wim-magazin.de
IHK

wim

WIRTSCHAFT IN MITTELFRANKEN 10 | 2013

Special: Werbung | Marketing

Print vs. Online?

Seite 30

700 Jahre Nürnberger Bratwurst
Seite 12

Sonderteil: Die Lange Nacht der Wissenschaften
Seite 67

hofmann media
Wir bringen Sie ins Gespräch.

· Über 360.000 Leser
· 122.667 Exemplare
· Nur 0,003 Euro pro Kontakt*
· Inkl. Homepage-Verlinkung
· Mit QR-Code-Einbindung

Platzhirsch

Direkte Zielgruppenansprache – mit unseren WIM-Specials bieten wir Ihnen hohe Leserbindung und große Reichweite zum vernünftigen Preis. Das zeichnet uns aus!

Sichern Sie sich Ihre Anzeige in der November Ausgabe:

Büroorganisation I IT

Anzeigenschluss: **14. Oktober 2013**

Unser Anzeigenleiter **Rüdiger Sander** berät Sie gern unter 0911 5203–355

Jetzt bereits vormerken! Das WIM-Special im Dezember: Recht I Steuern

Foto: Rüdiger Sander

Hofmann Druck Nürnberg GmbH & Co. KG
Emmericher Straße 10 · 90411 Nürnberg · Fon 0911 5203–355 · Fax 0911 5203–351
sander@hofmann-infocom.de · www.hofmann-infocom.de

*Bei einer Insertion einer 1/4 Anzeige in schwarzweiß, zu einem Gesamtpreis von 1.115,– Euro. -zertifiziert.

IHK
Industrie- und Handelskammer
Nürnberg für Mittelfranken

IHK - Die erste Adresse

Hauptmarkt 25/27 | 90403 Nürnberg
Postanschrift: 90331 Nürnberg
Internet www.ihk-nuernberg.de
E-Mail info@nuernberg.ihk.de

Geschäftszeiten des Service-Centrums
Mo. bis Do. 8 –17 Uhr, Fr. 8 – 15 Uhr
Tel. 0911 1335-335 | Fax 1335-150335

der Geschäftsbereiche
Mo. bis Do. 9 –12.00 Uhr, 13 – 16 Uhr
Fr. 9 – 12.00 Uhr und 13 – 15 Uhr

Hauptgeschäftsführer
Markus Lötzsch
Tel. 1335-373 | Fax 1335-201

Standortpolitik und Unternehmenförderung
Dr. Udo Raab
Tel. 1335-383 | Fax 1335-333

Berufsbildung
Ursula Poller
Tel. 1335-254 | Fax 1335-255

Innovation | Umwelt
Dr. Robert Schmidt
Tel. 1335-299 | Fax 1335-122

International
Armin Siegert
Tel. 1335-401 | Fax 1335-488

Recht | Steuern
Oliver Baumbach
Tel. 1335-388 | Fax 1335-463

Kommunikation
Dr. Kurt Hesse
Tel. 1335-379 | Fax 1335-300

Zentrale Dienste
Joachim Wiesner
Tel. 1335-229 | Fax 1335-453

KundenService
Sabine Edenhofer
Tel. 1335-335 | Fax 1335-150335

Geschäftsstelle Ansbach
Karin Bucher
Kanalstraße 2–12
91522 Ansbach
Tel. 0981 97111-6 | Fax - 79
Mo. bis Do. 8 –12.30 Uhr u. 14 –16 Uhr
Freitag 8 – 12.30 Uhr

Geschäftsstelle Erlangen
Knut Harmsen
Henkestraße 91
91052 Erlangen
Tel. 09131 97316-0 | Fax -29
Mo. bis Do. 8 –12 Uhr u. 13 –16 Uhr
Freitag 8 – 12 Uhr u. 13 – 14.30 Uhr

Geschäftsstelle Fürth
Gerhard Fuchs
Flößaustraße 22a, 90763 Fürth
Tel. 0911 7707-75 | Fax -78
Mo. bis Do. 8 –13 Uhr u. 14 –16 Uhr
Freitag 8 –13 Uhr

Wirtschaftsjunioren
Knut Harmsen
Tel. 09131 97316-0 | Fax -29

Wissen schafft Zukunft

Klaus Schwab ist immer für eine Überraschung gut. Der Gründer des Weltwirtschaftsforums (WEF) in Davos legte im Herbst seinen „Global Competitiveness Report“ vor – eine Rangliste der internationalen Wettbewerbsfähigkeit von Volkswirtschaften. 2013 belegt die Bundesrepublik Deutschland Rang vier – nur drei Nationen liegen vor uns, 144 dahinter.

Wie kommt diese hervorragende Platzierung zustande? Das WEF konzentriert sich vor allem auf die Innovationsfähigkeit der einzelnen Länder. Man unterscheidet zwischen innovationsreichen und innovationsarmen Ländern, man untersucht, wo neue Ideen zahlreich, schnell und marktreif umgesetzt werden. Eine besondere Rolle spielt hierbei das Zusammenspiel von öffentlichem und privatem Sektor, insbesondere zwischen Forschungseinrichtungen und Unternehmen.

In unserer Metropolregion Nürnberg gibt es in diesem Zusammenhang einen ganz besonderen Anspruch: Wir wollen uns als „Heimat für Kreative“ auf der internationalen Landkarte etablieren. Ein unter Federführung unserer IHK entstandenes Leitbild definiert sieben technologische Kompetenzfelder, denen unser besonderes strategisches Augenmerk gehört – allem voran in Wissenschaft und Forschung.

In diesem Monat findet nun im Städtedreieck zum wiederholten Mal die „Lange Nacht der Wissenschaften“ statt, der auch diese WiM einen Sonderteil widmet. Neben den öffentlichen Forschungseinrichtungen werden auch innovative Unternehmen – und dafür haben wir massiv geworben – ihre Entwicklungslabore präsentieren. Die IHK baut Brücken, auch und gerade zwischen Wirtschaft und Wissenschaft. Am 19. Oktober ist ein lohnender Abend für einen Brückenspaziergang.

IHK-Präsident
Dirk von Vopelius

ihk-sponsoringboerse.de
bringt wichtige Projekte und engagierte Unternehmer zusammen.

Bedingungslose Dynamik.
Der Audi RS 7 Sportback.[1]

Irrtümer und Zwischenverkauf vorbehalten.
Abbildung ähnlich. Abbildung zeigt Sonderausstattungen gegen Mehrpreis.

Konsequente Dynamik. Gepaart mit höchsten Ansprüchen.

Audi RS 7 Sportback[1]
z.B. 4.0 TFSI quattro • 412kW(560PS) • 8-stufig tiptronic

Nardograu, Alcantara / Leder, Aluminium-Schmiederäder 20“, Einparkhilfe plus, Handyvorbereitung (Bluetooth), Komfortklimaautomatik 4-Zonen, LED-Scheinwerfer, MMI® Navigation plus mit MMI touch, S-Sportsitze vorn, uvm.

Ihr Preis 99.950,- €
inkl. Überführungs- und zzgl. Zulassungskosten i.H.v. 145,- €

Sie sparen 13.569,- €[3]

Finanzierung oder Leasing ebenfalls möglich, wir beraten Sie gerne.

[1]Kraftstoffverbrauch l/100 km: kombiniert: 5,2 · innerorts: 6,5 · außerorts: 4,4; CO_2-Emission komb.: 120 g/km (EU5) · Effizienzklasse B
[2]Gegenüber der UPE des Herstellers i.H.v. von 113.000,- € zzgl. Überführungskosten

Unternehmen der
FESER GRAF GRUPPE
www.feser-graf-gruppe.de

Audi Zentrum Nürnberg - Marienberg
Audi Zentrum Nürnberg-Marienberg GmbH
Tel. 0911/54 03-0
Marienbergstr. 88 • **90411 Nürnberg**

Audi Zentrum Fürth - Graf
Audi Zentrum Fürth GmbH
Tel. 0911/99 71 60-0
Schwabacher Str. 333 • **90763 Fürth**

Audi Zentrum Nürnberg - Feser
Nopitschstrasse
Eine Verkaufsstelle der
Auto Zentrum Nürnberg-Feser GmbH
Tel. 0911/42 36- 29 00
Nopitschstr. 3 • **90441 Nürnberg**

FESER JOACHIM
Feser-Joachim Automobil GmbH
Tel. 09171/8271-0
Kupferschmiedstr. 2 • **91154 Roth**

FESER biemann
Feser- Biemann GmbH
Tel. 09131/686-70
Bunsenstraße 72 • **91058 Erlangen**

FESER biemann
Feser- Biemann GmbH
Tel. 09191/72 82-25
Äußere Nürnberger Str. 41 • **91301 Forchheim**

zum Glück gibt's
FESER
Feser GmbH
Tel. 09122/93 94 - 0
Fürther Straße 32 • **91126 Schwabach**

FESER RECHTER
Feser Rechter Automobil GmbH
Agentur der Audi Zentrum Nürnberg-Marienberg GmbH
Tel. 09123/94 01-30
Röthenbacher Str. 28 • **91207 Lauf**

Wir messen uns an höchsten Ansprüchen.
An Ihren.

Herzlich willkommen im neuen Porsche Service Zentrum Nürnberg-Südwest.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

PORSCHE

Porsche Service Zentrum
Nürnberg-Südwest

Auto Service Feser GmbH
Am Fernmeldeturm 1
90441 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 9 11 / 42 36 - 24 70
Fax.: +49 (0) 9 11 / 42 36 - 24 92
info.psz@porsche-service-nuernbergsuedwest.de

www.porsche-service-nuernbergsuedwest.de

Baltische Staaten im Aufwind

Litauen, Lettland und Estland sehen ihre Zukunft in der EU. ▶ 18

700 Jahre Nürnberger Bratwurst

Die Spezialität ist ein weltweiter Image-Träger für die Stadt. ▶ 12

Ausbilden im Verbund

Wie funktioniert die Kooperation? Drei Unternehmen berichten. ▶ 22

▶ SPEKTRUM

8 **Kurzberichte aus Mittelfranken**

11 **Cartoon von Gerd Bauer**

▶ BERICHTE I ANALYSEN

12 **700 Jahre Nürnberger Bratwurst**
Fast Food des Mittelalters

14 **Metropolregion Nürnberg**
Was zieht die Fachkräfte an?

18 **Estland, Lettland, Litauen**
Kleine Länder, große Chancen

22 **Verbundausbildung**
Gemeinsam lernen

24 **Ausbildungsjahr 2013/2014**
Nachwuchskräfte am Start

TITEL-GRAFIK
Alexander Lotz | Blattwerkstatt

▶ SPECIAL: WERBUNG I MARKETING

30 **Betriebsanleitungen**
Wie soll man das verstehen?

36 **Urheberrecht**
Was darf auf die Firmen-Homepage?

38 **Erklär-Videos**
Wie zeig' ich`s meinen Kunden?

42 **Personal-Marketing**
Gekonnt um Mitarbeiter werben

44 **Öffentlichkeitsarbeit**
Wie soll ich das erklären?

46 **Gewinnen von Neukunden**
Richtig verbunden

48 **Big Data**
Große Nummer

50 **Markenführung im Industriemarkt**
Alles greift ineinander

52 **Blogs 2.0**
Gut geschrieben

54 **Dialog-Marketing in der Finanzwirtschaft**
Leistungen transparent machen

56 **Content-Marketing**
Wertvoller Inhalt

58 **Apps**
Nicht um jeden Preis

60 **Online-Kampagnen**
Welcher Kanal bringt mehr?

63 **Social Media**
Gut vernetzt

64 **Sound-Design**
Nicht zu überhören

Willkommen in der Metropolregion?

Wie wohl fühlen sich neu zugezogene Fachkräfte? Eine IHK-Studie gibt Auskunft. ▶ 14

Special Werbung | Marketing

Bedienungsanleitungen, Direktakquise, Big Data, Social Media und Urheberrecht sind Themen des WiM-Specials. ▶ 30

▶ IHK-NEWS

28 China
Reger Austausch

28 IHK Nürnberg
Neue Azubis am Start

29 Wettbewerb „VisionIng21“
Schüler als Ingenieure

29 BIHK
Sasse neuer Präsident

▶ RUBRIKEN

103 Kurse | Tagungen | Seminare

104 Weiterbildungsprogramm der IHK Akademie Mittelfranken

135 Bekanntmachungen

137 Verbraucherpreisindex

135 Kooperationsbörse

135 Existenzgründungsbörse

136 Bücher

137 Impressum

138 Vorschau/Inserentenverzeichnis

▶ DIE LANGE NACHT DER WISSENSCHAFTEN

Am Samstag, 19. Oktober zeigen Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Unternehmen Innovationen live. Sonderteil: 36 Seiten extra ab Seite 67.

▶ UNTERNEHMEN | PERSONEN

106 Firmenberichte aus Mittelfranken

Maximilians-Augenklinik • Promeos • Therapie Company • Grünehand • Chimaera • Lento • Dieter Streng • Siemens • Schultheiß Projektentwicklung • Mercado • Quelle-Areal • Onlineprinters • Gebr. Maser • Stöhr Consulting • Rudolf Wöhrl AG • Car Design • HSM Stahl- und Metallhandel • Turkish Airlines • Lecrio • Hotelprojekte in Nürnberg • Conworld • Wittmann Robot Systeme • Jura Schrauben • Consumenta • Zeitlauf / EBM-Papst • PrivateCityHotels • Meisengeige • Nahwärme Meinheim • DB Schenker Rail • Pewa Finish-Service

110 Personalien | Auszeichnungen

118 Wirtschaft engagiert sich

124 Wirtschaft im Blick

Fotos Titel: iStockphoto.com, Kurt Fuchs; Fotos Inhalt: Scanrail/Fotolia.com, Jendit/Fotolia.com, Alexander Raths/Fotolia.com, Kurhan/Fotolia.com, Atzenhofer

Unternehmerreise Thailand

Eine Unternehmerreise nach Thailand organisieren die Deutsch-Thailändische Handelskammer in Bangkok (AHK) und die IHK Nürnberg für Mittelfranken vom 24. bis 27. Februar 2014. Die Reise unter Leitung von IHK-Präsident Dirk von Vopelius richtet sich insbesondere an Firmen aus den Bereichen Maschinen- und Anlagenbau, Energietechnik, Umweltschutztechnik, Automobilwirtschaft sowie Lebensmittel- und Verpackungsindustrie. Auf dem Programm stehen Firmenbesuche, fachliche Briefings, ein Besuch der Fachmesse „Asia Food Pack“ sowie Gespräche mit Vertretern von Unternehmen und von thailändischen Institutionen. ■

IHK, Tel. 0911 1335-424
melanie.kress@nuernberg.ihk.de

Energiemanagement gefördert

Die Bundesregierung fördert die Zertifizierung und die Einrichtung von Energiemanagementsystemen mit Sondermitteln aus dem „Energie- und Klimafonds“. Unternehmen, die eine Erstzertifizierungen vornehmen, werden mit 1 500 bis 8 000 Euro gefördert, der Erwerb von Messtechnik und Software kann mit 4 000 bis 8 000 Euro (maximal 20 Prozent der Ausgaben) bezuschusst werden. Die Gesamtsumme der Zuwendungen ist auf maximal 20 000 Euro pro Unternehmen innerhalb eines Zeitraums von 36 Monaten beschränkt. Koordiniert wird das Förderprogramm vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA). ■

www.bafa.de („Energie“)

TIPP DES MONATS

Die deutschlandweite IHK-Lehrstellenbörse, an der sich die IHK Nürnberg für Mittelfranken seit 1. Juli 2013 beteiligt, gibt es jetzt auch als App für mobile Endgeräte. Damit können Nutzer auch unterwegs mit Smartphones oder Tablets auf die Suche nach Lehrstellen gehen. Die App richtet sich insbesondere an jugendliche Nutzer, die einen Ausbildungsplatz oder weitere Informationen zu den IHK-Ausbildungsberufen suchen. Alle grundlegenden Funktionen der Online-Lehrstellenbörse sind bereits verfügbar (Suche nach Ausbildungsangeboten, Merkliste, Berufsorientierung nach Interessen und Erläuterung der Berufe über Steckbriefe), weitere Features wie Benachrichtigungsfunktionen und die Möglichkeit, Merklisten und Stellen per Mail oder sozialen Netzwerken zu teilen, sollen in Kürze folgen. Durch die neue App sollen die Reichweite und der Bekanntheitsgrad der IHK-Lehrstellenbörse weiter gesteigert werden, damit Unternehmen ihre offenen Ausbildungsstellen leichter und besser besetzen können. Die Lehrstellenbörsen-App ist kostenlos bei iTunes (für iOS-Geräte) und Google Play (für Android-Geräte) erhältlich. ■

www.ihk-lehrstellenboerse.de

Schneller zum Businessplan

In drei Stufen führt der Businessplan-Wettbewerb Nordbayern (BPWN) junge Unternehmer und Gründer zu einem ausgefeilten Geschäftskonzept. Für Gründer, die ihr Unternehmen möglichst schnell realisieren und deshalb nicht alle Phasen des Wettbewerbs durchlaufen wollen, gibt es nun zusätzlich das Angebot „BPWN-Express“: Das Netzwerk Nordbayern, das den Wettbewerb organisiert, gibt innerhalb von 14 Tagen kostenlos eine professionelle Rückmeldung auf eingereichte Businesspläne, die auch Finanzplanung und Finanzierungsstrategie umfassen müssen. Damit soll eine schnellere Vorbereitung auf anstehende Finanzierungsgespräche mit Investoren und Banken ermöglicht werden. ■

www.netzwerk-nordbayern.de

Job-Portal der Uni

Stellenangebote für Studierende und Absolventen der Universität Erlangen-Nürnberg bündelt das neue Online-Portal „Stellenwerk Erlangen-Nürnberg“. Unter www.stellenwerk-fau.de können Unternehmen und Privatpersonen eine Vielzahl von Angeboten einstellen: Nebenjobs in Gastronomie oder Einzelhandel, Jobs als Babysitter, Umzugshelfer oder Nachhilfelehrer, Praktika und Werkstudententätigkeiten, aber auch Stellen für Berufseinsteiger. Voraussetzung sind jedoch faire Konditionen: Akzeptiert werden nur Job-Angebote mit einem Stundenlohn von mindestens 8,50 Euro (bei schwerer körperlicher Arbeit mindestens zehn Euro) bzw. eine monatliche Praktikumsvergütung von mindestens 300 Euro. ■

WWW.STELLENWERK-FAU.DE

Anton Koberger

Mit einer Ausstellung erinnert die Stadtbibliothek Nürnberg an den 500. Todestag des Nürnberger Druckers, Verlegers und Buchhändlers Anton Koberger. Noch bis 28. Dezember 2013 ist am Gewerbemuseumsplatz 4 eine Auswahl wertvoller Inkunabeln und Handschriften Kobergers zu sehen, der in seiner Zeit als Unternehmer und Kulturförderer von europäischem Rang galt. Er behandelte das Buch als Ware und kommerzialisierte Herstellung, Ausstattung und Vertrieb. Zu seinen bedeutendsten Buchprojekten zählt die „Schedelsche Weltchronik“ von 1493. Die Ausstellung ist von Montag bis Freitag von 11 bis 19 Uhr geöffnet, der Eintritt ist frei. ■

WWW.STADTBIBLIOTHEK.NUERNBERG.DE

Nürnberg Web Week

Die Premiere vor einem Jahr war ein Erfolg, nun geht die Nürnberg Web Week in die zweite Runde. In der Woche vom 21. bis 28. Oktober 2013 finden wieder zahlreiche Events rund um Trends in der Online-Welt statt. Zu den Themen gehören unter anderem: Online-Marketing, Web-Entwicklung, Social Media, E-Commerce, Suchmaschinenoptimierung und Programmierung. An verschiedenen Veranstaltungsorten in Nürnberg, Erlangen und Fürth bringt die Nürnberg Web Week Web-Fachleute und alle, die ihre berufliche Heimat im Internet gefunden haben, im Rahmen einer großen Dachveranstaltung zusammen. Wie schon im letzten Jahr treffen Teilnehmer der Web Week auf Experten und Entscheider aus der regionalen Web-Szene und können sich am Rand der Veranstaltungen vernetzen. Die Teilnahme an allen Vorträgen und Workshops der Nürnberg Web Week ist kostenlos. ■

WWW.NUEWW.DE

Auf zu neuen Märkten!

Die Veranstaltung „Auf zu neuen Märkten!“ am Dienstag, 22. Oktober 2013 in Herrieden zeigt auf, wie auch kleine und mittlere Unternehmen ausländische Märkte erschließen können. Der Informationsabend, der von 17 bis 19 Uhr bei der Schüller Möbelwerk KG (Rother Str. 1, Herrieden) stattfindet, wird gemeinsam von IHK Nürnberg für Mittelfranken, IHK-Geschäftsstelle Ansbach und der Firma Schüller veranstaltet. Ein Außenhandelsexperte der IHK Nürnberg erläutert, wie die Kammern und der Freistaat Bayern Firmen beim Start ins Auslandsgeschäft unterstützen. Zudem berichten Vertreter der Firma Schüller über ihre ersten Auslandserfahrungen. ■

ANMELDUNG:
IHK-GESCHÄFTSSTELLE ANSBACH
TEL. 0981 97111-78
IHKG-ANSBACH@NUERNBERG.IHK.DE

Beschaffungsmarkt Ukraine

Eine Markterkundungsreise nach Lemberg in der Westukraine organisieren die IHK Lemberg und die IHK Nürnberg für Mittelfranken vom 20. bis 22. November 2013. Auf dem Programm stehen Firmenbesuche, eine Kooperationsbörse mit ukrainischen Unternehmen und ein Erfahrungsaustausch mit Vertretern deutscher Firmen vor Ort. Lemberg gilt aufgrund der günstigen geografischen Lage, der niedrigen Lohn-Stück-Kosten und dem hohem Ausbildungsstand der Bevölkerung als interessanter Beschaffungsmarkt und attraktiver Standort für die Lohnveredelung. ■

IHK, TEL. 0911 1335-424, MELANIE.KRESS@NUERNBERG.IHK.DE

Fotos: bilderbox.com, absolutimages/Fotolia.com, nelos/Fotolia.com, iStockphoto.com

mf DESIGN Büro- und Praxisplanungs GmbH
... mehr als nur Büromöbel.
Sieboldstraße 5
90411 Nürnberg
www.mfdesign.de
Tel. 0911 / 527 555-0
Fax 0911 / 527 555-27
kontakt@mfdesign-info.de

Ergonomische Arbeitsplätze
Gesundes Arbeiten im Büro.
große Ausstellung

Logistik-Forum

Foto: Kadmy/Fotolia.com

„Megatrends und der optimale Verkehrsträger-Mix“: Unter dieser Überschrift steht das diesjährige „Logistik Forum Nürnberg“, das am Dienstag, 5. November 2013 von 9.30 bis 17.15 Uhr im Nürnberger Maritim Hotel stattfindet. Einige der Programmpunkte: Europäische Transportlogistik, Optimierung von Logistik-Knotenpunkten, Chancen für die Metropolregion Nürnberg im Güterverkehr sowie prozess- und technologieorientierte Innovationen für den kombinierten Verkehr. Veranstalter sind Bayern Innovativ sowie die Kompetenzinitiative CNA Center for Transportation und Logistics Neuer Adler e.V./ Cluster Bahntechnik. Als Partner engagieren sich die Stadt Nürnberg, das Fraunhofer-Institut IIS und die IHK Nürnberg für Mittelfranken. ■

WWW.BAYERN-INNOVATIV.DE/LOGISTIKFORUM2013

Verkauf von US-Fahrzeugen

Häufig verkaufen US-Soldaten, die in Deutschland stationiert sind, ihre Fahrzeuge an deutsche Kfz-Händler oder Privatpersonen. Nach Angaben des Zollamts Ansbach übersehen die Käufer dabei in vielen Fällen, dass solche Käufe zollrechtlich anzumelden sind. Denn die Fahrzeuge von US-Soldaten, von deren Familienangehörigen oder von Zivilangestellten der US-Armee gelten als sogenannte „Nichtgemeinschaftswaren“ – also Waren, die sich zwar physisch innerhalb der EU befinden, aber gemäß Nato-Truppenstatut hier nicht verzollt werden müssen. Der Zoll wird erst dann fällig, wenn ein hier ansässiger Kfz-Händler einen solchen Wagen kauft. Dann muss er ihn bei seinem Zollamt anmelden und vorführen sowie den Kauf per Fax oder E-Mail beim zuständigen Zollamt melden (Download des entsprechenden Formulars „0215“ unter www.zoll.de; Suchbegriff „0215“). Wird der Kauf dem Zoll nicht gemeldet, liegt eine Ordnungswidrigkeit vor, die mit Bußgeld sowie mit Nachforderung der Einfuhrumsatzsteuer und des Zolls geahndet werden kann. ■

IHK, Tel. 0911 1335-395
RAINULF.PICHNER@NUERNBERG.IHK.DE

Energiespeicher der Zukunft

Das neue Internet-Portal www.forschung-energiespeicher.info informiert über Projekte, Technologien und Forschungsergebnisse der Forschungsinitiative Energiespeicher. Diese wurde von der Bundesregierung ins Leben gerufen, um mittelfristig eine große Bandbreite von wettbewerbsfähigen Speichertechnologien für Strom, Wärme und andere Energieträger verfügbar zu machen und um technologische Entwicklungen in diesem Bereich voranzubringen. Arbeitsschwerpunkte der Initiative sind u.a. die Forschungsprojekte „Wind-Wasserstoff-Kopplung“ und „Batterien in Verteilnetzen“ sowie Vorhaben zu thermischen Speichern und Energiesystemanalyse. Insgesamt hat die Bundesregierung rund 200 Mio. Euro für die Forschungsinitiative zur Verfügung gestellt. ■

