Das Magazin der Wirtschaftsregion Hochfranken.

hochfranken

KARRIEREZIEL



Anzeige


PEMA
IN HARMONIE LEBEN


ERFAHRE MEHR UNTER
WWW.PEMA.DE


PEMA® Vollkorn-Spezialitäten KG · Goethestrasse 23 · D-95163 Weissenstadt · www.pema.de



Unser Geschenk zum 25. Geburtstag: Ein großes „Trotzdem“!

Wie ist man eigentlich so mit 25? Auf dem Sprung oder angekommen? Spontan und neugierig? Total erwachsen? Die Wirtschaftsregion Hochfranken feiert 2022 ihren 25. Geburtstag und ist alles davon: Sie ist erwachsen geworden und selbstbewusst, weil sie heute mehr als 340 Mitglieder hat, die Rückgrat und Partner sind, deren Interessen sie laut und deutlich vertritt. Wir danken den vielen, die uns in diesen 25 Jahren unterstützt, inspiriert und kritisiert haben – wir lieben Ansporn. Gleichzeitig bleibt der Verein jung und auf dem Sprung: auf der Suche nach neuen Ideen und neuen Wegen, um Hochfranken nach vorne zu bringen und immer mehr Menschen zu zeigen: Hier kann deine Karriere, deine Zukunft beginnen.

Unsere Feierlaune ist leider gebremst: Der Krieg auf europäischem Boden macht uns Sorgen. Gewissheiten bröckeln. Umso wichtiger ist es uns, in dieser KARRIEREZIEL-Ausgabe zu zeigen, wie sich junge Menschen in Hochfranken für demokratische Werte und für Zusammenhalt starkmachen.

Die Weltlage fordert die hochfränkischen Unternehmen massiv heraus. Umso genauer schauen wir, was sie in den vergangenen einhundert Jahren und durch Krisen hindurch stabil gehalten hat: ihr Mut, auch in schwierigen Zeiten Neues zu wagen.

Die Klimakrise verdüstert die Zukunftsaussichten. Umso konkreter zeigen wir in diesem KARRIEREZIEL, wie Hochfrankens Unternehmen Nachhaltigkeit leben und die Ressourcen unseres Planeten schützen.

Junge Menschen fragen sich: Wie kann ich meinen Weg finden in dieser Welt, die sich verändert? Wie will ich arbeiten? Wir zeigen, wie hochfränkische Unternehmen Antworten geben und ihre Arbeitswelten revolutionieren: mit neuen Räumen, neuen Arbeitszeitmodellen, einer neuen Art zu denken.

Kunst und Kultur sind es, die uns zu allen Zeiten neue Blickwinkel geben und unseren Geist beflügeln. Deshalb zeigen wir Macherinnen und Macher der hochfränkischen (Sub-)Kultur.

Dieses KARRIEREZIEL ist ein „Trotzdem“: Gibt es Herausforderungen? Ja. Blicken wir dennoch auf Lösungen, auf Ideen, auf Chancen? Ja. Denn wir sind überzeugt: Das macht Hochfranken aus!

Susanne Lang

Susanne Lang,

Geschäftsführerin der
Wirtschaftsregion Hochfranken

Inhalt

8 Hoch, höher, Hochfranken

14 Tradition und Zukunft: Jahrhundert-Unternehmen, made in Hochfranken





28 Neue Arbeitswelten in Hochfranken

36 Arbeitgeber-bewertungsportale

40 Netzwerker für Hochfranken

48 Genussregion Oberfranken

60 Die Generation «Z» auf dem Weg in die Arbeitswelt



64 «Alte Filz»

68 «Eine wirklich tolle Sache für Hof»

74 Kreativ für Hochfranken





79 Du kannst WIR.

86 Platz da – Wohnen in Hochfranken

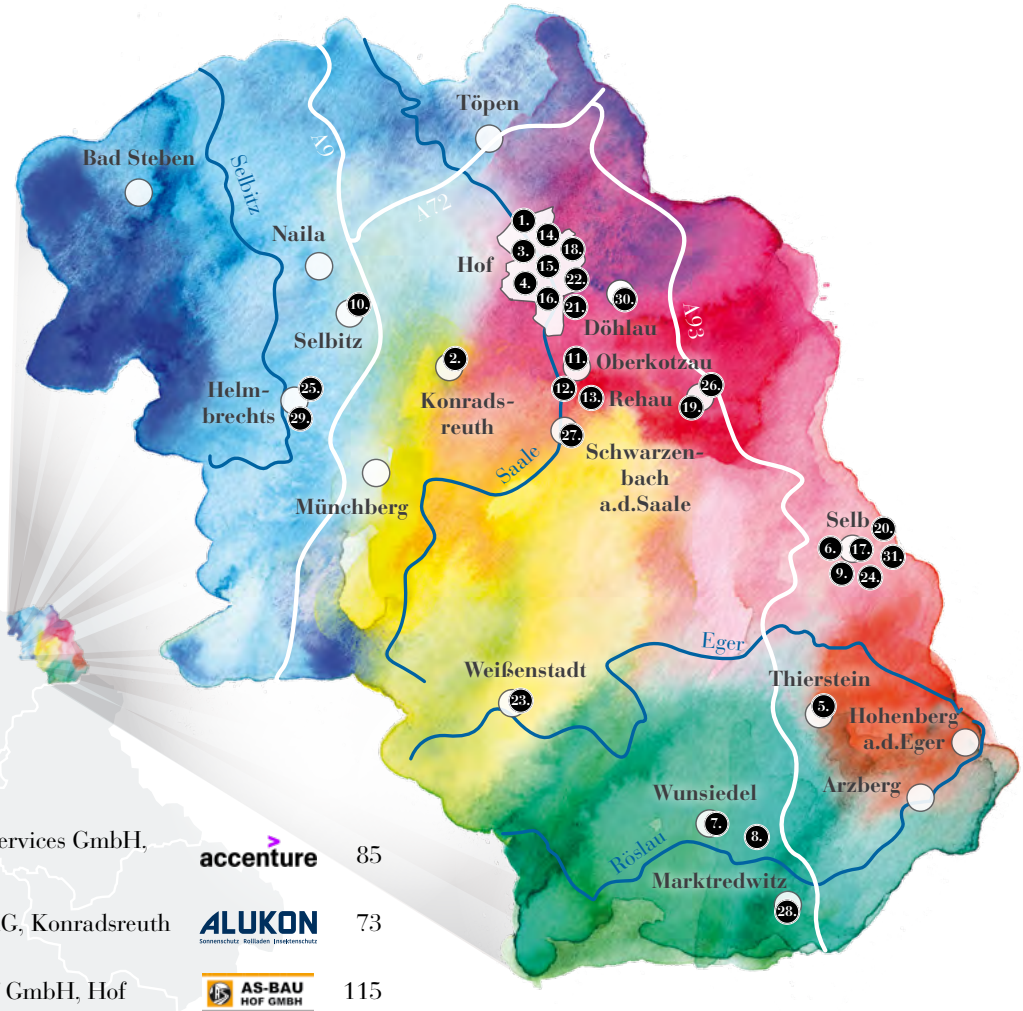
90 Umweltbewusste Unternehmen in Hochfranken

106 Demokratie leben

110 Hochschule Hof



Wir bedanken uns bei den beteiligten Unternehmen:



1.	Accenture Services GmbH, Hof	accenture	85
2.	ALUKON KG, Konradsreuth	ALUKON	73
3.	AS-Bau Hof GmbH, Hof	AS-BAU HOF GMBH	115
4.	Auto Müller GmbH & Co. KG, Hof	automüller	57
5.	BD|SENSORS GmbH, Thierstein	BD|SENSORS	35
6.	BHS tabletop AG, Selb	BHS TABLETOP	115
7.	Birke Elektroanlagen GmbH, Wunsiedel	BIRKE	12
8.	Demokratie leben, Bad Alexandersbad	DEMOKRATIE leben	98
9.	Erich NETZSCH GmbH & Co. Holding KG, Selb	NETZSCH	77
10.	F&P GmbH, Selbitz	F&P	46
11.	Gamma, Oberkotzau	Gamma	95
12.	GEALAN Fenster-Systeme GmbH, Oberkotzau	GEALAN	31
13.	GEALAN Formteile GmbH, Oberkotzau	gealan.com	34
14.	Güttler Logistik GmbH, Hof	GÜTTLER LOGISTIK	108
15.	HCS Medienwerk GmbH, Hof	HCS Medienwerk GmbH	66
16.	Hochschule Hof – University of Applied Sciences, Hof	Hochschule Hof	120
17.	hpk Steuerberater, Rechtsanwälte GbR, Selb	hpk	78
18.	KARRIEREZIEL Hochfranken	KARRIEREZIEL	84
19.	LAMILUX, Heinrich Strunz Gruppe, Rehau	LAMILUX	82/83
20.	Linseis Messgeräte GmbH, Selb	LINSEIS	47
21.	Nexans Power Accessories Germany GmbH, Hof	Nexans	13
22.	Next Step Hochfranken	NEXT STEP	119
23.	PEMA Vollkorn-Spezialitäten KG, Weißenstadt	PEMA	2
24.	RAPA Automotive GmbH & Co. KG, Selb	RAPA	43
25.	RAUMEDIC AG, Helmbrechts	RAUMEDIC	104
26.	REHAU, Rehau	REHAU	27
27.	Sandler AG, Schwarzenbach/ Saale	sandler	103
28.	SCHERDEL GmbH, Marktredwitz	SCHERDEL	105
29.	Sell GmbH, Helmbrechts	SELL	52
30.	SOMMER Fassadensysteme – Stahlbau – Sicherheitstechnik GmbH & Co. KG, Döhlau	SOMMER	7
31.	Sparkasse Hochfranken, Selb	Sparkasse Hochfranken	72

Security.
Solutions.
Sustainability.

130+ JAHRE SOMMER



Deine Chancen? Riesig!

Unsere Ausbildungsberufe w/m/d

Mechatroniker
Industriekaufmann
Konstruktionsmechaniker

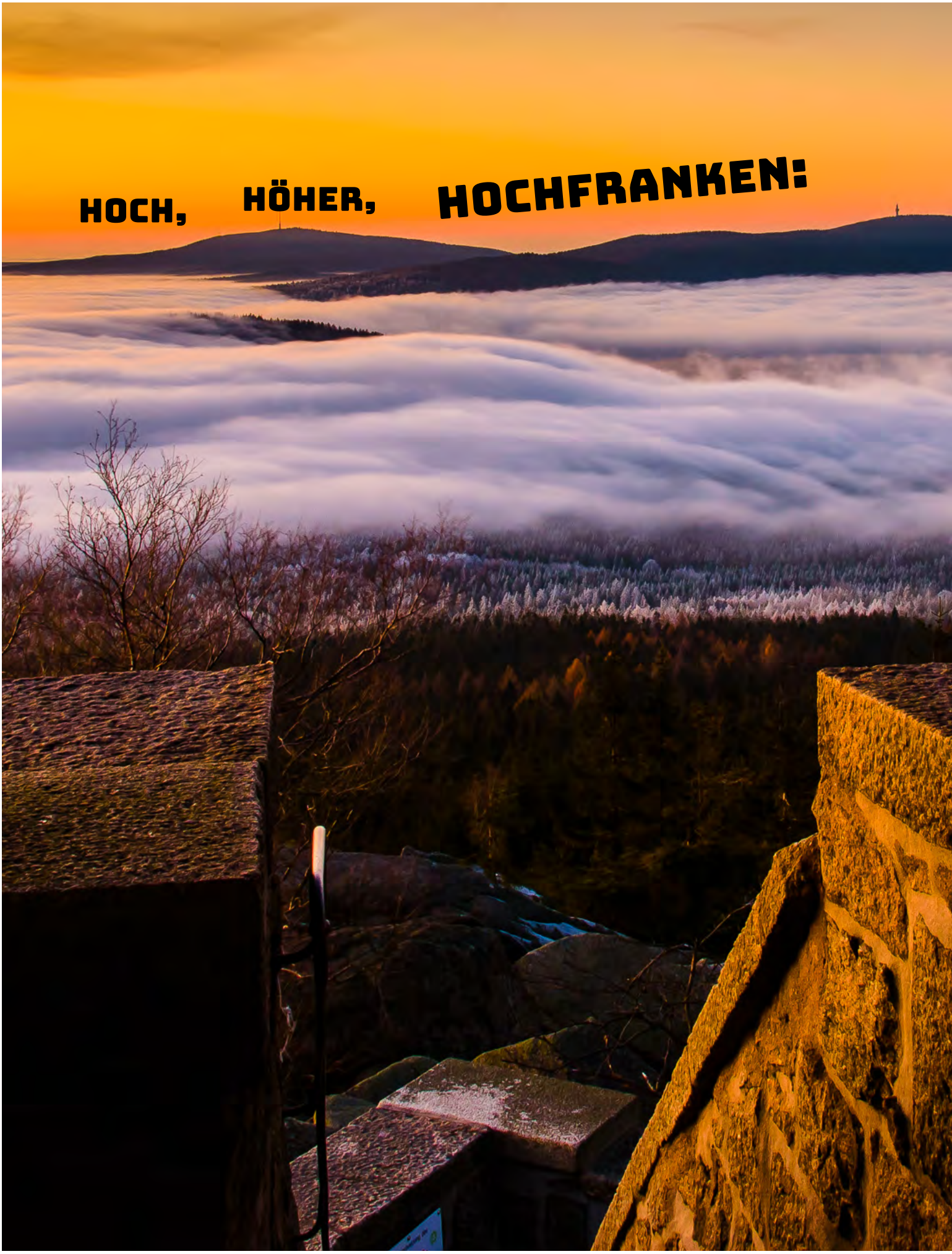
Fachinformatiker
Zerspanungsmechaniker
Technischer Systemplaner

Elektroniker
für Betriebstechnik

Studium dual

IHK TOP Ausbildungsbetrieb 2021

SOMMER Fassadensysteme – Stahlbau – Sicherheitstechnik GmbH & Co. KG Industriestraße 1 • 95182 Döhlau • www.sommer-hof.com



HOCH, HÖHER, HOCHFRANKEN:



ACHT GRÜNDE,

WARUM HIER DEINE ZUKUNFT LIEGT

Text: Susanne Lang

© Florian Fraaß





1

HOCHFRANKEN HAT ARBEIT FÜR DICH

Mit rund 10.500 Industrie-Unternehmen ist Hochfranken wirtschaftlich breit aufgestellt. Alle Branchen bieten dir Einstiegs- und Karrierechancen. Unter den Unternehmen sind Europa- und Weltmarktführer. Sie entwickeln neue Produkte, patentieren neue Verfahren, finden neue Märkte und entwickeln frische Ideen – zum Beispiel zu technischer Keramik und innovativen Textilien. Es gibt aber auch smarte Start-ups und über 3.000 etablierte Handwerksbetriebe. Sie alle brauchen junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Lust auf Leistung haben und etwas erreichen wollen.

2

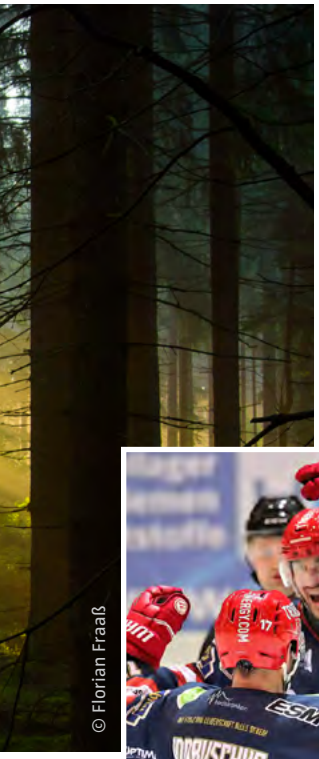
HOCHFRANKEN MACHT DICH SCHLAUER

Hochfranken ist ein starker Bildungsstandort: Die Hochschule Hof wächst und bietet zukunftsorientierte Studiengänge an: Digitale Verwaltung zum Beispiel, oder Design und Mobilität. Beruflich bringen dich zum Beispiel die spezialisierten Fachschulen in Naila (Bekleidungstechnik), Selb (Produktdesign) und Wunsiedel (Steintechnik) weiter.

3

HOCHFRANKEN HAT PLATZ FÜR DICH

Du suchst eine Wohnung oder brauchst Platz für deine Geschäftsidee? Beides findest du in Hochfranken leichter als in Metropolen. Auch Bauland ist erschwinglicher als in Ballungsräumen: so rückt eine Familie mit Kindern und das eigene Zuhause in greifbare Nähe. Im Grünen leben, zentral in der Altstadt oder idyllisch am Stadtrand, günstig als Studentin oder Student – in Hochfranken geht das.



© Florian Fraaß



© Mario Wiedel

4

HOCHFRANKEN LOHNT SICH

In Hochfranken liegen die Lebenshaltungskosten niedriger als in Metropolen. Konkret heißt das: Dein Essen, dein Fitnessstudio, deine Reitstunde, dein Cappuccino im Café und dein Drink im Club sind tendenziell günstiger. Aber auch Verkehrsmittel und Mieten. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer haben in Oberfranken ein besonders hohes real verfügbares Einkommen, oder anders gesagt: Du kannst dir hier einfach mehr leisten.

5

IN HOCHFRANKEN BIST DU MITTENDRIN

Hochfranken liegt im Herzen Europas: Auf halber Strecke zwischen Berlin und München und zwischen Frankfurt am Main und Prag. Hier bist du mit drei meistens staufreien Autobahnen super angebunden; der Weg in Metropolen, zum Urbanen ist nie weit. Gleichzeitig lebst du in Hochfranken die grüne, familienfreundliche Alternative zum hektischen Leben in engen Ballungsräumen.

6

HOCHFRANKEN IST KREATIV

Hochfranken gibt deiner Kreativität eine Heimat. Die Künstlerkolonie Fichtelgebirge vernetzt Künstlerinnen und Künstler und gilt als eine der besten Bottom-up-Initiativen Bayerns. In Hof gehört der Verein Alte Filzfabrik und Kleinkunstbühnen wie Kunstkaufhaus und Galeriehaus zu den Subkultur-Machern. Festivals, Poetry Slams, Ausstellungen, Lesungen: wenn nicht gerade Pandemie ist, passiert in Hochfranken kulturell viel. Und natürlich blüht mit Theater, Symphonikern, Freilichtbühnen und Filmtagen auch die etablierte Kulturszene.

7

IN HOCHFRANKEN GEHÖRST DU DAZU

Wer das mag, findet hier Dörfer, in denen Feste noch wie früher gefeiert werden, in denen man sich kennt, zusammenhilft und dazugehört. Du willst nicht immerzu anonym sein, sondern gegrüßt, gekannt, geschätzt werden? Dann ist Hochfranken das richtige für dich. Die Städte Hochfrankens sind natürlich nicht ganz so dörflich – aber eine bodenständige, ungekünstelte Mentalität haben die Hochfranken auch dort.

8

HOCHFRANKEN ENTSPANNT

Von den Gipfeln des Fichtelgebirges und des Frankenwaldes schaust du weit über tiefgrüne Wälder, sanfte Täler, idyllische Dörfer. Ob du mit Wanderschuhen, Mountainbike oder Skiern unterwegs bist: Hochfrankens Natur lässt dein Herz höherschlagen. In den Thermen in Weißenstadt und Bad Steben tauchst du tief in Wärme und Entspannung. Im Sommer liegst du am Ufer des Untreusees oder des Weißenstädter Sees, blinzelst in die Sonne und atmest durch. Hochfranken befreit. ■

Anzeige

BIRKE
KOMPETENT FÜR TECHNIK

WUN elektro.

BT elektro.

M elektro.

Steiner elektro.

WUN solar.

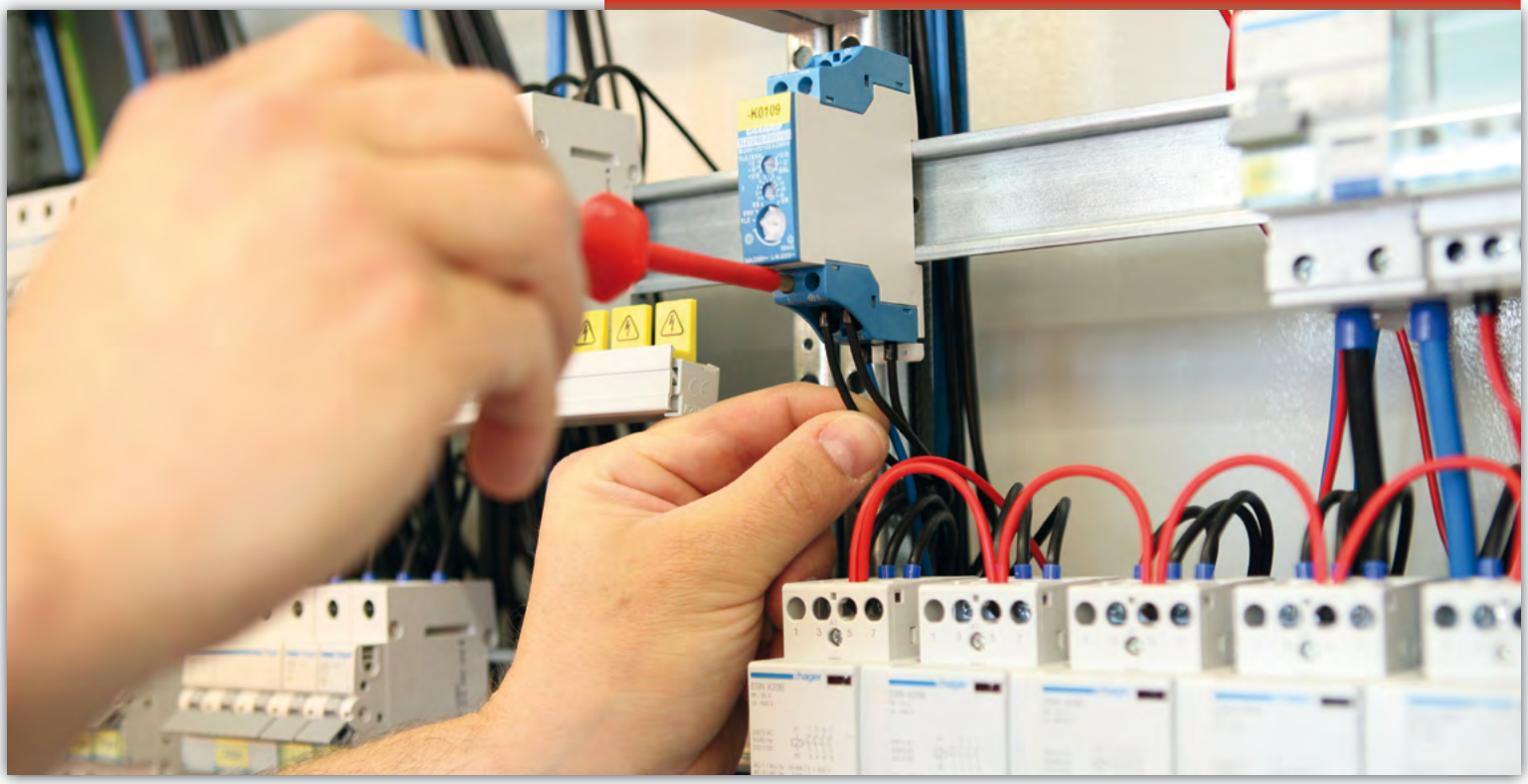
BIRKE GRUPPE

Elektrotechnik - aber halt in cool

Bock auf Veränderung?
Wir bieten spannende Karrieremöglichkeiten im Bereich der Elektrotechnik - zum Beispiel als Elektroinstallateur (m/w/d), Bauleiter (m/w/d) oder Störungsmonteur (m/w/d)!

Birke Elektroanlagen GmbH
Rot-Kreuz-Str. 8
95632 Wunsiedel

firmengruppe-birke.de
09232 9158250
bewerbung@birke-gmbh.de





© [Eiffel tower in Paris von Stockbym] / Adobe Stock

WIR VERBINDEN DIE STROMNETZE DER WELT

Nexans Power Accessories Germany ist auf die Entwicklung und Herstellung von Verbindungstechnik und Energiekabelgarnituren für Nieder-, Mittel- und Hochspannungsnetze spezialisiert. Mit über 26.000 Mitarbeitern ist Nexans ein globaler Spezialist für Energiekabel und Kabelsysteme. Wir bieten interessante Berufschancen und Einstiegsmöglichkeiten für Schüler, Studierende und Berufserfahrene.

Unsere Verbindungen haben Zukunft.

- Zerspanungsmechaniker (m/w/d)
- Industriekaufmann (m/w/d)
- Fachlagerist (m/w/d)
- Abschlussarbeiten für Bachelor- und Masterstudiengänge
- Kaufmännische und gewerbliche Praktika
- Ferienarbeit

Bewirb Dich jetzt!

Nexans Power Accessories Germany GmbH
Ferdinand-Porsche-Str. 12
95028 Hof/Saale

Herr Matzerath
Telefon: +49 (0)9281 8306-99
Mail: personal.hof@nexans.com

www.nexans.de/poweraccessories

Nexans
ELECTRIFY THE FUTURE

Unternehmen mit über 100-jähriger Tradition

Grußwort der IHK für Oberfranken Bayreuth



100 Jahre mögen für ein Erdzeitalter ein Wimpernschlag sein, für den Bestand eines Unternehmens sind sie eine Meisterleistung.

Die vergangenen beiden Jahre haben offengelegt, wie zerbrechlich Wirtschaft und Gesellschaft sein können. Unternehmen haben aktuell mit einer Vielzahl an Herausforderungen zu kämpfen. Die Bewältigung der Pandemie-Folgen ist nur eine davon. Hinzu kommen die Sicherung des künftigen Arbeits- und Fachkräftebedarfs, die Digitalisierung, Transformationsprozesse und schließlich der Erhalt ihrer Wettbewerbsfähigkeit.

Die Belastungen durch die Pandemie sind enorm und stellen Wirtschaft und Gesellschaft auf eine harte Probe. Dennoch gab es auch in der Vergangenheit immer wieder Krisen zu bewältigen. Umso bemerkenswerter ist es, wenn Unternehmen sich langfristig behaupten. Wenn sie sich Herausforderungen stellen, Krisen meistern und durch geschicktes Wirtschaften über einen großen Zeitraum Bestand haben. Dies ist ein Zeichen von Qualität, unternehmerischer Weitsicht und strategischem Handeln.

In unserer Region Oberfranken, die schon oft von tiefgreifendem Strukturwandel betroffen war, können außerordentlich viele Unternehmen auf eine über 100-jährige Tradition zurückblicken, was die Stärke der oberfränkischen Wirtschaft zeigt. Das sollte uns alle mit Stolz erfüllen.

Wir durchleben gerade herausfordernde Zeiten, die für uns alle von Ungewissheit, Sorgen und Ängsten geprägt sind. Gerade jetzt vermitteln regionale Erfolgsgeschichten ein Gefühl der Hoffnung und der Zuversicht. Zuversicht, dass Krisen überwunden werden können und dass Qualität Bestand hat. Auch für jüngere Generationen ist dies ein wichtiges Signal, das Vertrauen in die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes Oberfranken vermittelt.

Im Namen der IHK für Oberfranken Bayreuth gratuliere ich allen Jubiläumsunternehmen zu ihrer über 100-jährigen Tradition und danke ihnen für die Treue zum Standort Oberfranken. Eine großartige Leistung, auf die sie zu Recht stolz sein können. Herzlichen Glückwunsch!

Sonja Weigand

Präsidentin der IHK für Oberfranken Bayreuth 2017 - 2022

Unternehmen mit Tradition und Zukunft



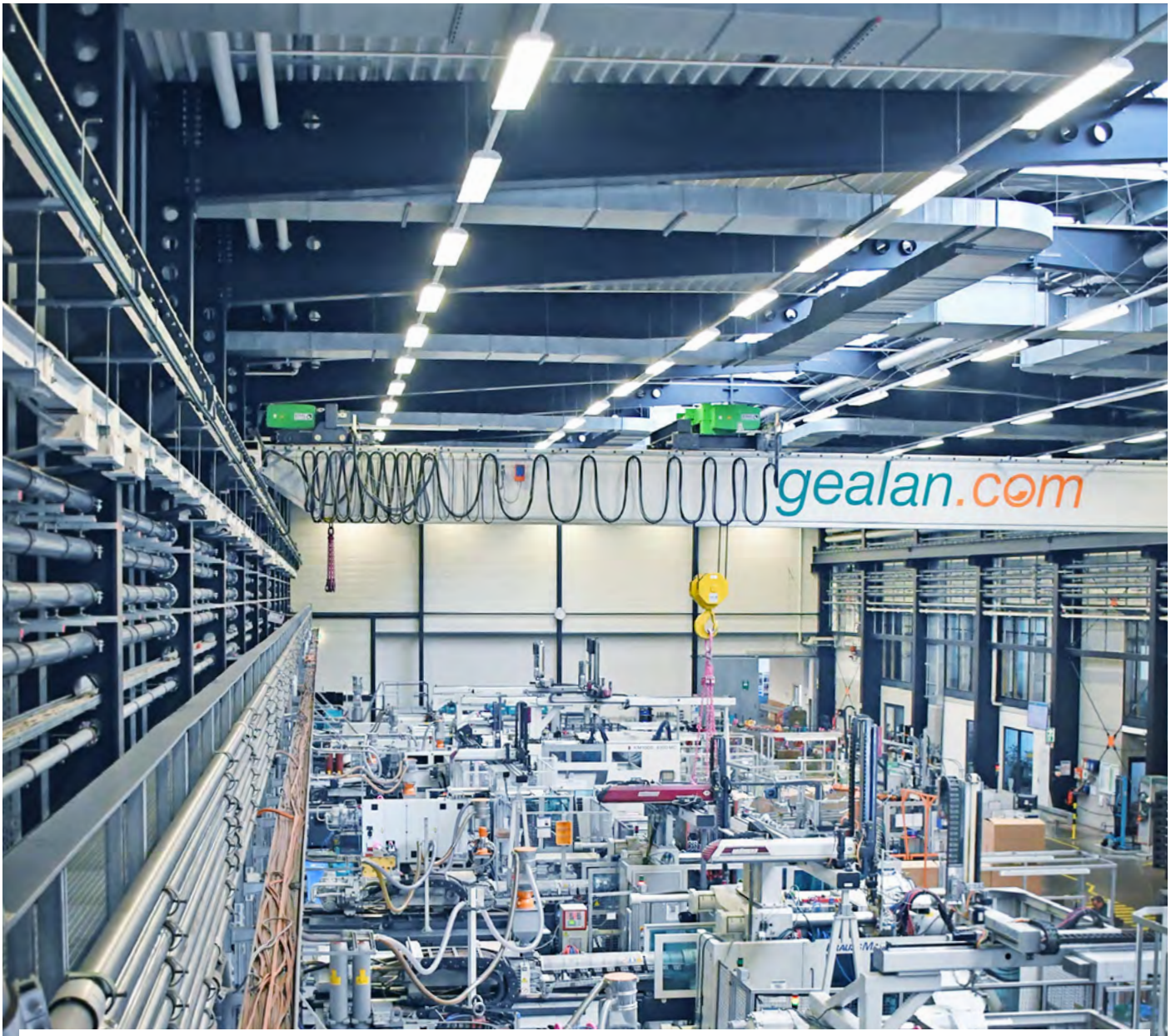
… und das seit über 100 Jahren

Tradition und Innovation, regionale Verbundenheit und globaler Erfolg, Zuverlässigkeit und Flexibilität bestimmen seit jeher das Handeln der Traditionsunternehmen in Hochfranken. Diese Kompetenzen stehen für wahre Erfolgsgeschichten. Viele der Unternehmen agieren in ganz Europa, in Nord- und Südamerika, in China – ihre Ideen, Innovationen, ihr Know-how aber kommen aus ihren Unternehmensstandorten in ihrer Heimat Hochfranken – und das seit über 100 Jahren.

Diese mittelständisch geprägten Unternehmen blicken in eine chancenreiche Zukunft – in der sie ihrer Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und gegenüber ihrer Region gerecht werden. In der sie ein verlässlicher und wirtschaftlich erfolgreicher Partner für ihre Kunden und Lieferanten sind. Und in der sie verantwortungsvoll mit den natürlichen Ressourcen umgehen, damit auch künftige Generationen eine lebenswerte Umwelt gestalten und ökonomisch wie ökologisch florieren können.

In Hochfranken gibt es viele erfolgreiche, inhabergeführte Traditionsunternehmen, die sich seit über 100 Jahren ihre Wurzeln bewahrt haben und trotzdem stets mit der Zeit gehen. Wir stellen hier elf von ihnen näher vor.

