

Auch in der schwersten Rezession seit Bestehen der Bundesrepublik haben sie nicht vorschnell Mitarbeiter entlassen, die womöglich fehlen, sobald die Konjunktur wieder anzieht. Es mehren sich die Indizien dafür, dass dieses bald der Fall sein wird und wir dem neuen Jahr mindestens mit gebremster Zuversicht entgegensehen können. Wenn die Region Stuttgart dann wieder zu alter Stärke zurückfindet, wird das nicht zuletzt den hoch wettbewerbsfähigen Familienunternehmen zu verdanken sein.

*It's home waer.*

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

willkommen

<b>Aktuell</b>	<b>4</b>
Neuigkeiten aus der Region Stuttgart / Wussten Sie schon...?	
<b>Neu in der Region</b>	<b>5</b>
Das Meilenwerk gewinnt die Herzen der Oldtimer-Liebhaber	
<b>Branchenfokus</b>	<b>6</b>
Mit Null-Fehler-Strategie zur Marktführerschaft / Damit sich Energieeffizienz rechnet / Lernen mit Spaß im 3D-Cyber Classroom	
<hr/>	
<b>Titelthema: Familienunternehmen</b>	<b>8-15</b>
<b>Erfolgsspur</b>	<b>8</b>
Wie Familienunternehmen die Region Stuttgart voran bringen	
<b>Im Gespräch: Philipp Haußmann</b>	<b>10</b>
<b>Vertrauen ist gut, Unterschriftenkontrolle ist besser</b>	<b>14</b>
Heinz Reschke hat sein Softwareunternehmen von Finanzinvestoren zurückgekauft	
<hr/>	
<b>Wissenschaft</b>	<b>16</b>
Turm aus lebenden Bäumen / Der grünste Computer / Politiker formulieren unverständlich / Kollektives Gedächtnis	
<b>Innovation</b>	<b>17</b>
Den Milben richtig einheizen / Wer hat's erfunden...?!	
<b>Existenzgründung</b>	<b>18</b>
Der wohltuende Angriff auf Rücken und Nacken	
<b>Fachkräfte</b>	<b>20</b>
Gesundheitsmanagement in herausfordernden Zeiten / Kita-Plätze für Mitarbeiterkinder	
<b>Freizeit</b>	<b>21</b>
Guter Sekt ist die beste Medizin / Kalender / Tipps	
<b>Wirtschaftsförderung Region Stuttgart Aktuell</b>	<b>22</b>
Ohne qualifizierte Mitarbeiter keine Innovationen / Termine / Meldungen der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart	
Impressum	23

**179 Kommunen – ein Standort.**



SSB AG



## 175 Jahre Zacke

Die Stuttgarter „Zacke“ feiert ihr 125-jähriges Bestehen. Sie ist die einzige nicht touristisch genutzte Zahnradbahn in Deutschland. Auf der Strecke vom Marienplatz hinauf nach Degerloch überwindet sie auf der Strecke mit bis zu 18 Prozent Steigung 205 Höhenmeter. Radfahrer laden ihren Drahtesel kostenlos auf den mitgeführten Fahrradwagen. Die Stuttgarter Zacke ist neben der Zugspitzbahn, der Wendelsteinbahn und der Drachenfelsbahn die vierte Zahnradstrecke bundesweit und vor allem die einzige Zahnradbahn Deutschlands, die im täglichen Berufsverkehr einer Großstadt ihren Dienst versieht. Die Fahrgäste genießen derweil prächtige Panoramablicke auf Stuttgart. Ex-Bundespräsident Theodor Heuss hat sie einmal als „pünktlichste, zuverlässigste und wohl auch schönste Nahverkehrsbahn der ganzen Welt“ bezeichnet. Die Geschichte der Stuttgarter Zahnradbahn ist im alten Zahnradbahnhof in der Filderstraße 45 dokumentiert.

Egelball, GNU-Lizenz



**... dass die größte griechisch-orthodoxe Kirche Europas außerhalb Griechenlands in Esslingen am Neckar steht?**

Das markante Gebäude im Stil einer byzantinischen Basilika steht direkt an der Bahnlinie Stuttgart-Ulm. Zu Weihnachten 1995 wurde das Gotteshaus seiner Bestimmung übergeben. Die Esslinger griechisch-orthodoxe Gemeinde ist mit ihren rund 5.000 Mitgliedern eine der größten in Deutschland. Ein deutliches Zeichen friedlicher Koexistenz: Gleich in der Nachbarschaft baut derzeit der Türkische Islamische Kulturverein eine Moschee mit einer vergoldeten Kuppel über dem Gebetsaal und einem Minarett.

## Europaweit top in Forschung

Gleich mehrere Spitzenplätze belegt die Region Stuttgart in einem Forschungsbericht, den das Statistische Amt der Europäischen Union (Eurostat) veröffentlicht hat. So investieren nirgendwo in Europa Unternehmen mehr in Forschung und Entwicklung. Mit 4,79 Prozent des Bruttoinlandsprodukts hält der Regierungsbezirk Stuttgart Platz eins in der EU. Auch in der Beschäftigungsstatistik schlägt sich die Bedeutung der Wirtschaft nieder: 2,5 Prozent aller Beschäftigten sind in der privatwirtschaftlichen Forschung und Entwicklung tätig, nirgendwo in der EU ist der Wert höher.

Den dritten Platz belegt die Region bei den Gesamtinvestitionen in Forschung und Entwicklung, einschließlich der öffentlichen Ausgaben: Mit 5,25 Prozent der Wirtschaftsleistung liegt der Wert hier deutlich über der Drei-Prozent-Marke, die sich die europäischen Staats- und Regierungschefs beim Lissabon-Gipfel als Ziel gesetzt haben.

Bei den Patentanmeldungen beim Europäischen Patentamt im Jahr 2004 belegte Stuttgart Platz zwei nach der Île-de-France, einer Region, die mit mehr als elf Millionen Einwohnern fast dreimal so groß ist. Die meisten Innovationen in der Region kommen aus dem Maschinenbau, dem Fahrzeugbau und den Informations- und Kommunikationstechnologien.

[epp.eurostat.ec.europa.eu](http://epp.eurostat.ec.europa.eu)

## Raumfahrtzentrum entsteht

Auf dem Campus der Universität Stuttgart ist der Grundstein für das Raumfahrtzentrum Baden-Württemberg gelegt worden. Der Neubau wird unter anderem das Institut für Raumfahrtsysteme (IRS) mit seinem Kleinsatellitenprogramm und das Deutsche SOFIA Institut mit der fliegenden Sternwarte SOFIA beherbergen. Zudem soll die interessierte Öffentlichkeit Zugang zu Informationen, Veranstaltungen und Ausstellungen rund um das Thema Raumfahrt erhalten. Mit der Fertigstellung wird im Sommer 2011 gerechnet. Die Baukosten belaufen sich auf sieben Millionen Euro.

[www.irs.uni-stuttgart.de](http://www.irs.uni-stuttgart.de)

## Werben für Einbürgerung

Mit der Kampagne „PASS Auf, lass Dich einbürgern!“ wirbt die Landeshauptstadt Stuttgart unter anderem mit Plakaten dafür, dass sich Ausländer einbürgern lassen. Bereits eingebürgerte Einwanderer beteiligen sich als Vorbilder und Botschafter an der Aktion. Auf diese Weise will die Stadt dazu motivieren, den Schritt zur deutschen Staatsbürgerschaft zu wagen. Eine gelingende Integration brauche gleiche Teilhabechancen und die Möglichkeit der gesellschaftlichen und politischen Partizipation aller. In der Landeshauptstadt leben Menschen aus 180 Nationen zusammen. Obwohl sie schon seit vielen Jahren hier wohnen oder teilweise sogar hier geboren sind, besitzt ein Großteil der Zuwanderer nicht die deutsche Staatsbürgerschaft. Nach Angaben der Stadtverwaltung erfüllen rund 90.000 ausländische Bürger die zeitlichen Voraussetzungen für eine Einbürgerung.

[stuttgart.de/einbuerbung](http://stuttgart.de/einbuerbung)



Bosch

## Bosch-Zentrum kommt nach Renningen

Die Bosch-Gruppe kann ihr Forschungszentrum in Renningen-Malmsheim ansiedeln. Möglich wurde dies durch einen Grundlagenvertrag, den Bosch, das Land Baden-Württemberg und das Bundesverteidigungsministerium unterzeichnet haben. Demnach kann Bosch zunächst im Norden des Übungsgeländes 31 Hektar und im Süden neun Hektar erwerben. Der mittlere Teil soll im Eigentum des Landes verbleiben, bis der Bundeswehr ein geeignetes Ersatzgelände für ihren Übungsbetrieb zur Verfügung steht. Das neue Forschungszentrum hat Leitfunktion für die weltweite Forschung und Vorentwicklung von Bosch und wird zunächst 1.100 Mitarbeiter aufnehmen. Franz Fehrenbach, Vorsitzender der Geschäftsführung bei Bosch, dankte auch dem Verband und der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart für die Unterstützung beim Zustandekommen des Vertrags.

# Alte Liebe rostet nicht

## Das Meilenwerk gewinnt die Herzen der Oldtimer-Liebhaber

Ein glänzender Neuwagen begeistert, aber manchmal sorgt ein wenig Patina für ebenso glänzende Augen. Oldtimer- und Klassikliebhaber finden in der Region Stuttgart ein neues Eldorado. Auf dem Gelände des Flughafes Böblingen/Sindelfingen hat sich das Meilenwerk angesiedelt. Dort, wo 1925 der Vorgänger des Stuttgarter Landesflughafens eröffnet wurde, befindet sich nun ein „Forum für Fahrkultur“, so nennt es Martin Halder, der Initiator der Meilenwerke.

Das Meilenwerk in Böblingen bietet Liebhabern klassischer Automobile ein umfassendes Angebot rund um das Thema mobile Faszination – im Rahmen anspruchsvoller Kultur und Geselligkeit. Es führt Spezialisten, Technikbegeisterte, Ästheten und Nostalgiker unter einem Dach zusammen. Im Meilenwerk können Oldtimer und Liebhaberfahrzeuge bei professionellen Anbietern erworben und verkauft, restauriert und gewartet werden.

Dienstleister und Einzelhändler haben alles im Angebot, was für das Hobby benötigt wird oder es bereichert. Die Gastronomie-, Event- und Clubbereiche sollen Treffpunkte für „Benzingespräche“ zwischen Mietern, Kunden und Besuchern werden. Das stilvolle Ambiente des denkmalgeschützten Gebäudes und der facettenreiche Mieternix machen das Meilenwerk zur ersten Adresse für Oldtimer und Liebhaberfahrzeuge.

Passende Veranstaltungen sorgen für weiteren Erlebniswert im Meilenwerk. Zusätzlich lädt das V8-Hotel automobilbegeisterte Gäste ein, Zimmer mit Aussicht auf die

chromglänzenden Klassiker im Meilenwerk zu buchen oder den Blick auf das Flugfeldareal zu wählen. Keines der Zimmer gleicht dem anderen und das Interieur ist thematisch auf klassische Karossen ausgerichtet.

Für die Automobil-Nostalgiker ist das Meilenwerk kein nützlich eingerichtetes Gebäude, sondern ein Ort des Lifestyles mit hoher emotionaler Bindung. Das Konzept der zielgruppenorientierten Immobilie, das Halder gemeinsam mit Studierenden der European Business School Oestrich-Winkel vor zehn Jahren entwickelt hat, ist hier beispielhaft umgesetzt. Nach Berlin und Düsseldorf hat der Investor die Region Stuttgart zum dritten und größten Standort seiner Idee gemacht.

Das Meilenwerk hat das ehemalige Terminalgebäude, den Hangar und die alte Werfthalle des Flugfelds für seine Zwecke umgebaut und ist damit eingebettet in die Gesamtplanungen des denkmalgeschützten Flughafenareals, wo für insgesamt 1,5 Milliarden Euro Büros, Wohnungen, Dienstleistungen und Gewerbe aus unterschiedlichen Branchen entstehen.

In der Region Stuttgart bildet das Meilenwerk neben den Automobilwerken von Mercedes-Benz und Porsche mit ihren angegliederten Museen eine spannende Erweiterung des Angebotes für Liebhaber klassischer Automobile. Denn wer Oldtimer mag, ist nicht unbedingt selbst einer. Die Mehrzahl der Oldtimer-Liebhaber zählt weniger als 45 Jahre.

