Das Magazin der Wirtschaftsregion Hochfranken.

hochfranken

KARRIEREZIEL



Anzeige

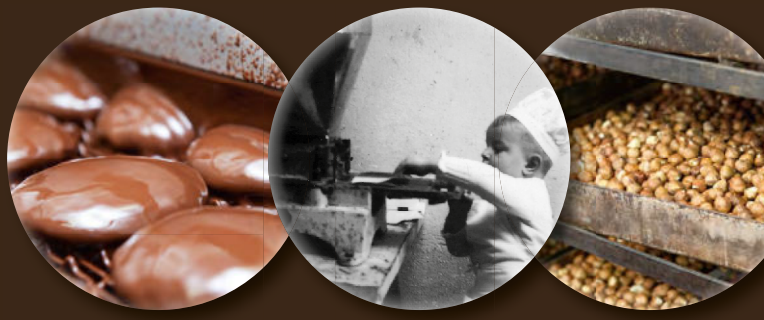
PEMA

NATURREINE ROGGEN-VOLLKORNBROTE

Roggen, Wasser, Salz – sonst nichts!

PEMA® Vollkorn-Spezialitäten · Heinrich Leupoldt KG
95163 Weissenstadt im Naturpark Fichtelgebirge · www.pema.de

Leupoldt®
LEBKUCHEN-
MANUFAKTUR SEIT 1905



FEINE OBLATEN-LEBKUCHEN

mit Vollkornmehl gebacken

LEUPOLDT® Lebkuchen-Manufaktur KG
95163 Weissenstadt im Naturpark Fichtelgebirge · www.leupoldt.de



Wir sind wieder wer!

Vor zehn, fünfzehn Jahren wäre es sicher schwierig gewesen, ein Magazin wie dieses zu machen. Erfolgsmeldungen waren eher rar gesät. Firmenpleiten und Entlassungswellen dominierten die regionalen Wirtschaftsnachrichten. Die Nachwehen der Strukturkrise in der Porzellan- und Textilindustrie und weltwirtschaftliche Umbrüche hatten die Region fest im Griff und die Arbeitslosenquote kletterte kurz nach der Jahrtausendwende auf ein historisches Hoch von 14 Prozent.

Auch die Anhänger der Eishockeymannschaft der Selber Wölfe, die damals noch unter dem Namen ERC Selb auflief, hatten in diesen Jahren vermutlich wenig Anlass für Optimismus. Hohe Schulden zwangen den Verein immer wieder in die Knie. 2004 führte das schließlich zur Insolvenz des traditionsreichen Clubs.

Und heute? Fast beispiellos ist die Erfolgsgeschichte der Region, die sich binnen weniger Jahre neu erfunden hat (Wandel als Chance, S.68). Die Arbeitslosenquote liegt bei vier bis fünf Prozent - Spitze in Deutschland. Zahlreiche hochfränkische Unternehmen gehören zu den Besten ihrer Branche (13 der spektakulärsten Spezialisten aus Hochfranken, S.26). Neue Unternehmen wuchsen empor und traditionsreiche haben zu alter Stärke zurückgefunden. Gründer entscheiden sich bewusst für die Region und nicht für die Metropole (Dem Gründerhype auf der Spur, S. 44). Ganz oben in Bayern, dort, wo Ost und West zusammenwachsen (Grenzstreifen, S. 54), geht wieder was. Auch deshalb kehren Karriereflüchtlinge zurück in die alte Heimat (Alte Liebe rostet nicht, S. 78). Die Region hat sich entwickelt, vom bayerischen Sorgenkind zum Geheimtipp (Wo, wenn nicht hier, S.96).

Und die Selber Wölfe? Der Verein wurde 2004 nach der Insolvenz unter dem neuen und alten Namen VER Selb neu gegründet und startete zunächst wieder in der Bezirksliga. Es folgten Aufstiege in die Landes-, Bayern- und schließlich in die Oberliga, in der die Wölfe mittlerweile zu den Topteams gehören und sich berechtigte Hoffnungen auf den Aufstieg in Deutschlands zweithöchste Spielklasse machen dürfen. Der Fall und das Wiederauferstehen der Selber Wölfe - symptomatisch für die ganze Region.

Viele neue Erkenntnisse beim Lesen wünscht Ihnen das KARRIEREZIEL-Team.

Jörg Raithel, Redaktionsleitung

Inhaltsverzeichnis



08 Das kulinarische Quartett

18 Don‘t be a Maybe

Die richtige Berufsentscheidung treffen



44 Absolut pro Gründung, aber immer differenziert

Dem Gründerhype auf der Spur

54 Grenzstreifen

78 Alte Liebe rostet nicht

86 Schöne neue Arbeitswelt





24 Hochschule Hof

26 13 der spektakulärsten Spezialisten aus Hochfranken

62 Insider mit dem Blick von außen

68 Wandel als Chance

76 Wer weiß was?
Das Hochfranken-Rätsel

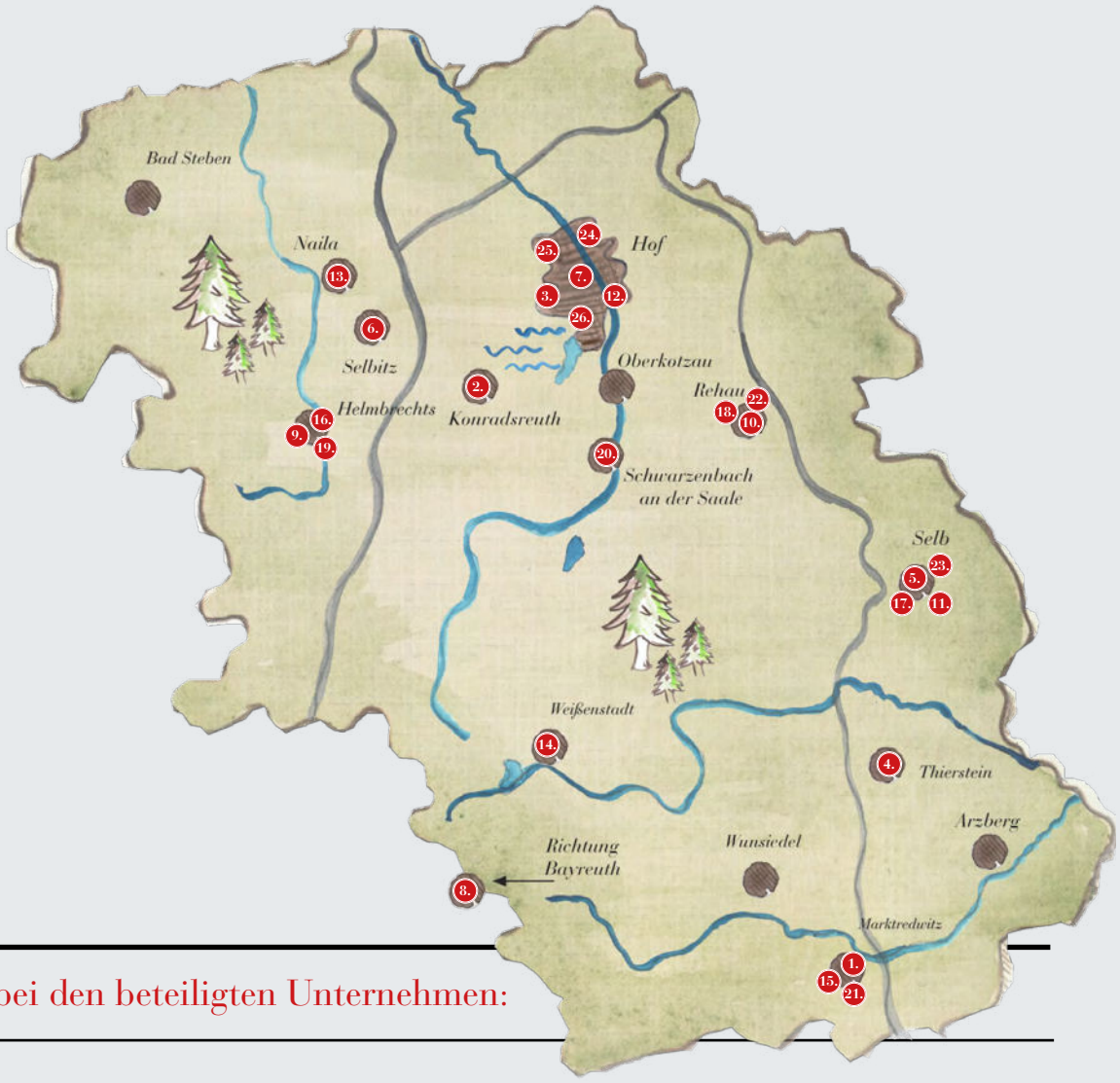




96 Wo, wenn nicht hier?

104 Karriereziel, wir stehen dahinter

hochfranken



Wir bedanken uns bei den beteiligten Unternehmen:

1.	ABM Greiffenberger Antriebstechnik GmbH, Marktredwitz	ABM Greiffenberger	51
2.	Alukon KG, Konradsreuth	ALUKON SYSTEM	89
3.	Auto Müller GmbH & Co. KG, Hof	automüller	40
4.	BD | SENSORS GmbH, Thierstein	BD|SENSORS	90
5.	BHS tabletop AG, Selb	BHS TABLETOP	60
6.	F&P GmbH, Selbitz	FEiG & PARTNER	108
7.	HFO Telecom AG, Hof	HFO Telecom	74
8.	Industrie- und Handelskammer für Oberfranken Bayreuth, Bayreuth	IHK Oberfranken Bayreuth	82
9.	Kunststoff Helmbrechts AG, Helmbrechts	KH	23
10.	LAMILUX Heinrich Strunz Holding GmbH & Co. KG, Rehau	LAMILUX	84
11.	Erich NETZSCH GmbH & Co. Holding KG, Selb	NETZSCH	7
12.	Nexans Power Accessories Germany GmbH, Hof	Nexans	105
13.	ontec automation GmbH, Naila	ontec	42
14.	PEMA Vollkorn-Spezialitäten Heinrich Leupoldt KG, Weissenstadt	PEMA	2
15.	ProComp Professional Computer GmbH, Marktredwitz	ProComp	32
16.	RAUMEDIC AG, Helmbrechts	RAUMEDIC	52
17.	Rausch & Pausch GmbH, Selb	RAPA	17
18.	REHAU AG + Co, Rehau	REHAU	12
19.	Rudi Göbel GmbH & Co. KG, Helmbrechts	Rudi Göbel GmbH & Co. KG	36
20.	Sandler AG, Schwarzenbach/Saale	sandler	102
21.	SCHERDEL GmbH, Marktredwitz	SCHERDEL	10
22.	Schwarz Elektromotoren GmbH, Rehau	SCHWARZ	92
23.	Sparkasse Hochfranken, Selb	Sparkasse Hochfranken	66
24.	Stadt Hof		100
25.	Wietasch + Partner Steuerberatungsgesellschaft, Hof	W+P	107
26.	WILO SE, Hof	wilo	48

Anzeige



„... sie ist für NETZSCH im Netz."

Mein Markenzeichen: Tonality
Meine Mission: mit digitalen Netzwerken NETZSCH-Präsenz schaffen. Deswegen liegt die Online-Kommunikation, innerhalb und außerhalb des Unternehmens, in meiner Hand. Der Content-Revolution begegne ich mit sicherer Strategie und schaffe durch digitale Beziehungen Präsenz für NETZSCH.

NETZSCH
NETZSCH-Gruppe
Gebrüder-Netzsch-Straße 19
95100 Selb
www.netzsch.com

STARRING MARTINA WINDORFER

bekannt aus NETZSCH Pumpen & Systeme GmbH, Waldkraiburg

Jetzt den Teaser zum Film sehen!

mehr zum Casting unter WWW.NETZSCH.COM/KARRIERE



Das kulinarische Quartett

Text & Fotos: Götz Gemeinhardt
Collage: Heidi Entner-Ruttmann

Genuss ist ihr Geschäft

Essen und Trinken hält Leib und Seele zusammen, sagt der Volksmund. Und meint damit: Gute Speisen und Getränke sorgen dafür, dass es uns körperlich und seelisch gut geht. So gesehen muss der Hochfranke kerngesund und mit sich völlig im Reinen sein. Denn was hochfränkische Lebensmittelhandwerker auf den Tisch bringen, macht glücklich. Das hat sowohl mit Geschmack als auch mit Geld zu tun, denn in Hochfranken kann man sich Leckeres auch leisten. Der Sonntagsbraten im Wirtshaus - oft aus eigener Schlachtung - kostet unter zehn Euro, das frisch gezapfte Feierabendbier - ein ganzer halber Liter - keine zweifünfzig. Wer wegzieht, kommt gerne zurück, um Wurst, Brot und Bier einzukaufen. Man lässt sich Carepakete aus Hochfranken schicken oder mitbringen. Während woanders riesige Fabriken Nahrung herstellen, sind Essen und Trinken in Hochfranken Handarbeit, Kreativität und Vertrauenssache und bieten berufliche Perspektiven. Karriere kulinarisch - mit fünf Hochfranken, die von Lebensmitteln leben.

Andreas Fickenscher,

Backhaus Fickenscher, Münchberg

23. Januar. Es klingelt an der Tür von Arjen Robben. Der Paketbote. Geburtstagspost von der Deutschen Fußballliga: eine Torte in Form der Meisterschale. Wahrscheinlich wird sich der Star des FC Bayern München freuen, ziemlich sicher aber keine Ahnung haben, dass er gerade Post aus Hochfranken bekommen hat. Gebacken und abgeschickt hat die Torte nämlich Fickenschers Backhaus aus Münchberg. Familie Fickenscher backt schon seit 1625 und hat vor fünfzehn Jahren auf dem Werbemittelmarkt Fuß gefasst. Den Anstoß gab der Geschäftsführer eines Textilunternehmens, der einzelne Kekse mit einem Logo versehen lassen wollte. „Wir haben ganz schlichte Stempel anfertigen lassen, Kekse mit Marzipandecke entwickelt, das Logo eingedrückt und per Airbrush mit Lebensmittelfarbe besprüht", erinnert sich Andreas Fickenscher, der das Backhaus zusammen mit seinem Bruder Florian leitet. 1990 hören die beiden vom italienischen Hersteller einer Lebensmittelfarbdruckmaschine und schaffen als erster Betrieb in Deutschland eine solche Anlage an. Wenig später liest Mutter Fickenscher von der Messe Marketing Services in Frankfurt und bucht einen Stand. „Da fahren wir hin!" Ohne zu wissen, dass die Marketing Services die Leitmesse für Messebau und Werbung ist. „Wir hatten weder Standkonzept noch Infomaterial. Wir hatten einen Pavillon mit Luftballons und sind ziemlich aus dem Rahmen gefallen. Wir sind auf die Leute zugegangen und haben Kostproben verteilt." Die kommunikativen Hochfranken werden mit großer Nachfrage belohnt. Noch auf der Messe bestellt SinnLeffers 12.000 Stück Kuchen und 300.000 Kekse. Der Testballon ist ein Senkrechtstarter.

Das Backhaus hat gerade neu gebaut und plant, weitere Bäckereifilialen zu eröffnen. Doch nun rufen Werbeagenturen in der Backstube an und verlangen die Druckvorstufe. „Die war ich", sagt Andreas Fickenscher. „Den Satz habe ich mit CorelDraw gemacht. Nach und nach haben wir uns aber weiterentwickelt, Schulungen besucht und eine Druckvorstufe eingerichtet, inklusive Farbkalibrierung mit Umrechnung in Lebensmittelfarben." Auf Farbechtheit legen die Werbefachleute größten Wert. Sie bestellen im Auftrag von Schering, O2, Smart, Esprit, der Österreichischen Bundesbahnen und der Financial Times. Heute sind viele Abläufe automatisiert. Auf Basis eines Web-to-Print-Systems kann der Kunde Kekse und Kuchen selbst gestalten und zum Druck freigeben. „Mailing, Verpackung und die sensible Lebensmittellogistik - in diesen Bereichen sind wir einzigartig. 3.000 individualisierte Torten an Einzeladressen verschicken? Unsere Stammkunden wissen, dass das funktioniert."

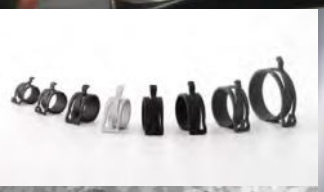
Drei Marken hat Fickenscher aufgebaut: logolini präsente für gewerbliche Kunden, scake.com (Snapshot + Cake) für privat und nascherie, die mit Spezialitäten aus dem Backofen die steigende Nachfrage der Werbemittelbranche nach Bioartikeln deckt. „Wir bestreuen Obst mit Zucker und backen es. Aus dieser Essenz mit spannenden Aromen kochen wir unsere Backofenkonfitüre. Aus frischen Kräutern und reinem Meersalz kreieren wir Backofensalze. Getrocknete Früchte vermahlen wir mit Zucker - unser Backofenzuckerle, zum Beispiel für Joghurt." Dieses Sortiment soll auch in den Einzelhandel kommen. Fickenschers Backhaus bewegt sich mit logolini, scake.com und nascherie in einem innovationshungrigen, wettbewerbsintensiven Markt. Als Gegenpol hat man das klassische Bäckereigeschäft neu ausgerichtet: „Wir lassen alles weg, was nicht reingehört. Wir verzichten auf Konservierungsstoffe, stellen Dreistufen-Sauerteig selbst her und sogar Belegkirschen, weil es keine ohne Farbstoffe zu kaufen gibt. In der Krise", sagt Andreas Fickenscher, „wird zuerst bei den Werbemitteln gestrichen. Deshalb sind wir froh, das Tagesgeschäft zu haben, und das darf niemals die zweite Geige spielen."

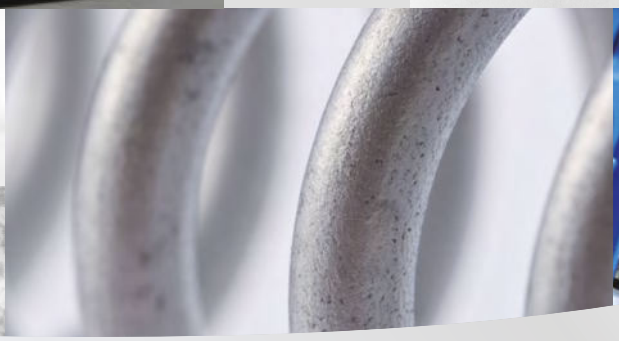
55 Mitarbeiter hat das Backhaus Fickenscher fest angestellt, saisonal wird aufgestockt. Im Team sind neben Bäckern und Konditoren, Verkäufern und Kaufleuten auch Mediengestalter, die sich um Wer-

Anzeige








SCHERDEL

INTERNATIONAL AKTIV, REGIONAL VERBUNDEN

Seit 125 Jahren steht unser Unternehmen für bewegenden Erfolg.
Ob im Graf-Zeppelin-Luftschiff, im Daimler-Benz-Silberpfeil, oder beim 24 Stunden Rennen in LeMans: Das Vorwärtskommen und damit die Entwicklung rund um den Motor, technische Federn und viele weitere technische Bestandteile sind unserem Unternehmen fest eingeschrieben.
Unser Firmenherz liegt in Hochfranken, global bietet die **SCHERDEL***Gruppe* mehr als 4500 Mitarbeitern einen lebendigen und interessanten Arbeitsplatz in einem familiengeführten, unabhängigen Unternehmen. An 29 Standorten weltweit, sind wir mit Produktion, Forschung und Entwicklung immer nah am Kunden und entwickeln innovative Lösungen.
Wir vertrauen auf Mitarbeiter, die uns mit Eigenverantwortung, Engagement und Fachkompetenz langfristig begleiten und in unserem kontinuierlich wachsenden Einsatzgebiet ihre persönlichen Ziele erreichen.

Erfahren Sie mehr über die **SCHERDEL***Gruppe* auf: **www.scherdel.de**

SCHERDEL GmbH
Scherdelstr. 2
95615 Marktredwitz
Tel.: 09231 603 0
info@scherdel.de



„Wir lassen alles weg, was nicht reingehört." - Beim Backhaus Fickenscher ist die Natur wichtiger Bestandteil der Unternehmensphilosophie.

bematerial, Kataloge, Verpackungsentwicklung und -bedruckung kümmern. „Man kann bei uns kulinarisch Karriere machen", sagt Betriebswirt Fickenscher, der selbst Bäcker- und Konditormeister ist. „Der Ruf der deutschen Bäcker und Konditoren ist weltweit hervorragend. Wenn man möchte, kommt man auf Luxusschiffen und in Spitzenhotels unter. Karriere bedeutet auch, über den Tellerrand zu schauen, den Horizont zu erweitern, Bewährtes weiterzuentwickeln und neu zu interpretieren."

Gisi & Moni Meinel-Hansen,

Meinel-Bräu, Hof

Mit diesen beiden Frauen ein Gespräch über Bier zu beginnen, kommt dem Öffnen eines Zapfhahns gleich: Es sprudelt aus ihnen heraus, sie schäumen über vor Begeisterung für das, was sie tun. Viereinhalb Minuten schwärmen sie von ihren beiden Saisonbieren Blümla und Körnla. Und sie haben noch 17 andere Sorten im Programm. Gisi und Moni sind die 13. Meinel-Generation und werden demnächst offiziell als Gesellschafter eingetragen. „Unsere Eltern übergeben uns eine sehr moderne Brauerei. Die wollen wir erhalten und in ihre Zukunft investieren. Wir haben das Glück, hier reingeboren worden zu sein." Ihre Familie betrachten sie als Mentor, der sie fördert, ihnen aber auch auf die Finger schaut: „Geht raus, schaut Euch was an, macht Euch Gedanken, seid offen, nicht engstirnig." Rausgegangen sind sie, haben Brauer und Mälzer gelernt, die Meisterprüfung abgelegt und sich zum Getränkebetriebswirt weitergebildet. Gisi hat drei Semester Getränketechnologie studiert und ist Biersommelière. Vom Hopfen gestochen, experimentieren, interpretieren und sinnieren sie: „Wenn der Wind durch ein volles Gerstenfeld streicht, ist das wie Samt, wie eine Katze, total schön."

Die jungen Braumeisterinnen tanzen unbeschwert über die Hopfenblütenspielwiese, aber sie haben auch einen Plan, wie sie das Familienunternehmen weiterentwickeln wollen. „Der Unternehmer muss sich noch mehr ausprägen. Der Unternehmer würde keine 19 Sorten Bier brauen. Wir verfolgen Ziele und Visionen und müssen mit Verstand und Weitblick Entscheidungen treffen." Jede noch so abgefahrene Bieridee haben sie ihren Eltern vorgelegt und sich mit Argumenten grünes Licht geholt. Dass sie vor allem auch für die 16-köpfige Belegschaft Verantwortung tragen, ist ihnen klar. „Du bist der Commander, und das Team will von Dir wissen, wo es lang geht", sagt Gisi. „Die gehören ja zu uns und jeder, der bei uns arbeitet, hat eine Außenwirkung. Deshalb muss er verstehen, wie wir ticken. Es bringt nichts, wenn wir die Hip-Styler sind." Und Moni weiter: „Diese Führungsfähigkeit können wir uns von unseren Eltern abschauen. Ein gleitender Übergang - so wünscht man sich das."

Die Meinel-Schwestern sehen sich am Anfang einer Reihe von

Anzeige

Bau
Automotive
Industrie

REHAU®
Unlimited Polymer Solutions



RAUM FÜR VISIONEN.

PRAKTIKA, ABSCHLUSSARBEITEN UND EINSTIEGSMÖGLICHKEITEN

Als Premiummarke für polymerbasierte Lösungen ist REHAU in den Bereichen Bau, Automotive und Industrie international führend. Mit unserer Innovationskraft, unserer branchenübergreifenden Aufstellung und der daraus resultierenden Synergieeffizienz sind wir als modern und professionell gesteuertes Familienunternehmen in der Kunststoffindustrie einmalig. Zu unseren Kernkompetenzen gehören die Material- und Systementwicklung sowie die Oberflächentechnik. Hier nimmt REHAU mit über 18.000 Mitarbeitern an mehr als 170 Standorten weltweit einen Platz als Innovationstreiber ein.

REHAU setzt als attraktiver und verlässlicher Arbeitgeber auf kluge Köpfe. Aus diesem Grund sind wir auf der Suche nach engagierten Persönlichkeiten. An verschiedenen REHAU Standorten bieten wir **Hochschulabsolventen und Studenten (m/w)** in allen kaufmännischen und technischen Bereichen anspruchsvolle Einsatzmöglichkeiten.

Mehr Informationen, auch zu weiteren Stellenangeboten, erhalten Sie unter: **www.rehau.de/karriere**

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung. Wir freuen uns auf Sie!

REHAU AG + Co - Nadine Schardt - Human Resources
Otto-Hahn-Straße 2 - 95111 Rehau - Tel.: 09283 771021
nadine.schardt@rehau.com - www.rehau.de

top ARBEITGEBER INGENIEURE DEUTSCHLAND 2014
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

KARRIERE IM FAMILIENUNTERNEHMEN WWW.KARRIERE-FAMILIENUNTERNEHMEN.DE

FAIR COMPANY Die bessere Chance für Absolventinnen
Eine Initiative von karriere.de

„Du musst machen, wofür dein Herz schlägt.“

Veränderungen. Sie wollen fest halten an dem, was sie bekommen haben, müssen sich aber auch mit Realitäten wie sinkendem Bierkonsum, steigenden Rohstoff- und Energiepreisen auseinandersetzen. „Früher war Bier Durstlöscher, heute Genussmittel. Wir können nicht billig, wollen das auch nicht. Wir wollen Bier als niveauvollen Begleiter von Speisen etablieren und für verlorengegangene Zielgruppen neu erschließen.“ Zum Beispiel für Frauen: Holladiebierfee hat Gisi und Moni und zwei Kolleginnen in große Magazine und ins Fernsehen katapultiert. Holladiebierfee - die Chance, richtig durchzustarten? „Wir hatten schlaflose Nächte. Auf einmal kamen Angebote von Großhändlern, den flächendeckenden Vertrieb zu übernehmen, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Aber wir möchten den geduldigeren Weg gehen. Mit dem Ziel, auf eine Menge zu kommen, die die Finanzierung sicherstellt. Mit dem Ziel, unabhängig zu bleiben, die Bierfee aus eigener Kraft anzuschieben.“ Bier ist für Gisi und Moni kein Massenprodukt. Sie setzen auf Facettenreichtum, auf Getränke, die mit den verschiedenen Rhythmen des Jahres harmonieren - Zitrusnoten im Sommer, Bockbiere im Winter. Damit liegen sie im Trend zu saisonalen, regionalen Lebensmitteln, zu bewusstem Konsum. „Die Zeit ist total reif, und das dürfen wir jetzt nicht verpassen. Die Leute wollen wissen, wo Essen und Trinken herkommen. Hochfranken kann von dieser Entwicklung nur profitieren.“

Gisis und Monis kulinarische Karriere basiert auf handwerklicher Arbeit, die oft auf Vorurteile stößt. Der klassische Weg von der Hochschule führt in die Industrie, aber auch die Führung eines Handwerksbetriebs ist anspruchsvoll und vielseitig. „Jede Karriere fängt mit einer Liebe zu irgendetwas an“, sagt Gisi. „Du musst machen, wofür Dein Herz schlägt. Wenn Du Dich verbiegst - schwierig, denn das spürt man.“ Moni: „Wenn nach einem blöden Tag ein Kunde dasteht und sagt, was für ein geiles Bier habt Ihr denn da schon wieder zusammengebraut, dann stehst Du mit so einem Lachen da und denkst: Du lieber Mensch, ich würde Dich am liebsten küssen...“



Die Zeit ist reif, auf regionale Lebensmittel, saisonale Spezialitäten und bewussten Konsum zu setzen. Davon sind Gisi und Moni Meinel-Hansen überzeugt. Was sie wollen, ist Facettenreichtum. Getränke, die mit den verschiedenen Rhythmen des Jahres harmonieren.



Florian Köhn ist es wichtig, dass das Bewusstsein für das Metzgerhandwerk und seine Produkte geschärft wird und, dass sich die Leute wieder damit auseinandersetzen, wo und wie ein Lebensmittel erzeugt und verarbeitet wird: „In der Großstadt hatte ich den Eindruck, manche denken tatsächlich, Kühe seien lila."

Florian Köhn,

Metzgerei Max, Hof

„Wie weit man kommt, ist Einstellungssache, Kopfsache", antwortet Florian Köhn auf die Frage nach den kulinarischen Karrierechancen in Hochfranken. „Ich probiere und tüftle gerne. Fleisch und Lebensmittel bieten ein riesiges Spektrum. Man kann viel lernen, braucht aber auch echtes Interesse und Eigeninitiative. Es geht um die Freude am Kochen und Essen, am Ausprobieren und am Kreieren. Der junge Metzgermeister hat nach seiner Ausbildung im Familienunternehmen eine Kochlehre bei Käfer in München gemacht. Seit seiner Rückkehr nach Hof ist er bei Max zuständig für Partyservice und Produktion. „Wir haben 500 Produkte. Das ist nicht alltäglich. In München hat ein Metzger Salami, rohen und gekochten Schinken und drei Brühwurstarten. Unser Sortiment ist sehr tief, sehr breit, und wir stellen alles selbst her." Diese Stärken vermarktet die Metzgerei Max offensiv und erfolgreich. Das KDW in Berlin führt ihre Produkte, Harrod's in London, der Deutsche Bundestag und das Käfer-Oktoberfestzelt ordern. Online-Bestellungen werden europaweit verschickt. Und aktuell verhandelt man mit Hong Kong. Max liefert in Märkte, in denen höhere Lebensmittelpreise erzielt werden als zu Hause. Trotzdem ist Florian Köhn Regionalität wichtig: „Regionalität bedeutet auch Unterstützung für unsere Region. Wir sind

„Regionalität bedeutet auch Unterstützung für unsere Region. Wir sind mit Leib und Seele Hochfranken.“

mit Leib und Seele Hochfranken. Je besser wir uns nach außen vermarkten, umso besser geht es den Menschen hier. Unsere Genussregion hat sich als Marke entwickelt, auch international.“

Um sich von Großbetrieben abzusetzen, bezieht Metzger Max sein Fleisch nur aus regionaler Landwirtschaft und hat feste Verträge mit Bauern geschlossen, in denen etwa Strohbodenhaltung für Schweine und konkrete Fütterungsrichtlinien festgeschrieben sind. Beim Rind setzt er komplett auf Weidelandhaltung - trotz höherer Kosten. Ein Teil des Rindfleischs reift mehrere Wochen in einem speziellen Trockenschrank im sogenannten Dry-Aging-Verfahren. „Das ist ein Fleisch, das es so bei uns noch nicht gegeben hat. Deshalb brauchten wir dafür Werbung, wie es sie ebenfalls noch nicht gegeben hat. Wir wollten die klassische Schiene verlassen, richtig auffallen und provozieren.“ Die Kampagne erzielt die gewollte Wirkung und polarisiert. Manche Kunden verärgert sie regelrecht, andere sind begeistert von den Ideen der neuen Metzgergeneration.
Die Metzgereidichte in Hochfranken ist traditionell hoch. Soll sie es bleiben, muss das Bewusstsein für den Handwerksberuf und seine Produkte geschärft werden. Die Metzgerei Max versucht das mit Schnuppertagen und Praktika für Schüler. „Sie sollen das Lebensmittelspektrum begreifen. Sie sollen erfahren, wie und wo ein Lebensmittel erzeugt und verarbeitet wird, bis es auf ihren Teller kommt“, sagt Köhn. „Viele setzen sich damit gar nicht auseinander. In der Großstadt hatte ich den Eindruck, manche denken tatsächlich, Kühe seien lila.“ Der Metzgerberuf ist eine gesunde Basis für eine Karriere in der Lebensmittelwirtschaft - als Meister, Fleischtechniker, Betriebswirt, Fachberater in Gewürzmühlen, Gewürzsommelier etc. „Auch während meiner Kochlehre hat er mir geholfen, weil die Berufe artverwandt sind.“ Florian Köhn würde den kulinarischen Weg wieder gehen - auch ohne familiären Hintergrund. „Es gibt das Vorurteil, dass Metzger harte Kerle und total doof sind. Aber wir arbeiten mit hochsensiblen Maschinen, müssen extrem hohe Qualitäts- und Hygienestandards einhalten. Der Umgang mit Lebensmitteln schärft die Persönlichkeit.“

Alexander Egert,

EDEKA Egert, Selb und Arzberg

Ein Job im Supermarkt: Regale einräumen, Ware über den Kassenscanner ziehen, Paletten schlichten. Es geht auch anders: Alexander Egert war EDEKA-Azubi in Marktredwitz. Heute verhandelt er mit Lieferanten, stellt Sortimente zusammen und pflegt sie und macht sich strategische Gedanken über seine Märkte und sein Team. Karriere kulinarisch? „Da bin ich eigentlich reingeschubst worden. EDEKA wollte mich als Einkäufer in die Zentrale nach Würzburg holen. Ich war aber in der Region verwurzelt und wollte nicht weg. Also bin ich raus aus dem Büro und hab mir den Handel angeschaut. So ist die Leidenschaft entstanden.“ Egert wird schnell Marktleiter. Im ersten Jahr verdoppelt er den Umsatz, im zweiten setzt er noch mal 30 Prozent drauf. Läuft ein Markt schlecht, holt EDEKA ihn als Feuerwehrmann. Er saniert, baut um, formt ein Team - und geht wieder. Dann startet die Handelskette ein Privatisierungsprogramm: „Es war völlig klar, dass ich diese Herausforderung annehme. Der Handel ist absolut mein Ding. Wenn Du gut bist, siehst Du das am Tagesende, weil’s der Kunde honoriert und Du den Umsatz zu Buche stehen hast.“

Zuerst übernimmt Alexander Egert einen kleinen Markt in der Selber Bahnhofstraße. Nach drei Jahren kommt ein großes E-Center dazu. „So wurde ich Mehrbetriebsunternehmer.“ Schließlich verwirklicht er seine eigenen Ideen für Design und Ladenbau in einem neuen Markt in Selb, der von EDEKA zweimal als bester der Region ausgezeichnet wird. Als Egert hört, dass die Filiale in Arzberg, seiner Heimatstadt, geschlossen werden soll, greift er ein: „Geschlossen wird nicht! Ich versuche mein Glück.“ Auch in



Wie gewinnt man das Vertrauen der Kunden? Alexander Egerts Rezept lautet: Bewusster nachfragen, in der Region einkaufen, die Qualität in den Vordergrund rücken, weg von großen Marken.