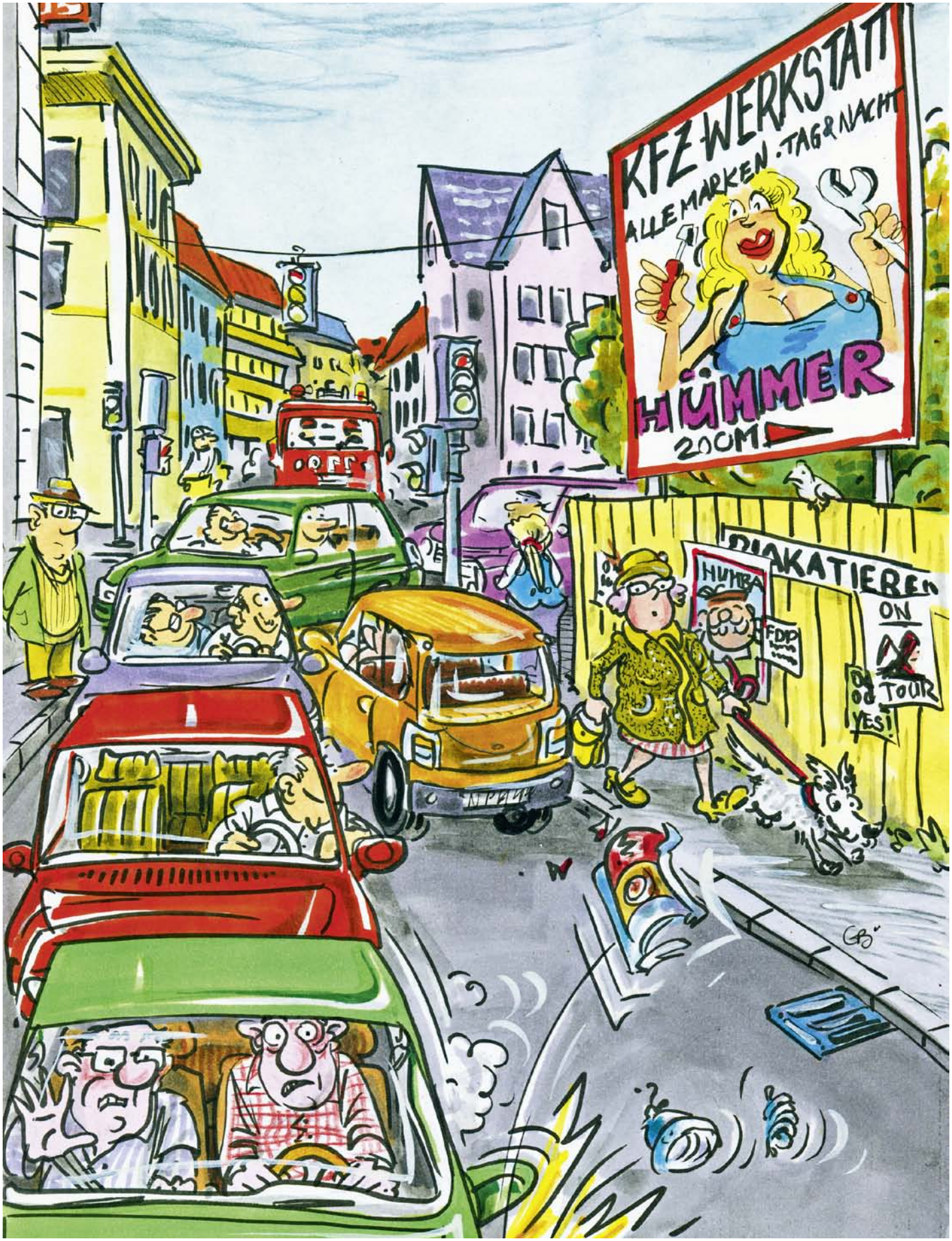
WWW.FORSCHUNG-ENERGIESPEICHER.INFO

„Nacht der Unternehmen“

Foto: yanlev/Fotolia.com

Am Donnerstag, 24. Oktober 2013, 16 bis 23 Uhr, findet die „Nacht der Unternehmen“ zum ersten Mal in der Region Nürnberg statt. Die Recruiting-Veranstaltung bietet eine Plattform, um Unternehmen mit potenziellen neuen Mitarbeitern zusammenzubringen. Zentraler Ort wird die Heinrich-Lades-Halle in Erlangen sein, wo sich Arbeitgeber ihren Bewerbern im Rahmen einer Job-Messe vorstellen. Von dort aus starten Shuttle-Busse und bringen Absolventen, Studierende, Abiturienten, die z.B. ein duales Studium anstreben, sowie junge Fach- und Führungskräfte direkt in mittelständische Unternehmen der Region. Dort können sie sich vor Ort ein genaues Bild von ihrem möglichen Arbeitgeber machen. Die „Nacht der Unternehmen“, die von der Tema AG mit Sitz in Aachen bereits in einigen deutschen Städten durchgeführt wurde, wird von mehreren Partnern unterstützt (u.a. Wirtschaftsförderungen Erlangen und Nürnberg, Universität Erlangen-Nürnberg, Spitzencluster Medical Valley, Automation Valley Nordbayern und Energieregion Nürnberg e.V.). ■

WWW.NACHTDERUNTERNEHMEN.DE/ERLANGEN



Außenwerbung trifft jederman(n)

700 JAHRE NÜRNBERGER BRATWURST

Fast Food des Mittelalters

Die „Nürnberger“ haben es über die Jahrhunderte zum weltweiten Image-Träger der Stadt geschafft. Der Schutzverband wacht darüber, dass die Regeln für die Herstellung der Spezialität genau eingehalten werden.

Der Schutzverband Nürnberger Rostbratwürste e.V. hat im September den 700. Geburtstag der Nürnberger ausgerufen. Das Jubiläum sei „relativ gut gesichert“, kommentiert der frühere Stadtrechtsdirektor Dr. Hartmut Frommer, der auch zweiter Vorsitzende des Schutzverbandes ist. Demnach dürfte im Jahr 1313 der Nürnberger Rat erstmals bestimmt haben, dass allein Schweinelenden-Brät, „das wertvollste Fleisch“, zur Herstellung verwendet werden darf. Das erste Satzungsbuch des Patrizierrates regelte auch, dass ein eigener Fleischbeschauer mit der Dienstbezeichnung „Würstlein“ tagtäglich die Arbeit der spezialisierten Schweinemetzger kontrollieren musste.

Das Fleisch wurde fertig gegart in den Tierdarm gestopft. Das war „eine Konservendose des Mittelsalters“, um in der schlachtfreien Winterzeit für den Sonntag Fleisch zu haben. Außerdem hätten sich Goethe und Jean Paul kaum rohe Bratwürste nach Weimar bzw. Bayreuth schicken lassen können, die wären bis zur Ankunft verdorben.

Im Jahr 1313 entstand neben der Moritzkapelle auf dem heutigen Sebalder Platz das kleine Gasthaus Glöcklein, die Wiege der Bratwurst. Das sei eine Art Fast Food-Betrieb des Mittelalters gewesen, berichtet Frommer, denn um das Glöcklein befand sich damals ein Friedhof, auf dem fast Marktplatzbetrieb geherrscht habe. Über grobes Fehlverhalten und Lebensmittelskandale beim Bratwurstverkauf, bei dem der Henker hätte aktiv werden müssen, ist Frommer nichts bekannt. Wer aber verdorbene Ware verkauft habe, sei mit seinem ungenießbaren Fleisch zum Gespött der Leute durch die Gassen geführt worden.

Geschützte Spezialität

Eine historische Jubiläumsausstellung kündigt Dr. Rainer Heimler, 1. Vorsitzender des 1998 gegründeten Schutzverbands, für das nächste Jahr an. „Wir sind beim Jubiläum nicht stur“, beschreibt Heimler das pragmatische Vorgehen. Ganz penibel ist der hauptberufliche Anwalt allerdings, wenn es um den Schutz der Bratwurst geht. Denn die „Nürnberger“ genießen mit dem im Jahr 2003 verliehenen EU-Siegel den Status als geschützte kulinarische Spezialität. Produkte mit geschützter geographischer Angabe (g.g.A.) müssen in der genannten Region getreu traditioneller Verfahren hergestellt werden.

Das bedeutet konkret eine Bratwurstlänge von sieben bis neun Zentimetern und ein Gewicht von maximal 25 Gramm. Verarbeitet werden darf nur grob entfettetes Schweinefleisch in einer mittelgroben Körnung und Schafsdarm als Hülle, bei der Würze muss traditionell Majoran dominieren. Und nicht zuletzt muss das gute Stück innerhalb der Nürnberger Stadtgrenzen produziert werden.

Abmahnfälle wegen Verletzung des Namensschutzes kommen laut Heimler innerhalb Deutschlands kaum mehr vor, auch im Ausland entdeckt der Nürnberger Hüter der Bratwurstrechte selten Verstöße. Das war zu Beginn der Schutzphase noch anders, damals wurden 100 bis 150 Verstöße pro Jahr geahndet, um den Imageträger Nürnberger Bratwurst zu schützen.

Bratwurstpreis

Zeitgleich mit dem Bratwurstjubiläum hat der Schutzverband auch seinen 10. Bratwurstpreis verliehen, mit dem besonderen Verdienste von Personen oder Institutionen um die würzige Köstlichkeit gewürdigt werden. In diesem Jahr wurden 65 Nürnberger Bratwurstmetzger geehrt, die teils noch in Handarbeit produzieren.

Unter dem Strich wird die Herstellung der Nürnberger allerdings von industrieller Produktion dominiert. Zwar werden die Stückzahlen als Betriebsgeheimnisse gehütet, die Schätzungen gehen aber von einer Mrd. Nürnberger Bratwürsten aus, die jährlich hergestellt werden. Mehr als 1 000 Beschäftigte produzieren in Spitzenzeiten bis zu zehn Mio. Würste pro Tag in rund 150 Fabriken und Metzgereien im Stadtgebiet Nürnberg, darunter die Großen wie HoWe, Wolf, Hans Kupfer oder Schlütter´s Echte. Nürnbergs Traditionsgastwirt Werner Behringer, der im Keller seines Bratwursthäusles das Nürnberger Leibgericht selbst herstellt, schätzt die gesamte Jahresproduktion auf 1,4 Mrd. Stück: „Damit könnte man dreimal den Globus umwickeln.“

Behringer, dessen Gasthaus im Schatten von St. Sebald und dem Rathaus von Touristen und Einheimischen gleichermaßen frequentiert wird, lässt auch keinen Zweifel daran, wie die Nürnberger Spezialität serviert werden muss: Als Rostbratwurst vom Buchenfeuer mit Kraut oder Kartoffelsalat, als Blaue Zipfel gekocht in Weinessig, geräuchert oder als Gehacktes, also als enthäutete Bratwurst oder „Naggerte“ („Nackige“). Und für Stammgäste wird nach alter Tradition auch mal „eine an der Gabel“ gereicht. Die „Drei im Weckla“ (drei Stück im Brötchen), die in vielen Wirtschaften und an unzähligen Ständen verkauft werden, sind laut Frommer al-

„Ode an die Worschd“: *Unter diesem Motto fand Mitte September der BR-RadioSalon in der IHK statt, der vom stv. Studioleiter Norbert Küber organisiert wurde. Zu sehen gab es u.a. Bratwurst-Rock von BR-Klassik-Moderator Tobias Föhrenbach und Schauspieler Marco Steeger.*

lerdings nicht historisch überliefert, sondern eine Erfindung des Marktamtes aus den 1980er Jahren.

Die Stadt selbst hatte sich eine zeitlang schwer mit dem Traditionsgericht getan, weil sie sich zu Unrecht auf das Image „Bratwurst und Butzenscheiben“ reduziert sah. Spätestens seitdem die EU im Jahr 2003 die Nürnberger Rostbratwurst als besonders geschützte Spezialität anerkannt hat, hat sich die Stimmung gedreht. Die Nürnberger Wirtshäuser, darunter die älteste Bratwurstküche Zum Gulden Stern aus dem Jahr 1419, die heute von Martin Hilleprandt geleitet wird, besannen sich mit Stolz auf ihre historische Spezialität.

Zumal die Miniaturwürste als Exportschlager einen globalen Siegeszug angetreten haben. So findet man an den Frühstücksbuffets guter Hotels in den USA, Dubai oder Shanghai die original Nürnberger, die laut Heimler zunehmend „die ungenießbaren englischen Sausages“ verdrängen. Frommer, der auch einen historischen „Bratwurstspaziergang“ durch Nürnberg anbietet, meint scherzhaft zur „Globalisierung des Frühstücks“: „Isst die Weltbevölkerung zwei original Nürnberger zum Frühstück, wären wir hier alle wirtschaftlichen Sorgen los.“ Über deutsche Discounter finden vorgebrühte Varianten sogar den Weg bis nach Australien. Selbst die Fast Food-Kette McDonalds hat schon Drei im Weckla als „Nürnburger“ kredenzt – mit kräftiger Unterstützung von Uli Hoeneß, der 1985 zusammen mit Werner Weiß die heutige HoWe Wurstwaren KG in Nürnberg gegründet hatte.

Auch wenn die Nürnberger Bratwurstküchen auf das offene Buchenholzfeuer schwören, auf dem sie frische und rohe Würste – weder vorgebrüht, noch in der Friteuse angebraten – grillen, nehmen die kulinarischen Varianten immer mehr zu. Manche kreieren einen Kartoffel-Bratwurstauflauf, andere halten die Rostbratwurst für die ideale Fleischeinlage in der Kartoffelsuppe und wieder andere servieren einen grünen Spargelsalat mit Bratwurst. Der kulinarische Siegeszug scheint auch im 700. Jahr noch nicht zu Ende zu sein.

Thomas Tjiang

WWW.NUERNBERGER-BRATWUERSTE.DE

Dr. Hartmut Frommer *vor der Geschäftsstelle des Schutzverbandes Nürnberger Rostbratwürste e.V. im Henkerhaus.*

Werner Behringer, *Senior-Chef des Bratwursthäusles an der Sebalduskirche.*

Fotos: Tjiang (2) , Fuchs, BR/ Rudi Ott

METROPOLREGION NÜRNBERG

Was zieht die Fachkräfte an?

Eine aktuelle Studie liefert ein detailreiches Bild über die Ziele und Erfahrungen von Menschen, die seit dem Jahr 2008 in die Metropolregion gezogen sind.

Foto: alphaspirit/Fotolia.com

Die Untersuchung trägt den Titel „Warum Metropolregion Nürnberg? Motive und Rahmenbedingungen des Zuzugs von Fachkräften“ und wurde vom Europäischen Forum für Migrationsstudien (efms) erarbeitet, das an der Universität Bamberg angesiedelt ist. Auftraggeber der Studie, für die 568 Personen befragt wurden, waren die IHKs Nürnberg, Bayreuth und Coburg.

„Wir wollten direkt mit den Menschen reden“, so Ronald P. Smutny, Projektleiter Fachkräftesicherung bei der IHK Nürnberg für Mittelfranken, über die Ausrichtung der Pionierstudie. Auf dieser Datengrundlage könnten nun gezielt Angebote für Neuankömmlinge überprüft und neue Ideen entwickelt werden. Mit einer funktionierenden Willkommenskultur solle ein wichtiger Baustein geschaffen werden, um für Fachkräfte von „außerhalb“ noch attraktiver zu werden.

Hohe Qualifikation der Zuzügler

Die Studie zeigt, dass fast zwei von drei der befragten Personen in der Metropolregion gekommen sind, um hier zu arbeiten. Das unterstreicht die hohe Attraktivität der Metropolregion Nürnberg im Bereich Wirtschaft und Arbeit. Weitere Zuzugsgründe waren Studium (13 Prozent), familiäre Gründe (14 Prozent), Ausbildung (etwa ein Prozent) sowie die Rückkehr in die Heimatregion (fünf Prozent). Mehr als sieben von zehn Befragten kamen aus anderen Teilen Deutschlands, aus dem Nicht-EU-Ausland (14 Prozent) stellen die US-Amerikaner die größte Gruppe, bei den EU-Bürgern war es Großbritannien. Das Bildungsniveau der Befragten weist sie als Hochqualifizierte aus: Mehr als drei Viertel besitzen einen Hochschulabschluss oder gar eine Promotion. Lediglich 0,4 Prozent der Umfrageteilnehmer verfügen über keinen Schulabschluss.

Jeder Zweite, der sich in der Metropolregion Nürnberg niederlässt, möchte fünf Jahre oder länger hier bleiben. Ein weiteres Viertel zeigte sich in der Online-Befragung unentschlossen. Der Anteil der Skeptiker – überwiegend Alleinstehende und Jüngere, die der

WILLKOMMENSKULTUR: MACHEN SIE MIT!

Die Ergebnisse der Studie „Warum Metropolregion Nürnberg?“ wurden am 8. Oktober 2013 auf der Jahreskonferenz der Allianz pro Fachkräfte in Bamberg vorgestellt. Die über 300 Teilnehmer der Konferenz diskutierten dort anschließend in einem World-Café-Verfahren die sich aus der Studie ergebende Frage: Wie wollen wir Willkommenskultur in der Metropolregion Nürnberg leben, um Heimat für Kreative zu sein? Die Vertreter aus Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Wissenschaft arbeiteten gemeinsam zielorientiert an Ideen für Projekte, durch die die Metropolregion Nürnberg zu einem Ort wird, an dem sich jeder zu Hause fühlt und an dem jeder gerne lebt und arbeitet. Ergebnis des World-Cafés ist eine Liste von Projektideen, die der Allianz pro Fachkräfte als Leitlinien für die künftige Arbeit dienen werden.

Über 300 Akteure waren bereits engagiert. Engagieren nun Sie sich! Die auf der Jahreskonferenz entwickelten Projektideen stehen ab dem **23. Oktober** online unter **http://voting.allianz-pro-fachkraefte.de** zur Auswahl. Stimmen Sie mit ab, welche Projekte für die Willkommenskultur in unserer Region am wichtigsten sind und geben Sie uns damit ein Signal, wo die Allianz pro Fachkräfte künftig aktiv werden soll. ■

IHK, Tel. 0911 1335-112
ronald.smutny@nuernberg.ihk.de
http://voting.allianz-pro-fachkraefte.de

Mittelstand profitiert von digitaler Post:

ANZEIGE

Die E-POSTBUSINESS BOX verschlankt Arbeitsabläufe im Briefversand

Mehr als 6,4 Milliarden Geschäftsbriefe beförderte die Deutsche Post im vergangenen Jahr. Hinter jedem dieser Briefe verbirgt sich ein enormer Aufwand: Ausdrucken, Kuvertieren, Frankieren und Versenden. So werden große Sendungsmengen schnell zur Herausforderung an die personellen Kapazitäten kleiner und mittelständischer Unternehmen.

Mit der E-POSTBUSINESS BOX bietet die Deutsche Post dem Mittelstand eine optimale Lösung für den Briefversand. Bequem vom Arbeitsplatz steuern Mitarbeiter alle Versandprozesse einfach und digital per Computer – egal ob Einzel- oder Serienbrief. Über die E-POSTBUSINESS BOX werden alle Schritte im Versandprozess digital abgewickelt, wodurch sie Firmen den elektronischen Postweg eröffnet. So sparen Mitarbeiter Zeit, optimieren Arbeitsprozesse und reduzieren Kosten.

Einfache Kommunikation

Firmen erreichen über die E-POSTBUSINESS BOX ihre Kunden und Geschäftspartner digital, sicher und automatisiert. Der Versand eines Briefs ist dabei nicht weiter als einen Mausklick entfernt: Anstelle des Druckers wählt der Mitarbeiter in seiner gewohnten Software die Druckoption „E-POSTBRIEF“ aus und die Box übernimmt den Versand. Verfügt der Empfänger über eine E-POSTBRIEF Adresse, wird der Brief elektronisch zugestellt. Ansonsten druckt die Deutsche Post den Brief aus, kuvertiert ihn und liefert ihn wie gewohnt durch den Zusteller aus.

„Wir nutzen die E-POSTBUSINESS BOX gerne“, sagt Erhard Klein, Head of IT and Organisation bei der Winterhalter Gastronom GmbH. „Sie ließ sich in kurzer Zeit installieren und spart uns seither Stunden, die Mitarbeiter in der Vergangenheit für den Briefversand aufwenden mussten. Die digitalisierte Post reduziert damit manuelle Versandprozesse und spart uns letztlich Druckkosten.“

Deutsche Post AG – Partner für den Mittelstand

Als Partner für den Mittelstand unterstützt die Deutsche Post alle Firmen mit Anforderungen an digitale Versandlösungen: Einfach Briefe versenden per Mausklick, großes Einsparpotenzial durch digitale Druck- und Versandprozesse sowie höchste Sicherheit durch moderne Verschlüsselungstechnologie – die E-POSTBUSINESS BOX schickt die geschäftliche Korrespondenz in das digitale Zeitalter. Interesse geweckt? Bestellen Sie Ihre E-POSTBUSINESS BOX unter: **www.epost.de/businessbox**

Mitmachen und gewinnen! E-POSTBUSINESS BOX online bestellen und mit etwas Glück zweimal zwei VIP-Tickets für das Achtelfinale des DFB-Pokals gewinnen. Infos gibt es hier: **www.epost.de/businessbox**
Viel Glück!

E&POST
Ein Service der Deutschen Post

Foto: alphaspirit/Fotolia.com

Metropolregion so schnell wie möglich den Rücken zukehren wollen, liegt knapp unter zehn Prozent.

Weiche Standortfaktoren

Ein guter Job in der Metropolregion macht aus einem Skeptiker oder einer unentschlossenen Fachkraft noch keinen Überzeugungstäter, der seine Zukunft an den Großraum bindet. Neben einer erfolgreichen Suche auf dem Wohnungsmarkt haben weiche Standortfaktoren (z.B. Einkaufserlebnis, gastronomisches Angebot, Erscheinungsbild der Metropolregion, Hilfsbereitschaft und Toleranz der Bevölkerung) großen Einfluss auf die weiteren Pläne. Diese außerberuflichen Aspekte tragen mit dazu bei, ob man die Metropolregion Nürnberg seinen Freunden als Wohn- und Arbeitsraum empfiehlt. Laut der Studie würden 85 Prozent der Befragten ihren Freunden die EMN empfehlen.

Bei der „Einreise" in die Metropolregion wurde mehr als ein Drittel der Arbeitnehmer beim Einleben durch eine aktive Willkommenskultur unterstützt. Ein weiteres gutes Drittel benötigte keine Unterstützung. Ein Drittel der Menschen war nach ihrer Ankunft auf sich allein gestellt. Dabei nennen die Neuankömmlinge zahlreiche Herausforderungen, angefangen von Finden einer geeigneten Wohnung. Schon auf Platz zwei werden Unsicherheiten beim alltäglichen Umgang mit den Menschen genannt, gefolgt von Behördenkontakten. Auch Neuankömmlinge, die nicht allein, sondern mit Partner oder Familie in die Metropolregion ziehen, haben mit weiteren spezifischen Problemen zu kämpfen. Dazu zählen die Jobsuche für den Partner sowie die Suche nach geeigneten Schulen oder Kinderbetreuung.

Den wichtigsten Part bei der Hilfe zum Einleben übernahmen die Arbeitgeber, teils mit sogenannten Relocation-Anbietern (Dienstleister, die bei Ortswechseln und allen damit zusammenhängenden Bereichen weiterhelfen), sowie die Kollegen. Nicht-deutschen Mitarbeitern werden häufig Sprachkurse, interkulturelle Trainings und schriftliche Infos in englischer Sprache angeboten. Aber nur ein Viertel der ausländischen Beschäftigten berichtet von Begegnungsangeboten oder Kollegentreffen.

Bei Behördengängen und Geldangelegenheiten zeigen Einzelfälle, dass Hürden in Amtsstuben oder am Bankschalter für erhebliche Frustration sorgen. In einem Fall wurde einem Ratsuchenden im Ausländerbüro erklärt, man spreche nur deutsch. Eine Bank lehnte die Kontoeröffnung ab, weil der potenzielle Kunde nicht fließend deutsch sprach. Der deutsche Begleiter und Übersetzer konnte hier auch nicht weiterhelfen.