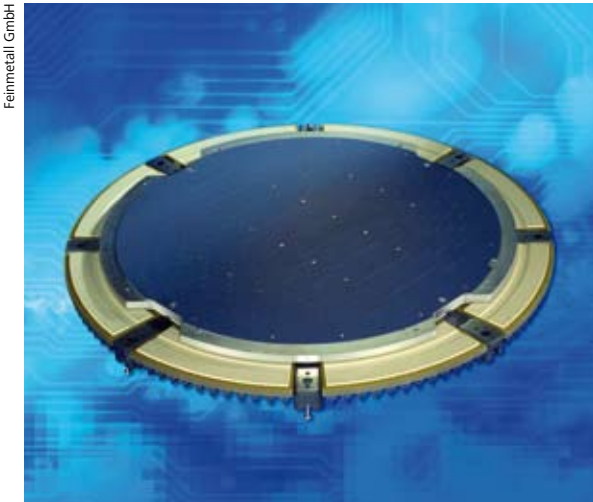
*Astrid Schlupp-Melchinger*



# Mit Null-Fehler-Strategie zur Marktführerschaft

## Die Feinmetall GmbH aus Herrenberg ist ein weltweit führender Hersteller von Prüfmitteln für die Elektronikindustrie

Die Feinmetall GmbH aus Herrenberg entwickelt und produziert Prüfmittel für die internationale Elektronikindustrie und gilt als „Hidden Champion“. Die Produktpalette reicht von Prüfkarten für den Wafertest über Prüfadapter bis hin zu einem umfassenden Programm von Federkontaktstiften. Kunden sind hauptsächlich Firmen aus der Elektronik sowie Automobilzulieferer.



Feinmetall GmbH

regelmäßig durch neue ergänzt. Durch relativ kleine Losgrößen können selbst hoch spezielle Wünsche befriedigt werden. In Sachen Qualität fährt Feinmetall eine Null-Fehler-Strategie: Bevor ein neues Produkt die Serienfreigabe erhält, wird es oft monatelang getestet – häufig vom Kunden selbst.

Wenngleich Produkte für die Automobilzulieferindustrie für Feinmetall die größte Bedeutung haben, finden sich die Prüfstifte auch in Testsystemen für die Mobilfunkindustrie, Solarzellenhersteller und andere Elektronik produzierende Branchen. Ein weiteres Standbein von Feinmetall ist der technisch sehr anspruchsvolle Bau von Prüfkarten für den Wafertest und Adaptern zur Prüfung von elektronischen Baugruppen. Jedes dieser Produkte ist ein Unikat, das für den konkreten Bedarf des Kunden eigens entwickelt und gebaut wird.

Nach Umsatz und Mitarbeiterzahl ist Feinmetall in den vergangenen zehn Jahren auf das Vierfache gewachsen. Heute beschäftigt das Unternehmen am Stammsitz in Herrenberg sowie an Standorten in Tschechien, Singapur, Taiwan und den USA über 250 Mitarbeiter. Vertretungen und Niederlassungen gibt es in 37 Ländern. Die für das starke Wachstum erforderlichen Innovationen und Investitionen konnten bisher stets aus eigenen Erträgen finanziert werden. Von der Wirtschafts- und Finanzkrise ist Feinmetall ebenfalls noch betroffen: „Besonders der Halbleiterssektor und alle Marktsegmente, die mit größeren Investitionen verbunden sind, zum Beispiel für investitionsintensive Maschinen, zeigen sich nach wie vor schwach, wohingegen der Bereich Automotive aktuell gut läuft“, so Ulrich Lieb zur wirtschaftlichen Lage bei Feinmetall.

*Sonja Madeja*

Begonnen hat das Unternehmen im Jahr 1964 als Hersteller von Uhrenfedern. Mit dem Start der Produktion von Federkontaktstiften läutete Feinmetall 1974 den Einstieg in die elektronische Prüftechnik ein. Federkontaktstifte sind Elemente, die für die Prüfung von Leiterplatten, elektronischen Baugruppen und Bauteilen in der Elektronikindustrie verwendet werden. Den Anstoß gaben damals Ingenieure der benachbarten IBM Deutschland. „Wir wurden gefragt, ob wir Federkontaktstifte zum elektronischen Test von Platinen bauen könnten“, sagt Ulrich Lieb, Leiter Vertrieb und Marketing bei Feinmetall. Man konnte – und ergriff die Gelegenheit zur Entwicklung eines breiten Spektrums professioneller Systemlösungen für die Elektronikindustrie.

Heute bietet Feinmetall sämtliche Federkontaktstifte für elektronische Tests an. „Eine unserer Domänen ist der Kabelbaumtest, wo sehr anspruchsvolle Stifte benötigt werden, die nicht nur aus Mantel, Feder und Kolben bestehen, sondern auch Schaltfunktionen übernehmen können“, erklärt Ulrich Lieb. „Hier sind wir Marktführer in Europa.“ Zu einem Kabelbaum für die Mercedes-S-Klasse beispielsweise gehören über 300 Stecker, die alle getestet werden müssen. Die beeindruckende Palette von rund 8.000 Kontaktstiftmodellen, die Feinmetall bis heute entwickelt hat, wird nach wie vor

### Feinmetall GmbH

Gründungsjahr: 1964  
Mitarbeiter: 250  
Sitz: Herrenberg  
Weltweit: Tschechien, Singapur, Taiwan, USA  
sowie Vertretungen in 37 Ländern  
Umsatz: 250 Mio. Euro

[www.feinmetall.de](http://www.feinmetall.de)

# Damit sich Energieeffizienz rechnet

EcoUnion ist einer der führenden Anbieter von Energieausweis-Systemen in Deutschland

Clean Energy

Wie viel Kraftstoff das eigene Fahrzeug verbraucht, weiß nahezu jeder. Beim Energiebedarf der Wohnung oder des Hauses müssen jedoch viele passen. Der Energiebedarf der eigenen vier Wände könnte vor allem bei Altbauten drastisch gesenkt werden, wenn Fassaden und Kellerdecken besser gedämmt, Fenster und Heizung ausgetauscht würden. Hier soll der Energieausweis helfen: Eigentümer müssen heute beim Neubau oder Umbau von Gebäuden einen Energiebedarfsausweis ausstellen und ihn Kauf- und Mietinteressenten vorzeigen.

Einer der führenden Anbieter der entsprechenden Software ist die Stuttgarter EcoUnion AG. Kunden wie die Dekra, die Süwag, E.ON Bayern und die Allianz nutzen das webbasierte System eno-pass, das mehrfach von der deutschen

Internetwirtschaft ausgezeichnet wurde. „Energieausweise tragen dazu bei, dass sich Investitionen in Energieeffizienz besser rechnen, davon profitieren Mieter und Eigentümer gleichermaßen“, erklärt Lars M. Wolfram, Mitglied des Vorstands und Sprecher von EcoUnion. „Wir sind einer der wenigen, wenn nicht gar der einzige Anbieter, der gesetzskonforme Ausweise online ausstellt.“

Speziell für Banken und Bausparkassen hat EcoUnion Module wie Energiesparrechner, Fördermittel, Baustoffe und diverse Sanierungsvorschläge für modernisierungswillige Kunden zusammengestellt. Mit dieser integrierten Lösung – über Schnittstellen werden Objektdaten und Verbrauchsdaten der Kundenseite eingebunden – behauptet sich EcoUnion als einziger Anbieter am Markt.



Knapp zwei Millionen Euro hat die im Jahr 1999 gegründete Gesellschaft 2008 umgesetzt, nach dem Ende der Wirtschaftskrise soll es beschleunigt aufwärts gehen. (som)

[www.ecounion.de](http://www.ecounion.de)

## Ganz am Puls der Zeit

Lernen mit Spaß im 3D-Cyber Classroom



Wandtafel, Tageslichtprojektor und biologische Präparate – wie uncool. Wenn die Stuttgarter Firma Visenso das Klassenzimmer einrichtet, ist 3D angesagt und der Unterricht wird abwechslungsreich wie nie zuvor. Das auf Virtual-Reality-Technologien spezialisierte Unternehmen hat in Deutschland die ersten Cyber Classrooms ausgestattet, in denen Schüler auf virtuelle Art und Weise lernen und Lehrer die neue Technik ausprobieren können.

Wenn sich eine Schule entscheidet, ihre Klassenzimmer dreidimensional aufzurüsten, kann sie auf drei verschiedene

Display-Technologien zurückgreifen: Es besteht die Möglichkeit, die Zimmer mit einem Plasma-Fernseher mit dreidimensionaler Ansicht, mit einer virtuellen Leinwand samt Videobrille oder einer großen 3D-Projektionsfläche auszustatten. Ein speziell von Visenso entwickeltes Lernsoftware-Paket umfasst Unterrichtsmodule für verschiedene Themengebiete und Fächer. Lehrer können beispielsweise ihren Schülern Geraden und Ebenen im Raum, die DNS-Doppelhelix, das menschliche Ohr und Kunstwerke dreidimensional verständlich machen. Bei

der Entwicklung der Software haben die Virtual-Reality-Experten mit Pädagogen zusammengearbeitet. Bis jetzt gab es eine Lernsoftware dieser Art noch nicht, meint Martin Zimmermann, Geschäftsführer bei Visenso. Sie und noch weitere Module des 3D-Pakets sind an der Referenzschule Thomas-Strittmatter-Gymnasium in St. Georgen bereits erfolgreich im Einsatz. Auch in den Virtual Dimension Centers in St. Georgen und Fellbach sowie an der Universität Karlsruhe sind sogenannte C3-Labs eingerichtet, in denen Schüler und Lehrer die neue Technologie testen können.

Das Projekt wurde bereits in die „Innovationsliga“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung aufgenommen, deren Ziel die Förderung einer stärkeren Vernetzung von Schulen mit Einrichtungen aus Wirtschaft und Wissenschaft auf dem Feld der Optischen Technologien ist. (ohm)

[www.cyberclassroom.de](http://www.cyberclassroom.de)  
[www.visenso.de](http://www.visenso.de)



Wegweisend: Familienunternehmen sind in der Region Stuttgart fest verankert und bilden eine entscheidende Säule ihres wirtschaftlichen Erfolgs. Ihre Standorttreue und ihre verantwortliche Unternehmensführung werden geschätzt und von den Heimatkommunen honoriert.



# Erfolgsspur

Familienunternehmen bilden eine entscheidende Säule der deutschen Wirtschaft. Neun von zehn Unternehmen, insgesamt mehr als eine Million, befinden sich in Familienhand. Sie erwirtschaften über die Hälfte des Bruttoinlandsprodukts, beschäftigen annähernd zwei Drittel aller Arbeitnehmer und entwickeln drei Viertel aller Patente (PricewaterhouseCoopers-Studie 2008). Vielfach werden diese Firmen bereits in der dritten oder vierten Generation geführt. Sie stehen für langfristig orientiertes, unternehmerisch verantwortliches Handeln. Dies ist ein unschätzbare Vorteil besonders in Zeiten, in denen Managern reine Gewinnmaximierung, das Ticken im Quartalstakt der Börsenberichte sowie persönliche Gier und Realitätsferne vorgeworfen werden. In der Region Stuttgart sind besonders viele erfolgreiche, meist mittelständisch geprägte Familienunternehmen konzentriert (Grafik S.12). Sie verleihen dem Standort seine besondere Stärke.

Dass Familienunternehmen Leistungsträger der deutschen Volkswirtschaft sind, belegt eine Studie der Stiftung Familienunternehmen. „Familienunternehmen schaffen neue Arbeitsplätze und entwickeln sich dynamischer als beispielsweise Dax-Unternehmen“, weiß Prof. Dr. Brunhagen Hennerkes, Vorstand und Initiator der Stiftung. Demnach haben die größten Familienunternehmen ihre inländischen Belegschaften zwischen 2003 und 2005 um zehn Prozent auf 2,2 Millionen Mitarbeiter ausgebaut, während die Dax-Unternehmen ihr Inlandspersonal um 3,5 Prozent auf knapp 1,6 Millionen Beschäftigte gekürzt haben. Die gesamte deutsche Wirtschaft habe ihre Inlandsbeschäftigten in dieser Zeit um drei Prozent reduziert.