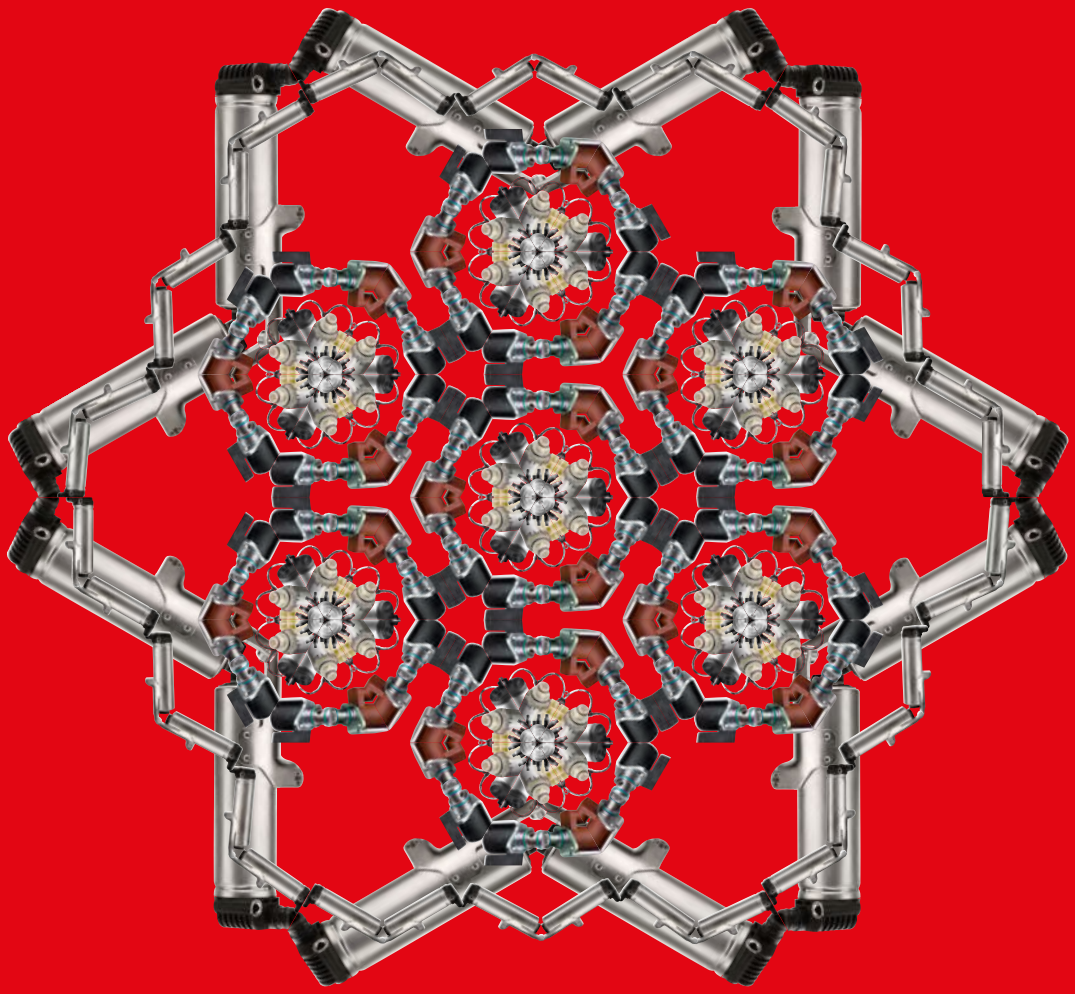
Arzberg verdoppelt er den Umsatz. Aktuell baut er dort einen komplett neuen Markt.

Fest verankert bei EDEKA Egert sind regionale Speisen und Getränke. Zwar drängen kleinere Erzeuger nicht unbedingt in den Verbrauchermarkt, aber der Kunde fragt sie nach. „Ich würde mir wünschen, Hochfranken wäre noch stärker vertreten. Regional ist die beste Marke. Das Regionalsiegel strahlt wesentlich stärker als das Biosiegel. Jedem Lieferanten, der an meine Tür klopft, werde ich sie auftun, denn Zusammenhalt in Hochfranken ist mir wichtig. Und Frische und kurze Lieferwege sind große Aspekte." Slow Food und Hochfranken - das passt. Die Verbraucher denken um, und Alexander Egert denkt an weitere Partnerschaften. „Die Wertigkeit des Genusses ist uns ja total abhandengekommen, aber sie setzt langsam wieder ein." Doch die Kooperationen mit Produzenten aus dem Umkreis haben noch einen anderen Hintergrund: Es gilt, der beginnenden Abschmelzung bei kleinen Handwerksbetrieben entgegenzuwirken. „Kleinstbetriebe könnten heute allein vom Verkauf in ihren Filialen gar nicht mehr überleben. Also haben wir Brücken geschlagen, etwa zu Metzgereien. Wir beziehen ihre Ware und verkaufen sie bei uns im Supermarkt - statt Industrieware." Ein Modell mit Vorbildcharakter - der Supermarkt als Handelsplattform für regionale Hersteller statt des Monsters, das sie vom Markt drängt. Der Kunde profitiert von besserer Qualität, davon ist Egert überzeugt: „Eine Familie aus Berlin hat neulich eine Menge an Bratwürsten gekauft, die man kaum verzehren kann. Aber selbst eingefroren sollen sie besser schmecken als der Maschinen-Einheitsbrei, der in Großstädten vermarktet wird."
Bewusster nachfragen, in der Region einkaufen, die Qualität in den Vordergrund rücken, weg von großen Marken. Mit dieser Botschaft will Alexander Egert Vertrauen schaffen. Auch die Ausbildung junger Hochfranken ist Teil seiner Philosophie. „Wer bei uns weiterkommen will, der kommt auch weiter. Zum Beispiel hat EDEKA ein Junioren-Aufstiegsprogramm etabliert, in dem die besten Auszubildenden Erfahrungen in anderen Märkten sammeln."

Alexander Egerts eigene kulinarische Karriere soll noch weitergehen. Er hat Spaß an seiner Arbeit und liebt Hochfranken. „Essen und Trinken sind ein Stück Lebensqualität. Wir haben hier eine tolle Lebensqualität." ■

Ingenieurskunst

Perfektion aus Leidenschaft



RAPA bewegt.
Wann sind Sie dabei?

RAPA
RAUSCH & PAUSCH GMBH

www.rapa.com
Rausch & Pausch GmbH | Albert-Pausch-Ring 1 | 95100 Selb

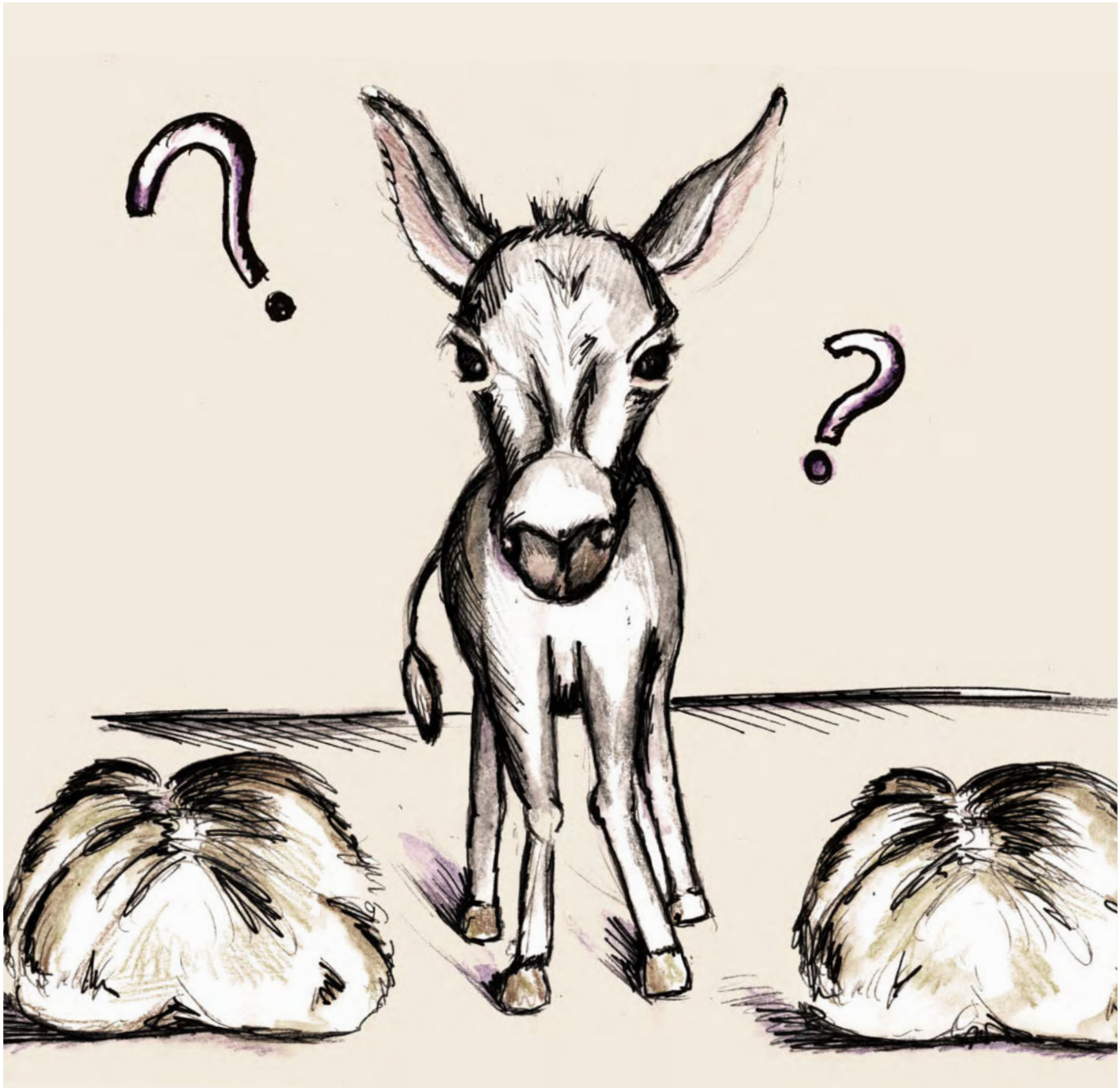
Don´t be a Maybe

Text: Jörg Raithel
Illustration: Heidi Entner-Ruttmann

Lehrer oder doch lieber was mit Medien? Wer die Wahl hat, schiebt diese gerne auf und steht am Ende oft mit leeren Händen da. Fragt man angehende Schulabgänger oder Studierende nach ihren Berufsplänen, erntet man häufig ziemlich viel Ahnungslosigkeit.

Zu groß sei die Auswahl, zu unklar die eigenen Wünsche. Viele verfolgen dann das Erst-mal-Prinzip. Erst mal Abschluss machen, danach erst mal feiern, dann mal sehen, mal reinschnuppern, vielleicht Ausland, oder so. Bloß nichts entscheiden, bitte keine Option ausblenden.
Viele beginnen dann halbherzig eine Ausbildung oder ein Studium, um überhaupt etwas zu machen, irgendwo, irgendwas, bei irgendeiner Hochschule oder irgendeinem Unternehmen - und brechen nach ein paar Monaten ernüchtert wieder ab. Und dann? Studien zeigen, je größer die Auswahl, desto schwerer tun sich Menschen mit einer Entscheidung.

Eine falsche Entscheidung ist ärgerlich, aber immer noch besser als gar keine. Selbsterkundung ist dabei der erste Schritt zur Entscheidungsfindung. Also Blick in den Spiegel: Wer bin ich, was macht mir Spaß, worin bin ich gut? Hilfestellung bei der Beantwortung dieser Fragen können Berufsberater geben. Wir haben zwei getroffen.



Buridans Esel

Eine falsche Entscheidung ist ärgerlich, aber immer noch besser als gar keine.
In dem Gleichnis von Buridans Esel steht ein Esel zwischen zwei gleich großen und gleich weit entfernten Heuhaufen. Er kann und kann sich nicht entscheiden, welchen er zuerst fressen soll - und verhungert schließlich.

Gibt´s den Traumberuf überhaupt?

10 Fragen an die Berufsberatung

Die Berufswahl ist eine der weitreichendsten Entscheidungen im Leben. Den kommenden Schulabgängern stehen heute alle Türen offen und die Chancen auf einen guten Job scheinen so gut zu sein wie seit Jahrzehnten nicht. Trotzdem tun sich viele schwer bei der Entscheidung. Die Zeitabstände zwischen Jobwechseln sind kürzer geworden und nicht selten machen Arbeitnehmer heute eine 180-Grad-Drehung im Beruf. Die Erwerbsbiografien sind deutlich vielseitiger geworden. Warum ist das so? Wir haben uns mit Thomas Hager und Beate Kießling unterhalten. Sie sind Berufsberater bei der Agentur für Arbeit Bayreuth-Hof.



Beate Kießling



Thomas Hager

Wirtschaftsregion Hochfranken (WRH): Läuft man dieser Tage über eine der Ausbildungs- oder Kontaktmessen kann einem ganz schwindelig werden vor lauter „Wir suchen Dich"-Verlockungen. Ingenieurmangel hier, offene Ausbildungsstellen dort. Kann die Generation Y ganz unbeschwert in die Karriere aufbrechen, kommt die Jobgarantie quasi mit dem Abschlusszeugnis?

Beate Kießling: Angesichts des demographischen Wandels haben sich die Rahmenbedingungen auf dem Ausbildungsmarkt in den letzten Jahren erheblich verändert. Die Zahl der Schulabgänger ist deutlich gesunken und der Trend geht zum Erwerb höherwertiger Schulabschlüsse. Wir haben ein immer durchlässigeres Schulsystem, in dem jeder Schüler auf den unterschiedlichsten Wegen zu seinem gewünschten Schulabschluss kommen kann. Dennoch bekommt nicht jeder Jugendliche automatisch eine Lehrstelle in seinem Wunschberuf. Dafür muss er schon einige Anforderungen erfüllen und vor allem die nötige Motivation sowie bestimmte Schlüsselqualifikationen mitbringen.

WRH: Je mehr Optionen man hat, desto schwerer fällt vielen Menschen die Entscheidung. Gerade junge Menschen möchten keine falschen Entscheidungen treffen und sich alle Optionen offenhalten. Es gibt hunderte von verschiedenen Ausbildungsberufe oder Studienrichtungen, dazu noch wahlweise ein soziales Jahr, vielleicht eine Auslandsreise. Haben wir ein Luxusproblem?

Kießling: Nicht jeder Jugendliche steht vor dieser Luxusentscheidung. Für manchen Schulabgänger sind die Wahlmöglichkeiten schon begrenzt. Ich stelle aber fest, dass dieses Problem zunehmend Schüler mit höheren Abschlüssen betrifft. Sie scheuen sich wegen der Vielzahl von Möglichkeiten davor, eine Berufswahlentscheidung zu treffen und nutzen deshalb nach der Schulzeit erst einmal eine Überbrückungsoption. Wir als Berater wollen dazu beitragen, dass sich die Jugendlichen aktiv mit ihrer Berufswahl auseinanderzusetzen und informieren deshalb im persönlichen Gespräch über die vielfältigen Ausbildungs-und Studienmöglichkeiten. Auf diese Weise kommt man gemeinsam einer fundierten Entscheidung Schritt für Schritt näher.

WRH: In der Liste der beliebtesten Ausbildungsberufe und Studienrichtungen tauchen immer wieder bekannte Klassiker auf.

KFZ-Mechatroniker und Einzelhandelskaufmann sind die beliebtesten Ausbildungsberufe. Bei den Studiengängen steht BWL seit Jahren ganz oben auf der Beliebtheitsskala. Warum sind junge Menschen bei der Berufswahl so konservativ?

Thomas Hager: Junge Menschen werden geprägt durch ihr Umfeld und die regionalen Angebote. Diese beliebten Berufe sind den jungen Menschen einfach vertraut und es gibt hier zahlreiche Stellen. Wichtig für eine zukunftsorientierte Entscheidung für den Einzelnen ist, dass er sich mit den tatsächlichen Inhalten und Tätigkeiten eines Berufsbildes oder einer Branche konkret beschäftigt.

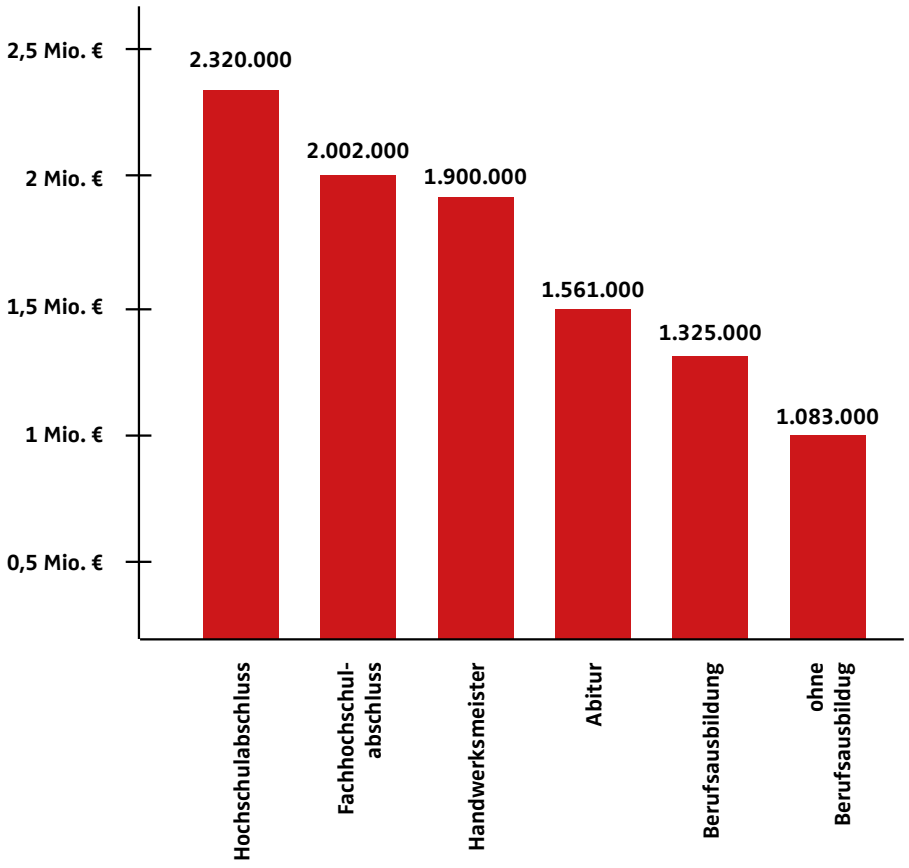
Kießling: Dabei sind es manchmal die etwas unbekannteren Berufe, die ebenfalls gute Arbeitsmarktaussichten und Zukunftschancen bieten. Auf diese Nischen weisen wir in unseren Gesprächen immer wieder hin und zeigen den Jugendlichen und ihren Eltern Alternativen zu den altbekannten Berufen auf, an die sie vorher nicht gedacht hätten.

WRH: 2012 löste jeder vierte Azubi seinen Vertrag vorzeitig auf, die Abbruchquoten an manchen Hochschulen oder in manchen Studiengängen sind extrem hoch. Haben die jungen Leute kein Stehvermögen mehr oder stimmen die Vorstelllungen über die jeweiligen Berufsfelder nicht mit der Realität überein?

Kießling: Für die hohen Abbruchquoten gibt es sehr unterschiedliche Gründe. Oft ist es die unzureichende Information im Vorfeld, teilweise sind es die Rahmenbedingungen, die nicht passen. Um dem entgegenzuwirken und die Realität in den Betrieben und Hochschulen kennenzulernen, ist ein vorheriges Praktikum oder Schnupperstudium sehr empfehlenswert. Solche Angebote gibt es immer häufiger und sie bringen für beide Seiten Vorteile.

Ausbildung vs. Studium: Mit welchem Abschluss verdient man mehr?

Durchschnittliche Lebensverdienste nach Bildungsabschluss



Lohnt es sich tatsächlich in eine längere Hochschulausbildung zu investieren und welches Lebenseinkommen bringen Abitur und Berufsausbildung im Vergleich? Wie sich welcher Abschluss auf das gesamte Berufsleben finanziell auswirkt, zeigt eine Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) in Nürnberg. Die Forscher untersuchten den Bruttolebensverdienst, also die Summe aller Bruttolöhne und -gehälter, die ein Erwerbstätiger über seine gesamte Lebensarbeitszeit verdient, je nach Bildungsabschluss.

Das Ergebnis ist eindeutig: Bildung zahlt sich aus. Je höher die Qualifikation, desto höher auch das durchschnittliche Einkommen. So sind die Spitzenreiter die Hochschulabsolventen mit einem durchschnittlichen Bruttolebensverdienst von circa 2,3 Millionen Euro. Dicht dahinter folgen die Fachhochschulabsolventen mit einem Gesamtverdienst von rund zwei Millionen Euro und Handwerksmeister mit 1,9 Millionen Euro. Etwas abgeschlagen folgen die Abiturienten mit einem Bruttolebensverdienst von fast 1,6 Millionen Euro und die Gruppe mit abgeschlossener Berufsausbildung mit ungefähr 1,3 Millionen Euro. Nicht überraschend bildet das Schlusslicht die Gruppe derer ohne Berufsausbildung, die immerhin noch einen Lebenseinkommen von einer Millionen Euro generiert.

WRH: Die Berufswahl ist eine wichtige Entscheidung und provoziert innere Konflikte. Einerseits kann man mit einem BWL-Abschluss nicht viel falsch machen. Andererseits wäre ein Journalistik-Studium viel interessanter und reizvoller. Wovon sollte man sich leiten lassen: Lust oder Vernunft?

Kießling: Jeder Mensch ist anders gestrickt und hat unterschiedliche Lebensziele. Während für den einen die Verwirklichung seiner persönlichen Interessen zählt, steht für den anderen ein sicheres Einkommen im Vordergrund. Bei der Berufswahl gilt es diese verschiedenen Typen zu beachten und herauszufinden, was für den Einzelnen am wichtigsten ist, damit am Ende eine vernünftige und gute Entscheidung getroffen wird.

WRH: „Geh zu einer großen Firma" oder „Wenn Du etwas werden willst, musst Du in die Großstadt." Wie sinnvoll sind solche Generalratschläge?

Hager: Dies sind Vorurteile, gerade unsere Region Hochfranken bietet mit dem Handwerk und dem Mittelstand vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten für jeden Einzelnen. Jeder muss für sich selbst überlegen, was für ihn Priorität hat. Eigene Kreativität und selbständiges Arbeiten oder Sicherheit des Berufes, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, genügend Spielraum für Freizeitaktivitäten mit den Rahmenbedingungen des ausgewählten Berufsfeldes oder hohes Ansehen und gute Verdienstmöglichkeiten. Ist jemand bereit Verantwortung zu übernehmen, Herausforderungen anzunehmen und sein Wissen ständig zu erweitern? Und dann sind die Betriebe der Region gefordert, jungen Menschen konkrete Ausbildungsperspektiven mit Übernahmechancen anzubieten.

WRH: Es scheint so, als wären die Erwerbsbiografien heute viel widersprüchlicher als früher. Es ist durchaus möglich, dass ein Controller auf Pferdewirt umsattelt. Gehören die klassischen Karrierewege in einem Unternehmen der Vergangenheit an?

Hager: Ehrlicherweise müssen wir heute sagen, dass der einmal erlernte Beruf in der Regel nicht das gesamte Berufsleben ausgeübt werden kann. Jeder muss sich den schneller werdenden Veränderungen im Arbeitsleben stellen und den technischen Fortschritt mitgehen. Genauso verändern sich in unserer heutigen Zeit auch die Lebenseinstellungen jedes einzelnen Menschen viel häufiger und schneller als in der Vergangenheit. Wir wollen nicht nur Karriere sondern auch ein Mindestmaß an sinnvoller Freizeitbeschäftigung, damit wir dem Stress auch auf Dauer gewachsen bleiben.

WRH: Eltern und Freunde sind wichtige Berater bei der Berufswahl. Häufig kollidieren die Vorstellungen der Eltern aber mit denen der Kinder.

Kießling: Da sie den Jugendlichen mit all seinen Stärken und Potenzialen schon länger gut kennen, sind Eltern und Freunde sehr wichtige Ratgeber bei der Berufswahl. Ihre Einschätzung sollten sie daher auf jeden Fall abgeben und ihre Meinung darf nicht unterschätzt werden. Selbst wenn die Vorstellungen von Eltern und Kindern auseinander gehen, ist es wichtig, ständig im Gespräch zu bleiben, allerdings ohne den Elternwillen aufzuzwingen, sondern nach Abwägung aller Aspekte die Kinder frei entscheiden zu lassen.

WRH: Viele Unternehmen klagen über den Fachkräftemangel, besonders hart trifft es die kleinen Betriebe. Um dennoch leistungsstarke Azubis zu gewinnen, bieten viele Firmen inzwischen Extras an. Vom Firmenwagen für Azubis, Kurztrips auf Firmenkosten nach Mallorca bis zum Tablet oder Smartphone. Einige Firmenchefs sind mittlerweile sehr kreativ. Wie nachhaltig sind solche Lockmittel?

Kießling: Wichtiger als diese Anreize ist meiner Meinung nach ein gutes Image des Betriebes oder der Branche. Wer auf die Jugendlichen eingeht, Zeit investiert, auf die Qualität der Ausbildung und gute Rahmenbedingungen Wert legt, kann die Attraktivität erhöhen. Das wird bereits bei vielen Betrieben in der Region praktiziert.

Hager: Aber ohne offensive Werbung bei der Zielgruppe der Schulabgänger wird es sicherlich immer schwieriger, die richtigen Nachwuchskräfte zu gewinnen. Wir alle müssen die im Zeitalter von Smartphone geprägten Jugendlichen dort abholen, wo sie stehen. Wir sollten den Jugendlichen einen Rahmen vorgeben, natürlich auch Vorbild sein – müssen aber auch die Kreativität und Ideen der Jugendlichen in unsere Überlegungen einbeziehen.

Gibt es den einzig wahren Traumberuf?

WRH: Gibt es den einzig wahren Traumberuf?

Kießling: Nein, jeder Beruf hat schließlich auch Schattenseiten. Trotzdem freut es mich zu hören, wenn mir junge Menschen nach ihrer Berufswahl erzählen, dass sie ihren Traumberuf gefunden haben. Mir persönlich macht meine Arbeit auch sehr viel Spaß. Deshalb möchte ich anderen dabei helfen, ebenfalls den passenden Beruf zu finden, in dem sie sich verwirklichen können! ■

weltweit und regional engagiert





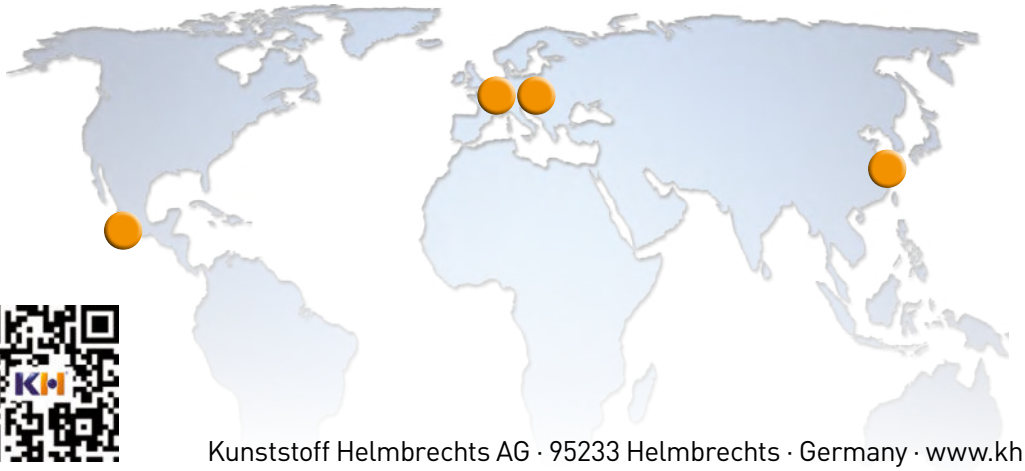

Karriere in Helmbrechts, Sparneck und auf drei Kontinenten

Technisch innovativ und solide in der Unternehmensführung: Mit dieser Philosophie hat sich die Kunststoff Helmbrechts AG (KH) als Top-Systemanbieter für High-End-Kunststoffkomponenten in der Automobilindustrie etabliert und fertigt ebenso erfolgreich für die Telekommunikationsbranche sowie die Medizintechnik.

Zusammen mit 1.600 Mitarbeitern stellen wir auf drei Kontinenten Qualitätsprodukte in technisch anspruchsvollem Design und mit innovativen Licht- oder Bedienkonzepten her, wie beispielsweise Touch Panels in 3D-Oberflächen. Vom Kleinwagen bis zur Oberklasse: Fast in allen Fahrzeugen finden sich heute Bauteile aus dem Hause KH.

Von der Zentrale in Helmbrechts werden die KH-Tochterunternehmen in Sparneck, Tschechien, China und Mexico gesteuert. An allen Standorten bildet die hohe Fertigungstiefe die Basis ausgezeichneter Produktqualität.

Mit kontinuierlich geschulten, am Gewinn beteiligten Mitarbeitern realisieren wir den Erfolg unserer Kunden. Ob in Verwaltung, Werkzeugbau, Lackieranlage, Verformung, Spritzgießen, Qualitäts- und Produktmanagement oder Vertrieb: Hier bieten sich zahlreiche Karrierechancen vor Ort mit der Möglichkeit einer weltweiten Reisetätigkeit und Verantwortung. Aktuelle Stellenangebote finden Sie auf unserer Homepage www.kh.de.



Kunststoff Helmbrechts AG · 95233 Helmbrechts · Germany · www.kh.de



Hochschule Hof

Praxisorientierung, Internationalisierung und Ressourceneffizienz stehen im Fokus von Lehre und Forschung an der Hochschule Hof. Im Bereich Internationalisierung legt die Hochschule dabei einen weiteren Schwerpunkt auf Indien, im Hinblick auf das Thema Ressourceneffizienz stehen Wasser und (Raum-) Klimatisierung im Vordergrund. Das breitgefächerte Spektrum der 29 Bachelor- und Masterstudiengänge reicht von Wirtschaft und Wirtschaftsrecht bis hin zu Informatik und Ingenieurwissenschaften. Die Abteilung Münchberg bietet durch eng mit der Wirtschaft verzahnte Textil- und Designstudiengänge eine in Deutschland einmalige Ausbildung. Auch die hochfränkischen Unternehmen profitieren durch die Einrichtung von Kompetenzzentren und Instituten an der Hochschule. Die Schwerpunkte der zwei Forschungsinstitute liegen auf den Bereichen Informationssysteme und Materialwissenschaften. Am Institut für Weiterbildung finden berufstätige Fach- und Führungskräfte nationale als auch internationale Weiterbildungsangebote auf Hochschulniveau; das Programm des ifw beinhaltet dabei berufsbegleitende Bachelor- und Masterstudiengänge, Zertifikatslehrgänge, akademische Weiterbildungskurse und Seminare. Das an die Hochschule Hof angegliederte Bayerisch-Indische Zentrum für Wirtschaft und Hochschulen BayIND koordiniert und fördert die Zusammenarbeit zwischen Bayern und Indien.

Studienangebot der Hochschule Hof

Bachelorstudiengänge:

- Betriebswirtschaft
- Informatik
- Innovative Textilien
- Internationales Management
- Maschinenbau
- Maschinenbau International
- Mediendesign
- Medieninformatik
- Mobile Computing
- Textildesign
- Umweltingenieurwesen
- Werkstofftechnik
- Wirtschaftsinformatik
- Wirtschaftsingenieurwesen
- Wirtschaftsrecht
- Verwaltungsinformatik (Dipl.)