Die Daten bestätigten laut Smutny, dass viele Schwierigkeiten bei Ausländern und Deutschen „nicht so unterschiedlich sind". Es gebe viele gute Ansätze, aber es sei an vielen Stellen nicht genug. Zugezogene Fachkräfte arbeiten fast ausschließlich in Großunternehmen mit über 500 Beschäftigten. Das spricht dafür, das Großunternehmen ihre Suche nach geeigneten Fach- und Führungskräften erheblich systematischer vorgehen. Für kleinere und mittlere Unternehmen, die wenig Fachkräfte von außerhalb der Metropolregion beschäftigen, sieht Smutny Handlungsbedarf: Sie müssten sich der Frage stellen, wie man unter Diversity-Aspekten ein internationales Personal-Marketing und eine Personalentwicklung angehen könne. *tt.* ■

Leserbrief

„In der September-Ausgabe der WiM (Seite 34 ff.) fordern Sie die Einführung und gesetzliche Verankerung von Business Improvement Districts (BID), hierzulande auch als Immobilien- und Standortgemeinschaften bezeichnet. Dabei werden stadtplanerische und -gestalterische Kompetenzen für ein überwiegend gewerbliches Quartier an eine privatwirtschaftliche Vereinigung übertragen – mit Pflichtbeiträgen für die Einzelhändler und Unternehmer. Ein Blick in die USA und nach Kanada sollte uns skeptisch machen: Mit dem Konzept reagierten Gewerbetreibende in den 1980er und 90er Jahren dort vielerorts auf den Niedergang der Innenstädte und auf die Finanzkrise vieler Kommunen. Heute konkurriert oft eine Vielzahl von BIDs gegeneinander, so gibt es in Toronto über 60 und im Stadtzentrum von Los Angeles 30 BIDs. Sie alle verfolgen rein kommerzielle Interessen, oft unterhalten sie eigene Polizeidienste, um Bettler oder Straßenmusiker von den Straßen zu entfernen. In Deutschland sollten wir uns darüber einig sein, dass unsere Stadtzentren nicht nur eine gewerbliche Funktion als „Einkaufsmeile" erfüllen, sondern auch Orte der Begegnungen sowie für kulturelle und soziale Aktivitäten sind. Diese urbane Lebensqualität können gewerbliche Vereinigungen wie BIDs nicht gewährleisten. Deshalb sollte es auch in Zukunft die Aufgabe von Stadtrat und Verwaltung bleiben, bei Stadtplanung und Stadtentwicklung ausgleichend die Interessen aller Stadtbewohner und -nutzer zu berücksichtigen." ■

Gerhard Faul, Immobilienverwalter und Kulturmanager, Nürnberg

FOCUS MONEY
BESTE BANK FÜR DEN MITTELSTAND
Im Test: die größten Finanzinstitute Deutschlands
Ausgabe 34/2013

Ohne SEPA-Umstellung fließt bei Ihnen ab dem 01.02.2014 vielleicht kein Geld mehr.

Jetzt HVB SEPA-Check machen!
SEPA CHECK
www.hvb-sepa.de

Deshalb jetzt mit den HVB Spezialisten auf SEPA umstellen und zahlungsfähig bleiben.

Der HVB SEPA-Check unterstützt Sie dabei:

unter www.hvb-sepa.de

Willkommen bei der
HypoVereinsbank
Unternehmer Bank

Member of UniCredit

Das Leben ist voller Höhen und Tiefen. Wir sind für Sie da.

Foto: AHK

Estlands Hauptstadt Tallinn: *Blick über die historische Altstadt auf die Tallinner Bucht.*

ESTLAND, LETTLAND, LITAUEN

Kleine Länder, große Chancen

Europa schaut mit Anerkennung auf das Baltikum – und das zu Recht: Die baltischen Staaten sind Europameister beim Wachstum und Vorbilder für Wirtschaftsreformen. Von Kerstin Leisering

Estland zeigt der Welt, wie das digitale Zeitalter staatliche Behörden noch transparenter und kommunikativer macht. Lettland wird – den Euro-Skeptikern zum Trotz – Anfang 2014 der Euro-Zone beitreten und Litauens Flagge weht dank der EU-Ratspräsidentschaft bis zum Jahresende 2013 selbstbewusster denn je im europäischen Wind. Die baltischen Staaten versprechen dank der anhaltend guten Wirtschaftslage und ihrer Offenheit gegenüber deutschen Partnern sowie deutschen Produkten und Dienstleistungen interessante Neugeschäfte für kleine und mittlere Unternehmen.

Erfolgsgeschichte an der Ostsee

Estland, Lettland und Litauen vereinen nicht nur die geografische Lage als Ostsee-Anrainer und eine gemeinsame Geschichte als Teil der Sowjetunion, sondern auch die rasante Entwicklung in den letzten zwei Jahrzehnten. Nach Erlangung ihrer Unabhängigkeit im Jahr 1991 unternahmen sie souverän tiefgreifende Reformen ihrer Staats- und Wirtschaftsordnungen und entwickelten sich rasch. Mit dem Beitritt zur Europäischen Union im Jahr 2004 nahm die Entwicklung ihrer Volkswirtschaften weiter Fahrt auf. Sie wuchsen bald mit zweistelligen Wachstumsraten und wurden daher auch „Baltische Tiger“ genannt.

Die Krise der Jahre 2008 und 2009 traf die baltischen Staaten dann aber besonders hart. Sie konnte allerdings durch die besonnene Sparpolitik der Regierungen bereits 2010 in Estland und Litauen und schließlich 2011 auch in Lettland wieder überwunden werden. Seit zwei Jahren belegen die baltischen Staaten in Bezug auf ihr Wirtschaftswachstum nun die Spitzenplätze in der EU. Anfang Juli 2013 reiste Bundespräsident Joachim Gauck in Begleitung einer hochrangigen Wirtschaftsdelegation zu Staatsbesuchen nach Lettland, Estland und Litauen, um den Übergang der baltischen Staaten zu Freiheit, Demokratie und Marktwirtschaft zu würdigen. Er lobte im Laufe der Reise „ihren Reform- und Sparwillen, die Innovationsfreue, die Neugierde auf Europa sowie die Hingabe an die eigenen Traditionen und die Bereitschaft zur Verantwortung“. Beeindruckt zeigte er sich u.a. auch vom Einsatz moderner Kommunikationstechnologien in staatlichen Einrichtungen in Estland, das auf diesem Feld heute europaweit als Vorreiter gilt und deshalb auch bisweilen „E-stonia“ genannt wird. Doch auch von Lettland und Litauen kann man gerade in Bezug auf die schnelle Entwicklung ihrer internationalen Wettbewerbsfähigkeit im öffentlichen und privaten Sektor lernen.

Lebhafter Handel mit Deutschland

Bei der Überwindung der Krise bewies die Wirtschaft der baltischen Staaten eine besondere Anpassungsfähigkeit. Da die Binnenmärkte nicht mehr ausreichend profitabel waren, erschlossen die innovativen und flexiblen Unternehmen neue Absatzkanäle. So wurden die Handelsbeziehungen zu ihren unmittelbaren Nachbarländern an der Ostsee immer enger. Deutschland gilt dabei für viele estnische, lettische und litauische Unternehmen als Exportmarkt Nr. 1. Die baltischen Exporte nach Deutschland haben sich in den letzten Jahren seit dem Beitritt zur EU fast verdoppelt und übertreffen jetzt bereits deutlich das Vorkrisenniveau. Da die baltischen Staaten keine starke Konzentration auf einzelne Branchen vorweisen, sondern gerade im produzierenden Bereich mit spezialisierten Unternehmen breit aufgestellt sind, bieten sie sich besonders für die Produktion kleinerer Margen als Partner deutscher Unternehmen an.

Die deutsche Wirtschaft besitzt in den baltischen Staaten nicht nur eine lange Tradition, sondern gehört heute zu den wichtigsten

AHK BALTISCHE STAATEN

Die Deutsch-Baltische Handelskammer in Estland, Lettland, Litauen (AHK Baltische Staaten) ist mit derzeit 400 Mitgliedsunternehmen in den drei baltischen Staaten aktiv. Sie ist mit Büros in der estnischen Hauptstadt Tallinn, der lettischen Hauptstadt Riga und in der litauischen Hauptstadt Vilnius vertreten. Die AHK bietet eine Plattform für direkte Unternehmenskontakte, steht den Unternehmen mit umfassenden Dienstleistungen und Informationen zur Seite und setzt sich für die weitere Entwicklung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen ein. ■

WWW.AHK-BALT.ORG

Investoren. Mit einem Anteil von fast zehn Prozent an den ausländischen Direktinvestitionen ist Deutschland im besonders industriell geprägten Litauen sogar der drittgrößte Investor. Doch auch in den anderen drei baltischen Staaten sind deutsche Unternehmen erfolgreich mit eigenen Produktionsstätten vertreten. Wichtige Zielbranchen sind dabei die Energiewirtschaft, das verarbeitende Gewerbe (darunter insbesondere der Maschinenbau und die holzverarbeitende Industrie), die Immobilienwirtschaft und der Dienstleistungssektor.

Eine aktuelle Umfrage der AHK Baltische Staaten zeigt, dass die deutschen Unternehmen vom aktuellen Konjunkturaufschwung profitieren. Die gegenwärtige Konjunkturlage bewerten sie zu über 90 Prozent als gut bzw. befriedigend. Auch die weiteren Perspektiven sind positiv. So bieten eine Reihe geplanter Infrastruktur-Großprojekte in den Bereichen Energie, Verkehr und Telekommunikation vielversprechende Geschäftschancen vor allem für deutsche Maschinen- und Anlagenbauer (u.a. im Bereich erneuerbare Energien) sowie für Bauunternehmen.

Foto: Schmitz Cargobull

***Schmitz Cargobull** produziert im litauischen Panevezys Lkw-Trailer, die vorrangig nach Russland exportiert werden.*

Drehscheibe zwischen Ost und West

Derzeit würden sich weit über 80 Prozent der im Baltikum tätigen deutschen Unternehmen wieder für ihr Gastland als Investitionsstandort entscheiden. AHK-Geschäftsführerin Maren Diale-Schellschmidt ermutigt auch weitere deutsche Unternehmen zum Markteinstieg: „Zugegeben, die baltischen Märkte sind mit insgesamt nur 6,3 Mio. Einwohnern relativ klein, dennoch sprechen aus Sicht der deutschen Unternehmen viele Faktoren für den Standort Baltische Staaten.“ Die gut ausgebaute Infrastruktur und die geografische Lage böten eine gute Anbindung nach Deutschland, aber auch Richtung Russland und in die GUS-Staaten. Auch außerhalb der Hauptstädte Tallinn, Riga und Vilnius gebe es eine Vielzahl an Standorten mit verlässlichen Zulieferstrukturen und hoch motiviertem Fachpersonal, so Diale-Schellschmidt, die auch das am deutschen Recht orientierte Gesellschaftsrecht als Standortvorteil nennt.

Die europäische Sicht

Estland ist seit 1. Januar 2011 Mitglied der Euro-Zone. Auch Lettland erhielt im Juli 2013 die offizielle Bescheinigung der Europäischen Kommission über seine Euro-Reife und wird den Euro Anfang 2014 einführen. Die neue litauische Regierung strebt den Beitritt zur Euro-Zone für Anfang 2015 an. Aus Sicht der hier aktiven deutschen Unternehmen sind wegfallende Transaktionskosten und mehr Transparenz die großen Vorteile der Euro-Einführung in Estland. Mit Blick auf das positive Fazit erwarten sie außerdem mehrheitlich, dass sich der Beitritt zur Euro-Zone auch in Lettland und Litauen vorteilhaft auswirken wird und sich damit die Attraktivität der baltischen Staaten für ausländische Investoren noch weiter verbessert.

Seit 1. Juli 2013 kann nun auch Litauen als erster baltischer Staat zeigen, dass er genauso wie andere EU-Mitgliedsstaaten aktiv politisch lenkend zur Gestaltung der Europäischen Union beitragen kann. Im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft will sich die litauische Regierung vor allem für einen engeren Dialog mit den östlichen EU-Nachbarstaaten und einen Ausbau der Energienetze einsetzen. Lettland wird in der ersten Jahreshälfte 2015 als zweiter baltischer Staat folgen. Estland wird den Vorsitz in der ersten Jahreshälfte 2018 übernehmen. Alle drei Länder blicken dieser Aufgabe mit Selbstbewusstsein entgegen. Und das zu Recht! Auf ihre Entwicklung in den vergangenen 20 Jahren können sie stolz sein. ■

Kerstin Leisering ist Pressesprecherin der Auslandshandelskammer (AHK) Baltische Staaten (kerstin.leisering@ahk-balt.org).

FRAPACK
Exportverpackung + Logistik

Mehr als 25 Jahre

Schutz und Sicherheit für Industriegüter

- **Exportverpackung**
- **Projektierung**
- **Consulting**
- **Spedition**
- **Lagerung**

Kapazitäten

Hallenfläche beheizt	20.000 m²
Freifläche	4.000 m²

Kranbahnen (bis 50 to. Tragkraft)

diverse Gabelstapler bis 12 to
Gleisanschluss bis in die Hallen

FRAPACK GmbH
Exportverpackung + Logistik
Katzwanger Straße 150
90461 Nürnberg

Telefon (0911) 4 50 91-0
Telefax (0911) 4 50 91-11

e-mail: info@frapack.de
Internet: www.frapack.de

Wir beschaffen, holen, bringen und pflegen Ihre Berufskleidung. Individuell, pünktlich und zuverlässig. Testen Sie unser Angebot. Und rufen Sie uns an unter 0911/96074-0.

Merk Textil-Mietdienste GmbH & Co. KG
Albert-Einstein-Str. 30 | 90513 Zirndorf | tel: +49(0)911/96074-0 | fax: +49(0)911/96074-900 | info@dbl-merk.de | www.dbl-merk.de

Unseren Service können Sie sehen.
Ihr Team spürt ihn.

Miettextilien von DBL.

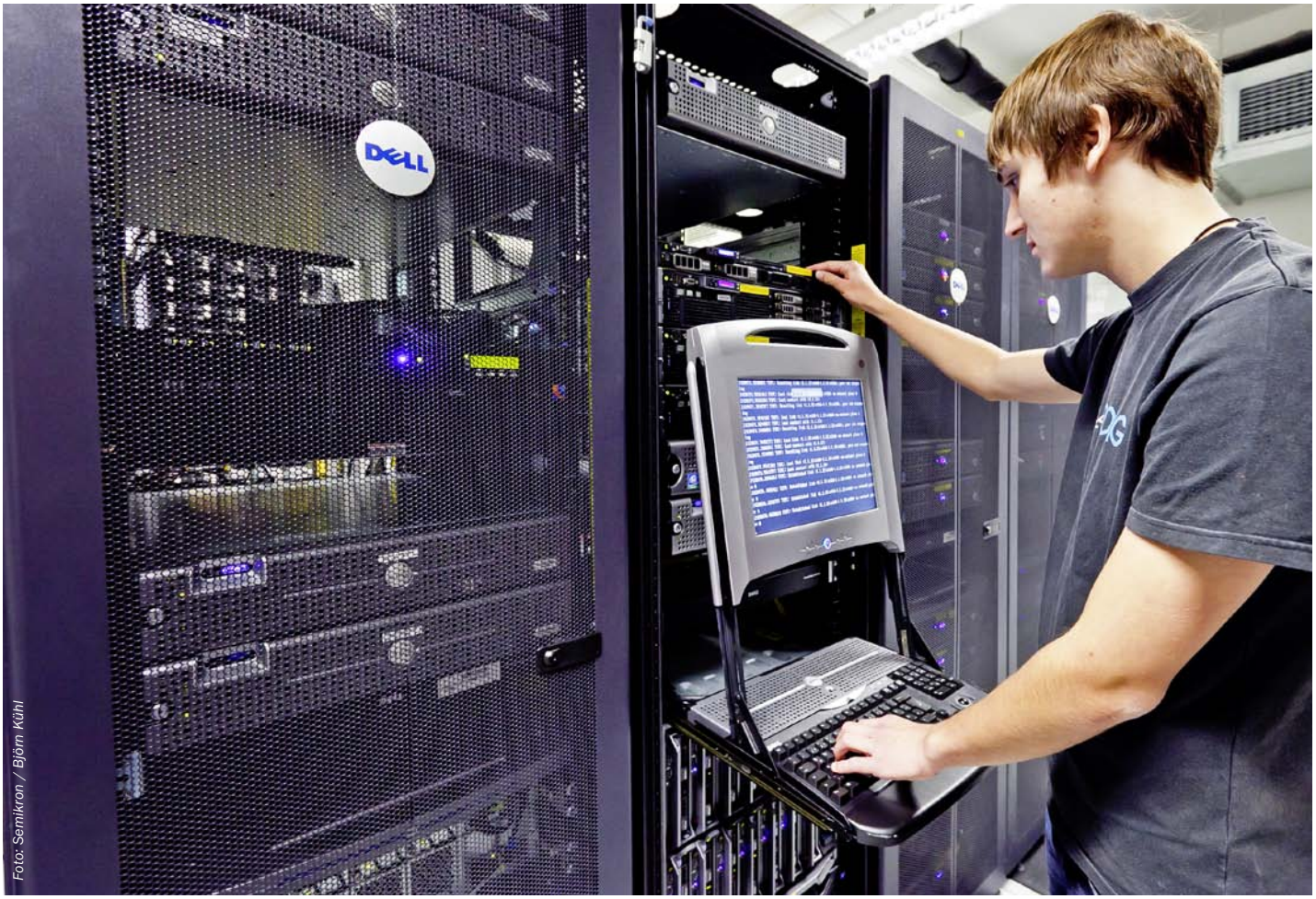


Foto: Semikron / Björn Kühl

Auszubildender bei Semikron *in Nürnberg.*

VERBUNDAUSBILDUNG

Gemeinsam lernen

Viele Unternehmen können oder wollen nicht alle Inhalte einer Ausbildung selbst abdecken. Für sie bietet sich die Verbundausbildung an, bei der Teile der Ausbildung in einen anderen Betrieb ausgelagert werden. Ein Einblick in die Praxis dreier mittelfränkischer Unternehmen.

Die Semikron Elektronik GmbH & Co. KG beschäftigt an ihrem Stammsitz in Nürnberg 32 Auszubildende, die zu Industriekaufleuten, Fachinformatikern, Mechatronikern und Elektronikern für Betriebstechnik qualifiziert werden. In der gewerblich-technischen Ausbildung arbeitet Semikron seit Jahren erfolgreich mit dem Zentrum für Aus- und Weiterbildung (ZAW) Nürnberg sowie mit der Siemens AG zusammen. „Neben unserer internen Ausbildungseinrichtung nutzen wir sehr gerne die enge und unternehmensübergreifende Zusammenarbeit, um unseren Auszubildenden eine bestmögliche Berufsausbildung zu bieten", erläutert Anja Redlingshöfer, verantwortlich für die Koordination und Planung der Berufsausbildung am Standort Nürnberg. Ihre ersten Tage erleben alle Auszubildenden am Stammsitz von Semikron. „Das ist sehr wichtig für das gegenseitige Kennenlernen, die Identifikation und Bindung an das Unternehmen", betont Redlingshöfer. Die gewerblich-technischen Auszubildenden wechseln nach der ersten Einführungsphase zum jeweiligen Kooperationspartner. So erlernen die zukünftigen Elektroniker für rund ein halbes Jahr beim ZAW die Grundlagen ihres Berufsbilds, die Mechatroniker werden gemeinsam mit den Siemens-Auszubildenden in deren Ausbildungszentrum angelernt. Anschließend werden sie für einige Wochen bei Semikron zur sogenannten Bereichserkundigung eingesetzt.

In den beiden darauffolgenden Ausbildungsjahren durchlaufen die technischen Auszubildenden verschiedene Fachabteilungen am Stammsitz von Semikron und sind nur noch blockweise zu berufsbildspezifischen, vertiefenden Ausbildungsinhalten beim Kooperationspartner ZAW bzw. bei Siemens. Das vierte und letzte Ausbildungsjahr steht im Zeichen der Prüfungsvorbereitung, welche ebenfalls bei Semikron stattfindet.

Einer der Erfolgsfaktoren bei der dualen Berufsausbildung mit einem Kooperationspartner ist laut Redlingshöfer, dass die jungen Menschen stets im engen Kontakt zu ihren Ausbildern und Betreuern sowie der Ausbildungskoordinatorin stehen. „Diesen höheren organisatorischen Aufwand nehmen wir gerne in Kauf, denn das gute Zusammenspiel mit den Kooperationspartnern und die guten Ausbildungsergebnisse rechtfertigen das Modell", betont die Ausbildungsreferentin. Zudem erhalten die Auszubildenden ei-

nen ersten Einblick in unterschiedliche Arbeitsweisen: „Das weitet den Horizont und stärkt die Persönlichkeit.“ Entsprechend positiv fallen auch die Rückmeldungen sowohl von den Auszubildenden als auch von den Ausbildern aus. „Wir haben seit über 15 Jahren durchweg positive Erfahrungen mit der Verbundausbildung gemacht“, zieht Redlingshöfer Bilanz.

Vermittlung der Grundlagen im Verbund

In der Langenzenner Firma Maxfeld Stanzbiegetechnik GmbH & Co.KG ist Manfred Winter verantwortlich für die kaufmännischen und technischen Ausbildungsberufe, betreut aber inhaltlich als ausgebildeter Maschinenbautechniker nur den technischen Bereich. Von den 80 Mitarbeitern der Firma Maxfeld, die auf die Produktion von Metallwaren aus Draht- und Bandmaterial spezialisiert ist, sind zehn Auszubildende. Acht werden im technischen Bereich zu Industriemechanikern und Werkzeugmechanikern der Fachrichtung Stanz- und Umformtechnik ausgebildet. Hinzu kommen zwei Azubis im kaufmännischen Bereich. Auch Maxfeld schickt seine Auszubildenden aus dem technischen Bereich ins ZAW. „Um Grundausbildungsinhalte zu vermitteln, ist das ZAW bestens gerüstet“, sagt Winter. Maxfeld halte dafür keine personellen Ressourcen bereit. Im ersten Jahr sind die Azubis nahezu ausschließlich im Partnerunternehmen anwesend, den vertiefenden Teil der Ausbildung im zweiten und dritten Lehrjahr übernimmt Maxfeld dann selbst. „Von Zeit zu Zeit kommt die Verbundausbildung zwar bei uns auf den Prüfstand, insgesamt sind wir aber sehr zufrieden mit dieser Lösung“, betont Winter. Zu speziellen Themen arbeitet Maxfeld darüber hinaus auch mit anderen Fortbildungs- und Ausbildungsdienstleistern zusammen, etwa wenn es um CAD geht. Die Kunden von Maxfeld stammen aus Industriebranchen wie Automobil, Haushaltswaren, Medizintechnik und Elektroindustrie. „Entsprechend gut ausgebildete Leute benötigen wir, um künftigen Herausforderungen gewachsen zu sein“, betont Winter.

Azubis schneiden gut ab

21 Auszubildende beschäftigt die Zeitlauf GmbH & Co.KG mit Hauptsitz in Lauf, für die insgesamt 280 Mitarbeiter tätig sind. Der Antriebsspezialist, der seit Januar 2013 zum Schwarzwälder Motorhersteller EBM-Papst gehört, stellt Kleingetriebemotoren her. Die Produktpalette umfasst Stirnrad-, Planeten- und Winkelgetriebemotoren mit Kronenradtechnologie sowie kundenspezifische Sonderlösungen. Auch bei Zeitlauf sind mit 17 Auszubildenden die meisten im technischen Bereich beschäftigt, hinzu kommen drei Azubis im kaufmännischen Bereich und einer im technischen Produktdesign. In fast allen Berufen, mit Ausnahme des Mechatronikers, bildet Zeitlauf selbst aus.

„Die Ausbildung zum Mechatroniker hat einen mechanischen Inhalt und einen elektronisch-technischen“, erläutert Personalreferent Kai Kühhorn. Den mechanischen Teil übernehme Zeitlauf selbst, für den elektronisch-technischen Teil arbeite das Unternehmen mit dem ZAW zusammen. „Da wir jährlich nur einen Ausbildungsplatz zum Mechatroniker besetzen, ist das letztlich eine Kosten-Nutzen-Rechnung“, erklärt Kühhorn. Im ersten Lehrjahr ist der Azubi ausschließlich im ZAW. „Wir halten selbstverständlich in dieser Zeit den Kontakt aufrecht“, betont der Personalreferent. Die Zusammenarbeit mit dem ZAW sei gut. „Wir sehen das auch an den Abschlussprüfungen. Unsere Mechatroniker schneiden immer gut bis sehr gut ab“, zieht Kühhorn Bilanz.

Carsten Lange

FINANZIEREN

Ohne uns fehlt Ihnen was.

LfA Förderbank Bayern
Beratung. Finanzierung. Erfolg.

Wir fördern Ihr Unternehmen – damit es Erfolg hat.

Sie haben ein mittelständisches Unternehmen?
Die LfA Förderbank Bayern unterstützt Sie mit zinsgünstigen und langfristigen Finanzierungen.

Lassen Sie sich persönlich und kostenlos beraten.
Telefon: 0800 / 21 24 24 0

www.lfa.de

Foto: Schäffler

Schäffler Technologies AG & Co. KG

Foto: Sparkasse Nürnberg

Sparkasse Nürnberg

AUSBILDUNGSJAHR 2013/2014

Nachwuchskräfte am Start

Viele Unternehmen in der Region engagieren sich in der beruflichen Ausbildung und schaffen neue Ausbildungsplätze. Eine Auswahl von Meldungen, die der WiM-Redaktion zugingen.

Mit Beginn des neuen Ausbildungsjahres starteten bei **Siemens** knapp 2 200 junge Menschen an bundesweit etwa 40 Standorten ins Berufsleben. So bietet Siemens Ausbildungsplätze in Elektronik, Mechatronik, Zerspanungsmechanik oder Fachinformatik an. Gut ein Drittel der Ausbildungsplätze entfällt auf duale Studienplätze. Zum sechsten Mal in Folge stellt Siemens überdies bundesweit Ausbildungsplätze für benachteiligte Jugendliche zur Verfügung (www.siemens.de).