Familienunternehmen sind deshalb erfolgreich, weil sie in langen Zeiträumen denken und planen können. „Für Familienunternehmen steht an erster Stelle der Erhalt der Unabhängigkeit und eine nachhaltige und langfristige Strategie zur Sicherung des Unternehmens“, sagt Hennerkes. Nachhaltiges Wirtschaften in allen Belangen gehört zu ihren grundsätzlichen Merkmalen, sei es strategisch, ökologisch oder personell. Bei börsennotierten Unternehmen wird die Führungsriege alle drei Monate an ihren Zahlen gemessen. Das fördert eine Strategie schneller Ergebnisse – nicht zwingend zum langfristigen Wohle des Unternehmens.

Hier ist der Kopf eines Familienunternehmens klar im Vorteil, weil er sich von der Logik kurzfristiger Gewinnorientierung abkoppeln kann. Die Unabhängigkeit von Finanzinvestoren und vom Kapitalmarkt macht es dem Management leichter, selbstbestimmte Entscheidungen zum Wohle des Unternehmens und seiner Mitarbeiter zu treffen. Auch in guten Zeiten führt diese typische Strategie des nachhaltigen Wirtschaftens dazu, sich nicht in unüberschaubare finanzielle Wagnisse zu stürzen.

Harro Höfliger ist Chef des gleichnamigen Herstellers von Verpackungsmaschinen aus Allmersbach im Tal mit 500 Mitarbeitern und 80 Millionen Euro Umsatz. Er legt Wert darauf, dass nicht der kurzfristige Erfolg im Vordergrund steht. „Entscheidend sind der langfristige Erhalt

unseres Unternehmens, der Ausbau des eigenen Know-hows und der weltweiten Marktstellung.“ Dazu gehört beispielsweise die Investition in den Nachwuchs. Derzeit haben 60 Auszubildende bei Höfliger die Chance auf eine gute berufliche Zukunft. Eine Fluktuationsrate bei den Beschäftigten von weit unter zwei Prozent zeigt, dass es der Firma gelingt, die Mitarbeiter an sich zu binden.

## Zufriedene Mitarbeiter bleiben

Familienunternehmen besitzen ein starkes Bewusstsein dafür, wie sehr das Schicksal von Menschen und Familien vom eigenen unternehmerischen Handeln abhängt. „Die Firma sitzt ständig mit am Familientisch“, erzählt Nicola Leibinger-Kammüller, die seit vier Jahren bei der Trumpf-Gruppe in Ditzingen die Geschäfte leitet. Während der letzten Krise, die 1992 vor allem den Maschinenbau betraf, hat sie erlebt, wie sehr ihren Vater die schwierige

## Familienunternehmen beispielhaft

- Für Hänschen und Hans – Schulbuchklassiker und mehr: Ernst Klett AG (Verlag, Medien, Bildung; Stuttgart)
- Quadratische Schokolade zum Dahinschmelzen: Alfred Ritter GmbH (Schokolade; Waldenbuch)
- Fit durch Nordic Walking: Leki GmbH (Ski- und Wanderstöcke; Kirchheim)
- Kraftvolle Helfer, meist für Männer: Stihl AG (Motorsägen; Waiblingen)
- Schicksal spielen und Geld regnen lassen: Glöckle (Lotterie; Stuttgart)
- Wasser marsch – aber bitte mit Design: Hansa Metallwerke (Armaturen; Stuttgart)
- Das hält garantiert: Putzmeister AG (Betonpumpen; Aichtal)
- Das älteste Skiwachs der Welt: Holmenkol AG (Technologie für Sportler; Ditzingen)
- Hier wird es heiß und knusprig: Wiesheu GmbH (Profi-Backöfen; Affalterbach)

# Philipp Haußmann

**179: Scheinbar altmodische Werte wie Verbindlichkeit, Verlässlichkeit und gesellschaftliche Verantwortung werden seit den Auswüchsen der Finanz- und Wirtschaftskrise in der öffentlichen Debatte diskutiert. Was sagen Sie dazu?**

**Haußmann:** Verbindlichkeit und Verlässlichkeit, aber auch langfristiges Denken und Handeln können nicht hoch genug eingeschätzt werden. Es wäre aber nicht sachgerecht, auf den gesamten Berufsstand der Manager loszuschlagen. Gleichwohl wundere ich mich schon gelegentlich darüber, wie naiv, sorglos und auch gierig einige Verantwortliche um des schnellen Geldes willen elementare Grundtugenden des soliden Wirtschaftens außer Acht gelassen haben.

**Die Stiftung Familienunternehmen stellt fest, dass Familienunternehmen auf lange Sicht wirtschaftlich erfolgreicher sind. Sehen Sie das ebenso? Warum?**

Wenn ein Familienunternehmen gut geführt wird und auf einer soliden finanziellen Basis steht, dann ist das der Fall. Familienunternehmer können viel kurzfristiger entscheiden, andererseits können

sie ihre Ziele viel langfristiger verfolgen. Sie sind oft mutiger, weil sie nicht wie Manager in anderen Unternehmen auf viele Gremien und den Zwang der Börse Rücksicht nehmen müssen. Sie haben häufig weniger Angst vor Fehlern.

**Worin liegen Ihrer Meinung nach die Stärken eines Familienunternehmens?**

Sie wirtschaften nachhaltig, planen und denken in längeren Zeitperioden, sie sind solide und können flexibler auf Anforderungen des Marktes reagieren. Vor allem aber sind Familienunternehmer besonders nah dran am Geschäft und auch an ihren Kunden. Das gilt auch für die Mitarbeiter, die sie hoch schätzen. Ein jedes Unternehmen verkörpert bestimmte Werte. Bei Klett sind das der unbedingte Wille zur Qualität im Sinne des Kunden, hohe Verlässlichkeit und Bescheidenheit. Mehr noch als jeder andere Manager muss der Familienunternehmer für die Werte des Unternehmens in persona eintreten.

**Worin liegt die spezielle Stärke der Klett Gruppe?**

Bildung und Weiterbildung ist ein Markt der Zukunft, zumal in einer hoch entwickelten Dienstleistungsgesellschaft wie

der unseren. Unsere Dezentralität mit vielen Unternehmen und Unternehmen innerhalb der Klett Gruppe macht uns besonders handlungsfähig in sich wandelnden Märkten. Die Qualität unserer Mitarbeiter schließlich ist in Summe unsere größte Stärke. Denn sie führen letztlich das Unternehmen zum Erfolg.

**Sie haben erst kürzlich in Eigenregie eine Unternehmensanleihe erfolgreich platziert. Wie entscheidend ist die finanzielle Unabhängigkeit für ein Familienunternehmen?**

Sie eröffnet Spielräume. Wir haben einen hohen Liquiditätsbedarf, vor allem im Sommer, wenn die Schulbücher gedruckt, aber noch nicht bezahlt sind. Außerdem müssen wir unsere Zukunftsinvestitionen, wie etwa den Ausbau unserer Weiterbildungsinstitutionen, unsere Fernhochschulen und Fernfachhochschulen, zunächst jahrelang vorfinanzieren. Und gerade im Zuge der Bankenkrise ist es sinnvoll, auch alternative Finanzierungswege zu suchen und zu erschließen.

**Eine Schwäche, die Familienunternehmen zu eigen ist, ist die Familie selbst. Hinter Klett stehen knapp 20 Anteilseigner. Ein fünfköpfiger Familienrat nimmt indirekt Einfluss auf das Unternehmen. Wie funktioniert das?**

Situation damals belastet hat, als mögliche Kündigungen im Raum standen. „Das hat mich und alle anderen Familienmitglieder tief geprägt.“ Heute ist sie in einer ähnlichen Lage und muss Entscheidungen treffen.

Geringe Fluktuationsraten wie auch die Verbundenheit mehrerer Generationen sind Indikatoren für eine starke Identifikation mit einem Unternehmen. Die Ziemann GmbH in Ludwigsburg begann vor knapp 160 Jahren als kleine Kupferschmiede und ist heute ein weltweit gefragter Spezialist für Brauereianlagen. „Wir sind trotz alledem ein schwäbischer Mittelständler und auch stolz darauf, dass wir Mitarbeiter im Hause haben, deren Eltern und Großeltern bereits bei uns im Unternehmen beschäftigt waren“, sagt Jörg Rositzke, Leiter der Unternehmenskommunikation.

## Wertschöpfung mit Verantwortung

Mitarbeiter, Kunden und Umwelt stehen bei Familienunternehmen hoch im Kurs. Gesellschaftliche Verantwortung ist keine gesetzlich verordnete Vorgabe, sondern jahrzehntelang gelebte Unternehmenskultur. Eine Studie der Universität Stuttgart weist nach, dass wirtschaftliche

Beweggründe und ethische Motivation gleichermaßen gesellschaftliches Engagement hervorbringen. Im Mittel ist den untersuchten Familienunternehmen das gesellschaftliche Engagement rund eine halbe Million Euro pro Jahr wert. Etwa die Hälfte der Befragten will ihr Engagement im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR), wie dieser Ansatz heute häufig modisch genannt wird, ausweiten.

Ein typisches Beispiel ist Marabu aus Tamm, das in diesem Jahr sein 150-jähriges Bestehen feiert und zu den weltweit führenden Herstellern von Druckfarben gehört. Rolf Simon leitet das Unternehmen in fünfter Generation und setzt bei seinen ausschließlich in Deutschland hergestellten Produkten seit langem auf Ökologie und Nachhaltigkeit – in jeder Hinsicht. Marabu hat nicht nur lösemittelfreie Farben entwickelt. Die Reinigungsanlagen in der Produktion funktionieren ausschließlich mit kaltem Wasser und ohne Zusatz von Reinigungsmitteln. Schmutzwasser wird wiederaufbereitet und in den firmeneigenen Wasserkreislauf eingespeist. Ein Ökostromanbieter liefert die notwendige Energie und das betriebliche Umweltmanagement ist nach ISO-Kriterien zertifiziert.



In einer AG tragen letztlich Aufsichtsrat und Vorstand die Verantwortung. Unser Familienrat bündelt die Interessen und Anliegen der Gesellschafter und bringt sie in Form von Vorschlägen ins Unternehmen ein. Er kann so mittelbar Einfluss auf die grundsätzliche Ausrichtung des Unternehmens ausüben, was beispielsweise die Strategie, das Wachstum oder die Risikobereitschaft betrifft. Es ist wichtig, dass sich alle Gesellschafter als Teil des Unternehmens empfinden und sich mit ihm identifizieren.

#### *Welche Rolle spielen Familienunternehmen für die Standortpolitik?*

In unserer Region hat man im Großen und Ganzen verstanden, dass Familienunternehmen und Mittelständler generell das Rückgrat unserer ökonomischen Zukunft sind. Das gilt nicht so sehr für die Bundespolitik, wenn man etwa an die geltenden Regelungen zur Vererbung von Unternehmen denkt.

#### *Eine persönliche Frage: Gibt es ein Buch, das Sie im Lauf ihres Lebens besonders beeindruckt oder geprägt hat?*

Anna Karenina von Tolstoi: wunderschöne Sprache, perfekt gewobene Handlung, dichte Atmosphäre und in voller Tiefe entwickelte Charaktere – das findet man kaum woanders.

*Fragen von Astrid Schlupp-Melchinger*

### **Philipp Haußmann, Sprecher des Vorstands der Ernst Klett AG**

Geboren 1965 in Stuttgart, studierte der Urenkel des Firmengründers Ernst Klett Rechtswissenschaft und Romanistik in Berlin, Bonn und Freiburg im Breisgau. 1995 stieg er als Trainee bei der Ernst Klett AG ein. 1997 wurde er Redaktionsleiter der PONS Wörterbücher und Selbstlernen im Ernst Klett Verlag. 2002 wurde ihm die Geschäftsführung der Ernst Klett Sprachen GmbH, Stuttgart, übertragen. Dort war er verantwortlich für inländische und internationale Tochterunternehmen. 2007 wurde er in den Vorstand der Ernst Klett AG berufen. Seit 2009 ist er Sprecher des vierköpfigen Vorstands der Ernst Klett AG und zeichnet auch verantwortlich für die Unternehmenskommunikation.

Mit einem Jahresumsatz von 439 Mio. Euro (2008) gehört die Klett Gruppe zu den größten Verlagshäusern und Bildungsanbietern in Europa. Die Gruppe ist mit rund 70 Unternehmen an 42 Standorten in 18 Ländern präsent und beschäftigt 2.800 Mitarbeiter. Zu den Geschäftsbereichen gehören unter anderem Schulbuchverlage, Schulen, Fernschulen und Publikumsverlage.