Masterstudiengänge:

- Global Management
- Internet-Web Science
- Logistik
- Marketing Management
- Maschinenbau
- Personal und Arbeit
- Projektmanagement
- Verbundwerkstoffe

Weiterbildungsstudiengänge Bachelor:

- Betriebswirtschaft (berufsbegleitend)
- Gesundheits- und Pflegemanagement (berufsbegleitend)

Master:

- Einkauf und Logistik / Supply Chain Management (berufsbegleitend)
- German-Indian-Management Studies (Vollzeit)
- Software Engineering for Industrial Applications (Vollzeit)

Hochschule dual:

Diverse Möglichkeiten in den Bereichen Informatik, Technik und Wirtschaft

Informationen

www.hof-university.de





Forschen für die Region

An der Hochschule Hof ist mit dem Institut für Informationssysteme (iisys) ein Dienstleister angesiedelt, der sowohl eng in die Region eingebettet als auch überregional und international verzahnt ist. Als Brücke zwischen Wirtschaft und Wissenschaft forscht das iisys an praktischen IT-Themen wie z.B. einem Migräneradar sowie einem Geoinformationssystem für Daten zur Wasserqualität. Geplant sind in näherer Zukunft Projekte wie „Wanderweg 2.0" und „Auswertung von Daten aus Zeitungsarchiven" sowie eine Gesundheitsplattform zur Sicherstellung von Pflege und medizinischen Dienstleistungen im demographischen Wandel.

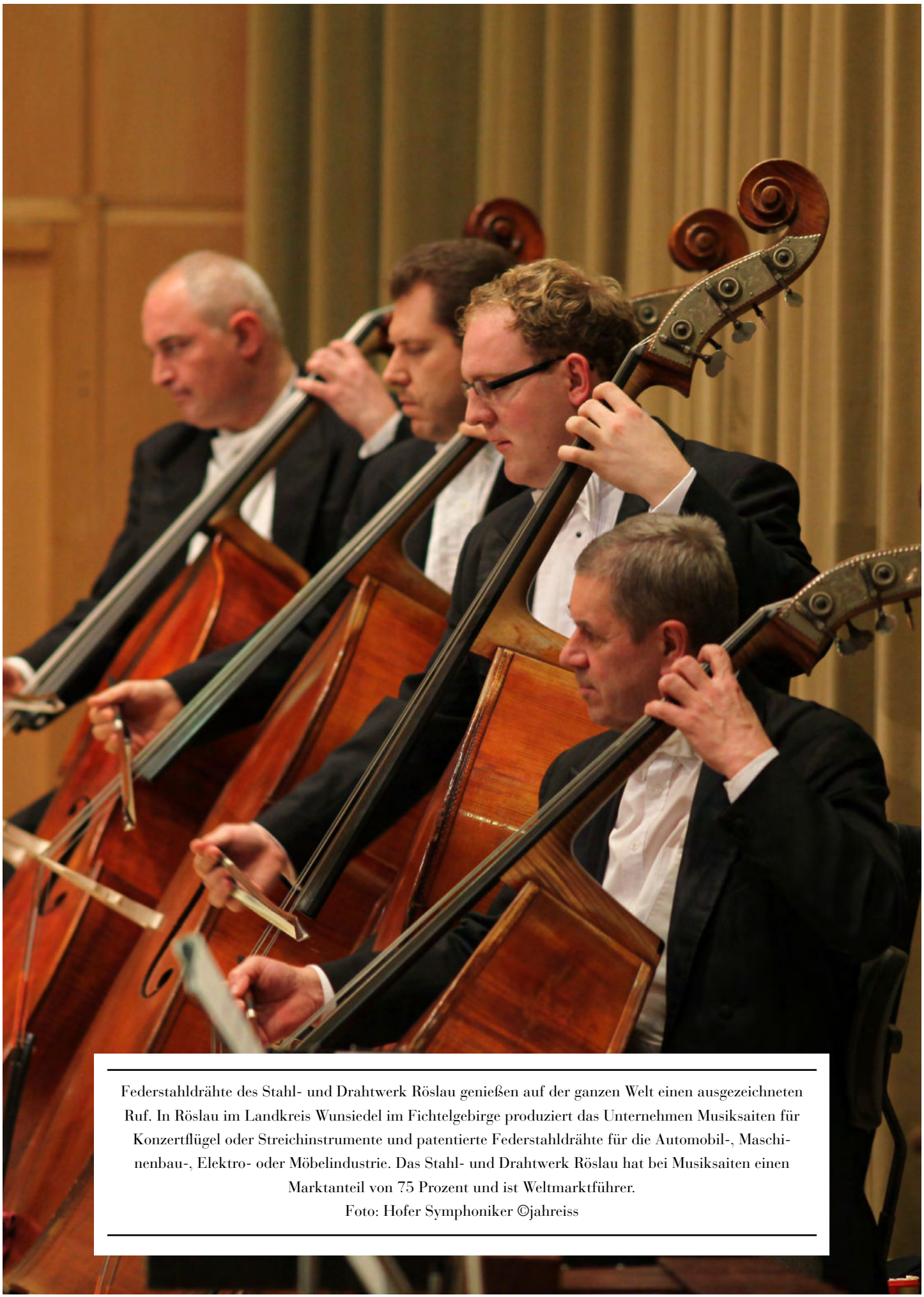
Das Institut hat durch die Teilnahme an vielen Ausschreibungen und Antragstellungen für bayerische, überregionale und EU-Projekte eine große Expertise aufgebaut, die es an Unternehmen weitergibt.

Gleichzeitig wird an aktuellen wissenschaftlichen Fragestellungen wie großen Datenmengen, den sog. „Smart Data"-Szenarien, der Anwendung von Cloud-Tools und dem Einsatz von Smart Grids für regenerative Energien und weiteren mehr geforscht. Mit dem Projekt eBusiness-Lotse Oberfranken, das vom Bundesministerium für Wirtschaft finanziert wird, vermittelt das iisys über eine Vielzahl von Veranstaltungen dieses Wissen direkt in die oberfränkischen Betriebe, hier insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen sowie auch Handwerksbetriebe.

„Speziell für die IT-Leiter der Region findet hier im Hause zweimal im Jahr ein Treffen statt, so dass auch hier ein reger Austausch zwischen den Unternehmen und der Hochschule etabliert ist.", so Professor Richard Göbel, wissenschaftlicher Leiter des Instituts. Er begrüßt, dass das iisys über seine Projekte eng mit den regionalen Wirtschaftskammern, Verbänden, Institutionen und politischen Vertretern verbunden ist.

Informationen

www.iisys.de



Federstahldrähte des Stahl- und Drahtwerk Röslau genießen auf der ganzen Welt einen ausgezeichneten Ruf. In Röslau im Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge produziert das Unternehmen Musiksaiten für Konzertflügel oder Streichinstrumente und patentierte Federstahldrähte für die Automobil-, Maschinenbau-, Elektro- oder Möbelindustrie. Das Stahl- und Drahtwerk Röslau hat bei Musiksaiten einen Marktanteil von 75 Prozent und ist Weltmarktführer.
Foto: Hofer Symphoniker ©jahreiss

Hidden Champions

13 der spektakulärsten Spezialisten aus Hochfranken

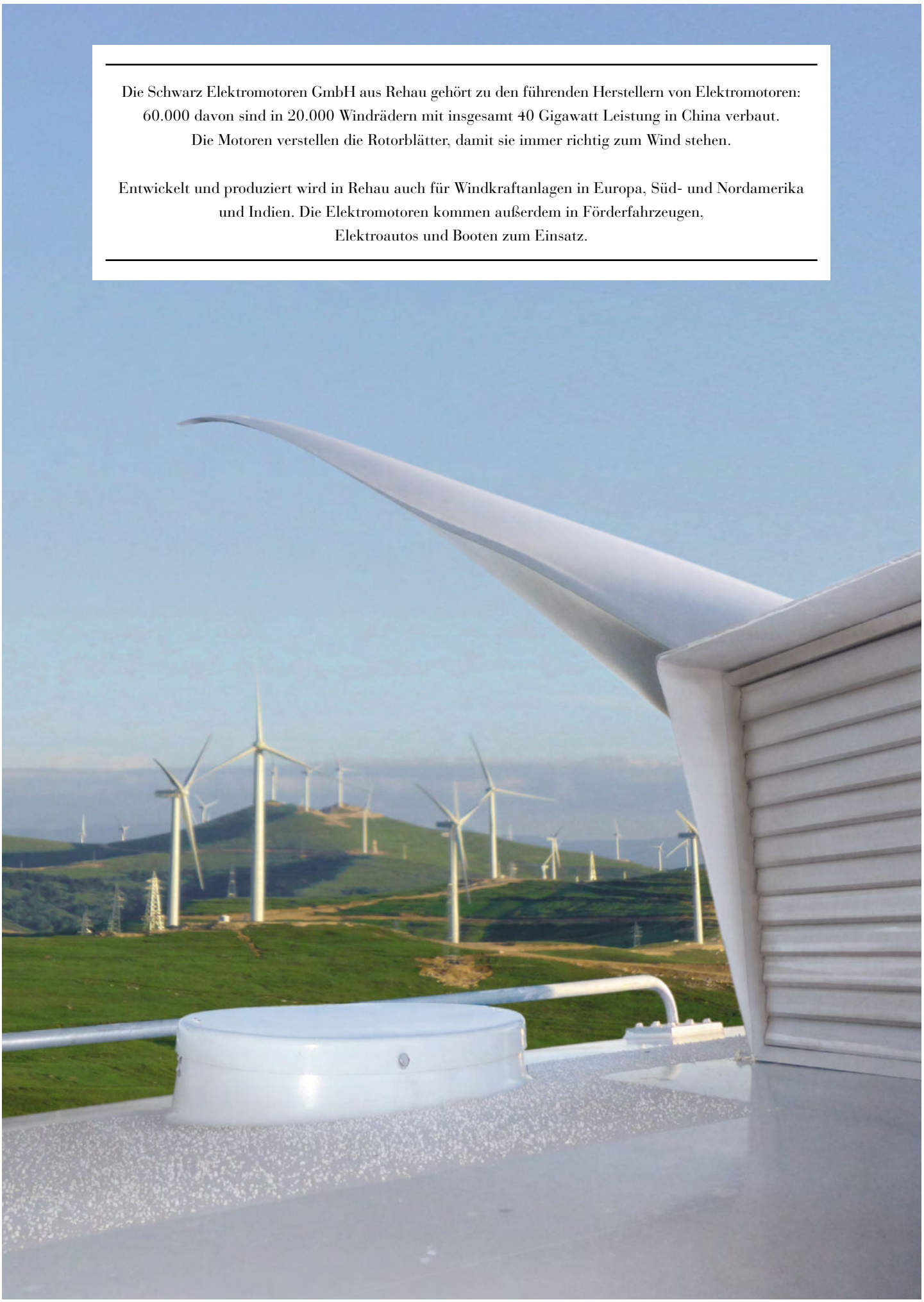
Text: Jörg Raithel

Der Begriff Marktführer lässt reflexartig an große, globale Konzerne denken. Tatsächlich aber sind die führenden deutschen Unternehmen überwiegend im Mittelstand zu finden. Zu ihnen gehören spezialisierte Technologieführer, die der breiten Öffentlichkeit oft nur wenig bekannt sind. Sie entwickeln Stahldrähte, Seile oder Kunststoffbauteile. Sie sitzen nicht in den großen Metropolen, sondern in Röslau, Berg oder Helmbrechts und gehören zu den Besten ihrer Branche. Sie gehen bewusst eigene Wege und machen fast alles anders als Großunternehmen. Nicht kurzfristiger Erfolg, sondern eine langfristige Perspektive, eine auf den Erhalt des Unternehmens für kommende Generationen ausgerichtete Strategie zeichnet sie aus.

Sie setzen Maßstäbe in puncto Innovationsstärke und Leistungsfähigkeit und verfolgen ausgeprägte Nischenstrategien in eng abgegrenzten Teilmärkten. Wer sind diese Hidden Champions? Wir stellen Ihnen in dieser Fotoserie dreizehn der interessantesten und spektakulärsten Spezialisten aus Hochfranken vor. ■

Die Schwarz Elektromotoren GmbH aus Rehau gehört zu den führenden Herstellern von Elektromotoren: 60.000 davon sind in 20.000 Windrädern mit insgesamt 40 Gigawatt Leistung in China verbaut. Die Motoren verstellen die Rotorblätter, damit sie immer richtig zum Wind stehen.

Entwickelt und produziert wird in Rehau auch für Windkraftanlagen in Europa, Süd- und Nordamerika und Indien. Die Elektromotoren kommen außerdem in Förderfahrzeugen, Elektroautos und Booten zum Einsatz.





Mit rund 40 Millionen verkauften Geschirrteilen pro Jahr ist die BHS tabletop AG Weltmarktführer im Bereich Profiporzellan.

Das Porzellan des Selber Unternehmens bedeutet Luxus: Im Burj Al Arab in Dubai, einem der edelsten Hotels der Welt, speist man genauso selbstverständlich von BHS-Porzellan wie in den VIP-Lounges der brasilianischen WM-Stadien.
Bildnachweis: S-F / Shutterstock.com

Die erfolgreichsten Rennställe der Welt vertrauen auf Technik der Scherdel GmbH aus Marktredwitz. Im Audi R18 e-tron quattro Hybrid, dem Seriensieger des 24-Stunden Rennens von Le Mans, sind höchstbeanspruchte Ventilfedern des Traditionsunternehmens verbaut; ebenso bei den führenden Fahrzeugen der World Rally Championship der DTM. Die Scherdel GmbH hat weltweit über 2.000 Mitarbeiter.





Mit mehr als 200 verbauten Rasenheizungssystemen ist REHAU Marktführer. Von Turin bis Moskau, von Istanbul bis Cincinnati, von Bremen bis München sind Fußballstadien und Trainingsplätze mit Systemen des Polymerspezialisten ausgestattet.

Zentraler Bestandteil ist ein unempfindliches und flexibles Verlegesystem aus hochdruckvernetztem Polyethylen in Kombination mit einer witterungsabhängigen Regelungsanlage.

Anzeige



ProComp
Professional Computer GmbH

AUF ERFOLGSKURS - IT-JOBS MIT PERSPEKTIVEN

Die ProComp GmbH ist ein IT-Systemhaus für Infrastruktur, ECM und Web Entwicklung. Das Unternehmen aus Marktredwitz berät mittelständische Kunden bei IT-Infrastruktur und Applikations-Entwicklung, realisiert IT Projekte und betreut den anschließenden Betrieb. Seit 25 Jahren konzipiert ProComp IT Systeme, mit denen Kunden Wettbewerbsvorteile gewinnen. Hoher Qualitätsanspruch an Produkte und Dienstleistungen, Kundennähe und Beständigkeit haben seither für kontinuierliches Wachstum des Unternehmens gesorgt. Mit aktuell 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist das Unternehmen in der Region und auch überregional tätig.

> *„Qualifizierte, motivierte und zufriedene Mitarbeiter sind die Grundlage unseres Erfolgs. Deshalb bieten wir viel Raum für persönliche Entwicklung. Flache Hierarchien ermöglichen Kreativität und Eigenverantwortung. Besonders wichtig ist uns ein offenes Arbeitsklima.“*
>
> Roland Meichner, Geschäftsführer, ProComp GmbH

Stellenangebote ›

- Web Entwickler (m/w)
- Software Entwickler SAP (m/w)
- Vertriebsassistent (m/w)
- IT-Administrator (m/w)

Ausbildungsstellen 2015 ›

- Fachinformatiker - Anwendungsentwicklung (m/w)
- Fachinformatiker - Systemintegration (m/w)
- IT-Systemelektroniker (m/w)
- IT-Systemkaufmann (m/w)

Telefon
09231 9970-0

Fax
09231 9970-99

E-Mail
info@procomp.de

Website
www.procomp.de

ProComp Professional Computer GmbH | Industrieallee 1 | 95615 Marktredwitz

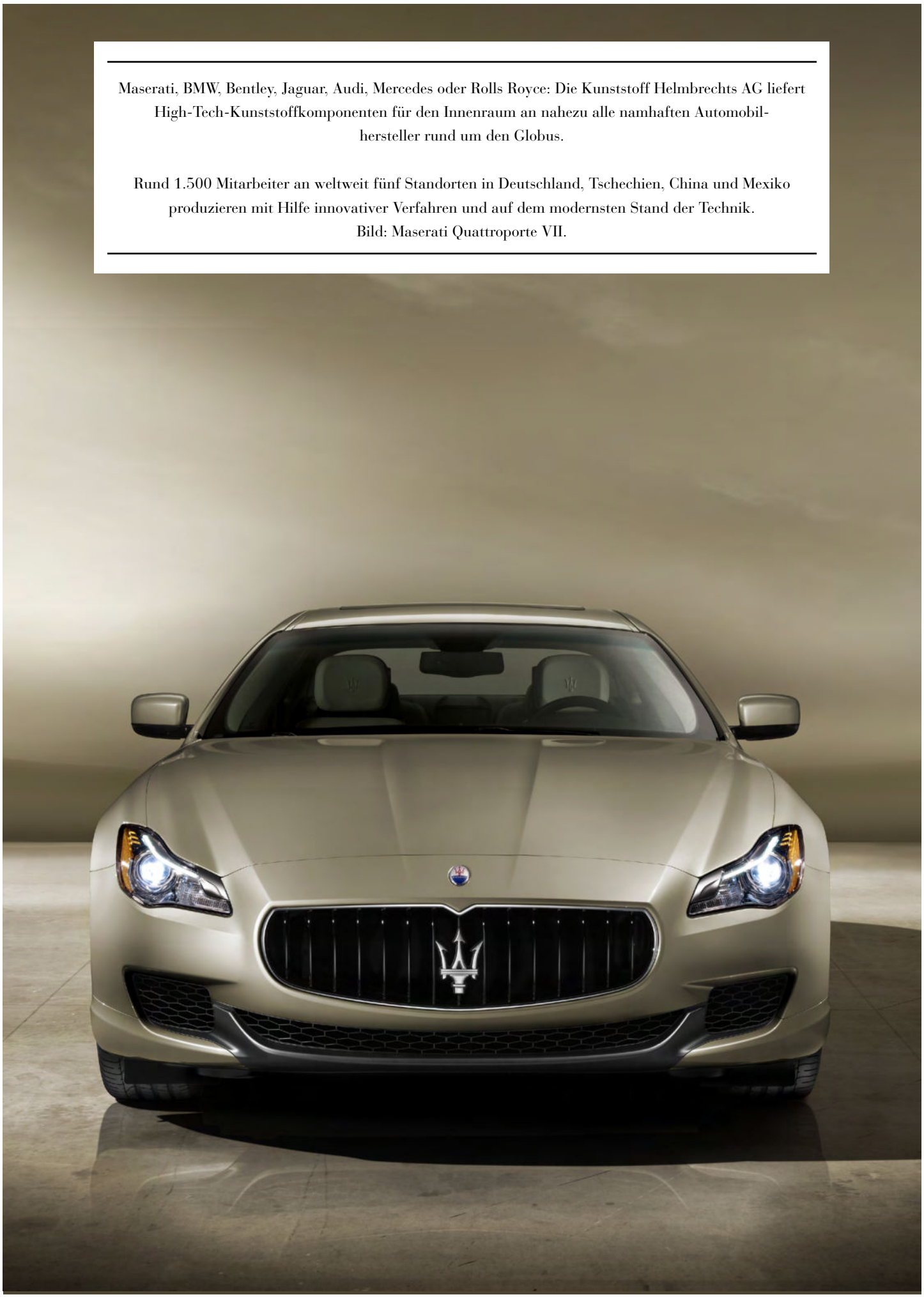
Ohne die elektronischen Bauteile der Firma Vishay zieht kein ESA-Satellit im Weltraum seine Bahn. Das US-Unternehmen mit Europazentrale in Selb ist einer der weltweit größten Hersteller von passiven Bauelementen und diskreten Halbleitern.

Bild: Start einer russischen Sojus-Rakete vom Weltraumbahnhof in Französisch-Guyana. Mit an Bord sind die ersten beiden Satelliten für das neue europäische Navigationssystem Galileo.



Maserati, BMW, Bentley, Jaguar, Audi, Mercedes oder Rolls Royce: Die Kunststoff Helmbrechts AG liefert High-Tech-Kunststoffkomponenten für den Innenraum an nahezu alle namhaften Automobilhersteller rund um den Globus.

Rund 1.500 Mitarbeiter an weltweit fünf Standorten in Deutschland, Tschechien, China und Mexiko produzieren mit Hilfe innovativer Verfahren und auf dem modernsten Stand der Technik.
Bild: Maserati Quattroporte VII.





Prestige-Bauten in Metropolen wie London oder Washington, atemberaubende Fassaden, Lobeshymnen in Architekturmagazinen und Auszeichnungen mit Architekturpreisen. Die Glasfabrik Lamberts zählt zu den renommiertesten Herstellern von hochwertigem Gussglass für spektakuläre Glasarchitektur in aller Welt. Das Unternehmen aus Wunsiedel-Holenbrunn beschäftigt rund 100 Mitarbeiter und nimmt durch umweltschonende Produktionsverfahren eine Vorreiterrolle in der Branche ein.

Anzeige



Rudi Göbel Gruppe

Wir verbinden Werkstoffe

Deine Perspektive, direkt vor der Haustür.

Entdecke die Faszination Werkstoff und Technik in einer jungen, erfahrenen und engagierten Mannschaft. Wir sind 360 Teamplayer, die zielstrebig, aber auch mit Spass bei der Sache sind. Seit über 55 Jahren erstellen wir aus Metallen und Kunststoffen innovative Bauteile für die vielfältigsten Branchen und Anwendungen – vom Windrad bis hin zum Automobil.

Starte Deine Karriere mit und bei uns. Unsere Ausbildungsberufe 2015

- **Elektroniker für Betriebstechnik (m/w)**
- **Stanz- und Umformmechaniker (m/w)**
- **Techn. Produktdesigner - Maschinen- und Anlagenkonstruktion (m/w)**
- **Verfahrensmechaniker für Kunststoff- und Kautschuktechnik (m/w)**
- **Werkzeugmechaniker (m/w)**
- **Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung (m/w)**

Bewirb Dich jetzt und sende Deine Bewerbung an Herrn Dietmar Köhler, karriere@rgoebel.de

Rudi Göbel GmbH & Co. KG

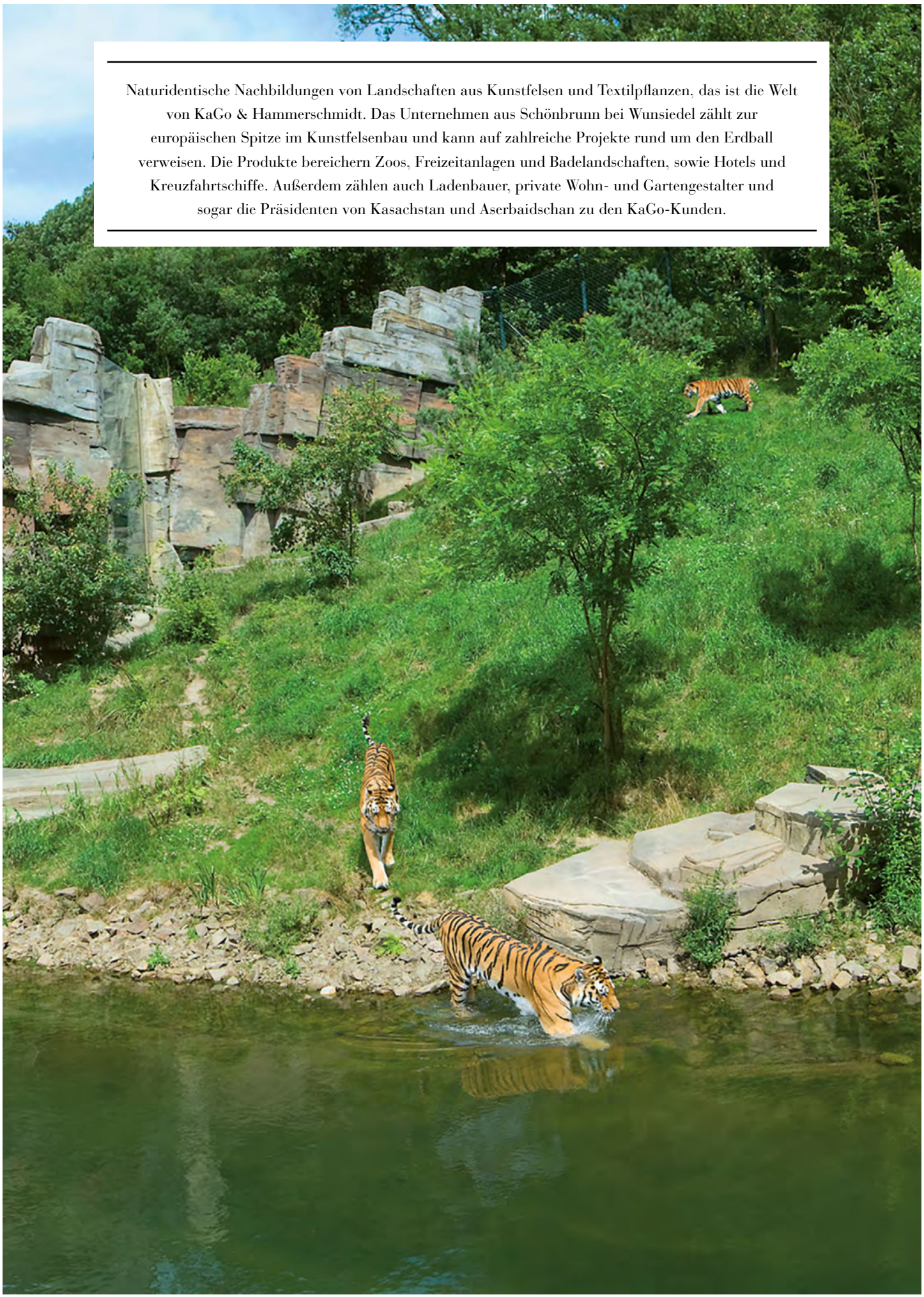
Max-Planck-Straße 23
95233 Helmbrechts

Tel +49 (0) 9252-388-0
Fax +49 (0) 9252-388-66

www.rgoebel.de

Find us on: facebook
fb.com/RudiGoebel

Naturidentische Nachbildungen von Landschaften aus Kunstfelsen und Textilpflanzen, das ist die Welt von KaGo & Hammerschmidt. Das Unternehmen aus Schönbrunn bei Wunsiedel zählt zur europäischen Spitze im Kunstfelsenbau und kann auf zahlreiche Projekte rund um den Erdball verweisen. Die Produkte bereichern Zoos, Freizeitanlagen und Badelandschaften, sowie Hotels und Kreuzfahrtschiffe. Außerdem zählen auch Ladenbauer, private Wohn- und Gartengestalter und sogar die Präsidenten von Kasachstan und Aserbaidschan zu den KaGo-Kunden.





Vielflieger können ein Lied davon singen: Flugpassagiere brauchen einen Sitz mit uneingeschränkter Luftzirkulation, der den Rücken und die Körperkontur optimal unterstützt. Die Vliesstoffe der Sandler AG sorgen in den verschiedensten Flugzeugtypen für einen langanhaltenden Sitzkomfort.

Über 100.000 Tonnen Vliesstoff werden jährlich von Schwarzenbach an der Saale in alle Welt geliefert. Vliesstoffe finden sich in technischen Anwendungen genauso wie in der Hygiene-Industrie. Sandler zählt weltweit zu den Top 15 seiner Branche.

RAPA kümmert sich um die inneren Werte. Mit aktuell rund zwei Millionen produzierten hydraulischen Impulsspeichern setzt das Selber Unternehmen Rausch & Pausch Premium-Fahrzeuge mit Start-Stopp-Automatik sportlich in Bewegung: Bereits 350 Millisekunden nach dem starten des Motors ist das Auto fahrfähig.

RAPAs Produktportfolio ergänzen Magnetventile für Fahrwerke, Automatikgetriebe und Cabrioverdecksteuerungen. Foto: BMW



Anzeige

Du



DANN BIST DU
BEI UNS RICHTIG.

Autos?

BEWIRB DICH JETZT!

automüller
Leistung mit Leidenschaft

Die Auto Müller GmbH & Co. KG ist eine traditionsreiche Firma, deren Geschichte bis ins Jahr 1879 zurück reicht. Aus einer mechanischen Werkstatt in Kronach, die sich um Maschinenreparaturen aller Art kümmerte, entwickelte sich ein leistungsstarkes Unternehmen. Mit mehr als 380 Mitarbeitern, darunter rund 80 Auszubildende, kann automüller auf über 130 Jahre erfolgreiche Firmengeschichte und mehr als 50 Jahre nutzbringende Partnerschaft mit Mercedes- Benz zurückblicken. Die Firma automüller ist an sechs Standorten vertreten: Coburg, Hof, Kronach, Naila, Neustadt/Orla und Saalfeld. Dort werden nicht nur Mercedes-Benz sondern auch die Marken smart, Hyundai, Mitsubishi Nutzfahrzeuge und Gebrauchtwagen aller Fabrikate vertrieben.

KARRIERE BEI AUTO MÜLLER

Für das Unternehmen ist es besonders wichtig, jungen Menschen den Start in das Berufsleben zu ermöglichen. Aus diesem Grund möchten wir Sie über unser Ausbildungsangebot informieren.

Du bist:

- vielseitig interessiert
- talentiert, hast einen guten Schulabschluss
- leistungsbereit und zeigst Einsatzfreude
- flexibel und verfügst über die Fähigkeit zum eigenverantwortlichen Handeln

Wir bieten dir:

- einen sicheren Ausbildungsplatz mit Perspektiven
- Übernahmegarantie nach Abschluss mit überdurchschnittlichen Leistungen
- eine qualifizierte und praxisorientierte Ausbildung
- eine entsprechende, teilweise übertarifliche Ausbildungsvergütung

Unsere Ausbildungsberufe:

- Kfz-Mechatroniker (m/w) in Pkw
- Kfz-Mechatroniker /m/w) in Nfz-Technik
- Automobilkaufmann/- frau
- Lackierer (m/w)
- Fachkraft für Lagerlogistik (m/w)

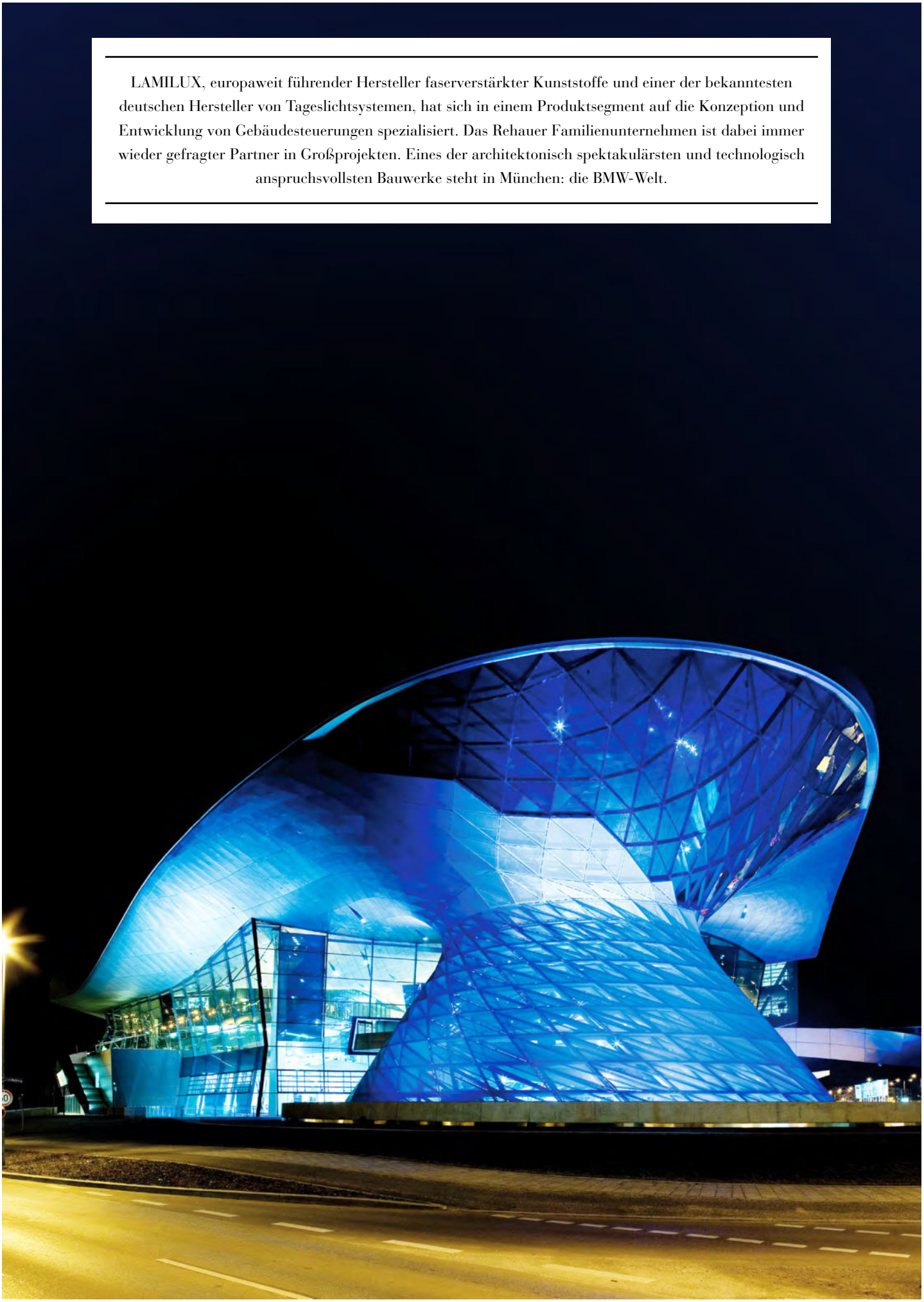
Mercedes-Benz

HYUNDAI

smart

Auto Müller GmbH & Co. KG, Personalabteilung, Ernst-Reuter-Str. 65, 95030 Hof

LAMILUX, europaweit führender Hersteller faserverstärkter Kunststoffe und einer der bekanntesten deutschen Hersteller von Tageslichtsystemen, hat sich in einem Produktsegment auf die Konzeption und Entwicklung von Gebäudesteuerungen spezialisiert. Das Rehauer Familienunternehmen ist dabei immer wieder gefragter Partner in Großprojekten. Eines der architektonisch spektakulärsten und technologisch anspruchsvollsten Bauwerke steht in München: die BMW-Welt.