Die Wirtschaftsregion Hochfranken e.V. ist stolz, ein Netzwerk von über 320 starken Unternehmen an ihrer Seite zu haben. Gemeinsam mit den zukünftigen Auszubildenden und Studierenden gestalten wir die Zukunft von Hochfranken.



GEALAN Formteile GmbH

Oberkotzau



1921 gründete Adam Fickenscher die Bayr. Fellverwertung in Schlegel bei Hof, später Fickenscher Pelze. 1956 entschieden sich Theo und Walter Fickenscher für ein zweites Standbein – die Kunststoffverarbeitung. Unter dem Namen GEALAN wurden z. B. Wasserschläuche, Wäscheleinen und Fensterprofile produziert. 1985 erfolgte die Erweiterung der Kunststoffverarbeitung um den Bereich Spritzguss mit Gründung der GEALAN Formteile. Am Standort Oberkotzau werden anspruchsvolle technische Kunststoffteile für den Automobil- und Heizungsbereich entwickelt und hergestellt. Seit 1989 wird das Unternehmen von Dipl.-Kfm. Thomas Fickenscher und Gerhard Laubmann zusammen erfolgreich geführt. 2021 erzielten 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an 8 Standorten 90 Millionen Euro Umsatz. 100 Jahre nach dem Motto: Erfolg haben, menschlich bleiben und dabei innovativ aus Tradition.



LAMILUX Heinrich Strunz Gruppe

Rehau

Von der Zimmerei zum Weltunternehmen: Klein fing alles an, als 1909 Zimmerermeister Heinrich Strunz seinen Holzverarbeitungsbetrieb in Rehau gründete. Mittlerweile von der dritten und vierten Generation geleitet, ist LAMILUX eines der wachstumsstärksten Familienunternehmen Oberfrankens und weltweit führend auf seinen Märkten. LAMILUX produziert faserverstärkte Kunststoffe für den weltweiten Bau von Nutzfahrzeugen, Caravans oder Bussen und ist europaweit bekannt als Spezialist für Lichtkuppeln, Glasdächer und Flachdachfenster. Die 112-jährige Geschichte von LAMILUX steckt voller Tatendrang, Entwicklung, Ideen sowie insbesondere Liebe und Verbundenheit zum Heimatstandort Rehau. Und die Geschichte ist noch lange nicht zu Ende erzählt: Mit Leidenschaft, Innovationsgeist und Zusammenhalt schreiten die rund 1200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von LAMILUX in die Zukunft für eine starke Region Hochfranken.





NETZSCH Gruppe

Selb



Mit über 140 Jahren blickt die NETZSCH-Gruppe auf eine lange Tradition. Die stetige Weiterentwicklung und ein verantwortliches Management sichern den Fortbestand in familiärer Hand – die Führungsverantwortung der NETZSCH-Gruppe liegt zurzeit in der 5. Generation. Was 1873 in Selb mit der Herstellung von Feuerwehrspritzen und landwirtschaftlichen Geräten begann, gefolgt von der Entwicklung und Herstellung von Sondermaschinen für die Keramische Industrie, hat sich heute zu einem internationalen Technologieunternehmen entwickelt. Weltweit beschäftigt die NETZSCH-Gruppe über 3.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Unseren langjährigen Erfolg als Unternehmen haben wir in erster Linie der Exzellenz unserer motivierten Mitarbeitenden zu verdanken. Das wissen wir zu schätzen und möchten uns auch in Zukunft gemeinsam weiterentwickeln, dafür setzen wir auf die Ausbildung in unserem Haus und bieten Studierenden und Berufseinsteigern spannende Aufgaben und Entwicklungsperspektiven – am Standort Selb und überall auf der Welt.







PEMA Vollkorn-Spezialitäten KG

Weißenstadt

Die Anfänge unseres Unternehmens in Weißenstadt liegen in „Süß“: der Soßenkuchen und die feinen Oblaten-Lebkuchen waren die ersten Produkte, die ab 1905 auf den Markt kamen. Mit der Sorgfalt und Achtsamkeit des Konditors sind wir dann auch Großbäcker für naturreine Roggen-Vollkornbrote geworden. Tradition hat uns vieles gelehrt: Es ist für alle Generationen von Familienangehörigen, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wichtig zu wissen, welche Werte und Erfahrungen 116 Jahre Unternehmensgeschichte ermöglichen. Innovation ist möglich, wenn die Tradition beherrscht und die Werte weitergegeben werden. 2021 wurde im Unternehmen eine Bildungseinrichtung, die PEMA-Akademie für Transformation durch ganzheitliches Lernen, initiiert, um diese Grundlagen zu verstehen und zu verinnerlichen. Das ist unser Weg, wie wir Zukunft gestalten.





Rausch & Pausch SE

Selb



In China und den USA mit bedeutenden OEMs zusammenarbeiten, neueste Innovationen im Bereich Ventilsysteme entwickeln und in Oberfranken Jugend, Bildung, Kultur und Sport fördern – geht das zusammen? Und wie! RAPA ist Global Player, aber immer in Selb zuhause. Als mittelständisches Familienunternehmen bietet RAPA seinen Auszubildenden und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zahlreiche Vorteile: sichere Arbeitsplätze, Chancen für persönliche Weiterentwicklung abseits von Konzernstrukturen, Verlässlichkeit und gesellschaftliches Engagement. Wer an den Stammsitz in Selb kommt, findet viel günstigere Wohnungen als in Metropolen und ein schönes Umland für Freizeitaktivitäten in der Natur. RAPA gestaltet die Zukunft in der Automotive-Welt mit, ohne Traditionen und Heimatliebe zu vergessen. Die Geschäftsführung pflegt diese Werte der Gründer von 1920 und gibt sie an die Belegschaft weiter.



Sandler AG

Schwarzenbach an der Saale



„1879 gründete mein Urgroßvater Christian Heinrich Sandler eine Wattefabrik, die sich in der Möbel- und Modeindustrie einen Namen machen sollte. Als werteorientiertes Familienunternehmen mit hoher Umweltverantwortung zählen wir heute zu den 20 größten Vliesstoffherstellern weltweit. An unserem Firmensitz in Schwarzenbach an der Saale im Herzen Europas können wir Ideen und Neuentwicklungen zügig umsetzen und Entscheidungen schnell und flexibel treffen. Unser Team aus langjährigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und Nachwuchskräften vereint Erfahrung und Fachkompetenz mit frischen Ideen. Gemeinsam bringen sie das ‚Unternehmen Sandler' mit Engagement und Motivation voran. Dieser Erfolg bringt aber auch Verantwortung mit sich – für unsere Produkte und die Menschen, die sie verwenden, für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für die Umwelt und für unsere Region." Dr. Christian Heinrich Sandler, CEO



SCHERDEL GmbH

Marktredwitz



Alles begann 1890 mit einem Draht für Klaviersaiten. Sigmund Scherdel gründete damals mit einem Geschäftspartner die Drahtzieherei Scherdel & Weiss in Marktredwitz. Bis heute haben wir unseren Hauptsitz in Marktredwitz und arbeiten tagtäglich mit Draht. Zwar nicht mehr für Klaviere, dafür aber als Automobilzulieferer mit innovativen Produkten, die weltweit in 80 Prozent aller PKWs und Nutzfahrzeuge vertreten sind. Heute beschäftigen wir an 32 Standorten weltweit fast 6.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und haben noch weitaus mehr zu bieten als Draht für die Automobilbranche: In der Sparte E-Mobilität liefern wir u.a. Einzelteile und Baugruppen für Hybridantriebe und rein elektrische Antriebe. Auch Komponenten für die Medizintechnik sind für uns ein immer größer werdendes Standbein. Wir haben darüber hinaus eigenständige Bereiche wie unseren Maschinen-, Anlagen- und Werkzeugbau. Um sicherzustellen, dass wir für junge Menschen ein attraktiver und wichtiger Arbeitgeber in unserer Region bleiben, sind wir hoch motiviert, unsere eigenen Fachkräfte aus- und weiterzubilden. Dafür ist unser SCHERDEL Ausbildungs- und Trainingszentrum perfekt geeignet.



Sell GmbH

Helmbrechts

1889. Das ist das Jahr, in dem bei Sell in Helmbrechts alles begann. Seit Gründung der Flaschnerei durch Johann Sell hat sich einiges getan: Rund 500 Menschen arbeiten an unseren Standorten zusammen an den besten Kundenlösungen für Gebäude und Anlagen. Wir sind tief verwurzelt in unserer Region, die uns sehr am Herzen liegt – wirtschaftlich, kulturell und sportlich. Darum engagieren wir uns aktiv für unsere Heimat. Was uns außerdem prägt? Wir sind stets ehrlich und kompetent – eben echt Sell. Dass unser Familienunternehmen schon seit mehr als 130 Jahren, in 5. Generation, Erfolgsgeschichte schreibt, verdanken wir vor allem unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Mit unserem Team ziehen wir auch in Zukunft an einem Strang, um weiter an unseren Aufgaben zu wachsen und gemeinsam Erfolge zu feiern.



SOMMER
Fassadensysteme-Stahlbau-Sicherheitstechnik GmbH & Co. KG

Döhlau





Die Geschichte der Firma SOMMER beginnt mit dem Jahr 1882, als Eduard Sommer, 11. Kind einer Bauernfamilie in Dobareuth zu Fuß nach Hof gelaufen ist, um dort eine Lehrstelle in einer Schlosserei zu finden. Wir haben uns diesen Mut und Pioniergeist über Generationen bewahrt. 130 Jahre später arbeiten in Döhlau bei Hof 450 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an mehr als 150 Projekten weltweit mit einem Auftragsvolumen von 180 Millionen Euro. Sie gestalten Gebäude mit innovativen, nachhaltigen Fassaden, Türen und Toren und sichern diese vor Naturkatastrophen und menschlichen Übergriffen. Wir bleiben uns treu seit über 130 Jahren! Wir lieben Bauen mit und für Menschen. Wir stehen für Diversität, Kreativität, Innovation. Wir leben Individualität in unseren Produkten, Projekten und in unserem Miteinander. Anders zu sein hat uns in 130 Jahren den Wandel der Zeit gestalten lassen. Eine spannende Geschichte, die man in unserer Firmenchronik nachlesen kann.



V.FRAAS

Helmbrechts



In mehr als 140 Jahren ist viel passiert. Als Valentin Fraas 1880 in Wüstenselbitz bei Helmbrechts das Unternehmen V. Fraas gründete, hatte er gerade mal zehn Angestellte. Durch viel Fleiß erhöhte sich die Mitarbeiterzahl zur Jahrhundertwende bereits auf rund 100 Beschäftigte. Das Unternehmen wuchs schnell über seine fränkische Heimat hinaus und entwickelte sich 1982 weiter zum internationalen Produzenten mit Niederlassungen in New York, Toronto, London und Hongkong. Später folgten Verkaufsbüros in Tschechien, Russland, Polen, Japan und Korea. Denn etwas Entscheidendes hat das Unternehmen erkannt: Tradition kann nur überleben, wenn auch neues Wissen dazukommt und man sich dem Neuen niemals verschließt. Der Wissensdurst und das Fernweh der beiden Chefs Alexander und Andreas Schmidt fanden im internationalen Unternehmen einen idealen Nährboden. So eröffnete 2005 als logische Konsequenz des Fortschritts der erste FRAAS Shop Deutschlands in Berlin, gleichzeitig feierte das Unternehmen sein 125-jähriges Firmenjubiläum. Heute setzt FRAAS auf den perfekten Mix aus erprobten Qualitätsstandards, Trends, nachhaltiger Produktion und frischen Ideen: Schals sind einfach unsere Welt.



Autohaus Dornig GmbH & Co. KG

Helmbrechts



Mit 100 Jahren im Familienbesitz gehört die Autohausgruppe Dornig zu den traditionsreichsten Unternehmen in der Region und wird heute in vierter Generation geführt. Den Grundstein legte der Schmied Josef Dornig im Jahr 1922 mit einer kleinen Werkstatt. Heute arbeiten 175 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den Standorten in Helmbrechts, Himmelkron, Plauen, Hof und Münchberg. Aktuell bildet das Familienunternehmen 24 junge Menschen in technischen und kaufmännischen Berufen aus. Tradition, Faszination und Innovation machen die Autohausgruppe Dornig heute zu einer ganz besonderen Firma: Mit einem umfangreichen Portfolio an Fahrzeugen und einer breiten Palette von Services präsentiert sich die Unternehmensgruppe im Jubiläumsjahr bestens aufgestellt für die Mobilität und Konnektivität von heute und morgen. Darüber hinaus engagiert sich die Geschäftsleitung nicht nur für Kundinnen und Kunden, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sondern auch für die Menschen in der Region. Zahlreiche sportliche, kulturelle und soziale Engagements zeigen, dass Dornig in Hochfranken die Verantwortung in der Gesellschaft aktiv lebt.

Anzeige

Engineering progress
Enhancing lives



Dein Plan für die Zukunft. Unsere Ausbildung schafft Perspektiven.

Du suchst nach einer spannenden und abwechslungsreichen Ausbildung, in der Du Dich selbst verwirklichen kannst?

Bei REHAU stehen Dir eine Vielzahl von Ausbildungsberufen zur Auswahl:

- **Verfahrensmechaniker** (m/w/d)*
- **Industriemechaniker** (m/w/d)*
- **Elektroniker für Betriebstechnik** (m/w/d)
- **Elektroniker für Anwendungsentwicklung** (m/w/d)
- **Werkzeugmechaniker** (m/w/d)
- **Technischer Produktdesigner** (m/w/d)
- **Chemielaborant** (m/w/d)
- **Industriekaufmann** (m/w/d)*
- **Fachinformatiker** (m/w/d)*

* auch in Form eines dualen Studiums möglich

Alle Infos unter: **www.rehau.de/ausbildung**

REHAU

Neue ARBEITSWELTEN in HOCHFRANKEN

Text: Vera Dorschner

DIE ART UND WEISE, WIE MENSCHEN ZUSAMMENARBEITEN, ÄNDERT SICH DURCH GLOBALISIERUNG, DIGITALISIERUNG UND DEN DEMOGRAFISCHEN WANDEL MIT RASANTER GESCHWINDIGKEIT. Konnten Unternehmen noch vor wenigen Jahren aus einer Vielzahl von Bewerberinnen und Bewerbern wählen, so ist mittlerweile durch den von Jahr zu Jahr größer werdenden Fachkräftemangel ein Arbeitnehmermarkt entstanden, in dem sich die Unternehmen bei den Kandidatinnen und Kandidaten bewerben statt andersherum. Immer mehr Unternehmen setzen daher auf neue Arbeitsformen, insbesondere auch zur Steigerung ihrer Arbeitgeberattraktivität.

KARRIEREZIEL portraitiert zwei Start-ups, einen Handwerksbetrieb und zwei Produktionsunternehmen aus Hochfranken, die sich kontinuierlich Gedanken darüber machen, wie sie ihre Prozesse und Umgebungen so gestalten können, dass sie sowohl den Erfordernissen der sich immer schneller wandelnden Umwelt als auch den Bedürfnissen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gerecht werden – und die sich damit zukunftssicher aufstellen.

SKINBARON AUS HOF:
HYBRIDES ARBEITEN SCHON VOR CORONA

SkinBaron betreibt einen Online-Marktplatz zum sicheren Kauf, Verkauf und Handel von „Skins" aus bekannten Online-Games. „Skins" sind digitale Güter, die PC-Spieler in diversen Spieletiteln erwerben und mit anderen Spielern tauschen können. Das Unternehmen hat mittlerweile 1,3 Millionen angemeldete Nutzerinnen und Nutzer (ab 18 Jahre) und über 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Gegründet wurde es als Start-up 2016, wobei es mehrere Gesellschafter aus ganz Deutschland gibt.

In der Zeit nach der Gründung wurde das Geschäft komplett online und remote, d.h. von unterschiedlichen Standorten aus, betrieben. Die ersten Büroräume mietete SkinBaron erst 2018 in Hof an, als das Unternehmen schon gewachsen war und sich einen Ruf in der Branche erarbeitet hatte. 26 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind heute am Standort Hof tätig, 14 weitere arbeiten über Deutschland verteilt im Home-Office. Gesucht wurden und werden Programmiererinnen und Programmierer mit einer speziellen Affinität zur Games-Branche, auch Berufseinsteiger mit dem richtigen „Mindset" bekommen eine Chance. Das Durchschnittsalter liegt bei 29 Jahren, es handelt sich also um die klassischen „Millennials". Mittlerweile kann sich SkinBaron trotz allgemeinen Fachkräftemangels in der IT-Branche über Initiativbewerbungen freuen, die Fluktuation ist niedrig. Das kommt nicht von ungefähr: Geschäftsführer Hannes Scholz ist es sehr wichtig, die Attraktivität seines Unternehmens als Arbeitgeber ständig an die schnellen Veränderungen anzupassen und weiterzuentwickeln. So gibt es beispielsweise keine vorgeschriebenen Kernarbeitszeiten, sondern nur die Vorgabe, dass das Team im Konsens miteinander gewisse zeitliche Überschneidungen finden muss. Außerdem ist hybrides Arbeiten, d.h. ein Mix aus der Arbeit im Büro und mobiler Arbeit, bei SkinBaron üblich. Diejenigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die komplett remote tätig sind, haben dabei echte Tele-Heimarbeitsverträge und die entsprechende Büroausstattung mit ergonomischen Stühlen und guter Beleuchtung. Höhenverstellbare Schreibtische sind geplant. Der Geschäftsführer achtet jedoch darauf, dass auch die anderen für das mobile Arbeiten gut ausgestattet sind – Docking Station und zwei Bildschirme sind Standard. Als in der Corona-Pandemie eine Home-Office-Pflicht eingeführt wurde, konnte diese Anforderung problemlos umgesetzt werden.



Mitarbeiter der SkinBaron GmbH im digitalen Umfeld



Der "Baron" des Unternehmens

„Das Argument, dass die Mitarbeiter im Home-Office nichts arbeiten, halte ich für völlig wild. Im Büro sehe ich doch auch nicht immer, ob meine Leute produktiv sind oder nicht," sagt Scholz. 100 Prozent mobiles Arbeiten soll jedoch nicht die Regel werden, damit sich ein Teamgefühl und Identifikation mit dem Unternehmen entwickeln können. Auch wenn angeschaltete Kameras dafür sorgen, dass man den Kontakt zueinander nicht ganz verliert und die Zusammenarbeit über digitale Tools wie Slack reibungslos funktioniert, sollen nach der Pandemie auf freiwilliger Basis wieder Live-Aktionen stattfinden – gemeinsames Bowling einmal im Monat zum Beispiel, das steigert die Zusammengehörigkeit.

Die gewachsene Belegschaft erfordert es, dass SkinBaron trotz des hybriden Modells stetig nach Erweiterungsmöglichkeiten sucht, um auch Bewerberinnen und Bewerbern eine maximal attraktive Arbeitsatmosphäre zu bieten. Sie soll „Lust machen, ins Büro zu kommen – in ein angenehmes und repräsentatives Umfeld", betont Hannes Scholz. Das sei Bewerberinnen und Bewerbern bei der Wahl ihres Arbeitgebers, ihrer Arbeitgeberin, heute wichtig.

AGILE BAKERY UND FICKENSCHERS BACKHAUS: AGILITÄT ALS WETTBEWERBSVORTEIL

„SCRUM gebacken bekommen“: So wirbt seit Juni 2021 ein weiteres Start-up aus Hochfranken, die Agile Bakery, nach nur einem guten halben Jahr der Gründungsphase. Zwei Fachleute aus komplett unterschiedlichen beruflichen Welten haben sich hier zusammengefunden: Yiheng „Sam“ Cen, aus China stammender freiberuflicher Innovationsberater und Scrum Master, und Andreas Fickenscher, leidenschaftlicher Bäckermeister aus Münchberg und „Handwerker mit agilem Mindset“. Gemeinsam haben beide die Auffassung, dass agile Methoden nicht nur im Prozessmanagement, sondern auch im Hinblick auf Zielgruppen- und Produktentwicklung sehr hilfreich sind. Kennengelernt haben sie sich während eines von Cen geleiteten Design-Thinking-Workshops zum Thema „Ernährung der Zukunft“.

Andreas Fickenscher hatte sich bereits seit 2016 ausgiebig damit beschäftigt, wie er „durch Digitalisierung zum traditionellen Genusshandwerk zurückfinden“ kann. Damals begann er, alle Prozesse im Unternehmen auf ihre Zeitgemäßheit zu überprüfen und unter dem Motto „Gutes bewahren – Neues entdecken“ neu zu bewerten. Daraus ist ein ganzheitlicher Ansatz zur Digitalisierung sowohl der Arbeits- als auch der Kommunikationsprozesse entstanden. Bereits vorher, aber insbesondere in Zeiten der Corona-Pandemie, hat sich dieser Invest bezahlt gemacht, da Fickenschers Backhaus kurzfristig auf eine funktionierende Infrastruktur zurückgreifen konnte. Aber nicht nur das: „Spätestens Corona hat uns alle gelehrt, dass wir uns schneller an Veränderungen anpassen müssen“. Durch agiles Arbeiten kann Andreas Fickenscher traditionelles Handwerk mit der 400-jährigen Geschichte des Familienunternehmens kombinieren, den geänderten Ernährungsgewohnheiten und -ansprüchen Rechnung zollen und gleichzeitig dem Fachkräftemangel entgegenwirken. „Je natürlicher und ursprünglicher man backen möchte, umso besser muss man seine Prozesse im Griff haben.“

SCRUM: Rahmenwerk im agilen Projektmanagement.

DESIGN THINKING: Werkzeugkasten für die Entwicklung benutzerzentrierter, innovativer Lösungen für das richtige Problem.

Beides sind sogenannte agile Methoden, die vom Prozess der ständigen Anpassung und Weiterentwicklung, der Iteration, leben.

WE BAKE TO GROW IN TEAM SPIRIT AND CRAFTSMANSHIP



Yiheng „Sam“ Cen (links), Innovationsberater und zertifizierter Scrum Master und Andreas Fickenscher, Bäcker- und Konditormeister, Brot- und Weinsommelier, Geschäftsführender Gesellschafter der Fickenschers Backhaus GmbH

Die Erwartungshaltung des Teams, aber auch von Bewerberinnen und Bewerbern habe sich grundlegend geändert. Vor allem wegen der ständigen Nachtarbeit ließen sich nur wenige noch für das Bäckerhandwerk begeistern, so Fickenscher. Dennoch gelingt es dem Backhaus, alle Ausbildungsplätze zu besetzen und die 37,5-Stunden-Woche einzuführen. Durch die Digitalisierung der Prozesse konnte die Nachtarbeit deutlich reduziert und eine Ausbildungsquote von 15 Prozent erreicht werden.

Die Prinzipien und grundlegenden Methoden des agilen Arbeitens will die Agile Bakery für interessierte Teilnehmerinnen und Teilnehmer erlebbar machen: als „Workshop für Team-, Hand- und Kopfarbeit“. Erst kürzlich als Start-up aus der Taufe gehoben, wird das Konzept mit jedem durchgeführten Workshop weiterentwickelt, ganz agil eben. War sie am Anfang vielleicht noch kreative Spielerei, so betreiben Cen und Fickenscher die Agile Bakery mittlerweile durchaus als ernsthaftes Geschäftsmodell mit visionärer Zukunftsvorstellung. „Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dürfen sich auf Teambuilding und Edutainment freuen“, so Sam Cen. Innerhalb eines Tages werden alle Produktentstehungs- und Produktionsprozesse des Backens abgedeckt, die agile Methodik wie nebenbei vermittelt. Bereits Scrum-Erfahrene können ihre Kenntnisse in einer komplett neuen Branche ausprobieren, Neulinge lernen kundenorientiertes Denken und Entwickeln. Leckeres Brot wird dabei natürlich auch gebacken. Die Agile Bakery – eine Bereicherung der hochfränkischen Wirtschaft mit Zukunft.

Anzeige

GEALAN

INNOVATION MIT SYSTEM



Wofür steht GEALAN?

Wir entwickeln hochwertige, innovative Systeme für den Fenster- und Türenbau.

Digitale Tools, Fachleute mit Praxiswissen, zuverlässiger Service:

Mit unseren Lösungen rund um Kunststoff-Fenster und -Türen begeistern wir Menschen.

Innovativ und auf Wachstumskurs

Als moderner, starker Arbeitgeber ist GEALAN weit über die Region hinaus bekannt.

Kommen Sie mit auf die Überholspur!

Unsere aktuellen Job- und Ausbildungsangebote gibt´s unter:

gealan.de/karriere

Bewerben Sie sich jetzt und werden Teil unseres Teams!

GEALAN Fenster-Systeme GmbH
Hofer Str. 80 | 95145 Oberkotzau
E-Mail: personal@gealan.de

Ansprechpartner Oberkotzau:
Thomas Weinhold
Tel: 09286 77-2520

Ansprechpartner Tanna:
Thomas Schäfer
Tel: 09286 77-2140

V. FRAAS:
WORK-LIFE-BALANCE MIT 4-TAGE-WOCHE



Jenny Weidlich, Mitarbeiterin Human Resources bei V. Fraas





Bereits im dritten Jahr in Folge arbeitet das Team des Unternehmens V. Fraas, Hersteller hochwertiger Schals aus dem Frankenwald, in Familienhand seit 140 Jahren, an den Standorten Helmbrechts und Wüstenselbitz lediglich an vier Tagen in der Woche mit 35 Wochenarbeitsstunden. Die Überlegungen dazu hatte die Unternehmensleitung bereits 2019 aus Gründen der Work-Life-Balance, aber auch zur Reduzierung des CO_2-Ausstoßes und zur Arbeitsplatzsicherung. In Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat wurde die Belegschaft in die Entscheidung und Ausgestaltung der 4-Tage-Woche mit einbezogen, die schließlich im Januar 2020 in Form einer Betriebsvereinbarung in Kraft trat. Waren anfangs einige noch eher skeptisch, so haben sich mittlerweile nicht nur alle an die neue Regelung gewöhnt, sondern möchten sie nicht mehr missen. Private Termine lassen sich so entspannt auf den Freitag legen und müssen nicht unter der Woche mit der Arbeitszeit jongliert werden. Denn grundsätzlich ist der komplette Freitag für alle frei, auch die Produktion steht dann still. Lediglich im E-Commerce wird von Kundenseite eine schnelle Reaktionszeit erwartet, so dass dieser Bereich und auch der angeschlossene Versand von der 4-Tage-Woche zumindest teilweise ausgenommen sind. „Wenn Not am Mann ist, kommen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aber in Absprache auch problemlos mal freitags in die Firma, und können dann die Zeit an einem anderen Tag abfeiern“, so die Personalerin Jenny Weidlich. „Bewerberinnen und Bewerber reagieren häufig überrascht, wenn sie von dieser Arbeitszeitregelung hören, die allermeisten nehmen sie sehr positiv auf.“

Die Zusammenarbeit der Belegschaft funktioniert dank einer guten EDV-Ausstattung und der Nutzung von Microsoft Teams auch im mobilen Modus problemlos, was nicht nur in Coronazeiten vorteilhaft ist, sondern sich auch auf die Work-Life-Balance positiv auswirkt.

Dass die Mitarbeiterin, der Mitarbeiter bei V. Fraas ganzheitlich als Mensch gesehen wird, wird zudem am Angebot von Yoga-Kursen in den Räumlichkeiten des Unternehmens oder zu Zeiten des Lockdowns auch online deutlich. Auch wenn diese außerhalb der Arbeitszeit laufen, werden sie gerne wahrgenommen.

Auf neuen Pfaden geht V. Fraas im wahrsten Sinne des Wortes mit einem eigens für das Unternehmen gestalteten Rundwanderweg am Unternehmensgelände, der beispielsweise für kreative Besprechungen oder selbst für Kundenmeetings genutzt wird.

Work-Life-Balance wird bei V. Fraas großgeschrieben und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf immer neuen und kreativen Wegen ermöglicht.





DIGITAL SOLL LEBENSWERT SEIN

SOMMER FASSADENSYSTEME – STAHLBAU – SICHERHEITSTECHNIK GMBH & CO. KG: FREIRÄUME ZUM DENKEN UND ARBEITEN

SOMMER ist seit mehr als 130 Jahren als produzierendes Unternehmen international erfolgreich in den Bereichen Fassadenbau, Gebäudesicherheit und Hochsicherheitstechnik. Am Unternehmenssitz in Döhlau bei Hof entsteht seit 2019 eine Arbeitsumgebung, wie man sie eher im Silicon Valley als in der Baubranche erwarten würde. Geschäftsführerin Iris Sommer-Pechstein ist die Begeisterung für die „Denkfabrik", so werden die neuen Räumlichkeiten genannt, anzumerken: „Ich freue mich jeden Tag, wenn ich hier tätig sein kann". Ein Unternehmensgebäude aus den 1970er-Jahren wurde komplett entkernt, energetisch nachhaltig mit neuester Klima- und Elektrotechnik saniert und so gestaltet, dass agiles Arbeiten auf 2.800 Quadratmetern für 150 der insgesamt 465 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter möglich ist. Mehr als das: Eine Umgebung wurde geschaffen, die der hohen Veränderungsdynamik des Projektgeschäfts von SOMMER Rechnung trägt, die aber gleichzeitig eine lebenswerte Arbeitswelt darstellt, in der die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Spaß haben können und die hilft, Stress zu reduzieren. Denn die anspruchsvollen Tätigkeitsfelder des Unternehmens erfordern teamorientiertes und stark digitales Arbeiten, mit häufigen und komplexen Abstimmungsprozessen, sowohl intern als auch mit Kundinnen und Kunden.

Das Projekt „DigiVitaler Workplace" wurde deshalb ins Leben gerufen. „Digital soll lebenswert sein", so erläutert Sommer-Pechstein den Grundgedanken. Nachdem erste Benchmarks begutachtet und die Belegschaft nach ihren Wünschen befragt worden waren, starteten die Planungen unter der Prämisse, vier gleichbleibende Grundanforderungen für unterschiedliche Aufgabenprofile abzudecken: Konzentration, Kommunikation, Kooperation und Kontemplation. Das bauliche Ergebnis ist eine große, durch gläserne und schallgedämmte Wände unterteilte Raum-in-Raum-Konzeption, deren Herzstück eine Worklounge mit Workshopbereich und Cafeteria darstellt. Vieles ist multifunktional, wobei sich klare Ordnungsprinzipien durch die Teamarbeitsplätze ziehen, die sich wiederum mit kreativen Zonen abwechseln. Eine Hightech IT-Ausstattung macht nicht nur Lust auf digitales Arbeiten, sondern sorgt ganz nebenbei auch für Effizienzsteigerungen. 2,5 Millionen Euro investierte SOMMER in den zwei Jahren Bauzeit in die „Denkfabrik". Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter „erobern seit Januar 2021 das Terrain", so die Unternehmerin. „Der Gestaltungsprozess ist noch nicht ganz abgeschlossen, da wir zusammen mit der Belegschaft die Arbeitswelt noch weiter optimieren. Unternehmenskultur findet im Kopf und im Miteinander statt", ist Sommer-Pechstein überzeugt, und so ist der Invest in diese moderne und teamzentrierte Arbeitsumgebung auch unter einem weiteren Gesichtspunkt smart: so sehen attraktive Arbeitsplätze aus, die den dringend benötigten kreativen und agilen Köpfen Heimat bieten. ■

Anzeige

ERFOLG haben!
MENSCHLICH
bleiben.

Durchstarten in der GEALAN Formteile Gruppe









GEALAN, inhabergeführt, unabhängig und erfolgreich. 4 Unternehmen an 8 Standorten mit 800 Mitarbeitenden und einem Umsatz von 90 Mio. Euro, bieten umfassende Ingenieurdienstleistungen von Idee und Konzept bis hin zur Herstellung von technischen Kunststoffteilen und -komponenten. Seit 1921.



BD|SENSORS
pressure measurement



DEINE EINSTIEGSMÖGLICHKEITEN AM STANDORT THIERSTEIN

- Praktikum / Ferienarbeit
- Abschlußarbeiten
- Ausbildungsplätze
- Stellen für Berufserfahrene

Weitere Infos über offene Stellen:
www.bdsensors.de/karriere

NIMM PLATZ!
AN EINEM DER AUSSERGEWÖHNLICHSTEN ARBEITSPLÄTZE DER REGION.