Zur Firmenstrategie der ads-tec GmbH in Leinfelden-Echterdingen, eines kleineren Mittelständlers, der im Bereich Daten- und Systemtechnik tätig ist, gehören nicht allein Kooperationen mit der Universität Stuttgart oder das Interesse an High Potentials: ads-tec arbeitet mit der Stiftung „Leben und Arbeit“ zusammen, deren Ziel es ist, Jugendliche und Langzeitarbeitslose in ein eigenes, verantwortungsvolles Leben und Arbeiten zu begleiten.

### **Förderung von Bildung und Kunst**

Bildungsförderung haben sich viele Familienunternehmen auf die Fahnen geschrieben. So hat vor zwei Jahren die Festo AG in Esslingen den ersten firmeneigenen Bildungsfonds in Deutschland aufgelegt, in den die Inhaberefamilien Stoll fünf Millionen Euro eingebracht haben. Mit dem Fonds fördert der Automatisierungsspezialist besonders qualifizierte Studierende, die das Geld einkommensabhängig zurückerzahlen. So funktioniert der Fonds im Sinne eines Generationenvertrages und wirkt zusätzlich dem Fachkräftemangel entgegen. „Wir sind das erste Industrieunternehmen bundesweit, das sich auf diesem Feld engagiert hat“, sagt Peter Speck, der den Bildungsfonds bei Festo verantwortet. Ein anschauliches Beispiel für die Verbindung von Wertschöpfung und gesellschaftlicher Verantwortung ist auch die von der Stuttgarter Ernst

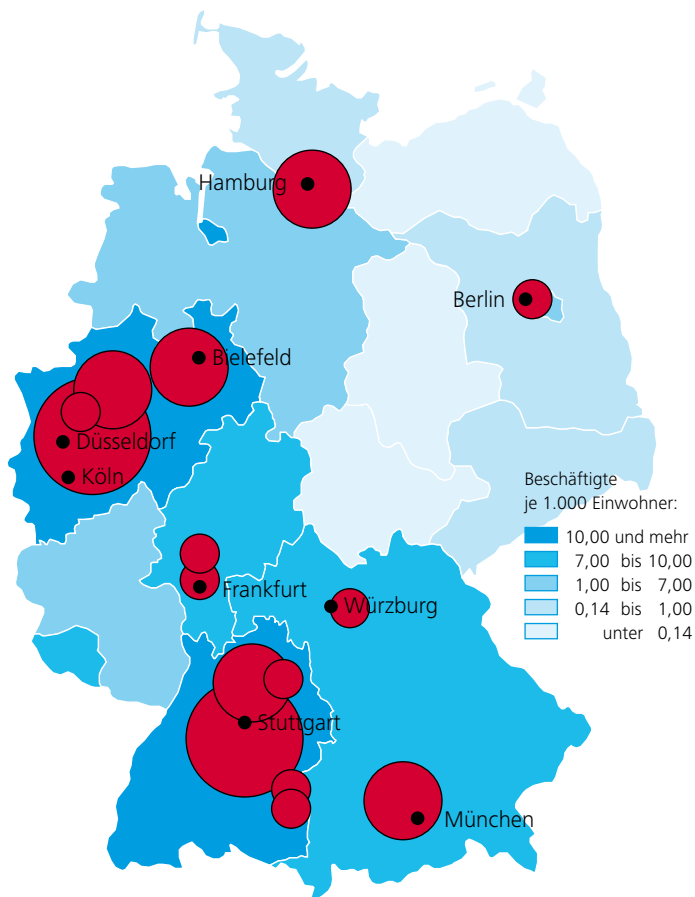
Klett AG initiierte Leseförderung von Kindern. Mit Lesepatzen, Bücheraktionen und Schulungen für Erzieherinnen setzt sich das traditionsreiche Unternehmen gemeinsam mit dem Bundesverband Alphabetisierung für die rund vier Millionen jugendlichen und erwachsenen Analphabeten in Deutschland ein. Auch die Kunst kann mit den Familienunternehmen rechnen, wie das Museum Ritter des Waldenbucher Schokolade-Herstellers und die Stihl Galerie in Waiblingen zeigen. Zwei Millionen Euro stammen aus einer Spende der Eva Mayr-Stihl Stiftung, benannt nach der Schwester von Hans-Peter Stihl, dessen Unternehmen als Synonym für Motorsägen steht und weltweit Marktführer in diesem Segment ist.

### **Hohe Identifikation der Mitarbeiter**

Nachhaltiges Wirtschaften und verantwortungsvolles Handeln sind eine wichtige Basis für die Identifikation der Belegschaft mit dem Unternehmen. „Ohne unsere Mitarbeiter und deren Know-how sind wir nichts“, sagt Klett-Vorstandssprecher Philipp Haußmann. Familienunternehmen gelingt es meist besser, ein Gemeinschaftsgefühl zu schaffen, eine wichtige Voraussetzung für Einsatzbereitschaft und Engagement der Belegschaft.

## Karte der größten Familienunternehmen

Die Kreise verweisen auf eine besonders hohe regionale Konzentration.



Quelle: Stiftung Familienunternehmen, Stuttgart 2008

Bei einer Umfrage, die für den diesjährigen Kongress für Familienunternehmen an der Universität Witten-Herdecke erstellt wurde, glänzen die inhabergeführten Firmen mit Bestnoten. Die Befragten stellten vor allem die Vorbildfunktion der Führungspersonlichkeiten, das ethische Verhalten und die soziale Verantwortung in den Vordergrund. Neben dem Geist, sich für seine Mitarbeiter, aber auch für die Gesellschaft verantwortlich zu fühlen, prägt das Familienunternehmen meist eine persönliche Note. „Das Image von Familienunternehmen ist in Deutschland generell sehr positiv“, bestätigt Peter Kruse, Professor für Organisationspsychologie an der Universität Bremen, aber er macht Einschränkungen. Bisweilen werden sie unterschätzt und manchmal gar als kleinkrämerisch oder provinziell betrachtet. „Sie stehen im Allgemeinen für Nachhaltigkeit, doch weniger für internationale Wettbewerbsfähigkeit.“

Vor allem Letzteres ist ein Trugschluss. Gerade in der Region Stuttgart finden sich zahlreiche Hidden Champions, hinter deren unauffälliger Fassade sich so mancher Weltmarktführer verbirgt. Ein Beispiel ist etwa die Hinterkopf GmbH aus Eislingen. Alexander Hinterkopf führt das Unternehmen mit 200 Mitarbeitern in der zweiten Generation. Ob Senf- oder Zahnpastatube, die meisten

dieser Hüllen sind auf Maschinen hergestellt, die bei Hinterkopf entwickelt und produziert wurden. Innovationen prägen die Entwicklungsgeschichte des dynamischen mittelständischen Unternehmens und Weltmarktführers für Maschinen in diesem Sektor. „Unsere starken Familienunternehmen haben sich durch ihre Spezialisierung und ihre hohe Produkt- und Servicequalität eine führende Rolle auf dem globalen Markt erarbeitet“, sagt Dr. Walter Rogg, Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS). „Wir alle profitieren von diesen Mittelständlern. Sie sind in der Region verwurzelte Top-Arbeitgeber, zeigen hohe Standorttreue und haben uns zu einer der erfolgreichsten Wirtschaftsregionen weltweit gemacht.“

Auch in Krisenzeiten können Familienbetriebe ihre speziellen Stärken ausspielen. Der unternehmerische Wille, die Firma über Generationen hinweg zu erhalten, stärkt das Durchhaltevermögen der Eigner. Sie verzichten eher auf eine höhere Rendite, um das Unternehmen nicht ausbluten zu lassen, oder sie bewältigen eine finanzielle Krise, weil die Familie und der Gesellschafterkreis als zuverlässige Kapitalgeber im Hintergrund agieren. „In einer aktuellen Studie der Stiftung Familienunternehmen bedienen sich über 60 Prozent der Befragten eines Gesellschafterdarlehens, um finanzielle Engpässe auszugleichen“, berichtet Brun-Hagen Hennerkes. „Die emotionalen Bande zwischen Familie und Mitarbeitern bringen in schwierigen Phasen einen engen Schulterschluss mit der Belegschaft hervor, so etwa in Form spezieller Arbeitszeitmodelle oder tariflicher Bündnisse. Dabei schafft die starke Einbindung in das jeweilige soziale und lokal- oder regionalpolitische Umfeld Verständnis und einen gewissen Rückhalt.“ Dies führt dazu, dass sie auch in Krisenzeiten nicht so schnell aufgeben – und entlassen.

### Familie als Stolperstein

Bei allen Vorteilen, die Familienunternehmen zu eigen sind, bergen sie auch Gefahren. Streitigkeiten können ein Unternehmen in schweres Fahrwasser bringen. So geschehen bei einem weltbekannten Namen und einer starken Marke. Die Firma Märklin aus Göppingen kann als negatives Beispiel dafür zählen, wie ein Traditionsunternehmen in Familienhand sowohl unter der Uneinigkeit seiner zahlreichen Anteilseigner leiden kann als auch unter Managern und nachfolgenden Finanzinvestoren, die ohne Bezug zur Firma, ihrer Geschichte und ihren Produkten handeln. Der Verkauf von Märklin im Jahr 2006 nach 147-jähriger Unternehmensgeschichte an einen britischen Private-Equity-Fonds endete dieses Jahr in der Insolvenz.

Streit vermeiden, um das Unternehmen nicht in seiner Existenz zu gefährden, ist die beste Lösung. „Hier haben Familienunternehmen in den vergangenen Jahren eine große Entwicklung vollzogen“, weiß Professor Hennerkes. „Für viele ist ein Family Governance Kodex – eine Familienverfassung, die die unterschiedlichen Interessen der einzelnen Familienmitglieder regelt, die Werte und strategischen Ziele des Unternehmens festlegt – inzwischen eine Selbstverständlichkeit.“

## Die Stiftung Familienunternehmen

Professor Dr. Brun-Hagen Hennerkes aus Stuttgart, Jahrgang 1939, gilt als einer der führenden Experten im Bereich der Familienunternehmen. Der Jurist befasst sich seit über 30 Jahren ausschließlich mit diesem Unternehmenstyp. Er war selbst lange Jahre in Familienunternehmen tätig und in der Folge als Anwalt auf deren besondere Belange spezialisiert. Hennerkes hat die Stiftung Familienunternehmen im Jahr 2002 ins Leben gerufen und das Standardwerk „Die Familie und ihr Unternehmen“ veröffentlicht.

„Familienunternehmen sind ein Faszinosum“, meint Hennerkes, „da sie stark von den Eigentümerpersönlichkeiten geprägt sind, die sich mit ihren speziellen Stärken in die Betriebe und in die Unternehmenskultur einbringen und so für eine unglaubliche Dynamik und Vielfalt sorgen.“ Die Stiftung Familienunternehmen sieht ihre Aufgabe darin, diese spezielle Form des Unternehmertums eingehend zu untersuchen, „denn wissenschaftlich betrachtet bewegen wir uns nach wie vor auf Terra incognita“, so Hennerkes. Daher unterstützt die Stiftung Forschungsaktivitäten und -institutionen, die sich mit diesem Unternehmenstypus befassen.

Weiterhin sieht sich die Stiftung Familienunternehmen als Netzwerk und fördert den Austausch von Familienunternehmern. „Das gelingt uns beispielsweise mit Veranstaltungen wie dem Tag des deutschen Familienunternehmens in Berlin oder der Juniorenkonferenz, die sich besonders an den Nachwuchs in den Familienbetrieben wendet“, sagt Hennerkes. Seit ihrer Gründung hat sich die Stiftung auch zu einem wichtigen Ansprechpartner für politische Entscheidungsträger entwickelt, wenn es um die besonderen Belange dieses Unternehmenstypus in rechtlichen, steuerlichen und wirtschaftspolitischen Fragestellungen geht.