Anzeige

ontec®

Mit Innovation und Kreativität zum Erfolg!



ontec entwickelt, konstruiert und produziert individuelle Hightech-Produkte.

Hinter unserem Erfolg steht das Know-how und die Innovationskraft unserer qualifizierten Mitarbeiter.

ontec – das sind 17 Jahre Fortschritt, 140 Mitarbeiter und vertreten in mehr als 50 Ländern.

Die Einzigartigkeit der Aufgabenstellung führt zu außergewöhnlichen Herausforderungen auf dem Gebiet der Automatisierung und des Sondermaschinenbaus.

Mit großer Leidenschaft, Engagement und innovativen Ideen verfolgen wir ein Ziel:

Qualität, Mensch, Technik.

Wir suchen qualifizierte Nachwuchskräfte mit Persönlichkeit und bieten beste Perspektiven für Azubis von morgen, Studierende und motivierte Mitarbeiter.

Neugierig? Dann sollten wir uns kennenlernen.

Informationen zu Ausbildungsberufen, dualem Studium und Stellenangeboten finden Sie unter: www.ontec-automation/karriere

Find us on:

***ontec automation GmbH** · Kalkofen 10 · 95119 Naila · Tel. 09282/931-0 · Fax 09282/931-101 · www.ontec.de*

Die LIROS GmbH produziert in Berg hochwertige technische Seile und Schnüre. Die 160 Mitarbeiter des Familienunternehmens stellen täglich viele tausend Meter textile Schnüre und Seile aus allen bekannten Synthetikfasern und Naturmaterialien her.

Der Schwerpunkt liegt auf der Seilentwicklung für Industrie und Sport und so fliegen LIROS-Seile mit Gleitschirmen durch die Luft, segeln mit Schiffen um die Welt und werden im Automobilbau und vielen anderen Industrien eingesetzt. Für technische Faserseile ist LIROS der Spezialist in Europa und einer der weltweit führenden Leinenproduzenten im Bereich Gleitschirm- und Kiteleinen.

Dem Gründerhype auf der Spur

„Absolut pro Gründung, aber immer differenziert“

Text: Götz Gemeinhardt
Illustrationen: Heidi Entner-Ruttmann





Berät Studierende, die sich selbständig machen wollen.

Prof. Dr. Michael Seidel
Wirtschaftsprofessor, Hochschule Hof

Eine Gründung bezeichnet den Beginn einer eigenen Rechtspersönlichkeit, also wenn durch natürliche und / oder juristische Personen eine neue juristische Person ins Leben gerufen wird. So einfach könnte die Sache sein.

Aber irgendwie unspektakulär. Der Start in die Selbständigkeit ist zu einem eigenen Geschäftsmodell geworden, um das die Start-up-Szene rasant gewachsen ist. Gründen ist sexy. „Es gibt einen Gründerhype, weil es der Politik gut gefällt", sagt Wirtschaftsprofessor Michael Seidel von der Hochschule Hof. „Sie weiß, dass Innovation wichtig ist, und Innovation aus dem Mittelstand und den Hochschulen kommt. Der Hype lenkt ein bisschen ab von der Härte der Realität und von dem kalten Wasser, in dem jeder einzelne Gründer schwimmen muss." Seidel selbst war mit 18 Jahren unfreiwillig selbständig. Nach dem Tod seines Vaters und noch vor dem Abitur musste er unternehmerische Verantwortung in einem mittelständischen Unternehmen mit fünfzehn Mitarbeitern übernehmen. Heute berät er Studierende, die sich selbständig machen wollen, und profitiert von der Erfahrung, die er selbst gesammelt hat. „Nur wer unternehmerisch tätig ist oder war, kann es auch mitgeben. Es geht nicht um BWL oder Rechtsformen. Es geht darum, wie man's anpackt."

Der Gründerhype ist kein ganz neues Phänomen: 2003 trat das Konzept bezuschusster Ich-AGs mit dem Gesetzespaket Hartz II in Kraft - ein Instrument der Arbeitsmarktpolitik und eine Aufforderung zur Selbständigkeit als Einzelkaufmann mit völliger privater Haftung. Seidel erinnert sich an Plan- und Hilflosigkeit: „Ich hab gestern im Videotext flimmern sehen: ‚Mach Dich selbständig, dann kriegst Du Förderung'. Lieber Berater, sag mir mal eine Gründungsidee!" Rocket Internet ist durch die Decke gegangen und Die Höhle der Löwen erzielt beachtliche TV-Quoten. „Das ist alles okay und kann zu einer besseren Gründerkultur führen", sagt Michael Seidel. „Was man aber vergisst bei all den positiven Gründerstorys ist die lange Latte von Leichen. Entrepreneurship ist sehr viel Können, aber auch sehr viel Glück."

Faktum ist: Der Gründerhype, den wir wahrnehmen, ist statistisch nicht belegt. Konträr zum Wirtschaftsboom der vergangenen Jahre ist die Gründungsaktivität in Deutschland zurückgegangen. Ein Reflex auf Wachstum und Wohlstand, denn die Opportunitätskosten einer Gründung sind hoch, wenn man eine gute Beschäftigung hat. Deutsche sind gerne abgesichert, schätzen die Sozialversicherungssysteme und meiden das Risiko. Die Bundesrepublik liegt mit ihrer Gründerquote im hinteren europäischen Mittelfeld. Sogenannte Notgründungen bringen Entwicklungsländer in der Statistik nach vorn. Gründen ist auch Mentalitätssache: In Japans konformistischer Kultur ist Vorspringen, sein eigenes Ding machen negativ konnotiert. In den USA dagegen planen 80% der Studenten, sich selbständig zu machen. „Hochfranken ist auf der Zahlenebene nicht so schlecht - eine völlig normale Gründerregion", so Seidel. „Vor circa zehn Jahren ist hier ein großes Projekt für Gründer aus der Arbeitslosigkeit gestartet. Über tausend Leute wurden in die Selbständigkeit begleitet und es wurde darauf geachtet, dass sie drin bleiben. Dieses Geschehen hat nachgelassen, weil es weniger Arbeitslose gibt."

Gründen ist sexy

Eine aktuelle Studie des Stifterverbands der Deutschen Wirtschaft besagt, dass die Gründerquote kurzfristig zurückgeht, wenn man an den Hochschulen mehr für Gründer tut. Die Hypothese: Je mehr ich aufkläre, umso genauer können Chancen und Risiken taxiert werden. Oft fällt dann die Entscheidung gegen eine Gründung, weil zu viel auf dem Spiel steht. Professor Seidel: „Gleichwohl ist das Gründungsgeschehen im Fokus der Hochschulen, und es ist völlig richtig, dass sich die Hochschulen aufmachen, zu informieren. Ob man gleich gründet oder später - wichtig ist doch, das Thema unternehmerische Selbständigkeit auf dem Schirm zu haben." Nascent Entrepreneurs befassen sich mehrere Jahre mit ihren Gründungsvorhaben, ebenso High Tech Gründer, die an technischen Ideen bis zum marktfähigen Produkt feilen. „Die Hochschule bietet Inkubator-Strukturen. Sie gibt den jungen Leuten die Nestwärme, die sie brauchen, um alles so gut wie möglich auszubrüten." 2009 begann die Gründerberatung an der Hochschule Hof - als Kooperationsprojekt der vier oberfränkischen Hochschulen und zweier Dienstleister. Man wollte alle Aktivitäten bündeln, weil gerade High Tech Gründerteams interdisziplinär sind - etwa arbeiten Informatiker, Ingenieure und Betriebswirte zusammen.

2012 lief die Förderung dieses Projekts aus, und Michael Seidel übernahm die Beratung in Hof. An zwei Wochentagen kommen



Die Vor- und Nachteile der Selbständigkeit

Studenten mit Gründungsideen zu ihm, erst zum Brainstorming, dann werden alle betriebswirtschaftlichen Fragen besprochen.

Seidel und seine Start-ups greifen auf Ressourcen im Haus zurück - Marktforschung, Informatikzentrum, Expertenwissen, Videothek, Netzwerke etc. Der Prof führt zu jedem „Kunden" ein Beratungstagebuch: „So kann ich Gründungsverläufe nachzeichnen. Manche kommen zweimal, manche zwanzig mal. Viele wollen experimentieren oder einen Nebenerwerb gründen. Aber es gibt auch sehr anspruchsvolle Vorhaben, zum Beispiel die Entwicklung eines Players für 3D-Visualisierung." Professor Seidel hilft auch bei grundsätzlichen Fragen: Bin ich ein Unternehmertyp? Wo geht's mal mit mir hin? Er berät alle, die leistungsorientiert denken, auch im Hinblick auf eine Konzernkarriere. „Die gesamte betriebswirtschaftliche Disziplin ist im Umbruch und bildet nicht mehr nur für das klassische Angestelltendasein aus."

Die Hochschule Hof kann Gründern ideell helfen. Mit Geld kann sie es - Stand heute - nicht. „Kredit bekommt in Deutschland am besten der, der nachweisen kann, dass er keinen braucht", sagt Seidel. „Wir müssen über alternative Finanzierungsweisen nachdenken, um riskante Ausgründungen aus der Uni besser zu unterfüttern. Deutschland muss mehr Entrepreneur-like werden."

Zahlen & Fakten

868.000

Gründer gab es 2013.

Davon brachten

11 %

Neuheiten auf den Markt.

43 %

der Gründer waren Frauen.

Quelle: KfW-Gründungsmonitor

Das Gründerview - 10 Fragen an 4 Gründer



Dagmar Kornhaas
MAXX Factory GmbH, Hof

1 Was ist ein Gründer?
Ein Gründer muss ein Mensch mit Visionen sein, dem die Decke zu niedrig ist, der Ideen hat. Ehrgeizig, zielstrebig, das ist ein Gründer. Jemand, der sich nicht aus der Not heraus selbständig macht.

2 Was haben Sie gegründet?
Ich habe ein Unternehmen gegründet mit dem Ziel, Menschen zu beschäftigen, die Freude am Arbeiten haben. Ein Unternehmen, das sich auf dem Markt einen Namen gemacht hat.

3 Worauf gründet Ihr Erfolg?
Auf Ehrlichkeit. Auf schnelle, zuverlässige Auftragsabwicklung. Freundlichkeit, Herzlichkeit, das gehört auch dazu. Ich brauche Menschen, die mitreißen und begeistern können. Offen sein für Neues, hören, was von draußen reinkommt, neue Ideen umsetzen, nicht stehenbleiben, immer wieder weiterarbeiten. All das führt zum Erfolg.

4 Leben wir in einer Gründerzeit?
Das kann ich nicht beantworten, weil ich mich mit dem Thema heute nicht mehr beschäftige.

5 Warum sitzen Sie in Hochfranken?
Es ist meine Heimat. Hier sind meine Wurzeln und ich lebe richtig gerne hier. Mit Mitte zwanzig wollte ich unbedingt weg. Nach meiner Rückkehr kann ich aber sagen: Wir können stolz sein, hier zu leben. Wir haben ein attraktives Umfeld, ein wunderschönes Umland, wir haben kurze Wege, und alles ist überschaubar.

6 Warum nicht Berlin?
Das würde für uns keinen Sinn machen. In Hochfranken sind Immobilien- und Grundstückspreise niedriger, ich bin aber genauso am Markt dran wie mit einem Sitz in einer Metropole. Unser Geschäft ist bundesweit ausgerichtet, da spielt der Standort keine so große Rolle.

7 Ist Hochfranken eine Gründerregion?
Ja. In Hochfranken sitzen außergewöhnliche Unternehmen, oft Spezialisten, die immer wieder überraschen. Die Hochschule spielt eine wichtige Rolle. Sie zieht junge Menschen an, die erkennen, dass Hochfranken gute Chancen bietet.

8 Was bietet Hochfranken Gründern?
Die Wirtschaftsförderung hat mich stark unterstützt bei der Suche nach einem geeigneten Standort. Und sie hat mich zu anderen Behörden begleitet, etwa zum Bauamt. Sie sind meinen Weg mitgegangen.

9 Was wünschen Sie als Gründer sich von Hochfranken?
Ich habe nichts zu mäkeln. Bei meiner Gründung ist alles glatt gelaufen. Hätte es Defizite gegeben, hätte ich jetzt vielleicht Wünsche. Aber ich kann jedem sagen: Komm hierher!

10 Wenn Sie kein Gründer mehr sind,...?
In der kaufmännisch-wirtschaftlichen Sprache ist man fünf Jahre ein Gründer. Wiederum gilt als Hausnummer, dass man es geschafft hat, wenn man drei Jahre überstanden hat. Ich glaube, wir sind ein Leben lang Gründer, wenn wir nicht stehenbleiben wollen. Wir zum Beispiel überarbeiten Jahr für Jahr unser Programm, verändern und ergänzen Produkte. Man gründet immer wieder neue Ideen.



Unter dem Label filzMAXX produziert und vertriebt die MAXX Factory GmbH Promotion-Artikel aus feinstem Wollfilz.

Anzeige

Pioneering for You

wilo



Mit Pioniergeist und innovativer, ressourcenschonender Pumpentechnologie stellt sich Wilo herausfordernden Megatrends wie Wasserknappheit, Klimawandel und Globalisierung.
Stellen auch Sie sich einer neuen Herausforderung: mit einer Ausbildung oder einem dualen Studium bei einem weltweit erfolgreichen Marktführer. Steigen Sie bei uns ins Berufsleben ein und erleben Sie unsere Ausbildungswelt – modern, abwechslungsreich und mit Zukunftsperspektive.

**Erfahren Sie mehr –
auf www. wilo.de**

Das Gründerview - 10 Fragen an 4 Gründer



Marcel Dunger
DUNGER DESIGN, Hof

1 Was ist ein Gründer?
Wer aus eigener Initiative mit eigenem Wissen und eigenem Können ein Unternehmen aufzieht, das seinen Lebensunterhalt sichert, ist für mich ein Gründer.

2 Was haben Sie gegründet?
Ich habe DUNGER DESIGN, Büro für Gestaltung, Grafik und Produktdesign gegründet.

3 Worauf gründet Ihr Erfolg?
Auf Produkten, die ich unter meinen eigenen Labels vermarkte. Und auf Mundpropaganda, durch die sich die Bekanntheit von guten Produkten erhöht.

4 Leben wir in einer Gründerzeit?
Definitiv. Jeder möchte etwas Eigenes machen und unabhängig sein von Vorschriften.

5 Warum sitzen Sie in Hochfranken?
Weil ich finde, dass Gründung und Selbständigkeit nicht nur in großen Städten funktionieren. Das Internet und soziale Netzwerke ermöglichen internationales Agieren. Und mit Auto oder Bahn erreiche ich schnell Ziele in allen Himmelsrichtungen.

6 Warum nicht Berlin?
Weil mir persönlich das Familiäre wichtig ist. Anonymität liegt mir nicht. Ich will einfach mal vor die Tür gehen, in den Wald, abschalten in der Natur.

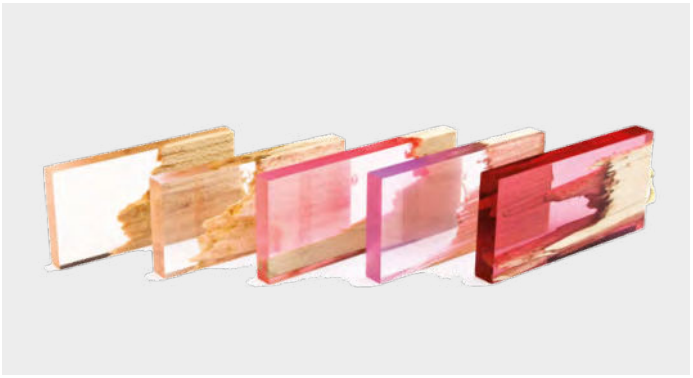
7 Ist Hochfranken eine Gründerregion?
Es gibt viele kleine Labels, die noch nicht so bekannt sind. Der Gründerboom ist aber sicher kein hochfränkisches Phänomen.

8 Was bietet Hochfranken Gründern?
Viel Know-how, das ist mir immer wieder aufgefallen. Bei Druckereien, bei Metallbauern, selbst bei der Gestaltung habe ich immer Antworten auf sehr spezielle Fragen bekommen. Ich bin nie an eine Grenze gestoßen, an der es nicht weiterging. Meine Partner haben immer mit mir gemeinsam eine Lösung gefunden. Und diese Partner habe ich ohne lange Suche gefunden.

9 Was wünschen Sie als Gründer sich von Hochfranken?
Finanzielle Förderung würde natürlich helfen. Ich habe aber beschlossen, mich auch ohne durchzubeißen. Mein Geschäft ist hart, aber ich habe Ziele vor Augen und werde durchkommen.

10 Wenn Sie kein Gründer mehr sind,...?
...dann hab ich's geschafft. Oder nicht... Ich denke, Gründer ist man, bis viele Leute wissen, was man tut. Wenn meine Arbeit von der Masse wahrgenommen und meine Produkte angenommen werden, sehe ich mich nicht mehr als Gründer.





Oben: Schlapp alla Papp, der Schlappen aus Pappe
Unten: Handgefertigter Schmuck aus Ahornholz und Bioharz

Das Gründerview - 10 Fragen an 4 Gründer



Thomas Jaenisch
myboshi GmbH, Konradsreuth

1 Was ist ein Gründer?
Gründer sind Macher. Jemand, der nicht sagt, das müsste man mal machen, sondern der sagt, das mach ich und schau mal, was draus wird.

2 Was haben Sie gegründet?
Ich bin Mitgründer von myboshi. Wir definieren uns als Handarbeitsideengeber für junge Leute.

3 Worauf gründet Ihr Erfolg?
Erfolg ist, andere Leute zu begeistern. Ich glaube, das können wir ganz gut. Unsere Geschichte, unsere Produkte und Ideen anderen zu erzählen, so dass sie über verschiedene Wege wieder zu uns zurückkommen, das ist die Basis unseres Erfolgs.

4 Leben wir in einer Gründerzeit?
Das Gründerthema ist ein bisschen PR-getrieben. Es gibt einen regelrechten Start-up-Hype, man veranstaltet Gründerkongresse, es wird viel über Gründer berichtet. Ich denke schon, dass gerade die vielbeschriebene Generation Y alles hinterfragt und neue Wege des Arbeitens sucht und findet. Man wünscht sich ein selbstbestimmtes Arbeitsleben. Dieser Trend kehrt das Innere der Generation nach außen - Ängste, Gefühle und Gedanken werden schlussendlich in Produkte, in Gründungen umgesetzt.

5 Warum sitzen Sie in Hochfranken?
Wir sitzen in Hochfranken, weil hier unsere Anfangskompetenz ganz stark war. Hochfranken ist eine Textilregion. Wir kommen vom Mützenhäkeln und haben hier viele Heimarbeiter gefunden. Aber wir sind auch hier, weil wir von Hochfranken überzeugt sind.

6 Warum nicht Berlin?
Es hat ganz viele Vorteile, in Hochfranken zu sitzen. Als wir angefangen haben, wussten wir wenig und mussten uns vieles aneignen. Für unsere erste Steuererklärung sind wir mit einem Wust von Papier zum Finanzamt gegangen und haben gefragt, was man damit macht. Die haben sich zwei Stunden mit uns hingesetzt und Formulare ausgefüllt. Zu unserer Eröffnung sind Bürgermeister, Landrat und ein Bundestagsabgeordneter gekommen und haben Unterstützung angeboten. Ich glaube nicht, dass sich Herr Wowereit um jede Gründung gekümmert hat.

7 Ist Hochfranken eine Gründerregion?
Eher nicht. Es gibt hier Leute mit Gründergeist, die aber oft die Region verlassen, um woanders ihr Geschäft aufzubauen. Das Potenzial ist gegeben, es spiegelt sich aber selten in Niederlassungen wider.

8 Was bietet Hochfranken Gründern?
Sehr begeisterungsfähige Beamte, die man für eine Gründung braucht. Eine gute Infrastruktur im Sinne von Autobahnen, IT und bezahlbaren Räumen und Flächen. Die zentrale Lage ist auf jeden Fall auch eine Stärke. Schwierig ist es, hochausgebildete Mitarbeiter zu finden.

9 Was wünschen Sie als Gründer sich von Hochfranken?
Eine bessere Vernetzung der Gründer. Man kennt sich zu wenig, man arbeitet eher im Verborgenen. Wir werden oft nach Berlin eingeladen, um Vorträge zu halten. Daraus ergeben sich interessante Diskussionen, Ideen und Kooperationen. Das würde hier in Hochfranken bestimmt auch funktionieren - mit noch kürzeren Wegen. Leider fehlt aber oft die Zeit.

10 Wenn Sie kein Gründer mehr sind,...?
...dann bleibe ich ein Macher. Jeder alteingesessene Unternehmer ist ja genauso ein Gründer, weil er sich immer wieder neu erfindet, neue Ideen hat, umsetzt und andere begeistert. Gründer sein ist eine Lebenseinstellung.



Alles ist möglich: Boshis gibt es in unzähligen Farben und Formen

Anzeige

ABM Greiffenberger
Wir treiben Ideen an

Systemlösungen für
den Maschinenbau



Arbeitsplätze mit Zukunft

ABM Greiffenberger zählt zu den international führenden Systemanbietern anspruchsvoller und leistungsfähiger Antriebslösungen für Maschinen, Anlagen und mobile Geräte. Als innovativer Partner der herstellenden Industrie haben wir uns auf die Entwicklung und Produktion hochwertiger Elektromotoren und Getriebe spezialisiert. In unseren Werken stellen wir jährlich etwa 300.000 Antriebe her. Diese kommen in Produkten namhafter Hersteller zum Einsatz, beispielsweise in Elektrofahrzeugen, Gabelstaplern und Heizsystemen sowie in Anlagen der Lagerlogistik.
Als Unternehmen der Greiffenberger AG sind wir mit rund 100 Millionen Euro Umsatz jährlich und weltweit über 700 Mitarbeitern innerhalb der Gruppe der größte Unternehmensbereich. Mit einer Exportquote von über 50 % sowie internationalen Tochtergesellschaften und Auslandsvertretungen agieren wir global.

Innovation, Flexibilität, Leidenschaft und Perfektion – das ist Standard bei ABM Greiffenberger und wird auch in Zukunft unser Erfolgsrezept sein.

Unser Ausbildungsangebot

Im Rahmen der **Nachwuchsförderung für den Eigenbedarf** bilden wir folgende Berufe aus:

- Elektroniker für Maschinen und Antriebstechnik (m/w)
- Mechatroniker (m/w)
- Werkzeugmechaniker (m/w)
- Zerspanungsmechaniker (m/w)
- Duales Studium Bachelor of Engineering Wirtschaftsingenieurwesen / Mechatronik (m/w)

Praxiserfahrung für Studierende

Für Studenten/-innen bieten wir folgende Einstiegsmöglichkeiten:

- Praktika
- Bachelorarbeiten
- Direkteinstieg als Bachelor / Master of Engineering oder Bachelor / Master of Arts

Motivierte und qualifizierte Mitarbeiter – der Motor unseres Erfolges.

Wir freuen uns auf Sie, wenn:

- Sie Ihre Ideen gerne ohne bürokratische Hürden umsetzen
- Ihnen die Arbeit im Team Freude bereitet
- Sie innovative Technologien herausfordern
- Sie kurze Entscheidungswege schätzen

Unsere aktuellen Stellenangebote finden Sie im Karriereportal unserer Website unter: **www.abm-antriebe.de**

Ihr Ansprechpartner

ABM Greiffenberger Antriebstechnik GmbH · Susanne Strauß
Friedenfelser Straße 24 · 95615 Marktredwitz
Tel. +49 9231 67-6152 · susanne.strauss@abm-antriebe.de

Anzeige

RAUMEDIC®
Lifeline to Health



Ein leistungsstarker und innovativer Arbeitgeber

Bei uns arbeiten Menschen, um Menschen zu helfen
RAUMEDIC entwickelt, produziert und vertreibt polymere Produkte für die medizintechnische und pharmazeutische Industrie. Neue Entwicklungen und das Wachstum unseres Geschäftes erfordern neue Mitarbeiter, die gemeinsam unsere Unternehmensziele voranbringen.

International und trotzdem ganz nah
Mit mehreren Standorten in Deutschland und Vertriebsmitarbeitern rund um den Globus ist RAUMEDIC Arbeitgeber für mehr als 500 Menschen. Innovation, Zuverlässigkeit und Qualität sind dabei Eigenschaften, die durch die Leistung eines jeden Mitarbeiters an unsere Produkte weitergegeben werden.

Mehrwert durch individuelle Förderung
Mit dem Bewusstsein, dass unser Erfolg auf dem Potential und der Qualifikation unserer Mitarbeiter beruht, suchen wir dauerhaft nach Lösungen, mit denen die Arbeitsumgebung optimiert wird. Ein ausgewogenes Arbeitsklima, moderne Arbeitsmittel, eine Vielzahl an Zusatzleistungen oder die individuelle Förderung der persönlichen Entwicklung sind daher Punkte, die uns als Familienunternehmen wichtig sind.

Sprechen Sie mit uns, wenn Sie Ihre berufliche Karriere mit dem Erfolg unseres Unternehmens verbinden möchten.

Studium & Direkteinstieg

Als Hightech-Unternehmen suchen wir motivierte Akademiker mit folgenden Studienschwerpunkten:

- → Ingenieurwesen
- → Wirtschaftswissenschaften
- → Informationstechnik
- → Naturwissenschaften

Auch während des Studiums unterstützen wir Sie gerne bei Praktika, Bachelor- und Masterarbeiten und als Werkstudent.

Ausbildung bei RAUMEDIC

Qualifizierter Nachwuchs aus unseren Reihen nimmt bei uns einen hohen Stellenwert ein. Wir bilden folgende Berufe z.T. auch in Verbindung mit einem **dualen Studiengang** aus:

- → Industriekaufmann (m/w) / Euro-Industriekaufmann (m/w)
- → Fachinformatiker – Fachrichtung Systemintegration (m/w)
- → Technischer Produktdesigner (m/w)
- → Verfahrensmechaniker – Kunststoff- und Kautschuktechnik (m/w) in der Fachrichtung Halbzeuge oder Formteile
- → Mechatroniker (m/w)
- → Industriemechaniker (m/w)

RAUMEDIC AG
Human Resources
Hermann-Staudinger-Str. 2
95233 Helmbrechts

Human Resources
Tel: 09252 / 359 - 2246
personal@RAUMEDIC.com

Weitere interessante Fach- und Führungspositionen finden Sie unter www.RAUMEDIC.de/karriere
Gerne können Sie sich auch initiativ bewerben.
Wir freuen uns auf Sie.

Extrusion Moulding Assembly **www.RAUMEDIC.com**

Das Gründerview - 10 Fragen an 4 Gründer



Lisa Eitner
360 Grad Learning, Hof

1 Was ist ein Gründer?
Ein Gründer ist jemand, der die Idee hat, etwas Neues nach vorne zu bringen. Und vor allem auch den Mut, diese Idee umzusetzen. Im Ausland ist es oft deutlich einfacher, ein Unternehmen zu gründen. In Deutschland muss man sich durch die ganze Bürokratie schlagen - das erfordert Mut.

2 Was haben Sie gegründet?
Ich habe ein Unternehmen zum Thema Lerncoaching gegründet. Ich spreche bewusst von Lerncoaching, weil der Begriff Nachhilfe abgedroschen und negativ besetzt ist. Wir coachen das Kind bei allem rund um die Schule: Umgang mit der Schule, Lernmethoden und Begeisterung für fachliche Themen.

3 Worauf gründet Ihr Erfolg?
Darauf, dass ich flexibel bin und auch mal eine Stunde am Wochenende einschieben kann. Wenn es die Kunden wünschen, können sie mich spontan über SMS oder online kontaktieren. Ich handle die Themen nicht stur ab, sondern schaue, wo es wirklich hängt: Wo fehlen die Fähigkeiten, wo fehlt das Hintergrundwissen? Ich gehe in die Tiefe, an die Wurzel des Problems.

4 Leben wir in einer Gründerzeit?
Ich würde sagen, ja. Gerade Studenten probieren es einfach aus, weil sie über die Hochschule abgesichert sind. Man kann parallel weiterstudieren und bekommt tolle Beratungsangebote.

5 Warum sitzen Sie in Hochfranken?
Ich komme aus Hochfranken und fühle mich hier sehr wohl. Ich habe hier Kunden, die ich schon seit fünf Jahren betreue.

6 Warum nicht Berlin?
Wegen der Anonymität der Großstadt. In Hochfranken habe ich ein super Umfeld und eine super Hochschule. Vielleicht geht's später auch mal in die Großstadt, aber hier lebt sich's einfach schöner.

7 Ist Hochfranken eine Gründerregion?
Man tut was für Gründer, ja. Die Hochschule berät ihre Gründer, es gibt viele mittelständische Unternehmen, Grundstücks- und Mietpreise sind günstig, und die Verkehrsinfrastruktur ist gut. Ideale Voraussetzungen - für den Anfang eine super Region. Ich habe von vielen Neugründungen in Hochfranken gehört.

8 Was bietet Hochfranken Gründern?
Da muss ich noch mal die Hochschule ansprechen: Ich bin extrem zufrieden mit der Gründerberatung. Und da die Hochschule praxisorientiert ist, kann man auch mal mit Studenten an einem konkreten Projekt arbeiten.

9 Was wünschen Sie als Gründer sich von Hochfranken?
Ich empfinde die bürokratischen Hürden als sehr hoch. Da wären Erleichterungen schön gewesen. Aber das ist sicher kein hochfränkisches Thema. Zu Beginn der Gründung habe ich eine Marktforschungsstudie gemacht, und es war sehr schwierig, dafür Teilnehmer zu finden. Das war schade.

10 Wenn Sie kein Gründer mehr sind,...?
...dann führe ich hoffentlich erfolgreich mein eigenes Unternehmen und kann eventuell mit noch einer Idee noch einmal in diese ganze Gründungsgeschichte einsteigen. ■



„Ich spreche bewusst von Lerncoaching, nicht von Nachhilfe. Wir coachen das Kind bei allem rund um die Schule."

Grenzstreifen

Text: Maria Brömel
Fotos: Christoph Jahn, Maria Brömel

Hochfranken liegt grenznah, denkt, fühlt und lebt aber grenzenlos. Gut sichtbar wird das in den Kinos in Selb, Hof und Plauen.



Schauplatz der Grenzlandfilmtage: Das Kino-Center Selb.

Jeder kennt Das Leben der Anderen und Go Trabi Go. Good Bye, Lenin! vielleicht noch und Sonnenallee. Abseits des Mainstreamkinos gibt es allerdings viel mehr Filme, die Grenzgeschichten erzählen. Von Hüben und Drüben und der Frage, welche Brücken von hier nach dort führen. Filme über sehr reale Ländergrenzen und Filme über virtuelle Grenzen, die Grenzen in uns. Hochfranken, Heimat der großen Hofer Filmtage, hat gleich zwei Kino-Ereignisse, die diese Filme zeigen – die Grenzlandfilmtage in Selb[1] und die Deutsch-Deutschen Filmtage in Hof und Plauen[2]. Das ist kein Zufall.

„Wir hatten einen kleinen Raum für die Vorführungen und nur zwei, drei Filme", erzählt Steffi Behncke. „Wir dachten eigentlich, das ist eine einmalige Sache", sagt Jürgen Stader. Zusammen stellten sie 2009 die ersten Deutsch-Deutschen Filmtage auf die Beine. Aber dann kamen die Menschen, die die Filme sehen wollten, und das waren mehr als die beiden erwarteten, viel mehr. „Uns war schnell klar: Das müssen wir wieder machen."[3] Heute haben sich die Deutsch-Deutschen Filmtage zu einer festen Größe im kulturellen Leben der Partnerstädte Hof und Plauen entwickelt. Jedes Jahr im November zeigen sie Spiel- und Dokumentarfilme über die innerdeutsche Grenze – ihren Bau, ihre Existenz und ihr Ende. Regisseure und Zeitzeugen kommen in das Hofer Central Kino und das Plauener Capitol und erzählen. Die Deutsch-Deutschen Filmtage sind Erinnerungskultur, ein Teil des regionalen Gedächtnisses. Sie müssen in Hof und Plauen stattfinden – davon sind Steffi Behncke (Kulturreferat Stadt Plauen) und Jürgen Stader (Hauptverwaltung Stadt Hof) fest überzeugt. Nirgendwo sonst wurde die Wende so wie hier erlebt.