Ein neuer Lebensabschnitt begann für 103 Jugendliche bei der **Schaeffler Technologies AG & Co. KG** in Herzogenaurach. 29 Abiturienten nahmen zudem zum 1. Oktober ihr duales Studium auf. Das Unternehmen bildet u.a. in den Berufen Werkzeug-, Industrie- und Zerspanungsmechaniker, Mechatroniker, Industriekaufmann und technischer Produktdesigner aus. 20 Auszubildende haben sich für das duale Programm „Two in One“ entschieden, eine Kombination aus einer Ausbildung zum Industriemechaniker und einem Maschinenbaustudium (www.schaeffler.de).

Herzlich willkommen im Berufsleben hieß es für 70 Auszubildende bei der **Sparkasse Nürnberg**, die unter 1 000 Bewerben überzeugt haben. 69 von ihnen begannen eine Ausbildung zum Bankkaufmann, eine junge Frau kombiniert die Ausbildung mit dem Bachelor-Studiengang Betriebswirtschaft an der Technischen Hochschule Nürnberg (www.sparkasse-nuernberg.de).

Bei der **Feser-Graf-Gruppe** begannen über 60 neue Auszubildende ihre Berufsausbildung. Die Autohaus-Gruppe bildet aktuell über 250 Azubis in verschiedenen Berufen aus, u.a. Automobil- und Bürokaufleute, Fachlageristen, Kfz-Mechatroniker, Karosseriebauer, Fahrzeuglackierer und Fachinformatiker (www.feser-graf-gruppe.de).

Zwölf junge Menschen sind bei der **Schenker Deutschland AG** am Standort

Foto: VR Bank

Volksbanken Raiffeisenbanken

Foto: Der Beck

Der Beck

Foto: Feser-Gruppe

Feser-Graf-Gruppe

Foto: Datev

Datev eG

Nürnberg ins Berufsleben gestartet: Neun davon lassen sich zu Kaufleuten für Spedition und Logistikdienstleistung ausbilden, drei zum Fachlageristen. Insgesamt absolvieren damit in Nürnberg 45 junge Frauen und Männer ihre Ausbildung bei dem Speditionsunternehmen (www.dbschenker.com).

Die **Datev eG** stellte dieses Jahr 32 Auszubildende und 15 Studierende im dualen Studiengang ein. Seit Jahren zeigt die Datev ein großes Engagement in Ausbildung und Nachwuchsförderung. Als einer der größten Arbeitgeber der Metropolregion wird das Unternehmen die Zahl der Ausbildungsplätze im kommenden Jahr auf 66 Stellen aufstocken. Dazu kommt noch ein neuer dualer Studiengang für Dienstleistungsmanagement (www.datev.de).

Bei der **N-Ergie Aktiengesellschaft** und der **VAG Verkehrs-Aktiengesellschaft** starteten 40 und bei dem Verkehrsbetrieb zwölf Auszubildende ins Arbeitsleben. Der Energieversorger bildet Kaufleute für Dialogmarketing, Kaufleute für Bürokommunikation und Industriekaufleute sowie Anlagenmechaniker, Mechatroniker und Elektroniker aus. Die neuen Auszubildenden der VAG begannen ihre Ausbildung zu Fachkräften im Fahrbetrieb (www.n-ergie.de und www.vag.de).

In diesem Herbst haben 28 junge Menschen ihre Ausbildung oder ihr duales Studium bei der **Areva GmbH** in Erlangen begonnen. Insgesamt bildet Areva in Deutschland knapp 140 Azubis und duale Studenten aus. Das Unternehmen bietet im Kerntechnikbereich an allen Standorten verschiedene Ausbildungsberufe sowie duale Studiengänge an (www.areva.de).

In diesem Jahr starteten insgesamt 20 junge Menschen ihre Ausbildung zu Bankkaufleuten bei den sieben **Volksbanken Raiffeisenbanken,** die unter dem Dach des Kreisverbandes Nürnberg Stadt und Land zusammengeschlossen sind. Eine Auszubildende verbindet ihre Ausbildung mit einem Hochschulstudium (www.vr-banken-nuernberg-stadt-und-land.de).

Auch das Erlanger Bäckereiunternehmen **Der Beck** begrüßte seinen neuen Ausbildungsjahrgang. 19 Nachwuchskräfte lassen sich in den Bereichen Bäckerei, Konditorei, Verkauf, Verwaltung und Lebensmitteltechnik zu Bäckern, Bäckereifachverkäufern, Mechatronikern und Kaufleuten für Bürokommunikation ausbilden. Ende September waren sogar noch Ausbildungsplätze unbesetzt (www.der-beck.de).

16 neuen Azubis bietet die **Deutsche Bank** in Nürnberg und Bayern-Nord/Thüringen eine berufliche Perspektive. In der Region bildet die Bank damit insgesamt 44 Auszubildende aus. Das Konzept „New Generation“ gliedert die Ausbildung in die drei Schwerpunkte Theorie, Verantwortung und Praxis (www.db.com).

17 junge Menschen haben ihre Ausbildung in der **BMW Niederlassung Nürnberg** begonnen. Damit beschäftigt die Niederlassung nun insgesamt 62 Auszubildende. Sowohl im kaufmännischen, als auch im gewerblichen Bereich bietet die BMW

Foto: DB Schenker

Schenker Deutschland AG

Foto: BMW

BMW Niederlassung Nürnberg

Hetzner Online

P&P Gruppe

Niederlassung Nürnberg verschiedene Berufsausbildungen an, u.a. Automobilkaufmann, Kaufmann im Einzelhandel, Fachkraft für Lagerlogistik, Karosseriebauer, Kfz-Lackierer und Mechatroniker in den Bereichen Pkw und Motorrad (www.bmw-nuernberg.de).

An der **Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg** (**FAU**) lernen nicht nur Studierende fürs Leben, sondern nun auch 15 neue Auszubildende. Insgesamt bildet die Universität derzeit 60 Nachwuchskräfte in zwölf Berufen aus. Außerdem startete die „AzubiAkademie" in die zweite Runde, die Azubis von kleinen und mittleren Unternehmen mit vergleichsweise wenigen Azubis eine überbetriebliche Zusatzqualifikation bietet (www.fau.de).

130 Nachwuchskräfte freuten sich über einen Ausbildungsplatz bei der **Stadt Nürnberg.** Neben 22 Anwärtern der zweiten Qualifikationsebene – früher mittlerer Dienst – der Fachlaufbahn Verwaltung und Finanzen starteten 46 Auszubildende u.a. als Verwaltungsfachangestellte, Bestattungsfachkräfte, Bauzeichner, Gärtner, Tierpfleger und Feuerwehr-Anwärter. 36 Nachwuchskräfte der dritten Qualifikationsebene, ehemals gehobener Dienst, begannen am 1. Oktober ihre Ausbildung (www.stadt.nuernberg.de).

Zum neuen Ausbildungsjahr begrüßte die **Nürnberger Versicherungsgruppe** rund 60 neue Azubis, fünf davon starteten ein duales Studium. Insgesamt werden bundesweit über 140 junge Menschen in der Nürnberger zu Kaufleuten für Versicherungen und Finanzen, Fachinformatikern, Kaufleuten für Bürokommunikation und für Dialogmarketing, Servicefachkräften für Dialogmarketing ausgebildet (www.nuernberger.de).

Bei der **E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH,** Hersteller von Geräteschutzschaltern in Altdorf, starteten neun Jugendliche als angehende Industriekaufleute, Elektroniker und Werkzeugmechaniker in das Berufsleben. Auch 2013 sind darunter wieder zwei Verbundstudenten, die parallel zur Ausbildung zum Elektroniker Elektro- und Informationstechnik studieren (www.e-t-a.de).

Das Webhosting-Unternehmen **Hetzner Online** mit Sitz in Gunzenhausen bildet in diesem Jahr acht junge Männer zu Fachinformatikern Systemintegration sowie eine junge Dame zur Kauffrau für Bürokommunikation aus. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen derzeit 28 Auszubildende sowie einen BA-Studenten (www.hetzner.de).

Die **P&P Gruppe** in Fürth begrüßte sieben neue Auszubildende. Kaufleute für Bürokommunikation, Immobilienkaufleute, Bauzeichner und Kaufleute für Marketingkommunikation werden die Unternehmensgruppe unterstützen. Insgesamt beschäftigt die P&P Gruppe 16 Auszubildende (www.pp-gruppe.de).

Mit sieben neuen Azubis startete **Schuh Mengin** in das Ausbildungsjahr 2013. Für die fünf jungen Frauen und die zwei jun-

Stöhr-Gruppe

Georg Schenk GmbH & Co. KG

Foto: Mengin

Schuh Mengin

Foto: Richard Köstner

Richard Köstner AG

gen Männer begann ihre zweijährige Ausbildung als Verkäufer. Für alle stand der Arbeitsauftakt ganz im Zeichen des Kennenlernens: Geschäftsführer, Filialleiterin, Ausbilderin und Trainerin hießen die Berufsanfänger gemeinsam willkommen (www.schuh-mengin.de).

Sechs junge Erwachsene starteten bei der **Richard Köstner AG** mit Sitz in Neustadt/Aisch ihre Lehre zu Großhandelskaufleuten und Lagerlogistikern. Während Köstner im vergangenen Jahr 16 Jugendliche einstellte, sind es heuer nur sechs. Hintergrund ist der konkrete Bedarf, für den zielgerichtet ausgebildet wird. Derzeit befinden sich insgesamt 36 Auszubildende unter den rund 450 Mitarbeitern, das bedeutet eine Ausbildungsquote von knapp acht Prozent (www.koestner.de).

Die **Stöhr-Gruppe** setzt auch weiterhin auf qualifizierten Nachwuchs aus den eigenen Reihen: Sechs neue Auszubildende haben Anfang September bei der Stöhr-Spedition in Nürnberg ihre Lehre in den Berufen Kaufmann für Speditions- und Logistikdienstleistung, Berufskraftfahrer und Fachkraft für Lagerlogistik begonnen. Insgesamt bildet das Familienunternehmen damit wieder 20 junge Mitarbeiter an den Standorten Nürnberg und Bayreuth aus (www.stoehr.com).

Das Fürther Bauunternehmen **Georg Schenk GmbH & Co. KG** bildet in diesem Ausbildungsjahr fünf junge Männer zu Maurern aus, wovon zwei parallel ein duales Studium absolvieren. Bereits im Frühjahr hatte das Unternehmen die Ausbildungs-Initiative GS 10plus gestartet, die Schulabgängern im Städtedreieck Nürnberg, Fürth und Erlangen eine berufliche Perspektive in den drei Ausbildungsberufen Maurer, Beton- und Stahlbetonbauer sowie Steinmetz bietet (www.gs-schenk.de).

In der Nürnberger **TNT Express-Niederlassung** haben fünf junge Menschen ihre Ausbildung als Kaufleute für Spedition und Logistikdienstleistung begonnen. Damit beschäftigt der Expressdienstleister in Nürnberg insgesamt 14 Auszubildende. Insgesamt sind bei dem Unternehmen rund 315 Berufsanfänger in sieben Ausbildungsberufen beschäftigt (www.tnt.de).

Bei der Allersberger Firma **Objekt Shop** beginnen nach einem Berufsschuljahr drei neue Azubis in der Schreinerei. Die Nachwuchsförderung ist eines der wichtigsten Themen in der Branche, denn es gebe immer weniger Schreiner am Markt. Gleichzeitig werden zwei frischgebackene Schreiner-Gesellen und eine Kauffrau für Bürokommunikation übernommen (www.objekt-shop.de).

29 junge Menschen legten im September bei der **Mercedes-Benz-Niederlassung** in Nürnberg den Grundstein für ihre berufliche Karriere. Damit bildet allein die Niederlassung Nürnberg mehr als 100 junge Menschen zu Industrie- und Automobilkaufleuten, Kfz-Mechatronikern, Fahrzeuglackierern, Fachlageristen und Kaufleuten im Groß- und Einzelhandel aus (www.nuernberg.mercedes-benz.de). ■

Foto: E-T-A

E-T-A Elektrotechnische Apparate GmbH

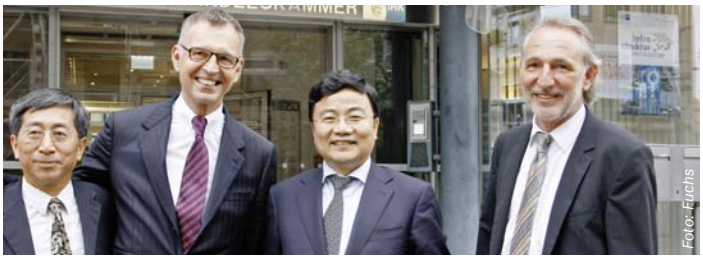
Foto: TNT Nürnberg

TNT Express-Niederlassung

CHINA

Reger Austausch

Bei seinem Antrittsbesuch zeigte sich der neue Generalkonsul der Volksrepublik China in München, Wanjin Zhu, bereits bestens informiert über die zahlreichen China-Aktivitäten der IHK. Er unterstrich dabei die besondere Bedeutung der Regionalpartnerschaft der Sonderwirtschaftszone Shenzhen mit der Wirtschaftsregion Nürnberg, die der IHK-Geschäftsbereich International mit zahlreichen Projekten aktiv mitgestaltet. Dazu gehören u.a. zwei bayerische Messebeteiligungen in der 16-Millionen-Metropole. Zhu sagte zu, dass das Generalkonsulat auch in Zukunft alle IHK-Initiativen unterstützen werde, um den beiderseitigen Wirtschaftsaustausch voranzubringen. Derzeit unterhalten 565 mittelfränkische Firmen Ex- und Importkontakte in das Reich der Mitte, mehr als 200 sind dort langfristig in Form von Niederlassungen, Produktionsstätten oder Joint-Ventures präsent. ■



Generalkonsul Wanjin Zhu *(2.v.r.) und sein Protokollchef Wei Chen mit IHK-Präsident Dirk von Vopelius und IHK-Außenwirtschaftschef Armin Siegert (r.).*

IHK NÜRNBERG

Neue Azubis am Start

In der IHK Nürnberg für Mittelfranken sind sechs neue Auszubildende in das Berufsleben gestartet, die zu Kaufleuten für Bürokommunikation und Fachinformatikern für Systemintegration ausgebildet werden. Darunter befindet sich auch ein spanischer Auszubildender, der im Zuge des Bundesprogramms „MobiPro“ (siehe WiM 9/2013, S.28) nach Deutschland kam. Insgesamt beschäftigt die IHK Nürnberg 15 Auszubildende, die meisten im Ausbildungsberuf Kaufmann/-frau für Bürokommunikation. ■

Die IHK-Auszubildenden *mit Hauptgeschäftsführer Markus Lötzsch und den Ausbildungsbetreuerinnen Claudia Ambros-Weiß (vorne 2.v.r.) und Mirjam Bieber (hinten r.).*

Die IHK gratuliert…

…Dietrich Ummelmann, ehemaliger Leiter der Siemens-Standortverwaltung, zum 80. Geburtstag. Ummelmann arbeitete als engagiertes Mitglied des IHK-Gremiums Erlangens im IHK-Ehrenamt mit.

…Alois Zimmermann, Gießerei Heunisch GmbH, Bad Windsheim, zum 75. Geburtstag. Zimmermann engagierte sich lange Jahre im IHK-Ehrenamt. Er war Vorsitzender des IHK-Gremiums Bad Windsheim sowie Mitglied in Vollversammlung und IHK-Fachausschüssen.

…Helmut Kauer, Sparkasse im Landkreis Neustadt/Aisch-Bad Windsheim, Neustadt/Aisch, zum 65. Geburtstag. Kauer engagiert sich als stellvertretender Vorsitzender des IHK-Gremiums Neustadt/Aisch für die regionale Wirtschaft.

…Gerhard Knienieder, Emuge-Werk Richard Glimpel GmbH & Co. KG, Lauf a.d. Pegnitz, zum 50. Geburtstag. Als stellvertretender Vorsitzender des IHK-Gremiums Lauf a.d. Pegnitz und als Mitglied der Vollversammlung setzt sich Knienieder für die mittelfränkische Wirtschaft ein.

…Sebastian Schwanhäußer, Schwan-Stabilo Schwanhäußer GmbH & Co. KG, Heroldsberg, zum 50. Geburtstag. Schwanhäußer engagiert sich als IHK-Vizepräsident sowie als Mitglied der Vollversammlung für die regionale Wirtschaft. ■

+++ DIHK-TICKER +++

Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK) in Berlin – die Dachorganisation der deutschen IHKs – setzt sich bei Bundesregierung und EU für attraktive Rahmenbedingungen ein.

Ambitionierte Ziele für den **Bürokratieabbau in der EU** und ein unabhängiges Gremium, das wie ein Wirtschaftsprüfer die Folgekosten neuer EU-Regelungen überwacht, hat DIHK-Präsident Dr. Eric Schweitzer gefordert. Die EU könnte viel zur Entlastung beitragen, wenn Unternehmen statt mit 28 Länderregeln nur mit einer arbeiten müssten. Schweitzer kündigte an, dass der DIHK in Kürze eine neue Liste eigener Vorschläge für sinnvollen Bürokratieabbau vorlegen wird.

Der DIHK hat konkrete Vorschläge für eine bessere **Willkommenskultur** vorgelegt, um Deutschland für ausländische Fachkräfte attraktiver zu machen. Empfohlen werden u.a. folgende Maßnahmen: Umsetzung beruflicher Anerkennung auf Länderebene, Einrichtung kommunaler Willkommenszentren, die neu zugezogenen Fachkräften als zentrale Anlaufstelle dienen, sowie eine stärkere Öffnung der zuständigen Behörden.

Die deutsche Wirtschaft und die Bundesregierung haben sich darauf verständigt, eine Strategie gegen **Industriespionage** zu erarbeiten. Dazu unterzeichneten Bundesinnenminister Hans-Peter Friedrich, DIHK-Präsident Eric Schweitzer und BDI-Präsident Ulrich Grillo in Berlin eine gemeinsame Erklärung. Sie bildet den Auftakt für eine intensivere Zusammenarbeit von Wirtschaft und Sicherheitsbehörden. Nach Aussage Schweitzers sind insbesondere auch viele innovative mittelständische Unternehmen Zielscheibe für Hacker und Geheimdienstler. Zur Koordinierung der Sicherheitsbehörden in Fragen des Wirtschaftsschutzes soll im Bundesinnenministerium eine zentrale Stelle eingerichtet werden. ■

WETTBEWERB „VISIONING21“

Schüler als Ingenieure

Der Förderkreis Ingenieurstudium e.V. will Schüler mit dem Wettbewerb „VisionIng21“ für Naturwissenschaft und Technik begeistern. Die Schülerteams bearbeiten zusammen mit ihrem Lehrer und einem Unternehmen aus ihrer Region ein selbst gewähltes Thema. Vor Kurzem stellten die Teams aus ganz Bayern ihre Arbeiten bei der Abschlussveranstaltung an der Technischen Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg vor und stellten sich der Jury.

Foto: Erich Malter/Förderkreis

Das Team vom Gymnasium Herzogenaurach *gewann den ersten Preis bei den Klassen 5 bis 8.*

Der Preis wurden in drei Kategorien vergeben, die nach Jahrgangsstufen unterteilt waren: Das Team des Gymnasiums Herzogenaurach erreichte mit dem Projekt „Lärmampel“ den ersten Platz in der Kategorie der Klassen 5 bis 8. Unterstützt wurde es bei seinem Projekt von den Unternehmen Schaeffler Technologies, Herzogenaurach, und Elektro Schramm, Neustadt a.d. Aisch. Gewinner in der Mittelstufe war ein Schüler-Team des Clavius-Gymnasiums Bamberg, das sich mit einer abstandsabhängigen Bremsleuchte und einem dynamischen Nebelschlusslicht für Autos beschäftigte. Das Team der Beruflichen Oberschule Inn-Salzach in Altötting war mit ihrem Projekt „Entwicklung und Bau einer Badminton-Ballmaschine“ in der Wettbewerbskategorie der 11. und 12. Klassen erfolgreich. Das Team wurde zusätzlich mit dem erstmals vergebenen Wanderpokal der IHK Nürnberg und einem Preisgeld von 500 Euro geehrt. Überreicht wurden die Preise durch Ministerialdirigent Hermann Lück vom Bayerischen Wirtschaftsministerium und Förderkreis-Vorsitzenden Uwe H. Lamann. ■