Ein weiterer Stolperstein für Familienunternehmen ist die Nachfolge. Weitsichtige Firmenchefs regeln bereits lang im Voraus die Fortführung des Managements, damit der Übergang möglichst glatt vonstatten geht. „Alle Beteiligten sollten sich um die Nachfolge früh Gedanken machen und entsprechende Gespräche führen. Ich kann nur aus eigener Erfahrung sagen, dass es gut ist, sich ein paar Jahre außerhalb der elterlichen Firma umzusehen, um dort Erfahrungen zu sammeln und um zu beweisen, was man kann“, empfiehlt Mark Bezner, der Chef des Hemdenherstellers Olymp aus Bietigheim. „Noch bevor die nächste Generation auf der Welt ist, sollte die Nachfolgeregelung geklärt werden“, meint auch Trumpf-Chefin Nicola Leibinger-Kammüller. Ihr Ehemann und ihr Bruder leiten die Geschäftsbereiche Lasertechnik und Werkzeugmaschinen des Unternehmens. „Wir haben einen Familienkodex samt Curriculum für die möglichen Nachfolger ausgearbeitet: Studium, Auslandsaufenthalt und die Bewährung in einem fremden Unternehmen.“

Wenn die jüngere Generation das Ruder übernimmt, bringt das häufig frischen Wind ins Unternehmen. Als Cedrik Mayer-Klenk 1997 die Chemoform GmbH aus Wendlingen übernahm, befand sich der Familienbetrieb, der Produkte zur Wasserpflege für Schwimmbäder und Sauna und Wellness herstellt, in einer angespannten Situation. Dem damals erst 25 Jahre alten Betriebswirt gelang es, die Firma durch ein rigoroses Kostenmanagement, Ausweitung des Vertriebs und neue Patente auf Erfolgskurs zu bringen. Innerhalb von zehn Jahren stieg die Mitarbeiterzahl von 16 auf 176. Soziales Miteinander wird bewusst gelebt und gefördert, etwa wenn die Firma die gesamte Belegschaft zum Skifahren einlädt oder die Fußballmannschaft mit Unterstützung des Unternehmens trainiert und an Turnieren teilnimmt. Regelmäßige Fortbildung sorgt für Qualität und motiviert die Mitarbeiter zusätzlich.

*Astrid Schlupp-Melchinger*

## Was ist ein Familienunternehmen?

Familienunternehmen befinden sich ganz oder überwiegend im Eigentum von wenigen Personen, Familien oder einer entsprechenden Stiftung. Darüber hinaus gibt es keine allgemein anerkannten Definitionskriterien. Für das Institut für Mittelstandsforschung (IfM) in Bonn sind Familienunternehmen zudem durch die Einheit von Eigentum und Leitung geprägt: Die maßgeblichen Eigentümer leiten ihr Unternehmen selbst oder gemeinsam mit Fremdmanagern. Hier spricht man von Familienunternehmen im engeren Sinne. Daneben gibt es Ansätze mit weniger strengen Kriterien. Bei der Definition der Stiftung Familienunternehmen werden auch solche

Unternehmen eingeschlossen, die von einer überschaubaren Anzahl natürlicher Einzelpersonen oder Familien kontrolliert werden, aber nicht inhabergeführt sind. Es handelt sich bei dieser Definition um Familienunternehmen im weiteren Sinne.

Auch wenn die ganz überwiegende Mehrheit der Familienunternehmen zur Gruppe der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) gehört, ist die Unternehmensgröße kein Definitionskriterium. Das gilt auch für die Rechtsform. Manches Familienunternehmen operiert im Milliardenbereich. In der Region Stuttgart gehören beispielsweise die Bosch-Gruppe und die Celesio AG dazu.





Heinz Reschke

**Heinz Reschke hat sein Softwareunternehmen von Finanzinvestoren zurückgekauft**

## Vertrauen ist gut, Unterschriftenkontrolle ist besser

Heinz und Peter Reschke gleichen sich wie ein Ei dem anderen – beinahe zumindest. Die Zwillingbrüder leiten gemeinsam die Softpro GmbH und kennen sich mit kleinen, aber feinen Unterschieden bestens aus. Der Böblinger Softwarespezialist hat sich als weltweit führender Anbieter für den Vergleich eigenhändiger Unterschriften etabliert. Die Software von Softpro prüft die Unterschriften auf Bankbelegen ebenso wie die E-Signatur bei elektronischen Schriftstücken – jeden Tag weltweit 25 Millionen Mal. 200 Kunden in 27 Ländern vertrauen den Lösungen des Unternehmens, darunter finden sich einige der größten Banken dieser Welt, so etwa die Barclays Bank, BNP Paribas, JP Morgan Chase, die Citigroup oder UBS.

Anfangs hatte das Unternehmen vor allem die eingescannten Unterschriften von Überweisungsträgern im Visier, doch rasch konzentrierte sich die 1983 gegründete

Firma auf die Verarbeitung digitalisierter Unterschriften und deren Einbindung in die virtuelle Verwaltung. Mittlerweile gehört es zum Standard, Unterschriften bereits während des Unterschreibens zu erfassen. Diese Technik hat sich bei zahlreichen Sparkassen, der Postpaketauslieferung, Einzelhändlern und Arztpraxen etabliert.

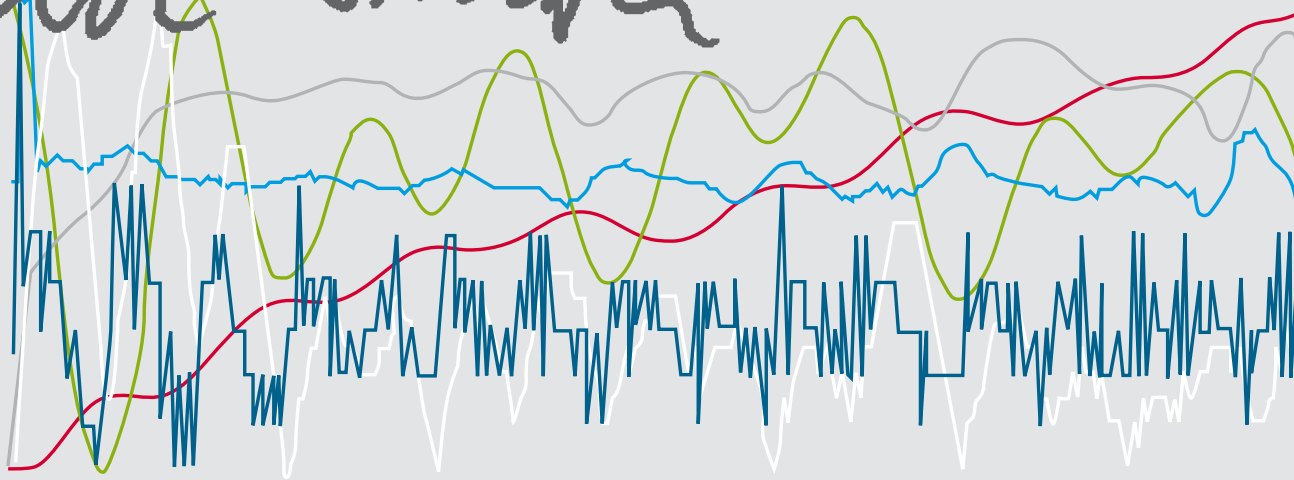
---

*„Nun setzt die Firma wieder auf eine nachhaltig und langfristig ausgerichtete Strategie, wie sie ein klassisches Familienunternehmen auszeichnet – Stakeholder Value statt Shareholder Value.“*

---

Nach der Gründung führte Heinz Reschke das Familienunternehmen 17 Jahre lang. Danach begann eine neue Phase, in der Wagniskapitalgeber die Führung bei Softpro übernahmen und Reschke in den Aufsichtsrat wechselte. Aber Kapital ist nicht alles. Seit dem ver-

# Dave Smith



**Viele Großbanken vertrauen der digital gesteuerten Unterschriftenkontrolle des Böblinger IT-Unternehmens Softpro: Nicht nur das persönliche Schriftbild, sondern auch der Prozess des Unterschreibens ist unverwechselbar und wird mit einer speziell entwickelten Software seismografisch dargestellt.**

gangenen Jahr bestimmt Reschke die Geschicke des Böblinger Softwarespezialisten wieder als Geschäftsführer. „Wir haben in diesem Zeitraum viel dazugelernt, was uns heute hilft, effizienter und konstruktiver zu arbeiten als manch vergleichbares Unternehmen unserer Größe. Unsere Projekte haben häufig einen Vorlauf von mehreren Jahren, dafür sind viele unserer Kunden aber auch schon jahrzehntelang mit uns verbunden“, so Reschke.

Nun setzt die Firma wieder auf eine nachhaltig und langfristig ausgerichtete Strategie, wie sie ein klassisches Familienunternehmen auszeichnet – Stakeholder Value statt Shareholder Value. Das zahlt sich für alle Beteiligten aus – Kunden, Partner und Mitarbeiter, ist Reschke überzeugt. „Dazu bedarf es einer offenen Kommunikationskultur und des ständigen Strebens nach Verbesserung. Das darf natürlich nicht nur in einer Unternehmensleitlinie stehen, sondern muss vom Chef täglich vorgelebt werden.“

Im Schnitt sind die Mitarbeiter von Softpro bereits knapp zehn Jahre beim Unternehmen. In der wechselstrebigen IT-Branche ist das eine Seltenheit. „Gerade für uns als Spezialist in einer Nische, die enorm viel spezifisches Wissen erfordert, ist es außerordentlich wichtig, dass wir hochqualifizierte Mitarbeiter binden können, die sich deutlich über das normale Maß hinaus engagieren“, so Reschke.

Sein engster Begleiter ist seit vielen Jahren Zwillingbruder Peter Reschke, der den Vertrieb leitet. „Für unsere Partner und Kunden ist es manchmal verwirrend, weil sie nicht gleich wissen, welchen Reschke sie vor sich haben. Wer uns länger kennt, entdeckt dann doch den einen oder anderen Unterschied“, lacht Heinz Reschke. Hier ist das von Softpro entwickelte Tool SignAlyze deutlich im Vorteil.

*Astrid Schlupp-Melchinger*

portrait

## Softpro GmbH

Gründungsjahr: 1983  
Mitarbeiter: 60  
Sitz: Stammsitz in Böblingen;  
Tochterfirmen in Großbritannien, USA  
und Singapur

[www.signplus.com](http://www.signplus.com)

## Turm aus lebenden Bäumen

Wissenschaftler der Universität Stuttgart haben einen Turm aus lebenden Holzpflanzen errichtet. Das neun Meter hohe Bauwerk dient der Forschungsgruppe Baubotanik für praxisnahe Tests. Ziel der Baubotanik ist es, die ästhetischen und ökologischen Qualitäten wachsender Bäume mit den Anforderungen statischer Prinzipien zu verbinden.

Basis des Turms, der bei Stockach am Bodensee steht, ist eine fachwerkähnliche mehrstöckige Struktur aus mehreren hundert jungen Silberweiden. Nur die Pflanzen der untersten Etage werden in den Boden gesetzt. Die übrigen wurzeln in Pflanzbehältern, die auf einem vorläufigen Stahlgerüst befestigt sind. Sobald die Pflanzen zu einem Organismus verwachsen sind und das Baumgerüst tragfähig genug ist, wird das Stahlgerüst entfernt. Dies wird voraussichtlich in fünf bis zehn Jahren der Fall sein. Lediglich die Zwischenböden bleiben erhalten. Das Pilotprojekt ist in Zusammenarbeit mit dem Bildhauer Cornelius Hackenbracht entstanden. Es wird von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt sowie verschiedenen Fachbetrieben, Ingenieurbüros und weiteren Sponsoren unterstützt.

[www.baubotanik.de](http://www.baubotanik.de)  
[www.uni-stuttgart.de/igma](http://www.uni-stuttgart.de/igma)

## Der grünste Computer

An der Universität Stuttgart steht der sparsamste Standardgroßrechner der Welt. Der Cluster-Rechner am Höchstleistungszentrum der Universität benötigt im Vergleich zur Rechenleistung die geringste Menge an Strom aller Gesamtrechner. Das geht aus der neuesten internationalen Green500-Liste hervor. Möglich wird dies durch besonders effiziente Netzteile und Rechenknoten. Das System enthält 1.400 Prozessoren und erreicht damit eine theoretische Spitzenleistung von 62 Teraflops.

[www.hlrs.de](http://www.hlrs.de)

## Kollektives Gedächtnis

Nicht nur einzelne Menschen, auch Staaten und Gesellschaften haben ein Gedächtnis. Wie sich ein solches Kollektivgedächtnis herausbildet, wie es in die Gegenwart wirkt und wie es von interessierten Gruppen instrumentalisiert werden kann, untersucht das Historische Institut der Universität Stuttgart. Als Beispiel dienen religiöse Erinnerungsorte in Ostmitteleuropa, da hier eine Vielzahl von religiösen und ethnischen Gruppen für einen reichhaltigen Fundus an Erinnerungssymbolen gesorgt hat. Dazu gehören beispielsweise die Stephanskrone, das Symbol der ungarischen Einheit, oder Wallfahrtsorte wie das Kloster Trebnitz bei Breslau in Polen.