Plauen war die erste Stadt, in der die Menschen im Oktober 1989 so zahlreich auf die Straße gingen, dass die DDR-Sicherheitskräfte die Demonstration nicht mehr auflösen konnten. Hof war das Ziel der Prager Züge, die Tausende DDR-Flüchtlinge in die Freiheit brachten, und nach dem Fall der Mauer die erste Anlaufstelle für unzählige DDR-Bürger auf dem Weg in den Westen. Der Jubel über die Grenzöffnung und die Trabi-Staus in der Stadt mischten sich im Herbst 1989 zu einem unvergleichlichen Gefühl. „Was wir bei den Deutsch-Deutschen Filmtagen zeigen, das ist nicht nur Weltgeschichte, das ist nicht nur Deutsche Geschichte", sagt Jürgen Stader, „das ist Regional- und Heimatgeschichte." Heimatgeschichte ist ein Begriff, der sehr langweilig klingt, aber in diesem Fall extrem Spannendes meint. Was vor 26 Jahren passiert ist, lässt einen nicht kalt. Die Filme über Mauer und Wende auch nicht. „Die Leute sitzen nach den Vorführungen oft einfach da und können erst mal gar nichts sagen", so Steffi Behncke.[4] Natürlich ist es altmodisch, eine Botschaft zu haben – die Deutsch-Deutschen Filmtage haben trotzdem eine: „Wir wollen, dass nicht vergessen wird. Und wir wollen zeigen, wie wichtig es ist, für Freiheit und Demokratie auf die Straße zu gehen." Manchmal klappt das gut. Eine Achtklässlerin sagt auf dem Weg aus dem Kino: „Jetzt weiß ich endlich, was es bedeutet, dass das Land geteilt war."[5]

Vergangenheit zu verstehen ist der erste Schritt, die Gegenwart zu gestalten. So

> Die Deutsch-Deutschen Filmtage sind Teil des regionalen Gedächtnisses. Sie müssen in Hof und Plauen stattfinden.



1) Die Grenzlandfilmtage finden alljährlich im April im Kino-Center Selb statt. www.grenzlandfilmtage-selb.de
2) Nach den Hofer Filmtagen ist vor den Deutsch-Deutschen Filmtagen. Das Festival findet jedes Jahr Mitte November im Central Kino Hof und im Plauener Capitol statt; der Eintritt zu allen Filmen ist frei.
3) Der Dokumentarfilm Gesicht zur Wand war Initialzündung der Deutsch-Deutschen Filmtage. Er erzählt die Schicksale von fünf Republikflüchtigen, die im berüchtigten Stasi-Gefängnis Berlin-Hohenschönhausen inhaftiert waren.
4)Zum Beispiel nach der Vorführung von Die Frauen von Hoheneck. Der Dokumentarfilm lässt Ex-Häftlinge des Frauengefängnisses Hoheneck zu Wort kommen. Die Frauen saßen wegen Republikflucht ein und berichten von Schlägen, Zwangsarbeit, der gezielten Zerstörung ihrer Familien.
5) Nach der Vorführung von Die Todesautomatik; der Spielfilm basiert auf der wahren Geschichte von Michael Gartenschläger, der beim Versuch, eine Selbstschussanlage an der Grenze abzumontieren, 1976 erschossen wurde.

abgedroschen das klingt, es stimmt. Natürlich folgte auf die Euphorie der Wende die Ernüchterung, als vieles anders kam als gedacht. „Alle wollten die Wiedervereinigung", sagt Steffi Behncke, „aber sie haben sich was anderes darunter vorgestellt." In ihrer Heimatstadt Plauen seien manche enttäuscht. Bei ihnen keime der Gedanke, dass früher in der DDR nicht alles so schlecht gewesen sei. „Wenn ich das höre, sage ich: Wir waren eingesperrt. Wir konnten nicht sagen, was wir wollten. Alles wurde überwacht. Also kommt und schaut Euch diese Filme an, redet mit den Zeitzeugen, dann denkt ihr vielleicht anders."



Die Filme thematisieren Grenzen – das Publikum ist geeint in dem Interesse, etwas Anderes zu sehen.

Anders denken heute im Grunde alle; anders als vor 26 Jahren jedenfalls. Im Bewusstsein von Steffi Behncke und Jürgen Stader ist das Verhältnis von Hochfranken zum Vogtland heute vor allem eines geworden: normal. „Es hat gedauert, aber das Ossi-Wessi-Gerede ist vorbei. Wir gehen aufeinander zu, von gleich zu gleich, ohne Unterschiede."

Auf andere zugehen konnte Hochfranken jahrzehntelang nur in zwei Himmelsrichtungen, heute sind es vier. Aus der Freiheitsbewegung ist längst Bewegungsfreiheit geworden. „Wir nutzen sie nur noch nicht genug", sagt Jürgen Stader. Wichtig wäre die Bereitschaft, noch mehr über den eigenen Tellerrand zu schauen, auf allen Seiten.

Während die Deutsch-Deutschen Filmtage eine Brücke über die frühere innerdeutsche Grenze schlagen, werfen die Grenzlandfilmtage in Selb den Blick nach Osteuropa. Während die Deutsch-Deutschen Filmtage Vergangenheit aufarbeiten, widmen sich die Grenzlandfilmtage der Gegenwart, vielleicht sogar der Zukunft, denn sie sind Plattform für junge Filmemacher und neue Spiel-, Dokumentar- und Kurzfilme.

„Grenzlandfilmtage – der Name ist für uns Programm", sagt Festivalleiterin Dagmar Franke. Immer noch. Schließlich liegt Selb auch heute noch an der Grenze zu Tschechien, auch wenn man sie seit acht Jahren, seit es keine Grenzkontrollen mehr gibt, kaum mehr spürt. „Die Filme thematisieren Grenzen." Das können Ländergrenzen sein, die aktuelle Flüchtlingsproblematik, aber auch Grenzlinien im Leben, die zum Beispiel Anderssein und Toleranz berühren. „Wir zeigen Kriminelle, Schrille, Verrückte. Grenzen in zwischenmenschlichen Beziehungen, zwischen Mann und Frau."

Grenzlandfilmtage - der Name ist für uns Programm.

Seit 1977 gibt es die Grenzlandfilmtage. Sie gelten als kleines, familiäres Festival. Die Filme kommen heute aus über dreißig Ländern, die meisten aus Deutschland, zum Beispiel von Filmhochschülern, die sich um den Selber Nachwuchspreis[6] bewerben. Im Programm sind auch Filme aus Frankreich, Italien, Belgien und der Schweiz. Traditionell stark vertreten ist aber der Osten – Polen, Ukraine, Russland, Tschechien[7] und der Südosten – Albanien, Bulgarien. „Wir haben das Image, dass wir speziell osteuropäische Filme zeigen", sagt Dagmar Franke, „und das pflegen wir auch. Gleichzeitig muss man sehen: Die Welt öffnet sich in alle Richtungen."

Wer die Grenzlandfilmtage besucht, hat bereits eine Grenze überwunden – die vom Mainstreamkino zu Filmen, die kaum laufen würden, wenn es Festivals wie in Selb nicht gäbe. Das Publikum ist jung

6) Der Nachwuchsförderpreis der Sparkasse Hochfranken, der mit 500 Euro dotiert ist, ging 2014 an den Kurzfilm Border Patrol von Regisseur Peter Baumann, eine schwarze Komödie über zwei ungleiche Grenzer, die an der deutsch-österreichischen Grenze eine Leiche entdecken.

7) Zum Beispiel Made in Ash – der Spielfilm erzählt die Geschichte einer jungen Slowakin, die in der tschechischen Grenzstadt Aš ihr Glück sucht.



„Die Leute sitzen nach den Vorführungen oft einfach da und können erst mal gar nichts sagen.“

Steffi Behncke

„Das Ossi-Wessi-Gerede ist vorbei. Wir gehen aufeinander zu, von gleich zu gleich, ohne Unterschiede.“

Jürgen Stader





„Wir zeigen Kriminelle, Schrille, Verrückte. Grenzen in zwischenmenschlichen Beziehungen, zwischen Mann und Frau.“

Dagmar Franke



„Zug in die Freiheit“: Am 1. Oktober 1989 und in den Tagen danach kamen insgesamt 14 Züge mit DDR-Flüchtlingen aus der Prager Botschaft am Hofer Hauptbahnhof an. Foto: Deutsch-Deutsches Museum Mödlareuth

und alt, aus Hochfranken und der ganzen Welt und in nur einem wirklich geeint: In dem Interesse, etwas Anderes zu sehen. Nicht nur zu Hause vor dem Fernseher zu sitzen, sondern aufzustehen, ins Kino zu gehen, sich auf unkonventionelle Geschichten einzulassen, auf einen ungewohnten Blick. Das erfordert Offenheit, Neugierde, die man hat oder nicht, und zwar im ganzen Leben. „Alles beginnt mit der Sehnsucht, etwas Neues zu erleben. Und dann muss man sich ein bisschen Mühe geben, sich mal was anschauen, mal wo hinfahren, bereit sein, nicht immer das Gleiche zu tun, sich zu bewegen.“ Dagmar Franke, die aus der Nähe von Berlin stammt und seit zwanzig Jahren in Selb lebt, hat diese Haltung nicht nur selbst, sie attestiert sie auch den Menschen in der Region. Natürlich gibt es für Hochfranken noch Trennlinien, aber sie sind längst keine Hindernisse mehr. „Die jungen Leute hier haben eh keine Scheu vor Grenzen“, sagt Dagmar Franke. Und bei den Älteren gebe es auch den Wunsch, kennenzulernen, was man früher nicht so leicht kennenlernen konnte. „Viele fahren in die tschechischen Bäder oder erwandern sich die Grenze.“

> Eine Grenze ist immer das Ende von etwas, aber auch immer der Anfang von etwas Neuem.

Gute Kontakte pflegen die Grenzlandfilmtage zu ihren Partnerfestivals in Ungarn und Polen.[8] „Als ich das erste Mal in Polen dabei war, war es saukalt, klirrender Frost, Anfang Dezember“, sagt Dagmar Franke. „Auf dem Weg nach Frankfurt an der Oder ist uns zehnmal die Scheibenwaschanlage eingefroren. Und dann hatte unser Zug einen Lokschaden und wir mussten vier Stunden auf dem Bahnhof warten. Wir sind fast erfroren. Als wir endlich in Białystok ankamen, das ist nahe an der weißrussischen Grenze, war alles tief verschneit und wunderschön.“

Manchmal braucht es schon ein bisschen Kraft, Grenzen zu überwinden, aber es lohnt sich. Eine Grenze ist immer das Ende von etwas, aber auch immer der Anfang von etwas Neuem. Hochfranken hat seine Grenzerfahrungen. Aber jeden Tag arbeiten in Oberfranken, Sachsen und Böhmen viele Leute bewusst oder unbewusst daran, dass das Dreiländereck zusammenwächst. Die Deutsch-Deutschen Filmtage in Hof und Plauen und die Grenzlandfilmtage in Selb sind Teil davon. Sie halten Vergangenheit präsent, machen Grenzen und ihre Überwindung sichtbar. Sie sind wie Hochfranken selbst: Mit den Füßen nahe an der Grenze, im Kopf grenzenlos. ■

8) www.cinefest.hu und www.zubroffka.pl



Der Grenzübergang bei Ullitz war 1989 einer der ersten innerdeutschen Grenzübergänge, der geöffnet wurde.
Foto: Deutsch-Deutsches Museum Mödlareuth

Anzeige

BHS TABLETOP AG

WIR BITTEN DIE WELT ZU TISCH

Rund 40 Millionen Geschirrteile verkauft die BHS tabletop AG pro Jahr in mehr als 120 Länder der Welt. Zu unseren Kunden zählen Luxushotels, Restaurants, Kreuzfahrtschiffe und Fluggesellschaften rund um den Globus ebenso wie Betriebsrestaurants, Seniorenheime und Krankenhäuser.

Mit den Marken Bauscher, Tafelstern · professional porcelain und Schönwald vereint die BHS tabletop AG mehr als 130 Jahre Porzellanerfahrung unter einem Dach. In dieser Zeit hat sich das Unternehmen von der Manufaktur zu einem hochtechnologisierten Produzenten von Porzellan entwickelt. Allein in den letzten 10 Jahren hat die BHS tabletop AG fast 50 Millionen Euro in die heimischen Produktionsstätten investiert. Ergebnis: Nicht nur die Technologie ist weltweit führend, BHS tabletop AG gehört auch zu den erfolgreichsten Vertretern der Porzellanbranche und ist Weltmarktführer für Profiporzellan – und das 100% Made in Germany.

Von unserem Porzellan speist man im Kreml oder im Waldorf Astoria ebenso wie auf der Aida, in den VIP-Lounges berühmter Fussballstadien oder in den Betriebsrestaurants von Mercedes und Porsche.

Werden Sie Teil unserer Erfolgsgeschichte!

In der BHS tabletop AG finden Sie ein innovatives, lebendiges Arbeitsklima, flache Hierarchien und bewegliche Strukturen, um die eigenen Fähigkeiten voll zu entfalten und Wissen ständig zu erweitern. Permanente Weiterqualifizierungen und kontinuierliche Verbesserungsprozesse sind zentraler Bestandteil des Geschäftsmodells des Unternehmens. Fairness, gegenseitiges Vertrauen, Offenheit und Transparenz sind bei der BHS tabletop AG gelebte Werte. Denn unsere etwa 1.000 Mitarbeiter sind für das Unternehmen die wichtigsten Impulsgeber für neue Entwicklungen. Ihre wertvollen Anregungen können sie über ein spezielles betriebliches Vorschlagswesen direkt einbringen. Ob kleine Optimierungen oder große Konzepte – jeder Vorschlag ist wichtig und wird von uns prämiert.

Ihre Berufschancen

➔ für Studierende
Ob als Praktikant/-in, Werkstudent/-in oder im Rahmen einer Abschlussarbeit, wir unterstützen Sie dabei, die Theorie Ihres Studiums mit der Praxis eines mittelständischen Weltmarktführers zu verbinden und berufsrelevante Erfahrungen zu sammeln.
➔ für Schüler
Wenn Du etwas aus Deinen Talenten machen möchtest: eine Ausbildung bei der BHS tabletop AG – auch FH-Dual – sichert Dir eine interessante und erfolgreiche Zukunft.
➔ für Einsteiger
Sie suchen interessante Einstiegsmöglichkeiten in unterschiedlichen Bereichen und Berufen? Melden Sie sich bei uns.

Alle wichtigen Informationen finden Sie unter:
www.bhs-tabletop.de oder
www.facebook.com/bhs.tabletop

Ihr Ansprechpartner in der Personalabteilung:
Jörg Dietze, Leiter Personalwesen
Telefon: 09287 56-2129
E-Mail: personalwesen@bhs-tabletop.de

BAUSCHER GERMANY · TAFELSTERN professional porcelain · SCHÖNWALD Germany

BestPers Award 2012 2013

BHS tabletop AG · Ludwigsmühle 1 · 95100 Selb · Tel. 09287 73-0 · www.bhs-tabletop.de








Lufthansa

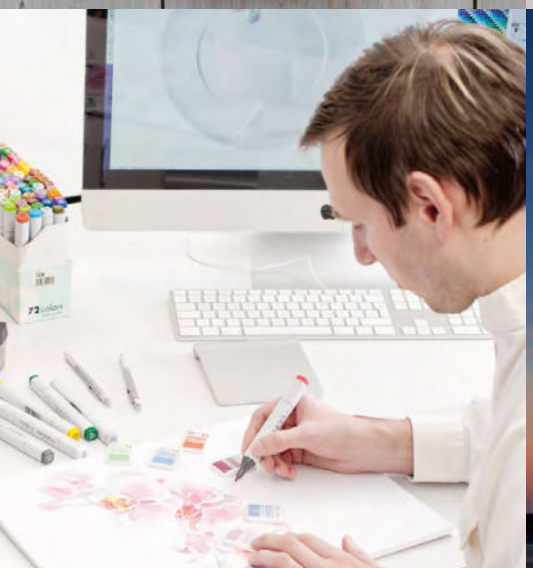

ABB


HAAS



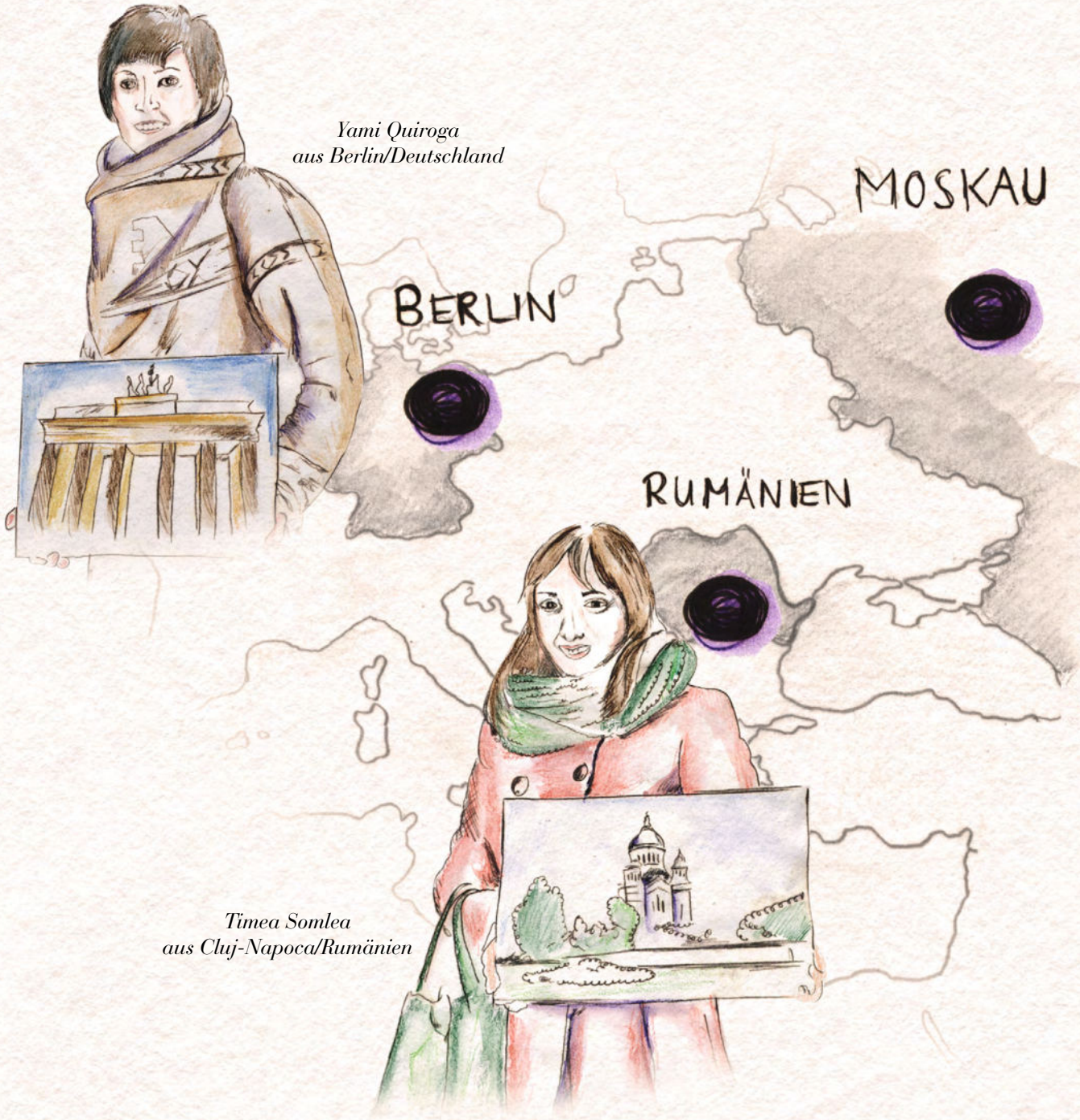










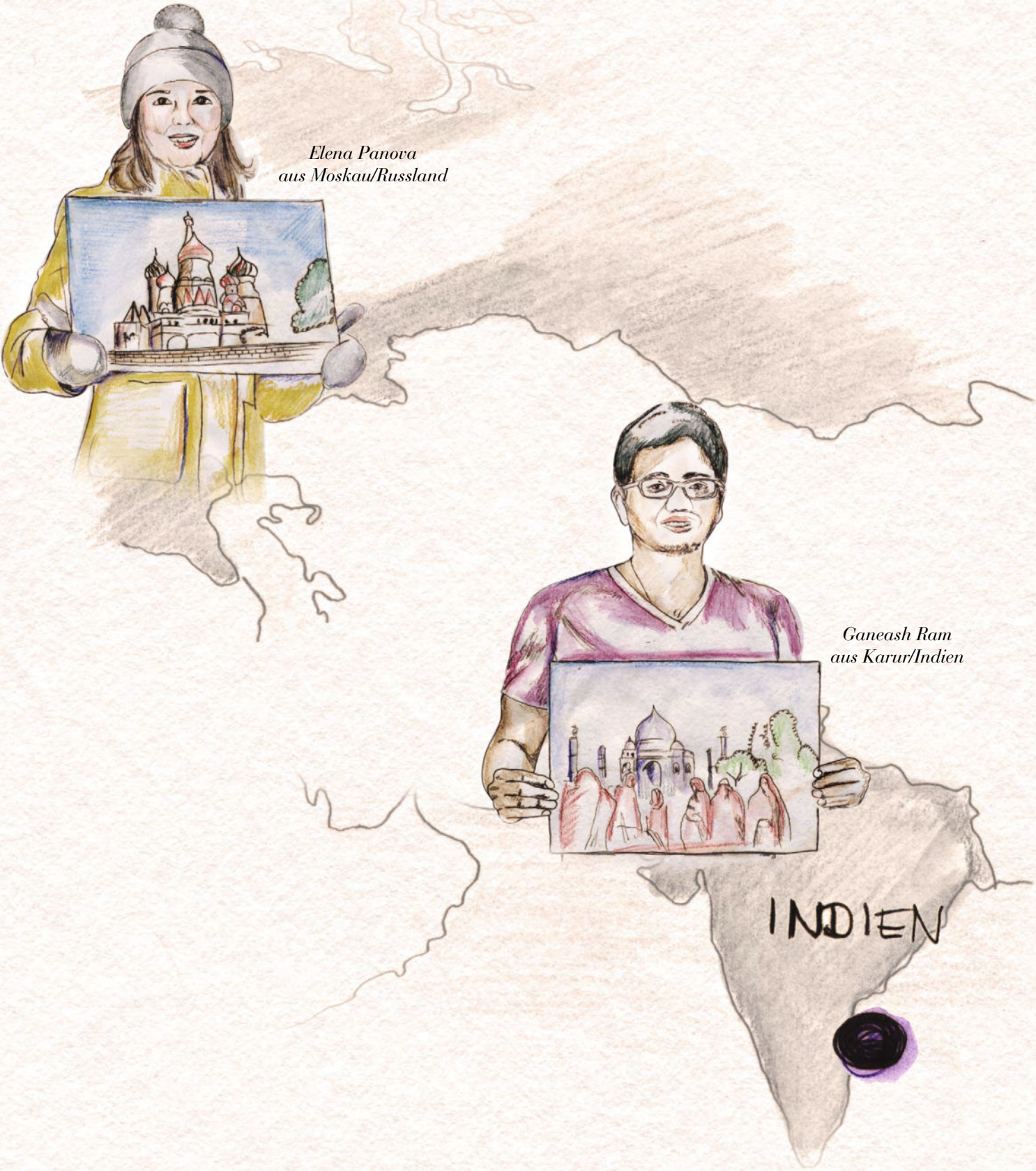


Yami Quiroga
aus Berlin/Deutschland

Timea Somlea
aus Cluj-Napoca/Rumänien

Insider mit dem Blick von außen

Text: Sabrina Kaestner, Fotos: Martin Geyer
Illustration: Heidi Entner-Ruttmann

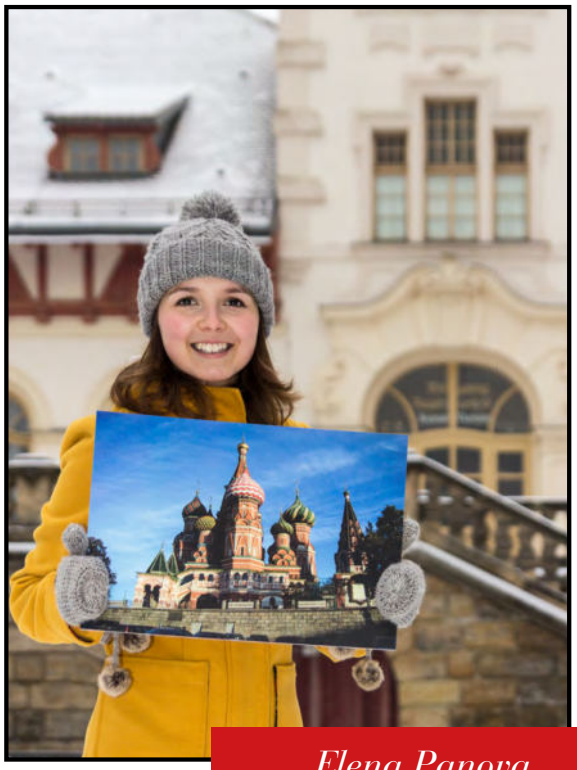


Elena Panova
aus Moskau/Russland

Ganeash Ram
aus Karur/Indien

Wie sehen Menschen die Region, die aus anderen Städten, Regionen oder Ländern nach Hochfranken gekommen sind, um hier zu studieren, zu arbeiten und zu leben? Elena, Timea, Geneash und Yami sind teils gewollt, teils zufällig in Hof gelandet. Sie kommen aus Moskau (Russland), Cluj-Napoca (Rumänien), Karur (Indien) und Berlin (Deutschland) und haben uns von ihren Erlebnissen und Eindrücken erzählt.

„Die Ruhe, das Jeder-kennt-jeden – das gefällt mir hier richtig gut!“



Elena Panova

Elena Panova ist in einem Moskauer Vorort aufgewachsen und hat in der russischen Hauptstadt studiert. Nach Hof kam sie 2011 zufällig: „Ich habe einen Sommer lang als Volunteer in einem Sommercamp in Stuttgart gearbeitet. Danach stand für mich fest – ich will für ein Semester nach Deutschland! Meine Uni hat mir dann Hof vorgeschlagen. Die Hochschule ist eine unserer Partnerhochschulen.“ Zuerst hatte die heute 23-Jährige Vorbehalte in eine so kleine Stadt zu gehen, doch Hof hat sie schnell überzeugt. „Hier ist alles zu Fuß erreichbar, die Leute sind nett und die Landschaft ist wunderschön“, so schwärmt sie von der Saalestadt. Auch von der Hochschule war Elena begeistert und blieb gleich ein Semester länger als ursprünglich geplant: „Die zwei Semester in Hof waren einfach toll! Auch, weil ich hier meinen Freund kennengelernt habe.“ Als sie zurück nach Moskau geht, um ihr Studium abzuschließen steht für sie fest, dass sie zum Masterstudium wieder nach Deutschland möchte. Die Wahl fällt auf Hof. „Das Angebot hat einfach gepasst. Der Master Marketing Management hat mich sehr interessiert und meine Erwartungen nicht enttäuscht. Dass ich so gleichzeitig bei meinem Freund sein konnte, war ein weiterer Vorteil.“ Mittlerweile hat sie den Master in der Tasche, hierbleiben will sie immer noch. Zusammen mit ihrem Freund und einem Kommilitonen arbeitet sie gerade an einem Businessplan für ihr eigenes Unternehmen. Vier Jahre ist es jetzt her, dass Elena nach Hof kam. Ihr Fazit: „Die Menschen grüßen sich auf der Straße und sogar der Bäcker, bei dem ich sonntags meine Semmeln hole, kennt mich. Das hat mich anfangs wirklich überrascht. Wo ich herkomme, ist eine so familiäre Atmosphäre nicht möglich. Moskau ist dafür einfach viel zu groß. Die Ruhe, das Jeder-kennt-jeden – das gefällt mir hier richtig gut!“

Timea Somlea war von Anfang an klar: ihr Auslandssemester wird sie in Berlin, Wien oder Graz verbringen. Gelandet ist die 27 Jahre alte Rumänin 2009 dann allerdings in Hof: „Der Platz wurde mir von meiner Universität zugeteilt.“ Die Freude darüber war anfangs eher verhalten. „Doch das Semester hier war dann wirklich toll!“ Von der Hochschule war sie positiv überrascht: „Die Ausrichtung in der Lehre, die Betreuung durch das International Office und durch die Professoren ist sehr gut.“ Auch der Kontakt zu den anderen Austauschstudenten war eng: „Wir waren eine große Gruppe, haben viel gefeiert und oft Städtetrips unternommen. Von Hof aus sind Berlin, Prag und München in nur zwei bis drei Stunden zu erreichen.“ Während des Semesters nimmt sie an einer Exkursion zu Viessmann teil und bekommt gleich eine Praktikumstelle angeboten. Timea sagt zu und bleibt länger als geplant in der Saalestadt. Nach dem Bachelorstudium kommt sie wieder nach Hof, um den Masterstudiengang in Marketing zu absolvieren. „Während des Masterstudiengangs habe ich mich wirklich sehr stark auf das Lernen konzentriert, außerhalb der Hochschule hatte ich kaum Kontakte.“ Mittlerweile arbeitet Timea im Vertrieb bei Vishay in Selb: „Die Arbeit gefällt mir sehr. Der Job ist abwechslungsreich und durch das häufige Reisen komme ich viel rum. Doch für den Feierabend würde ich mir die Möglichkeit wünschen, öfter spontan zu Events, beispielsweise After-Work-Partys gehen zu können, um Leute kennenzulernen und Anschluss zu finden. Das fehlt mir hier.“

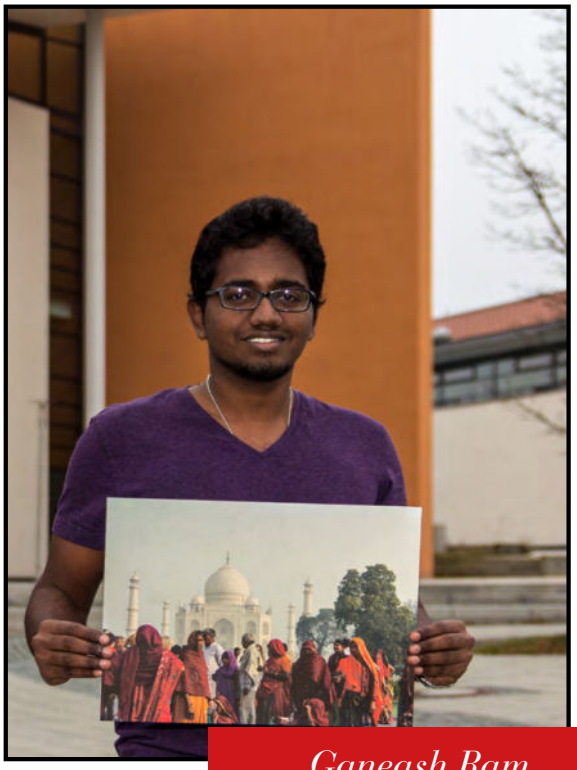


Timea Somlea

Was ihr hier in der Region gefällt? „Die Ruhe. Aber auch die Möglichkeit, schnell woanders sein zu können. Hof liegt wirklich super verkehrsgünstig!" Auch die günstigen Mieten sind ein Vorteil: „Im Vergleich zu meinen Freunden, die in deutschen Großstädten leben, kann ich mit meinem Gehalt hier wirklich gut leben und mir auch öfter die eine oder andere Reise leisten." Timeas Eindruck von Hof: „Die Öffnungszeiten der Geschäfte, Cafés und beispielsweise des Schwimmbads sind alles andere als optimal für mich. Mit meinen Arbeitszeiten ist es mir fast nicht möglich, nach der Arbeit noch entspannt die Angebote zu nutzen. Ansonsten hat Hof ein gutes Potential, für die Größe der Stadt ist kulturell wirklich viel geboten!"

Ganeash Ram kommt aus dem Süden Indiens, seine Heimatstadt Karur hat eine Million Einwohner. Er hätte sich wohl kaum einen gegensätzlicheren Ort als neuen Wohnort suchen können. Nach seinem Bachelorstudium im Maschinenbau hat er sich für den Master German-Indian Management Studies in Hof entschieden. Das Programm ist deutschlandweit einmalig und speziell auf die Ausbildung indischer Ingenieure im Bereich Marketing ausgelegt. Ganeash will einmal Brücken bauen, zwischen der deutschen und der indischen Wirtschaft und zwischen den beiden Kulturen. Er ist erst seit März 2014 in Hof und lacht, wenn er von seinem ersten Eindruck erzählt: „Es war kalt! Aber ich mag den Winter und allgemein sind die Temperaturen hier sehr angenehm." Überrascht hat ihn auch die Hochschule. Hier geht es deutlich lockerer zu als in Indien: „In legerer Kleidung in die Uni zu gehen ist dort undenkbar. Und das Rauchen ist auf dem Campus verboten." Ganeash gefällt es in Hof, die Stadt sei klein und ruhig, seine Lieblingsorte sind der Untreusee und der Theresienstein. „Oft treffe ich zufällig andere Studenten, wenn ich durch die Stadt laufe. Das ist schön. Auch dass sich die Menschen auf der Straße grüßen, ob sie sich kennen oder nicht. Grüß Gott war das erste, was ich hier gelernt habe", erzählt er. Schwer fiel es ihm anfangs, den Bus zu erwischen: „Die sind hier so pünktlich."

Yami Quiroga ist nicht über die Hochschule nach Hof gekommen. Die Berlinerin hat in Potsdam Amerikanistik, Religionswissenschaften und Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaften studiert. Seit Oktober 2013 arbeitet die 30-Jährige als Area Sales Managerin für die Gebiete Südafrika, Skandinavien, Schweiz und Fernost für Schönwald, eine Marke der BHS tabletop AG. Der Kontakt zum Unternehmen entstand zufällig auf einer Messe: „Ich habe eine Zeit lang als Messehostess gearbeitet, einmal eben auch für die Marke Schönwald. So habe ich von der Stelle erfahren und mir wurde nahe gelegt, es doch einfach mal zu versuchen. Von alleine wäre ich nicht auf die Idee gekommen, ich habe ja einen ganz anderen Hintergrund." Nach reiflicher Überlegung bewirbt Yami sich und überzeugt. „Ich finde das wirklich mutig vom Unternehmen, mich als Fachfremde einzustellen."