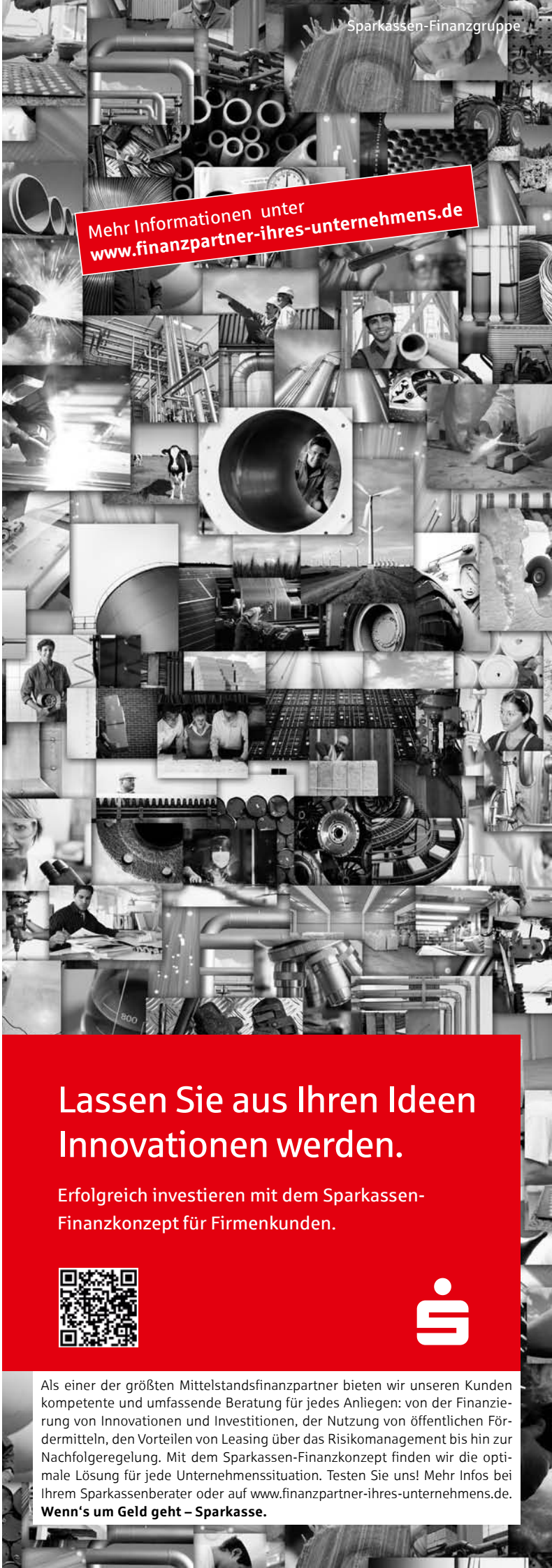
WWW.FKING.DE

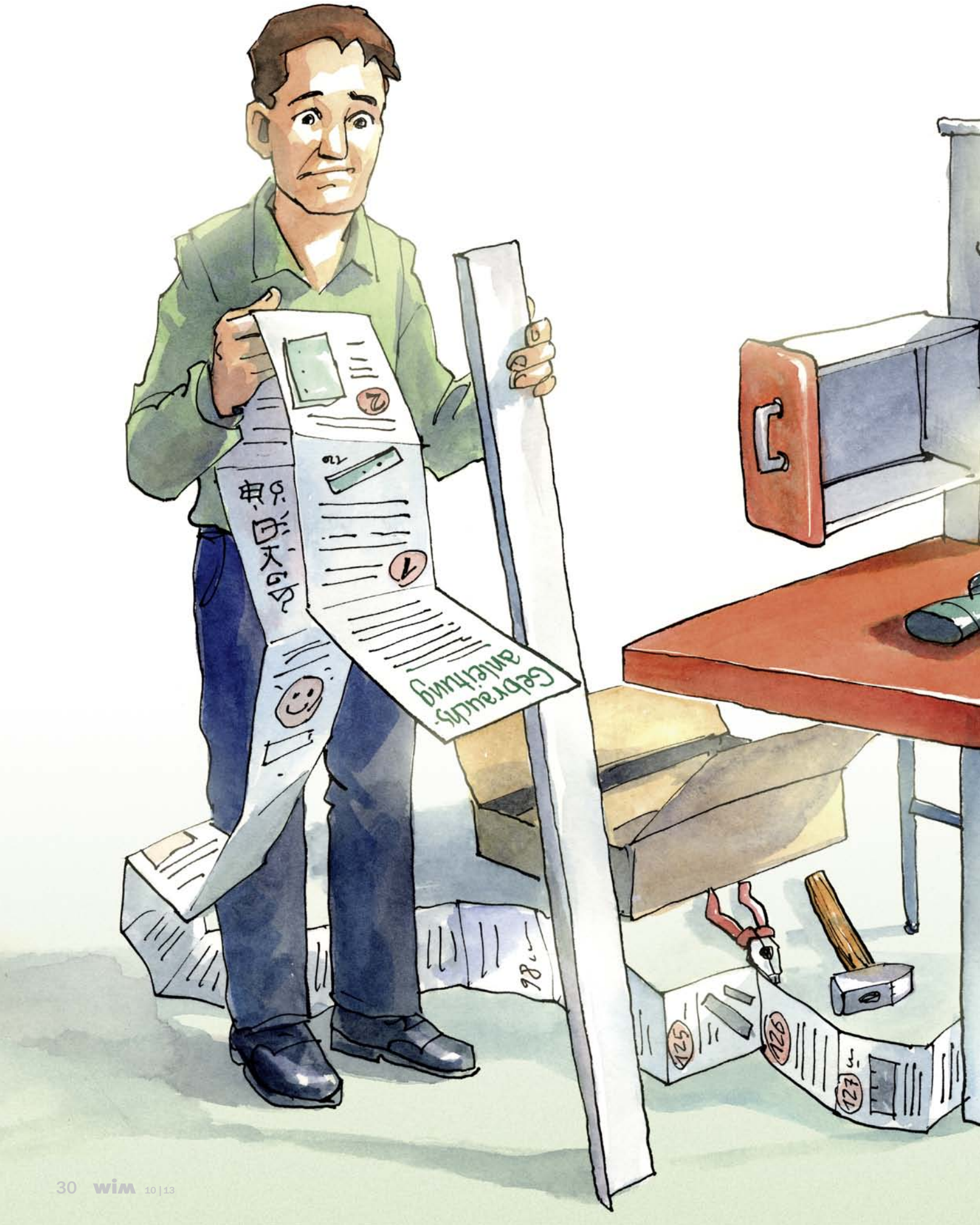
BIHK

Sasse neuer Präsident

Foto: IHK München

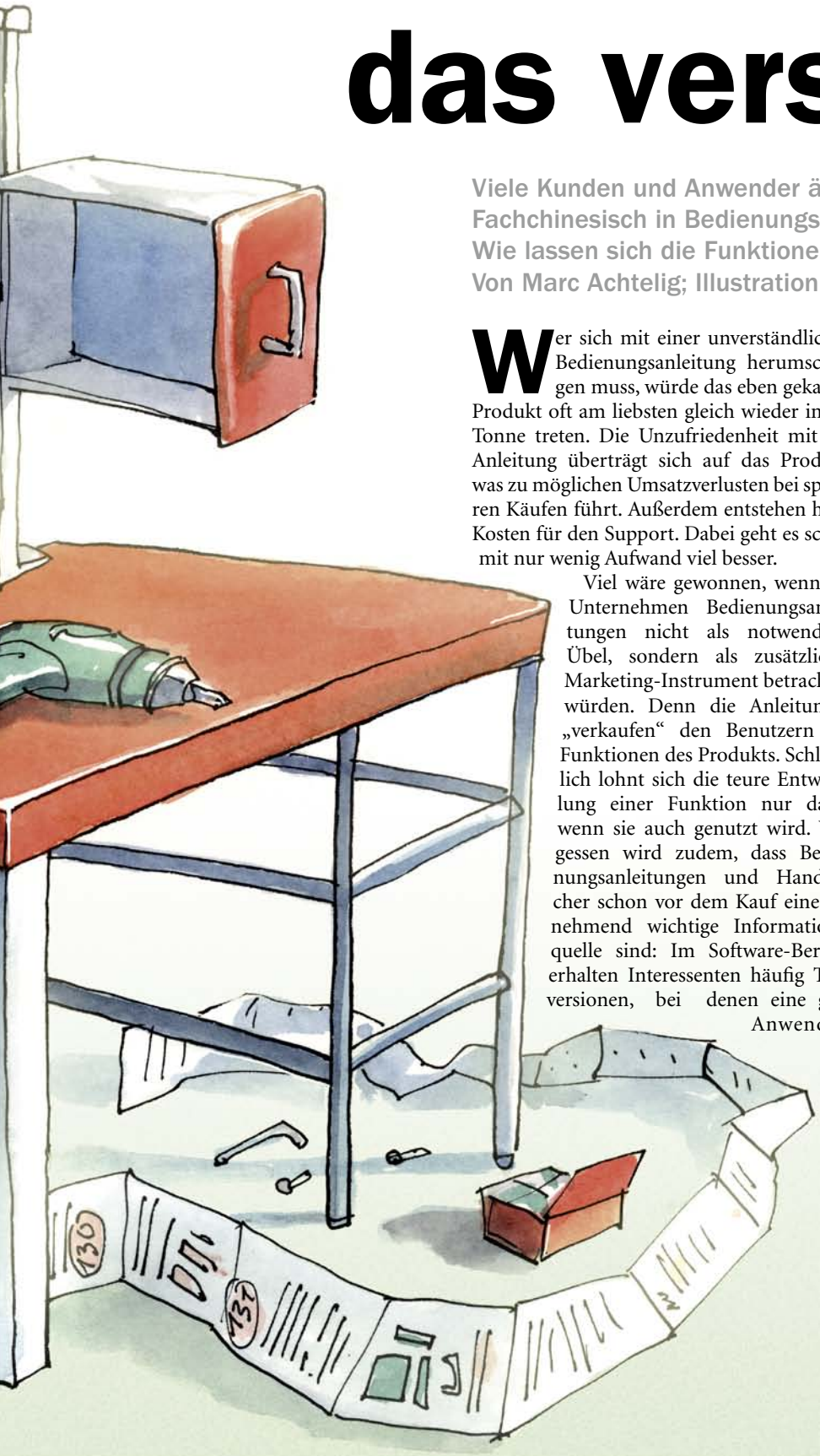
Dr. Eberhard Sasse (62), Vorstandsvorsitzender der Dr. Sasse AG, München, ist neuer Präsident der IHK für München und Oberbayern und damit auch Präsident des Bayerischen Industrie- und Handelskammertages (BIHK). Die Münchner IHK-Vollversammlung wählte ihn zum Nachfolger von Erich Greipl, der am 2. Juli 2013 nach kurzer schwerer Krankheit verstorben war. Der gebürtige Berliner Eberhard Sasse ist promovierter Politikwissenschaftler und startete 1976 sein erstes Unternehmen. 20 Jahre später gründete er die Dr. Sasse AG, die er zu einem europaweit aktiven Komplettanbieter im Bereich Facility Management ausbaute. Heute setzt das Familienunternehmen mit rund 5 000 Mitarbeitern jährlich rund 135 Mio. Euro um. ■




Gebrauchs-
anleitung

BETRIEBSANLEITUNGEN

Wie soll man das verstehen?



Viele Kunden und Anwender ärgern sich über das Fachchinesisch in Bedienungsanleitungen und Handbüchern. Wie lassen sich die Funktionen der Produkte besser erklären? Von Marc Achtelig; Illustration: Anton Atzenhofer

Wer sich mit einer unverständlichen Bedienungsanleitung herumschlagen muss, würde das eben gekaufte Produkt oft am liebsten gleich wieder in die Tonne treten. Die Unzufriedenheit mit der Anleitung überträgt sich auf das Produkt, was zu möglichen Umsatzverlusten bei späteren Käufen führt. Außerdem entstehen hohe Kosten für den Support. Dabei geht es schon mit nur wenig Aufwand viel besser.

Viel wäre gewonnen, wenn die Unternehmen Bedienungsanleitungen nicht als notwendiges Übel, sondern als zusätzliches Marketing-Instrument betrachten würden. Denn die Anleitungen „verkaufen" den Benutzern die Funktionen des Produkts. Schließlich lohnt sich die teure Entwicklung einer Funktion nur dann, wenn sie auch genutzt wird. Vergessen wird zudem, dass Bedienungsanleitungen und Handbücher schon vor dem Kauf eine zunehmend wichtige Informationsquelle sind: Im Software-Bereich erhalten Interessenten häufig Testversionen, bei denen eine gute Anwenderunterstützung besonders ausschlaggebend ist, damit der Kunde für die Vollversion Geld ausgibt. Immer mehr Hersteller und Online-Händler stellen auch für Hardware-Produkte Bedienungsanleitungen zum Download ins Internet, die als Informationsquelle für Kaufentscheidungen genutzt werden. Für Vertriebsmitarbeiter oder für das Verkaufspersonal in Fachmärkten sind die Anleitungen ein wichtiger Impulsgeber, weil sie sich auf diesem Weg über die Funktionen der angebotenen Produkte informieren. Nur wenn sie über diese Funktionen Bescheid wissen und sie überzeugend darstellen können, werden sie das Produkt auch erfolgreich verkaufen können.

Zu den Anforderungen, die die Kunden stellen, kommen noch die rechtlichen Vorgaben für die Produktdokumentation hinzu. Grundsätzlich ist die Bedienungsanleitung ein wesentlicher Bestandteil eines Produkts und unterliegt damit bei Mängeln (z.B. Unverständlichkeit) ebenso der Gewährleistung wie das Produkt selbst. Bei manchen Produkten kann eine fehlende, fehlerhafte oder unverständliche Bedienungsanleitung dazu führen, dass teure Folgeschäden entstehen oder sogar Menschenleben gefährdet werden. Klassisches Beispiel: die falsche Bedienung einer Kettensäge.

Der Hauptgrund, warum beim Thema Bedienungsanleitungen so viel im Argen liegt, ist sicherlich das noch immer mangelnde Bewusstsein für deren Wichtigkeit. Nicht selten wird mit der Erstellung des Handbuchs (oder bei Software mit der Erstellung der Online-Hilfe) erst begonnen, wenn das Produkt auf den Markt soll. Häufig soll das dann einer der beteiligten Entwickler mal so eben nebenbei erledigen. Nicht nur der Zeitmangel ist dabei ein Problem, vielmehr sind die Entwickler auch die falschen Personen für diese Aufgabe. Sie denken viel zu technisch und stecken viel zu tief in der Materie, als dass sie das Produkt einem Benutzer verständlich erklären könnten.

Ein weiteres Problemfeld sind Übersetzungen, insbesondere wenn sie über mehrere Stufen erfolgen, beispielsweise vom Chinesischen ins Englische und von dort aus weiter ins Deutsche. Es ist dann ein bisschen wie bei der Flüsterpost im Kindergarten: Was der Erste schon nicht richtig verstanden hat, gibt er falsch weiter, bis am Ende der Kette eine ganz andere Bedeutung steht.

Logischer Aufbau

Der häufigste Fehler ist, die Bedienungsanleitung nicht entsprechend der Denkweise der Benutzer aufzubauen, sondern entsprechend der Funktionslogik des Produkts. Kaum ein Kunde liest ein Handbuch von vorne bis hinten der Reihe nach durch. In der Praxis schauen die meisten Benutzer nur dann ins Handbuch, wenn sie eine konkrete Aufgabe nicht selbst lösen können. Genau hierzu sollten sie dann unmittelbar eine Anleitung finden. Das Erfolgsgeheimnis lautet: Gliedern Sie nicht funktionsbezogen, sondern aufgabenbezogen. Beschreiben Sie nicht, leiten Sie an!

So sollte beispielsweise das Funktionsmenü eines DVD-Player nicht beschrieben werden:

DVD-Menü
- Menü „Play“
- Menü „Record“
- Menü „Optionen“

Besser ist es so:
- Eine DVD ansehen
- Das Bildformat wählen
- Eine DVD selbst aufnehmen
- Wiederbeschreibbare DVD löschen

Verständliche Formulierungen

Beim Text sollten Sie sich konsequent an das Kiss-Prinzip halten: „Keep It Simple and Stupid.“ Zerlegen Sie komplexe Beschreibungen in mehrere, einfach zu bewältigende Teilaufgaben. Zerlegen Sie lange komplizierte Sätze in mehrere kurze – je einfacher desto besser. Sie müssen niemanden durch Ihre Sprachkünste beeindrucken, beeindrucken Sie lieber durch Verständlichkeit. Vergessen Sie alles, was Sie in der Schule über einen abwechslungsreichen Schreibstil gelernt haben, Wortwiederholungen sind kein Tabu. Im Gegenteil: Sie können Verwirrung und Missverständnissen vorbeugen.

Nicht: „Sie benötigen rostfreie Schrauben und Nägel.“

Sondern: „Sie benötigen rostfreie Schrauben und rostfreie Nägel.“

Oder: „Sie benötigen rostfreie Schrauben und herkömmliche Eisennägel.“

Bleiben Sie konsequent bei der einmal gewählten Terminologie.

Nicht: „Klicken Sie auf Schaltfläche A, drücken Sie danach auf Knopf B, und betätigen Sie abschließend Button C.“

Sondern: „1. Klicken Sie auf Schaltfläche A. 2. Klicken Sie auf Schaltfläche B. 3. Klicken Sie auf Schaltfläche C.“

Verwenden Sie in Bedienungsanleitungen dieselben Benennungen, die auch auf dem Produkt stehen. Beispiel: Auf dem Produkt heißt eine Taste „Play“. Dann muss auch in der Dokumentation von der Taste „Play“ und nicht von „Abspielen“ die Rede sein.

Schreiben Sie im Aktiv und sprechen Sie die Leser direkt an. Passivsätze sind nicht nur unpersönlich, sondern häufig auch ungenau.

Nicht: „Man kann das Passwort auch ändern.“

Nicht: „Es ist auch möglich, das Passwort zu ändern.“

Nicht: „Das Passwort kann auch geändert werden.“

Sondern: „Sie können Ihr Passwort auch ändern.“

Oder: „Ihr System-Administrator kann Ihr Passwort bei Bedarf für Sie ändern.“

Vermeiden Sie überflüssigen Ballast.

Nicht: „Wenn Sie hundertprozentig sichergehen wollen, …“

Sondern: „Wenn Sie sichergehen wollen, …“ (Das Wort „sichergehen“ impliziert immer bereits hundert Prozent.)

Nicht: „Nähere Einzelheiten finden Sie im Kapitel …“

Sondern: „Einzelheiten finden Sie im Kapitel …“ (Einzelheiten sind immer „näher“.)

Vermeiden Sie außerdem Abkürzungen, Fremdwörter und überflüssige Fachbegriffe. Denken Sie immer an das Gebot der Einfachheit (Kiss-Prinzip) – auch wenn das gar nicht immer so einfach ist … ■

Marc Achtelig unterstützt Unternehmen bei der Erstellung und Verbesserung ihrer Benutzerhandbücher und Hilfen. Er ist Inhaber eines Ingenieurbüros für Technische Dokumentation sowie des Fachverlags Indoition Publishing e.K. in Zirndorf. Außerdem ist er Lehrbeauftragter an der Hochschule Karlsruhe (ma@indoition.de).

Wir freuen uns auf Sie

ricochet Internet- und Werbeagentur | www.ricochet.de

Lassen Sie sich überraschen!

ANZEIGE

DEUTSCHE EVERGABE

Abopflicht für öffentliche Ausschreibungen?

Bei vielen Vergabeportalen ist es üblich „Öffentliche Ausschreibungen“ nur bei Abschluss eines Abonnements vollständig sichtbar zu machen, das bedeutet, dass nur diejenigen potentiellen Bieter, die Abonnenten sind, von der Ausschreibung erfahren. Doch es geht auch anders.

Das Portal **www.auftrage.bayern.de** macht es vor: Alle Ausschreibungen, die auf dem Portal ausgeschrieben werden, sind für alle Bieter nach einer kostenfreien Registrierung vollständig einsehbar. Bei anderen Portalen verhält es sich hingegen so, dass Bieter in der Regel ein kostenpflichtiges Abonnement abschließen müssen, um vom Inhalt des Bekanntmachungstextes und der Ausschreibung selbst Kenntnis zu erlangen. In den Vergabe- und Vertragsordnungen wird unter anderem geregelt, wie eine Ausschreibung bekanntzumachen ist und was die ausschreibende Stelle zu beachten hat:

Der Vergaberechtsexperte Dr. Rainer Noch bewertet es folgendermaßen: „Sofern eine Vergabestelle ihre Bekanntmachung ausschließlich auf einem solchen Internetportal veröffentlicht, bedeutet dies, dass jeder potentielle Bieter, der kein Abonnement dort abgeschlossen hat, keine Kenntnis von dieser Ausschreibung erlangt und somit vom Wettbewerb ausgeschlossen wird.“ Dies stellt nach Meinung des Rechtsanwaltes einen Verstoß gegen das Wettbewerbsprinzip dar, da mittels dieser Praktik von vorneherein nur ein künstlich begrenzter Interessentenkreis die Möglichkeit erhält, an der Ausschreibung teilzunehmen.

In Deutschland gibt es viele Vergabeplattformen mit verschiedenen Geschäftsmodellen. Während manche Plattformen eine kostenfreie Recherche bieten sowie den kompletten Bekanntmachungstext kostenfrei zur Verfügung stellen, verlangen andere für die Recherche, zumindest aber für das Abrufen des vollständigen Bekanntmachungstextes Geld in Form eines Abonnements. Dies ist im Freistaat Bayern nicht anders als im Rest Deutschlands.

Der ehemalige Erste Bürgermeister Hamburgs, Ole von Beust, bewertet die Abopflicht aus einem weiteren Blickwinkel: „Die Bekanntmachung einer Ausschreibung ist wie jede andere amtliche Bekanntmachung der Verwaltung etwas, das alle kostenfrei lesen können sollen. Gerade aus diesem Grund veröffentlicht eine Verwaltung ja amtliche Bekanntmachungen.“ Wenn aber das Lesen amtlicher Bekanntmachungen kostenpflichtig würde, sei das weder politisch sinnvoll, noch von der Verwaltung oder bietenden Unternehmen gewollt. „Das wäre, wie wenn Sie in einer Internet-Suchmaschine einen Begriff eingeben und zunächst einmal bezahlen müssen, bevor man Ihnen das Trefferergebnis anzeigt und Sie überhaupt wissen, ob es geeignete Treffer gibt. Insbesondere im Internet ist die Beschränkung der Lesbarkeit obskur“, so von Beust zu diesem Thema.

WWW.DEUTSCHE-EVERGABE.DE

Unser Kundendienst ist gerne persönlich für Sie da: 0611 949 106-83
Deutsche eVergabe, Wilhelmstr. 20-22, 65185 Wiesbaden
E-Mail: kundendienst@deutsche-evergabe.de

Deutsche eVergabe

LINGNER MARKETING

Über 20-jährige Markterfahrung und Kompetenz

Die führende crossmediale Agentur stellt den Kundenerfolg in den Fokus des täglichen Denkens und Handelns

Lingner Marketing ist als unabhängige Werbeagentur mit über 55 Mitarbeitern im Ranking der Fachzeitschrift W&V unter den Top 50 größten, inhabergeführten Agenturen Deutschlands gelistet. Das innovative Unternehmen bietet seinen Kunden am Standort Fürth und der Dependance in München das komplette Repertoire im Bereich Marketing und Kommunikation. Ob strategische Beratung, Emotionales Brandbuilding, Off- oder Online-Maßnahmen – Lingner Marketing erarbeitet individuelle, zukunftsorientierte sowie kreative Strategien und Lösungen – die sowohl einen rationalen als auch emotionalen Mehrwert bieten. „Im Fokus aller Maßnahmen steht immer ein nachhaltiges Wachstum für unsere Kunden zu erzielen“, so Sibylle Lingner, Geschäftsführerin der Lingner Marketing GmbH. „Unsere Kunden profitieren von unserer über 20-jährigen, branchenübergreifenden Markterfahrung und Kompetenz.“

Erfolgsfaktor „Emotionales Brandbuilding“

Ob B2C oder B2B, 95% aller Entscheidungen werden emotional getroffen. Somit muss die Marke zum unverwechselbaren Individuum werden und einen starken Charakter aufweisen. Das ist nur möglich, wenn Emotionales Brandbuilding im Fokus der Kommunikation steht. Mit dem eigenen Planning-Tool „Building Emotional Brands“ lässt Lingner Marketing am Ende eine Geschichte entstehen, die das ganzheitliche Erleben der Marke in all ihren Facetten ermöglicht. Denn es sind immer Geschichten, die das Konsumverhalten der Zielgruppe wesentlich beeinflussen. Unternehmen profitieren davon, dass ihrer Marke mehr Emotion verliehen wird, was wiederum die Faszination beim Verbraucher erhöht – der „SELLING DREAM“ wird zur Realität! Sibylle Lingner bekräftigt dazu: „Wir denken und handeln outside the box!“.

Ganzheitliche Betrachtung wird großgeschrieben – Offline wie Online

Lingner Marketing bietet alle Serviceleistungen aus einer Hand und wickelt diese inhouse ab. Dabei stehen in jedem Bereich absolute Experten zur Verfügung, deren Wissen nicht nur in die Breite, sondern auch in die erforderliche Tiefe geht. Dieses perfekte Zusammenspiel von Beratern, Konzeptionern, Textern, Kreativen und geschultem Fachpersonal bietet allen Kunden einen absoluten Mehrwert und macht Lingner Marketing zur Agentur für innovative Kommunikation.

Für die erfolgreiche Full-Service Agentur zählt der Bereich Online-Marketing zu den maßgeblichen Kernkompetenzen. Marken auch interaktiv erlebbar zu machen ist dabei definiertes Ziel. Lingner konzipiert, gestaltet und programmiert mit modernsten Technologien rund um das digitale Marketing. Ob Webseiten-Relaunch, Online-Shops, Suchmaschinenoptimierung oder professionelles E-Mail-Marketing – die zertifizierten Online-Spezialisten wissen schon heute, was morgen im World Wide Web angesagt ist und stehen den Kunden beratend zur Seite.

„Das Neukundengeschäft im Bereich der Digitalen Medien hat stark angezogen“, freut sich Sibylle Lingner. „So haben wir unsere Expertise im Online-Marketing weiter ausgebaut – vor allem dank kontinuierlicher Investitionen in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter. Hier knüpfen wir an und werden diesen Sektor auch zukünftig konsequent vorantreiben.“

Über Lingner Marketing

Seit 1989 ist Lingner Marketing eine unabhängige, inhabergeführte Full-Service-Agentur und zählt mit derzeit 55 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu den führenden, crossmedialen Agenturen. Seit 2012 ist Lingner Marketing im Ranking der 50 größten, inhabergeführten Werbeagenturen der Fachzeitschrift W&V vertreten. Seit September 2010 ist das expandierende Unternehmen auch mit einer Dependance in München präsent. Die Agentur zeichnet sich durch einen ausgewogenen Mix konzeptionell agierender Strategen, kompetenter Online-Experten und ideenreicher Kreativen aus und erarbeitet integrierte, medienübergreifende Kampagnen für internationale Konzerne sowie große, mittelständische Unternehmen.

WWW.LINGNER.DE

„Als führende crossmediale Agentur arbeiten wir täglich für Ihren Erfolg!“

Sibylle Lingner, Geschäftsführung

Auch 2013 im WPV-RANKING der 50 größten inhabergeführten Agenturen.

Lingner

DIE AGENTUR FÜR INNOVATIVE KOMMUNIKATION

Den Erfolg Ihres Produktes, Ihres Unternehmens und Ihrer Marke stellen wir in den Fokus unseres Denkens und Handelns. Die Begeisterung für neue Kommunikationsformen und tolle Marken treiben uns täglich zu Höchstleistung an.

lingner.de

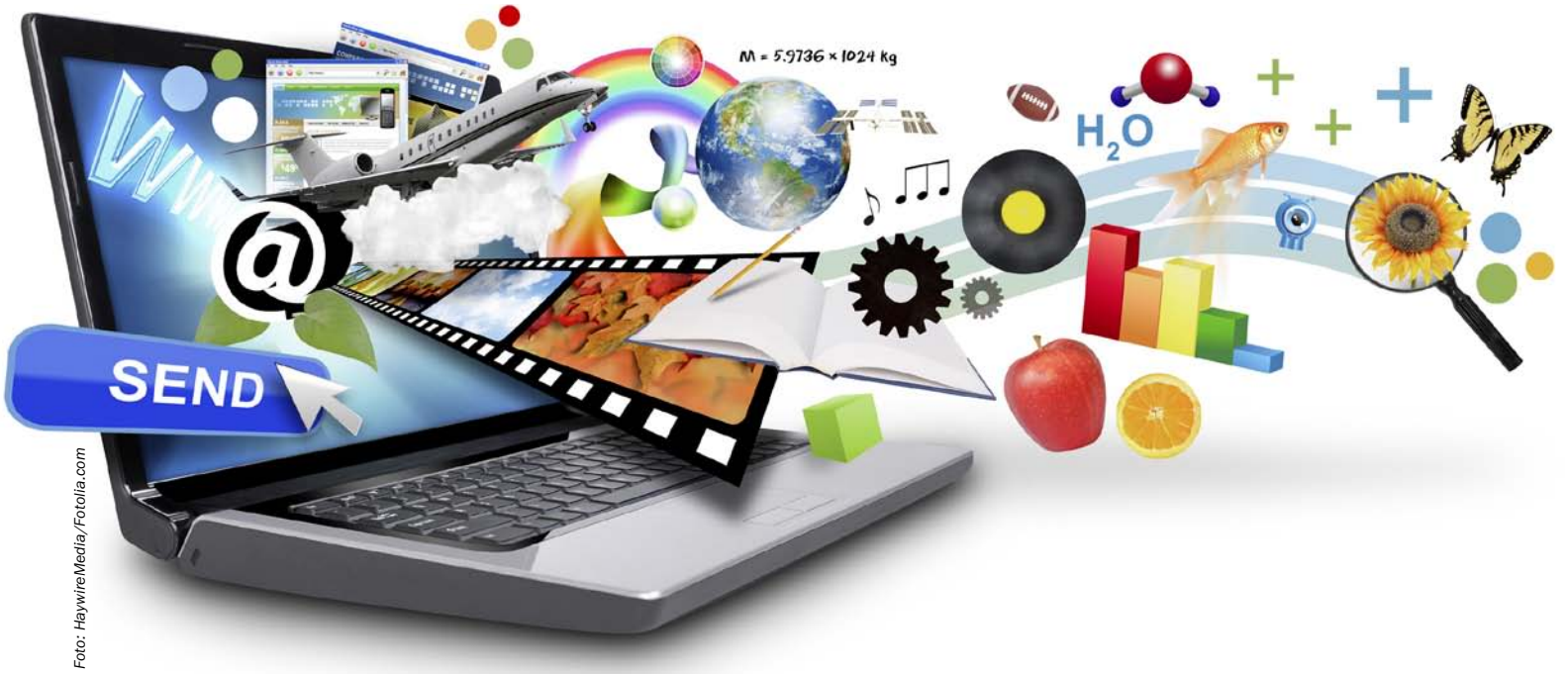


Foto: HaywireMedia/Fotolia.com

URHEBERRECHT

Was darf auf die Firmen-Homepage?