Besonders interessant für die Erforschung solcher Zusammenhänge sind Erinnerungsorte, die sowohl religiöse wie auch politische Symbolkraft besitzen. So zog das Bildnis der Schwarzen Madonna von Tschenschow über Jahrhunderte hinweg Pilgerscharen an und stand gleichzeitig für den polnischen Unabhängigkeitswillen. Somit hatte der Katholizismus in Polen seine hohe politische Bedeutung bekommen, die bis heute anhält. In Ex-Jugoslawien hat die mittelalterliche Schlacht auf dem Amsfeld den Kosovo-Mythos erzeugt, der 600 Jahre später im jugoslawischen Bürgerkrieg den ideologischen Nährboden für die Diskriminierung der muslimischen Bevölkerung lieferte.

## Politiker formulieren unverständlich

Angela Merkel und Frank-Walter Steinmeier lassen sprachliche Klarheit vermissen und sind deshalb weitgehend unverständlich. Klar formulieren sie vor allem dann, wenn sie den politischen Gegner kritisieren. Dies haben Kommunikationswissenschaftler der Universität Hohenheim bei der letzten Bundestagswahl herausgefunden. Im direkten Vergleich drückt sich Steinmeier etwas verständlicher aus als Merkel. Auf einer Skala von 0 bis 20 erreicht er einen Wert von 16,4 Punkten gegenüber 13,9 der Kanzlerin. Die Wissenschaftler kritisieren vor allem lange Schachtelsätze und die häufige Verwendung von Fach- und Fremdwörtern. Basis der Untersuchung waren 52 Fernseh-, Radio- und Zeitungsinterviews der beiden Politiker. Diese wurden mit Hilfe einer Software untersucht, die Faktoren wie Satzlänge, Wortlänge und den Anteil abstrakter Wörter analysierte.

[www.uni-hohenheim.de](http://www.uni-hohenheim.de)

## Spitzenplatz für Immobilienwirtschaft

Die Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) ist im Urteil der Studierenden die zweitbeste Hochschule für Immobilienwirtschaft in Deutschland. Hervorragende Bewertungen hat die HfWU für den Praxisbezug und für die Professoren erhalten. In diesen Kategorien rangiert die Hochschule auf Platz eins Deutschlandweit hatten sich 573 Studierende immobilienwirtschaftlicher Studienfächer im Hauptstudium an der Umfrage beteiligt. Bewertet wurden Studieninhalte, Praxisbezug, Aufbau und Organisation des Studiums, Kompetenz der Professoren, die Ausstattung und der Hochschulstandort. Mit Gesamtnoten von befriedigend bis sehr gut herrscht an den Bildungseinrichtungen insgesamt eine hohe Zufriedenheit.

[www.hfwu.de](http://www.hfwu.de)

# Den Milben richtig einheizen

## Matratze gibt Allergikern den Schlaf zurück

Für vier bis fünf Millionen Menschen in Deutschland sind sie eine echte Plage: Hausstaubmilben, die sich in feuchtwärmer Umgebung am wohlsten fühlen und viele Allergiker regelmäßig um den Schlaf bringen. Während Bettbezüge, Kissen und Decken bei hohen Temperaturen in der Maschine gewaschen werden können, ist dies bei Matratzen nicht möglich. Die Milben darin und ihre Ausscheidungen, die allergische Reaktionen auslösen, konnten bislang lediglich mit dicht schließenden, aber wenig atmungsaktiven Matratzenbezügen oder mit der chemischen Keule effektiv in Schach gehalten werden.

Diese Zeiten sind nun vorbei. Das Institut für Hygiene und Biotechnologie an den Hohensteiner Instituten in Bönnigheim hat in Zusammenarbeit mit dem Matratzenhersteller diamona eine neuartige Allergikermatratze entwickelt und bis zur Marktreife geführt. Das Prinzip ist verblüffend einfach: Die kleinen Spinnentiere werden aufs Trockene gesetzt, denn für das Überleben benötigen sie ausreichend Feuchtigkeit.

Die Untersuchungen der Hohensteiner Wissenschaftler haben gezeigt, dass es genügt, die Matratze ein- bis zweimal in der Woche auf 50 Grad Celsius zu erhitzen, um sie immer trocken zu halten und damit eine Ansiedlung von Milben wirkungsvoll zu verhindern. Für Dr. Dirk Höfer, Leiter des Instituts für Hygiene und Biotechnologie an den Hohensteiner Instituten, hat sich der Einsatz seines Teams gelohnt: „Mit Hilfe dieser Neuentwicklung können wir den Hausstaubmilben-Allergikern endlich eine unbeschwerte Nachtruhe verschaffen.“

Hilfreich sind dabei die von der Firma Rolf Mayer Strickstoff-Fabrik in Balingen (roma) gelieferten extrem dünnen und elastischen textilen Heizmatten, die in kurzen Abständen in die Matratzenschichten eingearbeitet sind. So ist sichergestellt, dass über den gesamten Matratzenquerschnitt hinweg die gewünschte Temperatur erreicht wird. Die Matratzen sind so beschaffen, dass sie mit 24 Volt Niedrigspannung innerhalb kürzester Zeit sehr hohe Temperaturen abgeben können – und das, ohne zusätzliche elektromagnetische Felder zu erzeugen.



Hohensteiner Institute

Auch gefährliche Stromschläge sind ausgeschlossen. Da die Heiztemperatur variiert werden kann, ist die Matratze gerade in der kalten Jahreszeit eine Alternative zur elektrischen Heizdecke und dürfte damit auch für Nicht-Allergiker interessant sein. Seit kurzem ist die Allergiker-Matratze über den Fachhandel zu erhalten. (red)

[www.hohenstein.de](http://www.hohenstein.de)

entwickeln

wer hat's erfunden?

## Das Skiwachs

Der passionierte Skispringer Max Fischer, Doktor der Chemie, gründete im Jahr 1922 die Vereinigte Wachswarenfabrik AG in Ditzingen, die zunächst hauptsächlich Bohnerwachs, Fußbodenbeizen sowie Kerzen herstellte. Als er erkannte, dass sein Fachwissen auch seinem Hobby zugute kommen könnte, begann Fischer, im Labor Holzskier mit Paraffinen und anderen Wachsen zu bearbeiten.

Das Resultat war beachtlich: Die Bretter saugten sich nicht mehr voll Wasser, glitten wesentlich besser – und Max Fischer machten seine Skiflüge noch viel mehr Spaß. So begann er schon bald, Skiwachs als zweite Produkt- und Markengruppe aufzubauen. Der erste „Holmenkol-Mix“ wurde produziert, benannt nach seiner Lieblingschance, dem Holmenkollen in Oslo.

Im Spitzensport spielt die Firma Holmenkol bis heute eine führende Rolle, im Ski-Weltcupzirkus wie auch beim Rad- und Wassersport. Die norwegische Biathlon-Legende Ole Einar Bjoerndalen verdankt seine beispiellosen Erfolge auch den Ditzinger Wachs-Experten. Innovation ist ein zentraler Bestandteil der Unternehmenskultur, die Firma arbeitet ständig an der Weiterentwicklung von Hightech-Imprägnierungen, Pflegemitteln für Outdoor-Textilien sowie Transparenbeschichtungen für Sportboote.



Holmenkol



Chris Walther hat vom Studium in Australien eine Geschäftsidee mitgebracht. Mit mobilen Massagen greift seine Firma neckAttack die Verspannungen gestresster Schreibtischmenschen an.



neckAttack bietet Wellness-Massagen in Deutschlands Szenebars

# Der wohltuende Angriff auf Rücken und Nacken

Wer tagsüber stundenlang am Computer sitzt, ist abends reif für eine Massage. Geht er in Stuttgart oder anderen Großstädten danach in eine Szenebar, hat er gute Chancen, einem Mitarbeiter von neckAttack zu begegnen. Die Frauen und Männer mit dem knallgelben Känguru-Logo auf dem Poloshirt sprechen die stressgeplagten Büromenschen direkt an und gewähren gegen ein Entgelt eine kurze wohltuende Massage im Nacken- und Rückenbereich. Die wohldosierten Nacken-Attacken sind ein ideales Marketinginstrument. „Damit erreicht neckAttack eine wichtige Zielgruppe und macht unkonventionelle Werbung für die Marke“, erklärt Chris Walther, der das Unternehmen vor einigen Jahren in Stuttgart gegründet hat.

*Chris Walther brachte das Konzept mobiler Massagen von Australien hierher. „Ich war selbst erstaunt, wie gut die Leute das Konzept angenommen haben. Es gab im wahrsten Sinne des Wortes keinerlei Berührungängste.“*

Walther bietet mobile Massagen in den unterschiedlichsten Bereichen an. Firmen buchen seine Mitarbeiter, damit ihre Angestellten wieder locker an ihr Tagesgeschäft herangehen. „Unsere Wellness-Massagen werden sehr gut angenommen“, erzählt er. Ebenso wie in den Bars läuft hier alles ganz unkompliziert ab. Ausziehen muss sich niemand, massiert wird durch die Kleidung hindurch. Massagebänke sind nicht notwendig. Die Massierten bleiben auf ihrem Bürostuhl sitzen. Zwischen fünf und zwanzig Minuten widmen sich die neckAttack-Mitarbeiter allzu verspannten Körperregionen.

Chris Walther brachte das Konzept mobiler Massagen von Australien hierher. Als er in Sydney seinen MBA machte, jobbte er nebenher als mobiler Masseur für eine kurz zuvor gegründete Firma. Als er 2004 zurück nach Hause kam, begann er die Idee hier umzusetzen. „Ich war selbst erstaunt, wie gut die Leute das Konzept angenommen haben. Es gab im wahrsten Sinne des Wortes keinerlei Berührungängste“, wundert sich Chris Walther heute noch manchmal.

Mittlerweile hat er seine Geschäftstätigkeit ausgeweitet und ist auch in Berlin, Hamburg, Köln, Frankfurt und München präsent. Rund 500 Masseure sind derzeit bei neckAttack im Franchising-Prinzip tätig. „Das sind fachlich versierte Leute, die bereits eine entsprechende Ausbildung in Gesundheits- oder Heilberufen vorweisen können“, erläutert Walther – schließlich muss die Qualität stimmen. Trotzdem wird jeder, der für neckAttack arbeitet, vorher nochmals gründlich in den angebotenen Massagetechniken – klassisch und australisch – geschult.

Selbst Privatleute buchen Massagen zu Hause, doch ein Renner sind sie bei Firmen, die diese gerne einsetzen, um ihren Mitarbeitern und Kunden bei Messen oder Events vergnügliche Entspannung zu bieten: neckAttack hat eine Reihe renommierter Auftraggeber vorzuweisen, darunter die Steigenberger Hotels, Bayer, Lufthansa, Allianz, Ikea, Apple, Telekom oder die Dresdner Bank. Das Logo des jungen Unternehmens zeigt, wo es langgeht: Jeder, der sich in die Hände der neckAttack-Mitarbeiter begeben hat, soll sich wie ein gut gelauntes Känguru fühlen, um wieder fidel und unbeschwert durch den Alltag zu hopsen.

*Astrid Schlupp-Melchinger*

gründen

## neckAttack Limited

Gründungsyear: 2004  
Mitarbeiter: 500  
Sitz: Stuttgart

[www.neckattack.net](http://www.neckattack.net)

# Gesundheitsmanagement in herausfordernden Zeiten

Robert Amhof, Gesundheitsmanager bei der Landesbank Baden-Württemberg



privat

**179:** Herr Amhof, welche grundsätzliche Rolle spielt das Gesundheitsmanagement im Rahmen der Personalpolitik der LBBW?

**Robert Amhof:** Mit der Schaffung der Position Gesundheitsmanager im Jahr 2008 hat die LBBW unterstrichen, dass sie sich für ein ganzheitliches betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) einsetzt und dies künftig weiter ausbauen möchte. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten mit hohen Anforderungen an Mitarbeiter und Führungskräfte sind Investitionen in die Gesundheit und Leistungsfähigkeit essenziell.

*Wie wirkt sich die aktuelle Wirtschaftskrise auf die Gesundheit Ihrer Beschäftigten aus?*

Gesundheit und Krankheit sind relative Spätindikatoren und zeigen sich deshalb erst zeitversetzt. Wir werden diese Frage in den nächsten Monaten aktiv aufgreifen und analysieren, bei welchen gesundheitsbezogenen Themen vordringlicher Handlungsbedarf besteht. Gerade wegen der anstehenden Veränderungen gilt es, ein Klima zu schaffen, in dem Mitarbeiter auch weiterhin ihr Potenzial entfalten können.