Ganeash Ram

Anzeige

Sparkassen-Finanzgruppe



Jetzt informieren!
www.sparkasse.de/karriere

Machen Sie mehr aus Ihrem Abschluss!

Starten Sie doch bei uns.

Sparkasse Hochfranken

Die Erfolgsformel der Sparkasse Hochfranken ist ganz einfach: systematische Ausbildung und intensive Fortbildung. Der klassische Einstieg in eine Karriere bei der Sparkasse Hochfranken ist die Ausbildung als Bankkauffrau/Bankkaufmann - ein Beruf, bei dem Sie alles über Geld lernen und viel mit Menschen zu tun haben. Jetzt informieren auf www.sparkasse-hochfranken.de. **Wenn's um Geld geht – Sparkasse.**

„Die Saaleauen, der Untreusee, der Theresienstein, die Architektur, das Multi-Kulti im Bahnhofsviertel - alles zu Fuss oder mit dem Fahrrad zu erreichen. Ich lebe gerne hier.“

Ihre Mitarbeiter und Kollegen haben immer ein offenes Ohr und die Kommunikation war von Anfang an sehr offen. „Meine Freunde in Berlin beneiden mich für mein Leben hier, denn ich habe einen festen Arbeitsvertrag mit geregelten Arbeitszeiten. In der Großstadt ist man wie ein Spielball, der hin und her geworfen wird – befristete Arbeitsverträge, unbezahlte Überstunden, eine 50 oder 60 Stunden Woche, ständig muss man flexibel sein – das ist wirklich zermürbend.“

Hier könne der Mensch noch Mensch sein, sagt sie, und dass sie stolz sei, für BHS zu arbeiten: „Die persönliche Bindung, das hochwertige Produkt, der Beitrag zum Umweltschutz und die ganze Unternehmensphilosophie, das alles trägt dazu bei.“ Dass Hochfranken nichts für den „Großstadt-Party-Menschen“ ist, sei klar, aber die Kultur- und Freizeitmöglichkeiten in der Region lassen für Yami kaum Wünsche offen. „Ich bin gerne in der Natur, manchmal gehe ich freitags nach der Arbeit gleich im Fichtelgebirge wandern. Auch das Angebot im Kulturbereich ist hier gut und vor allem erschwinglich.“ Heute muss sie lachen, wenn sie an ihre erste Erfahrung in Hochfranken denkt: „Vor meinem ersten Vorstellungsgespräch war ich etwas früher da und wollte in Selb noch Essen gehen. Aber es war Montag und nichts hatte offen. Das war ich aus Berlin nicht gewohnt. Als ich durch die Stadt fuhr, dachte ich nur, oh Gott, hier soll ich leben? Das geht doch nicht!“ Mittlerweile hat sie sich an die anderen Öffnungszeiten und an weitere Unterschiede im Vergleich zur Großstadt gewöhnt und fühlt sich wohl in der Region: „In Hof gefällt es mir gut. Die Saaleauen, der Untreusee, der Theresienstein, die Architektur, das Multi-Kulti im Bahnhofsviertel und, dass alles zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu erreichen ist. Ich lebe gerne hier.“ Schwierig findet sie es allerdings, Anschluss zu finden: „Um Kontakte muss man sich schon bemühen. Die passieren nicht zufällig. Das ist vielleicht so ein Kleinstadt-Ding. Hier leben die meisten in ihren festen sozialen Strukturen. Als Zugezogener ist man eher der, der den ersten Schritt machen muss.“ Über einen anderen Unterschied zur Großstadt muss Yami dafür aber immer wieder schmunzeln: „In Berlin orientiert sich jeder am U-Bahn-Netz und an den bekannten Straßennamen. Wenn ich hier nach dem Weg frage, lautet die Antwort eher: an der zweiten Ampel links und dann beim Metzger rechts - das finde ich sehr sympathisch.“ ■



Yami Quiroga

Wandel als Chance

Von der Massenproduktion zum spezialisierten Problemlöser

Text und Interview: Michael Ertel
Collage: Heidi Entner-Ruttmann



In den vergangenen 25 Jahren war die Region Hochfranken einem massiven industriellen Strukturwandel unterworfen. Vor allem die Porzellan- und die Textilindustrie haben extrem Federn lassen müssen. Die Gründe: In vielen asiatischen Ländern sind immer neue Fabriken entstanden, die ihre mit Niedrigstlöhnen produzierten Produkte zu billigsten Preisen angeboten haben.

Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs verschärfte sich die Situation für die nordbayerischen Porzellan- und Textilunternehmen noch einmal dramatisch: die osteuropäische Konkurrenz produziert weitaus günstiger.

Viele Unternehmen der Region haben es geschafft: Sie produzieren heute erfolgreich in Hochfranken für die Welt: zwei Beispiele.



1. Erfolgsgeschichte: BHS tabletop AG



Von Zukunftsvisionen und unternehmerischem Mut

Christian Strootmann

Den Wandel als Chance genutzt – die BHS tabletop AG ist ein leuchtendes Beispiel. Mit innovativen Produktentwicklungen und intelligentem Marketing fährt das Unternehmen als Weltmarktführer wieder in der Erfolgsspur. Das Selber Porzellanunternehmen hat es vorbildlich geschafft, den schwierigen strukturellen Wandel als Chance zu nutzen. Heute steht das Unternehmen, das in seiner jetzigen Form aus einem Zusammenschluss dreier Marken entstanden ist, besser da denn je. Wie ist das gelungen? Ein Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden, Christian Strootmann.

WRH: Herr Strootmann, erklären Sie uns die schwierige Ausgangslage in den turbulenten Jahren des Strukturwandels.

Strootmann: Durch die billig produzierende Konkurrenz in Osteuropa und vielen asiatischen Ländern sind im Bereich des Porzellans weltweit dramatische Überkapazitäten entstanden. Darauf hat die heimische Industrie nicht schnell genug und ausreichend durch differenzierende Geschäftsmodelle und Marketing-Maßnahmen reagiert. Darüber hinaus gab es auch eine soziodemografische und kulturelle Veränderung auf der Seite der Verbraucher: Die Nutzung und die Wertschätzung des Produktes Porzellan hat im Alltagsgebrauch abgenommen. So ist eine komplette Porzellanausstattung in den Haushalten heute eher die Ausnahme als die Regel. Dies ging zu Lasten der Absatzchancen des traditionellen Porzellanfachhandels und damit auch der deutschen Qualitätshersteller.

WRH: Die BHS tabletop AG ist aus der Sanierung der einstigen Hutschenreuther AG hervorgegangen. Rückblickend eine gelungene Rettung?

Strootmann: Wir haben uns Ende der neunziger Jahre, beginnend mit dem Verkauf der Haushaltssparte, komplett neu ausge-

Mit Innovationen begeistern

Das von der BHS tabletop AG produzierte Profi-Porzellan unterscheidet sich erheblich vom Haushaltsporzellan. Es ist härter und bruchsicherer, seine Kanten sind schlagfester, es ist funktionaler designt, trägt hochwertigste individuelle Dekors und besticht durch Innovationen, die Profis überzeugen.

Bei dem patentierten Porzellansystem „Pabis“ der Marke Bauscher ist ein RFID-Chip integriert, der die Speisen auf einem Tablett erkennt und an das jeweilige Kassen- und Abrechnungssystem übermittelt.

Dieses System wird beispielsweise in großen Kantinen eingesetzt und funktioniert bargeldlos. Über die Chip-Kennung kann der Betrag automatisch vom Konto des Kunden abgebucht werden.





Eine innovative Porzellanmasse revolutioniert die Produkte im Bereich der Noble-China-Kollektionen. „Purity“ der Marke Bauscher und „Allure“ von Schönwald sind trotz ihrer Feinheit bestens für die täglichen Ansprüche in der Hotellerie und Gastronomie geeignet.

„Qualität, Verlässlichkeit, Lieferfähigkeit, Schnelligkeit und Flexibilität, Individualität und Servicestärke entscheiden über den Markterfolg.“

richtet und auf den interessanten und erfolgversprechenderen Markt der sogenannten „Außer-Haus-Verpflegung“ fokussiert. In diesem Zug erfolgte auch die Umfirmierung des Unternehmens in „BHS tabletop AG“. Das Ergebnis: Wir sind mit den Marken Bauscher, Schönwald und Tafelstern sowie weltweit aktiven Vertriebsgesellschaften der Weltmarktführer für Hotelporzellan sowie für ergänzende Produkte für den gedeckten Tisch.

WRH: Würden Sie die heutigen Erfolge als das Resultat eines „Gesundschrumpfens“ bezeichnen?

Strootmann: Sicherlich waren die damaligen Ereignisse für die gesamte Porzellanindustrie dramatisch. Auf die BHS tabletop AG trifft das Wort „Gesundschrumpfen“ durchaus zu, allerdings in einem positiven Zusammenhang. So bedauerlich die Streichung von Stellen auch war, so unumgänglich war dieser Schritt für die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Heute wissen wir: Ziel und Strategie waren richtig und haben die Grundlage für mittlerweile viele Jahre nachhaltige Profitabilität und rund 1.100 stabile Arbeitsplätze geschaffen. Das ist auch heute noch in der Porzellanindustrie alles andere als selbstverständlich.

WRH: Die BHS tabletop AG steht mit einer Exportquote von annähernd 50 Prozent im internationalen Wettbewerb hervorragend da. Welche unternehmerischen Entscheidungen haben das möglich gemacht?

Strootmann: Ein eindeutiges Bekenntnis zum Standort Deutschland verbunden mit hohen und konsequenten Investitionen in die Automatisierung. Außerdem haben wir unseren Fokus auf die permanente Erarbeitung wertschöpfender und kundenorientierter Leistungspakete bei den Produkten und logistischen Dienstleistungen gelegt. Dadurch bieten wir unseren Kunden Mehrwert und vermeiden so die ausschließlichen Preisdiskussionen. Darüber hinaus haben wir große Investitionen in die weltweite Vertriebskraft und die Weiterbildung der Mitarbeiter getätigt.

WRH: Welche Rolle spielen angesichts des hohen Preisdrucks die Fertigungsqualität und das weltweit anerkannte „Made in Germany“?

Strootmann: Qualität alleine reicht nicht mehr aus. Das Gesamtpaket entscheidet, weil die Ansprüche der Gastronomieprofis steigen. Natürlich müssen die Produkte allesamt eine erstklassige Qualität haben. Aber auch Faktoren wie Verlässlichkeit, Lieferfähigkeit, Schnelligkeit und Flexibilität, Individualität und Servicestärke entscheiden über den Markterfolg. Unsere Auftraggeber wollen meist „das beste Produkt“, kombiniert mit den individuell besten Services. Insofern steht „Made in Germany“ heute für die Verbindung aus Produktqualität und Zuverlässigkeit.

WRH: Was war Ihrer Meinung nach das Erfolgsrezept, mit dem die BHS tabletop AG den Strukturwandel als Chance nutzen konnte?

Strootmann: Die Bereitschaft, tiefgreifende Veränderungen vorzunehmen. Dazu gehören unternehmerischer Mut, eine Strategie, konkrete Ziele und eine Vision von der Zukunft des erfolgreichen Unternehmens in einem sich verändernden Markt. Und besonders wichtig: Die Bereitschaft der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Teilen des Unternehmens, die Veränderungen mitzutragen. ■

2. Erfolgsgeschichte: Gebrüder Munzert



Wir müssen das machen, was andere nicht können.

Bernd Kout

Innovationen und ein ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein: Die Gebrüder Munzert GmbH und Co. KG aus Marlesreuth, Hersteller hochwertiger Möbel- und Dekorationsstoffe, hat den Strukturwandel in der hart umkämpften Textilbranche erfolgreich bewältigt.

Bernd Kout hat ein klares Ziel vor Augen: Mit „Made in Germany" als international höchst anerkanntem Qualitätsstandard auf einem globalen Markt überzeugen. Der Geschäftsführer der Heimtextilien-Weberei Gebrüder Munzert weiß aber auch: „Die Zeiten, in denen Produkte einfach für sich selbst gesprochen haben, sind vorbei." Deshalb setzt er auf direkt vermarktbare Innovationen, die die Leistungsfähigkeit seines Unternehmens unter Beweis stellen.

Jüngstes Beispiel: Für ein Gewebe, das in seinem exklusiven Design an die Falttechnik des Origami erinnert und eine dreidimensionale Oberflächenwirkung entfaltet, hat das Unternehmen den renommierten Designpreis „Red Dot Award" in der Kategorie „Product Design" erhalten.

Für Bernd Kout ist die begehrte Auszeichnung vor allem ein wichtiges Marketinginstrument. „Damit können wir zeigen, wozu wir design- und produktionstechnisch in der Lage sind, und was wir für unsere Kunden leisten."

Nämlich: „Qualität, Qualität, Qualität." Warum Kout dies dreifach betont? Bereits seit Jahrzehnten ist die Textilbranche einem enormen Preisdruck unterworfen. Billig produzierte Garne und Gewebe aus Fernost haben in Hochfranken einen gewaltigen Strukturwandel ausgelöst, der natürlich auch nicht am malerisch im Frankenwald gelegenen Marlesreuth, dem Verwal-

Anzeige

HFO Telecom
Wir. Bei Dir.



Wir suchen Dich!

Erlerne Deinen Traumberuf bei der HFO Telecom AG

Ausbildungsberufe 2015

- **Fachinformatiker / -in für Anwendungsentwicklung**
- **IT-Systemkaufmann / -frau**
- **Kaufmann / -frau für Büromanagement**

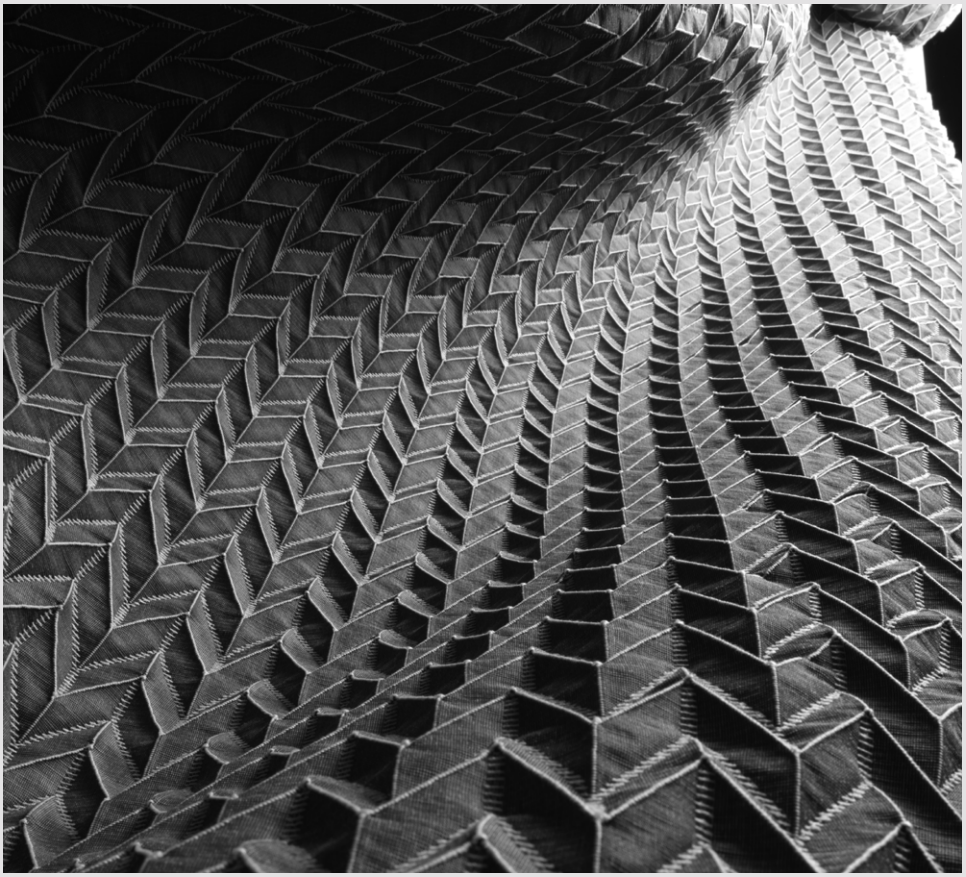
Für Absolventen der Hochschulen

- **Kommunikationsingenieur / -in**

Du arbeitest selbständig, bist motiviert und hast Interesse?
Nächster Einstellungstermin 01. September 2015
Bewerbung einfach per Post oder E-Mail senden an: bewerbung@hfo-telecom.de

www.hfo-telecom.de/karriere/ausbildung

HFO Telecom AG | Bahnhofstraße 18 | 95028 Hof | E-Mail: info@hfo-telecom.de | Tel.: 09281 1448-100 | Internet: www.hfo-telecom.de



Munzert macht das, was andere nicht können. Der 3-D-Stoff „Origami“ steht für genau diese Kompetenz. An ihm sieht und spürt man, was es bedeutet, wenn sich Gestaltungsfreiheit mit profundem textilem Know-how und höchsten Design-Ansprüchen verbindet.

tungs- und Produktionssitz des Unternehmens, vorbeigegangen ist. In den turbulenten Zeiten des Umbruchs Anfang der neunziger Jahre, als der durch weltweite Billigkonkurrenz ausgelöste Strukturwandel richtig Fahrt aufnahm, ist Bernd Kout in das traditionsreiche Familienunternehmen eingestiegen.

Seit 1993 ist er - gemeinsam mit Klaus Munzert - Geschäftsführer. Und so ist es auch ihm anzurechnen, dass sich das Unternehmen, das 2015 sein neunzigjähriges Bestehen feiern kann, nicht in der Abwärtsspirale verfangen hat, sondern als flexibler und innovativer Mittelständler mit einem 50-prozentigen Exportanteil erfolgreich auf dem Markt agiert.

„Der Oberfranke ist stur“, so Kouts knappe Charakteranalyse. Einerseits mit Standhaftigkeit, andererseits mit der nötigen Risikobereitschaft habe man es geschafft, die Gewebe in immer neuen Anwendungsbereichen als hochwertige Möbel- und Dekorationsstoffe zu etablieren. Auf diesem Weg hat der Firmenchef auch die weniger angenehmen Seiten der Globalisierung kennengelernt. „Natürlich müssen wir uns jeden Tag in einer Branche, die extrem von billigen Herstellungskosten und Rabatten geprägt ist, durchsetzen.“ Dennoch sei es gelungen, vor allem im Exportbereich zu wachsen. Rund 3.000 Kunden beliefert Munzert in aller Welt.

Diesen Erfolg baut das Unternehmen mit seinen 90 Mitarbeitern nun aus, zum Beispiel mit der Produktlinie „Pivot“, einer neuen Premium-Marke für den internationalen Markt. Mit dem preisgekrönten, von Textildesigner Tobias Batrla im hauseigenen Atelier entworfenen 3-D-Stoff „Origami“ als innovative Basis, sollen drei Markeninhalte transportiert werden: außergewöhnliche Stoffqualitäten, höchste Designkompetenz und größte Gestaltungsfreiheit. Und es steckt noch eine weitere Botschaft dahinter. Kout: „Wir müssen das machen, was andere nicht können!“ ■

Wer weiß was?

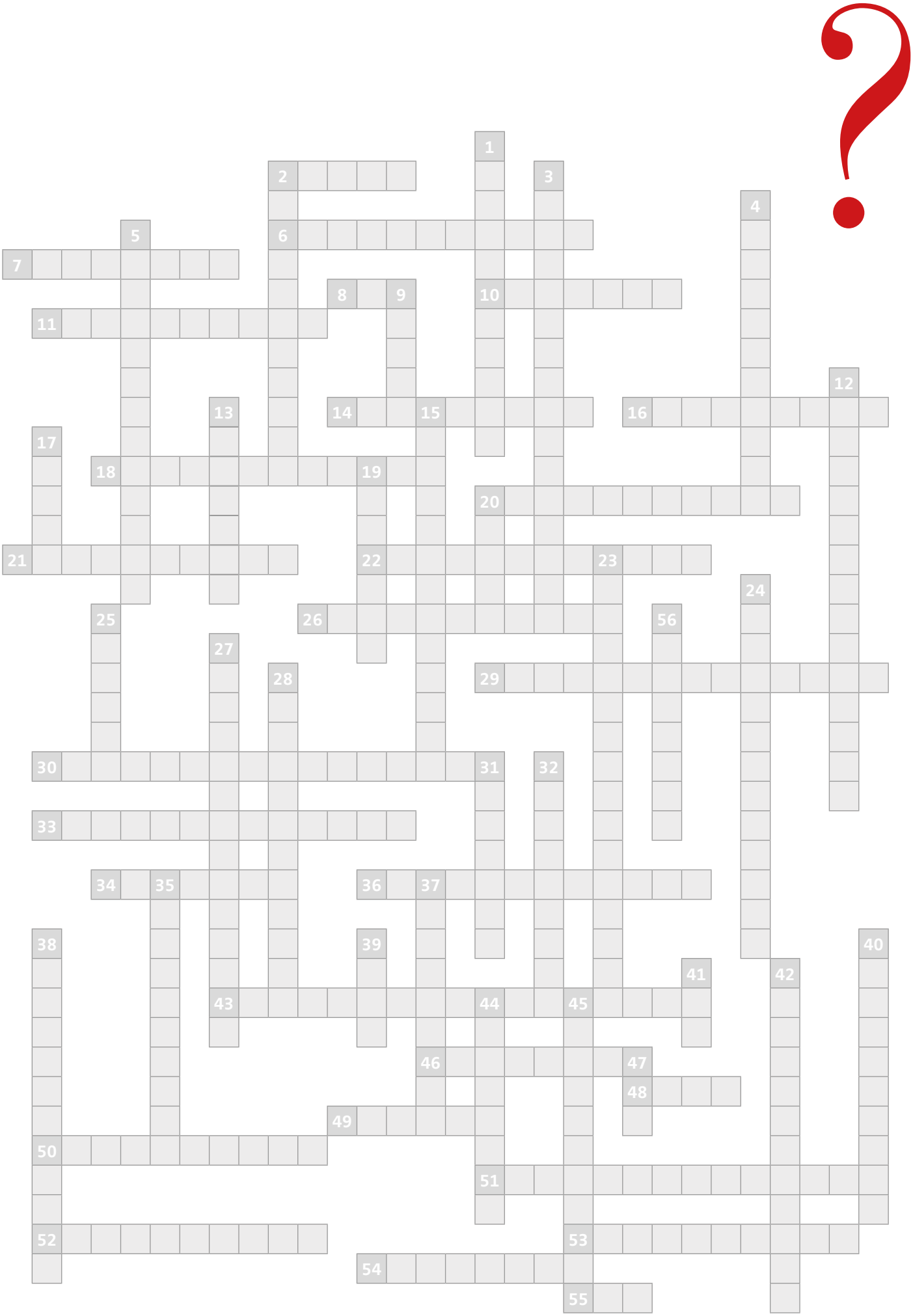
Das Hochfrankenrätsel

Waagerecht

02 Dieser Maschinenbauer entwickelte 1900 sein erstes Automobil und legte damit den Grundstein für die spätere Gründung der Firma Audi. Bis zu seinem Tod lebte der Pionier in Münchberg.(Nachname)
06 Die im Jahr 1337 erstmals erwähnte und damit älteste Stadt im Landkreis Hof
07 Brauerei in Hof
08 Abkürzung für Berufsoberschule
10 Fluss im Landkreis Wunsiedel i.F.
11 Höchster Berg im Fichtelgebirge
14 Hausberg der Wunsiedler
16 Die Stadt der Brunnen
18 Dieser Granitfelsen auf dem Waldstein diente der Sage nach Kobolden und Geistern als Tisch zum Kartenspielen.
20 Schilderpark in Hof
21 Naturbühne bei Wunsiedel
22 Felsspitze im Höllental, von wo aus sich der Sage nach Hirsche durch einen Sprung ins Tal vor herannahenden Jägern zu retten versuchten
26 Im Fichtelgebirge verbreitete Pflanze
29 Attraktion im Bürgerpark Katharinenberg bei Wunsiedel
30 Badesee bei Schwarzenbach a.d. Saale
33 Das größte europäische Porzellanmuseum
34 Dieser berühmte Geiger und Komponist lebte und wirkte in Lichtenberg. (Nachname)
36 Größte Stadt im Landkreis Wunsiedel i.F.
43 „Kleine Schwester" der Hofer Filmtage in Selb
46 Auf diesem Berg in der Nähe von Zell im Fichtelgebirge spielt aufgrund seines magnetischen Gesteins jede Kompassnadel verrückt.
48 Erfinder des Lichttonverfahrens, dem Vorläufer des Tonfilms. Geboren wurde dieser 1890 in Wurlitz bei Rehau. (Nachname)
49 Im Selber Raum vorkommendes Gestein und Grundbestandteil zur Herstellung von Porzellan
50 Nördlichste Stadt im Landkreis Wunsiedel i.F.
51 Stadtpark in Hof
52 Der höchste Berg im Frankenwald
53 Bach, der den Untreusee speist
54 Bekannter deutscher Naturforscher, der von 1792 bis 1795 in Bad Steben lebte (Nachname)
55 Größte Stadt in Hochfranken

Senkrecht

01 Erfinder des Feuerzeuges, geboren 1780 in Hof (Nachname)
02 Diese Stadt war im 19. Jahrhundert bekannt als der „Kleiderschrank der Welt".
03 Touristische Straße, die die industrielle Geschichte des Weißen Goldes dokumentiert
04 Bekanntes Hofer Musikorchester
05 „Blaublütige" Gesteinsformation in der Nähe der Gemeinde Nagel
09 Fluss durch Oberkotzau
12 Größtes Granitsteinmeer Europas
13 Finnische Partnerstadt von Hof
15 Zwei Städte in Hochfranken, deren Namen sich nur durch einen Zusatz voneinander unterscheiden
17 Stadt und gleichnamiges Unternehmen im Landkreis Hof
19 Ein an Hochfranken angrenzendes Bundesland
20 Diese Comic-Übersetzerin lebte in Schwarzenbach an der Saale und lehrte Donald Duck die deutsche Sprache. (Nachname)
23 Hofer Delikatesse
24 Spezialbier zum Hofer Schlappentag
25 Nailaer Ortsteil mit Mineralwasserquelle
27 Gebirgszug in Franken
28 Heilquelle in Bad Alexandersbad
31 Bürgerlicher Name des 1763 in Wunsiedel geborenen Schriftstellers Jean Paul (Nachname)
32 Aussichtskanzel im Gipfelbereich des Großen Waldsteins
35 Magmatische Gesteinsvorkommen rund um Marktredwitz (Plural)
37 Bekanntes Porzellanunternehmen in Selb
38 Die mit 630 Metern höchstgelegene Gemeinde im Landkreis Wunsiedel
39 Die Stadt des Weißen Goldes
40 Grenzübergang zur Tschechischen Republik
41 Eishockey-Mannschaft in Selb
42 Mobiler Würstchenverkäufer in Hof (umgangssprachlich)
44 Rechter Nebenbach der Röslau
45 Dieses Dorf ist als „Little Berlin" bekannt.
47 Abkürzung für Güterverkehrszentrum
56 Welche Sportart betreiben die Hof Jokers?



Lösungen finden Sie auf unserer Website: www.hochfranken.org



„Die Filmlandschaft hat sich sehr verändert.
München ist nicht mehr der Nabel der Filmwelt."

Stefan Frank, Filmemacher



Alte Liebe rostet nicht

Text: Jörg Raithel, Fotos: Manfred Jahreiss

München zählt zu den beliebtesten Städten in Deutschland. Das Flair einer Großstadt, Biergärten und die Nähe zu den Alpen machen den Alltag angenehm. Wer dort lebt kennt aber auch die Schattenseite der Isarmetropole: Wuchermieten, Staus und Überfüllung. Offenbar ist das für immer mehr ein Anlass, sich an die alte Heimat zu erinnern.

Wer in München eine Bleibe sucht, braucht gute Nerven und einen dicken Geldbeutel. Die Wohnungsknappheit führt in manchen Stadtteilen zu absurden Verhältnissen. Um freie Wohnungen bewerben sich oft hunderte Interessenten. Gespielt wird mit allen Tricks und pro Quadratmeter müssen Mieter durchschnittlich mehr als 15 Euro bezahlen. Manch Wunsiedler wird sich da verwundert die Augen reiben. Die durchschnittliche Nettokaltmiete in der Fichtelgebirgsstadt liegt bei gerade einmal vier bis fünf Euro. Und genau deshalb kehren immer mehr Menschen der Landeshauptstadt den Rücken und besinnen sich auf ihre Wurzeln und die Vorteile eines Lebens am oberen Ende des Freistaates.

Einer von ihnen ist Stefan Frank. Den heute 39-Jährigen Filmemacher hat es in den Neunzigern weggezogen, erst nach Amberg, kurz danach nach München. „Ich wollte einfach mal raus und in meinem Job war es der logische Schritt, nach München zu gehen. München hatte damals den besten Ruf in der Filmbranche." Zunächst hat der gebürtige Marktredwitzer im Westend gewohnt, „einem zu dieser Zeit verrufenen Viertel", dann in Schwabing und am Gärtnerplatz nahe dem Isarufer. „Als der letzte Metzger zumachen und einer Boutique Platz machen musste, sind wir wieder ins Westend zurückgegangen." Was Frank und seine Frau Claudia dort erlebt haben, nennt man im Fachjargon Gentrifizierung, die Verdrängung von Altmietern zugunsten zahlungskräftiger Nachmieter. Denn auch im Westend waren Luxussanierungen und Mietsteigerungen in vollem Gange. Aus dem „Glasscherbenviertel" wurde ein Szeneviertel. Tausend Euro warm musste Frank für die 83 Quadratmeter große Altbauwohnung hinlegen, „eigentlich verhältnismäßig günstig. Heute würde man sicherlich zwei- bis dreihundert Euro mehr bezahlen."

Vor vier Jahren machte sich Frank mit einer Kollegin selbständig und gründete in München den Lilo Filmverlag, über den er selbst produzierte Dokumentarfilme

vertreibt. „Die Filmlandschaft hat sich sehr verändert. München ist nicht mehr der Nabel der Filmwelt und ich bin örtlich sehr flexibel und kann letztendlich von überall aus arbeiten. Man kann in München gut leben, keine Frage. Aber irgendwann fragt man sich, ob es all das wert ist. Man kann kaum noch spontan mit mehreren Leuten irgendwo hingehen ohne zu reservieren. Alles ist voll." Auch die Infrastruktur stoße in der Innenstadt mittlerweile an ihre Grenzen. „Mein Büro lag von dem meiner Kollegin etwa vier bis fünf Kilometer entfernt. Nachts fährt man die Strecke in zehn Minuten, zu Stoßzeiten habe ich auch schon anderthalb Stunden gebraucht."

Home, sweet home

Stefan Frank und seine Frau Claudia haben einen achtjährigen Sohn und eine siebenjährige Tochter. Mit Kindern ändere sich die Sicht auf die Dinge, sagen sie. Und so wuchs der Gedanke, sich wieder Richtung Oberfranken zu orientieren. „Die Wurzeln haben sich gemeldet und wir wurden von der Sehnsucht nach der alten Heimat gepackt: die Landschaft, das Fichtelgebirge und die Nähe zu den Großeltern. Wir wollten, dass unsere Kinder hier in Wunsiedel zur Schule gehen." Die viel günstigeren Lebenshaltungskosten seien natürlich ein Faktor, „aber vor allem ist es die Zeit, die wir hier für uns haben, weil wir die langen Fahrzeiten einsparen." Claudia arbeitet seit der Rückkehr als technische Assistentin bei den Farbenwerken in Wunsiedel. Ihr Weg zur Arbeit beträgt 180 Meter. Im Stadtzentrum von Wunsiedel, direkt neben dem Koppetentor, hat sich die vierköpfige Familie ein Haus gekauft. „Wir sind heute steinreich", sagt Frank lachend und deutet auf den original Granitsteinboden im Garten. Sein Büro liegt auch nur ein paar Meter entfernt. Die Familie ist glücklich mit ihrer Entscheidung, und nicht mehr alleine: „Viele meiner Freunde sind den gleichen Schritt gegangen."

Luisenburg statt Affentheater

Auch Martin Hähnlein hat seine Zelte in München abgebrochen. „Zu eng, zu teuer, zu laut", sagt er. Er hatte keine Lust mehr auf das „Affentheater". In München gehe es nur noch um Luxus. Elf Jahre war der Friseurmeister als Angestellter beschäftigt. „Dann habe ich meinen eigenen Laden in der Nähe des Sendlinger Tors aufgemacht. Umzüge ins Westend und die Isarvorstadt folgen. „Ich war sehr erfolgreich" - vor ein paar Jahren wurde Hähnlein zu einem der zehn besten Friseure in Deutschland gewählt - „aber trotzdem war ich in einem Hamsterrad gefangen. Die ständig steigenden Kosten sitzen dir immer im Nacken. Ich hatte in den letzten 15 Jahren durchschnittlich eine 60-Stunden-Woche. Da bleibst du selbst auf der Strecke."

> Ich habe die Rückkehr keine Sekunde bereut und genieße die Ruhe und den Platz.