Fotos, Texte und Grafiken sind grundsätzlich urheberrechtlich geschützt. Unternehmen, die solche Inhalte ungefragt auf ihre Homepage stellen, müssen mit zivil- und strafrechtlichen Folgen rechnen. Von Esther Wellhöfer

Bilder auf die Webseite stellen: Fotografien sind ein wichtiges Darstellungselement. Allerdings sind diese als Lichtbildwerke (§ 2 Abs. 1 Nr. 5 Urhebergesetz/UrhG) bzw. Lichtbilder (§ 72 UrhG) grundsätzlich urheberrechtlich geschützt. Eine Nutzung ist daher nur mit Zustimmung des Fotografen erlaubt. Zudem kann der Urheber eine Gebühr für die Nutzung verlangen. Man spricht hier von einer sogenannten Lizenz. Im Netz finden sich inzwischen aber auch Fotogalerien, bei denen die Fotografen auf eine Lizenz verzichtet haben. Wichtig ist jedoch bei solchen lizenzfreien Bildern wie auch bei allen anderen: Eine Veröffentlichung sollte stets nur unter Nennung des Urhebers und mit Quellenangabe erfolgen. Anderes gilt nur, wenn der Urheber ausdrücklich darauf verzichtet hat. Vorsicht ist auch bei Vorschaubildern auf Webseiten (sogenannte Thumbnails) geboten: Auch diese sind urheberrechtlich geschützt, wie zum Beispiel das Landgericht Bielefeld in einem Urteil vom 8. November 2005 entschieden hat (Aktenzeichen 20 S 49/05).

Personenbilder: Sollen Bilder mit Personen in die Firmen-Homepage eingebunden werden, müssen diese vor der Veröffentlichung grundsätzlich ebenfalls zustimmen. Wer Bilder von einem Fotografen anfertigen lässt, sollte sich die Nutzung auf der Homepage ebenfalls von ihm genehmigen lassen. Hat der Fotograf beispielsweise nur eine einfache Online-Nutzung erlaubt, beinhaltet dies noch nicht, dass das Bild auch auf einer werbenden Internet-Seite zugänglich gemacht werden darf (Urteil des Landgerichts Köln vom 20. Dezember 2006, Aktenzeichen 28 O 468/06).

Produktfotos dürfen ebenfalls nur für eine Veröffentlichung im Internet genutzt werden, wenn der Inhaber des Urheberrechts zugestimmt hat. Das Landgericht Düsseldorf hat beispielsweise einen eBay-Verkäufer wegen Verwendung eines fremden Produktfotos nicht nur zur Zahlung von einer Lizenzgebühr verurteilt. Der Nutzer musste zusätzlich einen Aufschlag von 100 Prozent berappen, weil er zudem den Fotografen nicht benannt hatte (Urteil vom 19. März 2008, Aktenzeichen 12 O 416/06).

Computer-Grafiken: Grafiken können Werke der bildenden Künste sein (gemäß § 2 Abs. 1 Nr. 4 UrhG), müssen dafür jedoch eine be-

IHK-SEMINAR: URHEBERRECHT UND INTERNET

„Copy & Paste – Was ist erlaubt?“: Unter diesem Titel steht eine Informationsveranstaltung der IHK Nürnberg für Mittelfranken am Mittwoch, 13. November 2013, 15 bis ca. 18 Uhr, die Fragen des Urheberrechts im Internet beleuchtet. Rechtsanwältin Dr. Renate Kropp erläutert an Hand von Beispielen, welche Elemente eines Internet-Auftritts urheberrechtlich geschützt sind, was bei der Nutzung von fremdem Material (z.B. Bilder, Texte, Videos) zu beachten ist, wie Inhalte fremder Internet-Seiten rechtlich zulässig in die eigene Homepage eingebunden werden können (Links und Framing) und was beim Hochladen von Inhalten auf Plattformen wie Youtube oder Amazon-Marketplace zu berücksichtigen ist. Aufgezeigt werden außerdem die juristischen Möglichkeiten, wenn man wegen einer Verletzung des Urheberrechts belangt werden soll bzw. wenn ein anderes Unternehmen eigene Urheberrechte verletzt hat. ■

Anmeldung: IHK, Tel. 0911 1335-390
katja.berger@nuernberg.ihk.de

stimmte Gestaltungshöhe erreicht haben. Wann dies der Fall ist, hängt stark vom Einzelfall ab. Das Oberlandesgericht Hamm hat beispielsweise eine entsprechende, den Urheberrechtsschutz auslösende Gestaltungshöhe bei einer Computergrafik verneint, bei der es sich lediglich um eine mit einem Bildbearbeitungsprogramm entfremdete Fotografie handelte (Urteil vom 24. August 2004, Aktenzeichen 4 U 51/04).

Ausschnitte aus Stadtplänen: Um Kunden die Anfahrt zu erleichtern, werden auf Firmenseiten häufig Ausschnitte aus Stadtplänen verwendet. Hier ist jedoch Vorsicht geboten, denn auch Stadtplan- und Kartenausschnitte genießen urheberrechtlichen Schutz. Für die Verwendung ist daher eine entsprechende Lizenz erforderlich. Andernfalls steht dem Urheber ein Unterlassungs- und Schadensersatzanspruch gemäß § 97 UrhG zu. Da sich die Höhe des Schadenersatzes häufig nicht genau beziffern lässt, greifen Gerichte auf die sogenannte Lizenzanalogie zurück: Es ist der Betrag zu entrichten, den der Rechteverletzer hätte bezahlen müssen, wenn er das Kartenmaterial mit Erlaubnis genutzt hätte. Dies machen sich einige Verlage zunutze und fordern teilweise sehr hohe Preise für entsprechende Karten. Dass die Kartengebühr angemessen ist, muss der Kartenanbieter beweisen. Allerdings gelingt das nicht immer. So hat zum Beispiel das Amtsgericht München einem Kartenanbieter lediglich 300 Euro anstatt der geforderten 1 620 Euro Schadensersatz zugesprochen (Urteil vom 17. Oktober 2011, Aktenzeichen 142 C 32411/10).

Wenn ein Kartenausschnitt entfernt werden soll, der ohne Lizenzgebühren veröffentlicht wurde, sollte man nicht nur den direkten Link löschen, sondern auch die auf dem Server hinterlegte Karte. Andernfalls muss man mit Schadensersatzansprüchen rechnen, wie das Amtsgericht München in einem Urteil vom 31. März 2010 entschieden hat (Aktenzeichen 161 C 15642/09).

Texte und Pressemitteilungen: Ansprechende Texte sind für eine geschäftliche Homepage unverzichtbar, um die Kunden über das Unternehmen und die Produkte zu informieren. Bei Texten muss man zwar nicht immer selbst zur Tastatur greifen. Trotzdem ist bei der Übernahme fremder Texte Fingerspitzengefühl gefragt. Bis auf einige Ausnahmen sind Texte urheberrechtlich geschützt, wenn sie einen gewissen Grad an persönlicher geistiger Schöpfung erreicht haben. Ob dies der Fall ist, hängt insbesondere von der Formulierung und der Textlänge ab. Als sogenannte „kleine Münze“ sind auch Pressemitteilungen geschützt und dürfen nur mit der Einwilligung des Urhebers übernommen werden – es sei denn, die Einwilligung geht direkt aus der Mitteilung, aus zusätzlichen Angaben oder den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) hervor. Die Übernahme von bestimmten Textstellen in Form von Zitaten ist dagegen gemäß § 51 UrhG gestattet.

Werbeslogans sind meist kurz und prägnant formuliert, sodass sie seltener urheberrechtlichen Schutz genießen. Wer auf Nummer sicher gehen will, dass sein Slogan nicht von anderen genutzt wird, hat jedoch die Möglichkeit, diesen in das Markenregister eintragen zu lassen. So kann auch hier insbesondere eine gewerbliche Nutzung untersagt und mit rechtlichen Mitteln unterbunden werden.

Open Content (freie Inhalte): Zustimmungsfreie Texte sind amtliche Werke, wie etwa Gesetze, Verordnungen und Gerichtsurteile. Auch Texte, deren Autor mindestens 70 Jahre tot ist, dürfen zustimmungsfrei verwendet werden, da nach diesem Zeitraum ihre Schutzdauer abgelaufen ist. Ausgenommen sind gemäß § 66 Abs. 2 UrhG Werke (also auch Bilder etc.), die in die Urheberrolle eingetragen sind. Die dritte zustimmungsfreie Nutzung ist die Creative Commons-Lizenz, auch Open Content oder Lizenz für freie Inhalte genannt. Je nachdem, was in der freien Lizenz angegeben ist, können diese Texte als Ganzes oder in Teilen frei verwendet werden. Allerdings müssen hier der Autor und meistens auch ein Verweis auf die Lizenz angegeben werden.

Schutz der Website an sich: Schließlich stellt sich noch die Frage, ob eine Website an sich Urheberrechtsschutz genießt – ein Thema, das immer wieder die Gerichte beschäftigt. Das Landgericht Hamm hat etwa entschieden, dass das farbliche, grafische und gestaltende Erscheinungsbild eines Internet-Auftritts nicht die nötige Schöpfungshöhe aufweist (Urteil vom 24. August 2004, Aktenzeichen 4 U 51/04). Auch einfache HTML-Dateien genießen grundsätzlich keinen Urheberrechtsschutz. Doch das Internet hat sich inzwischen weiterentwickelt. Mit SEO (Search Engine Optimization, deutsch: Suchmaschinenoptimierung) haben viele Internet-Seiten mittlerweile eine andere Wertigkeit erhalten. Das zeigt sich ebenfalls im Urheberrecht. So hat das Oberlandesgericht Rostock einer suchmaschinenoptimierten Homepage urheberrechtlichen Schutz zuerkannt, die aufgrund der Verwendung von Metatags auf den vorderen Rängen bei Suchmaschinen rangierte (Urteil vom 27. Juni 2007, Aktenzeichen 2 W 12/07).

Kein Kavaliersdelikt

Urheberrechtsverletzungen können neben der zivilrechtlichen Haftung auch strafrechtliche Folgen haben. Gemäß § 106 Abs. 1 UrhG können Verstöße mit einer Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft werden. Bei einer gewerblichen Nutzung – was für Homepages von Selbstständigen und Unternehmen in den meisten Fällen relevant sein dürfte – ist sogar eine Strafverschärfung bis zu einer Freiheitsstrafe von fünf Jahren vorgesehen (§ 108a UrhG). Wer eine Internet-Präsenz für sein Unternehmen einrichten möchte, sollte sich umfassend anwaltlich beraten lassen. Zum einen können Urheberrechtsverstöße für Gewerbliche schnell teuer werden. Denn für sie gilt bei der ersten Abmahnung in einfach gelagerten Fällen nicht die Begrenzung auf Anwaltskosten von 100 Euro, die als Schutz für Privatleute eingeführt wurde. Zum anderen sind weitere rechtliche Vorgaben zu beachten, etwa Preisangaben oder die Einbeziehung von AGB. Das gilt natürlich auch für diejenigen, die bereits eine Firmen-Homepage haben. Sie sollten regelmäßig überprüfen lassen, ob die Website den rechtlichen Anforderungen gerecht wird. Das gilt erst recht, wenn das Kind schon in den Brunnen gefallen ist und man eine Abmahnung in der Firmenpost findet. Da viele Forderungen überteuert und Unterlassungserklärungen oft zu hart formuliert sind, sollte man nicht ohne Einschaltung eines Rechtsanwalts darauf reagieren. ■

Esther Wellhöfer ist Redakteurin bei der anwalt.de Services AG in Nürnberg, die das Anwaltsverzeichnis www.anwalt.de betreibt (redaktion@anwalt.de, www.anwalt.de).

ERKLÄR-VIDEOS

Wie zeig‘ ich’s meinen Kunden?

Gleichzeitig informieren, erklären und unterhalten: Das können gut gemachte Erklär-Videos leisten, die zunehmend in der internen und externen Kommunikation eingesetzt werden. Von Arthur P. Soballa und Richard Wolny

Die Unternehmen sehen sich beim Marketing vor zwei Herausforderungen gestellt: Zum einen müssen sie ihre Zielgruppe erreichen, zum anderen müssen sie dieser ihre Botschaft vermitteln. Insbesondere komplexe Inhalte verlangen nach einer einfachen, verständlichen Vermittlung. Hier eröffnet die Digitalisierung der Kommunikation große Potenziale, die vielfach noch ungenutzt sind. Sei es ein Produkt, eine Dienstleistung, ein Service oder der Aufbau eines gewünschten Images – ein Video sagt mehr als 100 000 Worte. Es kann fesseln, binden und sogar zur Aktion aufrufen. Und das besonders in Zeiten, in denen viele sich keine Zeit mehr nehmen, um ausgiebig zu lesen.

Der entscheidende Erfolgsfaktor von Erklär-Videos ist die intelligente Kombination aus Wissensvermittlung und fesselnder Darstellung. So können aus Bleiwüsten erfrischende Informationsquellen werden, die im Idealfall dazu verleiten, das Video zu verbreiten, sodass ein für das Unternehmen ein kostenloser viraler Effekt zustande kommt.

Das Einzigartige herausarbeiten

Doch damit das funktioniert, müssen die handwerklichen Grundlagen stimmen. Zunächst stellt der Inhalt den wahren Schatz dar. Mit diesen Pfunden darf gewuchert werden. Allerdings immer unter der Prämisse der Relevanz und damit auch der Einzigartigkeit. Copy-und-Paste-Strategien werden vor allem im Internet abgestraft. Deshalb muss klar definiert werden, was das Alleinstellungsmerkmal des Gezeigten ist und wo die Bedeutung für die Zielgruppe liegt.

Dann folgt die Frage nach dem Ziel, das mit dem Video verfolgt wird. Dieses muss deutlich formuliert sein, um als Grundlage für Drehbuch und Storyboard zu dienen. Daraufhin wird geklärt, auf welche kreative Art und Weise das Video realisiert werden soll, außerdem muss das Budget der Produktion festgelegt werden.

Je nach Zielsetzung kann ein Erklär-Video unternehmensintern oder für Projekte genutzt werden, die sich an die Öffentlichkeit richten. Intern stehen Schulungen, Service-

ANZEIGE

TIME FOR WERBEAGENTUR GMBH

Mutige kommen weiter. Nicht nur, aber auch in der Werbung.

Warum nach 40 Jahren die Zähne bei der time for Werbeagentur schärfer denn je sind.

Sie besuchen als gestandener Werbemann nach vielen Jahren einen alten Jugendfreund, der es mit seinem eigenen Unternehmen zu Ruhm, Ansehen und Reichtum gebracht hat, und finden neben dem Klingelknopf an der Haustüre diesen abschreckenden Aufkleber, feuerrot und mit erhobener, stilisierter Hand „Bitte keine Werbung“. Dieser Aufkleber kann nur noch von dem übertroffen werden, auf dem „Bitte keine Reklame“ steht. Sie stehen davor und überlegen, ob Sie eigentlich noch klingeln wollen? Denn nach dem sich die Türe öffnet, wird spätestens die dritte Frage mit dem Inhalt auf Sie abgeschossen „was hast Du eigentlich die ganzen Jahre gemacht?“. Und dann folgt die Antwort „Werbung“. Ab diesem Zeitpunkt wird es dann spannend.

Ob Konzerne, kleine Gewerbetreibende oder mittelständische Unternehmen aus allen Geschäftsbereichen – sie setzten für ihre Möglichkeiten zur Erreichung ihrer Ziele satte Budgets ein, um den Aufkleber auf dieser Briefkastenklappe zu überwinden. Und das auch in der elektronischen Version. Und das immer wieder mit den selben Standards. Macht so was Sinn? High-Tech-Anbieter kennen ihren Markt ganz genau. Aber auch die Menschen dahinter? Es kostet Mut, Kompliziertes einfach und klar darzustellen. Aber darin zeigt sich die Stärke.

Coco Chanel stammte aus ärmlichsten Verhältnissen. Während in den zwanziger Jahren der Cocktail erfunden wurde, entwarf sie dazu das passende Kleid. Das „kleine Schwarze“ schob sie gleich nach und erfand dazu den Modeschmuck. Sie hatte den Mut, alle Frauen von Zwängen zu befreien, vor allem vom Korsett, initiierte eine neue Lebensart, von der Karl Lagerfeld noch heute profitieren kann.

Es ist mutig, einen kleinen regionalen Einzelhändler davon zu überzeugen, seine einspaltigen Anzeigen in der Tageszeitung mit Botschaften zu versehen, die der Verbraucher freudig liest und die ihm auch auffallen.

Mut zahlt sich immer aus, weil die Investition schneller, sicherer und dauerhafter Zinsen trägt. Das hat mit Unüberlegtheit überhaupt nichts zu tun. Beispiel Lebensmitteldiscounter. In Deutschland gibt es gerade mal eine Hand voll, diese definieren sich ausschließlich über den Preis. Kursänderungen hin zu mehr Profilierung in Sympathie, Attraktivität in der Wahrnehmung und Käufermotivation sind nahezu unmöglich. Aber nur nahezu. Als Norma Jean Baker, besser bekannt als Marilyn Monroe, von Plakatgroßflächen, Tragetaschen, Anzeigen, Prospekten und Produktverpackungen ein schlichtes „ich heiße NORMA“ von sich gab, war dies eine Sensation. Sie kostete Mut für alle Beteiligten.

Mehr über mutige Ideen hat die time for Werbeagentur in einem Büchlein mit dem treffenden Titel „it‘s time for good ideas“ zusammengefasst. Auf Wunsch wird es gerne zugesendet.

INFO@TIMEFOR.DE
WWW.TIMEFOR.DE

time for

Anleitungen oder Vertriebsunterstützung im Vordergrund. Doch Vorsicht, auch hier ist der Betrachter wie eine externe Zielgruppe zu sehen. Trockene Belehrungen werden in beiden Fällen nicht von Erfolg gekrönt sein. Die visuelle Sprache und die Tonalität entscheiden wesentlich darüber, ob das Video ankommt. Denn im Gegensatz zum reinen Text entstehen hier die Bilder zunächst auf dem Bildschirm und danach erst im Kopf des Betrachters. Bei allen Zielgruppen – ob es Kunden oder die eigenen Mitarbeiter sind – muss der Spagat zwischen den beiden Gehirnhälften gelingen, also von rational zu emotional, auch wenn Bewegtbilder unmittelbarer wirken als Stil, Sprache und Schrift. Nicht zuletzt sollte darauf geachtet werden, dass bei den Videos die Corporate Identity (einheitlicher Auftritt des Unternehmens nach innen und außen) eingehalten wird.

Am Ende entscheidet der Anfang: Ein Drehbuch schreiben ist wie Komponieren, ein falsches Motiv im ersten Takt macht das Finale nicht zum Furioso, sondern zum Fatale. Deshalb sollte folgender Dreiklang beachtet werden: Am Anfang („Story Opening") muss unmissverständlich gesagt werden, worum es geht und wo die Relevanz liegt. Dies funktioniert meist plakativ, unterstützt von begleitender Musik und einer prägnanten Stimme. Im darauffolgenden „Story Telling" kommt das Video auf den Punkt. Wichtig dabei ist, den Betrachter durch die Geschichte zu führen und ihn nicht mehr loszulassen. Wie Erkenntnisse aus den Neurowissenschaften belegen, führt relevantes, verständliches und zugleich entspanntes Zusehen direkt ins Langzeitgedächtnis des Zuschauers. Im letzten und wichtigsten Teil des Videos, dem „Story Performing", sollten nicht bloß Namen oder Logos langsam ausgeblendet werden. Vielmehr sollte eine klare und einfache Handlungsaufforderung am Ende stehen. Denn der Zweck eines Erklär-Videos ist, die Zielgruppe zu aktivieren – mit der passenden Botschaft im populären Medium. ■

Grafik: Florian Bärschneider/Marina Straub

Mädchen geht spazieren: *Dieses Video wurde für Ausflugsziele konzipiert, die mit dem öffentlichen Nahverkehr zu erreichen sind.*

Arthur P. Soballa ist Inhaber der Beratungsfirma Arpeso Strategische Kommunikation in Nürnberg (info@arpeso.de). Richard Wolny ist Texter, Konzepter und Gastrojournalist in Nürnberg (richtext@gmx.de).

ANZEIGE

SMIC! EVENTS & MARKETING GMBH

SMIC! ist eine gute Adresse in der Region

Der Name SMIC! steht für gelungenes Veranstaltungsmanagement, doch das Agentur-Portfolio umfasst auch maßgeschneidertes Marketing.

„Bei SMIC! stehen die Kunden im Fokus. Ganz einfach. Für Sie arbeiten wir effizient, erfolgreich und natürlich maßgeschneidert", so Sabine Michel, geschäftsführende Agentur-Inhaberin und 1. Regionalkreisvorsitzende von Die Jungen Unternehmer (BJU). Seit 2007 hat sich SMIC! Events & Marketing als Full-Service-Agentur vornehmlich für die mittelständische Wirtschaft, aber auch internationale Kunden etabliert: seit Sommer 2013 mit Sitz im Nürnberger Stadtteil Schoppenhof – vorher in Reichenschwand.

Kreative Kommunikation auf allen Kanälen: Für die Kunden steht ein breitgefächertes Leistungsspektrum von Verkaufsförderung und PR über klassische wie digitale Werbung bis zur Realisierung von Events und Veranstaltungen zur Wahl. In der Metropolregion hat sich die Agentur einen Namen vor allem durch den Neujahrsempfang der mittelständischen Wirtschaft sowie der Realisation von Events gemacht: ob Messeauftritt oder Gala-Abend. Darüber hinaus sieht SMIC! die Agenturstärken vor allem in der Verbindung von Marketing und Netzwerken: „Köpfe begeistern, Herzen gewinnen, Kunden binden", lautet das Credo.

Besonders die Vernetzung soll den Kunden zusätzliche Vorteile und Mehrwerte verschaffen. „Mehr Vitamin B fürs Business" wie Sabine Michel betont. SMIC! bietet dabei die Welt der Werbung aus einer Hand und einer Perspektive: die der Kunden. Von Marketing und Werbung bis zu Eigenveranstaltungen wie Unternehmerkongress oder das Golfturnier Orange Cup: „SMIC! sorgt stets für erhöhten Pulsschlag", sagt Sabine Michel. „Denn ob Golf oder Business – auf den Drive kommt es an."

Der nächste Neujahrsempfang / Unternehmerkongress der mittelständischen Wirtschaft findet am 20.01.2014 statt.

INFORMATIONEN & ANMELDUNG UNTER WWW.SMIC-MARKETING.DE

Gelbe Seiten

http://service.gelbeseiten.de/secretbarbq

Bei diesem Film werden Unternehmer Augen machen!

Jetzt QR-Code scannen, Film „Secret Bar-BQ“ anschauen und sehen, wie Werbung in Gelbe Seiten wirkt.

Als Buch, im Web, als App.

müllerverlag
www.muellerverlag.de

Ihr Gelbe Seiten Verlag

ANZEIGE

INNOVATIVE AKTION BELEGT:

Auch ohne große Budgets ist erfolgreiche Werbung möglich

„Für digitale Werbung fehlt mir die Zeit und das Geld!“ Um kleinen und mittelständischen Unternehmen die Scheu vor digitaler Werbung zu nehmen, zeigt Gelbe Seiten wie man mit wenig Aufwand erfolgreich Marketing betreiben und neue Kunden gewinnen kann. Hier der Beweis:

Gelbe Seiten beweist Umsatzeffekt von lokaler Werbung: *Kundenansturm in der Secret Bar-BQ*

Werbung in Gelbe Seiten wirkt dreifach – „Als Buch, im Web, als App“:

- **über 2.600 Gäste in 83 Stunden**
- **Ø 27 Hotline-Anrufe pro Tag**
- **1 Euro investiert – 15,93 Euro entwirtschaftet**
- **22.000 Euro Umsatz in 2 Wochen**

Die Idee:
Um die Wirksamkeit der eigenen Werbekanäle zu beweisen, hat Gelbe Seiten eine innovative Marketingaktion durchgeführt und das Projekt „Secret Bar BQ“ gestartet: Unter dieser Bezeichnung wurde in Frankfurt für kurze Zeit eine Burger-Bar eröffnet.