Wir bieten Dir vielfältige Möglichkeiten, Dich und Dein Können einzubringen. Ganz gleich ob Schüler oder Student, als Berufseinsteiger oder Erfahrener – bei uns findest Du den richtigen Einstieg.

ARBEITEN IN DER BD|SENSORS GRUPPE

Hohe Maßstäbe gelten für 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 – und dies sind wir nunmehr seit 25 Jahren.

BD|SENSORS legt großen Wert darauf, dass sich die Mitarbeiter mit dem Unternehmen identifizieren. Dies beginnt bei funktionaler und zugleich moderner Firmenkleidung und geht hin zu gemeinsamen Veranstaltungen, wie z.B. dem jährlichen Sommerfest – ein Highlight, zu dem auch die Familien der Mitarbeiter eingeladen sind. Flexible Arbeitszeiten und eine leistungsgerechte Vergütung zählen ebenfalls zu den Leistungen von BD|SENSORS wie eine überzeugende Work-Drive-Balance.

Auch das BD|FORUM – eines der attraktivsten Firmenrestaurants Deutschlands – gehört zu diesem Konzept. Tagsüber wird das Gebäude als Seminar- und Schulungsort sowie als Cafeteria genutzt, in der den Mitarbeitern mit einem Kostenzuschuss der Firma eine reichliche Auswahl an Frühstück und Mittagessen angeboten wird.

UNSER PROFIL IN ALLER KÜRZE

BRANCHE

Mess- / Steuer- und Regeltechnik, Sensorik

UMSATZ

Firmengruppe	**36 Mio €**
Standort Thierstein	**22 Mio €**

MITARBEITER

Firmengruppe	**300**
Standort Thierstein	**100**

STANDORTE

Deutschland, Tschechien, China, Russland

PRODUKTE

Drucksensoren
Drucktransmitter
Druckschalter
Füllstandssonden
Digitalmanometer
Anzeige- und Auswertegeräte

DEIN DIREKTER KONTAKT ZU UNS

Caroline Korndörfer-Rüger
Personalmanagement
E-Mail: personal@bdsensors.de

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

www.bdsensors.de/karriere

UNTER DER GÜRTELLINIE?

DANN REAGIEREN!

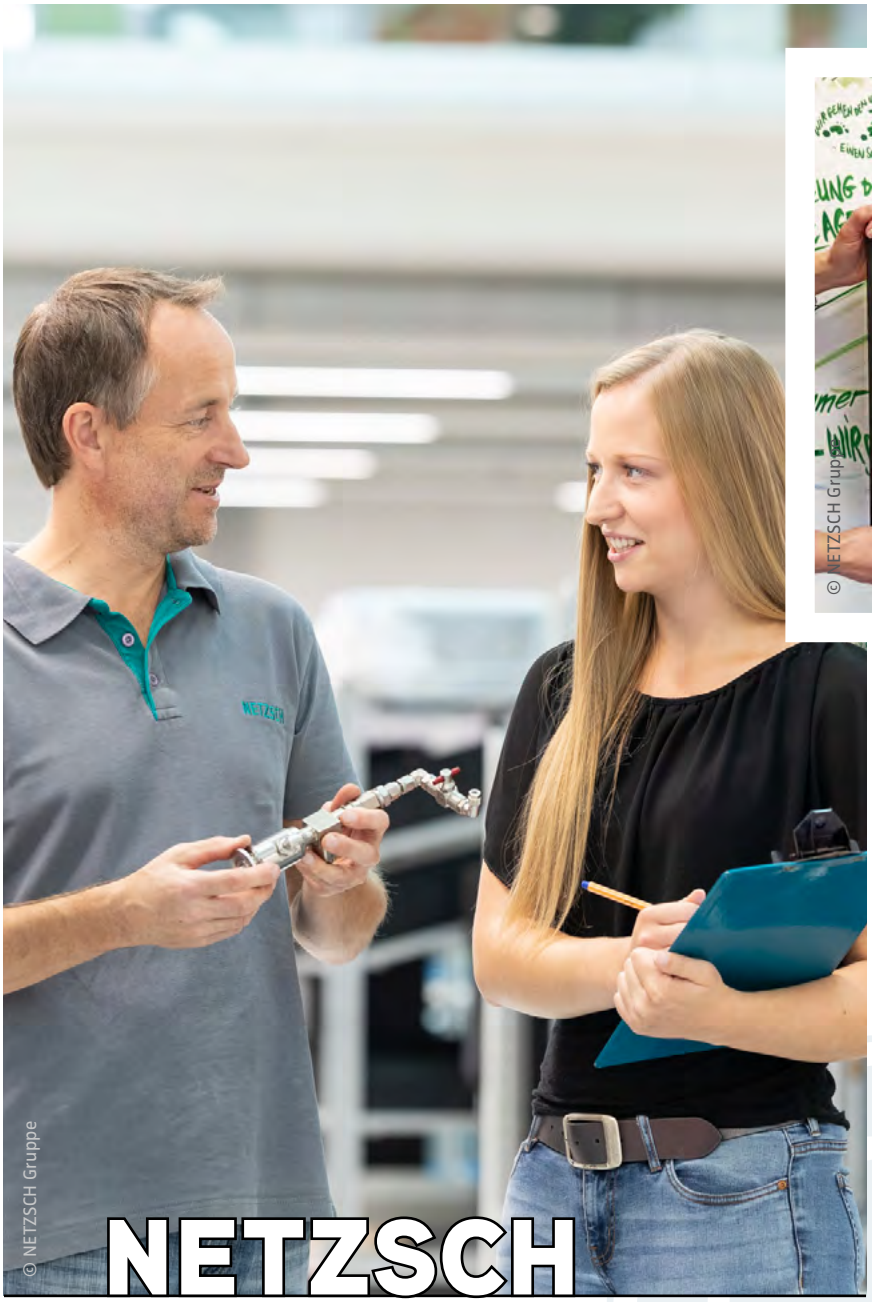
Text: Martin Scheele

UM IN ZEITEN DES FACHKRÄFTEMANGELS MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER ZU GEWINNEN, SIND ARBEITGEBERBEWERTUNGSPORTALE UNERLÄSSLICH. ALLERDINGS MÜSSEN UNTERNEHMEN EINIGE REGELN IM UMGANG MIT DEN PLATTFORMEN BEACHTEN.

Wer eine Unterkunft für den Urlaub sucht, der macht sich im Internet schlau, checkt Portale, liest Bewertungen. Das Gleiche gilt für den Kauf aller erdenklichen Produkte. Ob bei hippen Sneakers, dem angesagten Smartphone, dem neuen Fahrrad oder dem neueröffneten Restaurant: Jeder von uns achtet auf Bewertungen, weil niemand von schlechter Qualität überrascht werden möchte. Dieser Anspruch auf Erstklassigkeit gilt auch für immer mehr Menschen, die auf der Suche nach einem neuen Job sind. Sie erkundigen sich auf Arbeitgeberbewertungsportalen wie kununu, Glassdoor oder Jobvoting über die Seriosität und das Image von Unternehmen und über die Arbeitsbedingungen.

Eine Entscheidung für den falschen Arbeitgeber, die falsche Arbeitgeberin ist kein kleines Problem: sie führt zu einem ärgerlichen Abschnitt in der Lebensgeschichte. Der Bewerbungsprozess ist heute meist aufwändig. Unternehmen und ihre Geschäftsgebiete werden stärker hinterfragt. Die Anfangsphase ist anstrengend; kommt ein Umzug in eine andere Stadt dazu, ist der Aufwand besonders hoch.

Die Wahl eines Arbeitgebers oder einer Arbeitgeberin ist eine Entscheidung für mindestens ein paar Jahre. Da kommen schnell Fragen auf, wenn das Anstellungsverhältnis nur ein paar Monate oder gar Wochen dauert. Um verhängnisvollen Entscheidungen vorzubeugen, gibt es Bewertungsportale.



Das Team der NETZSCH Gruppe im aktiven Dialog



Stolz präsentiert die NETZSCH Gruppe die kununu Auszeichnung als Top Company 2022

Die NETZSCH Gruppe mit Sitz in Selb wurde im ersten Quartal 2022 mit dem „Top Company"-Siegel des Bewertungsportals kununu ausgezeichnet und gehört damit zu den fünf Prozent der beliebtesten Unternehmen auf der Plattform. Ein großartiger Erfolg für das Technologie-Unternehmen, das glückliche und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Garanten für innovative Neuentwicklungen betrachtet. „Mit unserem Leitbild ‚Proven Excellence', einer positiven Unternehmenskultur sowie einem agilen Mindset schaffen wir ideale Voraussetzungen für ein offenes, kommunikatives und partnerschaftliches Miteinander. Wir arbeiten leistungsorientiert, verlieren aber den kollegialen Zusammenhalt nicht aus den Augen", erläutert Bernd Uebersezig, Head of Human Resources der NETZSCH Gruppe.

Die Wichtigkeit der Bewertungsportale für das familiengeführte Unternehmen betont Ursula Triller, HR Specialist und verantwortlich für die Pflege des kununu-Portals der NETZSCH Gruppe. „Sie spiegeln eine ungeschönte, ehrliche Meinung der derzeitigen und ehemaligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wider, die wir sonst manchmal, trotz jährlicher Mitarbeitergespräche, nicht erfahren würden", so Triller. Deshalb seien anonyme Arbeitgeberbewertungsportale so wertvoll: die ehrliche Meinung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sei mit nichts aufzuwiegen.

Für NETZSCH hat, wie für die meisten Unternehmen hierzulande, kununu die größte Relevanz beim Arbeitgebermarketing. Bei einer Unternehmensgröße von über 3.800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern haben bislang 140 aktuelle und ehemalige Beschäftigte das Unternehmen bewertet. Derzeit liegt der Punktestand bei 4,0 von 5 möglichen Punkten und damit höher als der Branchendurchschnitt im Maschinenbau, der bei 3,5 Punkten liegt. Die NETZSCH Gruppe wird von 83 Prozent als Arbeitgeber weiterempfohlen. Doch nicht nur positive Bewertungen in dem Unternehmen werden geschätzt und beachtet. „Wir bieten vertrauliche Gespräche an, um die Situation, die den jeweiligen Mitarbeitenden belastet, auch aktiv im Rahmen unserer Möglichkeiten zu verbessern", erläutert Triller den Umgang mit negativen Bewertungen.



© ABM Greiffenberger

© ABM Greiffenberger

Die Azubis der ABM Greiffenberger Antriebstechnik GmbH freuen sich, ihre vielseitigen Aufgaben in der betriebsinternen Lehrwerkstatt auszuführen

ABM

Ralph Treude, Mitgeschäftsführer der ABM Greiffenberger Antriebstechnik GmbH in Marktredwitz, hält die Bewertungen auf den Plattformen ebenfalls für relevant. „Ein Körnchen Wahrheit ist in jeder Bewertung enthalten, insofern ist jedes Feedback für uns wertvoll", sagt Treude. ABM Greiffenberger stellt Elektromotoren und Getriebe her, zählt rund 850 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und wurde bislang 27 Mal bewertet. Aktueller Punktestand: 3,6 – das ist etwas höher als der Durchschnitt der Maschinenbaubranche, der bei 3,5 Punkten liegt. Zum Selbstverständnis im Umgang mit den Portalen gehört es für Treude, jede Bewertung sehr ernst zu nehmen. „Das Thema ist direkt bei unserem Personalleiter angesiedelt, das veranschaulicht die Relevanz." Der Diplom-Kaufmann beobachtet, dass die Bedeutung der Plattformen stetig zunimmt. Ein besonderer Fokus liegt auf Google. „Google greift auf die unterschiedlichen Bewertungen zu und aggregiert sie, so bekommt man im Grunde einen gemittelten Wert", sagt Treude. Je mehr kommentiert werde, desto deutlicher kristallisiere sich das Image eines Unternehmens heraus. Aber auch Google für sich genommen sei sehr wichtig, so Treude. Sein Unternehmen kommt auf einen Wert von 4,9 von 5 Punkten – das ist kaum zu toppen.





© BHS tabletop





© BHS tabletop

Die Azubis der BHS tabletop AG sind täglich mit praktischen Aufgaben beschäftigt, das sorgt für Motivation und Zufriedenheit

Auch Bernd Hummer, Bereichsleiter Personal- und Sozialwesen bei der BHS tabletop AG aus Selb, betont die Relevanz der Arbeitgeberbewertungsplattformen. „Wir sehen sie als Möglichkeit, guten Input zu bekommen, wie wir dastehen und wahrgenommen werden", sagt Hummer. Im Gegensatz zu ABM Greiffenberger kommentiert sein Unternehmen nicht jede Bewertung. „Wir kommentieren nur, wenn eine Bewertung komplett daneben ist, wenn uns jemand ins Bein schießen will. Wenn etwas unter der Gürtelline ist, dann muss man reagieren."

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter halten der BHS tabletop AG die Treue, es gibt wenig Fluktuation. Und genau deshalb sind Portale zur Arbeitgeberbewertung wichtig für das Unternehmen.

24 Personen haben BHS tabletop, Hersteller von Porzellan für das Hotel- und Gastronomiegewerbe, bislang bewertet. Derzeitiger Punktestand: 3,3 – das liegt etwas höher als der Industrie-Durchschnitt von 3,1 Punkten und ist umso bemerkenswerter, als BHS tabletop in den vergangenen Jahren Personal abbauen musste – aufgrund der Corona-Krise. Hinzu kommt als Herausforderung noch, dass Hochfranken von Abwanderung betroffen ist. „Wir verstärken unsere Bemühungen, Auszubildende einzustellen, um unseren Fachkräftebedarf zu decken", sagt Hummer. Seine Strategie des Arbeitgebermarketings zielt deshalb stärker auf Social-Media-Plattformen als auf kununu und Co. ab. „Für die Rekrutierung der Azubis sind Facebook, Instagram und YouTube wichtiger", sagt Hummer.

Sollten Unternehmen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter animieren, Bewertungen über das Unternehmen zu verfassen? Treude meint: „Ich finde das schwierig, das hat ein Geschmäckle, das würde eine gewisse Tendenz provozieren." Sein Unternehmen lehnt es ab, entsprechende Empfehlungen zu formulieren. Die einzelne Aussage ist wichtig, aber die Summe der Bewertungen wichtiger. Bernd Hummer von BHS tabletop meint: „Ich bin da hin- und hergerissen, aber im Endeffekt sollten Postings immer nur aus freien Stücken erfolgen." ■

NETZWERKER FÜR HOCHFRANKEN

WOHIN STEUERT HOCHFRANKENS WIRTSCHAFT UND WIE BEREITEN DIE WIRTSCHAFTSEXPERTEN DER STÄDTE UND KOMMUNEN IHREN WEG? KARRIEREZIEL HAT DIE WIRTSCHAFTSFÖRDERER AUS DER STADT UND DEM LANDKREIS HOF UND DEM LANDKREIS WUNSIEDEL IM FICHTELGEBIRGE NACH IHRER ZUKUNFTSVISION GEFRAGT.

Interview: Susanne Lang



WIE VERÄNDERT SICH DIE ARBEITSWEISE DER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN?

FLORIAN ERNST, WIRTSCHAFTSFÖRDERER LANDKREIS WUNSIEDEL I. FICHTELGEBIRGE: „Globale Herausforderungen wie der demografische Wandel, Migration, Arbeitskräftesicherung sowie das regionale Standortmarketing bedingen eine vielfältige und stets wandelbare Arbeitsweise der Wirtschaftsförderung. Zunächst spielt die Vernetzung zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Politik eine zentrale Rolle. Eines der klassischen Themen ist die Fördermittelberatung; hierbei ist der Blickwinkel immer individuell auf die einzelne Unternehmerin und den Unternehmer gerichtet. Die Wirtschaftsförderung fungiert dabei nicht nur als Ideengeber, sondern positioniert sich zunehmend in der Strategieentwicklung und in der Umsetzung von zukunftsorientierten Projekten. Vermehrt wird die Gestaltung der Zukunft des Standorts durch Gründungs- bzw. Innovationszentren unterstützt. Bereits bestehende Thinktanks in Hochfranken sind das digitale Gründerzentrum Einstein1 sowie das SmartLab Fichtelgebirge.

Des Weiteren werden äußere, unvorhersehbare Einflüsse die tägliche Arbeit intensiver beeinflussen. Vor allem die COVID-19-Pandemie und die damit verbundenen negativen wirtschaftlichen Auswirkungen zeigen die Notwendigkeit resilienter, d.h. krisenbeständiger, Wirtschaftsstrukturen. Die zukünftige Aufgabe der Wirtschaftsförderung besteht darin, strategische Entscheidungen bzw. Projekte zu unterstützen, die eine Diversifizierung der Wirtschaft zur Folge haben. In der Praxis bedeutet das beispielsweise ein Standortmarketing, das nicht nur auf bereits existierende Branchen ausgerichtet ist, sondern neue Wirtschaftszweige anspricht und die Region breiter aufstellt. Dadurch sinkt die Abhängigkeit von einzelnen Branchen und Technologien. Die Antizipation von Trends wird zukünftig eine wichtige Rolle in der Wirtschaftsförderung spielen. In diesem Zusammenhang werden z. B. Online-Befragungen und vertiefende Interviews von Beteiligten aus Politik, Wirtschaft und Verwaltung weiter an Bedeutung gewinnen, um strategische Entscheidungen richtig treffen zu können.“

JUNGE MENSCHEN DEMONSTRIEREN FÜR VERÄNDERUNG – FÜR KLIMASCHUTZ, EINE LEBENSWERTE ZUKUNFT UND FÜR EINE POLITIK, DIE DIE KLIMAKRISE BEWÄLTIGT. WELCHEN BEITRAG KANN WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG LEISTEN, UM DIE UNTERNEHMEN IN HOCHFRANKEN KLIMAFREUNDLICHER ZU MACHEN?

FLORIAN ERNST: „Der Klimawandel stellt eine der größten gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit dar. Die Auswirkungen sind seit Jahren spürbar: steigende Meeresspiegel, Dürreperioden, Extremwetterereignisse – wir haben z.B. alle die Flutkatastrophe im Ahrtal 2021 mitverfolgt. Um dem menschengemachten Klimawandel entgegenzuwirken, hat die Bundesregierung im Klimaschutzgesetz 2021 eine Reduktion der Treibhausgasemission um 65 Prozent bis 2030 und Klimaneutralität bis 2045 beschlossen. Dies fordert gravierende strukturelle Umbrüche in der Industrie. In diesem Zusammenhang kann die CO_2-Bepreisung, gerade in den energieintensiven Wirtschaftszweigen, zu Wettbewerbsnachteilen des Wirtschaftsstandorts Deutschland führen. Produzierende Unternehmen könnten wegen der höheren Energiekosten ihre Konkurrenzfähigkeit verlieren und zu Schließungen gezwungen werden. Der Landkreis Wunsiedel i. Fichtelgebirge ist sich dieser Problematik seit längerem bewusst und sieht die Notwendigkeit, in der Region aktiv etwas für den Klimaschutz zu tun. Die Aufgabe der Wirtschaftsförderung ist es, die Transformation hin zu einem nachhaltigeren, aber trotzdem wettbewerbsfähigen Wirtschaftsstandort mitzugestalten. Durch die Vermittlung von bundesweiten Sonderförderprogrammen sollen vor allem kleine und mittelständische Unternehmen bei der Entwicklung bzw. Implementierung innovativer und nachhaltiger Technologien unterstützt werden. Die Errichtung eines „Future Energy Lab" ist eine Maßnahme, um die regionalen Beteiligten zu vernetzen und gemeinsam an „grünen" Lösungen zu arbeiten. Mit dem „Wunsiedler Weg" hat die Stadt Wunsiedel zusammen mit ihren Partnern die Blaupause für die Energiewende für ganz Europa geschaffen. Das Grundprinzip ist ein unabhängiges Energiesystem, das vollständig auf erneuerbaren Energien basiert. Beteiligt sind gemeinsam mit vielen anderen Partnern namhafte Unternehmen wie die Siemens AG und das Bayernwerk.


© Adobe Stock

Im Bereich Standortmarketing kann die Wirtschaftsförderung ihr Portfolio erweitern: Im interkommunalen Gewerbepark „Am Plärrer" entsteht derzeit ein „grünes" Gewerbegebiet direkt an der Autobahnausfahrt Wunsiedel/Thiersheim, A93. Die großen Gewerbeflächen „Am Plärrer" sollen zukünftig als CO_2- und energieneutrales Gewerbegebiet genutzt werden. Für die Energieversorgung soll dann „grüner Wasserstoff" aus dem Energiepark in Wunsiedel bezogen werden. In diesem Zusammenhang ist auch die „Wasserstoff-Modellregion-Fichtelgebirge" zu nennen: sie unterstützt Industrie-, Logistik-, ÖPNV-Unternehmen und Energieversorger bei der Umsetzung der Klimaneutralität mit „grünem Wasserstoff". Wasserstoff ist auf dem besten Weg, zur Schlüsseltechnologie für eine nachhaltige Energie- und Verkehrswende zu werden."

LANDKREIS HOF

GUT LEBEN IN HOCHFRANKEN: ÖFFENTLICHER NAHVERKEHR SPIELT EINE WICHTIGE ROLLE IM LÄNDLICHEN RAUM. MIT DEM HOFER LANDBUS GEHT DER LANDKREIS HOF IN DIE OFFENSIVE – EINEM BUS OHNE FAHRPLAN, JEDOCH MIT APP,



UM INDIVIDUELLE FAHRTEN MIT WUNSCHHALTESTELLE ZU ERMÖGLICHEN – WIRD DER LANDBUS-RADIUS AUCH FÜR STUDIERENDE UND AZUBIS BALD GRÖßER?

KLAUS GRUBER, WIRTSCHAFTSFÖRDERER LANDKREIS HOF: „Der Landkreis Hof zeigt mit dem LandBus erneut seinen Mut zur Innovation und bietet ein Angebot für alle Generationen, das er Schritt für Schritt ausbauen wird. Der Landkreis plant, bis Mitte/Ende 2023 den Hofer LandBus flächendeckend im gesamten Landkreis Hof anbieten zu können. Dann sollte es durch die Kombination von anderen öffentlichen Verkehrsmitteln und Bus, Bahn und Hofer LandBus möglich sein, auch ohne Führerschein zwischen 6 und 23 Uhr (und zwar täglich) von und zu einem Ausbildungsplatz oder zur gewünschten Freizeitaktivität zu gelangen. Derzeit steht das Angebot im Gebiet von Rehau und Regnitzlosau mit 185 Haltestellen zur Verfügung und wurde bereits von 26.000 Fahrgästen genutzt; die App wird von rund 5.000 Nutzern aktiv in Anspruch genommen. Aufgrund der positiven Resonanz wird das Angebot nun auf die Gemeinden Döhlau und Gattendorf erweitert. Der Hofer LandBus soll nicht nur ein Mobilitätsangebot sein, vielmehr werden auch Fahrtwünsche mit ähnlichen Zielen und zu ähnlichen Zeiten kombiniert, um so doppelte Fahrten zu vermeiden. Ein Algorithmus hilft dabei, die Fahrten möglichst effizient zu berechnen. Wo aktuell noch keine ÖPNV-Verbindung oder Mitfahrgelegenheit existiert, gibt es die Möglichkeit, beim Landkreis Hof eine sogenannte „Ausnahme" vom Mindestalter für den Führerschein zu beantragen. Diese ermöglicht es Auszubildenden ab 17 Jahren, mit einem Auto selbständig und ohne Begleitung zu ihrem Ausbildungsplatz zu fahren."

INTERNET-AUSBAU UND HÖHERE ÜBERTRAGUNGSGESCHWINDIGKEITEN – WIE UNTERSTÜTZT DER LANDKREIS HOF DIE WIRTSCHAFTLICHEN UND WISSENSCHAFTLICHEN POTENZIALE DER DIGITALISIERUNG?

KLAUS GRUBER: „Die Digitalisierung bietet für den Landkreis Hof als ländlich geprägten Raum zahlreiche Chancen.

Anzeige



RAPA

TECHNIK UND TALENTE FÜR DAS NEXT LEVEL

Automotive, E-Mobilität, autonomes Fahren, Digitalisierung & nachhaltige Verkehrslösungen weltweit – das sind unsere Themen und Herausforderungen bei RAPA. Für namhafte und internationale OEMs sind wir ein verlässlicher Engineering- und Produktionspartner.
Wir wachsen und suchen laufend Talente.

Als Ingenieurin oder Ingenieur wirken Sie mit an innovativen Automotive-Entwicklungen und profitieren von der Macher-Mentalität eines mittelständischen Familienunternehmens.
Sie können bei RAPA einsteigen – und aufsteigen! Checken Sie ein in das Next Level der Automobilzukunft und Ihrer Karriere. Wir bieten attraktive Engineering-Jobs an den Standorten Selb, in den USA und China.

Mehr Infos
www.rapa.com/karriere

BEREITS HEUTE VERBESSERN DIGITALISIERUNGSPROJEKTE DEN ALLTAG DER BÜRGERINNEN UND BÜRGER UND DER UNTERNEHMEN IM LANDKREIS HOF:

DIE **SHUTTLE-MODELLREGION OBERFRANKEN SOLL ERKENNTNISSE ZUM BETRIEB AUTONOMER FAHRZEUGE,** DEREN INTEGRATION IN DEN ÖPNV, ABER AUCH ÜBER TELEOPERATION, ALSO DIE FERNSTEUERUNG DER FAHRZEUGE DURCH EINE LEITWARTE, **BRINGEN.** NEUES WISSEN ÜBER DIE INTERAKTION ZWISCHEN MENSCHEN UND AUTONOMEN FAHRZEUGEN WIRD GESCHAFFEN UND DIE AKZEPTANZ GEGENÜBER AUTONOM FAHRENDEN FAHRZEUGEN ERHÖHT.

UM UNTERNEHMEN BEI DIGITALISIERUNGSPROJEKTEN ZU UNTERSTÜTZEN, GIBT ES AUßERDEM DAS BAYERISCHE FÖRDERPROGRAMM „DIGITALBONUS" UND **DAS PROGRAMM „DIGITAL JETZT" DER BUNDESREGIERUNG.**

IN ZUSAMMENARBEIT MIT **EBAY DEUTSCHLAND** WURDE EIN **LOKALER ONLINE-MARKTPLATZ FÜR DAS HOFER LAND EINGERICHTET.** ER IST TEIL EINES DEUTSCHLANDWEITEN PROJEKTS ZUR STÄRKUNG DES LOKALEN HANDELS UND ZUR STEIGERUNG DER SICHTBARKEIT FÜR LOKALE UNTERNEHMEN. UNTER EBAY-DEINE-STADT.DE/HOFER-LAND FINDEN KUNDINNEN UND KUNDEN DIE ANGEBOTE VON MEHR ALS 200 REGIONALEN GEWERBLICHEN HÄNDLERINNEN UND HÄNDLERN – VIELE VON IHNEN MIT STATIONÄREM GESCHÄFT.



Mit digitalen Lösungen und Strukturen wappnet sich der Landkreis Hof für zukünftige Herausforderungen. Digitale Angebote unterstützen uns z.B. bei der Sicherstellung einer guten medizinischen Versorgung. In den Industriebetrieben optimieren IoT/Industrie-4.0-Lösungen Produktionsprozesse und Laufzeiten von Maschinen. Im Bereich Nahversorgung helfen Multi-Channel-Ansätze dem innerörtlichen (Fach-) Einzelhandel, vom Internethandel zu profitieren und gleichzeitig den stationären Laden zu erhalten. Durch Netzwerkarbeit und Veranstaltungen mit Key-Note-Speakern und durch die Zusammenarbeit zwischen der Hochschule Hof, dem Institut für Informationssysteme der Hochschule Hof und den Unternehmen in der Region bietet der Landkreis Hof einen Wissenstransfer an, um diese Themen aktiv zu unterstützen und weiterzuentwickeln.

Der Landkreis Hof unterstützt seine Städte und Gemeinden beim Breitbandausbau mit Hilfe von Förderprogrammen. Im Zuge der landkreisweiten Mobilfunkmessung, die im November 2021 abgeschlossen wurde, bekommen die Landkreiskommunen eine detaillierte Auswertung ihrer Mobilfunkabdeckung und konkrete Vorschläge zur Verbesserung der Versorgung. Diese Analysen ermöglichen es, konkret mit den Mobilfunkanbietern in Verhandlungen zu treten oder ein Förderprogramm zu nutzen.

Als eine der Modellregionen des Bundesförderprogrammes Modellprojekte Smart Cities (MPSC) entwickelt der Landkreis Hof Strategien, wie Digitalisierung das Leben der Bevölkerung vor Ort verbessern kann. In der operativen Phase werden konkrete Digitalisierungsmaßnahmen umgesetzt und vor Ort erlebbar gemacht (Infos unter hoferland.digital).“

STADT HOF

LEBENDIGE INNENSTADT: WELCHE STANDORTKRITERIEN SIND ENTSCHEIDEND, UM JUNGE MENSCHEN – AUSZUBILDENDE UND STUDIERENDE – NACH HOF ZU BRINGEN?

Klaus-Jochen Weidner, Wirtschaftsförderer Stadt Hof: „Die deutschen Innenstädte, so auch die Stadt Hof, werden sich deutlich wandeln. Der Einzelhandel wird nach wie vor eine wichtige Funktion besitzen, die folgenden Generationen werden aber die Innenstadt auch aus vielen anderen Gründen als bisher aufsuchen. Hier geht es um Urbanität, um hohe Aufenthaltsqualität, auch hinsichtlich der Aspekte Klimawandel und Nachhaltigkeit, um interessante Gastronomie, um eine Innenstadt, die Angebote bietet für soziale Kontakte, für Erlebnisse und Events. Zusätzlich ist es wichtig, dass ein hochwertiger Einzelhandel sowohl online Einkaufsmöglichkeiten als auch stationär Einkaufserlebnisse bietet, was durch einen gemeinsamen regionalen Marktplatz mit dem Landkreis Hof auf ebay bereits angestoßen wurde.

Diskutiert werden derzeit konkrete Maßnahmen für die Zukunft. Vor allem durch den Ausbau des Citymanagements sollen Einzelhändler, Wirtschaftsförderung, Leerstandmanagement und Stadtmarketing eng miteinander verknüpft werden. Bürgerinnen und Bürger aktiv in die Entwicklung ihrer Stadt mit einzubinden, ist der Schlüssel zum Erfolg. Die Stadt Hof ist weit über die Grenzen hinaus bekannt für ihre zahlreichen Kultureinrichtungen, und genau deshalb arbeiten z.B. das Theater Hof, die Hofer Symphoniker und auch die Hofer Freiheitshalle mit der Stadt zusammen, um Pläne für ein multifunktionales Aufenthaltserlebnis in der Innenstadt zu entwickeln.

Durch Begrünungen lädt die Innenstadt zum längeren Verweilen ein – das kann auch die Einzelhändler anspornen, eigene Initiativen zu entwickeln. Als erstes Beispiel kann die Umstrukturierung des Rathaus-Innenhofs mit viel Grün und einer hohen Aufenthaltsqualität nicht nur für die Bediensteten der Stadt Hof genannt werden.“

ARBEIT FÜR ALLE: WIE KÖNNEN IN ZEITEN DES FACHKRÄFTEMANGELS SOWOHL FACHKRÄFTESICHERUNG ALS AUCH INKLUSION UND INTEGRATION ERREICHT WERDEN?

Walter Friedl, Wirtschaftsförderer Stadt Hof: „Jede Arbeitnehmerin und jeder Arbeitnehmer, welche dem Arbeitsmarkt verloren geht, ist auch gleichzeitig ein Verlust für die Region. Jedoch herrscht Fachkräftemangel auf regionaler, nicht auf kommunaler Ebene, und die Fachkräftesuche macht nicht an der Stadtgrenze halt. Die Stadt Hof arbeitet gemeinsam mit weiteren Akteuren und Netzwerkpartnern daran, den Bewohnerinnen und Bewohnern Hochfrankens, aber auch Menschen außerhalb unserer Region die hohe Lebensqualität und die tollen Jobmöglichkeiten vor Ort näherzubringen. Zusätzlich ist es wichtig, nicht nur durch Messen oder Jobbörsen, sondern auch durch ein enges Miteinander der Akteure auf dem Arbeitsmarkt das vorhandene Arbeitskräftepotenzial zu aktivieren. Die Themen Inklusion und Integration gehören dazu, um Unternehmen und Arbeitssuchende aktiv zusammenzubringen; sie werden in unserer Region vorbildhaft und innovativ umgesetzt. Ermutigend sind z.B. zahlreiche Aktivitäten für die Studentinnen und Studenten der Hochschule Hof und die enge Zusammenarbeit verschiedener Initiativen, die sich bemühen, junge Menschen in den Arbeitsmarkt zu integrieren“.