Hähnlein entscheidet sich, den Laden zu verkaufen und sucht im Fichtelgebirge nach einer Alternative. „Ich war einfach fertig mit München, die Stadt hat mich am Ende ausgespuckt." Ohne wirklichen Plan besucht er seinen ehemaligen Ausbilder Reiner Scheidler. Der betreibt in Wunsiedel in der Alten Ratsgasse einen wohl ziemlich ehrwürdigen Friseursalon. In den Achtzigern ist Hähnlein bei ihm in die Lehre gegangen. „Als ich wiederkam, wollte ich eigentlich erstmal vor mich hin heilen", sagt er. Aber dann kommt eins zum anderen. Der 62-jährige Scheidler, der den Salon mit seiner Frau Edith betreibt, will eigentlich in Ruhestand gehen, hat aber bis dato noch keinen Nachfolger gefunden. Hähnlein übernimmt den Laden kurzerhand und zieht nach fast 30 Jahren München und kurzen Zwischenstopps in Frankfurt, Berlin und Buenos Aires wieder nach Nagel, sein Heimatdorf mit 1.800 Einwohnern, ein Jahr später nach Wunsiedel. Seine Münchner Freunde verstehen die Welt nicht mehr. „Ich bin ein Stoderer", ein Stadtmensch, „und hätte diesen krassen Cut wahrscheinlich nicht machen können, wenn ich hier nicht meine Wurzeln hätte."

Trotz seiner vielen Stationen hatte Hähnlein den Kontakt zu seiner Familie nie abreißen lassen. Die regelmäßigen Besuche im Fichtelgebirge seien auch so eine Art Anker gewesen und Wunsiedel das gemachte Nest für ihn. Seine Eltern führten in Nagel lange ein Hotel, seine Schwester ist eine bekannte Bildhauerin. Der Name Hähnlein sei deshalb ein Begriff, „und das hilft mir. Man grüßt sich auf der Straße und ich habe total das Gefühl, gemocht zu werden. Das ist Elixier." Was ein bisschen pathetisch klingt, sieht man ihm an. Er scheint irgendwie zur Ruhe gekommen zu sein, wirkt sehr entspannt und zufrieden. „Ich habe die Rückkehr keine Sekunde bereut und genieße die Ruhe und den Platz, den ich hier habe. Ich bin nicht mehr am Puls, ich brauch das auch nicht mehr." Ab und zu plage ihn der Blues und er vermisse manchmal das Schrille. Das sei schon ein anderes Umfeld hier. „Aber vielleicht mache ich noch eine Bar auf."



Ist nach fast 30 Jahren in verschiedenen Großstädten wieder nach Wunsiedel zurückgekehrt.

Martin Hälmlein, Friseurmeister

Anzeige

IHK für Oberfranken Bayreuth

Bildung ist das A und O?

Falsch: Es ist das I, H und K.

Nehmen Sie uns beim Wort:

IHK – Die erste Adresse

www.bayreuth.ihk.de

Die Aktie Wunsiedel



Wunsiedel ist in der Gunst von Immobilienkäufern gestiegen, weil die Preise attraktiv sind, der Immobilienmarkt dem wirtschaftlichen Aufschwung folgt und die Stadt nicht tatenlos zusieht.
Es herrsche momentan ein bisschen Goldgräberstimmung, sagt der Hohenberger Immobilienmakler Andreas Übler. „Der Markt ist in Bewegung gekommen und wir merken, dass sich immer mehr Menschen aus anderen Teilen Deutschlands für unsere Region interessieren und hier Immobilien kaufen möchten." Andernorts sei der Markt abgegrast oder man müsse viel Geld mitbringen, sagt der 46-Jährige, der seit 25 Jahren im Geschäft ist. Die Auswahl im Fichtelgebirge hingegen ist riesig und Zinsen und Preise niedrig, letztere im Durchschnitt niedriger als an sonst einem Fleck in Deutschland. Das Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung in Bonn hat das herausgefunden. In der sogenannten Hauspreis-Einkommens-Relation bewertet das Bundesamt Immobilienangebote aus Tageszeitungen und Online-Portalen und stellt sie den Gehältern in den jeweiligen Regionen gegenüber. Demnach sind im Landkreis Wunsiedel durchschnittlich nur zweieinhalb Jahresgehälter für den Kauf einer Immobilie aufzubringen. Der bayerische Durchschnitt liegt bei 5,6 Jahresgehältern, der Bundesdurchschnitt bei 5,1.

„Das liegt auch am Angebot", sagt Übler, der aktuell rund 300 Immobilien im Bestand hat, vom ehemaligen Adelssitz, über die Fabrikantenvilla bis zum Haus am See. Im gesamten Landkreis stehen nach seiner Schätzung etwa 3.000 Immobilien zum Verkauf. Nur etwa die Hälfte sei seiner Meinung noch zu gebrauchen, „weil da halt auch viel Schund dabei ist, der weggerissen gehört". Aber eben auch viele Schmuckstücke. Das mache die Region für Immobilienkäufer interessant.

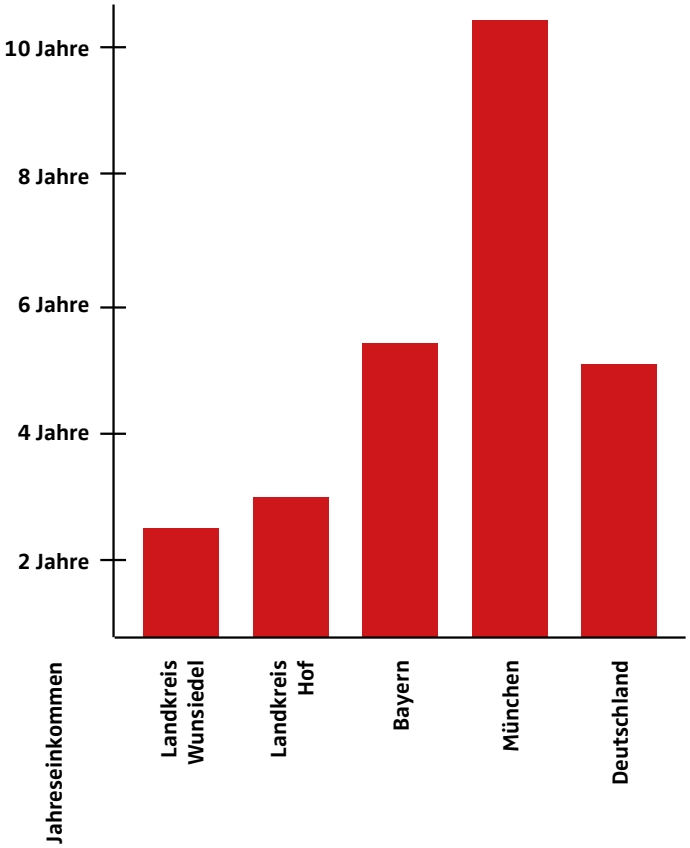
Das überdurchschnittlich große Angebot sei eine Folge der Strukturkrise der achtziger und neunziger Jahre. Damals sind viele jüngere weggezogen, und mit Ihnen die potentiellen Erben. Zurückgeblieben sind deren Elternhäuser, die 25 Jahre nach der Krise nun zum Verkauf stehen. Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis, sagt Übler. Und obwohl die Nachfrage wieder deutlich angezogen habe, „weil die Wirtschaft brummt und deshalb mittlerweile wieder deutlich mehr Menschen von außerhalb hierherziehen", gebe es eben immer noch ein Überangebot. Deshalb sind Häuser im Fichtelgebirge im Schnitt verhältnismäßig günstig zu bekommen.

Aber die Kommunen reagieren mittlerweile und reißen nicht mehr verwertbare Gebäude ab oder sanieren sie einfach selbst, wie zum Beispiel in Wunsiedel. Dort hat die städtische Immobiliengesellschaft eingegriffen und eine Reihe historischen Bauten im Zentrum gekauft und aufwendig saniert. Und das Interesse potentieller Mieter ist riesig. Die meisten Wohnungen seien bereits vor der Fertigstellung vergeben. „Der absolut richtige Weg", sagt Übler. „Das wird die Attraktivität weiter erhöhen." Er ist sich sicher: „Die Talsohle in der Region ist durchschritten. Wenn Wunsiedel eine Aktie wäre, ich würde sie jetzt kaufen." ■

Fazit & Fakten

Hauspreis-Einkommens-Relationen* im Vergleich

So viele Jahresgehälter müssen für den Kauf einer Immobilie im Schnitt aufgebraucht werden:



Anzeige

we are family

KARRIEREZIEL LAMILUX - BERUFSEINSTIEG AUF VIELEN WEGEN

Der erste Kontakt

LAMILUX ist auf zahlreichen Hochschulmessen und Unternehmerbörsen innerhalb und außerhalb Hochfrankens vertreten. Lernen Sie LAMILUX kennen.

Geschäftsführerin **Dr. Dorothee Strunz**: „Junge Menschen möchten wir frühzeitig mit unserer Firma und den individuellen beruflichen Möglichkeiten vertraut machen. Treten Sie mit uns früh in Kontakt, um gemeinsam Ihre Perspektiven und Ziele zu entwickeln. Und schreiben Sie mit uns die Erfolgsgeschichte von LAMILUX fort! Wir freuen uns auf Ihr Engagement, Ihre Ideen, Ihre Kreativität – und Ihre Tatkraft!“

PRAKTIKUM

» Ein großer Gewinn für mein Studium «

Was gibt es für einen Studenten besseres, als ein Praktikum, über das man „nur Positives“ berichten kann?

„Hilfsbereite Kollegen, ein positives Betriebsklima und die Möglichkeit, sehr viel zu lernen“, hat **Alexander Kropf** während seines Praktikums bei LAMILUX angetroffen. Vor dem Hintergrund seines Wirtschaftsrecht-Studiums an der Hochschule Hof mit den vertiefenden Bereichen „Steuern, Rechnungslegung“ und „Insolvenzrecht“ war der 24-Jährige bei LAMILUX in der Finanzbuchhaltung tätig. „Hier war ich täglich mit den verschiedensten steuerrechtlichen Themen befasst und konnte neues Wissen direkt aus der Praxis schöpfen. Für mein Studium ein echter Gewinn!“

WERKSTUDENT

» Die perfekten Einstiegsmöglichkeiten gefunden «

Die enge Verbindung aus Theorie und Praxis – die wohl beste Voraussetzung für den Berufseinstieg.

„LAMILUX hat mich in meinem gesamten beruflichen Werdegang immer hervorragend unterstützt und Perspektiven eröffnet.“ **Silvia Rietsch** ist ein „Kind“ des Unternehmens. Bereits ihre Ausbildung zur Industriekauffrau hat sie bei LAMILUX absolviert – und mit der Traumnote 1,0 abgeschlossen. Danach folgte ein BWL-Studium an der Hochschule Hof, in dessen gesamtem Verlauf die jetzt 27-Jährige als Werkstudentin für LAMILUX tätig war.
„Mein Einsatzbereich war und ist das Controlling. Dort bin ich von Anfang an fest in das Tagesgeschehen eingebunden gewesen, was mich hervorragend auf meine jetzige Tätigkeit im Unternehmen vorbereitet hat. Bei LAMILUX habe ich die perfekten Einstiegsmöglichkeiten in das Berufsleben gefunden.“





Die LAMILUX Gruppe

Mitarbeiter: 700
Produkte: Faserverstärkte Kunststoffe & Tageslichtsysteme
Märkte: Vertriebsstandorte in 40 Ländern auf 6 Kontinenten
Unternehmensart: familiengeführter Mittelstand
Personalphilosophie: „We are family“
Karriere: **www.lamilux.de/karriere**

ABSCHLUSSARBEIT

» Sofort mit eigenen Ideen eingebracht «

LAMILUX bietet Studenten die optimalen Bedingungen.

„Ich habe direkt im Unternehmen praxisgerechte Lösungen erarbeitet. Aus meiner Sicht sind dies die besten Voraussetzungen für den Einstieg in die Berufswelt.“ Der 21-jährige **Lukas Resch**, angehender Wirtschaftsingenieur mit der Spezialisierung „Logistik-IT / Maschinenbau“, ist begeistert davon, wie er sich bereits in seinem Praxissemester und bei seiner Abschlussarbeit sofort mit eigenen Ideen bei LAMILUX einbringen konnte. Das Thema seiner Abschlussarbeit: Die Optimierung des Material- und Informationsflusses in der Produktion. „Ich stand hier vor einer Aufgabenstellung, in die ich mich mit all meinen Fähigkeiten einbringen konnte.“

DIREKTEINSTIEG

»Teamplayer bei LAMILUX«

„Willkommen im Team“ - das ist bei LAMILUX wörtlich zu verstehen

„Wir sind hier alle Teamplayer, die auf der Basis flacher Hierarchien und kurzer Entscheidungswege harmonisch zusammenarbeiten“, sagt **Anna Kögler**. Nach Abschluss ihres BWL-Studiums mit den Schwerpunkten „Marketing / Personal“ ist ihr vor eineinhalb Jahren der Direkteinstieg als Assistentin der Geschäftsleitung gelungen. „In einem intensiven Gespräch mit der Geschäftsleitung haben wir konkret über meine Entwicklungsmöglichkeiten und Aufgaben bei LAMILUX gesprochen.“ Ob die Leitung spannender Projekte im Unternehmens- und Personalmarketing oder die Organisation hochkarätiger Veranstaltungen im Hochschulbereich: „Es ist alles so eingetreten, wie ich es mir bei der Bewerbung gewünscht habe.“ Dass sie allerdings einmal die Hauptdarstellerin eines Kinospots von LAMILUX sein werde, war damals noch nicht abzusehen. Anna Kögler: „Auch das war ein Riesenspaß.“





Schöne neue Arbeitswelt

Text: Vera Dorschner
Collage: Heidi Entner-Ruttmann



„Sabbatical“, „Flextime“, „Bring Your Own Device“ oder „Corporate Social Responsibility“ heißen die neuen Zauberwörter der Personalarbeit. Sie sollen die Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter steigern. Sind sie wirklich so neu und revolutionär?

Demographischer Wandel und Wertewandel

Die Ursache für die aktuelle Geschäftigkeit in den Personalabteilungen liegt primär in den Herausforderungen des demographischen Wandels: immer weniger Arbeitnehmer stehen dem Arbeitsmarkt mit ausreichender Qualifikation zur Verfügung. In spätestens 15 Jahren gehen die geburtenstarken Jahrgänge in den Ruhestand und die Nachfolgenden können auch bei wohlwollenden Hochrechnungen die zu füllende Lücke bei weitem nicht schließen. Die wenigen Jungen können ihren Bedürfnissen und Wünschen dadurch auf dem Arbeitsmarkt auch mehr Gewicht verleihen. Die sogenannte „Generation Y“, also der gut qualifizierte Teil der circa zwischen 1980 und 2000 Geborenen, stößt derzeit Veränderungen in den Unternehmen an, von denen auch ihre Eltern profitieren - und von denen sie insgeheim seit langem träumen.

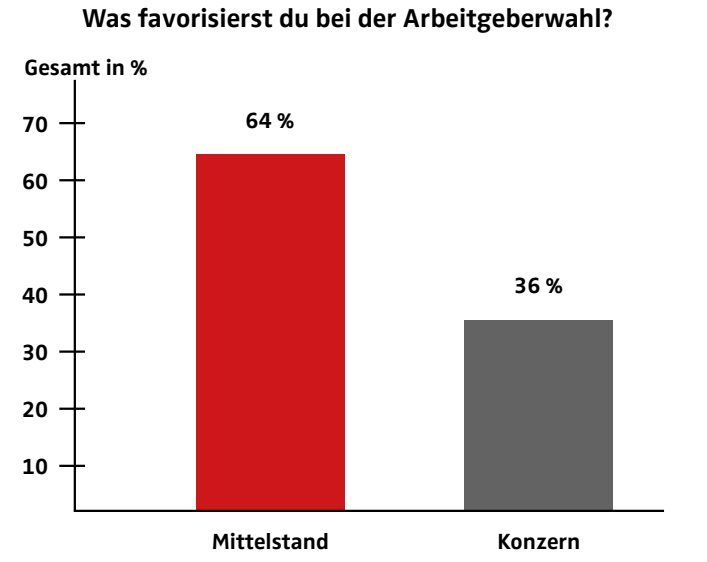
Seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges erlebte Deutschland Jahrzehnte des wirtschaftlichen Wachstums, in denen Wettbewerb und das Erreichen von Statussymbolen wichtige persönliche Werte darstellten. Heute gewinnt der Wunsch nach Sinnhaftigkeit, Selbstentfaltung und nach Vereinbarkeit von Arbeitsleistung und persönlichen Interessen im Arbeitsleben mehr und mehr an Bedeutung, insbesondere unter den jungen Mitarbeitern. Monetäre und sonstige sachliche Zusatzanreize büßen gleichzeitig ihre motivierende Funktion mehr und mehr ein.
Neben der Integration der jungen Arbeitskräfte in die Unternehmen besteht eine weitere aktuelle Aufgabe des Personalwesens darin, die Erfahrung, das Wissen und auch die besondere Leistungsfähigkeit älterer Arbeitnehmer länger und effektiver für die Unternehmen zu nutzen. Unter dem Schlagwort „Employability“, der Sicherstellung der (möglichst langen) Beschäftigungsfähigkeit, muss bereits jetzt beiden Themenstellungen auch unter Berücksichtigung der immer kürzer werdenden Halbwertszeit von Wissen Rechnung getragen werden.
Eine wertschätzende Grundatmosphäre und Führungskräfte, die ihrer Vorbildfunktion gerecht werden, sollten eigentlich die Regel sein: Mitarbeiter erwarten nicht erst in Zukunft verlässlich und an passender Stelle Feedback über gute oder auch schlechte Leistungen sowie einen Vorgesetzten, der Ziele nachvollziehbar erklärt, in einer vertrauensvollen Grundhaltung die Zielerreichung weitestgehend selber bestimmen lässt und den Beschäftigten den Rücken stärkt. Zahlreiche Studien belegen jedoch, dass großer Nachholbedarf zur Herstellung einer gesunden und produktiven Arbeitsatmosphäre und der Verbesserung der Führungsqualität besteht.
Besonders die junge Generation fordert überdies die Möglichkeit, aktiv auf das Unternehmensgeschehen einzuwirken: von frühester Kindheit an wurde sie an Familienentscheidungen beteiligt. Durch die Rückmelde- und Interaktionsmöglichkeiten des Web 2.0 wird dieses Verhalten noch verstärkt. Die entsprechende Erwartungshaltung wird nun auch in die Berufswelt übertragen.
Zu guter Letzt sind Arbeitgeber künftig gefordert, nicht nur für die eigenen Mitarbeiter, sondern auch darüber hinaus verantwortungsvoll und engagiert zu handeln, um so der Belegschaft Identifikationsmöglichkeiten, die über den eigentlichen Arbeitsinhalt hinausgehen, zu bieten.

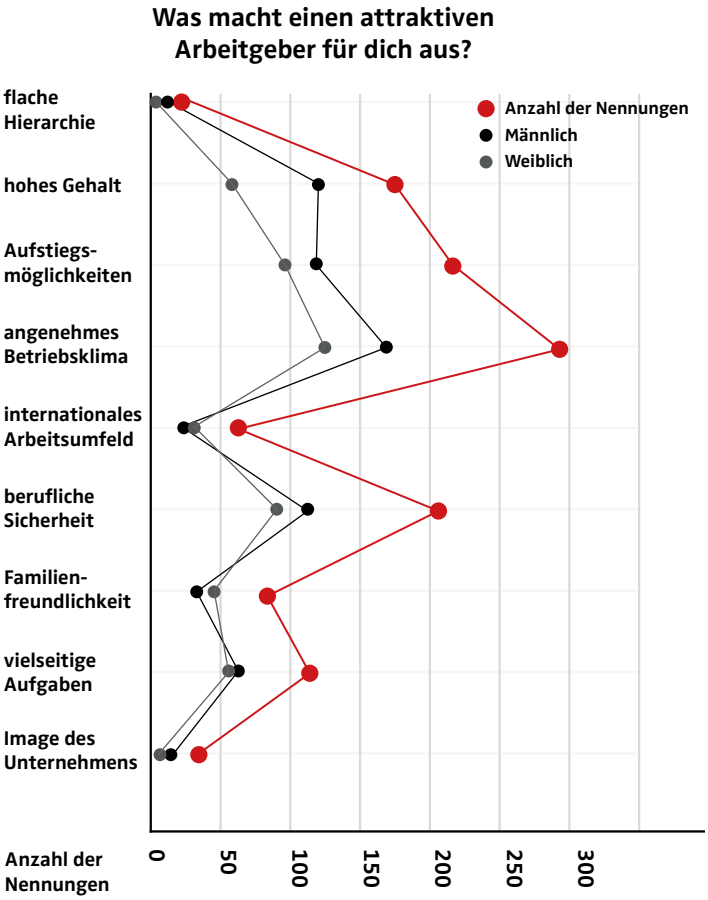
Verschiebung der Wertschöpfung im Zuge der Globalisierung und der Digitalisierung

Durch weitere Technologisierung und Automatisierung wird der Wandel weg von Industriearbeitsplätzen hin zu mehr Dienstleistungs- und Wissensarbeitsplätzen fortschreiten. Das wichtigste Gut für deutsche Unternehmen, um im globalen, immer schnelleren Wettbewerb zu bestehen, sind in zunehmendem Maße qualifizierte und motivierte Mitarbeiter: Menschen, die flexibel einsetzbar sind, sich gut auf die sich rasch ändernden Anforderungen einstellen können, ideenreich und kreativ an die Arbeit gehen und mit den eigenen Ressourcen gerade in einer beschleunigten Welt verantwortungsbewusst umgehen. Deshalb profitieren auch die Unternehmen davon, flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortmodelle bis hin zur Möglichkeit für eine längere Auszeit anzubieten.
Durch die rasch fortschreitende Digitalisierung ergeben sich bei den Arbeitsmethoden Chancen wie auch Risiken: technisch möglich und oftmals aus Effizienzgesichtspunkten durchaus auch sinnvoll sind die Möglichkeiten des mobilen Arbeitens und auch Lernens. Ein Umdenken vom bisherigen Gleichsetzen von Anwesenheitszeit am Arbeitsplatz und erbrachter Leistung kann an einigen Arbeitsplätzen die Produktivität sogar steigern. Der verspürte Druck ständiger Erreichbarkeit kann jedoch die Vorteile der flexiblen Arbeitseinteilung auch schnell ins Gegenteil verkehren und erfordert von beiden Seiten

Fazit & Fakten

Welche Erwartungen haben Studierende an ihren zukünftigen Arbeitgeber?





Pro Mittelstand, pro softe Faktoren. Wie eine Imagestudie der Hofer Consulting Group zeigt, denkt der akademische Nachwuchs um. Für die Untersuchung wurden 418 Studierende der Hochschule Hof befragt.

einen verantwortungsvollen Umgang mit den neuen Technologien.

Schneller, komplexer, vernetzter

Die Arbeitswelt von morgen wird noch schneller, komplexer und vernetzter als die heutige sein. Allerdings wird der Mensch als Individuum künftig stärker noch als bisher in den Fokus rücken (müssen!), um all diese Aufgaben auch dauerhaft bewältigen zu können. Führung wird eine noch größere Verantwortung in sich tragen, den Mitarbeitern nachhaltige Identifikationsmöglichkeiten mit der eigenen Arbeit zu bieten. Auch die Arbeitskräfte selber werden künftig mehr Sorge dafür tragen müssen, die eigene Beschäftigungsfähigkeit bis ins Alter zu erhalten.

All diese Herausforderungen beinhalten die Chance, die Unternehmen langfristig im Positiven zu verändern und damit auch das Innovationspotential und die Wettbewerbsfähigkeit aufrecht zu erhalten oder gar zu erhöhen. Die aktuellen Schlagworte sind im Grunde genommen bekannte Instrumente, die im Rahmen des Handlungsdrucks des demographischen Wandels und der Möglichkeiten der Digitalisierung neue Wertigkeit erfahren. Halbherzige Schnellschüsse bewirken allerdings gegenteilige Effekte und können auf lange Sicht die Reputation eines Arbeitgebers schädigen. Die notwendigen Änderungen in den Unternehmenskulturen bedürfen einer nachhaltig ausgerichteten Strategie, die mit voller Überzeugung und Energie der Unternehmensführer implementiert und auf lange Sicht etabliert werden muss.

Veränderungen als Chance für die Region?

Durch die mittelständisch geprägte Wirtschaft in Hochfranken hat die Region Hochfranken gute Voraussetzungen, eine Vorreiterrolle bei der Einführung wirklich innovativer Instrumente zur Gestaltung der Arbeitsbedingungen einzunehmen. Basis dafür ist, dass die Firmeneigner bereit sind, mutige neue Wege zu beschreiten. Internationale Projektarbeit, interdisziplinäre Forschung und Entwicklung, altersgemischte Teamarbeit und gelebtes Unternehmertum sind bereits jetzt vorhanden und haben großes Potential, weiter ausgebaut zu werden. Besonders inhabergeführte Unternehmen haben beste Chancen, ihren eigenen Charakter attraktiv und prägnant herauszuarbeiten und zu einer anziehenden Arbeitgebermarke zu werden. Der Standort Hochfranken steht für Stabilität und Sicherheit: es steht weniger das kurzfristig orientierte Shareholder-Value-Streben im Fokus, sondern langfristiges, berechenbares und nachhaltiges Wirtschaften. Mit seiner reizvollen Natur und Umgebung bietet Hochfranken auch hervorragende Möglichkeiten zur Entschleunigung. All dies sind Bedürfnisse, die in allen Altersgruppen weiter an Bedeutung gewinnen werden. ■



Ausbildung oder Duales Studium bei ALUKON!

- Während des Studiums Geld verdienen
- 13 Ausbildungsberufe zur Auswahl
- Mittelständisches Unternehmen
- Innerbetrieblicher Unterricht
- Gute Übernahmechancen
- Persönliche Betreuung

ALUKON SYSTEM

„Wir sind ALUKON" - hinter diesem Namen stehen über 400 Mitarbeiter, die Tag für Tag alles dafür tun, das unsere Kunden zufrieden sind. Unsere Produkte sind aus qualitativ hochwertigen Materialen – Made in Germany. Einen kleinen Einblick können Sie auf **www.alukon.com** gewinnen.

ALUKON KG ▪ Münchberger Str. 31 ▪ D-95176 Konradsreuth

Anzeige

BD|SENSORS
pressure measurement

DRUCK | FÜLLSTAND | SCHALTEN | AUSWERTEN | UNTERNEHMEN



KARRIERE MACHEN BEI BD|SENSORS!

PERSPEKTIVEN FÜR DIE ZUKUNFT! SIE SUCHEN HERAUSFORDERUNGEN IN EINEN DYNAMISCHEN, INNOVATIONS-STARKEN UNTERNEHMEN UND WOLLEN IHRE FÄHIGKEITEN UNTER BEWEIS STELLEN ?

Bei BD|SENSORS haben Sie vielfältige Möglichkeiten, sich und Ihr Können einzubringen. Ganz gleich, ob Sie Berufseinsteiger/-in, Schüler/-in oder Student/-in sind - bei uns finden Sie den richtigen Einstieg.

ARBEITEN IN DER BD|SENSORS GRUPPE

Hohe Maßstäbe gelten für den Firmengründer Rainer Denndörfer auch bei der Auswahl seiner Mitarbeiter. Ein engagiertes, motiviertes und natürlich qualifiziertes Team ist seiner Überzeugung nach der wichtigste Faktor, um nachhaltig als Unternehmen erfolgreich zu sein.

BD|SENSORS legt großen Wert darauf, dass sich die Mitarbeiter mit ihrer Firma identifizieren. Das geht von funktionaler und zugleich moderner, maßgeschneiderter Firmenkleidung bis hin zu gemeinsamen Veranstaltungen, wie beispielsweise das jährlich stattfindende Sommerfest, zu dem auch die Familien der Mitarbeiter eingeladen sind.

Flexible Arbeitszeiten und eine überdurchschnittliche Vergütung zählen ebenfalls zu den Leistungen von BD|SENSORS. Auch das BD|FORUM - eines der attraktivsten Firmenrestaurants Deutschlands - gehört zu diesem Konzept.

BD|SENSORS BIETET AM STANDORT THIERSTEIN FOLGENDE AUSBILDUNGSRICHTUNGEN AN:

- Elektroniker/-in für Geräte und Systeme
- Industriekaufmann/ -kauffau
- Duale Studiengänge

IHR DIREKTER KONTAKT ZU UNS:

Yvonne Kompas
Personalmanagement
Tel: 09235 / 9811-2020
E-Mail: personal@bdsensors.de

BD|SENSORS GmbH
BD-Sensors-Str. 1
95199 Thierstein

BD|SENSORS IN KÜRZE

BRANCHE:

Mess- / Steuer- und Regeltechnik
Sensorik

UMSATZ:

Firmengruppe:	26 Mio €
Standort Thierstein:	16 Mio €

MITARBEITER:

Firmengruppe:	250
Standort Thierstein:	85

STANDORTE:

Deutschland, Tschechien, Russland, China, Niederlande, Schweiz

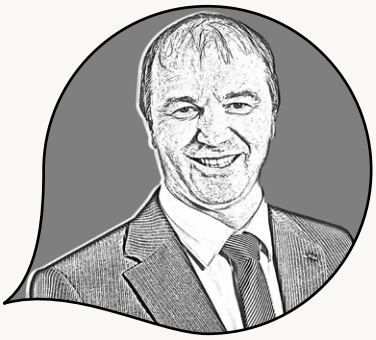
PRODUKTE:

- Drucksensoren
- Drucktransmitter
- Druckschalter
- Füllstandssonden
- Digitalmanometer
- Anzeige- und Auswertegeräte

Nachgefragt

Wie sehen hochfränkische Unternehmer die Diskussion um die aufstrebende Generation Y, die bereits in den Startlöchern steht um die Babyboomer abzulösen? Was bedeutet dieser Generationswechsel für die hiesigen Unternehmen und wie stellen sie sich darauf ein? Wie wird Arbeit in Zukunft definiert sein?

Wir haben Unternehmer nach ihren Erfahrungen und Erwartungen gefragt.



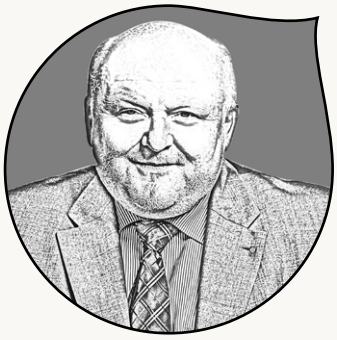
Axel Zuleeg (Kunststoff Helmbrechts AG): *Wir erleben die Generation Y in unserem Unternehmen in der Mehrzahl als sehr leistungsbereit und flexibel. Die jungen Mitarbeiter profitieren natürlich auch von den Entwicklungen der vergangenen Jahre unter dem Stichwort Globalisierung. Wer heute bei uns einsteigt, hat enorme Chancen, ins Ausland zu gehen, vielleicht eine neue Sprache zu lernen und sich so eine erfolgreiche Karriere aufzubauen.*



Klaus Braun (Alukon KG): *Die gut ausgebildeten, selbstbewussten und werteorientierten Mitarbeiter, welche die Generation Y auszeichnen, sind für uns mittelständische Unternehmen eine große Herausforderung. Sie wollen ganz bewusst Arbeit, Leben und Lebensqualität eng miteinander verbinden. Wir Unternehmer müssen allerdings die Grundlage für diese Lebensentwürfe bereitstellen; auch wenn wir akzeptieren müssen, neue Regeln der Kommunikation, Arbeitszeit und persönlichen Verfügbarkeit zu erarbeiten. Dieser spannende Prozess führt nach unseren Erfahrungen fast automatisch zu einer festeren gegenseitigen Bindung und einer höheren Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen.*

Wilhelm Puchta (ontec automation GmbH): *Wir begreifen den Eintritt der Generation Y in die Arbeitswelt nicht nur als Herausforderung, sondern vielmehr als Chance. Gewiss wird die Gewinnung neuer Fachkräfte durch die immer höheren Ansprüche der ohnehin immer weniger werdenden Berufseinsteiger erschwert. Diese Ansprüche sind jedoch nicht mehr nur monetärer Natur, was zum Vorteil für mittelständische Unternehmen ist. Als inhabergeführtes Unternehmen mit flachen Hierarchien können wir der Generation Y die gewünschte Flexibilität und aktive Mitgestaltung im Unternehmen bieten. In Zukunft bedeutet Arbeit ständige Anpassung an neue Gegebenheiten. Hierfür müssen die Mitarbeiter entsprechend qualifiziert werden.*





Werner Kropf (Prozesstechnik Kropf): *Wir sind gut vorbereitet auf die Generation Y. Seit einigen Jahren sind die damit verbundenen Schlagworte in unserem Unternehmen gelebte Realität. Bei einem hohen Grad an Flexibilität sind wir den Herausforderungen unseres hochtechnisierten Marktes nur dann gewachsen, wenn wir die Bedürfnisse der heranwachsenden Generation ernst nehmen und effizient umsetzen. Bei meinen häufigen Reisen in die östlichen mitteleuropäischen Länder Tschechien, Slowakei und Ungarn stelle ich fest, dass dort junge Leute seit eh und je die Familie mehr in den Vordergrund stellen, als dies bei uns der Fall ist. Gleichzeitig wird der Job dort aufgrund der vielfältigen Möglichkeiten der Vernetzung auch als familiärer Aspekt gesehen und sehr flexibel umgesetzt. Wir können und werden daraus lernen.*

Anzeige

SCHWARZ
ELEKTROMOTOREN

Die Zukunft

Ihr

Alles rund um den Elektromotor

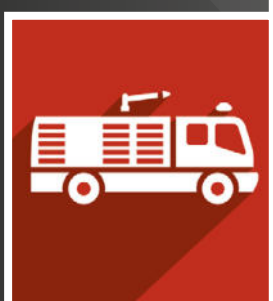
Was ist ein Flurförderzeug? Ein Miniroboter, der bei uns im Flur aufräumt? Wozu brauchen Windräder Elektromotoren – werden die nicht vom Wind gedreht? Und wofür braucht man eine Wasserkühlung für die Elektronik – die darf doch nicht nass werden? Antworten auf diese und viele weitere Fragen findet man bei der Firma Schwarz Elektromotoren GmbH in Rehau.