Die Umsetzung:
Die Besonderheit war, dass die Bar im Rahmen eines Selbstversuchs ausschließlich über die Kanäle von Gelbe Seiten beworben wurde – als Anzeige im Buch, auf der Website und in der App – lediglich mit Nennung des Barnamen, einer Telefonnummer und einer Verlinkung auf die Facebook-Seite der „Secret Bar –BQ“. Ein Hinweis auf Gelbe Seiten erfolgte nicht.
Die neutral gestaltete Lokalität in Frankfurt am Main startete am 09. November 2012 und servierte an elf Tagen zu festen Zeiten jeweils mittags und abends Burger und Getränke.

Der Erfolg:
In den insgesamt 83 Stunden, in denen die Bar geöffnet war, kamen 2.600 Gäste – das entspricht einem Gast alle 2 Minuten. Der Umsatz belief sich auf rund 22.000 Euro. Für jeden in Werbung investierten Euro erwirtschaftete das Unternehmen damit 15,93 Euro. Ein hoher „Return on Investment“ also, oder zu Deutsch: Geld für Werbung auszugeben, hat sich gelohnt.

Das Fazit:
Gelbe Seiten hat mit diesem Selbstversuch gezeigt, dass kleine Unternehmen mit wenig Aufwand erfolgreich Marketing betreiben können. Auch ohne große Budgets – und sogar ohne eigene Webseite oder App – lassen sich die Kunden optimal erreichen. Gelbe Seiten, so hat das Projekt deutlich gemacht, bietet kleinen und mittelständischen Firmen hier einen entscheidenden Vorteil. „Ein Unternehmen wird mit einem Eintrag in Gelbe Seiten gleich dreifach sichtbar – im Buch, Online oder Mobil, auch ganz ohne eigene Webseite“, sagt Stephan Theiß, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing GmbH. „Die Aktion Secret Bar-BQ hat auf eindrucksvolle Weise die Wirkung von Werbung in Gelbe Seiten bewiesen.“
Jetzt Film anschauen und mehr erfahren: http://service.gelbeseiten.de/secretbarbq oder QR-Code siehe linke Seite.

Das Erfolgsrezept der lokalen Werbung ist letztlich die große Reichweite von Gelbe Seiten: 54,7 Millionen gedruckte Bücher, 10,5 Millionen Webseitenbesucher pro Monat und über 1,9 Millionen heruntergeladene Apps. So lassen sich nicht nur Hamburger in ganz Deutschland verkaufen.

Kompetenz für Ihren Werbeerfolg

Nutzen Sie alle Vorteile einer erfolgreichen Werbepräsenz: Gerne messen wir für Sie mit einer speziellen Methode den Erfolg Ihrer Werbung.
Lassen Sie sich jetzt beraten!

Frank Schieback
Produktmanager
Gelbe Seiten

müllerverlag

Kontakt:
Telefon 0911 - 3409 - 224
frank.schieback@muellerverlag.de
www.muellerverlag.de

PERSONAL-MARKETING

Gekonnt um Mitarbeiter werben

Viele Unternehmen klagen, dass qualifizierte Mitarbeiter nur schwer zu finden sind. Wie kann man bei geeigneten Bewerbern punkten? Von Susanne Neidhardt

Gute Schulabgänger informieren sich frühzeitig, daher beginnt der Wettbewerb um neue Auszubildende schon zwei Jahre vor dem Schulabschluss. In den Mittel- und Realschulen finden Praktikumswochen statt, bei denen Schüler Einblicke in ihren Wunschberuf bekommen. Interessierte Unternehmen sollten daher aktiv auf die Schulen oder Hochschulen vor Ort zugehen und Praktika anbieten. Neben einem kurzen Firmenportrait sowie einer Liste der Praktikums- und Ausbildungsstellen ist es empfehlenswert, z.B. Informationen zur Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln beizufügen. Vielleicht gibt es schon Auszubildende oder Mitarbeiter, die an der angeschriebenen Schule ihren Abschluss gemacht haben. Weisen sie darauf hin, um Vertrauen zu gewinnen.

Ein weiterer Weg zu neuen Mitarbeitern sind natürlich Berufsmessen und Ausbildungsbörsen. Hier bietet sich die Chance, direkt mit Interessenten, Schülern und ihren Eltern in Dialog zu treten. Sie suchen Personal oder Azubis für einen bestimmten Bereich? Dann nehmen Sie Mitarbeiter oder Auszubildende genau aus diesem Bereich mit auf die Messe. So haben Interessenten die Möglichkeit, am Messestand auf Augenhöhe zu kommunizieren und können mehr über den beruflichen Alltag erfragen. Außerdem erleichtert es die Kontaktaufnahme, wenn Gleichaltrige oder Mitarbeiter mit ähnlichem beruflichem Hintergrund am Stand vertreten sind. Bewerber stellen dadurch persönliche Fragen, die sie dem Personalleiter vielleicht nicht direkt gestellt hätten, die aber für die Bewerbungsentscheidung maßgeblich sind.

Mitarbeiter als Botschafter

Befragen Sie die eigenen Mitarbeiter im Rahmen einer solchen Messevorbereitung doch einmal, was sie damals zur Bewerbung in Ihrem Unternehmen bewegt hat oder was ihnen an ihrem Job besonders gefällt. Diese Aussagen sind wesentlich authentischer als allgemeine Formulierungen wie „Wir bieten vielfältige Karrieremöglichkeiten.“ Bitten Sie Ihre Mitarbeiter um ihr Einverständnis, die persönlichen Aussagen verwenden zu dürfen, und lassen Sie dann die Zitate in die Info-Materialien einfließen.

Die eigenen Betriebsangehörigen sind also in vielerlei Hinsicht ein wichtiger Faktor im Personal-Marketing. Lassen Sie erfolgreiche Mitarbeiter Ihres Unternehmens auf der Firmen-Website zu Wort kommen, speziell auf den Karriereseiten oder der Facebook-Seite, mit einem kurzen Statement und Bild oder sogar mit einem Video. Dies ermöglicht dem Bewerber Einblicke in unterschiedliche Arbeitsbereiche und Karrierewege. Videofilme, in denen Mitarbeiter oder interessante Projekte vorgestellt werden, eigenen sich auch für die Veröffentlichung auf YouTube. Ein Medium, das sich vor allem bei jungen Zielgruppen großer Beliebtheit erfreut.

Kommunizieren Sie innerhalb des Unternehmens, welche offenen Stellen Sie besetzen möchten, welche Fachkräfte oder Azubis gesucht werden. Regen Sie Ihre Mitarbeiter dazu an, im eigenen Freundes- und Bekanntenkreis diese Nachricht weiterzuleiten. Die meisten sind nicht nur persönlich, sondern auch online gut vernetzt. Sie sind Mitglieder in diversen Facebook- oder Xing-Gruppen, in denen sie den Link zu Ihrer Stellenausschreibung posten könnten oder sie twittern regelmäßig. Über die digitalen Medien lässt sich das Stellenangebot auf diese Weise schnell verbreiten. Außerdem schafft es Vertrauen, wenn ein Mitarbeiter und nicht die Personalabteilung für das Unternehmen wirbt.

Generell gilt im Personal-Marketing, wie in allen Bereichen des Marketings: Das Gesamtbild des Unternehmens muss stimmig

ANZEIGE

WERBEAGENTUR WILDNER+DESIGNER

Mein lieber Scholli!

Keine platten Sprüche, keine oberflächliche Anmache! Die Fürther Werbeagentur Wildner+Designer setzt sich von der in der Medienbranche grassierenden Oberflächlichkeit durch gezielte, tiefgründige und geschmackvolle Werbung mit Wirkung ab. Ein erfrischend einfaches Rezept, wenn man sein Handwerk tatsächlich beherrscht. Einer unaufgeregten Partnerschaft mit Freude an gemeinsamen Projekten steht so nichts mehr entgegen. Dass dies nicht nur phantasievolle Versprechen sind, belegen die umfangreichen Referenzen und Arbeitsproben auf der Agentur-Website, die bereits seit Jahren unter den Google Top-Treffern platziert ist.

„Als Full-Service-Agentur mit 15 festen Mitarbeitern können wir vor allem kleine und mittlere Unternehmen immer wieder durch Kompetenz in allen Marketingbereichen, hohe Flexibilität und eine günstige Kostenstruktur überzeugen“, erklärt Agenturchef Stefan Wildner. Er und seine Designer laden Sie gerne zu einem ersten kostenfreien Gespräch bei einer leckeren „Apfel-Scholle“ ein.

Kontaktdaten für Fragen vorab, eine Kostprobe kreativen Inbutts oder zur Terminvereinbarung:
apfelscholle@wildner-designer.de
oder 0911 / 780 784 – 0

WWW.WILDNER-DESIGNER.DE

wildner designer
DIE BESTIEN IM BUSINESS.

Foto: Edyta Pawlowska/Fotolia.com

und positiv sein. Ihr Betrieb ist bereits Sponsor eines Sportvereins? Wunderbar, dann betonen Sie doch auch auf Ihrer Karriereseite, dass Ihnen der sportliche Ausgleich Ihrer Mitarbeiter, d.h. die Balance zwischen Freizeit und Arbeit, wichtig ist. Gerade Unternehmen in ländlichen Gebieten klagen über Schwierigkeiten, Mitarbeiter zu gewinnen. Sie sollten die positiven Aspekte ihres Standortes hervorheben, z.B. niedrige Mieten und den problemlosen und staufreien Weg zur Arbeit. Sie engagieren sich für lokale Projekte? Zeigen Sie Präsenz vor Ort, berichten Sie darüber in ihren firmeneigenen Medien und füllen Sie so den Begriff gesellschaftliche Verantwortung („Corporate Social Responsibility“) mit Leben. Eine solche positive Öffentlichkeitsarbeit ist ein wertvoller Beitrag, um das Image als Arbeitgeber zu verbessern.

Story Telling

Potenzielle Mitarbeiter können sich ein gutes Bild von Ihrem Unternehmen machen, wenn Sie Geschichten erzählen (sogenanntes Story Telling), beispielsweise über die ersten Arbeitswochen eines neuen Auszubildenden oder den von Ihnen geförderten Umbau eines Kindergartenspielplatzes. Diese Geschichten können mit einer Bilderfolge auf der Firmen-Website veröffentlicht oder mit regelmäßigen Postings auf der firmeneigenen Facebook-Seite kommentiert werden. Wichtig ist, dass die Geschichten neugierig machen, emotionale Elemente besitzen und für Bewerber interessante Aspekte beinhalten. Mit dieser Methode lassen sich Firmenphilosophie, ein positives Betriebsklima oder Unternehmensziele begreifbar machen.

Kommunikation in beide Richtungen

Das Internet hat dazu geführt, dass auch beim Personal-Marketing die Kommunikation nicht mehr nur einseitig ist. Im Web findet eine ständige Bewertung Ihres Unternehmens statt, die Sie als Arbeitgeber im Blick haben sollten. Auf Bewertungsportalen wie jobvoting.de, kununu.de, meinchef.de, meinpraktikum.de oder bizzwatch.de können Mitarbeiter und Ehemalige ihre Meinung abgeben. Auch in den sozialen Medien findet ein reger Austausch statt. Je größer der Betrieb desto wichtiger ist hier eine Überwachung der Aktivitäten und gegebenenfalls eine angemessene zeitnahe Reaktion.

Generell wird eine unmittelbare Reaktion immer wichtiger – vor allem auf Online-Bewerbungen. Eine sofortige Eingangsbestätigung sowie ein Zwischenbescheid oder eine Absage im angekündigten Zeitraum sollten selbstverständlich sein, wenn nicht gleich eine Einladung zum Vorstellungstermin erfolgt. Es gilt, das entgegengebrachte Vertrauen eines Bewerbers wertzuschätzen. Dies ist ein entscheidender Aspekt, um das Unternehmen erfolgreich als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren. ■

Susanne Neidhardt ist Inhaberin von Neidhardt Marketing + Vertrieb in Erlangen (www.neidhardt-marketing.de).

GUTE WERBUNG

entsteht nicht in Hamburg, Frankfurt oder München – sondern im Kopf!

Mehr unter www.psbrands.de

psbrands
AGENTUR FÜR EFFIZIENTE KOMMUNIKATION

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Wie soll ich das erklären?

Die Kommunikation komplexer Themen ist eine Herausforderung. Beispiele sind die Vermarktung innovativer Produkte oder die Erläuterung von geplanten Infrastrukturprojekten. Von Kai Sievers

Technologieorientierte Unternehmen und wissenschaftliche Institutionen müssen ihre komplexen Materien transparent und verständlich kommunizieren. Das ist bedeutsam für die eigenen Markt- und Entwicklungschancen, beeinflusst aber auch die Gewinnung von hoch qualifizierten Mitarbeitern, Investoren und Forschungsgeldern. Relevant ist eine offene Kommunikation auch bei Investitionsvorhaben wie etwa Firmenneubauten, Erweiterungen oder Ähnlichem, die Auswirkungen auf die Nachbarschaft, auf das Verkehrsaufkommen oder den Umwelt- und Naturschutz haben. Auch der Staat steht in der Pflicht, geplante Infrastrukturprojekte verständlich darzustellen und die Öffentlichkeit einzubinden. Beispiel Energiewende, bei der der Staat, aber auch Energieerzeuger und Versorgungsunternehmen oft im kommunikativen Kreuzfeuer stehen. Erklärt werden muss u.a. die Notwendigkeit neuer Stromtrassen oder der Bau von Windparks. Außerdem will die Öffentlichkeit darüber aufgeklärt werden, in welchem Zusammenhang die Energiewende und die Erhöhung der Strompreise stehen.

Zwei Faktoren sind für das „Public Engagement“, also die Einbeziehung der Öffentlichkeit, entscheidend: Direkter Dialog und Erlebbarkeit. Eine hohe gesellschaftliche Akzeptanz von Vorhaben wie der Energiewende bedeutet zum Beispiel noch lange nicht, dass auch lokale Projekte befürwortet werden. Eine repräsentative Studie zur Akzeptanz und Bürgerbeteiligung der Agentur für erneuerbare Energien e.V. zeigt, dass die Menschen einbezogen werden wollen und dass eine Ablehnung meist Gründe hat, die im lokalen Bereich zu suchen sind. Nur im direkten Dialog können diese Motive verstanden werden. Zentral ist laut der Studie zudem, dass sich die angesprochenen Zielgruppen gerecht behandelt fühlen und dass sie die Lastenverteilung von Projekten als angemessen empfinden. Müssen also nur verhältnismäßig wenige Menschen vor Ort einseitig die Belastungen wie Lärm, Geruch oder fallende Immobilienpreise tragen, während die Investoren oder die Bürger in anderen Regionen davon profitieren? Fällt die Rechnung zu einseitig aus oder fühlen sich die Betroffenen übergangen, formiert sich Widerstand.

Klare Kommunikation von Anfang an

Basis jedes Beteiligungsprozesses ist die klare und verständliche Information von Anfang an. Dazu gehören die Instrumente der klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wie

Pressemeldungen, Pressekonferenzen, Broschüren, Newsletter oder Messeauftritte sowie Aktivitäten wie Informationsveranstaltungen, Tage der offenen Tür oder Werksführungen. Ebenso sinnvoll sind Hintergrundgespräche für die Medien, Bürgerdialoge oder Mediationsangebote. Flankiert werden sollten diese Maßnahmen durch umfassende Online-Angebote wie Broschüren, Dokumentationen oder Pläne, die zum Download bereit gestellt werden, sowie Videos oder Blogs, mit denen regelmäßig über aktuelle Entwicklungen berichtet wird. Der Auftritt in den sozialen Medien eröffnet im Gegensatz zu früher ganz neue Möglichkeiten, um der interessierten Öffentlichkeit oder bestimmten Zielgruppen das Mitdiskutieren in Online-Foren zu ermöglichen.

Themen (be)greifbar machen

Um komplexe Themen und Projekte für die Menschen erlebbar zu machen, müssen sie in den Alltag geholt werden. Je konkreter der Bezug, desto verständlicher die Erklärung. Abstrakte Diskussionen um Stromtrassen und einen drohenden Blackout sind schwer zu greifen; das Interview mit einem Ingenieur in einem Kraftwerk, der über seinen Arbeitsalltag und seine verantwortungsvollen Aufgaben berichtet, ist hingegen anschaulich und spannend. Alles, was die Menschen direkt „packt“, eignet sich für die Kommunikation komplexer Themen.

Auch hier leisten die neuen Medien wertvolle Dienste: Mit spezieller Software oder durch Apps lassen sich komplexe Themen wie Stromversorgungsnetze spielerisch erklären. Mitmach-Ausstellungen mit interaktiven Exponaten machen Abstraktes (be)greifbar. Mobile Aufklärungskampagnen oder themenspezifische Roadshows holen die Menschen sprichwörtlich da ab, wo sie stehen. In Ausstellungs-Trucks können Wissenschaftler neue Technologien erklären, Labor-Workshops abhalten und offen über Chancen und potenzielle Risiken diskutieren. Weiterbildungsangebote, bei denen sich Lehrer, Jugendliche oder Kinder an Experimenten versuchen dürfen, machen neugierig auf moderne Technologien und führen die Bedeutung technischer Neuerungen für Wirtschaft und Wohlstand vor Augen.

Strategie statt Stückwerk

Unabdingbar für den Dialog mit der Öffentlichkeit und Aufklärungskampagnen sind Neutralität, Sachkenntnis und professionelle Planung. Vorhandene Kenntnisse, Standpunkte und Vorurteile müssen ebenso analysiert werden wie die eigenen Ziele, die Zielgruppen sowie die möglichen Instrumente der Öffentlichkeitsarbeit. Zuhören ist dabei Gold wert. Denn nur so lassen sich Argumente, Aufreger und Interessenschwerpunkte herausfiltern, aber auch einflussreiche Meinungsmacher wie Blogger, Bürgerinitiativen oder Fachmedien. Gerade mit diesen Wort- und Meinungsführern lohnt sich der Dialog. Wer aktiv zuhört und offen kommuniziert, wird auch gehört.

Gleichzeitig muss ein kompetentes Kommunikationsmanagement die Rückmeldungen auch „aushalten“ können. Gerade im Internet muss schnell auf ein Statement in Gästebüchern, Diskussionsforen oder Social-Media-Kanälen geantwortet werden. Mitarbeiter der Unternehmenskommunikation sollten ausreichend befugt und informiert sein, um rasch zu reagieren.

Unternehmenssprecher, Wissenschaftler oder Experten, die im öffentlichen Dialog auftreten, sollten inhaltlich und verbal gerüstet sein. In Medientrainings können Körpersprache, Rhetorik, das Abfangen provokanter Fragestellungen und der Auftritt im öffentlichen „Kreuzfeuer“ von Bürgerdialogen oder Pressekonferenzen geübt werden.

Offenheit, Verständlichkeit und ein Kommunikationskonzept, das alle Informations- und Dialogkanäle nutzt, zahlen sich aus. Gesprächsbereitschaft und Transparenz bei schwierigen Themen sorgen dafür, dass Vertrauen bei den Adressaten geschaffen wird. Gleichzeitig lässt sich in einem offenen Dialog gesellschaftlicher Zündstoff früh erkennen und entschärfen. ■

Kai Sievers ist Geschäftsführer der auf Wissenschafts- und Technologiekommunikation spezialisierten Agentur Flad & Flad Communication GmbH mit Sitz in Heroldsberg (www.flad.de).

UNTERNEHMERTAG

Strategien für die Marke

„Markenstrategien im Internet-Zeitalter“: Unter diesem Motto steht der „9. Puls Unternehmertag“, den die Puls Marktforschung GmbH mit Sitz in Schwaig am Donnerstag, 17. Oktober 2013 von 13 bis ca. 20 Uhr im „Audi Terminal“ der Feser-Graf-Gruppe in Roth abhält. Einige der Themen: Internet im Autohandel, digitale Transformation, digitale Markenstrategien, Gesundheitsmanagement im digitalen Zeitalter, Multi-Channel-Marketing sowie richtige Ansprache des „Kunden 3.0“. ■

Anmeldung: Puls,
Beti Ljubic, Tel.0911 9535-400
ljubic@puls-marktforschung.de

GEWINNEN VON NEUKUNDEN

Richtig verbunden

Die Akquise per Telefon bietet den direkten Zugang zu möglichen Kunden und bringt eine sofortige Rückmeldung auf das eigene Angebot. Welche Schritte sind zu beachten, bevor man zum Hörer greift? Von Thomas Dillig

Das Allerwichtigste bei Telefongesprächen mit möglichen Neukunden: Bringen Sie den Mehrwert des Produkts oder der Dienstleistung auf den Punkt! Die entscheidenden Fragen sind: Was macht das Angebot einzigartig? Vielleicht bieten Sie ein ähnliches Produkt wie der Wettbewerb, aber durch andere Menschen oder mit besserem Service? Sind Sie unschlagbar günstig? Oder schneller bei der Lieferung? Man sollte penibel bei dieser Bestandsaufnahme sein und die Vorteile, die man dem Kunden bieten kann, genau herausarbeiten.

Dann ist sicherzustellen, dass die Mitarbeiter, die später die Telefonate führen, wissen, was sie anbieten und was die Alleinstellungsmerkmale sind. Üben Sie mit ihnen zu diesem Zweck den sogenannten „Elevator Pitch“: In der kurzen Zeit einer Fahrstuhlfahrt (ca. 30 Sekunden) sollen sie das Angebot „verkaufen“, sprich den Ansprechpartner dafür interessieren. Denn erfahrungsgemäß bleibt oft kaum mehr Zeit, um die Aufmerksamkeit des Gegenübers zu wecken.

Bevor es mit der Telefonaktion losgehen kann, sind aber noch zahlreiche andere Fragen zu klären: Wunsch-Kunden müssen identifiziert werden, wobei Umsatz, Mitarbeiteranzahl, Branche oder Region einige der Kriterien für die Recherche sind. Können Firmenadressen selbst zusammengestellt oder müssen diese zugekauft werden?

„Je mehr Neukunden, desto besser“ ist als Leitlinie nicht empfehlenswert. Vielmehr ist zu kalkulieren, wie viele Anfragen und Aufträge das eigene Unternehmen überhaupt verträgt. Stehen genug Mitarbeiter zur Verfügung, um die erhofften Angebotsanfragen und Bestellungen abarbeiten zu können? Wie steht es um Lagerkapazitäten, Logistik, Verkaufszyklen und weitere Aspekte der Lieferfähigkeit?

Kontaktstrecke zum Kunden

Des Rätsels Lösung liegt in der sogenannten Kundenkontaktstrecke, die den Weg vom Erstkontakt (per Telefon) bis zum realisierten Umsatz aufzeigt und die man grafisch skizzieren kann: Wichtige Etappen sind Telefonate, interne Dokumentation, Info-Versand per E-Mail oder/und Post, Vor-Ort-Termine beim Kunden, Versand von Mustern, Angebotserstellung, technische Rückfragen usw.

Notieren Sie zu jedem Kundenkontakt die nötige Arbeitszeit und zusätzliche Kosten. Ein Beispiel: Von 100 geführten Anrufen fordern zehn Personen weitere Informationen an, drei wünschen einen persönlichen Termin, und ein Ansprechpartner fordert ein Angebot an. Aus all diesen Bemühungen entsteht ein Auftrag, der zu Umsatz führt. Anhand dieser Kriterien lässt sich relativ einfach abschätzen, wie viele Ressourcen insgesamt

Foto: Marius Graf/Fotolia.com

bereitgestellt werden müssen, um die erwarteten Aufträge abarbeiten zu können und die Neukunden nicht zu enttäuschen.

Konkurrenz beobachten

Da die neuen Kunden vermutlich bereits mit einem Ihrer Wettbewerber arbeiten, sollten Sie sich vorab über diese informieren. Studieren Sie deren Internet-Auftritt: Wo hat das Unternehmen Niederlassungen, sind Preislisten online hinterlegt, werden aktuell Vertriebsmitarbeiter gesucht, ist das Unternehmen auf Messen präsent? Die zentrale Frage lautet: Wie akquiriert der Wettbewerb in meiner Zielregion die Kunden, denen auch das eigene Interesse gilt? Gegebenenfalls erhalten Sie beim Bundesanzeiger (www.bundesanzeiger.de) Einsicht in Bilanzen oder Sie können eine Kreditauskunft anfordern.

Die sogenannte „Kaltakquise“ ist nach wie vor ein Schreckgespenst für viele Mitarbeiter im Vertrieb. Diesen Schrecken kann man erheblich mildern durch ein akquisefreundliches Umfeld (Licht, Pflanzen, Telefone zur professionellen Nutzung) und – noch viel wichtiger – eine fundierte Schulung. Soll diese intern stattfinden, machen Sie als Führungskraft vor, wie es geht! Die Schulung muss Ihnen und Ihren Mitarbeitern Sicherheit für die Telefonate geben.

Gesprächsleitfaden

Ein wichtiger Bestandteil ist die Erstellung eines Gesprächsleitfadens: Was genau wollen Sie am Telefon erreichen, was wollen Sie erfahren und welche Informationen können Sie im Gegenzug bieten? Eine einfache Möglichkeit sich selbst auszuprobieren, sind „Trockenübungen“ auf dem eigenen Anrufbeantworter, die Sie anschließend alleine oder im Team analysieren: Sind Sie klar zu verstehen? Klingt Ihre Stimme positiv? Würden Sie sich von diesem Anrufer angesprochen fühlen? Jede Führungskraft ist angehalten, selbst die ersten Erfahrungen am Telefon zu sammeln, um zu verstehen, wo mögliche Probleme auftreten. Das ist wichtig für die Weiterentwicklung Ihrer Strategie, aber auch der Grundstein für den späteren Austausch mit den eigenen Mitarbeitern.