Anzeige

F&P Creating Communities

Passt zu dir?

F&P GmbH
Feldstr. 53
95152 Selbitz
www.fp.de

Dein **neuer Arbeitgeber?**

Fühlst du dich im **digitalen Umfeld** Zuhause?

www.fp.de/jobs

Dann könnte es mit Jobs bei uns schwierig werden.

Das klingt nicht nach einem Perfect Match. Aber vielleicht funkt es bei jemandem aus deinem Umfeld?*

Aber Online Communities findest du interessant?

Suchst du nach einem spannenden **Arbeitsplatz mit Wohlfühlfaktor?**

#änderwas

Möchtest du täglich ein **kostenloses Mittagessen** mit tollen Kolleg*innen?

Flaute im Job und in der Liebe?

Schau doch einfach mal auf unserer Website **- www.fp.de -** vorbei und lass dich überraschen. ;)

Da kommst du bei uns nicht drum herum, aber eigenes Essen kannst du dir natürlich mitbringen.

Klingt unsere **Vision für dich spannend?**

Wir bei F&P verstehen uns **als Wegbereiter** einer Welt, in der **alle zu mehr Glück und Erfüllung** finden.

Hast du Lust, bei der Arbeit **Hausschuhe** zu tragen?

Schick uns einen Link zu deinen Wunsch-Hausschuhen, wir bestellen schon mal für dich.

Lust auf abwechslungsreiche Begegnungen?

Macht nix! Deine Schuhe darfst du natürlich auch anlassen.

Hast du Lust, für eine Community mit über **4 Millionen Mitgliedern** zu arbeiten?

Werde Teil unserer Community! ♥

JOYclub

Übernahme der **KiTA Gebühren** - mtl. **44,00 € Spendit-Gutschein**

Betriebsrente - individuelle **Weiterbildungsmöglichkeiten**

Ob Stundent*in, Absolvent*in oder Professional – in unseren Wohlfühlbüros ist für kluge Köpfe immer ein Platz frei! Coole Kolleg*innen, neue Technologien und ein agiles Arbeitsumfeld warten auf dich!

Projekte für Studien- und Abschlussarbeiten

Für alle Absolvent*innen, die noch nach einem Thema für ihre **Studien- oder Abschlussarbeit suchen:** Im Rahmen unserer professionellen Softwareentwicklung für Web-Anwendungen am **Standort Selbitz** suchen wir motivierte Bewerber*innen, die Spaß daran haben, praxisrelevante Projekte zu bearbeiten und diese zum Leben zu erwecken.

***Empfehlungsprovision:** Falls du jemanden aus deinem Umfeld weiterempfiehlst, könnte eine lukrative Provision iHv. 1.000,00 € auf dich warten. Mehr dazu findest du in der jeweiligen Stellenausschreibung.

kununu OPEN COMPANY – WIR LEBEN OFFENHEIT!

kununu TOP COMPANY – VON MITARBEITERN EMPFOHLEN!

Anzeige



Du suchst eine Ausbildung mit Zukunft?

WIR HABEN SIE!

LINSEIS
THERMISCHE ANALYSE

LINSEIS Messgeräte GmbH / Vielitzer Str. 43 / 95100 Selb / Tel.: 09287 880 0 / https://www.linseis.com/karriere/

DER HERZSCHLAG DER GENUSSREGION OBERFRANKEN

Text: Sabine Schaller-John
Bilder: Martin Bursch

Die Initiative „Genussregion Oberfranken“ lebt und pulsiert, hat sich zum Vorzeigeprojekt gemausert.

Viele Akteure und Akteurinnen tummeln sich – Bäcker, Metzger, Brauerinnen, Gastronominnen, Produzenten, Vermarkter, Genussbotschafterinnen, Politiker aus Kommunen und Landkreisen, auch Wissenschaftlerinnen.

Sie alle haben ein gemeinsames Ziel: Imagepflege und Förderung der Qualität, Kultur und Vielfalt regionaler Spezialitäten in Oberfranken.

Was so einfach klingt, verlangt viel Engagement. KARRIEREZIEL hat mit drei Akteuren gesprochen.



DER NETZWERKER

„Das Etablieren einer Genussregion ist nicht isoliert möglich. Dazu braucht es ein gut funktionierendes Netzwerk aus Produzenten, Handwerkern, Ideengebern und Multiplikatoren." – Norbert Heimbeck, Geschäftsführer Genussregion Oberfranken e.V.

Der 24. Oktober 2007 markiert den Beginn des Vereins Genussregion Oberfranken e.V. Die Idee, Oberfranken als Genussregion zu etablieren, existierte da schon einige Jahre – ins Spiel gebracht von der Handwerkskammer für Oberfranken, die damit auch der Erosion der Betriebe im Lebensmittelhandwerk entgegenwirken wollte. Viel zentraler aber war die Motivation, ein Netzwerk zu schaffen, das Oberfrankens Schätze und „Welt- und Europameister" viel stärker in die Öffentlichkeit rückt: Gemessen an der Einwohnerzahl gibt es in Oberfranken die meisten Bäckereien und Konditoreien, die meisten Metzgereien und die meisten Brauereien der Welt. Den Europameistertitel hält die Region als größtes Süßkirschen- und Meerrettichanbaugebiet Europas. Hinzu kommen die Veredelungsbetriebe und die Gastronomie. Alle zusammen stehen für Regionalität, Qualität und Genuss sowie eine oft jahrhundertealte Tradition. Sie sind also ein wichtiger Teil der oberfränkischen Kultur und Heimat. Entsprechend lautet der Vereinszweck: Imagepflege und Förderung der Qualität, Kultur und Vielfalt regionaler Spezialitäten in Oberfranken – weit über die bloßen Aktivitäten einer regionalen Vermarktungsinitiative hinaus.

Seit April 2018 laufen die Fäden für die Aktivitäten bei Norbert Heimbeck zusammen. Schon während seiner über 30-jährigen Arbeit als Redakteur und Journalist beschäftigte er sich im Schwerpunkt mit Lebensmitteln und Kulinarik, kocht selbst leidenschaftlich gern, veranstaltet Kochabende und Verkostungen – wann immer möglich mit Produkten aus der Region.

Sein Aufgabenbereich ist vielfältig und nur schwer auf einen Nenner zu bringen. Netzwerker bringt es wohl am ehesten auf den Punkt.

KOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT:

„Eine meiner zentralen Aufgaben!", sagt Heimbeck. Gut 30 Vorträge hat er in den zurückliegenden Jahren gehalten, besonders oft gewünscht wurde der Vortrag „Genussregion Oberfranken – mehr als ein immaterielles Kulturerbe". „Mit dem Bayerischen Rundfunk habe ich fast schon eine Standleitung. Er fragt oft an, wenn er auf der Suche nach interessanten Betrieben in Bayern ist", erzählt er. Und da hilft Heimbeck natürlich, wo er kann. Zudem organisiert er Seminare, in denen sich Interessierte zu Genussbotschafterinnen und Genussbotschaftern ausbilden lassen können. „Über 100 sind es bereits", sagt er. Für die Ausbildung von kommuna-



len Gästeführerinnen und Gästeführern hat er das Modul „Genussregion kompakt“ entwickelt. Die Homepage des Vereins läuft unter seiner Regie und bündelt alles, was neben den Informationen zum Verein mit der Genussregion verbunden ist: „Die wichtigsten Stichworte sind hier Essen, Erleben und Einkaufen“, sagt Heimbeck. Entsprechend finden sich Spezialitäten aus Oberfranken, Genusstouren, Genussorte und Tipps für Erlebnisse, die Kultur und Kulinarisches verbinden. Ständige Medienarbeit versteht sich von selbst – wichtige digitale Plattformen wie Facebook und Instagram inbegriffen.



Norbert Heimbeck, Geschäftsführer Genussregion Oberfranken e.V.

VERANSTALTUNGEN

„Hier können wir als Verein oft nur unterstützende Arbeit leisten, Akteure zusammenbringen, Fachwissen einbringen, Werbung über unsere Kanäle machen, die Presse informieren etc.“, erläutert Heimbeck und nennt als Beispiel den 1. Oberfränkischen Lebensmittelgipfel, der im Oktober 2021 stattfand und sich mit der Situation und der Zukunft im Lebensmittelhandwerk und der Landwirtschaft auseinandersetzte. Gewissermaßen leichtere Kost, aber mit viel Publikumswirkung, sind Wettbewerbe, die

Anzeige

Ehrlich. Kompetent. Echt Sell.

SELL®

AZUBIS GESUCHT

ECHT SELL.



ECHT HAPPY.

Finde einen Job, der zu dir passt und dir Spaß macht.
Wir helfen dir dabei, das Beste aus dir rauszuholen.
Wenn du unsere Begeisterung teilst, freuen wir uns darauf,
wenn du bei uns einen Beruf mit Zukunft lernst und
Teil unseres Teams wirst.

Entdecke viele interessante Stellenangebote unter
www.sell.gmbh/karriere.

Sell GmbH | Schulstr. 21 | 95233 Helmbrechts | T 09252 960-0 | info@sell.gmbh

oberfränkische Interpretationen von modernen Essenstrends oder moderne Interpretationen von oberfränkischen Klassikern in den Mittelpunkt stellen, etwa die Wahl des „Oberfrankenburgers". Wichtig ist Heimbeck aber auch die Hilfe, die der Verein bei der Entwicklung von Formaten leisten kann. „Ein Beispiel ist die Kartoffelkerwa in Helmbrechts", die coronabedingt bislang nur ein einziges Mal im Jahr 2019 stattfinden konnte. Aktionen wie ein Genießerduell zwischen Oberfranken und einer anderen Region während der „Grünen Woche" in Berlin sind in Planung.

QUALITÄTS-SICHERUNG

„Das ist die Basis für unsere Glaubwürdigkeit und das Kundenvertrauen", betont Heimbeck. Entsprechend ist das Label „Genussregion Oberfranken" nicht nur ein Imagelabel, sondern auch ein regionales Qualitätssiegel. Wer Spezialitäten herstellt und es nutzen will, muss sich einer intensiven Qualitätsprüfung unterziehen. Der Verein hat zusammen mit der QAL GmbH, einem Unternehmen, das Audits und Zertifizierungen unter anderem in der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft konzipiert und durchführt, Qualitätsstandards entwickelt. Jede Produzentin, jeder Produzent wird zertifiziert und unterzieht sich einer Regionalitätsprüfung, bevor er als Mitglied in den Verein Genussregion Oberfranken aufgenommen wird. Die Zertifizierung wird bei jedem Betrieb alle drei Jahre durchgeführt. „In der Gastronomie sehen die Qualitätsstandards beispielsweise vor, dass bei einem Leitgericht des Hauses die wichtigsten Zutaten zu 100 Prozent aus Oberfranken sind", erklärt Norbert Heimbeck. Er baut sukzessive Kontakte zu Experten und Expertinnen und Institutionen auf. Dazu zählen die oberfränkischen Hochschulen, der neu gegründete Ernährungsrat Oberfranken, vor allem aber die in Stadt und Landkreis Kulmbach ansässigen Einrichtungen aus dem Lebensmittelbereich, die dem Netzwerk eine hervorragende fachliche Grundlage geben.

MITGLIEDER-SERVICE

„Hier fungiert der Verein als Dienstleister und bietet besondere Services", sagt Heimbeck. Das beinhaltet zum Beispiel die exklusive Teilnahme von Mitgliedern an Imageaktionen, Präsentationen oder Caterings. Aber auch das Herstellen von Kontakten zu anderen Spezialitätenanbieterinnen und -anbietern in Oberfranken, um das eigene Sortiment zu ergänzen oder regional einkaufen zu können. „Ich werde auch gefragt, ob ich nicht oberfränkische Betriebe kenne, die Bio-Produkten herstellen", sagt er und beginnt dann sofort zu recherchieren, falls er nicht ohnehin schon jemanden im Netzwerk hat. Alle Mitglieder können sich kostenlos in die Anbieterdatenbank aufnehmen lassen, Workshops und Seminare zu allen möglichen Themen in Anspruch nehmen, das Netzwerk von Expertinnen und Experten nutzen. Und es steht ihnen das Logo für Marketingzwecke zur Verfügung.

Das Konzept des Vereins Genussregion Oberfranken e.V. geht auf. Aus 38 Gründungsmitgliedern sind mittlerweile rund 360 geworden. 2015 war die Genussregion Oberfranken e.V. die erste Regionalinitiative in Deutschland, die als gutes Praxisbeispiel für die Erhaltung des immateriellen Kulturerbes vom Bayerischen Ministerrat, der Deutschen UNESCO-Kommission und der Deutschen Kultusministerkonferenz ausgezeichnet wurde. 2020 überreichte ihr der baden-württembergische Verbraucherschutzminister Peter Hau eine Auszeichnung für die Bemühungen um regionale Lebensmittel. Auch andere Regionalinitiativen lassen sich von Oberfrankens Beispiel beim Aufbau eigener Genussregionen inspirieren.

Genau das – die Verknüpfung von Regionalität, Kulinarik und Kultur – will Norbert Heimbeck in den nächsten drei Jahren zum Mittelpunkt seiner Arbeit machen – hin zum „Kulturerbe Genussregion". Kooperationen mit oberfränkischen Museen sind schon auf den Weg gebracht, weitere Impulse erhofft er sich von Heimatpflegerinnnen und Heimatpflegern, die er zur Stärkung der Genussregion Oberfranken ins Boot holen will.

DER STRATEGE

„Mit Gemeinsamkeit, Verbundenheit und Geschlossenheit entwickeln wir die Genussregion Oberfranken weiter und sichern dem Handwerk die Zukunft.“ – Christian Herpich, Metzgermeister und Vizepräsident der Handwerkskammer für Oberfranken

Christian Herpich verschließt die Augen vor der Realität nicht. Herpich ist Metzgermeister in Hof und führt zusammen mit seinem Bruder Stephan und seiner Frau Alexandra in vierter Generation den 1905 gegründeten Familienbetrieb. Das Handwerk und die Region liegen ihm sehr am Herzen. Deshalb will er etwas gegen den Rückgang der Betriebe im Lebensmittelhandwerk tun. „Wir dürfen den Kopf nicht in den Sand stecken“, sagt er. Er war viele Jahre Kreishandwerksmeister für Hochfranken, seit Juni 2021 ist er Vizepräsident der Handwerkskammer für Oberfranken. Christian Herpich kennt die Situation in den Branchen also bestens und nutzt seine Funktion, um sie zu verbessern. Eine seiner Kernbotschaften lautet: „Wir müssen das Image verbessern, das Handwerk wieder attraktiver machen.“ Das Metzger-, Bäcker- und Brauerei-Handwerk bietet tolle und kreative Berufe, findet er. Das werde oft verkannt. Gerade in Hochfranken als Teil der Genussregion Oberfranken gibt es Chancen. Der Verein und das Engagement der Genussregion Oberfranken, die er als Gründungsmitglied im Jahr 2007 mit aus der Taufe gehoben hat, sind für ihn deshalb eine gute Sache. Nirgendwo gibt es noch so viele Bäckereien, Metzgereien und Brauereien wie hier. „Über die Genussregion Oberfranken schaffen wir es, die Geschichte des regionalen Lebensmittelhandwerks und ihren Mehrwert zu transportieren“, sagt Herpich. Regionalität sei doch sehr im Trend: „Das Regionale ist das neue Bio“, ist er überzeugt, weil für Konsumentinnen und Konsumenten die regionale Herkunft immer bedeutender werde. „Wir haben hier etwas ganz Besonderes, das wir hegen und pflegen müssen.“ Dazu gehören für ihn höchste Produktqualität und gute Preise bei trotzdem ordentlicher Kalkulation für die Handwerksbetriebe. Wie das auch in Zukunft gehen kann, war Thema beim 1. Oberfränkischen Lebensmittelgipfel, den die Handwerkskammer für Oberfranken in enger Kooperation mit der Genussregion Oberfranken ausgerichtet hat. Für Herpich ist klar: Es geht nur in enger Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Handwerk und Gastronomie. „Nur so können wir gemeinsam etwas bewirken, unsere Stärken und unsere Attraktivität deutlich machen.“ Eine Idee ist das sogenannte Genusshaus, das gebündelt regionale Spezialitäten anbietet. „Der dauerhafte Erfolg eines solchen Konzeptes steht und fällt jedoch mit dem Betreiber bzw. der Betreiberin“, sagt Herpich. Erfolgversprechender sei es, punktuell an verschiedenen Orten gegenseitig füreinander zu werben. „Gemeinsamkeit, Verbundenheit und Geschlossenheit sind unsere Erfolgsfaktoren der Zukunft.“



Christian Herpich, Metzgermeister und Vizepräsident der Handwerkskammer für Oberfranken

Auszubildende für das Lebensmittelhandwerk zu begeistern, das hat sich Herpich auf die Fahnen geschrieben. Für ihn ist





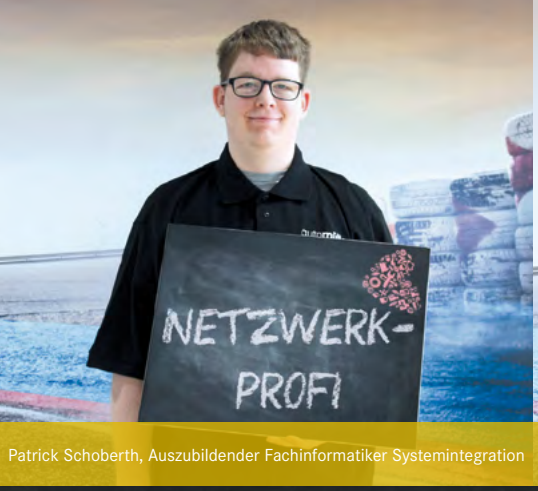


Feine Bratwürste, zarte Braten, Kartoffelklöße, spezielle Wurstsorten und Biere mit Charakter: Manche Genüsse gibt es nur in Oberfranken.





wichtig, dass sich die Berufsbilder an Schulen und auf Ausbildungsmessen präsentieren als „Handwerk zum Anfassen" und auf Augenhöhe. Auszubildende sollen erklären, was sie an ihrem Lehrberuf schätzen, wie die Ausbildung abläuft, dass Handwerksberufe modern und hochinteressant sind. Für Herpich ist auch klar, dass die Rahmenbedingungen für die Ausbildung überdacht werden müssen. „Der wohnortnahe Berufsschulstandort ist wichtig", sagt er beispielsweise. Derzeit ist Kulmbach der Berufsschulstandort – auch für Auszubildende aus Hochfranken, die dann bei Blockunterricht aufgrund der Entfernung dort übernachten müssen. Es gibt Unterkünfte, doch müssen auch die Eltern mitspielen. „Unsere Auszubildenden sind oft noch minderjährig. Da spielt die Sicht der Eltern schon eine wichtige Rolle." Mit wohnortnahen Schulstandorten könnte hier eine wichtige Hürde genommen werden. Auch die Berufsbildungs- und Technologiezentren (BTZ) müssen aus Herpichs Sicht modernisiert werden. Diese Einrichtungen zur sogenannten überbetrieblichen Lehrlingsunterweisung, die parallel zur Ausbildung in den Betrieben stattfindet, spiegeln oft noch nicht das moderne Handwerk wider. Im BTZ Hof ist das bereits in Angriff genommen. Für rund 17 Millionen Euro wird es bis Ende des Jahres 2022 modernisiert. Ein Mosaikstein mehr, um die betriebliche Ausbildung zeitgemäß zu ergänzen. „Das stärkt auch die Attraktivität unserer vorrangig kleinen Ausbildungsbetriebe", sagt Herpich. Die kleinen Betriebe haben aus seiner Sicht einen großen Vorteil für Auszubildende: „Es herrscht noch eine familiäre Atmosphäre und viel persönlicher Kontakt." Das garantiere eine intensive und individuelle Betreuung. Und nicht zuletzt sei es mittlerweile schon zum Erfolgsmodell geworden, bereits Kindergartenkinder für das Handwerk zu begeistern. „Viele Betriebe machen selbst für die ganz Kleinen schon Betriebsführungen. Allerdings nicht im Sinne von Nachwuchsgewinnung, sondern um ihnen zu zeigen, wie Lebensmittel entstehen." Dass verantwortungsvoll und sorgfältig produzierte Lebensmittel etwas ganz Besonderes und Wertiges sind, können Kinder nicht früh genug erfahren. Eine Voraussetzung dafür, diese Lebensmittel bewusst zu genießen.



Patrick Schoberth, Auszubildender Fachinformatiker Systemintegration



Ata Hosseini, Auszubildender Kfz-Lackierer



Lea Greß, Auszubildende Automobilkauffrau

Du Autos?



BEWIRB DICH JETZT!

DANN BIST DU BEI UNS RICHTIG.

Du bist:
- vielseitig interessiert, leistungsbereit & zeigst Einsatzfreude.
- flexibel & hast die Fähigkeit eigenverantwortlich zu handeln.

Dann bewirb Dich für die nachfolgenden Ausbildungsberufe 2022/2023:
- Kfz-Mechatroniker für Pkw (m/w/d)
- Kfz-Mechatroniker für Nutzfahrzeuge (m/w/d)
- Kfz-Mechatroniker (m/w/d) mit dem Schwerpunkt System- und Hochvolttechnik
- Kfz-Lackierer (m/w/d)*
- Fachkraft für Lagerlogistik (m/w/d)
- Automobilkaufmann (m/w/d)

in unseren Betrieben in Hof und Naila.
Noch freie Ausbildungsstellen für 2022
findest du unter www.automueller.de

Auto Müller GmbH & Co. KG
Ernst-Reuter-Str. 65, 95030 Hof
Tel.: 09281 8501-0
Online-Bewerbung unter:
karriere.automueller.de

automüller
Leistung mit Leidenschaft

*Nur in Hof möglich.



Hans Winter, Auszubildender Kfz-Mechatroniker für Nutzfahrzeuge



Hasan Touran, Auszubildender Fachkraft für Lagerlogistik



Michelle Nagel, Auszubildende Automobilkauffrau



Yannick Sahrmann, Auszubildender Automobilkaufmann

DER MULTIPLIKATOR

„Wir wollen ein Schaufenster für die Produkte der Region sein.“ – Felix Bense, Gründer des Onlineshops gudgoods.de und Genussbotschafter der Genussregion Oberfranken

Felix Bense hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Genussregion Oberfranken sichtbar zu machen – digital über den Onlineshop gudgoods.de, den er gemeinsam mit Nicolai Kondakov 2019 gegründet hat. Die beiden Mittzwanziger haben bis zu ihrer gemeinsamen Selbstständigkeit ganz unterschiedliche Wege beschritten. Bense hat ein duales Studium zum Handelsfachwirt absolviert. Über sich sagt er: „Ich bringe die Leidenschaft für die Produkte, den Handel und die Kommunikation mit.“ Nicolai Kondakov, der aus dem Logistikbereich kommt, beschreibt er so: „Nicolai ist ein regional verwurzelter Digital-Nomade, der im Hintergrund die Fäden in der Hand hält. Mehr als einen Laptop braucht er dafür nicht.“

So ergänzen sich die beiden gut bei der Umsetzung ihrer Geschäftsidee, die dem Online-Vertrieb von besonderen Genussprodukten gilt. Besonders deshalb, weil an sie strenge Qualitätsanforderungen gestellt werden. „Sie müssen nicht nur hochwertig in den Zutaten oder Rohstoffen sein und gut schmecken, auch Herstellungsprozess und Produktverpackung müssen nachhaltig sein“, erklärt Felix Bense. Im mehrfachen Sinne also „gud“, was auf Oberfränkisch „gut“ heißt. Regionale Artikel bietet gudgoods.de auch an. Es sind mit einem Drittel der insgesamt 60 angebotenen Produkte noch nicht so viele, und auch nicht alle sind aus Oberfranken, sondern auch aus Unterfranken, Mittelfranken und der Oberpfalz.

Den oberfränkischen Anteil zu stärken, steht ganz weit oben auf Benses und Kondakovs Agenda. „Wir haben so viele Genussschätze, die mit Leidenschaft hergestellt werden, die aber nicht oder eben nur ganz begrenzt regional in den Läden der Produzentinnen und Produzenten sichtbar sind.“ Oder die, wenn sie sichtbar sind, noch Optimierungspotenzial im Verpackungsdesign haben. Als Handelsfachmann weiß er, dass das Aussehen eine nicht unbedeutende Rolle für den Verkaufserfolg spielt. Die oberfränkischen Produkte im Sortiment von gudGoods vertreiben Bense und Kondakov unter der Eigenmarke „gud“ mit eigenem Logo und Verpackungsgestaltung mit Wiedererkennungseffekt, die Benses Cousin Nick Wagner, gelernter Produktdesigner, kreiert. Einen Honig haben sie unter dem Namen „gudHoney“ im Angebot, einen ganz besonderen Brotaufstrich unter dem Namen „gudJam“. Er ist eine Gemeinschaftsproduktion von gudGoods und dem jungen, kreativen Münchberger Sebastian Wunderlich. Felix und Sebastian haben sich bei der Weiterbildung zum Genussbotschafter der Genussregion Oberfranken kennengelernt. Als gelernter Koch probiert Sebastian vieles aus, schafft neue kulinarische Kreationen aus heimischen Zutaten, die er im eigenen Feinkostladen vertreibt. Doch auch bei den unter der Eigenmarke vertriebenen Produkten von gudGoods bleibt immer transparent, wer sie produziert hat. Das ist Felix und Nicolai wichtig. „Da müssen wir auch gesellschaftlich wieder hin, dass wir den gesamten Herstellungs- und Vermarktungsprozess kennen und Produktion, Handel und Kundinnen und Kunden vertrauensvoll zusammenarbeiten“, findet Felix. Regionalität ist da ein wichtiger Hebel für ihn.

Das Interesse an regionalen Produkten wächst und wächst – auch als Geschenkidee, stellen die Macher von gudGoods fest. Als sie im Mai 2019 starteten, war ihre Idee zunächst, Präsentboxen für Unternehmen anzubieten, die diese zu allen möglichen







Produkte, Partnerschaften, Kommunikation: Felix Bense kann sich für Handel richtig begeistern.



Mit Nicolai Kondakov hat er gudgoods.de gegründet. Kondakov ist das Digital-Mastermind hinter dem Shop.

Anlässen verschenken konnten. Daraus ist die Idee der „gudBox" als Geschenkbox entstanden – eine nachhaltig produzierte Holzkassette, gefüllt mit Genussprodukten. Sie ist auch heute noch der Schwerpunkt der Handelstätigkeit von gudGoods. Das Start-up berät die Unternehmen bei der Zusammensetzung der Produkte, stellt die Box zusammen und übernimmt auch den Versand. „Vielen Unternehmen ist es zunehmend wichtig, sich mit der Region zu identifizieren und das auch in den verschickten Präsenten zu zeigen", stellt Bense fest. Das gibt einen zusätzlichen Ansporn, die regionalen Produkte weiter im Sortiment auszubauen. Mit dem „Hofer Genuss Gschenkla" haben er und weitere junge Hofer Unternehmerinnen und Unternehmer die Idee einer Geschenkbox mit Hofer Produkten umgesetzt, die anlassbezogen im Inhalt wechselt. Zum 150-jährigen Jubiläum des Hofer Wärschtlamo im Jahr 2021 bestand sie aus Wienern, Brötchen, Bier, Senf und einem Gutschein für ein Paar Hofer Wärschtla beim Wärschtlamo.

„Wir wollen ein Schaufenster für Produkte der Region sein", sagt Felix Bense. Die Idee von gudGoods geht mittlerweile aber über die Zusammenarbeit mit regionalen Produzentinnen und Produzenten und dem Vertrieb der Produkte über den Onlineshop hinaus. „Fulfillment" heißt das Zauberwort. Dahinter verbirgt sich die gesamte Auftragsabwicklung im Bereich E-Commerce, von der Bestellung bis zur Lieferung, einschließlich aller Logistik- und Kundenservices. „Wir wollen immer mehr zur Schnittstelle werden für alles, was nach der Auftragserteilung bei unseren Kooperationspartnern passiert." Damit will gudGoods der Digitalisierung in der Vermarktung etwas mehr auf die Beine helfen. Das heißt, wer als Produzentin oder Produzent online Produkte vertreiben will, nimmt Bestellungen entgegen – telefonisch, per E-Mail oder, falls vorhanden, im eigenen Onlineshop. Alles, was danach kommt, übernimmt gudGoods an seinem Unternehmensstandort Döhlau: Lagerung, Kommissionierung, Verpacken, Versand, Retourenmanagement. „Wir als Versandexperten haben dafür die Möglichkeiten. So kann sich der Partner auf das konzentrieren, was er gut kann, ohne auf eine breitere Vermarktung verzichten zu müssen." So steigt die Wertschöpfung für alle Beteiligten – und der Siegeszug der Produkte aus der Genussregion Oberfranken kann weitergehen. ■

DIE GENERATION Z AUF DEM WEG IN DIE ARBEITSWELT

Den richtigen Beruf zu finden, ist nicht einfach. Jugendliche brauchen Elternhaus, Schule, Unternehmen und Berater als kompetente Partner – und neue, digitale Wege.

Text: Cornelia Zahn

VIELE BERUFSBEZEICHNUNGEN SAGEN MIR NICHTS.
Schülerin, Schüler

WIR HABEN UNSERE ANFORDERUNGEN SCHON NACH UNTEN KORRIGIERT.
Unternehmen

BERUFSORIENTIERUNG IST EIN WIRRWARR AN INFORMATIONEN.
Eltern

ICH WEISS NICHT, WAS ICH WERDEN MÖCHTE.
Schülerin, Schüler

WIR BRAUCHEN PARTNER AUS DER PRAXIS, UM JUGENDLICHE FIT FÜR DEN ARBEITSMARKT ZU MACHEN.
Schule

DIE SUCHE NACH GEEIGNETEN AUSZUBILDENDEN WIRD IMMER SCHWIERIGER.
Unternehmen

DIE SCHULE KÜMMERT SICH ZU WENIG.
Eltern

UNS STEHEN NUR BEGRENZT STUNDEN FÜR BERUFSORIENTIERUNG ZUR VERFÜGUNG.
Schule

UNS ERREICHEN NUR NOCH MÄSSIGE BEWERBUNGEN.
Unternehmen

© Adobe Stock



Der Weg zum richtigen Beruf ist kompliziert. Jeder, der praktisch mit Berufsorientierung zu tun hat, weiß das. Einig sind sich Jugendliche, Eltern, Unternehmen und Schulen in einem Punkt: Der Prozess der Berufsorientierung könnte verbessert werden. Nur wie?

Die Entscheidung für einen Beruf ist eine der grundlegendsten und weitreichendsten Weichenstellungen im Leben. Der Beruf nimmt so viel Platz ein, dass er den weiteren Lebensweg mitbestimmt. Umso wichtiger ist es, die Berufswahl gründlich anzugehen, eigene Fähigkeiten und Stärken zu kennen, Perspektiven abzuwägen und Entwicklungen des Arbeitsmarkts zu berücksichtigen. Die Schule ist ein entscheidender Akteur in der Orientierungsphase. Schülerinnen und Schüler bei der Berufsorientierung zu unterstützen, zählt zu den zentralen Aufgaben der Schulen. Mittel-, Realschulen und Gymnasien erfüllen sie auf individuelle Weise. Alle haben spezielle Programme zur Berufs- und Studienwahl entwickelt und binden externe Partner ein. Häufig gestalten in den Schulen Koordinatoren für berufliche Orientierung die Aktivitäten und fungieren als Ansprechpartner für die Jugendlichen wie für Unternehmen und Institutionen. Viele Schulstunden stehen ihnen allerdings nicht zur Verfügung – wofür nutzen sie sie? Schwerpunktmäßig ab der Mittelstufe erhalten Schülerinnen und Schüler einen ersten Einblick in den Arbeitsmarkt, sie absolvieren Tests, um herauszufinden, wo ihre Stärken liegen, lernen Berufsbilder kennen und bekommen Informationen, wie sie eine Bewerbung schreiben. Außerdem stellen sich Vertreter und Vertreterinnen von Unternehmen, Kammern, Verbänden, Arbeitskreisen, Sozialversicherungsträgern und Behörden vor und erklären ihre Organisation, deren Aufgabe und die Rolle der Bedeutung.