Der Elektromotorenhersteller zählt zu den Großen der Branche und liefert seine weit über 1.000 Motorentypen in alle Welt. Zu den Abnehmern gehören zum Beispiel Windkraftanlagenbauer. Allein in China verstellen die Elektromotoren von Schwarz die Rotorblätter in 20.000 Windrädern. Einige davon haben schon den Strom für das Olympische Dorf in Peking produziert. Aber auch fast in der gesamten EU, in Afrika, Brasilien und den USA messen die Elektromotoren von Schwarz die Umdrehungsgeschwindigkeit von Windrädern und drehen bei Bedarf die Rotorblätter aus dem Wind.

Auch in Produkten mit mehr Bodenhaftung erfreuen sich die E-Motoren von Schwarz immer größerer Beliebtheit: So kommen sie in Förderfahrzeugen wie Zugmaschinen und Elektroloks zum Einsatz, zum Beispiel in Südafrika oder Shanghai. Und in Flurförderzeugen. Das sind Arbeitsfahrzeuge, die auf ebenen Flächen (Fluren) gebraucht werden, also Gabelstapler oder Lastenfahrzeuge. Die E-Motoren treiben diese Fahrzeuge nicht nur an, auch zum Heben von Lasten braucht man sie und als Lenkantriebe in Planetengetrieben. Schwarz Elektromotoren werden auch in Booten und Ausflugsschiffen verbaut. Und in Feuerwehrfahrzeugen.

Bei einem Gang durch die drei großen Werkshallen mit insg. 4.500 m² Fläche trifft man auf komplexe Anlagen und Maschinen. „Durch unsere Mischung aus CNC-Maschinenfertigung und Handarbeit können wir Kundenwünsche von Stückzahl eins bis zur Serie von tausenden Motoren bedienen“, erläutert Geschäftsführer Markus Schwarz. „Zumal wir jeden Motor selbst entwickeln und konstruieren, und fast alle Fertigungsschritte unter unserem Dach stattfinden.“ Dabei waren die Anfänge des Unternehmens 1999 eher bescheiden. „Wir mussten damals alles auf 75 m² unterbringen – Lager, Maschinen, Entwicklung. Meine Berechnungen machte ich in einem Verschlag auf dem Dachboden. Eine Bestellung über einige hundert Motoren war eine riesige logistische Herausforderung“, berichtet der Diplomingenieur. Heute kaum noch vorstellbar, wenn man den inzwischen 50 Mitarbeitern bei den vielen komplizierten Arbeitsgängen zuschaut, die zum Bau der









in Bewegung

Elektromotor ist unser Antrieb

Motoren nötig sind. Einschließlich Prüfstände und Lackiererei.

Was es mit der wassergekühlten Elektronik auf sich hat? Das Unternehmen stellt Elektromotoren für über 30 Autotypen her, und zwar auf Wunsch als komplette Umbausätze, bei denen das Getriebe samt Schalten erhalten bleibt. Dabei kommen unterschiedliche Kühlkonzepte zum Einsatz: Luftkühlung, Fremdbelüftung und eben die Wasserkühlung für den Motor und die hitzeempfindliche Elektronik.











SCHWARZ
ELEKTROMOTOREN GmbH

Rudolf-Strunz-Straße 3
95111 Rehau

Tel: 09283 59106-0
Fax: 09283 59106-11

info@schwarz-elektromotoren.de
www.schwarz-elektromotoren.de


VERNETZT
EUCH

Vernetzt euch!

„Wir sind nicht nur die gemeinsame Regionalmarketingagentur der Landkreise Hof und Wunsiedel im Fichtelgebirge sowie der kreisfreien Stadt Hof, sondern auch DAS Netzwerk für Unternehmer, Gründer, Arbeitnehmer und Studenten, die anpacken, neue Ideen entwickeln und in der Region etwas bewegen.

Machen Sie mit und werden Sie Mitglied!

Nutzen Sie unsere Angebote, Unternehmen, Institutionen und echte Macher kennenzulernen und knüpfen Sie Ihr Netzwerk!“

hochfranken

www.hochfranken.org

Von der Nichtexistenz der hochfränkischen Provinz

Wo, wenn nicht hier?

Text: Maria Brömel & Jacqueline Burak
Collage: Heidi Entner-Ruttmann



Öde Kleinstädte, engstirnige Menschen, hochgeklappte Gehsteige, Tristesse - das ist Provinz. Wer sie in Hochfranken sucht, findet allerdings ziemlich Unprovinzielles. Drei Beispiele.

Schwarzenbach an der Saale. 27 Ortsteile zwischen Frankenwald und Fichtelgebirge, gut 7.000 Einwohner, eine Kleinstadt eben. Jedoch eine bemerkenswerte, denn sie ist nicht nur Sitz eines Textilgiganten [1] und das Mekka der Donaldisten[2], sondern auch ein Ort mit vielen kreativen Köpfen.



Foto: Blackriver GmbH

„Wenn ich noch mal eine Internetfirma gründen würde, dann auf jeden Fall wieder hier."

Martin Ehrenberger

Martin Ehrenberger ist einer davon. Er ist Geschäftsführer von Blackriver[3] – einer bekannten Größe in der Skater-Szene. Das Unternehmen vertreibt seit sechzehn Jahren von Schwarzenbach an der Saale aus handproduzierte Fingerboards – Miniaturskateboards, die mit Zeige- und Mittelfinger gefahren werden. In Schwarzenbach sitzen Produktion, Verwaltung und Vertrieb des Funsport-Ausrüsters. „Wir stellen hier Boards, Achsen und Holzrampen her", sagt Ehrenberger, „dazu kommt ihre Veredelung."

Dass ein so szene-affines Unternehmen wie Blackriver in einer hochfränkischen Kleinstadt zu Hause ist, findet Martin Ehrenberger gar nicht seltsam. Er sieht nicht die Provinz; er sieht Vorteile. Dass jeder jeden kennt zum Beispiel. Unternehmer müssten sich nicht erst jahrelang ein Netzwerk aufbauen. „Ich bin hier handlungsfähiger", auch dank der kurzen Wege. „In zehn Minuten bin ich bei meinem Holzlieferanten oder Metallgeschäft. In Berlin bräuchte ich dafür schon mal den ganzen Nachmittag."

Ehrenberger weiß, wovon er spricht. In Berlin hat er nicht nur gelebt, Blackriver führt auch einen Laden in der Hauptstadt. „Er ist unser Außenthermometer." Über ihn sondiert Blackriver, wie die Kunden ticken, was sie wollen. Ein Umzug nach Berlin komme trotzdem nicht in Frage. Warum auch – der Hauptvertrieb der Blackriver-Produkte passiert über das Internet. „Deshalb ist es für unsere Kunden egal, wo wir unsere Base haben. Wenn ich noch mal eine Internetfirma gründen würde, dann auf jeden Fall wieder hier."

Hochfranken bedeutet für Martin Ehrenberger Freiheit. Die Möglichkeit, Ideen zu entwickeln, und zwar in Ruhe. Als Blackriver-Geschäftsführer ist er seit Jahren viel in Großstädten unterwegs. „Wenn ich wieder in Schwarzenbach ankomme, fällt eine Last von mir ab", sagt er. Der Trubel der Metropolen kann auf Dauer sehr anstrengend sein.

Etwa sechzig Männer und Frauen repräsentieren Blackriver in der Öffentlichkeit. Sie sind Teamfahrer und zeigen überall auf der Welt, was Fingerboarding auf höchstem Niveau ist. Wenn sie Martin Ehrenberger in Schwarzenbach besuchen, wollen die meisten gar nicht mehr weg. „Die bekommen einen Naturflash." Die Leute, die aus ganz Deutschland zu Fingerboarding- oder Skateboard-Events anreisen, seien überrascht, was im Outback alles passiert, sagt Ehrenberger. „Mir haben schon ein paar gesagt, dass sie so eine Party wie hier noch nicht mal in Berlin erlebt haben."

1) Vliesstoffe der Sandler AG, eines der größten deutschen Textilunternehmen, stecken unter anderem in Windeln, Auto- und Flugzeugsitzen, Staubsaugerbeuteln oder Möbelpolstern.

2) Das Erika-Fuchs-Haus würdigt die Grande Dame der Comic-Übersetzung, die lange in Schwarzenbach an der Saale lebte. Sie hat Donald Duck Deutsch beigebracht. Stöhn! Ächz! Kreisch!

3) www.blackriver-ramps.com

Hof ist eine Industriestadt, der die Grenznähe und der Niedergang der Textilindustrie zugesetzt haben. Hof ist aber auch eine stolze Stadt mit dem schönsten Park[4] und dem wichtigsten Nachwuchs-Filmfestival Deutschlands[5], dem ältesten und skurrilsten Handwerkerfest[6] der Welt und den besten Würsten des Universums[7]. In Hof zu leben kann richtig Spaß machen, in Hof Unternehmer zu sein, auch.

Ulrich Zapf hat in Hamburg und München gelebt, in London, Madrid, Boston und Caracas. Dann hat ihn das Familienunternehmen zurück nach Hof, in die Heimat gebracht. Ulrich Zapf ist Geschäftsführer von Zapf Rohre + Hülsen[8] in Hof. Die Rückkehr haben manche seiner Kollegen nicht verstanden, Zapf aber hat die Chancen gesehen, beruflich wie privat. „Der Umgang hier ist familiärer", sagt er. „Man fühlt sich aufgehoben. Der zeitliche und nervliche Aufwand ist geringer." Gleichzeitig sei man nicht aus der Welt. Nürnberg, München und Berlin sind nah genug, um schnell dort zu sein und fern genug, um als Unternehmen in Hof von bezahlbaren Arbeitsplätzen und niedrigen Mieten und Grundstückspreisen zu profitieren. „Als Unternehmer ist man im Umkreis auch bekannt", sagt Zapf. Entscheidungen würden schneller getroffen, Verhandlungen mit Ämtern seien persönlicher, an der Politik sei man näher dran. „Ich bin auch in der Industrie- und Handelskammer tätig", sagt Zapf. „Das wäre in den Metropolen nicht möglich oder nicht so schnell."

Zapfs Freunde aus der Stadt beneiden ihn heute um die hochfränkische Lebensqualität. „Ich höre oft: Wie klasse habt ihr's hier!" In den Metropolen kann sich kaum einer ein Einfamilien- oder Reihenhaus leisten. „Die Landschaft ist auch ein großes Thema." Dazu kommen ganz simple Dinge: Wenn Zapf mit seiner Familie essen geht, ob mit Kind oder Hund, ist das richtige Restaurant schnell gefunden, eine Reservierung meist unnötig. In Großstädten ist das anders.

„Klar, als junger Mensch will man erst mal weg", sagt Zapf. Man will am Puls der Zeit sein, mitten in der Stadt. „Aber dann geht man doch immer in die gleichen Bars. Am Ende ist es egal, ob man hundert zur Auswahl hat oder zehn".

Helmbrechts. Die Stadt hat achteinhalbtausend Einwohner, ein paar Kreisverkehre, einen dominanten Kirchturm, einen Endbahnhof. Eine Kleinstadt, die düpiert, wenn man sie für provinziell halten möchte. In Helmbrechts sitzen innovative Textil- und Kunststoffunternehmen[9] , jeden Herbst kommen erstklassiges Kabarett, Jazz, Blues und Tango in die Stadt, im Textilmuseum wird am längsten Schal der Welt gewebt, fast vier Kilometer ist er schon lang[10]. Helmbrechts hat durchaus ein Herz für Ideen.

Mitten in der Stadt steht die Villa Weiss, Baujahr 1860, erbaut von Carl F. Weiss, einem Helmbrechtser Fabrikanten. Hier soll diesen Herbst neues Leben einkehren: Daniela Haslberger hat die Villa gekauft, um sie aus dem Dornröschenschlaf zu wecken und in ein Zentrum für Musik zu verwandeln. Haslberger betreibt mit ihrem Mann zwei Hotels in Niederbayern und kam durch Zufall nach Helmbrechts. „Ich habe guten Kontakt zu Thomas Dobmeier, der hier seit Jahren seine Gesangstechnik in Masterclasses unterrichtet. Er hat mir erzählt, dass er ein Haus für seine Gesangsakademie gefunden habe, das aber für die Akademie allein zu groß wäre." Haslberger kam zum Besichtigen und war begeistert. „Das Haus hat mich gefunden", sagt sie. „Mir war sofort klar: Die Villa muss mit Leben und Musik gefüllt werden."



„Ich höre oft: Wie klasse habt ihr's hier!"

Ulrich Zapf



„Jeder will am Aufschwung mitarbeiten, hat den Willen erfolgreich zu sein, sich gegen Vorurteile durchzusetzen und Neues zu schaffen."

Daniela Haslberger

Haslberger und Dobmeier entwickelten gemeinsam das Konzept „Musizieren – Verweilen – Ankommen[11]" . Die Villa Weiss soll als Seminarhaus für Musiker geöffnet werden – mit den drei Säulen musikalische Weiterbildung, Hotel mit historischem Ambiente und Akademie für Gesang, in der Thomas Dobmeier lehrt. Zwischen Stuck und historischem Parkett sollen Musiker sich wohlfühlen und ganz auf ihr kreatives Schaffen konzentrieren können. „Für sie ist es wichtig, das Erlernte des Tages am Abend ungestört Revue passieren zu lassen. Das kann in dem verwunschenen Garten oder bei einem Glas Tee oder Wein am Kamin im Gespräch mit den anderen Musikern geschehen", sagt Haslberger. Lernen und Entspannen verbänden sich in Helmbrechts ideal.

Haslberger hofft in Hochfranken auf Synergien: „Die Musik ist von Bayreuth bis nach Hof bereits gut vertreten und etabliert." Das Kulturangebot sei ehrlich und niveauvoll, noch nicht „verwässert" wie in den Großstädten. In München habe man „an jeder Straßenecke eine Vergleichbarkeit", sagt Haslberger. Die Menschen dort seien vom Kulturangebot übersättigt, ein Event jage das andere. Der Alltag sei hektischer, der Stress stärker.

Hier sei das Leben einfacher, ruhiger. „Die Leute sind sehr nett und es herrscht eine herzliche Atmosphäre", sagt Haslberger. Sie spürt hochfränkischen Optimismus: „Jeder will am Aufschwung mitarbeiten, hat den Willen erfolgreich zu sein, sich gegen Vorurteile durchzusetzen und Neues zu schaffen."

Drei Beispiele, die zeigen: Provinz ist kein geografischer Ort, sie ist eine Einstellung, eine Denkweise. Kleinkarierte Leute gibt es natürlich auch in Hochfranken, ebenso wie in New York, in Hamburg und Berlin. Ob man engstirnig oder aufgeschlossen denkt, ob man kleinbürgerlich oder weltoffen lebt, das wird nicht von Äußerem bestimmt, es ist eine persönliche Entscheidung.

Martin Ehrenberger, Ulrich Zapf und Daniela Haslberger entschuldigen sich nicht dafür, in Schwarzenbach an der Saale, in Hof und in Helmbrechts zu sein. Sie sind keine Menschen, die sich für zweitbeste Lösungen entscheiden. Jeder von ihnen ist genau an dem Ort, an dem aus seinen Ideen etwas Großes wurde. Wo, wenn nicht hier.

4) Der Theresienstein wurde 2003 als „Schönster Park Deutschlands" ausgezeichnet. Er ist es bis heute.
5) Die Hofer Filmtage unter der Leitung von Heinz Badewitz sind das bedeutendste Festival für den Deutschen Nachwuchsfilm. Gute Filme, volle Kinos, übernächtigtes Publikum, legendäre Partys und ein traditionelles Fußballspiel gehören zu den unverzichtbaren Ingredienzien. Kein Mensch vermisst in Hof den roten Teppich, auch die Stars nicht.
6) Der Hofer Schlappentag wird seit 1432 alljährlich am Montag nach Trinitatis gefeiert. Die Handwerker kommen in Schlappen. Getrunken wird das eigens für diesen Tag gebraute Schlappenbier, ein gefährlicher Stoff.
7) Das ist eine Behauptung. Wer die original Hofer Rindfleischwurst, die laut EU-Verordnung nur in Stadt und Landkreis Hof hergestellt werden darf, die Hofer Bratwürste oder die heißen Wiener, die es beim Hofer Wärschtlamo frisch aus dem Kessel und mit viel Senf gibt, kennt, weiß aber, dass sie stimmt.
8) www.zapfnet.de
9) Im 19. Jahrhundert war Helmbrechts wegen der Vielzahl seiner Textilbetriebe bekannt als der „Kleiderschrank der Welt". Neben den textilen Fertigungs- und Ausrüstungsbetrieben findet man hier heute viele Unternehmen der metall- und kunststoffverarbeitenden Industrie. Helmbrechts zählt zu den wirtschaftlich stärksten Kommunen in Hochfranken.
10) Fast 20.000 Leute haben an dem Superlativ schon mitgewebt. Und der Schal wächst weiter, mitmachen darf jeder.
11) www.villa-weiss.de

Anzeige

HOF IN BAYERN
GANZ OBEN

Erfolg durch Kompetenz, Nachhaltigkeit und Vernetzung

WASSER



UMWELT



ENERGIE



Fotos: Fotolia

Gekommen, um zu bleiben.

Immer mehr junge Akademiker können sich vorstellen, in Hochfranken Karriere zu machen. Das zeigt eine repräsentative Studie der Hofer Consulting Group (HCG) im Auftrag der Wirtschaftsregion Hochfranken. Für die Studie wurden 418 Studenten der Hochschule Hof befragt. Mehr als die Hälfte von ihnen fasst Hochfranken als Karriereziel ins Auge.

Könntest du dir nach dem Abschluss an der Hochschule Hof vorstellen, bei einem Unternehmen aus der Region Hochfranken tätig zu sein? – So lautete die zentrale Frage an die Studenten aller drei Hofer Fakultäten, angehende Informatiker, Ingenieure und Wirtschaftswissenschaftler. Die Mehrheit von ihnen, satte 56 Prozent, antwortete darauf mit ja. Die Region hat bei angehenden Akademikern offenbar ein sehr gutes Image. Und sie baut es aus: Vor sieben Jahren hatte nur ein Viertel der Studenten erwogen, beruflich in Hochfranken zu ankern.

Die Studie der Hofer Consulting Group bringt noch weitere interessante Ergebnisse: Von den Studenten im ersten und zweiten Semester können sich 51 Prozent eine berufliche Zukunft in Hochfranken vorstellen, von den Studenten im fünften, sechsten und siebten Semester sind es 61 Prozent. Das heißt, die Region ist bereits für Studienanfänger ein beruflich vielversprechender Ort und sie wird im Laufe des Studiums in Hof noch attraktiver.

Insbesondere angehende Ingenieure zielen auf eine berufliche Laufbahn in Hochfranken: 67 Prozent der Angehörigen der ingenieurwissenschaftlichen Fakultät sagten, sie könnten sich eine berufliche Laufbahn in Hochfranken vorstellen. 64 Prozent der Ingenieure nennen die Karrierechancen in Hochfranken gut oder sehr gut. Bei den Informatikern sind es 47 Prozent, die diese Bestnoten vergeben, bei den Wirtschaftswissenschaftlern 46 Prozent. Die Kennwerte spiegeln die hochfränkische Branchenstruktur wider, in der Ingenieure am meisten gesucht werden.

Aufschlussreich ist die Aufsplittung der Studienergebnisse nach der Herkunft der Befragen: Von den Studenten, die aus der Region stammen, können sich 79 Prozent vorstellen, hier zu bleiben. Von denen, die anderswo herstammen, sind es immerhin 38 Prozent. Das immer wieder herbeigeredete Klischee der gut ausgebildeten Jungen, die nichts als weg wollen, ist offenbar genau das: Nur ein Klischee.
Für Unternehmen, die Hofer Absolventen rekrutieren wollen, hat die Studie darüber hinaus wissenswerte Aspekte:

Erstens: Die Top-3-Faktoren, die einen Arbeitgeber für die Studenten attraktiv machen, sind ein angenehmes Betriebsklima, gute Aufstiegsmöglichkeiten und berufliche Sicherheit. Faktoren wie hohes Gehalt und Familienfreundlichkeit folgen im Ranking erst dahinter. Die Faktoren Image des Unternehmens und flache Hierarchien wurden nicht einmal halb so oft genannt wie die Top 3.

Zweitens: Die Hofer Studenten wissen nicht nur, wie verlockend eine berufliche Zukunft in Hochfranken ist. Sie wissen auch, wer die Chancen bietet:

Als bekannteste hochfränkische Unternehmen nennen die Studenten (in dieser Reihenfolge): Rehau AG, Lamilux, Gealan, Sandler AG, Netzsch, WILO, Scherdel, Viessmann, RAPA. ■

Anzeige

sandler

ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN

Vielen jungen Menschen in der Region Hochfranken wird der Firmenname "Sandler AG" ein Begriff sein. Sie wissen möglicherweise auch, dass Sandler ein Vliesstoffhersteller mit Sitz in Schwarzenbach ist. Aber haben sie auch eine Vorstellung davon, was Sandler als Arbeitgeber ausmacht und welche Einstiegschancen das Unternehmen engagierten Nachwuchstalenten bietet?

Direkteinstieg für Akademiker.

Gerade das Masterstudium absolviert, schon Mitarbeiterin bei der Sandler AG. Julia Ingrisch ist eine frisch gebackene Hochschulabsolventin, die im vergangenen November direkt nach dem Studium ihren Weg ins Unternehmen gefunden hat. Das BWL-Studium hat sie vor einigen Jahren aus Unterfranken in die Stadt Hof gezogen. Damals war es der Notenschnitt, der sie her geführt hatte. Doch ihr ist dieses Fleckchen Erde immer mehr ans Herz gewachsen. So hat es Julia auch nach ihrem Masterabschluss in Bamberg wieder nach Hof geführt, da Sandler als familiengeführtes, mittelständisches Unternehmen die Chance auf einen klasse Karriereeinstieg im Bereich Marketing geboten hat. Ein kleines internes Traineeprogramm erleichterte ihr die ersten Wochen. Egal ob Produktion, Vertrieb oder Entwicklung, nach kurzer Zeit erfuhr sie sehr viel über das Unternehmen und lernte es von Grund auf kennen, was für ihre spätere Arbeit großen Wert hatte. Julia wurde ein vollwertiges Mitglied eines engagierten Teams und hat spannende und vielseitige Aufgaben bekommen, die sie und ihre Kompetenzen fordern und fördern.

Abschlussarbeit öffnet Türen.

Der Studienabschluss naht, doch die Wahl der Abschlussarbeit erweist sich als schwierig. Auch dafür bietet Sandler eine passende Lösung: Praxisorientierte Themen. Auf diese Weise entstehen Abschlussarbeiten, die sowohl dem Studierenden, als auch dem Unternehmen zum Erfolg verhelfen. Gleichzeitig erhält man durch die Zusammenarbeit einen Einblick in das Berufsleben. Sandler bietet eine umfassende Betreuung durch Fachexperten und begleitet auf dem Weg zum erfolgreichen Studienabschluss.

Qual der Wahl: Studium oder Ausbildung.

Alle Nachwuchstalente, die sich nicht zwischen Ausbildung und Studium entscheiden möchten, unterstützt Sandler mit einem dualen Studium. An der Hochschule Hof kann zwischen den dualen Studiengänge Innovative Textilien, Betriebswirtschaft, Wirtschaftsingenieurwesen, Maschinenbau und Wirtschaftsinformatik gewählt werden. So erhält man die Chance, gleichzeitig einen Studienabschluss und einen IHK-Abschluss in einem anerkannten Ausbildungsberuf zu erwerben.



Ausbildung.

Sandler bietet Schulabgängern spannende und interessante Ausbildungsberufe im kaufmännischen und technischen Bereich. Der Nachwuchs wird von 60 Ausbildern individuell betreut und gezielt auf Abschlussprüfungen und das spätere Berufsleben vorbereitet. Dabei steht die langfristige Bindung im Vordergrund. Über 95% der Auszubildenden werden in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen. Nach erfolgreichem Ausbildungsende ist aber lange nicht Schluss. Mit verschiedenen Weiterbildungsangeboten stehen alle Wege offen.

Karrierestart durch Praktikum.

Der Direkteinstieg, eine Ausbildung, das duale Studium oder eine Abschlussarbeit sind allerdings nicht die einzigen Möglichkeiten in das Familienunternehmen Sandler einzusteigen. Für Studenten werden Praktika und Werkstudententätigkeiten angeboten, um der grauen Theorie zu entkommen. Auch Schüler bekommen regelmäßig die Gelegenheit, ein Schnupperpraktikum zu machen, um so frühzeitig einen Einblick in einen Ausbildungsberuf und das Unternehmen zu erlangen. Im Rahmen der Bildungsinitiative Campus of Excellence bietet Sandler als Premiumpartner Schülern aus regionalen Mittelschulen Praktika und Workshops an. Bei dem Förderprogramm werden die Jugendlichen von Mentoren begleitet und gefördert. So hat auch die Schülerin Hanna Fornoff von der Mittelschule Rehau im vergangenen Jahr die Chance erhalten, über ein Praktikum im Labor erste Erfahrungen im Berufsleben zu sammeln. Ihr Engagement im Praktikum und ihre Abschlusspräsentation haben die Bereichsleiterin Personal/Organisation Bärbl Sandler überzeugt und damit die Chance auf einen Ausbildungsplatz eröffnet. Hanna wird nun ihre Ausbildung als Textillaborantin im September beginnen.

Ein Unternehmen mit Verantwortung.

Durch die Familien Sandler geführt und geprägt, von den MitarbeiternInnen getragen. Seit 135 Jahren global aktiv und doch regional verwurzelt. Ein 650-köpfiges Team aus langjährigen Mitarbeitern und jungen Nachwuchskräften vereint Erfahrung und Fachkompetenz mit frischen Ideen. 2014 wurde die Sandler AG für ihre erfolgreiche Geschäftsentwicklung in den vergangenen fünf Jahren, kontinuierliche Umsatzsteigerungen, stetiges Mitarbeiterwachstum und positive Ausrichtung für zukünftige Entwicklungen mit der Auszeichnung „Bayerns Best 50" ausgezeichnet.

Kontakt.

Sandler AG
Lamitzmühle 1
95126 Schwarzenbach
Telefon: 09284 60-0
E-Mail: personal@sandler.de
https://bewerbung.sandler.de
www.sandler.de



KARRIEREZIEL - wir stehen dahinter



Jörg Raithel
Projektleitung, Konzept & Redaktion



Sabrina Kaestner
Stellv. Projektleitung & Redaktion

Götz Gemeinhardt
Redaktion & Fotograf

Carolin Roth
Anzeigen











Vera Dorschner
Redaktion

Jacqueline Burak
Redaktion

Heidi Entner-Ruttmann
Illustrationen & Layout

Markus Schröder
Strategie & Konzept



Florian Wachter
Fotograf

Martin Geyer
Fotograf











Manfred Jahreiss
Fotograf

Maria Brömel
Redaktion

Michael Ertel
Redaktion

Nexans

Verbindungstechnik & Energiekabelgarnituren

Der Ausbau moderner Stromnetze, die Schaffung intelligenter Steuermechanismen sowie die Einbindung erneuerbarer Energiequellen werden die Nexans Power Accessories Germany GmbH auch in Zukunft beschäftigen. Als mittelständisch geprägtes Unternehmen sind wir als Know-How-Träger im Bereich der Garniturentechnik in den französischen Nexans Konzern eingebunden. Mit über 26.000 Mitarbeitern ist Nexans ein globaler Spezialist für Kabel und Kabelsysteme.

In Hof haben wir uns auf die Entwicklung und Herstellung von Nieder-, Mittel- und Hochspannungsgarnituren für Energiekabel sowie Verbindern und Kabelschuhen spezialisiert. Unsere Produkte finden sich überall dort, wo Strom durch Kabel und Leitungen geführt wird, überall dort, wo Kabel verbunden, abgezweigt oder angeschlossen werden. Unsere namhaften Kunden sind weltweit in den Bereichen Energieversorgung, erneuerbarer Energien sowie im Schaltanlagen- und Transformatorenbau tätig.

Wir bieten interessante Berufschancen und Einstiegsmöglichkeiten für Schüler, Studenten, Absolventen und Berufserfahrene.

Nexans macht Energie lebendig.

Wir bilden aus

- Industriekaufmann/-frau
- Kaufmann/-frau für Büromanagement
- Zerspanungsmechaniker/in
- Werkzeugmechaniker/in
- Industriemechaniker/in
- Fachlagerist/in
- Maschinen- & Anlagenführer/in

Interesse?

Dann senden Sie Ihre Bewerbung einfach per Post oder E-Mail an:
carola.blume-brake@nexans.com

Nexans Power Accessories Germany GmbH
Ferdinand-Porsche-Str. 12 • 95028 Hof
Tel.: 09281 8306-99 • Fax: 09281 8306-66
www.nexans-power-accessories.com

Herausgeber:

Wirtschaftsregion Hochfranken e. V.
Bahnhofstraße 55
95028 Hof

Vorsitzender: Bernd Hering
Geschäftsführer: Jörg Raithel (V.i.S.d.P.)

Tel.: 09281 - 7798 674
info@hochfranken.org
www.hochfranken.org
www.facebook.com/Hochfranken

Redaktion:

Maria Brömel
Jacqueline Burak
Vera Dorschner
Michael Ertel
Götz Gemeinhardt
Sabrina Kaestner
Jörg Raithel

Konzeption, Layout und Reinzeichnung:

SCHROEDER Werbeagentur GmbH

Schloßstr. 2, 95131 Schwarzenbach/Wald
Breitengraserstr. 6, 90482 Nürnberg
Tel. 09289 / 97 09 700, Tel. 0911 / 21 65 54-60
info@schroeder-oe.de
www.schroeder-oe.de



Illustrationen:

Heidi Entner-Ruttmann
SCHROEDER Werbeagentur GmbH

Titelbild:

medienagentur JAHREISS GmbH

Langer Weg 8, 95691 Hohenberg
Tel. 09233 / 4007 - 0
info@jahreiss.com
www.jahreiss.com

Druck:

Frankenpost Verlag GmbH

Poststraße 9-11, 95028 Hof
Tel. 09281 / 816 - 0
verlag@frankenpost.de
www.frankenpost.de

Das Magazin „KARRIEREZIEL“ der Wirtschaftsregion Hochfranken e.V. erscheint einmal jährlich.

Nachdruck und Übersetzungen in Print und Online sind – auch auszugsweise – nicht gestattet.

15.000 Stück
4. Auflage / 2015

Der Verein Wirtschaftsregion Hochfranken e.V. wird gefördert von:

Landkreis Wunsiedel i.F. · Landkreis Hof · Stadt Hof · Sparkasse Hochfranken · Kreisverband Hof der Volks- und Raiffeisenbanken

Die Unkenntnis der Steuergesetze befreit nicht von der Pflicht zum Steuerzahlen. Die Kenntnis aber häufig.

Meyer A. Rothschild, Bankier (1744–1812)



Solide Ausbildung - gesicherte Zukunft

WIETASCH + PARTNER - Nomen est Omen

Wir agieren als Partner unserer Mandaten und unterstützen Sie bei ihrem Erfolg. Steuern sind ein komplexes und oft unangenehmes Thema. Für uns steckt hinter jedem steuerlichen Sachverhalt der Mensch, das ist die Basis unseres Beratungsansatzes.

Wir beschäftigen ca. 60 Mitarbeiter in unseren Kanzleien in Bayreuth, Hof und Wunsiedel. Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir stets motivierte Mitarbeiter.

Wir bilden aus:

Ausbildung zum/r Steuerfachangestellen

Hochschule Dual
(Bachelorstudiengang + Ausbildung)

Wir stellen ein:

Steuerfachangestellter (m/w)
Steuerfachwirte (m/w)
Bilanzbuchhalter (m/w)
Steuerberateranwärter (m/w)
Steuerberater (m/w)

Wietasch + Partner
Steuerberatungs-Gesellschaft

W+P

fotolia.de

Munckerstrasse 32 · 95444 Bayreuth
Kulmbacher Strasse 47 · 95030 Hof
Am Bahnhof 1 · 95632 Wunsiedel

info@wietasch.de
www.wietasch.de

Anzeige

FEiG & PARTNER

Professionelles Internet mit Herz



Wir sind dein IT-Arbeitgeber mit Herz in Hochfranken und bieten Chancen für Berufserfahrene und Neueinsteiger:

- Software-Entwickler
- Web-Developer
- Frontend-Designer
- Screen-Designer
- System-Administrator
- Online-Konzepter

UNSER UNTERNEHMEN

Gründungsjahr:	1990
Mitarbeiter:	73
Standorte:	Selbitz, Leipzig

UNSERE PROJEKTE

Reg. User:	1.800.000
Logins/Tag:	300.000
PI/Monat:	300.000.000

Informieren & bewerben: www.feig-partner.de