*Wie sehen die gesundheitsbezogenen Angebote bei der LBBW konkret aus?*

Die Maßnahmen reichen von den klassischen Tätigkeiten des Betriebsärztlichen Dienstes, des Arbeitsschutzes und der Sozialberatung über Angebote des Sport- und Freizeitclubs und eine hochwertige Betriebsverpflegung bis hin zu Möglichkeiten zur Verbesserung der Work-Life-Balance. Weitere Bausteine sind Gesundheitszirkel, Seminare und Check-ups für Führungskräfte sowie eine Managementberatung, die bei Konflikten hilft und Change-Prozesse begleitet.

*Wenn die finanziellen Mittel knapper werden, dann stehen Maßnahmen der Gesundheitsförderung bei vielen Unternehmen ganz oben auf der Streichliste. Wie schätzen Sie die Perspektiven des Gesundheitsmanagements in den kommenden Jahren ein?*

Ich glaube, dass Unternehmen in diesem Bereich vor allem dann streichen, wenn die Geschäftsführung den Nutzen von Gesundheitsförderung für die Erfüllung der eigentlichen Unternehmensaufgaben nicht nachvollziehen kann und das Ganze als nice-to-have-Thema missverstanden wird. Hier ist die Überzeugungsarbeit der Akteure gefragt und die systematische Verknüpfung des Gesundheitsthemas mit der Unternehmensstrategie. Zukunftsorientierte Unternehmen werden hier weiter investieren, weil sie erkannt haben, dass man die hohen Anforderungen der heutigen Arbeitswelt mit medizinischen und Arbeitsschutz-Maßnahmen allein nicht mehr ausreichend bewältigen kann.

Die Fragen stellte Monika Nill

[www.lbbw.de](http://www.lbbw.de)

## Kita-Plätze für Mitarbeiterkinder

Seit Herbst 2009 reserviert die Firma Stihl in der Kindertagesstätte „Piccolo Paradiso“ in Waiblingen Betreuungsplätze für Mitarbeiterkinder und übernimmt einen Teil der Kosten. Damit will der Weltmarktführer für Motorsägen die Vereinbarkeit von Familie und Berufstätigkeit weiter fördern. Im Mittelpunkt stehen die schnelle Rückkehr an den Arbeitsplatz nach der Familienpause und die hohe Qualität in der Betreuung. „Uns war es wichtig, eine Betreuungsmöglichkeit zu finden, die unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern viel Flexibilität ermöglicht. Das Piccolo Paradiso nimmt schon Kinder ab dem Alter von acht Wochen auf. Damit haben die Eltern eine echte Wahl bei der Entscheidung, wann sie wieder in den Beruf zurückkehren möchten“, erläutert Stihl-Personalvorstand Günther Gaßlbauer.

Von 6 bis 19 Uhr hat die private Kita geöffnet, Schließtage gibt es kaum. Die Kinder sollen ihren individuellen Begabungen entsprechend gefördert werden. Schwerpunkte liegen auf der motorischen Entwicklung, der Sprache, der Sozialkompetenz und der Kreativität. Erreicht wird dies durch vielfältige Spielmöglichkeiten, Anregungen im künstlerischen und naturwissenschaftlichen Bereich und viel Bewegungsraum.

Sprachförderung und musikalische Früherziehung gehören zum Standardprogramm, auf Wunsch sind Schwimm- und Englischunterricht möglich. „Weil ich weiß, dass mein Kind hier tagsüber in sehr guten Händen ist, gehe ich ohne schlechtes Gewissen ins Büro und genieße es auch, meinen Beruf ausüben zu können“, sagt Stihl-Mitarbeiterin Katharina Edlinger, Mutter einer einjährigen Tochter.



Kibko GmbH

Die Reservierung von Kita-Plätzen ist für Stihl ein weiteres Angebot zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Dazu zählen unter anderem sehr individuelle Arbeitszeitmodelle, die Möglichkeit, Familien- oder Pflegezeit zu nehmen, Kinder-Ferienprogramme, Telearbeit oder die Möglichkeit, Essen aus der Kantine für zu Hause einzupacken. (red)

[www.piccoloparadiso.de](http://www.piccoloparadiso.de)

arbeiten

# Guter Sekt ist die beste Medizin

erleben

## Kellerführung bei Deutschlands ältester Sektkellerei

In Esslingen gärt es im Untergrund. Hier reift das spritzige Kapital der Sektmanufaktur Kessler in einem Stollenlabyrinth unter den prächtigen Fachwerkbauten der weitläufigen Altstadt. Rund eine viertel Million Flaschen Sekt lagern in den bis zu zwölf Meter tiefen Kellern. Das Anwesen in unmittelbarer Nachbarschaft zu Stadtkirche und Rathaus ist seit Gründung der Kellerei im Jahr 1826 der Firmensitz und die Produktionsstätte von Deutschlands ältester Sektkellerei. Bei den Kellerführungen wandeln die Besucher unter 400 Jahre alten Decken aus liebevoll gepflegtem schwarzem Schimmel, der das spezielle Mikroklima erhält.

Während viele Mitbewerber den Sekt in großen Tanks reifen lassen, produziert Kessler mit gerade einmal 30 Mitarbeitern seinen Sekt ausschließlich in der Königsdisziplin Flaschengärung. Ein Teil der Flaschen wird im klassischen Herstellungsverfahren nach wie vor von Hand gerüttelt.

„Wir arbeiten mit Liebe zum Produkt und zum Detail“, erklärt Eberhard Kaiser von Kessler. Die besten Esslinger Gewächse können sich bei internationalen Verkostungen mit vielen Champagnern messen.

Während des Esslinger Weihnachtsmarktes genießen viele Besucher die glühweinfreie Zone im Kessler-Karree oder schauen nach dem Wochenmarktbesuch schnell noch auf ein Gläschen des vielfach prämierten Jägergrün im Stammhaus vorbei, in dessen herrschaftlichem Ambiente schon Stauferkaiser Friedrich II. residierte. Das Markenzeichen der Firma Kessler sind bis heute die beiden wendigen Piccolos. Der Name der jungen Lehrkellner übertrug sich auf die kleinen Sektflaschen. In diesen homöopathischen Dosen ist Sekt Anfang des vergangenen Jahrhunderts von Ärzten verschrieben und als Medizin gereicht worden. Mit diesem Wissen im Hinterkopf lässt sich ein gutes Glas Sekt noch besser genießen.

Die Sektkellerei bietet ganzjährig verschiedene Führungen an. (asm)

Information und Buchung unter  
**0711-31 05 93-10**  
oder  
[www.kessler-sekt.de](http://www.kessler-sekt.de)



### 2., 4. und 9. Januar 2010 Turnfestival für die Sinne

Die Turngala des Schwäbischen und Badischen Turnerbundes kommt nach Ludwigsburg, Göppingen und Stuttgart. Sportliche Akrobatik verschmilzt mit Bodenperformance-Kunst zu einem Feuerwerk voller Farben, Formen und Bewegungen.

[www.turngala.de](http://www.turngala.de)

### bis 10. Januar 2010 Die ältesten Kunstwerke der Welt

Das Stuttgarter Kunstgebäude verwandelt sich in eine begehbare Welt der Eiszeit, wo auch die sensationellen Funde aus den Höhlen der Schwäbischen Alb erstmals zu sehen sind, darunter die älteste bekannte Menschenfigur der Welt.

Ort: Kunstgebäude, Stuttgart

[www.eiszeit-2009.de](http://www.eiszeit-2009.de)

### 28. bis 30. Januar 2010 Gar nicht verstaubt

Die 24. Antiquaria – Antiquariatsmesse Ludwigsburg bietet antiquarische Bücher, Autografen und Grafiken. Das diesjährige Messthemema „Vom Barocktheater zum Animationsfilm“ steht wieder in engem Bezug zur Stadt Ludwigsburg.

Ort: Musikhalle, Ludwigsburg

[www.antiquaria-ludwigsburg.de](http://www.antiquaria-ludwigsburg.de)

### 8. bis 14. Februar 2010 Ballett hinter den Kulissen

Einmal im Jahr haben Interessierte die Gelegenheit, das Stuttgarter Ballett und den Arbeitsalltag der John Cranko Schule hautnah zu erleben. Intendant Reid Anderson, Ballettmeister, Choreografen und weitere Mitarbeiter des Hauses stehen dem Publikum Rede und Antwort.

Ort: Staatstheater, Stuttgart

[www.staatstheater.stuttgart.de](http://www.staatstheater.stuttgart.de)

### 11. bis 14. Februar 2010 Musikcollagen

Das Festival Neue Musik ist eine der profiliertesten und experimentierfreudigsten Plattformen für Neue Musik in Deutschland.

Ort: Theaterhaus, Stuttgart

[www.eclat.org](http://www.eclat.org)

### 19. bis 28. Februar 2010 Bach für alle

Die Stuttgarter Bachwoche bietet nicht nur Aufführungen von Werken Johann Sebastian Bachs. Besucher haben vielfältige Möglichkeiten zur Mitwirkung: Meisterkurse für Gesang und Dirigieren, Teilnahme im Chor zum Abschlussgottesdienst, Podiumsgespräche sowie abendliche Gesprächskonzerte.

Ort: Stuttgart

[www.bachakademie.de](http://www.bachakademie.de)

tipps

### In die Karten geschaut

Das Deutsche Spielkartenmuseum in Leinfelden-Echterdingen besitzt die größte öffentlich zugängliche Spielkartensammlung Europas. Früher im Besitz der Firma ASS, ist das Spielkartenmuseum heute ein Zweigmuseum des Württembergischen Landesmuseums Stuttgart. Wechselnde Ausstellungen zeigen die bunte Welt des Kartenspiels. Aktuell lassen sich „Comics und Karikaturen“ in die Karten schauen.

[www.spielkartenmuseum.de](http://www.spielkartenmuseum.de)

### Die Nase im Wind

Der nächste Urlaub liegt noch in weiter Ferne? Dann empfiehlt es sich, beim Besucherdienst des Stuttgarter Flughafens eine Rundfahrt zu buchen. Nirgendwo in Deutschland kommen geführte Gruppen den startenden und landenden Maschinen so nahe – Stippvisite bei der Feuerwache und der Gepäcksortierung inklusive. Bei einer Vorfeldrundfahrt sieht man bei der Abfertigung der Flugzeuge zu und kann an der Rollbahn den Piloten zuwinken – sie grüßen gerne zurück.

[www.flughafen-stuttgart.de](http://www.flughafen-stuttgart.de)

# Ohne qualifizierte Mitarbeiter keine Innovationen

## Erster Bildungskongress der regionalen Wirtschaftsförderung auf der Automatisierungsmesse Motek in Stuttgart

Wegen des demografischen Wandels wird sich allen Prognosen zufolge spätestens nach der aktuellen Konjunkturkrise der Fachkräftemangel wieder verschärfen. Besonders naturwissenschaftliche und technische Berufe sind davon betroffen. Auf dem Bildungskongress, den die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart GmbH (WRS) zum ersten Mal im Rahmen der internationalen Automatisierungsmesse Motek in Stuttgart organisiert hat, haben Personalverantwortliche den aktuellen und zukünftigen Qualifikationsbedarf im Maschinen- und Anlagenbau aufgezeigt und beispielhafte Personalentwicklungskonzepte vorgestellt.



Die Rückzahlung des Darlehens ist vom Einkommen abhängig und auf einen Maximalbetrag begrenzt. Das zurückfließende Geld wird für nachfolgende Studierende verwendet.

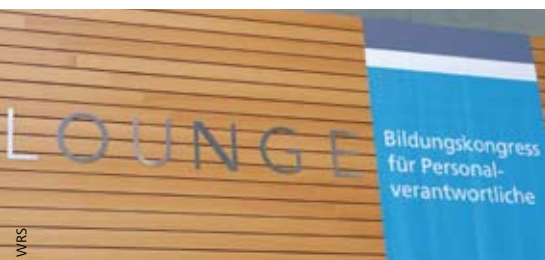
Sinkende Bewerberzahlen waren der Anlass dafür, dass der Spezialist für Elektro- und Kommunikationstechnik Heldele aus Salach den Bereich Ausbildungsmarketing seit 2002 verstärkt hat. Geschäftsführer Bernd Forstreuter setzt dabei auf die Kooperation mit Schulen. So kam unter anderem das Projekt einer Schulzeitung zustande. Eine eigene Stiftung ermöglicht einen Innovationspreis für technische Projekte an Realschulen, Vorträge in Schulen sowie eine Jugendakademie, in der Schüler verschiedene technische Konstruktionen bauen. Dem besten Auszubildenden schenkt Heldele jedes Jahr einen Smart.