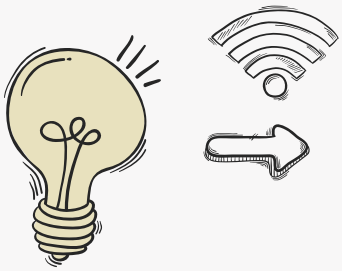
Hoppla – ist Ihnen der Fehler im vorigen Satz aufgefallen? Wenn nicht, überlegen Sie, wie konzentriert Sie im Alter von 14 bis 18 Jahren bei dem Thema „Berufsorientierung" gewesen wären… Freunde, Musik und Freiheit bedeuten in diesem Alter das Leben; Schule ist wichtig, aber Freizeit viel wichtiger.



Ein ausgeprägtes Interesse für Berufsorientierung und eine glasklare Vorstellung, was man werden will: beides ist in dem Alter selten. Heute spielt außerdem die Digitalisierung eine extrem große Rolle. Schon lange vor Corona – vor Homeschooling, Online-Meetings und virtuellem Unterricht – war die Generation Z (ab 1995 Geborene) vor allem eines: digital-affin. In die digitale Welt ist sie hineingeboren worden und mit Internet, Smartphones und Videospielen aufgewachsen. Social Media, Streamingdienste, Influencer etc. gehören zum Alltag der „Digital Natives". Berufsorientierung für die Generation Z findet deshalb natürlich auch online statt. Es gibt Tools zur Selbstanalyse, Vorträge, Workshops, Messen und Beratungsleistungen – allesamt virtuell. Ein digitaler Selbstläufer ist Berufsorientierung dennoch nicht. „Es ist die Fülle der Angebote, die Unübersichtlichkeit und die oft unverständlichen Beschreibungen der Berufsbilder, die es so schwer machen, in die Thematik einzusteigen", sagt Cornelia Jeschek. Als Geschäftsführerin der PREALIZE GmbH aus Hof begleitet sie Unternehmen im Recruitment-Prozess und stellt fest, dass trotz des enormen Angebots oft der „rote Faden" fehlt. Hinzu kommt, dass Berufsstartern manchmal noch die nötige Bewerberreife fehle, da sie keine Vorstellung haben, wie sich ein normaler Arbeitsalltag anfühlt, welche Aufgaben zu bewältigen sind. „Dabei reden wir nicht unbedingt von fachlichen Qualifikationen", so die Expertin. „Selbst das Durchhalten eines normalen Acht-Stunden-Arbeitstages wird zur unüberwindlichen Herausforderung."

Wie kann Berufsorientierung also besser, gezielter, praxisorientierter funktionieren? Lernprozesse sind vor allem dann erfolgreich, wenn sie mit persönlicher Erfahrung verbunden sind. Schon Konfuzius sagte: „Ich höre und vergesse, ich sehe und behalte, ich handle und verstehe." Am Anfang steht die Information, darauf folgt das direkte Kennenlernen und anschließend die praktische Erfahrung, die alle weiteren Entscheidungen beeinflusst. Nach diesem Prinzip läuft auch der Berufsorientierungsprozess ab.

1. INFORMATION



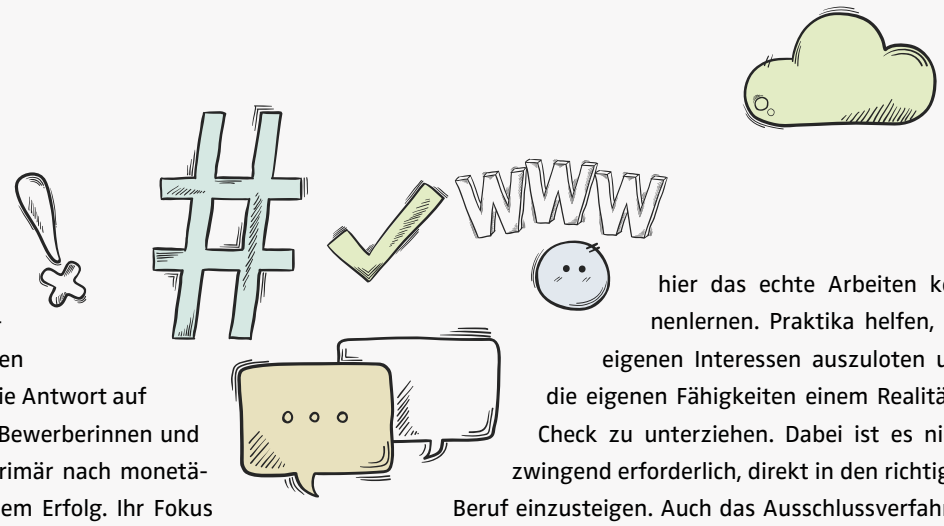
Weil es so viele Informationen gibt, ist der richtige Start nicht ganz einfach. Regionale Initiativen, z.B. die Plattform „Next Step Hochfranken" oder Angebote wie die Berufsberatung der Agentur für Arbeit, können hier gute Startpunkte sein. Sämtliche Dienste sind online verfügbar und bieten Digital Natives die Möglichkeit, sich jederzeit und an jedem Ort mit jedem digitalen Gerät zu informieren. Eltern, Lehrerinnen und Lehrer sollten die Portale kennen, um Jugendlichen zur Seite stehen zu können. Natürlich braucht es dafür einen Internetzugang und ein gewisses User-Verständnis. Der geschäftsführenden Gesellschafterin der Schüler-Power gGmbH aus Bayreuth Stephanie Helfrecht bereiten diese Aspekte immer mehr Sorge: „Digitale Bildung ist essentiell – sowohl für die berufliche als auch für die persönliche Entfaltung in der digitalisierten Welt. Ich beobachte und erlebe es in meinem privaten Umfeld, dass die Vermittlung von Zukunfts- und Digitalkompetenzen bislang eher Kindern aus einkommensstarken und bildungsnahen Familien vorbehalten ist." Berufsbildung für alle Jugendlichen verfügbar zu machen, ist deshalb ein erklärtes Ziel von Schüler-Power und ähnlichen Initiativen.

2. KENNENLERNPHASE



Externe Partner besuchen in der Berufsorientierung die Schulklassen. Dabei wird das Thema „Bewerbung" in der Regel noch ganz klassisch vermittelt: Zu einer Bewerbung gehören Anschreiben, Lebenslauf, Zeugnisse und so weiter. In digitalen Zeiten stellen sich aber auch folgende Fragen: Wäre eine Bewerbung per Video zulässig oder eine Präsentation via Social Media? Kann die Personalabteilung damit arbeiten oder muss sie auf die üblichen Unterlagen bestehen? Welche Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner werden von den Unternehmen in die Berufsorientierung entsandt und finden sie wirklich einen Zugang zu jungen Zuhörern? Sind die Interessen und Wünsche der Bewerberinnen und Bewerbern bekannt? Diese Fragen werden angesichts der demografischen Entwicklung, der sinkenden Zahl von Bewerberinnen und Bewerbern und der schwierigen Suche nach geeigneten Auszubildenden immer zentraler. Unternehmen und Betriebe haben genaue Vorstellungen, welches Personal sie benötigen; auf der anderen Seite wünschen sich Bewerberinnen und Bewerber ein ganz bestimmtes Arbeitsumfeld.

© Adobe Stock



Wer am Anfang seiner Berufslaufbahn steht, wird oft gefragt, wie er sich seinen künftigen Arbeitsplatz vorstellen würde. Die Antwort auf diese Frage hat sich verändert: Bewerberinnen und Bewerber streben nicht mehr primär nach monetären Zielvorgaben oder beruflichem Erfolg. Ihr Fokus richtet sich auf Freude am Beruf, Flexibilität in der Arbeit, Ausgleich zwischen privater und beruflicher Zufriedenheit und auf moderne Technologien und Kommunikationswege. Sind das realistische Wünsche oder ein neues Anspruchsdenken? Unternehmen müssen abwägen und sich zum Beispiel fragen, was es konkret bedeutet, wenn ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zeitliche Flexibilität wichtig ist – müssen sie dann tatsächlich noch fix von 8 bis 17 Uhr arbeiten? Wenn sie ganz intuitiv mit moderner Technik umgehen – sind dann Ausbilderinnen und Ausbilder tatsächlich noch die „Erfahrenen"?

Sichtbar wird, was Flexibilität in der Arbeitswelt, Aufgeschlossenheit für Neues und Interesse an einer steten Weiterentwicklung im Berufsleben inzwischen bedeuten. Die Ansprache zukünftiger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollte diese Aspekte berücksichtigen. Unternehmen müssen die Wünsche der Generation Z im Blick haben, ihr auf Augenhöhe begegnen. Sie müssen ihre Personalsuche digitalisieren, tatsächlich neue Wege in der Ansprache einschlagen. Online-Bewerbungen zu ermöglichen – das alleine genügt nicht. Einen guten Einblick können z.B. virtuelle Rundgänge durch den Ausbildungsbetrieb vermitteln. Azubis, Ausbilderinnen und Ausbilder können sich und die Ausbildungsplätze in Videos vorstellen. Auch ein regelmäßiger Unternehmens-Podcast kann vielfältig und nahbar Informationen liefern, die auf Interessenten ansprechend wirken. All diese Optionen sind zunächst anonym und ohne direkten Kontakt verfügbar, besitzen aber das Potenzial zum Aufbau einer ersten Verbindung und vielleicht eines ernsthaften Interesses. Ganz nebenbei helfen sie, spätere Irritationen zu vermeiden, denn je mehr ein Interessent weiß, desto kompetenter kann er seine Entscheidung für oder gegen einen Beruf treffen.

3. PRAKTISCHE ERFAHRUNG

Grau ist alle Theorie. Der praktische Teil der Berufsorientierung ist der aufschlussreichste und nachhaltigste, weil Jugendliche hier das echte Arbeiten kennenlernen. Praktika helfen, die eigenen Interessen auszuloten und die eigenen Fähigkeiten einem Realitäts-Check zu unterziehen. Dabei ist es nicht zwingend erforderlich, direkt in den richtigen Beruf einzusteigen. Auch das Ausschlussverfahren bringt Jugendliche weiter: Es hilft, zu wissen, was man nicht will. Am sinnvollsten ist es, nicht nur ein Praktikum zu machen, sondern mehrere – und das möglichst in verschiedenen Bereichen. Das Risiko, sich mangels Erfahrung beruflich völlig falsch zu entscheiden, wird so viel geringer. Neben Schülerpraktika gibt es auch Ferien- oder Nebenjobs – Eigeninitiative ist bei allen gefragt. Berufe müssen gesichtet, Unternehmen recherchiert und kontaktiert werden – für Schülerinnen und Schüler ist das eine große Herausforderung. Hier zeigt sich, wie gut die Informations- und Kennlernphase funktioniert hat – im besten Fall sind Connections bereits geknüpft.

Um den Zugang leichter zu gestalten, können auch Unternehmen und Institutionen viel tun. Konkret raten Experten: Bieten Sie keine allgemeinen Betriebspraktika an, sondern gestalten Sie ein konkretes Angebot mit einem fixen Programm. Standardisieren Sie die Abläufe des Praktikums und binden sie alle Beteiligten ein. Schaffen Sie Möglichkeiten, Praktikantinnen und Praktikanten durch mehrere Abteilungen oder Arbeitsbereiche zu bewegen. Sichern Sie eine engmaschige Betreuung. Fokussieren Sie Ihr Angebot auf Ferienzeiten. Führen Sie ein Auswertungsgespräch und bieten Sie ein Praktikumszeugnis an.

Je klarer das Angebot, desto einfacher der Zugriff. Zur Veröffentlichung stehen neben der eigenen Unternehmens-Webseite auch regionale Plattformen zur Verfügung. (z.B. Next Step Hochfranken). In der Summe kann das Bündel aus Information, der Kenntnis konkreter Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner sowie unterschiedlicher praktischer Erfahrungen die Basis für eine gute berufliche Zukunft sein. Wichtig ist aber auch: Die Entscheidung für einen Beruf ist keine auf Lebenszeit. Die Berufswelt und der Arbeitsmarkt erfordern Entwicklung, Veränderung und lebenslanges Lernen. Dazu gehört auch, scheitern zu dürfen, sich anders zu entscheiden, Neues zu wagen. Wenn diese Aspekte in der Berufsorientierung ebenfalls Berücksichtigung finden, ist der nächste Schritt schon gemacht.



Die «Alte Filz» bringt neuen Schwung in die Kulturszene

Mit Herzblut bei der Sache und immer aufgeschlossen für Neues: Das ist der Verein Kulturzentrum Hof – Alte Filzfabrik e.V. Seit 2014 setzt er sich für die Förderung der Jugend- und Subkultur in der Stadt Hof und der näheren Umgebung ein. Die Mitglieder schaffen den Spagat zwischen kreativer Nonchalance und spröder Vereinsarbeit.

Text: Sabine Schaller-John

© Manuel Hoffmann

„Wir leben von unserer Vielfalt", sagt Vorstandsmitglied Franziska Kaiser. Jedes Mitglied bringe eigene Stärken und Interessen mit, die in die Arbeit und die Projekte einfließen. „Bunt eben", sagt Franziska. Und ebenso bunt und offen für alle ist das Angebot des Kulturzentrums.



Jonas Jannusch, Florian Kreuzer, Manuel Hoffmann, Franziska Kaiser, Martin Iwansky, Stefan Söllner und Anneke Tamme (von links) engagieren sich im Vorstand des Vereins Kulturzentrum Hof – Alte Filzfabrik e.V.

Bunt, offen, unkompliziert – so gehen sie an alles heran. „Wir machen nichts, weil wir es müssen, sondern weil wir Bock darauf haben, weil es uns Spaß macht", sagt Franziska. Und das ehrenamtlich, versteht sich. Das tun sie gerne für ihre „Alte Filz", wie sie ihr Domizil in der ehemaligen Filzfabrik am Ufer der Saale in Hof liebevoll nennen. Überhaupt stecken sie sehr viel Herzblut und Zeit in die Arbeit für das Kulturzentrum. „Wir arbeiten nach dem Do-it-yourself-Prinzip", sagt Franziska. Dabei gehen sie alle Projekte pragmatisch, unaufgeregt, aber nicht planlos an. „Wir denken viel nach, besprechen uns, treffen gemeinsam eine Entscheidung, und dann organisieren wir alles Schritt für Schritt", beschreibt sie die übliche Vorgehensweise. Am Anfang steht oft nur die Idee eines Mitglieds, das dann im weiteren Verlauf der Umsetzung die Federführung übernimmt. Kleinere und größere Projekte werden so umgesetzt – vom erstmals aufgelegten Kalender für 2022 bis hin zur Miniramp aus Holz für Skateboards, die 2021 über Crowdfunding finanziert, mit Fachleuten konzipiert und mit viel Eigeninitiative der Mitglieder gebaut wurde. „Das macht uns aus", sagt Franziska. Gelungene Projekte sind der Erfolg, weniger erfolgreiche der Misserfolg aller. Doch zu Misserfolgen kam es bisher kaum, weil auf Unwägbarkeiten oder Problemen schnell reagiert wird.



Angefangen hat alles Ende 2014 mit dem Auftrag der Stadt, Proberäume für Bands aus Hof und Umgebung zu finden und bereitzustellen. So gründete sich der Verein. Auf dem Gelände der Alten Filzfabrik, von dem das Kulturzentrum eine rund 600 Quadratmeter große Wellblech-Halle und eine Außenfläche bespielt, ist der Verein seit 2018 sichtbar aktiv. In der Halle sind nicht nur Proberäume in drei ausgedienten Schiffscontainern entstanden, sondern auch ein Barcontainer und ein Konzertcontainer. Und es etabliert sich zunehmend eine bunte Mischung aus Konzerten und Events, aus deren Erlösen zum Teil die laufenden Kosten und das bezahlt wird, was für die Projekte benötigt wird. „Die Stadt Hof greift uns sehr unter die Arme. Sie zahlt seit 2021 die komplette Kaltmiete. Das ist in schwierigen Zeiten wie diesen eine große Erleichterung für uns", sagt Franziska. Die Oberfrankenstiftung und der Verein ProHof haben die Anschaffung der bisherigen Container unterstützt, die Unternehmen Blackriver und Gut Holzfeld aus Schwarzenbach an der Saale haben das Projekt Miniramp intensiv begleitet, wie auch die VR Bank Bayreuth-Hof.

Anzeige
Anzeige



HCS **Medien**werk GmbH
Die Vermarktung der Verlagsgruppe Hof, Coburg, Suhl, Bayreuth

MARKETING
– begeistert!

uns, unsere Kunden und deren Kunden. Marketing ist vor allem Teamarbeit. Davon sind wir überzeugt.

Wir suchen Mitarbeiter (m/w/d) und vor allem Persönlichkeiten, die sich genau mit dieser Herausforderung und Philosophie identifizieren können. Das HCS Medienwerk ist in Südthüringen und Oberfranken aktiv und wandelt sich von einer Vermarktungsgesellschaft der Verlagsgruppe Hof - Coburg - Suhl - Bayreuth zu einem **breit aufgestellten Dienstleister für Marketing- und Kommunikationslösungen.**

Wir bieten Jobs für **Azubis, Absolventen, Mediengestalter, Medienkaufleute, ITler, Marketingmanager, Vertriebler, aber auch Quereinsteiger (m/w/d).**
Auch wenn ab und an keine offenen Stellen ausgeschrieben sind, **können sich Initiativbewerbungen lohnen.**

Wir versuchen, nicht nur offene Stellen zu besetzen, sondern für jeden Einzelnen ein Umfeld zu schaffen, das seinen Fähigkeiten und Interessen entspricht.

Kannst du dich mit unserer Arbeitsweise identifizieren? Sind dir **gegenseitige Unterstützung, offener Austausch, Kommunikation auf Augenhöhe** im Team und mit den Führungskräften wichtig? Hast du **Lust auf Veränderungen, Herausforderungen und mobiles Arbeiten** in kleinen Teams?

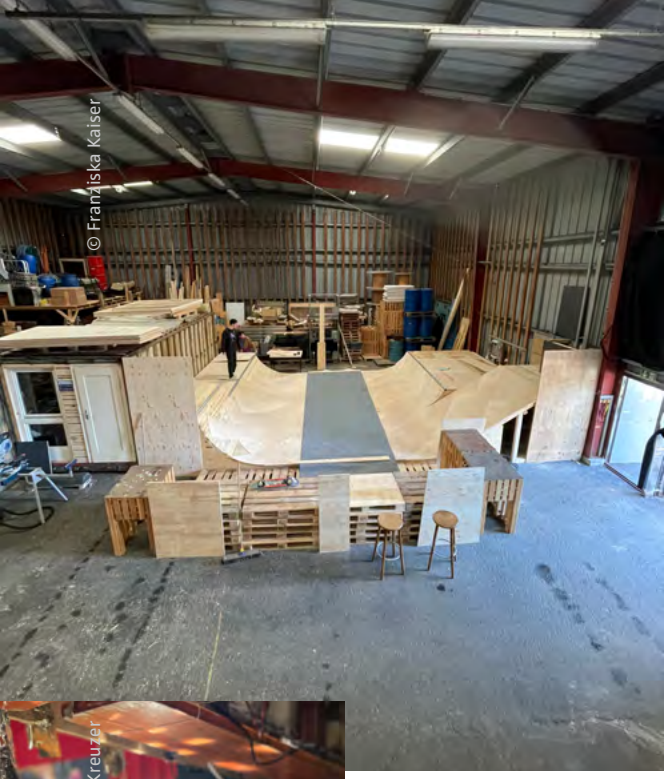
Dann passt du gut zu uns! Ein attraktives Gehalt, Vertrauensarbeitszeit mit einer 35-h-Woche, 30 Tage Urlaub – all diese Dinge sind bei uns selbstverständlich.

Also komm in unser Team!

Bitte richte **Deine schriftliche Bewerbung per Post oder E-Mail an:**
HCS Medienwerk GmbH | Frau Peggy Vater | Schützenstraße 2 | 98527 Suhl
personal@hcs-medienwerk.de

Alle aktuellen Stellenangebote findest du unter:

www.hcs-medienwerk.de


© Franziska Kaiser

Die Miniramp im Aufbau


© Florian Kreuzer

Franziska Kaiser, Mitglied des Vorstandes des Vereins Kulturzentrum Hof – Alte Filzfabrik e.V.:

«Wir leben von unserer Vielfalt.»

Die Alte Filzfabrik als Eventlocation


© Manuel Hoffmann

So ist Stück für Stück ein kultiger Ort entstanden, der zwischen Mai und Oktober vor allem die Klein- und Alternativkunst stärken und jungen Leuten einen attraktiven Anlaufpunkt geben will. „Es ist doch toll, wenn wir mit unserem Angebot dazu beitragen, dass jungen Leuten etwas Interessantes geboten wird", sagt Franziska. Elektro-Partys, Konzerte, Lesungen – alles ist möglich. Es gibt eine Zusammenarbeit mit einem DJ-Kollektiv, Bands melden sich von selbst oder werden über Kontakte der Mitglieder gewonnen, Nachwuchsbands bekommen nicht nur die Möglichkeit zu proben, sondern auch als Vorband aufzutreten. Die Veranstaltungen werden mit dem ehrenamtlichen Engagement der Vereinsmitglieder gestemmt. „Das klappt immer gut", sagt Franziska. Und wer die Alte Filzfabrik als Location für Geburtstage, Hochzeiten oder für ein Teambuilding buchen möchte, kann das ebenfalls tun.

Corona hat viele Aktivitäten bei der Alten Filzfabrik ausgebremst. Aktiv war der Verein trotzdem. Die Miniramp als neues Angebot ist ein sichtbarer Beweis. Und noch eine neue Idee hat der Verein während der Corona-Pause mit auf den Weg gebracht: die Onlineplattform hof-kunst-kultur.de, die die Vielfalt und die gesellschaftliche Rolle der Hofer Kunst- und Kulturlandschaft abbildet. Auf der Seite werden Kunst- und Kulturschaffende in Kurzporträts, Fotos und Texten vorgestellt, die Einblick in ihr Schaffen, ihr Leben und ihre Auffassung von Kunst und Kultur gewähren. Gleichzeitig hat die Seite den Anspruch, die Frage zu beantworten, welchen Beitrag Kunst und Kultur für demokratische Gesellschaften leisten. „Wir wollen Hoch- und Subkultur verbinden, denn es kommen Vertreterinnen und Vertreter aller Genres zu Wort", erklärt Franziska.

Die Angebote des Vereins entwickeln sich immer weiter. „Natürlich baut sich nicht alles mit einem Fingerschnippen auf, und fertig wird man auch nie", sagt Franziska. Aber sie und ihre Mitstreiterinnen und Mitstreiter gehen ihren Weg beharrlich und gutgelaunt weiter. Und wenn irgendwann nicht nur aus drei, sondern aus sechs Probencontainern Musik ertönt, ist ein langfristiges Ziel erreicht. Bis dahin werden sie bereits angefangene Projekte fortsetzen und neue starten. „Natürlich gibt es Tage, an denen man keine Lust hat, aber die sind selten." Und auch der spröden Vereinsarbeit mit ihren vielfältigen formalen Anforderungen gewinnen die Vereinsprotagonisten etwas Positives ab: „Sicher kostet sie Zeit und Energie. Aber man lernt auch viel Neues." Und davor scheut sich das Kulturzentrum nie.



Im Sommer 2022 eröffnet in Hof in zentraler Lage, direkt an der Saale gelegen, das Begegnungs- und Freizeitsportzentrum „Am Eisteich“ mit Skatepark, Pumptrack, Fitnesspark, Inlinerstrecke, Multifunktionssportfläche und Kanu-Anlegesteg. Ein neues Mekka für Junge, Aktive?

KARRIEREZIEL hat Hofs Oberbürgermeisterin Eva Döhla, Vorstandsmitglied der Wirtschaftsregion Hochfranken e.V., gefragt.

„Eine wirklich tolle Sache für Hof“

Interview: Sabine Schaller-John



Eva Döhla, Oberbürgermeisterin der Stadt Hof und Vorstandsmitglied der Wirtschaftsregion Hochfranken e.V.

Frau Döhla, entsteht eine neue Attraktion für Hof?

Auf jeden Fall! Da gibt es für mich überhaupt keinen Zweifel. Das Begegnungs- und Freizeitsportzentrum ist von tollen Fachleuten konzipiert und berücksichtigt den aktuellsten Stand, wie solche Zentren umgesetzt werden. Ich denke, man wird nicht nur im regionalen Umfeld, sondern sogar deutschlandweit seinesgleichen suchen.

Worauf wird besonderer Wert gelegt?

Es soll etwas entstehen, das alle Altersgruppen nutzen können. Deshalb nehmen beispielsweise die Streckengestaltung von Skatepark und Pumptrack auf unterschiedliche Leistungsniveaus Rücksicht. Anfänger kommen genauso auf ihre Kosten wie Fortgeschrittene. Streckenverläufe und Rampen, die – etwas überspitzt formuliert – nur auf Olympia-Niveau zu bewältigen sind, wollten wir auf gar keinen Fall. Deshalb haben wir mit den Fachleuten und aktiven Hofer Sportlerinnen und Sportlern immer noch mal an den Feinheiten gefeilt.

Das Herzstück ist der Skatepark. Schließt er eine Lücke im Hofer Sport-Angebot?

Ich würde eher von einer Wiederbelebung sprechen. In Hof gibt es seit Jahrzehnten eine eigene Skaterszene, die inzwischen schon drei Generationen umfasst und sich immer wieder verjüngt. Und es existierten immer mal wieder kleinere Anlagen. In jüngster Zeit aber mussten die Skater in Nachbarorte wie Schwarzenbach an der Saale, Helmbrechts, Selb oder Marktredwitz ausweichen. Es steht Hof als größter Stadt und Oberzentrum in der Region schon gut zu Gesicht, bald einen hochmodernen Skatepark zu haben. Eine Lücke schließen wir allerdings für alle, die gerne Inliner fahren. Sie hatten bisher nur die Möglichkeit, am Weißenstädter See oder auf Parkplätzen zu fahren.

Skater, die Tricks und Sprünge draufhaben, BMX-Fahrer auf dem Pumptrack, sausende Inline-Skater – wird das Zentrum an der Saale trotzdem was für alle sein?

Ja, das ganze Gelände ist für jeden öffentlich zugänglich, hat keine Umzäunung und ist als Begegnungszentrum angelegt. Eltern oder Großeltern können ihren Kindern und Enkeln zusehen, gemeinsam mit ihnen die sportlichen Möglichkeiten nutzen oder sich am Eisteich und der Saale auf den Terrassen ausruhen. Gruppen können auf dem Multifunktionsfeld Streetball spielen oder sich im Stockschießen versuchen.

Sind das Gelände und die Parcours ganzjährig nutzbar?

Grundsätzlich ja, und das kostenfrei. Es ist aber davon auszugehen, dass es so etwas wie eine Saison geben wird. Die wird – je nach Länge des Winters – mal länger und mal kürzer sein. Allerdings werden wir schon festlegen, wie lange die Anlage am Abend genutzt werden darf. Das sind wir den Anwohnerinnen und Anwohnern schuldig. Voraussichtlich wird das 21 Uhr sein. Und das Konsumieren von Alkohol wird nicht gestattet sein.

Glauben Sie, dass sich eine Kernaltersgruppe herauskristallisieren wird?

Nein, davon gehe ich nicht aus. Dazu sind die Möglichkeiten einfach zu vielfältig, und bei Skatern, BMX- und Inline-Sportlerinnen und -sportlern ist das Altersspektrum ja mittlerweile ohnehin breit.

Welche sportlichen Angebote werden Sie persönlich nutzen?

Ich werde sicher mal ein paar Meter auf Inlinern oder dem Skateboard zurücklegen. Die Anlage lädt ja direkt zu einem persönlichen Revival ein! Ich habe jedenfalls die passenden Schuhe dafür. Außerdem probiere ich immer gern was Neues aus.

Fiebern Sie der Eröffnung entgegen?

Ja, das tue ich. Da geht es mir so wie den vielen Menschen, die das Projekt seit ungefähr fünf Jahren mit viel Interesse begleiten. Das Begegnungs- und Freizeitsportzentrum ist eine wirklich tolle Sache für Hof, die in meinen Augen sogar Magnetwirkung für unsere Stadt haben kann. Wenn es so kommt, dann freue ich mich sehr darüber.

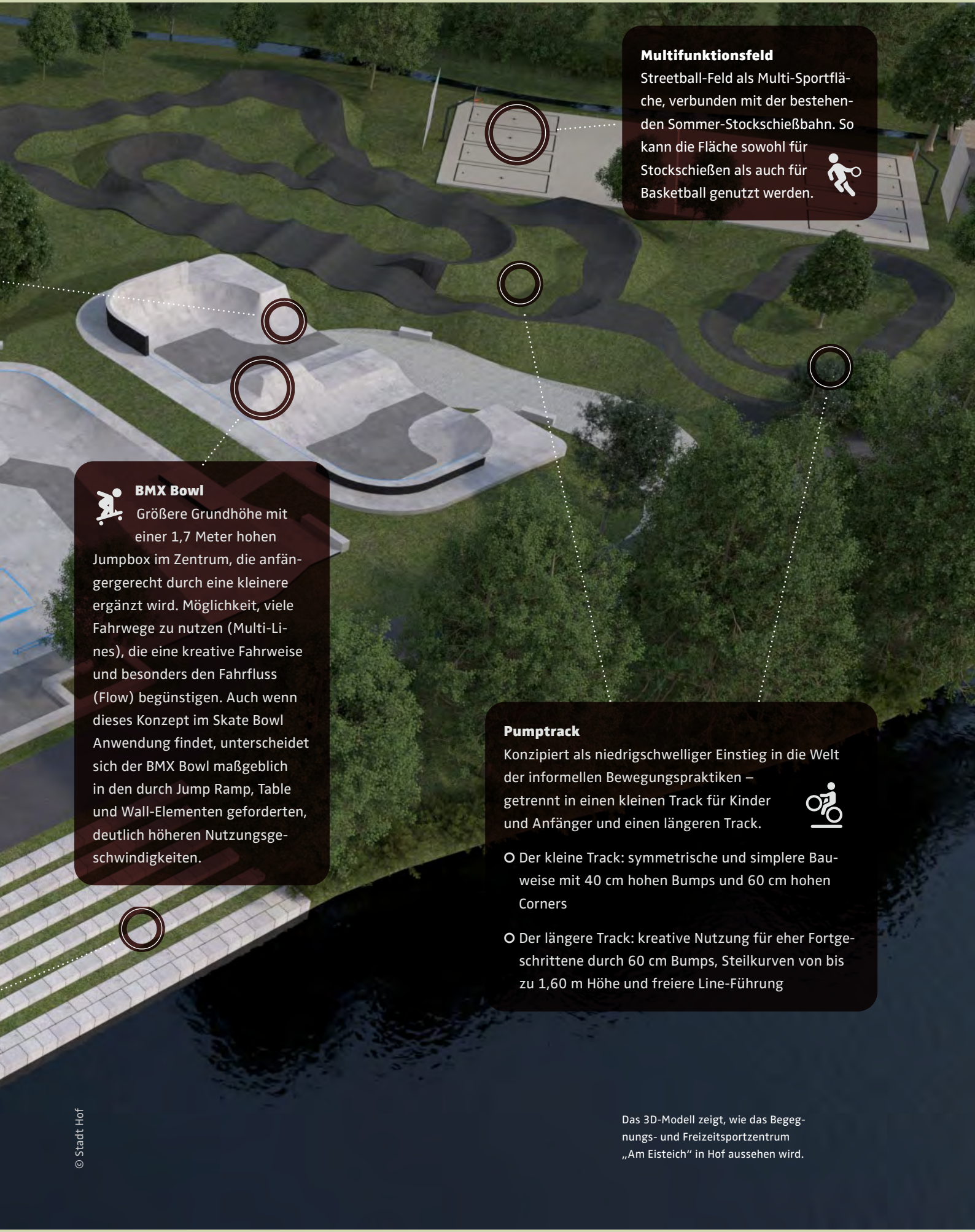


Fitnesspark
Bedient den Trend zum Outdoor-Fitnesssport mit Geräten, die ein möglichst großes Repertoire an Fitness-Übungen ermöglichen – entsprechend dem Konzept „Von Anfänger bis Fortgeschrittene" inklusive Slackline, Reck-Stangen, Sprossenwand, Dip-Bars und horizontaler Sprossen-Leiter, die eher für Fortgeschrittene oder Calisthenics-Anhänger bestimmt sind (Calisthenics: Fitnessübungen, bei denen mit dem eigenen Körpergewicht trainiert wird)

Skatepark
Konzipiert sowohl für Anfänger als auch Fortgeschrittene und eine möglichst breite Nutzergruppe (Skateboard, BMX, Stunt Scooter etc.) aus allen Altersgruppen einschließlich einer inklusiven Nutzung durch WCMX (Wheelchair Skating). Fahrwege bilden Multi-Line-Konzept mit Mix aus linearen Street-Elementen (Stufen, Ledges, Handrails etc.) und organisch geformten Flow-Elementen (Speedbumps, Volcanos, Transitions etc.)

Skate Bowl
Ein dreistufiges, durch sogenannte Waterfalls getrenntes Konzept, das zum einen Anfängern einen leichteren Einstieg ermöglicht, zum anderen aber durch Corners, Hips und Extensions für Fortgeschrittene eine Möglichkeit bietet, Tricks auszuführen.

Erlebniswelt Saale
Sitzstufen und Kanu-Anlegesteg direkt an der Saale sowie Sitzbereich mit Strand am naturnahen Eisteich, darüber hinaus Sitzgelegenheiten an der neu geschaffenen Saale-Promenade und auf den Grünflächen zwischen den Sportanlagen, am Eingang zum Theresienstein überdachte Sitzgruppe mit Blick über die gesamte Anlage



Multifunktionsfeld
Streetball-Feld als Multi-Sportfläche, verbunden mit der bestehenden Sommer-Stockschießbahn. So kann die Fläche sowohl für Stockschießen als auch für Basketball genutzt werden.

BMX Bowl
Größere Grundhöhe mit einer 1,7 Meter hohen Jumpbox im Zentrum, die anfängergerecht durch eine kleinere ergänzt wird. Möglichkeit, viele Fahrwege zu nutzen (Multi-Lines), die eine kreative Fahrweise und besonders den Fahrfluss (Flow) begünstigen. Auch wenn dieses Konzept im Skate Bowl Anwendung findet, unterscheidet sich der BMX Bowl maßgeblich in den durch Jump Ramp, Table und Wall-Elementen geforderten, deutlich höheren Nutzungsgeschwindigkeiten.

Pumptrack
Konzipiert als niedrigschwelliger Einstieg in die Welt der informellen Bewegungspraktiken – getrennt in einen kleinen Track für Kinder und Anfänger und einen längeren Track.

- Der kleine Track: symmetrische und simplere Bauweise mit 40 cm hohen Bumps und 60 cm hohen Corners
- Der längere Track: kreative Nutzung für eher Fortgeschrittene durch 60 cm Bumps, Steilkurven von bis zu 1,60 m Höhe und freiere Line-Führung

© Stadt Hof

Das 3D-Modell zeigt, wie das Begegnungs- und Freizeitsportzentrum „Am Eisteich" in Hof aussehen wird.

Anzeige



Werde Teil unserer Sparkassen-Familie.

Was willst du mehr? Sparkasse Hochfranken - ein attraktiver Arbeitgeber.

Du willst lieber die Zukunft gestalten, statt dich in starre Strukturen einzufügen? Wir bieten dir vielfältige Möglichkeiten um deine Talente zu entfalten. Und dabei deine Region und die Gesellschaft stark zu machen. Mehr auf **sparkasse-hochfranken.de/karriere**

Weil's um mehr als Geld geht.

Sparkasse Hochfranken

AUSBILDUNG BEI ALUKON

AZUBI PROJEKT

ALUKON
Sonnenschutz Rollladen Insektenschutz


Bild von 2019

Insect Respect:

Mit dieser Initiative wirbt ALUKON seit 2019 für ihre Insektenschutzprodukte. Nach der insektenfreundlichen Begrünung eines Flachdaches des ALUKON Produktionswerkes im schwäbischen Haigerloch soll nun auch in Konradsreuth eine insektenfreundliche Fläche geschaffen werden.

Wir, die Azubis von ALUKON, haben dafür ein Projekt namens „Project Insect – not just for our future“ ins Leben gerufen. Im Rahmen dieses Projektes haben wir einen Schülerwettbewerb gestartet, bei dem die teilnehmenden Klassen einen Entwurf zur Gestaltung der über 5.000 m² großen Fläche vorgelegt haben, der von einer Fachjury bewertet und ausgezeichnet wurde. Ein besonderes Augenmerk wurde hierbei auf Naturmaterialien, wie z. B. Sträucher, Bäume, Steine, Holz usw., gelegt.

Hiermit wollen wir möglichst viele junge Menschen auf das Thema Insektenschutz, welches uns alle betrifft, aufmerksam machen.

Der von den Azubis eigens durchdachte Slogan „not just for our future“ (übersetzt: nicht nur für unsere Zukunft) soll zum Nachdenken anregen. Es ist nicht nur die Zukunft der Menschen, für die wir uns einsetzen sollten, sondern für die Zukunft jedes Lebewesens auf dieser Erde.

Weitere Informationen sind unter **WWW.ALUKON.COM/KARRIERE** zu finden.



- Berufskraftfahrer
- Elektroniker für Betriebstechnik
- Euro-Industriekaufmann
- Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung
- Fachkraft für Metalltechnik
- Fachkraft für Lagerlogistik
- Fachlagerist
- Industriekaufmann
- Industriemechaniker
- Kaufmann für Büromanagement
- Maschinen- und Anlagenführer
- Mechatroniker
- Rollladen- und Sonnenschutzmechatroniker
- Technischer Produktdesigner
- Verfahrensmechaniker Beschichtungstechnik
- Werkzeugmechaniker

Weitere Informationen unter: WWW.ALUKON.COM/AUSBILDUNG

ALUKON KG | Münchberger Straße 31 | D-95176 Konradsreuth | +49 92 92 950-326 | karriere-konradsreuth@alukon.com

KREATIV FÜR HOCHFRANKEN

Die KÜKO – die Künstlerkolonie Fichtelgebirge e.V. – folgt bei Weitem nicht dem Klischee vom Zusammenschluss von vergeistigten, unnahbaren Künstlerinnen und Künstlern, die in einer abgeschiedenen Kolonie auf dem Land ihre kreativen Ideen entwickeln und umsetzen.
Ganz im Gegenteil: Als Netzwerk Kreativunternehmen Fichtelgebirge agieren ihre Mitglieder digital und analog in aller Öffentlichkeit, um zu zeigen, welches kreative Potenzial es auf dem Land gibt. Und sie suchen bewusst den Kontakt zu Unternehmen, Städten und Universitäten, um gemeinsame Projekte zu stemmen. Einiges hat die KÜKO schon bewegt.

Text: Sabine Schaller-John



© Jörg Gulden

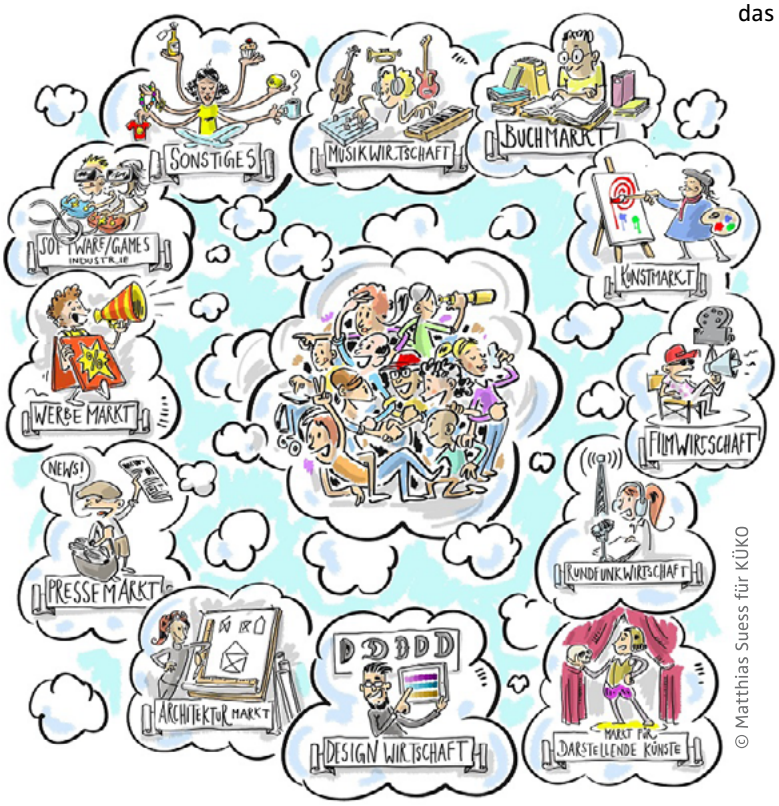
Der seit Juli 2021 amtierende Vorstand der KÜKO (von links): Dr. Robert Grötschel (3. Vorsitzender), Stefan Wladarsch (2. Vorsitzender), Sabine Gollner (1. Vorsitzende), Andrea Dietrich (Kassiererin), Stevie McGee (Schriftführerin Vereins- und Mitgliederverwaltung) und Martin Uckley (Schriftführer Textarbeiten)

„Alles hat 2011 mit einer Facebook-Gruppe angefangen", erinnert sich Sabine Gollner, Gründerin und Vorsitzende der KÜKO. Damals war sie nach 18 Jahren in England mit ihrem Lebensgefährten und zwei kleinen Kindern wieder nach Deutschland zurückgekehrt und hatte sich als Wohnort Bad Berneck ausgesucht. Beide arbeiteten freiberuflich in der sogenannten Kreativwirtschaft und waren es aus ihrer Zeit in Großbritannien gewohnt, im Netzwerk zu arbeiten. „Ein solches Netzwerk von Kreativschaffenden gab es hier aber nicht – weder analog noch digital", erzählt sie. Das wollten sie und ihr Lebensgefährte schnell ändern, denn sie kannten die Vorteile für die Mitglieder – gerade dann, wenn sie auf dem Land leben und arbeiten. „Es ist ja schon so, dass sich in einem städtischen Umfeld viel schneller solche Netzwerke bilden, dann aber eher in persönlichen Treffen und direktem Austausch, weil es auch Räume dafür gibt." Also starteten sie über Facebook einen Aufruf und legten den Grundstein für das, was heute als Verein und Netzwerk KÜKO agiert. „70 aktive Mitglieder, rund 120 insgesamt, einige erfolgreiche, sogar preisgekrönte Projekte und Vorbildcharakter für andere, ähnlich gelagerte Initiativen", das ist die Bilanz, die Gollner zum 10-jährigen Bestehen der KÜKO zieht.

Das Konzept der KÜKO ist einfach: Sie ist eine Künstlerkolonie 2.0 – eine virtuelle Kommunikationsplattform, die es Kreativen aus der gesamten Fich-

telgebirgsregion erlaubt, miteinander kreative Prozesse zu starten und die der Überzeugung folgt, dass Kreativität und Innovation keine Privilegien städtischer Lebensräume sind. Die Facebook-Gruppe dient mittlerweile schwerpunktmäßig als Plattform zum internen Austausch. In der virtuellen Öffentlichkeit zeigt sich die KÜKO über ihre Homepage kueko-fichtelgebirge.de. Dort wird der Verein vorgestellt und alle Mitglieder präsentieren sich mit ihren kreativen Dienstleistungen und Firmen. Künstlerinnen und Künstler aus den Bereichen bildende Kunst, Film, Design, Wort, Musik, Architektur und viele andere gehören zum Netzwerk. Mit diesem Ansatz ist die KÜKO bundesweit bekannter als in der Region. „In Mecklenburg-Vorpommern gelten wir als Vorbild, in Sachsen, das führend in der Förderung der Kreativwirtschaft ist, werden wir gefeiert", sagt Gollner.

Doch nur Vorbild für ein digitales Netzwerk sein, will die KÜKO nicht und ist es auch nicht. Sie hat auch eine Vision für die Region. Die beschreibt Sabine Gollner so: „Wir sind überzeugt, dass unsere Mitglieder und alle, die uns fördern, echten positiven Wandel durch wirtschaftlich-kulturelle Aktivitäten bewirken können." Heißt im Klartext: Das Netzwerk will einen aktiven Beitrag zur Stärkung der Region leisten – ganz analog durch aktive Einbindung in Projekte und Initiativen. „Das Netzwerk soll für die Region da sein. Dazu gehört für uns, dass Kreative schon in die Ideenfindung und Konzeption von Projekten eingebunden werden. Der Einfluss von außen ist wichtig und wertvoll, denn Kreative gehen anders an Fragestellungen heran und entwickeln oft Ideen für ungewöhnliche Lösungen", sagt Gollner. Das eröffnet oft Chancen und Innovationen für wirtschaftlich bedeutende Bereiche, wie beispielsweise den Tourismus oder das Leerstandsmanagement. Das erste größere Projekt, in das sich die KÜKO als Ideengeber und Netzwerk einbrachte, war die Entwicklung der Stadterkundungs-App „QR-Tour Bad Berneck und Goldkronach", die 2011/2012 an den Start ging.



© Matthias Suess für KÜKO

Die Branchen der Kreativwirtschaft, aus denen sich die Mitglieder der KÜKO zusammensetzen

Ein anderes Beispiel ist die erfolgreiche, ebenfalls ausgezeichnete Zusammenarbeit zwischen Behörden, Kreativunternehmen und Wirtschaft, die in Bad Berneck einen Leerstand beseitigte und einen Coworking-Space entstehen ließ – Arbeitsräume und Arbeitsplätze, die sich flexibel, kurzzeitig und projektbezogen buchen lassen.

Bei der Entwicklung der Plattform „Vereinsfinder Fichtelgebirge" hat die KÜKO ihre Finger als Projektpartner im Spiel. Projektträger ist die Universität Bayreuth. Vorbild zur Gestaltung der Plattform war die KÜKO-Homepage, da dort Anbieter und Anbieterinnen (Kreative) und Interessierte (mögliche Auftraggeberinnen und Auftraggeber) schnell und unkompliziert zusammenfinden können. Analog können das auf der Vereinsfinder-Homepage nun Vereine und mögliche Mitglieder.

Die Liste der Projekte ließe sich noch fortsetzen. Etwas, das in die Zukunft und in die weitere Region wirken soll und wird, ist das Projekt „Souvenir". Ausgehend von der Erkenntnis, dass Souvenirs aus der Region oft gar nicht hier produziert werden, startete die KÜKO 2019 einen öffentlichen Wettbewerb und lud regionale Kreativunternehmen ein, neue touristische Souvenirs für die Region Fichtelgebirge zu entwickeln. „Denn es macht doch keinen Sinn, dass zum Beispiel chinesische Touristen Souvenirs aus dem Fichtelgebirge mit in ihre Heimat nehmen, die dort gefertigt worden sind", sagt Gollner. Über 50 regionale Künstlerinnen und Künstler, Produzentinnen und Produzenten verkauften ihre originellen Waren in einem Pop-up-Store, für den eine leerstehende Einzelhandelsfläche in der Ortsmitte von Bad Berneck reaktiviert wurde. Einer der Verkaufshits: „Der Augenblick", gestaltet von Nepomuk Neidigk. Weitere 30 Kreative boten Workshops, Live-Musik und Vorführungen

an. „Aus ursprünglich geplanten fünf Wochen wurden erfolgreiche fünf Monate, bis uns Corona einholte“, erzählt Gollner. Über 3.000 Besucherinnen und Besucher kamen zum Shoppen und Erleben. Im Laufe des Jahres 2022 soll etwas Vergleichbares im Hofer Land durchgeführt werden, mit einem Pop-up-Store in Hof.

Auf längere Sicht soll diese positive Erfahrung eine Art Blaupause für ein stärker kommerzialisiertes Konzept werden. „Wir denken an eine Art Franchisemodell. Dazu müssen wir uns aber noch mit betriebswirtschaftlichen Fragen beschäftigen, die nicht gerade unsere Stärke sind“, gibt Gollner zu. Deswegen ist sie in Gesprächen mit der Universität Bayreuth. Eine grundsätzliche Aufgabe sei auch, die Kreativschaffenden für wirtschaftliche Fragestellungen stärker zu motivieren. „Ich will sie da aus ihrer Komfortzone rausholen“, sagt Gollner.

Die Frage der Finanzierung von Projekten ist eine, die die KÜKO ständig umtreibt. Als bislang rein ehrenamtlich tätiger Verein ist sie bei allem auf finanzkräftige Unterstützung aus Wirtschaft und Politik angewiesen. Auch die Arbeit des im Juli 2021 neu gewählten Vorstandes will Gollner zukünftig vergütet wissen. Darauf arbeitet sie derzeit hin.

Freuen würde sie sich über weiteren Zulauf zur KÜKO. „Wir brauchen neue frische Köpfe, auch junge Leute.“ Eine Möglichkeit sei, während eines Pflichtpraktikums einige Monate mitzuarbeiten. Einsatzmöglichkeiten gibt es viele – für Kreative, für Betriebswirtschaftlerinnen und Betriebswirtschaftler oder junge Menschen, die im Bereich Promotion tätig werden wollen. „Zahlen können wir keine Vergütung, aber alle Praktikantinnen und Praktikanten, die wir bislang hatten, haben in irgendeiner Form einen Vorteil daraus gezogen.“ Das bleibt ihnen und das gute Gefühl, etwas Positives für ihre Region getan zu haben. ■

Sabine Gollner, Jahrgang 1968, ist Gründerin und Vorsitzende der KÜKO, der Künstlerkolonie Fichtelgebirge e.V.. Sie ist freischaffend tätig als Film-, App- und Medienproduzentin. Als Impulsstrategin initiiert und begleitet sie mit ihrer Kreativagentur „It’s about Time“ Pilotprojekte im Schnittbereich von Architektur und Stadtplanung, Film und Kunst. **Ihr Kulturtourismus- und Stadtentwicklungsprojekt, die „QR-Tour Bad Berneck und Goldkronach“ (www.qr-tour.de), belegte den 2. Platz beim Tourismuspreis Bayern 2016.**



Gollner ist ehrenamtlich engagiert als stellvertretende Vorsitzende des Fördervereins KÜKO e.V., als Kulturvertreterin im Klimaschutzmanagement des Landkreises Bayreuth, als 2. Vorsitzende der Oberfränkischen Malertage e.V., als Mitglied im Kulturbeirat des Landkreises Bayreuth sowie seit 2021 als Beirätin im Verein Oberfranken Offensiv e.V.



NETZSCH
Proven Excellence.

KARRIERE.
NETZSCH.COM

INNOVATION ERLEBEN, ZUKUNFT GESTALTEN,

DEN WEG ZUR EXZELLENZ FINDEN.

Vier Geschäftsbereiche an verschiedenen Standorten weltweit und elf Arbeitswelten: Bei NETZSCH gibt es zahlreiche Möglichkeiten, den persönlichen Karriereweg zu gestalten. Sind Sie bereit für neue Herausforderungen bei einem echten Weltmarktführer? Viele Wege führen zum Erfolg. Wählen Sie den, der am besten zu Ihnen passt. Wir begleiten Sie gerne.

Jetzt bewerben für:

- Ausbildung
- Praktika
- Studienarbeiten
- Berufseinstieg

PERFEKTE BEDINGUNGEN FÜR EXZELLENTE LEISTUNGEN

- NETZSCH-Academy
- Attraktive Vergütung
- flexible Arbeitszeiten
- Mitarbeiter-beteiligung
- Technik-leasing
- Vereinbarkeit Familie & Beruf

Erich NETZSCH GmbH & Co. Holding KG / Gebrüder-Netzsch-Straße 19 / 95100 Selb

Anzeige

hpk STEUERN RECHT BERATUNG



hpk Steuerberater Rechtsanwälte GbR | Ludwigsmühle 12 | 95100 Selb

Sie sind auf der Suche nach einer langfristigen, individuellen Perspektive? Sie möchten sich in einem spannenden Umfeld weiterentwickeln und fühlen sich in einem Umfeld wohl, in dem auf Augenhöhe kommuniziert wird? Dann sichern Sie sich jetzt Ihr Recht auf Zukunft! Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

Wir suchen regelmäßig:

- Steuerfachangestellte (m/w/d)
- Steuerfachwirte/Bilanzbuchhalter (m/w/d)
- Lohnsachbearbeiter (m/w/d)
- Rechtsanwaltsfachangestellte (m/w/d)
- Rechtsanwälte/Volljuristen (m/w/d)

Machen Sie den entscheidenden Schritt und steuern Sie Ihre Zukunft!



Mehr Einblick gewünscht?
Informieren Sie sich auf unserer Website unter:
www.kanzlei-hpk.de/karriere

Frau Jasmin Friedrich
Personalreferentin

bewerbungen@kanzlei-hpk.de
+49 (0) 9287 500 49 0

Ludwigsmühle 12
95100 Selb

Du kannst WIR.

Menschen mit Behinderung zu beschäftigen, ist eine Bereicherung. Die Inklusionskampagne „Du kannst WIR“ und das Angebot „IN ARBEIT“ der Hochfränkischen Werkstätten wollen Unternehmen in Stadt und Landkreis Hof Berührungsängste nehmen und mit praktischer Unterstützung viele inklusive Arbeitsplätze schaffen. Eine wichtige Schnittstelle: Matthias Gemeinhardt.

Text: Sabine Schaller-John

Bilder: christianweber.design



Matthias Gemeinhardt strahlt viel Lebensfreude aus. Die kann der 38-Jährige gut brauchen für sein Herzensprojekt, dem er sich mit Begeisterung, Optimismus und Überzeugung widmet: Menschen mit Behinderung einen inklusiven Arbeitsplatz zu ermöglichen. Eines der „Werkzeuge“ des Inklusionsberaters und Job-Coaches der Hochfränkischen Werkstätten ist die von ihm initiierte Inklusionskampagne „Du kannst WIR“.

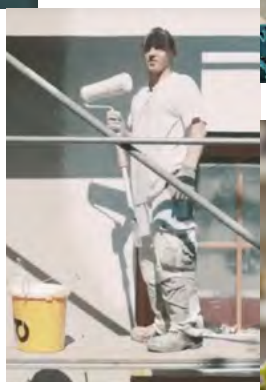
„In Stadt und Landkreis Hof steckt das Angebot der sogenannten ausgelagerten Arbeitsplätze noch in den Kinderschuhen“, sagt Gemeinhardt und meint damit die Zahl von Arbeitsplätzen für Menschen mit Behinderung in Unternehmen oder Dienstleistungsbetrieben. Sie ist in den vergangenen drei Jahren in Stadt und Landkreis Hof zwar von zwölf auf 40 gestiegen, hinkt im Vergleich zu Regionen wie Bamberg oder Bayreuth aber noch deutlich hinterher. Dort haben laut Gemeinhardt schon viel mehr Menschen mit Behinderung einen inklusiven Arbeitsplatz.



„ES IST EIN MITEINANDER."
Sabine Dippold, Heimleitung Hospitalstiftung Hof



„BEI UNS WIRD KEINER AUSSORTIERT."
Florian Rosenauer, Brauerei Scherdel, Hof



„BRING AUCH DU FARBE IN DIE GESELLSCHAFT."
Dominik Schlegel, Malerfachbetrieb Kulke, Hof



„GEMEINSAM MIT BETRIEBEN UND UNTERNEHMEN AUS DER REGION SCHAFFEN WIR PERSPEKTIVEN FÜR MENSCHEN MIT HANDICAP."
Matthias Gemeinhardt, Inklusionsberater und Job-Coach bei den Hochfränkischen Werkstätten



„ICH BRING' FRISCHE IN DEN LADEN."
Tanja Munzert, BioMarkt Naila

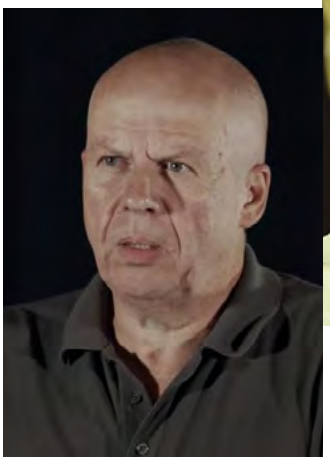
Warum also sollte nicht auch im Hofer Land mehr möglich sein, fragte er sich und begann schon während seiner Tätigkeit als Gruppenleiter bei den Hochfränkischen Werkstätten, Unternehmen für die Einrichtung solcher Arbeitsplätze zu begeistern, zusammen mit seinem Kollegen Claus Fiedler. Daraus entstand der Bereich „IN ARBEIT – selbstverständlich miteinander" der Hochfränkischen Werkstätten. „Das Ganze ist im Prinzip ganz einfach", erklärt Gemeinhardt: „Wir entwickeln gemeinsam mit interessierten Unternehmen einen passgenauen Arbeitsplatz für Menschen mit Behinderung, von dem alle Beteiligten profitieren." Für die Unternehmen hat das aus seiner Sicht viele Vorteile: „Die Unternehmen bekommen hochmotivierte Kolleginnen und Kollegen, die die Fachkräfte entlasten und oft auch das Arbeitsklima positiv beeinflussen." Außerdem birgt ein inklusiver Arbeitsplatz so gut wie kein Risiko für den Betrieb, was Kosten oder Beschäftigung anbelangt. „Wer einen inklusiven Arbeitsplatz hat, besetzt eine ausgelagerte Stelle, bleibt Mitarbeiter der Hochfränkischen Werkstätten und ist weiter über uns versichert", erläutert Gemeinhardt. Die Unternehmen zahlen zwar eine Aufwandsentschädigung an die Hochfränkischen Werkstätten, können diese aber teilweise auf die sogenannte Ausgleichsabgabe anrechnen. Diese Ausgleichsabgabe muss von Unternehmen ab einer gewissen Größe gezahlt werden, falls sie keine Menschen mit Handicap beschäftigen.

Sollte es wirklich gar nicht funktionieren, kehren die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wieder in die Werkstätten zurück. „Das habe ich aber so gut wie noch nie erlebt", sagt Gemeinhardt. Auch deshalb nicht, weil der ganze Prozess intensiv von den Hochfränkischen Werkstätten begleitet wird. Einem ausgelagerten Arbeitsplatz geht ein für die Unternehmen kostenfreies Praktikum voran, das ganz unterschiedlich lange dauern kann. „Da gibt es kein zeitliches Limit. Wenn nur zwei Wochen benötigt werden, ist das super. Wenn es sechs Monate in Anspruch nimmt, ist es genauso okay", sagt Gemeinhardt. Die Unternehmen bleiben auch dann nicht ohne Begleitung, wenn ein inklusiver Arbeitsplatz entstanden ist. „Wir sind bei Bedarf auf jeden Fall weiter für die Unternehmen da", so Gemeinhardt. Mit „Wir" meint er das ganze Team von „IN ARBEIT", das mittlerweile zum Trio geworden ist und aus ihm, Claus Fiedler und Anna-Lena Knarr besteht. Die Unternehmen sind aufgefordert, einen sogenannten Betriebsmentor zu benennen, damit die Kollegin oder der Kollege mit Behinderung eine feste Bezugsperson im Betrieb hat.

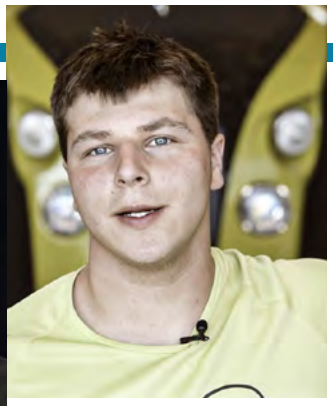
Ein in sich stimmiges und attraktives Konzept, findet Gemeinhardt und nicht nur er. Dennoch ist noch viel Überzeugungsarbeit gefragt, und da kommt die Inklusionskampagne „Du



„ICH BIN INKLUSION. WIR HABEN ALLE EIN RECHT AUF ARBEIT.“
Clara Keller, Seniorenwohnpark Bad Steben des Diakoniewerks Martinsberg e.V.



„ALLE ZWEIFLER SIND STUMM GEWORDEN.“
Michael Guballa, Werkstattleitung Firma REHAU



„AUCH DU KANNST WAS BEWEGEN.“
Tobias Oltsch, Helfer im Landmaschinenbetrieb



Sie stellen das Team „IN ARBEIT“ bei den Hochfränkischen Werkstätten, das zu Fragen rund um inklusive Arbeitsplätze berät und Unternehmen begleitet: (von links) Anna-Lena Knarr, Claus Fiedler und Matthias Gemeinhardt

kannst WIR“ ins Spiel, die sein Anliegen in eine breitere Öffentlichkeit tragen soll. Die Kampagne mit Imagefilm, Social-Media-Auftritt, Website und Informationsbroschüre ist die Abschlussarbeit von Matthias Gemeinhardt im Rahmen seiner Weiterbildung zum Inklusionsberater und Job-Coach. Rührig wie er ist, hat er nicht nur den Titel „Du kannst WIR“ mit seinem Team erfunden, sondern auch die „Aktion Mensch“ davon begeistern können, die den Imagefilm zur Kampagne förderte. Mit dem Bundestagsabgeordneten und Vorstandsvorsitzenden der Wirtschaftsregion Hochfranken e.V. Dr. Hans-Peter Friedrich hat er einen politisch einflussreichen Schirmherrn gefunden und sich auch auf kommunaler Ebene mit Dr. Oliver Bär, Landrat des Landkreises Hof, Eva Döhla, Hofs Oberbürgermeisterin, Matthias Döhla, Bürgermeister der Gemeinde Konradsreuth und Michael Abraham, Bürgermeister der Stadt Rehau, wichtige Unterstützer gesichert. Auch die evangelische und die katholische Kirche sind mit im Boot, ebenso wie die Lebenshilfe Hof als Träger der Hochfränkischen Werkstätten.

Viele von ihnen kommen im besagten Film zu Wort. Die Hauptrolle aber spielen Menschen mit Behinderung, denen die Freude über ihre Arbeit anzusehen ist und die in ihrer Tätigkeit regelrecht aufblühen. Sie sind die beste Werbung für sich, ihre Fähigkeiten, ihre Wünsche und ihre Träume. Inklusion bedeutet für sie nicht nur eine berufliche Perspektive, sondern fördert Potenziale zu Tage, die auch ihr privates Umfeld in Staunen versetzen können. „Wir erleben, dass Familienmitglieder völlig baff sind, was ihr Sohn, ihre Tochter, ihr Bruder oder ihre Schwester alles zu leisten imstande sind und mit welcher Hingabe sie das machen“, erzählt Gemeinhardt. Gerade diese Freude und Hingabe sind es auch, die manchem Kollegen, mancher Kollegin ohne Handicap schon mal den Spiegel vorhalten. „Für unsere inklusiven Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist das Wochenende oft eher zu lang als zu kurz. Sie sind glücklich, wenn sie am Montag wieder zur Arbeit gehen können.“ Die Einsatzfelder sind vielfältig, die Größe des Betriebs unerheblich. Industrie, Handwerk, Pflege, Gastronomie, Dienstleistungen – alles ist denkbar; in Stadt und Landkreis Hof sind Unternehmen aller Branchen vorhanden. „Du kannst Inklusion“ – diesen Appell richten alle politischen und kirchlichen Unterstützer im Film an die Unternehmen. Gemeinhardts Wunsch ist, dass die Betriebe noch offener werden, noch mehr von sich aus inklusive Arbeitsplätze in Erwägung ziehen. Oder wie es Andreas Gierth, der beim Unternehmen HöllenSprudel einen inklusiven Arbeitsplatz hat, im Film treffend formuliert: „Jetzt bist du mal die anderen.“

Anzeige

MITTELSTAND 4.0
Deine Zukunft im Herzen Europas



FAMILIENGEFÜHRT

Unsere konsequente Werteorientierung ist nicht nur die Basis für Motivation und sehr hohe Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter, sondern die Grundlage für unser Streben nach technologischen Spitzenleistungen.

ZUKUNFTSSICHER

LAMILUX investiert – allein in den vergangenen fünf Jahren 45 Millionen Euro in neue Produktionsanlagen und Verwaltungsgebäude. Die Grundlagen dafür bilden solides Wirtschaften und nachhaltiges Management.

WACHSTUMSSTARK

2019 hat **LAMILUX** einen Umsatz in Höhe von 305 Millionen Euro erzielt. Wir sind in den vergangenen 30 Jahren kontinuierlich gewachsen, beschäftigen derzeit rund 1.200 Mitarbeiter und haben auch in Zukunft viel vor!



MARKTFÜHREND

LAMILUX zählt weltweit zu den führenden Produzenten von Tageslichtsystemen, Glasdächern und integraler Objektentrauchung sowie faserverstärkten Kunststoffen, beispielsweise für die Caravan-, Nutzfahrzeug und Medizinbranche.

AUSGEZEICHNET

LAMILUX erhielt für seine Innovationskraft und seine Mitarbeiterorientierung begehrte Auszeichnungen: Rexx Recruiting Award 2020, Mein gutes Beispiel 2019, Bayerns Best 50 2019, Plus X Award 2019, IHK-Bildungspreis 2018, SchuleWirtschaft-Preis 2017, Ausbildungs-Ass 2016 ...