Das Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement der Universität Stuttgart entwickelt derzeit das internetbasierte Lernsystem *ecolleagues* für Servicetechniker im Maschinen- und Anlagenbau. Das neue Lernsystem soll das bei Reparaturen erlangte Fachwissen für alle zugänglich machen und die Kommunikation der Techniker untereinander unterstützen. Das System sieht einen Medienmix vor, der beispielsweise auch Filme und Blogs einschließt.

Bei allen Referenten bestand Konsens darüber, dass es gerade auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten notwendig ist, in die Qualifizierung der Mitarbeiter zu investieren, damit die betriebliche Innovationsfähigkeit erhalten bleibt.

*Martina Strohm*

[wrs.region-stuttgart.de](http://wrs.region-stuttgart.de)



Heutzutage verlangt ein Kunde kein zehnköpfiges Expertenteam mehr, sondern eine einzige Ansprechperson, die die Maschine in- und auswendig kennt, berichtet Hubertus Wittig, Leiter Human Resources Development bei Dürr Systems aus Stuttgart. Der betreffende Mitarbeiter muss vielfältige Kompetenzen abdecken, die bei Dürr in einer Qualifikationsmatrix niedergelegt sind. Ein individuelles Weiterbildungsprogramm soll dies sicherstellen. Für den Prozess der Erfolgsmessung wurde der Anlagenbauer dieses Jahr mit dem Sonderpreis des Innovationspreises Weiterbildung Region Stuttgart ausgezeichnet.

Die Esslinger Firma Festo hat als führender Anbieter in der Automatisierungstechnik einen firmeneigenen Bildungsfonds für Studierende im Bereich Ingenieurwissenschaften und Technik aufgelegt. Ziel ist es, „die Qualifikation am Standort Deutschland zu verbessern“, erklärt Projektleiter Dr. Uwe Machwirth. Studienfinanzierung, Qualifizierung für einen erfolgreichen Berufsstart und zahlreiche Netzwerkkontakte soll der Fonds ermög-

termine

## der Wirtschaftsförderung Region Stuttgart

**8. Dezember 2009**

### Talente-Forum: Betriebliche Gesundheitsförderung

Angesichts erhöhter Arbeitsanforderungen sehen sich Unternehmen verstärkt mit dem Thema Gesundheitsförderung konfrontiert. Die Veranstaltung behandelt mögliche Handlungsansätze und stellt gelungene Praxisbeispiele vor.

Ort: Region Stuttgart Lounge, Messe Stuttgart

[fachkraefte.region-stuttgart.de](http://fachkraefte.region-stuttgart.de)

**10. bis 13. Dezember 2009**

### Filmschau Baden-Württemberg

Gemeinsam mit dem Filmbüro Baden-Württemberg vergibt die Film Commission im Rahmen der Filmschau den Förderpreis der baden-württembergischen Filmindustrie. Die Filmschau zeigt 90 aktuelle Produktionen aus Baden-Württemberg.

Ort: Stuttgart

[www.filmbuerobw.de](http://www.filmbuerobw.de)

**15. Dezember 2009**

### AK Gründerinnen

„Mut zum klaren Profil – welche Kunden will ich haben?“ lautet das Thema an diesem Tag. Ziel des Gründerinnen-Treffs ist es, Frauen bei der Gründung und der Existenzsicherung zu unterstützen. Erfahrene Expertinnen steuern die fachlichen Informationen bei.

Ort: BeFF, Stuttgart

[www.beff-frauundberuf.de](http://www.beff-frauundberuf.de)

**19. Januar 2010**

### Seminarreihe Immobilienwirtschaft

Der dritte Seminartag beschäftigt sich mit Maklerrecht und Mietrecht. Die sieben-tägige Reihe richtet sich an Bürgermeister, Wirtschaftsförderer und mit Immobilien-themen befasste Mitarbeiter von Kommunen und Landkreisen der Region Stuttgart. Monatlich findet eine Veranstaltung statt.

Ort: Verband Region Stuttgart, Stuttgart

[immo.region-stuttgart.de](http://immo.region-stuttgart.de)

**11. bis 21. Februar 2010**

### Internationale Filmfestspiele Berlin

Die Film Commission Region Stuttgart wirbt am Partnerstand des European Film Commissions Network für den Filmstandort Region Stuttgart.

Ort: Berlin

[www.berlinale.de](http://www.berlinale.de)

**5. bis 6. März 2010**

### Fokus Beruf: Die Ausbildungsmesse im Rems-Murr-Kreis

Zum dritten Mal stellen Unternehmen, Behörden und andere Anbieter aus dem Kreis ihre Ausbildungsplätze vor.

Ort: Schulzentrum Grauhalde, Schorndorf

[www.fokus-beruf.de](http://www.fokus-beruf.de)



## Ausgezeichnetes Immoportal

Das Immobilienportal Region Stuttgart hat von der Europäischen Kommission die Auszeichnung „European Good Practice“ erhalten. Die WRS wurde damit für ihren innovativen Ansatz bei der Unterstützung von Standort suchenden Unternehmen ausgezeichnet. Das Immobilienportal ist mit rund 1.300 gelisteten Gewerbeimmobilien die bedeutendste regionale Immobilienbörse im Internet. Die Europäische Kommission verleiht die Auszeichnung an beispielhafte Initiativen aus dem Bereich des E-Government.

[immo.region-stuttgart.de](http://immo.region-stuttgart.de)

## f-cell Award für Daimler

Die Daimler AG hat für ihren neuen Brennstoffzellenbus den mit 12.500 Euro dotierten f-cell Award in Gold erhalten. Im neuen Citaro Fuel Cell Hybrid stecke eine Vielzahl technischer Neuheiten, welche die Effizienz und die Alltagstauglichkeit des Fahrzeugs verbessern, heißt es in der Begründung der Jury. Gegenüber dem Vorgängermodell verbrache er bei höherer Reichweite und einer deutlich längeren Lebensdauer bis zu 50 Prozent weniger Wasserstoff. Durch die Verwendung von Bauteilen aus anderen Fahrzeugreihen sei der Bus besonders wirtschaftlich herzustellen. Der mit insgesamt 25.000 Euro dotierte Innovationspreis wird vom Umweltministerium Baden-Württemberg und der WRS in Zusammenarbeit mit der EnBW ausgeschrieben.

[www.f-cell.de/award](http://www.f-cell.de/award)

## Energetikom gestartet

Mit Unterstützung der WRS ist in Ludwigsburg unter dem Namen Energetikom eine Denkfabrik für innovative Energieprojekte, Klimaschutz und Energieeffizienz gegründet worden. Durch neue Technologien, neue Konzepte und neue Designansätze sollen Emissionen reduziert und Energie eingespart werden. Wichtige Ziele sind die Stärkung des gesellschaftlichen Bewusstseins für Energiefragen und Klimaschutz, die Schaffung zukunftsfähiger Arbeitsplätze und die Verankerung eines europäischen Netzwerks für Energie und Klimaschutz. Das Energetikom soll Herz eines „future parks“ werden, in dem sich Firmen aus dem Bereich Umwelttechnologie ansiedeln.

[www.energetikom.de](http://www.energetikom.de)

## Anlaufstelle für Exiltschwaben

Die WRS nutzt das internationale Online-Businessnetzwerk LinkedIn für die Netzwerkarbeit und das Standortmarketing. Mit der neu gegründeten Gruppe Region Stuttgart International spricht die WRS im Ausland lebende Menschen an, die in der Region aufgewachsen sind, hier studiert oder gelernt haben und die gerne mit der alten Heimat und anderen Exiltschwaben in Verbindung bleiben wollen. Dazu gehören auch Mitarbeiter der Auslandsniederlassungen von Unternehmen aus der Region Stuttgart.

Ziel der Präsenz ist es, Fach- und Führungskräfte mit Bezug zur Region weltweit miteinander zu vernetzen, Unternehmen bei der Internationalisierung zu unterstützen und gegebenenfalls auch bei der Rückkehr behilflich zu sein. Als Moderator der Gruppe setzt die WRS aktuelle Themen und versorgt die Gruppenmitglieder regelmäßig mit Neuigkeiten aus der alten Heimat.

[www.linkedin.com/groups?gid=1922699](http://www.linkedin.com/groups?gid=1922699)



ID Bike GmbH

## 700 Elektroroller

Die Region Stuttgart ist nach einem erfolgreichen Projektantrag der WRS vom Bundesverkehrsministerium zur Modellregion für Elektromobilität ernannt worden. Als erstes Teilprojekt wird die Energie Baden-Württemberg AG (EnBW) im kommenden Jahr auf den Straßen der Region 700 Elektroroller und ebenso viele Ladestationen testen.

Unter den Testfahrern sind auch 500 Privatpersonen, die das Unternehmen aus 2.000 Bewerbungen auswählt. Geplant ist, dass die Roller von Juli 2010 bis Juni 2011 geräuschlos und abgasfrei durch die Straßen der Region surren. Drei unterschiedliche Elektroroller kommen zum Einsatz, einer davon ist eine rein schwäbische Koproduktion: Elmoto wurde von einer Schorndorfer und einer Stuttgarter Firma gemeinsam entwickelt und wird in der Region zusammengebaut. Der überwiegende Teil der Ladestationen kommt von der Firma Bosch.

[www.elmoto.com](http://www.elmoto.com)  
[www.enbw.com](http://www.enbw.com)

**Architekten und Bauingenieure**  
Architekten und Bauingenieure verbinden Kreativität mit ingenieurwissenschaftlichem Know-how. In den vergangenen Jahrzehnten sind in der Region Stuttgart zahlreiche wegweisende Bauwerke entstanden, die zu ihrem guten Ruf als Architektenregion beigetragen haben. Für die heimischen Anlagenbauer ist eine leistungsfähige Bauwirtschaft unverzichtbar. Auch bei internationalen Großprojekten sind Experten aus der Region gefragt.

Die nächste 179-Ausgabe erscheint im März 2010.

### Herausgeber

Wirtschaftsförderung  
Region Stuttgart GmbH (WRS)  
Friedrichstraße 10  
70174 Stuttgart

Telefon 0711-2 28 35-0

[info@region-stuttgart.de](mailto:info@region-stuttgart.de)  
[wrs.region-stuttgart.de](http://wrs.region-stuttgart.de)

Geschäftsführer  
Dr. Walter Rogg

### Verantwortlich

Helmuth Haag (hel)

### Redaktion

Helmuth Haag (hel)  
[helmuth.haag@region-stuttgart.de](mailto:helmuth.haag@region-stuttgart.de)

### Gestaltung

Projektgruppe Visuelle  
Kommunikation, Ludwigsburg

### Erscheinungsweise

Quartalsweise

### Abonnement/Abbestellung

[179@region-stuttgart.de](mailto:179@region-stuttgart.de)  
[179.region-stuttgart.de](http://179.region-stuttgart.de)

Zur besseren Lesbarkeit wird teilweise auf die weibliche Form verzichtet.

Gedruckt auf Papier mit  
FSC-Zertifizierungssiegel  
[www.fsc.org](http://www.fsc.org)



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:

[www.region-stuttgart.org](http://www.region-stuttgart.org)  
[www.region-stuttgart.de](http://www.region-stuttgart.de)

nächste ausgabe

impressum

service



# MEET IN STUTTGART



Hervorragende Tagungsstätten mit idealen Raumangeboten, eine Umgebung mit hohem Freizeit- und Erlebniswert, eine herausragende Küche und edle Weine, eine einzigartige Kulturvielfalt. Stuttgart und die Region – traditionell innovativ, kulturell anregend!

Fragen Sie nach unserem Meeting Guide

**STUTTGART**  
*Regio*

Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH · Kongressbüro  
Postfach 10 44 36 · 70039 Stuttgart  
info@congress-stuttgart.de · www.stuttgart-tourist.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](mailto:179@region-stuttgart.de) oder tragen Sie sich ein auf [179.region-stuttgart.de](http://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:  
[www.region-stuttgart.de](http://www.region-stuttgart.de)

## Abonnement

Fax 0711-2 28 35-888 oder E-Mail an [179@region-stuttgart.de](mailto: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 \_\_\_\_\_