INTERNATIONAL

60 Prozent der in Rehau hergestellten LAMILUX-Produkte gehen in den Export. **LAMILUX** ist rund um den Globus in mehr als 40 Ländern aktiv: Nord- und Südamerika, Europa, Südostasien, China, Japan, Australien, ...

LAMILUX HEINRICH STRUNZ GRUPPE | Zehstraße 2 | 95111 Rehau | Tel.: +49/(0)92 83/5 95-0 | www.lamilux.de/karriere

Anzeige

KARRIEREZIEL
Zukunft in hochfranken



Das Projekt Fachkräfte der Wirtschaftsregion Hochfranken e.V. wird gefördert durch:

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie

Regionalmanagement Bayern

Anzeige



Accenture

Accenture ist ein weltweit tätiges Beratungsunternehmen, führend in Digitalisierung, Cloud und Security. Wir bringen unsere umfassende Erfahrung und spezialisierten Fähigkeiten in mehr als 40 Branchen ein und bieten Dienstleistungen aus den Bereichen Strategy & Consulting, Interactive, Technology und Operations – gestützt auf das weltweit größte Netzwerk aus Centern für Advanced Technology und Intelligent Operations. Unsere 699.000 Mitarbeitenden arbeiten jeden Tag für Kunden in über 120 Ländern daran, Technologie und menschliche Kreativität zu vereinen. Wir setzen auf Veränderung, um Mehrwert und gemeinsamen Erfolg zu schaffen – für Kunden, Mitarbeitende, Aktionäre, Partner und für die Gemeinschaft.

Besuch uns unter:
accenture.de/karriere

Wir suchen

- **IT-Spezialisten für SRE, DevOps, Cloud, Netzwerk, Compute, Service Management (all genders)**
- **Java Full Stack Developer (all genders)**
- **Ausbildung zum Fachinformatiker für Systemintegration und Anwendungsentwicklung (all genders)**
- **Abschlussarbeiten und Praktika**

Unsere Kontaktdaten:
Accenture
Graf-Stauffenberg-Str. 6
95030 Hof
jacqueline.ziehr@accenture.com

accenture



PLATZ DA

Wohnen in Hochfranken

Text: Christine Nadwornizek

Bilder: SelbWERK GmbH



Hochfranken startet durch – daran kommen selbst die größten Skeptiker nicht mehr vorbei. Die Zuzüge überwiegen vielerorts die Wegzüge, die düsteren Entvölkerungsszenarien der Statistiker hellen sich von Jahr zu Jahr weiter auf und während sich die Leerstände füllen, steigt die Nachfrage nach Wohnraum deutlich an. Grund genug, einmal einen genaueren Blick auf die Wohnraumentwicklung in den Landkreisen und Kommunen zu werfen.

In Hochfranken lässt es sich komfortabel wohnen. Rund fünf Quadratmeter mehr Wohnfläche als der Bundesdurchschnitt bietet zum Beispiel der Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge jedem Einwohner. 52,5 Quadratmeter sind das statistisch gesehen. Wer in einem großstädtischen Ein-Zimmer-Appartement mit Kochzeile sitzt, mag da durchaus ins Grübeln kommen. Wenn dann auch noch das Jobangebot passt – alleine der Agentur für Arbeit Bayreuth-Hof wurden 2021 in den Landkreisen Wunsiedel im Fichtelgebirge und Hof 8.700 offene Stellen gemeldet – kann ein Umzug nach Hochfranken plötzlich zur attraktiven Alternative werden.

Wie sieht sie aber nun aus, die Traumwohnung, die den aktuellen und

potenziellen Hochfranken vorschwebt? Neu, renoviert oder saniert sollte sie sein, energieeffizient, barrierefrei und modern ausgestattet und designt. Am besten in städtischer Lage und mindestens 100 Quadratmeter groß. Denn – das haben die Home-Office-Anforderungen gezeigt – der Flächenbedarf vor allem der jüngeren Wohnungssuchenden steigt.

Dass in diesem Bereich Angebot und Nachfrage am weitesten auseinanderklaffen, verwundert daher kaum. Zumal gerade bei modernen Miet- oder Eigentumswohnungen die Bandbreite der Interessierten besonders groß ist. Helmut Resch, Stadtbaudirektor der Stadt Selb, denkt da zum einen an junge Familien, die sich die Arbeit und Verantwortung für ein Einfamilienhaus ersparen wollen und gleichzeitig die fußläufige Nähe zu Geschäften, Lokalen, Schulen und Kitas schätzen. „Andererseits sind es aber auch Senioren, denen zum Beispiel nach dem Tod des Partners das Einfamilienhaus zu groß geworden ist. Oder Paare, die sich durch die Instandhaltung von Haus und Garten überfordert fühlen und gerne in eine Miet- oder Eigentumswohnung wechseln möchten."

Trotzdem sind aber Einfamilienhäuser nach wie vor der Wohntraum vieler Hochfranken – mit Vorliebe in Form von jungen Gebrauchtimmobilien. In Städten wie Hof, Münchberg, Marktredwitz oder Selb sind sie mittlerweile zur begehrtesten Mangelware geworden und selbst kleinere Gemeinden wie Hohenberg an der Eger oder Thierstein müssen potenzielle Interessenten enttäuschen. Also wird dort, wo noch Wohnbaugrundstücke zu bekommen sind, neu gebaut; allerdings auf kleineren Parzellen. „Große Gärten sind heute nicht mehr so gefragt", sagt dazu Helmut Resch, in dessen Selber Bauamtsbereich 2021 44 neue Einfamilienhäuser entstanden sind. Das liege zum einen an Preisen von 95 Euro für den Quadratmeter und zum anderen daran, dass die traditionellen Selbstversorgergärten mit Obst und Gemüse weitgehend ausgedient hätten. Trotz aller Lust auf Biofood und naturnahes Lifestyle Gardening.

Einen guten Überblick über den Wohnungsmarkt der Region hat die Sparkasse Hochfranken. Zirka 1.000 private Wohnimmobilienprojekte finanziert alleine sie pro Jahr. Ganz vorne liegt hier der Kauf von Bestandsimmobilien, wobei „zur Eigennutzung vor allem Einfamilienhäuser sehr gefragt sind", sagt Fritz Walther, der Leiter des Kompetenzcenters Immobilien bei der Sparkasse Hochfranken. „Kapitalanleger interessieren sich dagegen eher für Eigentumswohnungen oder größere Mehrfamilienhäuser mit mindestens drei Wohneinheiten." Die würden dann häufig renoviert, um genau das daraus zu machen, was in der Region am meisten gesucht und kaum noch angeboten wird: Hochwertiger Wohnraum, der energetisch saniert, barrierefrei und modern gestaltet ist. Dadurch würden die Wohnungen dem Vergleich mit dem



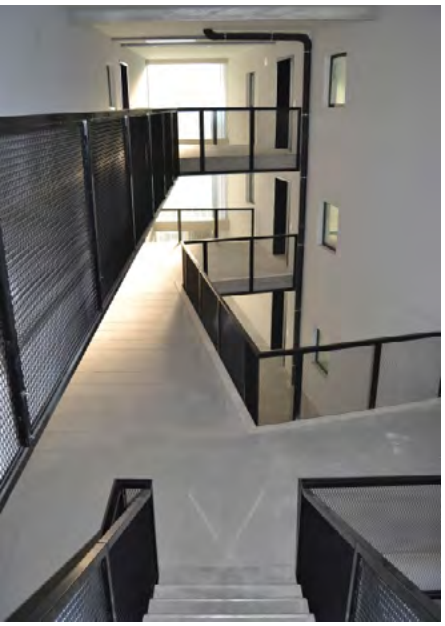




Im Stadtzentrum zu Hause – barrierefreie Erschließung aller Wohnungen und Außenbereiche.

Wohnen und Wohlfühlen - Architektur in Hochfranken





Bestandsmietmarkt entzogen und die Preise seien mangels einer passenden Referenz sowohl im Miet- als auch im Kaufangebot wegen der hohen Nachfrage frei verhandelbar.

Und hier zeigt sich die Kehrseite des langsam erwachenden Hochfranken-Booms. Die Preise steigen – bei der Miete ebenso wie beim Kauf. Gleichzeitig steigen wie überall im Land auch die Preise im Neubau. Bauen oder kaufen ist daher zu einer Frage geworden, die sich für viele Interessierte gar nicht mehr so leicht beantworten lässt. Carsten Schiller, Leiter Baufinanzierung bei der Sparkasse Hochfranken, macht für die vergangenen beiden Jahre zwar einen Trend Richtung Neubau in Verbindung mit Energieeffizienzprogrammen aus, der Anteil seiner Kundinnen und Kunden, die einen Kauf in Verbindung mit Renovierung finanzieren, liege aber nach wie vor auf hohem Niveau. Schließlich gebe es für die Altbausanierung attraktive Fördermöglichkeiten von Bund, Land und Kommunen.

Allerdings wird hier das Angebot zusehends knapper. Am ehesten sind Bestandsimmobilien noch in den ländlichen Bereichen Hochfrankens zu finden, wo die momentan noch günstigeren Einkaufspreise aber bereits erste Kapitalanleger auf den Plan rufen. Und das wiederum dürfte die Preisentwicklung mittelfristig auch hier weiter beschleunigen.

Schlicht eine „Unverschämtheit" nennt Martin Drehobel, Projektentwickler und Seniorchef der PROBAU Massivhaus GmbH in Brand, das, was die Besitzer und Besitzerinnen von älteren Immobilien beim Verkauf heute schon fordern und auch bekommen. Der Familienbetrieb, der im Herbst 2021 in Selb ein Eigentumswohnungshaus mit 15 bereits verkauften Wohnungen fertiggestellt hat und ein weiteres Gebäude mit elf Wohnungen im Frühjahr 2022 vollenden wird, ist am engsten dran an den gestiegenen Kosten im Neubaubereich, die auch die Sparkasse Hochfranken als wesentlichen Impulsgeber für das große Interesse an Bestandsimmobilien ausgemacht hat. „Natürlich sind bei uns die Preise gestiegen", sagt der Mann vom Bau. Habe der Quadratmeterpreis im Neubau vor zehn Jahren noch 2.000 Euro bis 2.500 Euro betragen, seien es heute etwa 3.500 Euro. Aber eine Gebrauchtimmobilie, die im gleichen Zeitraum von zirka 200.000 Euro auf 350.000 Euro steigt, das sei fast schon unseriös. Denn viele Käufer, die abgeschreckt von den höheren Neubaukosten auf Gebrauchtimmobilien ausweichen, wüssten ganz einfach nicht, welche Folgekosten sie sich damit aufhalsen könnten. Da seien das Dach und die Wärmedämmung bei der Fassadenrenovierung, die Erneuerung der Fenster und der Heizungsanlage. Alles Dinge, die ein unerfahrener Käufer nicht abschätzen könne.

Aber egal ob neu oder renoviert, ob Eigentum oder Miete, die ohnehin schon hohe Lebens- und Wohnqualität in Hochfranken wächst weiter und bietet für die verschiedensten Lebensentwürfe und Lebensphasen das richtige Dach über dem Kopf. Mit einem guten Nebeneinander von sozialem und freiem Wohnbau, mit der Verwirklichung innovativer Bau- und Energiekonzepte und mit integrativen, barrierefreien und von verschiedenen Dienstleistungen begleiteten Wohnformen kann die Wohnungsbauentwicklung zu einem wichtigen Pfeiler für die Bevölkerungsentwicklung werden. Denn gutes Wohnen zieht die, die kommen wollen und bindet die, die schon da sind. Das zeigen Erfahrungen aus vielen Gemeinden in Hochfranken. ■



Im Nachhaltigkeits-Check:

UMWELTBEWUSSTE UNTERNEHMEN IN HOCHFRANKEN

Konsumentinnen und Konsumenten treffen Ihre Entscheidungen zunehmend umweltorientiert. Produkte, die entweder aus nachhaltigen Materialien entstanden oder langlebiger sind, dominieren. Auch die Sensibilität, Verpackungsmüll zu vermeiden, wächst.

Text: Sabine Reichel-Fröhlich

© Adobe Stock



Ziegler & Co. GmbH

EXOTISCH UND REGIONAL

Hirsepfanne mit Joghurtsoße, Amaranth-Porridge mit Blaubeeren oder knusprige Quinoa-Müsliriegel – die Nachfrage nach sogenanntem Pseudogetreide mit seinen kulinarischen und gesundheitlichen Vorzügen steigt. Hirse, Amaranth und Quinoa zählen nicht zu den Getreidesorten, besitzen aber eine extrem hohe Dichte an Nähr- und Vitalstoffen. Das macht sie zu wahren Energie-Bomben. Spezialist für Bio-Rohstoffe ist Christof Götz aus Wunsiedel. Er und sein Bruder Dr. Andreas Götz sind geschäftsführende Gesellschafter des Familienunternehmens Ziegler & Co. GmbH.

Auf der Suche nach neuen Geschäftsfeldern begann Christof Götz Anfang der 2000er-Jahre, in direkter Zusammenarbeit mit kleinbäuerlichen Erzeugergenossenschaften in Peru und Bolivien wertvolle Nahrungsmittel wie Quinoa und Amaranth im europäischen Lebensmittelmarkt zu etablieren. Die Chance, mit Bio eine Philosophie von Nachhaltigkeit für Erzeuger, Konsumentinnen und Konsumenten und Umwelt realisieren zu können, motivierte Christof Götz, die Produktpalette des Unternehmens neu aufzustellen. Neben Pseudogetreide bietet Ziegler Organic Getreide, Cerealien, Hülsenfrüchte, Ölsaaten wie Lein, Sonnenblume und Hanf, Chia, Blaumohn und Kokoserzeugnisse an. „Bio-Produkte sind per se nachhaltig und verfügen über eine gute CO_2-Bilanz", so Götz. „Der Biolandbau bietet den Vorteil, dass keine chemisch-synthetischen Pestizide eingesetzt und landwirtschaftliche Nutzflächen und Böden nachhaltiger genutzt werden. Bio-Landwirte wirtschaften tendenziell umweltgerechter".

Heute versorgt das Wunsiedler Unternehmen die Lebensmittelindustrie im gesamten EU-Raum mit glutenfreien Getreideprodukten. Geliefert werden die Produkte vorwiegend ins europäische Ausland und ein Drittel an deutsche Bio-Produzenten. Mit einem gezielten Umbau des Sortiments orientiert Ziegler Organic seine Geschäftspolitik schon seit einigen Jahren an Nachhaltigkeitszielen. Eingeführt wird nur, was nicht in Deutschland wächst. So reduziert sich der klimaschädliche Transportweg mit Containern. „Die regionalen Landwirte bieten höchste Transparenz. Namhafte Babynahrungshersteller bekommen Erzeugnisse von hier, gesichert durch höchste Prozess-Standards", betont



„Regional Landwirt bieten höchste Transpar



© Marion Kaiser

e
te

enz“

Christof Götz,
geschäftsführender Gesellschafter
und Gründer von Ziegler Organic



Hirse Produktion für Ziegler Organic



Produktion im Bio-Betrieb Abtei Maria Frieden

Christof Götz. „Produkte, die in unseren Breitengraden wachsen, erzeugen wir gezielt im Vertragsanbau mit regionalen Bio-Betrieben wie dem oberfränkischen Bio-Betrieb Abtei Maria Frieden in Kirschletten bei Zapfendorf.

Reinigen, entkeimen, rösten, mischen und verpacken – als Produzent bereitet Ziegler Organic durch schonende Verarbeitungstechnologien nur Getreide, Saaten, Hülsenfrüchte und Cerealien aus kontrolliert biologischem Anbau auf. Am Standort wird dabei 100 Prozent Ökostrom genutzt. Für die kommenden Jahre ist auf dem Unternehmensgelände eine eigene Photovoltaikanlage geplant.

Sorgfältig abgefüllt lagern die Ziegler-Produkte auf ungefähr 8.000 Quadratmetern Lagerfläche am Hauptsitz in Wunsiedel und im Hafen in Hamburg. Aktuell investiert das Unternehmen mehr als 3,3 Millionen Euro in zwei neue Anlagen – eine Röst- und eine vollautomatische Verpackungsanlage für die Herstellung von Endverbraucher-Packungen. Je nach Kundenwunsch werden Kleinverpackungen ab 250 Gramm oder Großgebinde für die Industrie angeboten. Beim Thema Verpackungen überdenkt das Unternehmen gewohnte Routinen und verwendet umweltfreundlichere Varianten für End- und Großverbraucher. Als Partner der Unverpackt-Bewegung können nicht nur Industriebetriebe, sondern auch Gastronomen und Großverbraucher die hochwertigen Bio-Lebensmittel von Ziegler Organic unverpackt beziehen. In der Region sind die Zutaten fürs Lieblingsmüsli im Lorenzreuther Dorfladen erhältlich.

Zertifiziert nach der Umweltnorm DIN ISO 14000, nimmt sich der Großhändler für Bio-Rohstoffe den Umweltschutz zu Herzen und ist Teilnehmer der bayerischen Regierungsinitiative „Umweltpakt Bayern“. Dabei optimiert das Unternehmen seine Prozesse, organisiert für Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus der gleichen Region Fahrgemeinschaften und verwendet Recycling-Papier in seinen Büros. In der Verwaltung und an ökologisch ausgerichteten Arbeitsplätzen sind zirka 65 Fachkräfte mit einem weitgefächerten Berufsspektrum aller Qualifikationsebenen tätig. „Viele unserer Teammitglieder sind in unsere Region gezogen und heimisch geworden“, berichtet Götz. Im eigenen Labor führen sechs spezialisierte Mitarbeiter zahlreiche Prüfungen durch, um die hohen Lebensmittelstandards sicherzustellen. Das Besondere: Die gesamte Lieferkette von Ziegler Organic ist von anerkannten Prüfgesellschaften zertifiziert. Ob regionaler Vertragsanbau in Oberfranken oder als fairer Partner für Kleinerzeuger in den ärmsten Regionen der Welt – von Beginn an zählen ehrliche und faire Kooperationen mit Bio-Landwirten zur Unternehmensphilosophie. Eigene Anbauprojekte nach anerkannten Bio-, Fairtrade- und Sozialstandards verwirklicht Christof Götz seit 2004 unter anderem zusammen mit ANAPQUI, einer bolivianischen Kleinbauern-Kooperative. Vor Ort kümmert er sich mit Agraringenieuren aus dem Anbau um die Belange der Erzeuger, um eine durchgehende Qualität und Lieferfähigkeit zu gewährleisten.

Anzeige

Gamma



Neuer Name – neue Chancen

Gamma als Dein Arbeitgeber

Unbegrenzte Möglichkeiten

„Für mich ist das Arbeiten bei Gamma aus mehreren Gründen spannend: Zum einen ist die TK-Branche wie ich finde eine der interessantesten Branchen, die es gibt! Aber vor allem bekomme ich jetzt auch die Chance europaweit mit den verschiedenen Gamma Niederlassungen zusammenzuarbeiten und damit die Möglichkeit, mich auch international beruflich weiterzuentwickeln."

Thomas Schröder, Mitarbeiter Gamma



Das bleibt

Aus HFO wurde Gamma. Name und Farbe haben gewechselt – was drin ist, bleibt: Mitarbeiter:Innen, Produkte, die Philosophie – all das wird kontinuierlich fortgeschrieben. Und die Berufs- und Karrierechancen bleiben auch künftig sehr gut! Sowohl für Berufseinsteigende als auch für Fach- und Führungskräfte! Wir setzen auf Aus- und Fortbildung, bieten interne Aufstiegschancen und viele attraktive Benefits. Hierzu gehören Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf mit weitreichenden Home Office-Möglichkeiten sowie viele gesundheitsfördernde Maßnahmen.

Das kommt neu

Die britische Gamma Communications ist ein Telekommunikations-Unternehmensverbund mit Niederlassungen in mehreren europäischen Ländern, wie England, Deutschland, Spanien und den Niederlanden. Für Dich bedeutet das: Die Chance, internationale Erfahrungen im eignen Unternehmen zu sammeln.

Gamma Holding GmbH
Ziegeleistraße 2
95145 Oberkotzau

www.gammacommunications.de
info@gammacommunications.de

T: +49 9286 9404-100
F: +49 9286 9404-123

ROSENTHAL GmbH

TRADITION, QUALITÄT UND LANGLEBIGKEIT SIND IM TREND

Die Produkte des weltweit erfolgreichen Porzellanunternehmens Rosenthal sind von Haus aus nachhaltig. „Porzellan hält lange und die Porzellanmasse wird ausschließlich aus natürlichen Rohstoffen und ohne chemische Zusätze hergestellt", sagt Mads Ryder, der 2021 die Geschäftsführung der Rosenthal GmbH übernommen hat.



LIFECYCLE IN DER PORZELLANPRODUKTION

Nicht nur das Material besteht aus rein natürlichen und regionalen Hauptrohstoffen wie Feldspat, Kaolin und Quarz – auch die seit mehr als 140 Jahren ausgeprägte Expertise in der Herstellung von Porzellan und das soziale Engagement des Namensgebers Philip Rosenthal tragen zur Nachhaltigkeit Rosenthals bei. Das Porzellanunternehmen ist stets darauf bedacht, einen Beitrag für die regionale Wertschöpfung zu leisten. Alle wesentlichen Kompetenzen sind bei Rosenthal im Haus gebündelt. Seit 2021 gibt es eine neue Nachhaltigkeitsmanagerin: Dipl.-Ing. Alissa Ritter durchleuchtet in ihrer neu geschaffenen Position abteilungsübergreifend alle Bereiche sehr genau, hört sich die Vorschläge der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an und spürt auf, wo Ressourcen geschont werden können. „Auf allen Fertigungsstufen werden die Produktionsschritte durchgehend inhouse durchgeführt. Die Produktionsstandorte, das Logistikzentrum sowie die Hauptverwaltung sind regional in Bayern ansässig", sagt die Diplom-Ingenieurin. Ihre Erfahrungen aus dem Marketing und den technischen Hintergrund zum Querschnittsthema Nachhaltigkeit möchte Alissa Ritter in ihrer neuen Funktion zusammenbringen. Zukünftig ist sie die Schnittstelle zwischen Werk und Verwaltung, um Wissen aus beiden Bereichen zu bündeln und Prozesse zu optimieren.

Das Thema Nachhaltigkeit geht Rosenthal umfassend an: Überschuss- und Abfallmaterial wird recycelt. An allen Standorten ist bereits 100 Prozent Ökostrom im Einsatz. Die Verpackungen werden hinsichtlich des Materialeinsatzes optimiert und die Materialien, wenn möglich, auf nachhaltig umgestellt. An allen Standorten wird konsequent der Abfall getrennt, um so viel wie möglich zu recyceln. Zum Betreiben seiner Groß-Klimaanlage zur Erzeugung von Wärme und um eigenen Strom zu produzieren, hat Rosenthal 2013 ein 140-KW-Blockheizkraftwerk ins Werk Rothbühl integriert. Mehrere Wärmerückgewinnungsanlagen an beiden Produktionsstandorten werden für die Hallenbeheizung genutzt. Es gibt bereits mehrere Elektrofahrzeuge im Fuhrpark, die E-Mobilität soll kontinuierlich ausgebaut werden. Das Unternehmen ist seit Jahren in den Bereichen Qualitäts-, Umwelt- und Energie-Management sowie der Social Responsibility zertifiziert, was durch regelmäßige interne und externe Audits überprüft und bestätigt





Alissa Ritter,
Managerin Sustainability,
Rosenthal GmbH.
Nachhaltigkeit lautet das erklärte Ziel der Diplom-Ingenieurin. Rosenthal hat sehr hohe Ansprüche an Ressourcenschonung, Energiemanagement und Recycling.



© Bilder dieser Doppelseite: Rosenthal

Anzeige

DEMOKRATIE *leben*
in der Mitte Europas



DEMOKRATIE BRAUCHT DICH!

BRING DEINE IDEEN EIN UND MISCHE IN DEN PARTNERSCHAFTEN FÜR DEMOKRATIE IN DER STADT HOF UND IN DEN LANDKREISEN HOF UND WUNSIEDEL I. FICHTELGEBIRGE AKTIV MIT

30.000 € FÖRDERMITTEL STEHEN FÜR AKTIONEN ZUR VERFÜGUNG, UM VIELFALT ZU GESTALTEN, EXTREMISMUS VORZUBEUGEN UND DEMOKRATIE ZU STÄRKEN.

INTERESSE? MELDE DICH:

WWW.JUGENDFORUM-HOF.DE
WWW.JUGENDFORUM-WUNSIEDEL.DE

jugendforum-wunsiedel.de

jugendforum-hof.de

Gefördert vom
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
im Rahmen des Bundesprogramms
Demokratie leben!

Facebook
demokratielebenindermitteeuropas

Instagram
demokratie_leben.mitte_europas



Angarnierung des Henkels an einer Kanne der ikonischen, von Bauhaus-Begründer Walter Gropius entworfenen TAC-Kollektion.



Das Rosenthal-Werk am Rothbühl in Selb ist ein Paradebeispiel für Bauhaus-Industriearchitektur.

wird. Auch digitale Lösungen haben bei Rosenthal längst Einzug gehalten. Eine smarte Steuerung von Licht und Heizung senkt den Energieverbrauch. Meetings werden inzwischen überwiegend digital abgehalten.

Darüber hinaus engagiert sich Rosenthal aktiv in Netzwerken, um technische Neuerungen und Zukunftslösungen zu finden, zu bündeln und in der Keramik-Branche voranzubringen. Gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut, der Deutschen Keramischen Gesellschaft und Partnern aus der Branche setzt sich Rosenthal aktiv für eine CO_2-Emissionsminderung in der Keramikindustrie ein, mit dem Ziel, den fossilen Brennstoff Erdgas durch regenerative Alternativen zu ersetzen. Ritter zufolge führe die Brisanz der Klimakrise aktuell zu einer Werteverschiebung auf gesellschaftlicher, politischer sowie wirtschaftlicher Ebene. Ein ernsthaftes unternehmerisches Bekenntnis zu Nachhaltigkeit gelte als Grundvoraussetzung für eine wettbewerbsfähige Position in der Zukunft.

ARCHITEKTUR UND NACHHALTIGKEIT

„Nachhaltigkeit war schon immer fest in der Unternehmensphilosophie von Rosenthal verankert", erklärt Alissa Ritter und verweist auf die Historie. „Das fing schon mit dem Bau unserer Fabriken in den 1960er-Jahren an." Von 1965 bis 1969 entstanden die Porzellanfabrik Rosenthal am Rothbühl und das Glaswerk in Amberg. Mit beiden Industriebauten schuf Architekt Walter Gropius ein herausragendes Spätwerk, das seine Funktionalität und Ästhetik bis heute bewahrt hat. Beide Bauwerke verbanden modernste Technologie und humane Arbeitsplatzgestaltung. Gropius und Rosenthal legten beim Bau des Werkes nicht nur höchsten Wert auf technische Modernität und architektonische Ästhetik, sondern suchten ebenso nach Möglichkeiten, das Arbeitsumfeld positiv zu gestalten. Denn nicht nur die ‚gestaltete Umwelt' mit originaler Kunst und Design im Wohnbereich war das Anliegen Philip Rosenthals, sondern auch die im Stadtbild. Aus der Ferne betrachtet, liegt die Porzellanfabrik flach und durch eine streng komponierte Ordnung wie eine Skulptur in der Landschaft. Hier produziert Rosenthal bis heute mit größter Sorgfalt und Handwerkskunst Porzellan für alle Welt.

Auf der Wiese vor dem Rosenthal-Werk am Rothbühl ist viel los. Schachbrettfalter flattern von Blüte zu Blüte, Wildbienen, schwer beladen mit Blütenstaub, fliegen ihre wertvolle Fracht in den Bienenstock zurück, Hummeln lassen sich gemächlich auf dem gelben Rainfarn nieder. Rosenthals Blühwiese vor dem Industriedenkmal in der Geheimrat-Rosenthal-Straße ist zu einem bunten Ort der Artenvielfalt geworden. Der Selber Porzellanhersteller unterstützt den Arbeitskreis „Blühendes Fichtelgebirge", dem die Ökologische Bildungsstätte Hohenberg, der Fichtelgebirgsverein und der Kreisverband für Gartenkultur und Landschaftspflege angehören.

VYTAL Global GmbH

MEHRWEG WIRD SO EINFACH UND BEQUEM WIE EINWEG HEUTE. NUR BESSER.

Spätestens seit der Corona-Pandemie ist unser Essen noch mobiler geworden: To-go und Take-away-Systeme erleben in der Gastronomie aktuell einen riesigen Aufschwung. Damit einher geht jede Menge Müll aus Plastik oder Aluminium. Um den Müllbergen, die wegen Liefer- und Abholservices enorm anwachsen, den Garaus zu machen, beteiligen sich zahlreiche Gastronominnen, Gastronomen und Metzgereien aus den Landkreisen Hof und Wunsiedel im Fichtelgebirge am umweltfreundlichen Mehrwegsystem der VYTAL Global GmbH.



Schicke Bowls, verschiedene Größen: Das Mehrwegsystem von VYTAL bringt Vorteile für Restaurants, ihre Kundschaft und natürlich die Umwelt.

Zu den ersten VYTAL-Partnern in Hochfranken gehören unter anderem das Bräustüberl in Schönbrunn, die Metzgerei Max und die Metzgerei Herpich in Hof. „Das Konzept ist super und spontan haben wir uns dafür entschieden, diesen umweltfreundlichen Weg zu gehen", unterstreicht Marion Meyerhöfer. Für die Wirtin des Bräustüberls bedeutet der Einstieg in das Mehrwegsystem eine einmalige Investition von 100 Euro, wie sie sagt. „Und erst beim Befüllen der Boxen werden 15 bis 20 Cent – je nach Größe – für uns fällig. Der Kunde hingegen zahlt nichts." Für Marion Meyerhöfer ist das ein Schritt in die richtige Richtung: „Für die Einwegverpackungen mussten wir ja auch bezahlen. Und somit sparen wir jetzt nicht nur enorme Lagerkapazitäten, sondern sorgen auch für eine saubere Umwelt."

VYTAL betreibt Deutschlands erstes digitales und pfandfreies Mehrwegsystem mit hochwertigen, hundertprozentig auslaufsicheren Essensverpackungen für Mitnahme- und Lieferessen ohne Pfand. Es richtet sich an Kantinenbetreiber, Restaurants, Supermärkte und Lieferdienste, die gegen den Einwegverpackungswahnsinn ankämpfen und VYTAL pro Befüllung bezahlen. Kunden registrieren sich einmalig in der VYTAL-App oder kaufen eine VYTAL-Mitgliedskarte und können damit bei jedem Partner frisch gespülte Bowls ausleihen und zurückbringen. Die Abwicklung des



© Bilder dieser Doppelseite: VYTAL

Nachhaltigkeit „ist ein wichtiges Kriterium für die Kaufentscheidung“

gesamten Prozesses erfolgt digital über die QR-Code-Etiketten der VYTAL-Bowls. Mit Hilfe von Erinnerungen, Anreizen, Gamification und Promotions werden die Nutzer zur regelmäßigen Nutzung und Rückgabe der Bowl motiviert, um so den ökonomischen und ökologischen Mehrwert des Systems zu maximieren.

Bereits nach 10 Benutzungen sind die Schalen ökologischer als Einweggeschirr. In der App sieht der Kunde genau, wo er Essen in den Schalen abholen kann. „Die Konsumenten werden immer umweltbewusster und Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Kriterium für die Kaufentscheidung – 75 Prozent aller Konsumentinnen und Konsumenten wünschen sich eine Mehrwegverpackung, die überall nutzbar ist“, betont Christina Rädlein-Raithel, Prokuristin der Metzgerei Max. „Für eine erfolgreiche Umsetzung ist eine breite Palette an Verpackungen nötig, um die Bedürfnisse der Gastronomie und der Kundschaft

Das Müllproblem

Laut NABU entstehen in Deutschland jedes Jahr 281.000 Tonnen Verpackungsmüll aus To-Go-Verpackungen, 60 Prozent davon sind Essensverpackungen – gleichzeitig der Anteil, der am schnellsten wächst.

Einwegverpackungen werden mit vielen Ressourcen hergestellt und dann häufig nur 30 bis 60 Minuten benutzt – im Fall von Plastikverpackungen bleiben sie aber über 500 Jahre auf unserem Planeten oder werden einfach verbrannt.



Essen zum Mitnehmen, aber ohne Müll – das ist das Konzept von VYTAL. Immer mehr gastronomische Betriebe in Hochfranken setzen auf das System.

abzudecken. VYTAL ist ein System, das es schafft, mit seiner Vielzahl an Verpackungs-Varianten möglichst viel Müll zu vermeiden, ohne dass im Vergleich zu üblichen Verpackungen Mehrkosten für Kunden und Gastronomen entstehen. Ein gemeinschaftliches Projekt wie dieses stärkt neben dem Umweltgedanken auch das Wir-Gefühl", so die Betriebswirtin. Außerdem halten die auslaufsicheren und spülmaschinenfesten Schalen das Essen sehr gut warm und man kann die Speisen bei Bedarf einfach in der Mikrowelle nochmal erwärmen. Die Metzgerei Strobel aus Selbitz bietet ihren Kundinnen und Kunden seit Sommer 2021 Essen und Getränke to-Go im Mehrwegsystem VYTAL an. „Von dem System bin ich total begeistert, weil es so einfach zu handhaben ist, sowohl für uns als auch für unsere Kundschaft", sagt Mit-Inhaberin Stephanie Strobel. „Verpackungsmüll zu sparen, war tatsächlich noch nie so einfach. Ich würde mir wünschen, dass VYTAL noch bekannter wird und weitere Gastronomen aus der Region mitmachen. Es dürfen gerne viel mehr Kunden werden, die VYTAL nutzen – dafür braucht es aber auch mehr Anbieter."

Auch sogenannte „biologisch abbaubare" Einwegverpackungen werden in Deutschland meist aussortiert und verbrannt, da sie von automatischen Sortieranlagen nicht erkannt werden. 2017 fielen insgesamt 18,7 Millionen Tonnen an, ca. 226,5 Kilogramm pro Person, Tendenz steigend.

(Quelle: Umweltbundesamt)

Anzeige



WIR MACHEN UNSEREN KUNDEN UND MITARBEITERN NICHTS VOR, SONDERN SIND LIEBER VORREITER.

Mit der Wertschätzung, Offenheit und Verlässlichkeit eines erfolgreichen Familienunternehmens, das zu den Top-Vliesstoffherstellern weltweit gehört.

Wir sind bereits seit 1879 eng mit der Region verbunden. Von Schwarzenbach aus entdecken wir immer wieder neue Märkte rund um den Globus. Denn nur, wer einen sicheren Hafen hat, kann sich frei entfalten und Innovationen leben.

Mehr erfahren unter **www.sandler.de**

Sandler AG | Lamitzmühle 1 | 95126 Schwarzenbach/Saale
+49 (0) 9284 60 – 0 | personal@sandler.de

sandler

Anzeige

RAUMEDIC
Lifeline to Health



Ausbildung bei RAUMEDIC

„Individuelle Stärken fördern und eine hohe Übernahmequote haben bei uns einen großen Stellenwert."

Steffen Dörfler und Sven Kus sind bei RAUMEDIC verantwortlich, für die kaufmännischen und technischen Auszubildenden.

Als Entwicklungspartner der internationalen Medizintechnik- und Pharmaindustrie verarbeiten wir thermoplastische Polymere sowie Silikone zu kundenspezifischen Produkten. Diese unterstützen die Diagnose und Therapie in verschiedenen klinischen Fachgebieten. Dadurch leisten wir einen wesentlichen Beitrag zur sicheren Patientenversorgung auf der ganzen Welt.

Warum ist RAUMEDIC als Ausbildungsbetrieb die richtige Wahl?

Steffen Dörfler: „Als Familienunternehmen bieten wir zukunftssichere Arbeitsplätze und vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten für unsere Auszubildenden. So ist unser Weiterbildungsangebot beispielsweise darauf ausgelegt, die individuellen Kompetenzen unserer Azubis zu stärken. Zudem bilden wir bedarfsorientiert aus, denn unser Ziel ist es, die Auszubildenen nach der Ausbildung zu übernehmen."

Wie hat sich aus eurer Sicht das Thema Ausbildung in den letzten Jahren gewandelt?

Sven Kus: „Sind wir ehrlich: Die demografische Entwicklung bedeutet weniger Nachwuchs. Und die neuen Generationen bringen neue Vorstellungen mit. Das ist auch gut so, denn nur so bleiben wir als gesamtes Unternehmen wandlungs- und damit zukunftsfähig.
Wir als Ausbilder fungieren mittlerweile eher als Coach, mit dem Ziel unsere Auszubildenden individueller zu fördern. Das Angebot, das wir seitens RAUMEDIC an Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten bereitstellen, wächst von Jahr zu Jahr. Auch wird unsere Ausbildung – egal ob kaufmännisch oder technisch – immer digitaler."

Für welche Stellen (m/w/d) kann man sich für das Ausbildungsjahr 2022 bewerben?

- Verfahrensmechaniker Kunststoff- und Kautschuktechnik – Fachrichtung Halbzeuge und Formteile
- Elektroniker für Betriebstechnik
- Fachlagerist
- Industriekaufleute
- Euro-Industriekaufleute
- Technischer Produktdesigner
- Fachinformatiker für Systemintegration
- Duales Studium Fachinformatiker Wirtschaftsinformatik

IHR ANSPRECHPARTNER: RAUMEDIC AG · Hermann-Staudinger-Straße 2 · 95233 Helmbrechts · Telefon: 09252 359-0 · Mail: karriere@raumedic.com

Anzeige





SCHERDEL

WIR SIND SCHERDEL!

Wir sind ein wachstumsstarkes, unabhängiges Familienunternehmen mit ca. 5800 MitarbeiterInnen an weltweit insgesamt 32 Standorten. Neben dem klassischen Kerngeschäft der Metallumformung und der Einzelteilfertigung haben wir uns in den letzten Jahren immer mehr zu einem wichtigen Systemlieferanten für Baugruppen, z.B. in der E-Mobilität und Medizintechnik, entwickelt.







Nicht unsere Technik hat uns erfolgreich gemacht, sondern die Menschen, die diese Technik auf den Weg gebracht haben.

Was wir heute sind, verdanken wir unseren MitarbeiterInnen. Grund genug, auch weiterhin engagierte und verantwortungsvolle Menschen in die SCHERDEL*Familie* aufzunehmen.

Egal ob Schüler, Student, Berufseinsteiger oder Berufserfahrener (m/w/d): wir bieten nahezu für jedes Profil vielfältige Möglichkeiten, sich kreativ und eigenverantwortlich einzusetzen und die Zukunft mitzugestalten. Dabei hat die Zufriedenheit all unserer MitarbeiterInnen einen besonderen Stellenwert innerhalb des Unternehmens.

Begeben Sie sich mit uns auf Ihren persönlichen Erfolgskurs.

SCHERDEL GmbH
Scherdelstraße 2 | 95615 Marktredwitz
Tel.: 09231 603 141
www.scherdel.com



HIP, VIELFÄLTIG, BUNT UND COOL – HOCHFRANKEN LEBT DEMOKRATIE!

Text: Stefan Denzler
Bilder: Frank Wunderatsch

Dass Vielfalt nicht nur im Berufsleben Vorteile bringt, ist längst bekannt: Gemischte Teams finden bessere Lösungen und schaffen innovativere Produkte. Mit einer vielfältigen Belegschaft lassen sich neue Zielgruppen und Märkte erschließen und Vielfalt hilft, den Fachkräftemangel auszugleichen. Vielfalt kann Standortfaktor sein. Doch gelebte Vielfalt, Offenheit für Neues und Akzeptanz von Menschen unterschiedlicher Gruppierungen ist nicht selbstverständlich.

Was in der Wirtschaft gilt, gilt auch für den Alltag. Ein vielfältiges Miteinander will gestaltet sein. Begegnungen, die die eigene Perspektive erweitern oder im positiven Sinne irritierend sind, und Erlebnisse und Gespräche, die einen berühren, passieren nicht einfach so. Dazu braucht es Gelegenheiten und jede Einzelne, jeden Einzelnen von uns.

© Adobe Stock



Aktiv, laut, Hand in Hand: Das Engagement für Demokratie in den Landkreisen Hof und Wunsiedel ist alles andere als graue Theorie.

Hochfranken hat sich dieser aktiven Gestaltung von Begegnungen verschrieben. Vielfalt will bejaht sein. 2015 schlossen sich der Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge, die Stadt und der Landkreis Hof, der Landkreis Tirschenreuth und 2019 die Stadt Bamberg zusammen, um unter dem Namen „Demokratie leben in der Mitte Europas" als starker Partnerschaftsverbund wirken zu können. Die Landkreise und die Städte bilden jeweils eigenständige „Partnerschaften für Demokratie", die vom Evangelischen Bildungs- und Tagungszentrum Bad Alexandersbad (EBZ) aus koordiniert und begleitet werden.

Du fragst dich: Was hat das mit mir zu tun? Alles! Denn Partnerschaften werden zwar mit Geldern aus dem Bundesprogramm „Demokratie leben!" des Bundesfamilienministeriums gefördert, doch ausgestaltet und vor Ort mit Leben gefüllt werden die Partnerschaften von den Menschen, die in ihnen leben. Bundesweit werden über 320 solcher „Partnerschaften für Demokratie" gefördert. Sie alle arbeiten und wirken nach demselben Prinzip: Auf lokaler Ebene werden Strategien für Demokratie und Vielfalt entwickelt, um mit Menschen wie dir, die Lust am Gestalten haben, die Veränderungen anregen oder Ideen einbringen wollen, diese vor Ort umzusetzen. Und damit das nicht bloße Lippenbekenntnisse bleiben, stellt die Bundesregierung Geld zur Verfügung: Pro Jahr hat jede der hochfränkischen Partnerschaften 45.000 Euro zur Verfügung (10.000 Euro im Jugendfonds und 35.000 Euro im Aktions- und Initiativfonds) – für Projektideen von jungen Menschen für junge Menschen.

Junge Menschen wollen die Gesellschaft und Politik vor Ort aktiv mitgestalten! Leuchtende Beispiele dafür sind Ali-Cemil Sat, Felicitas Weber, Paula Schmidt und Emir Ersoy. Ali hat sich von 2015 bis 2019 im Jugendforum im Landkreis Hof engagiert und ist 2020 in den Begleitausschuss der „Partnerschaft für Demokratie" im Landkreis Hof gewechselt, wo er zum Sprecher gewählt wurde. „Kann ich ned, gibt's ned" ist sein Motto; das Thema Vielfaltgestaltung liegt ihm besonders am Herzen: **„Unsere Region ist engagiert und vielseitig. Diese Vielseitigkeit wird aber in manchen Gremien nicht immer sichtbar. Die heutige Jugend hat viel zu sagen und wünscht sich von der Politik, ernst genommen zu werden. Mein Engagement für die Region bei ‚Demokratie leben!' gehört mit dazu."**

Für Felicitas hat das Engagement im Jugendforum nicht nur einen gesellschaftspolitischen Grund, es hilft ihr auch, ihre Persönlichkeit zu entwickeln: **„Das Jugendforum hat mir neue Türen geöffnet, um mich weiterzubilden. Mein Selbstbewusstsein ist gewachsen und ich fühle mich viel verbundener mit der Stadt Hof."** Paula sieht weitere Vorteile: **„Das Jugendforum ist für mich eine Möglichkeit, mit Menschen, denen Gleichberechtigung, Demokratie und Menschlichkeit genauso wichtig sind wie mir, gemeinsam zu entscheiden, wie wir als junge Personen unsere Demokratie gestalten können. Und mag es nur ganz klein sein, in unserem familiären Hof, und eben nicht auf Bundesebene, aber deswegen nicht mit weniger Herzblut."**

Anzeige



GÜTTLER LOGISTIK

Jobs mit Zukunft + tolle Kollegen? Das gibts im #TeamGüttler!

WERDE AZUBI

www.guettlerlogistik.de

Güttler Logistik GmbH ist ein international tätiges Transport- und Logistikunternehmen und realisiert individuelle Logistikkonzepte für Kunden unterschiedlichster Branchen. Wir transportieren Güter mit rund 80 eigenen Fahrzeugen europaweit und sind außerdem in der Beschaffungs- und Lagerlogistik tätig. Bewirb Dich jetzt und komm ins #TeamGüttler.

Bei uns hast DU alle Möglichkeiten:

DUALES STUDIUM

BENEFITS:
- monatliches Gehalt
- 2 Abschlüsse in 4,5 Jahren
- praxisnah
- beste Übernahmechancen

Bachelor of Science
Ausbildung:
Fachinformatiker/-in

Bachelor of Arts
Ausbildung:
Speditionskauffrau/-mann

GEWERBLICHE BERUFE

KFZ-/NFZ-Mechaniker/-Mechatroniker/in

Fachkraft für Lagerlogistik

Berufskraftfahrer/in
▶inkl. Pkw-Führerschein

Logistik-Experte/in
▶kombinierte 4-Jahres-Ausbildung
Fachlagerist + Berufskraftfahrer
inkl. Pkw-Führerschein

KAUFMÄNNISCHE BERUFE

Kaufmann/-frau für Spedition und Logistikdienstleistung

Kaufmann/-frau für Büromanagement

Fachinformatiker/-in Fachrichtung Anwendungsentwicklung

GÜTTLER LOGISTIK GmbH · Fuhrmannstraße 8 · 95030 Hof/Saale
www.guettlerlogistik.de/karriere

Das Jugendforum der Stadt Hof hat zum Beispiel mit dem Stadtjugendring einen Online-Workshop mit der Berliner Rapperin Sookee organisiert. Die ausgebildete Sozialarbeiterin und politische Musikerin hat mit Hofer Jugendlichen über Vielfalt, Zukunftswünsche und Empowerment diskutiert. Mit dem Kreisjugendring haben Jugendliche aus dem Landkreis Hof einen kompletten Bus gestaltet, der jetzt, wenn er im Linienverkehr auf den hochfränkischen Straßen unterwegs ist, an zentrale demokratische Grund- und Menschenrechte erinnert. Kreativ und bunt ging es bei mehreren Graffiti-Workshops mit dem Comic-Künstler Nils Oskamp zu: Mit finanzieller und tatkräftiger Unterstützung der Jugendforen hat er Porträts von Anne Frank und Sophie Scholl auf graue Beton- und Leinwände in Schulen und Jugendtreffs gesprüht. Beim Sprayen hat er die Geschichten der beiden Frauen erzählt: wer sie waren, was sie auszeichnet und warum sein heutiges Engagement gegen Rechtsextremismus mit ihnen zu tun hat.

„Die Projekte, die wir jährlich fördern können und auch selbst auf die Beine stellen, haben immens zu meiner Persönlichkeitsentwicklung beigetragen und geben mir immer wieder Mut, nicht den Kopf hängen zu lassen, wenn die große Politik mal wieder nicht das tut, was ich wichtig fände“, meint Paula.

Emir, der nach seinem Abitur am Schiller-Gymnasium Hof nun in Dortmund Soziale Arbeit studiert, ist dem Hofer Jugendforum weiterhin verbunden: **„Ich engagiere mich im Jugendforum, um etwas zu ändern und zu bewirken. Ich mag Hof, meine Heimatstadt, sie ist mir wichtig, darum möchte ich das Beste aus ihr herausholen. Hof ist bekannt für den Wärschtlamo, die Hofer Filmtage, den Theresienstein, als Stadt ‚in Bayern ganz oben‘ – ich denke aber, Hof hat noch viel mehr Potenzial und könnte für viel mehr bekannt sein.“**

Die vielen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die sich bereits aktiv einbringen, damit Hochfranken für alle lebens- und liebenswert ist und auch in Zukunft bleibt, geben Zuversicht. Sie halten Werte wie Weltoffenheit, Vielfalt und Toleranz hoch und sind auch bereit, aktiv dafür einzustehen, ohne Angst verschieden sein zu können. Hip, vielfältig, bunt, und cool – dieses Lebensgefühl vermuten viele nur in großen Städten. Dabei wird es in Hochfranken schon lange gelebt. Wann gestaltest du mit? Dein Kontakt zu den Jugendforen und zur Koordinierungs- und Fachstelle am Evangelischen Bildungs- und Tagungszentrum in Bad Alexandersbad: **www.demokratie-leben-in-der-mitte-europas.de**



Selbstbewusst für demokratische Werte einstehen: Das ist das Ziel von „Demokratie leben“.



Werte wie Weltoffenheit, Toleranz und Vielfalt werden hoch gehalten.



Motivierte Jugendliche spüren durch ihr Engagement die Veränderung bei demokratischen Projekten in Hochfranken.

HOCHSCHULE HOF

STARK IM BEREICH GREEN-TECH



DER INNOVATIONSTREIBER FÜR EINE NACHHALTIGE REGION

Text: Rainer Krauß, Bilder: Hochschule Hof

Wie Hochschulen für angewandte Wissenschaften ihre Region voranbringen können, zeigt sich an der Hochschule Hof. In Hochfranken und damit abseits der Metropolen gelegen, ist die nach wie vor sehr familiäre Bildungseinrichtung gut 25 Jahre nach ihrer Gründung einer der wichtigsten Innovationstreiber Hochfrankens. Sie verzeichnet mit 3.800 nicht nur eine Rekordzahl an Studierenden, sondern arbeitet gleichzeitig an so vielen Forschungsprojekten wie noch nie in ihrer Geschichte.

Nicht wenige der derzeitigen Projekte und Entwicklungen sind direkt oder indirekt mit dem Hofer Land oder dem Landkreis Wunsiedel im Fichtelgebirge verwoben: Viele Ergebnisse der Forschungsarbeit werden bereits heute in Unternehmen vor Ort umgesetzt oder stehen absehbar vor ihrer praktischen Anwendung. Da dies besonders auf dem Feld ökologisch-nachhaltiger Entwicklungen geschieht, trifft die Hochschule den Nerv der jungen Generation und präsentiert Interessierten außerdem ein bemerkenswert zeitgemäßes Studienangebot.



MODERNE MOBILITÄT

Mobilität ist eines der großen Zukunftsthemen! In Hochfranken, wo viele auf das Auto angewiesen sind, arbeitet man an neuen Weichenstellungen für die Zukunft: Die Hochschule Hof analysierte im Forschungsprojekt „MobiDig" mit Partnern aus Wissenschaft und Verwaltung die Mobilitätsangebote der Modellregion Hochfranken. Das Resultat sind Prognosen zu künftigen Verkehrsströmen und daraus folgend Vorschläge für die bestmögliche Verknüpfung unterschiedlicher Verkehrsangebote – vom Linienbus bis hin zum Carsharing. Auf Basis dieser Ergebnisse soll die Bevölkerung mittelfristig unabhängiger werden und auch jenseits des Individualverkehrs mehr Bewegungsfreiheit gewinnen. In Selb ist außerdem der zukunftsträchtige Studiengang „Design und Mobilität" gestartet.

HOFER LANDBUS UND AUTONOM FAHRENDE BUSSE

Eine konkrete Maßnahme ist der Ausbau bedarfsgesteuerter Mobilität in Form des bereits fahrenden Hofer LandBus. Die Hochschule Hof ist außerdem Forschungspartner bei anderen praktischen Umsetzungen, zum Beispiel bei der „Shuttle-Modellregion Oberfranken SMO". Diese entwickelt im Rahmen von Projekten die in Kronach, Rehau und Hof autonom fahrenden Busse weiter. Die Kleinbusse ohne Fahrer sorgen immer wieder für viel Neugier bei Passantinnen und Passanten. Mit ihrem selbstlernenden System werden die Busse mit jedem Tag ihres Einsatzes besser und sollen in Zukunft zu einem leistungsfähigen Transportsystem beitragen. Ein weiteres Projekt der Hochschule Hof nimmt das Nutzerverhalten von Autofahrerinnen und Autofahrern unter die Lupe. Zum Teil für regionale Wirtschaftspartner wurden Fahrtests mit autonomen Einparkassistenten in modernen Fahrzeugen durchgeführt. Mit Videoaufzeichnungen sowie quantitativen und qualitativen Befragungen wurden umfangreiche Daten erhoben und ausgewertet. Diese Untersuchung des Instituts für Informationssysteme (iisys) soll die Fahrsicherheit und die Bedienfreundlichkeit zukünftiger Steuerungssysteme verbessern helfen.



„ALS EHER KLEINE EINRICHTUNG SIND WIR SCHNELL UND WENDIG. IM VERGLEICH ZU VIELEN ANDEREN KÖNNEN WIR MAXIMAL FLEXIBEL AUF SICH VERÄNDERNDE ANFORDERUNGEN REAGIEREN. NOTWENDIG DAFÜR IST ES NATÜRLICH, NICHT IM AKADEMISCHEN ELFENBEINTURM ZU SITZEN, SONDERN STÄNDIG DEN AUSTAUSCH MIT REGIONALEN UND ÜBERREGIONALEN STAKEHOLDERN ZU SUCHEN. SO GELINGT ES UNS, DAS NOTWENDIGE WECHSELSPIEL ZWISCHEN FORSCHUNG UND LEHRE IMMER WIEDER DURCH WERTVOLLEN INPUT VON AUSSEN ZU BEFÖRDERN."

Prof. Dr.-Ing. Valentin Plenk, Vizepräsident für Forschung an der Hochschule Hof



Es ist unser großes Bemühen, immer das Ohr an der Region zu haben und den Stand der internationalen Forschung für die praktische Anwendung in der Region mit den hier greifbaren Herausforderungen und Notwendigkeiten aufzubereiten. Dabei nehmen wir gerne Ideen und Anregungen der hiesigen Wirtschaft und Betriebe auf, um die Forschung voranzubringen. In diesem Bemühen hat sich auch die Hightech-Agenda des Freistaats Bayern als sehr vorteilhaft für uns erwiesen, denn diese fordert und fördert eine stärkere Forschung auch an den Hochschulen.

Prof. Dr.-Ing. Valentin Plenk, Vizepräsident für Forschung an der Hochschule Hof

REGIONALER WASSERSTOFF AUS BIOMASSE

Innovationen für die Energiewende entstehen am Institut für Wasser- und Energiemanagement der Hochschule Hof (iwe): Mit Forschungspartnern wurde ein neuartiges Verfahren entwickelt, um aus Biomasse hochwertigen Wasserstoff herzustellen. In der Folge der Entwicklung kam es bereits zu einer Unternehmensgründung, die laut Geschäftsführer Dr. Andy Gradel auf reges Interesse seitens der Wirtschaft stößt. Neben dem Vertrieb schlüsselfertiger Anlagen zur Dampfreformierung von Biogas möchte das junge Unternehmen BtX energy GmbH für die Region Hof ein Gesamtkonzept zur regionalen Erzeugung und Nutzung von grünem Wasserstoff erstellen – ein wegweisendes Unterfangen.

UMWELTFREUNDLICHE KUNSTSTOFFPRODUKTE AUS BIOABFÄLLEN

Gibt es im Supermarkt bald Verpackungen aus Bioabfällen lokaler Herkunft? Auch das ist möglich! Am Institut für angewandte Biopolymerforschung der Hochschule Hof (ibp) untersucht eine Gruppe von Nachwuchsforscherinnen und -forschern den Einfluss natürlicher Strahlung auf die Eigenschaften und die Struktur von Biokunststoffen. Damit könnten die Stoffe in Zukunft für eine nachhaltige Produktwirtschaft interessant werden. Unter anderem sollen dabei Bioabfälle aus der Lebensmittelindustrie und Forstwirtschaft in die Biokunststoffmischungen eingesetzt und so einer natürlichen Wiederverwendung zugeführt werden.

ABBAUBARE FOLIEN FÜR DIE LANDWIRTSCHAFT

Eine Machbarkeitsstudie am Institut für angewandte Biopolymerforschung der Hochschule Hof (ibp) soll die Grundlage für biologisch abbaubare Folien in der Landwirtschaft legen. Sogenannte Silagefolien werden bislang konventionell produziert und basieren in der Regel auf Erdöl. Im Boden hinterlassen sie nachweisbares Mikroplastik, außerdem sind die gängigen Folien reine Einwegartikel. Ziel der Forscherinnen und Forscher ist es, dass die Folien zukünftig zu 100 Prozent



aus nachwachsenden Rohstoffen bestehen. So soll ein Produkt entstehen, das kompostierbar oder recycelbar ist und damit perfekt in den landwirtschaftlichen Produktionskreislauf integriert werden kann.

INNOVATIVE TEXTILPRODUKTION

Auch die traditionelle Industrie Hochfrankens profitiert von den Aktivitäten der Hochschule Hof. Am Institut für Materialwissenschaften (ifm) am Campus Münchberg läuft das EFRE-Projekt (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung) „Textilindustrie 4.0". Dieses Projekt beschäftigt sich mit dem Technologietransfer vor allem an kleine und mittelständische Unternehmen der Region. Vermittelt werden modernste und nachhaltige Verfahren zur Textilproduktion. Beteiligen können sich alle Unternehmen der regionalen Textilbranche, die nicht mehr als 250 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben und deren Umsatz 50 Millionen Euro nicht übersteigt. ■



„UNSERE BERUFSNAHE LEHRE GESCHIEHT MIT HOHER QUALITÄT. UNSERE HOCHSCHULE VERZEICHNET AKTUELL EINEN BEMERKENSWERTEN ZUWACHS AN EIGENEN FORSCHUNGSTHEMEN UND INNOVATIONEN. DIESE KOMMEN ZUALLERERST UNSERER REGION ZUGUTE – SO WIE WIR ES IN UNSEREM STRATEGISCHEN LEITBILD SEIT JAHREN VERANKERT HABEN. VIELES DAVON BETRIFFT WACHSTUMSBRANCHEN, DIE EINEN ÖKOLOGISCHEN ANSATZ VERFOLGEN."

Prof. Dr. Dr. h.c. Jürgen Lehmann,
Hochschulpräsident

AS-BAU HOF GMBH



DEINE CREW

Jetzt in unserem Team vor Ort durchstarten!

Die **AS-Bau Hof GmbH** ist ein **inhabergeführtes Familienunternehmen mit Sitz in Hof.**
Wir agieren mit unseren **160 Mitarbeiter*innen** schwerpunktmäßig in **Oberfranken.**

Ziel unserer Arbeit sind Bauwerke, auf die wir stolz sein können. Dies können im Hochbau Brückenbauten oder Lager-/Logistikhallen sein, im Tiefbau z.B. Ortsdurchfahrten, Erschließungen oder Kanalbauten.

Bau mit uns an der Zukunft!

Wir bieten:

- Festanstellung für **Bauingenieur*innen** (Masterstudiengang) und **Bautechniker*innen** (Schwerpunkt Tiefbau)
- **Ausbildungsplätze** Straßenbauer*in, Baugeräteführer*in, Beton- und Stahlbetonbauer*in
- **Duales Studium** zum/zur **Bauingenieur*in**
- **Werkstudent*innen**- und **Praktikumstätigkeiten** im Bereich Bauingenieurwesen
- **Praktika** in allen schulischen Bereichen

Aussagekräftige schriftliche Bewerbungen an:
AS-Bau Hof GmbH • Susanne Dick
Stelzenhofstr. 28 • 95032 Hof
bewerbung@as-hof.de • www.as-bau-hof.de

Weitere Informationen unter
as-bau-hof.de/jobs

Bock auf einen coolen Job?



Spaß an Technik? Zahlen? Organisation? Design?



Deine Region, deine Zukunft!

WIR.HIER.MIT DIR.



Bewirb dich jetzt beim Weltmarktführer für Profiporzellan!





#madein germany

klick dich schlau!
www.bhs-tabletop.com
und auf facebook.com/bhs.tabletop

Egal ob Ausbildung oder Job. Wir freuen uns auf deine Bewerbung.

BHS TABLETOP AG

KARRIEREZIEL

WIR stehen dahinter



Susanne Lang
Projektleitung,
Konzeption & Redaktion



Lena Gerlach
Redaktion &
Onlinemarketing



Linda Wunderlich
Distribution



Svenja Fröhlich
Akquise & Redaktion



Stefan Denzler
Redaktion



Maria Brömel
Lektorat



Sabine Schaller-John
Redaktion



Sabine Reichel-Fröhlich
Redaktion

Landkreis Hof
wir sind Heimat

#freiraum fichtelgebirge

STADT HOF

Wirtschaftsförderer
Landkreis Hof, Landkreis Wunsiedel i. F., Stadt Hof
Redaktion





Markus Schröder
Konzept

Sara Schäfer
Konzeption & Layout



Vera Dorschner
Redaktion



Martin Scheele
Redaktion



Cornelia Zahn
Redaktion



Rainer Krauß
Redaktion



Harald Pauli, Angelika Pauli, Christina Hansel-Pauli, Michaela Pollok-Pauli und Hund Kyra.

Firma Pauli Offsetdruck
vor 100 Jahren gegründet

Die heutige Firma Pauli Offsetdruck e.K. in Oberkotzau besteht seit 100 Jahren. Allerdings wurde sie in Bad Frankenhausen/Thüringen als Plakatanschlag- und Außenwerbungsunternehmen gegründet. Umso mehr freuen wir uns, dass dieses familiengeführte, bodenständige Unternehmen seine Heimat seit über sechs Jahrzehnten in Hochfranken gefunden und der Region die Treue gehalten hat.

Die Firma Pauli Offsetdruck ist Kooperationspartner der Wirtschaftsregion Hochfranken e.V. und für den Profidruck des KARRIEREZIEL-Magazins verantwortlich. Die Wirtschaftsregion Hochfranken e.V. schätzt die professionelle, hochwertige und termingerechte Umsetzung.

Herausgeber:

Wirtschaftsregion Hochfranken e.V.
Schaumbergstraße 8
95032 Hof

Vorsitzender: Dr. Hans-Peter Friedrich

Tel.: 09281 - 7798 610
info@hochfranken.org

www.hochfranken.org
www.facebook.com/hochfranken
www.instagram.com/wirtschaftsregionhochfranken
www.linkedin.com/company/wirtschaftsregion-hochfranken/

Redaktion:
Stefan Denzler
Vera Dorschner
Svenja Fröhlich
Lena Gerlach
Rainer Krauß
Susanne Lang
Christine Nadwornizek
Sabine Reichel-Fröhlich
Sabine Schaller-John
Martin Scheele
Cornelia Zahn

Lektorat:
Maria Brömel

Grafische Konzeption, Layout und Illustrationen:
SCHROEDER Werbeagentur GmbH
www.schroeder-oe.de

Druck:
Pauli Offsetdruck e.K.
www.pauli-offsetdruck.de

©Titel: Adobe Stock

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

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

11.500 Stück
11. Auflage / 2022

Die Bilder der Bilderserie „Tradition und Zukunft“ stammen von den jeweils vorgestellten Unternehmen.

Der Wirtschaftsregion Hochfranken e.V. wird gefördert von:

Landkreis Wunsiedel i.F. | Landkreis Hof | Stadt Hof | Sparkasse Hochfranken

Anzeige

LAUF LOS!

NEXT STEP Hochfranken

RAUS AUS DER SCHULE

REIN IN DIE ARBEITSWELT

www.nextstep-hochfranken.de

Finde deine Ausbildung oder dein Studium!

EIN PROJEKT DER: hochfranken

IN KOOPERATION MIT: SCHULEWIRTSCHAFT Hof & Wunsiedel | Hochfranken Hier geht was!

MIT BESONDERER UNTERSTÜTZUNG VON: Landkreis Hof | #freiraum

Anzeige

Entdecke weitere Gründe und besuche uns! Online oder am Campus Hof

10 Gründe für dein STUDIUM an der Hochschule Hof

1 **Greentech Hochschule in der Heimat**
Studieren in Hof, Münchberg, Kronach und Selb

2 **Über 40 Studiengänge**
mehr unter www.hof-university.de/studienangebot

3 **4 Fakultäten**
Informatik, Ingenieurwissenschaften, Innovative und Interdisziplinäre Wissenschaften, Wirtschaft

4 **Über 50 Labore**
für anwendungsorientiertes Arbeiten

5 **Exzellente Betreuung**
Verhältnis Lehrende:Studierende 1:30

6 **4,2 von 5 Sternen auf StudyCHECK.de**
Stand: 20.12.2021

7 **4 Forschungsinstitute**
für Informationssysteme (iisys), für Materialwissenschaften (ifm), für Wasser- und Energiemanagement (iwe) und für angewandte Biopolymerforschung (ibp)

8 **1 Digitales Gründerzentrum am Campus**
am Einstein 1 wirst du bezüglich deiner Gründung im digitalen Bereich beraten

9 **1 StartUpLab mit Makerspace**
und dem größten auf dem Markt verfügbaren 3D Drucker

10 **120 Partnerhochschulen**
in über 40 Ländern