Daten-Management

Denken Sie an ein effizientes Management der Daten, die bei der Telefonakquise zusammengetragen werden. Wo werden die gesammelten Adressen, E-Mails und zugehörigen Projektinformationen abgespeichert? Welche Software- und Datenbanklösung ermöglicht ein effizientes Arbeiten und den unkomplizierten Datenzugriff für alle Team-Mitglieder. Betriebe, die sich langfristig für den Direktvertrieb entscheiden, sollten eine Software für das Management von Kundenbeziehungen (CRM = Customer Relationship Management) implementieren, die es auch als Online-Lösung zu günstigen Mietpreisen gibt. Alternativen wie MS Outlook, Excel-Tabellen, selbst programmierte Software oder Papierablagen sind für die professionelle, langfristige Neukundengewinnung in der Regel unzureichend.

Noch ein Tipp: Teilen Sie das langfristige Ziel „neue Umsätze“ in erreichbare Meilensteine auf, um sich selbst und die Mitarbeiter zu motivieren. So ist etwa die Anforderung von Informationen, ein Terminwunsch oder eine Angebotsanfrage bereits als Erfolg auf dem spannenden Weg zum neuen Kunden zu werten. ■

Thomas Dillig ist Inhaber des Nürnberger Unternehmens Eco2Business, das auf den Vertrieb von Umwelt- und Energietechnik spezialisiert ist. (www.eco2business.com).

Einfach. Besser. Werben.
www.ideenmühle.com
Print & Web
Ideenmühle GmbH Orchideenstr. 47
90542 Eckental Telefon 09126-27 49 6-0

Unternehmen- oder Produktpräsentation
Wir setzen Sie im Video mit Text, Musik und Effekten wirksam in Szene. 4K, HD, DV für Website, Videoportale, Messen, Seminare, DVD etc.
HohDigitalVideo
Schlößleinsgasse 47, 90453 Nürnberg
hoh@nefkom.net 0911/8104436

IHR WEG IN WERBUNG UND MARKETING
Mit erfahrenen Praxisdozenten ist die BAW seit mehreren Jahrzehnten berufsbegleitend die führende Ausbildungsstätte für Marketing und Kommunikation in Nordbayern. **Neue Studienstarts:**
Kommunikationswirt (BAW)
Wochenendstudium 10.01.2014
Werbefachwirt (BAW)
Wochenendstudium 10.01.2014
BAW
Bayerische Akademie für Werbung und Marketing
Beuthener Straße 45
90471 Nürnberg
Telefon 0911 402171
baw.nuernberg@baw-online.de
www.baw-online.de

Foto: iStockphoto.com

BIG DATA

Große Nummer

Das Online-Verhalten kann heute in Echtzeit auf vielfältige Weise erfasst und analysiert werden. Diese Daten bieten den Werbetreibenden und den Agenturen eine immer bessere Grundlage, um Kampagnen exakt auf bestehende Kunden und potenzielle Interessenten zuzuschneiden. Von Jörg Meister

Wir kaufen im Internet, sammeln Bonuspunkte mit Kreditkarten und „liken" Marken auf Facebook: Unser Leben spielt sich in einer digitalisierten Welt ab, in der wir eine große Informationsspur hinterlassen. „Big Data" bezeichnet das Sammeln, Monitoren und Auswerten dieser Kundendaten. Für einige mag das nicht innovativ klingen, schließlich stützt sich die Marktforschung seit jeher auf Informationen, die über (potenzielle) Kunden gesammelt werden. Der Unterschied zur traditionellen Datenerfassung ist aber, dass heute die sogenannten „Account-basierte" Daten (Alter, Geschlecht, Wohnort etc.) mit den „Transaktionsdaten" (Umsatz und Costumer Journey) und den webbasierten Kommunikationsdaten (z.B. Facebook-Aktivitäten der Einzelnen) angereichert werden. So ergibt sich ein viel genaueres Bild – und dank digitaler Technik geschieht dies ohne lange Datenaufbereitung in Echtzeit. Jeder Klick kann registriert und direkt ausgewertet werden.

Big Brother oder Big Win?

Big Data bedeutet aber nicht, dass Unternehmen die Verbraucher ausspionieren, weil sie Böses im Schilde führen. Vielmehr ist ein scharfes Kundenprofil ein deutlicher Gewinn für den jeweiligen Verbraucher: Wenn ein Unternehmen weiß, was der Einzelne wann braucht, ist es möglich, zielgerichtete Maßnahmen zu starten, die den Angesprochenen Mehrwert bringen: Sie erhalten keine unerwünschte Werbeflut, sondern relevante Informationen, die exakt auf sie zugeschnitten sind.

Herausforderungen von Big Data

Die zunehmende Komplexität der Datenverarbeitung stellt die Unternehmen vor prozessuale und strukturelle Probleme, denn die stetig ansteigenden Datenmengen lassen sich mit den etablierten Systemen oft nicht mehr bewältigen. Deshalb stellt sich die Frage, wie sich die bereits etablierten IT-Strukturen im Betrieb für Big Data umwandeln lassen und wie Schnittstellenprobleme gelöst werden sollen. Entscheidend ist auch, wie man die

Erfolgsduo der Metropolregion!
26. Okt.-
3. Nov. 2013
Verbraucher-Messe für Bauen & Wohnen, Lifestyle & Wellness
Consumenta
Messe Nürnberg
www.consumenta.de
Freizeit
Messe Nürnberg
26. Febr.-2. März 2014
www.freizeitmesse-nuernberg.de
AFAG WIR MACHEN MESSEN
Ausführliche Information über Konzept und Angebotsgruppen: AFAG Messen und Ausstellungen GmbH, Messezentrum 1, 90471 Nürnberg, (0911) 9 88 33 - 0, (0911) 9 88 33 - 500, www.afag.de · info@afag.de

große Menge und Vielfalt der erfassten Daten gewinnbringend in die Unternehmensprozesse integriert. Wer Big Data sinnvoll anwenden will, muss deshalb immer drei wesentliche Entscheidungen treffen:

Relevante Ziele definieren: Viele Daten helfen nicht automatisch auch viel. Es müssen übergeordnete Fragestellungen und Ziele festgelegt werden, nach denen gehandelt, geforscht und gesammelt wird. Für jede neue Technologie (z.B. Social Networks oder mobile Werbeformen) müssen konkrete und überprüfbare Ziele erarbeitet werden, um die Daten erfolgreich auswerten zu können.

Messmethoden definieren: Sobald das Zielsystem steht, gilt es festzulegen, welche Kennzahlen für die Erreichung des Ziels relevant sind. Dabei ist zu beachten, dass in der digitalisierten Welt die Ziele einer gewissen Dynamik unterliegen und sich Jahr für Jahr ändern können. Dem müssen die Messmethoden entsprechend folgen.

Bereitstellen der Infrastruktur: Der Austausch von Daten über unterschiedliche Abteilungen ist ein Kernbestandteil von Big Data. Denn erst wenn alle Informationen zusammenfließen und alle darauf zugreifen können, entsteht der Wettbewerbsvorteil, der gewünscht wird.

Inzwischen arbeiten immer mehr Marketing-Verantwortliche und Agenturen nach dieser Methode. Denn die Werbetreibenden wollen immer genauer wissen, auf welchen Kanälen das jeweilige Budget optimal eingesetzt werden kann.

Ein Beispiel ist der Bereich Social Media, in dem das Angebot an neuen Plattformen beständig wächst. Dadurch stellt sich für Unternehmen, Werbetreibende und Marken die Frage nach dem Wert ihres Engagements bei Facebook, YouTube, Instagram, Xing, Foursquare, Twitter, Google+, Tumblr und all den anderen Medien, die noch entstehen werden. Mit Hilfe von Big Data und einem datengetriebenen Ideenbewertungssystem kann man fundierte Prognosen erstellen und gut analysieren, welcher Medienkanal mit welcher Idee die höchste Effizienz oder den höchsten Ertrag erzielt.

Mit den ständigen Veränderungen der sozialen Medien unterliegt auch Big Data einem permanenten Wandel, die Beschäftigung in den Betrieben mit diesem Thema wird zur Daueraufgabe. Aber je mehr Wissen über das Verhalten der Kunden angehäuft wird, desto besser werden die Prognosen über die Erfolgsaussichten von Kampagnen. Das Marketing kann noch gezielter handeln und die Budgets optimal einsetzen. ■

Jörg Meister ist zuständig für den Bereich „Digital" bei der Agentur Schultze. Walther. Zahel GmbH in Nürnberg (www.swz.de).

Foto: alphaspirit/Fotolia.com

MARKENFÜHRUNG IM INDUSTRIEMARKT

Alles greift ineinander

Marketing und Markenführung unterliegen im Industriemarkt den gleichen Regeln wie bei Konsumgütern. Mit gezielten Maßnahmen kann man das eigene Profil schärfen und sich langfristig vom Wettbewerb abheben. Von Bastian Kelz

Viele Unternehmen sind zunehmend getrieben von der Komplexität und Dynamik ihrer Märkte. Fragen, die langfristig erfolgskritisch sind, bleiben da oft unbeantwortet. Deshalb sollte eine langfristig ausgerichtete Unternehmensführung bei Unternehmen jeder Größenklasse immer parallel zum Tagesgeschäft stattfinden. Dafür bietet sich auch dem Management im Industriemarkt das Marketing an – vorausgesetzt, man erweitert die inzwischen veraltete Sichtweise der reinen Absatzwirtschaft auf eine kunden-

ANZEIGE

FAHNER GMBH

Digitaler Weißdruck für mehr Werbewirkung

Fahner bietet Kunden noch mehr technische Brillanz

Nürnberg. Wer seine Kunden in der Kommunikation noch überraschen und begeistern möchte, muss sich viel einfallen lassen. Doch oft wird die Kreativität durch das technisch Machbare gebremst. Damit gibt sich der Nürnberger Druckdienstleister Fahner nicht zufrieden. Die neue HP Indigo Digitaldruckmaschine wurde technisch so aufgerüstet, dass Fahner jetzt auch die ungewöhnlichsten Effekte realisieren kann. Durch den Druck mit weißer Farbe ergeben sich ganz neue Möglichkeiten, wie z.B. der Einsatz farbiger Papiere. Egal ob man silberne, goldene, schwarze, neonfarbene oder transparente Materialien bevorzugt, die Möglichkeiten durch die Nutzung des digitalen Weißdrucks sind nahezu grenzenlos – und geben den Designern mehr Freiraum für die kreative Entfaltung. Digitalen Weißdruck in HP Indigo-Qualität gibt es in der Metropolregion einzig bei Fahner.

Mehr Informationen:
Fahner GmbH, Kai Herrmann
0911 / 366 34 266, weissdrucken@fahner.de

WWW.FAHNER.DE

fahner

Fahner druckt auch Weiß

Neu: Digitale HP Indigo-Effekte – einzigartig in der Metropolregion

weissdrucken@fahner.de | 0911-366 46 266 | www.fahner.de

orientierte, ganzheitliche Art der Unternehmensführung, in die alle Geschäftsbereiche eingebunden werden. Dann ist modernes Marketing ein zuverlässig funktionierendes Management-Werkzeug. Dieses Werkzeug gilt es – über eine aktive Markenführung – möglichst wirkungsvoll im Unternehmen zu installieren.

Markenführung ist in Business-to-Business-Märkten demzufolge genauso relevant wie in Konsumgütermärkten, auch die Art und Weise, wie die Marke wahrgenommen wird, unterscheidet sich nicht. Im deutschen Industriemarkt ist die häufigste Variante eine alleinige Unternehmensmarke – der Name des Unternehmens soll also für sich sprechen. Natürlich umfasst die Unternehmensmarke nicht nur das bloße Logo oder den Schriftzug, sondern sie steht im Idealfall als Inbegriff für besondere Eigenschaften oder Leistungen. Sie drückt in Kurzform aus, wofür die Produkte und das gesamte Unternehmen stehen und inwiefern sie sich von Wettbewerbern abheben.

Gerade wenn nur eine Unternehmensmarke existiert, ist eine ganzheitliche Markenführung besonders wichtig, d.h. alle Unternehmensbereiche und alle Stakeholder müssen einbezogen sowie alle Maßnahmen exakt aufeinander abgestimmt werden. Diese Aufgabe macht es unumgänglich, dass aktive Markenführung zur Chefsache wird. Schon allein, weil die eigene Marke das Einzige ist, was einem Unternehmen auf Dauer exklusiv zur Verfügung steht, während Produkte und Dienstleistungen nachgeahmt werden können. Deshalb ist es so bedeutsam, die teilweise über Generationen vorhandene Marke aktiv zu bewahren und zu pflegen.

So funktioniert Markenführung

Bei der ganzheitlichen Markenführung gehen – gleichsam wie bei einem rollierenden System – regelmäßige Zustandsmessung, strategische Anpassung und konkrete Umsetzung Hand in Hand. Die strategiekonforme Umsetzung der einzelnen Maßnahmen muss zwei Anforderungen erfüllen: Zum einen muss bei allen Kontakten mit den Zielgruppen durchgängig kommuniziert werden, welchen Nutzen die Marke verspricht. Zum anderen muss dafür Sorge getragen werden, dass dieses Versprechen sowohl durch ein entsprechendes Verhalten aller beteiligten Personen als auch durch die gelieferte Leistung tatsächlich eingehalten wird.

Nutzen aktiver Markenführung

Wenn die ganzheitliche Markenführung konsequent durchgehalten wird, verspricht dies einen vielfältigen Nutzen für das Unternehmen. Im Idealfall wird erreicht, dass das Unternehmen widerspruchsfrei wahrgenommen wird. Das fördert Sympathie und Vertrauen und bindet Mitarbeiter und Kunden. Zudem wirkt Markenführung positiv auf die Innovationsfähigkeit. Beides macht das Unternehmen attraktiver für Neukunden, Geschäftspartner, Investoren und potenzielle Mitarbeiter. Die aktive Steuerung trägt dazu bei, dass Ressourcen gezielt eingesetzt und Kosten eingespart werden. All dies führt dazu, langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, und wirkt sich messbar positiv auf Umsatz, Ertrag und Unternehmenswert aus.

„Leitplanken“ für das Tagesgeschäft

Sinnvoll ist eine aktive, ganzheitliche Markenführung in jeder Unternehmenssituation. Bei wirtschaftlich erfolgreichen Unternehmen führt aktive Markenführung dazu, diesen Zustand langfristig zu sichern, indem aktuelle Erfolgsfaktoren analysiert und ausgebaut werden. In krisenbehafteten Unternehmen hilft eine ganzheitliche Betrachtung dem Management, die tatsächlichen Stärken herauszuarbeiten. Bei alledem fungiert eine ganzheitliche Markenführung jedoch nie als starres Konstrukt, sondern vielmehr als „Leitplanken“, innerhalb derer sich die Mitarbeiter und externe Spezialisten im Tagesgeschäft frei bewegen können.

Wenn der deutsche Industriemarkt die ganzheitliche Markenführung nutzt, eröffnet sich ein großes Potenzial, um langfristig im internationalen Wettbewerb bestehen und anstehende Probleme wie den Fachkräftemangel erfolgreich gestalten zu können. Es ist daher höchste Zeit zu handeln, bestenfalls vor dem Wettbewerb. ■

Bastian Kelz ist Geschäftsführender Gesellschafter von Simatura – Manufaktur für ganzheitliche Markenführung mit Sitz in Nürnberg (bastian.kelz@simatura.com, www.simatura.com).

INSTRUMENTE MARKENFÜHRUNG

Wie erfolgreich ist meine Markenpolitik? Diese Frage stellen sich viele Unternehmen. Zur Beantwortung dieser Frage haben Prof. Dr. Ralph Blum von der Technischen Hochschule Nürnberg und Bastian Kelz, Inhaber von Simatura – Manufaktur für ganzheitliche Markenführung mit Sitz in Nürnberg, das Messwerkzeug HBMI entwickelt, mit dem sich der aktuelle Zustand der Markenführung analysieren lässt. Speziell für Betriebe aus den Bereichen Industriegüter und Business-to-Business-Dienstleistungen wird der „HBMI Impulstest Markenführung“ kostenfrei angeboten. Das Ergebnis gibt nicht nur Hinweise auf den Status quo der Marken- und Unternehmensführung, sondern auch auf Potenziale zur Verbesserung der Unternehmensleistung. ■

WWW.SIMATURA.COM

BLOGS 2.0

Gut geschrieben

Vor mehr als zehn Jahren markierten Blogs den Beginn der Web 2.0-Bewegung. Heute erleben die Social-Media-Urgesteine eine Renaissance. Sie eröffnen dem Mittelstand Chancen, die ein Engagement bei Facebook und Co. nicht bietet. Von Prof. Dr. Markus Nickl

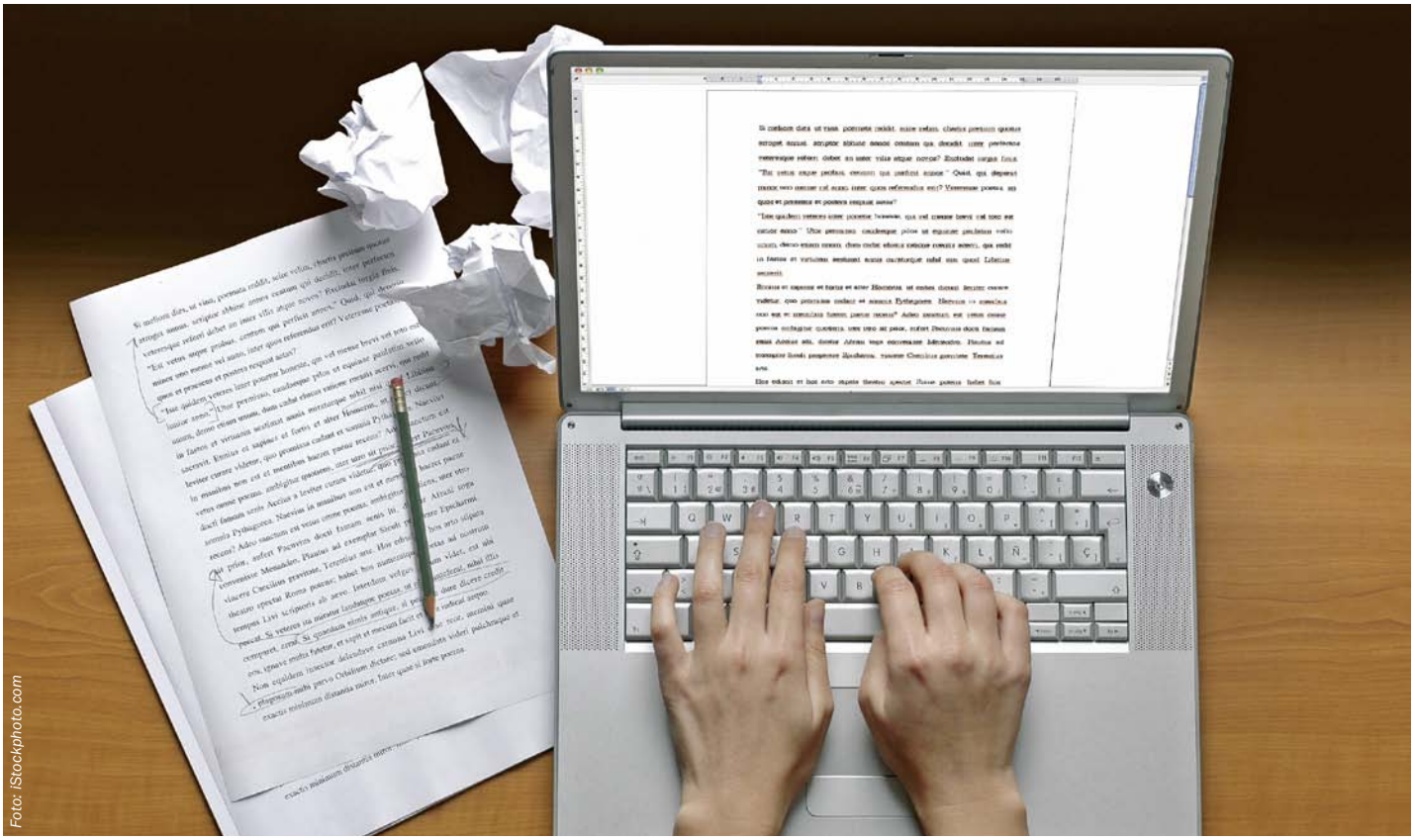


Foto: iStockphoto.com

Tatsächlich lohnt es sich heute mehr denn je, einen Blog zu starten. Früher eine Spielwiese für Internet-Enthusiasten, ist der Blog heute etabliertes Medium in nahezu jeder Zielgruppe. Blogs sind dabei mehr als ein weiterer Kommunikationskanal: Sie verzahnen Marketing-Kommunikation, Public Relations (PR) und Social Media und sie gewinnen durch soziale Netzwerke zusätzlich an Reichweite. Kurzum: Nie konnte man mit Blogs mehr Leser erreichen.

Was Blogs leisten können

Richtig eingesetzt, schaffen Blogs Bekanntheit und sichern Ihrem Unternehmen mehr Aufmerksamkeit. Sie sind eine hervorragende Plattform, um die Kompetenz und Expertise der Mitarbeiter unter Beweis zu stellen, und eignen sich damit besonders gut für Unternehmen, in denen die B2B-Kommunikation (also die Kommunikation mit Unternehmenskunden) hohen Stellenwert genießt. Dabei erzählen sie im Gegensatz zu klassischer Werbung authentisch, glaubwürdig und kompetent vom Unternehmen, was den Blog zu einem attraktiven Instrument für die Personal- und Kundenakquise macht. Und: Der regelmäßige Charakter des Bloggens stärkt die Kundenbindung und die Vernetzung innerhalb der Branche.

Hinzu kommt, dass nahezu alle Suchmaschinen auf Blogs besonders stark ansprechen. Sie listen sie in den Ergebnisseiten im Allgemeinen weit oben und helfen damit auch den Zugriffszahlen der Unternehmens-Website oder des Online-Shops. Verlinkt man den Blog zusätzlich mit der Webpräsenz und den Social Media-Seiten, verbessern diese sogenannten Backlinks zusätzlich das Suchmaschinenranking aller Auftritte.

Keine Angst vorm weißen Blatt

Diesen vielen Vorteilen steht gerade im Mittelstand oft die Befürchtung entgegen, es fehle im Unternehmen an Themen für einen regelmäßigen Blog. Über was also schreiben? Wer sich im Vorfeld ein paar Gedanken macht, findet leicht eine Antwort darauf. Zentral ist: Bieten Sie Ihren Lesern einen Mehrwert. Einen Blog zu lesen, bedeutet immer auch einen gewissen Aufwand – entschädigen Sie Ihre Leser mit Inhalten, die sie an anderer Stelle so nicht bekommen. Der Mehrwert kann in der Darstellung liegen (etwa eine branchenrelevante Infografik), er kann sich in der Einzigartigkeit der Informationen zeigen (zum Beispiel neueste Branchen-Nachrichten, Forschungsreports oder Tipps und Tricks) oder auch nur darin, dass Leser interessante Links erhalten.

Bei der Themenfindung haben sich Methoden aus dem Redaktionsalltag bewährt:

- Stellen Sie am Anfang des Jahres einen Redaktionsplan auf, sodass Sie Termine des Unternehmens (z.B. Tag der offenen Tür, Produktvorstellungen) oder Branchenereignisse wie Messen im Blick behalten und rechtzeitig darüber bloggen können.
- Fragen Sie mit Hilfe von Checklisten firmenintern aktuelle Themen ab – von Produktnews bis zu Veranstaltungen.
- Beziehen Sie Ihre internen und externen Kontakte in die Suche ein: Was gibt es Neu-

IN FÜNF SCHRITTEN ZUM BLOG

1. Zielgruppe bestimmen: Legen Sie fest, an wen sich Ihr Blog richtet. So können Sie viele redaktionelle Entscheidungen leichter fällen.
2. Verantwortlichkeit klären: Wer wird zum Blog-Autor? Kandidaten sind unter anderem Geschäftsleitung, Vertrieb, Marketing, Support oder Technische Redaktion. An einem Blog können auch mehrere Autoren schreiben, so vergrößert sich das Themenspektrum.
3. Frequenz festlegen: Blogs brauchen regelmäßigen Nachschub an Inhalt. Legen Sie gerade am Anfang kein zu hohes Tempo vor, sondern achten Sie auf Regelmäßigkeit.
4. Technik aufsetzen: Eine geeignete Blog-Software ist dank großer Auswahl leicht gefunden und vom Webmaster schnell installiert. Eine Integration in die eigene Unternehmens-Website – etwa eine Blog-Vorschau gleich auf der Startseite – bringt mehr Leben in die Web-Präsenz.
5. Leserschaft gewinnen: Nutzen Sie alle Ihnen zur Verfügung stehenden Kanäle, um den Blog bekannt zu machen – etwa durch Hinweise auf der Website sowie in Newsletter, Mailings, Broschüren oder E-Mail-Signatur. Teilen Sie jeden neuen Eintrag in Ihren sozialen Netzwerken. Die beste Leserwerbung sind gute Artikel, denn sie werden weiterempfohlen und bringen neue Leser auf den Blog. ■

es bei Kollegen, Lieferanten, Kunden oder weiteren Partnern, etwa aus Forschung und Wissenschaft?

- Nutzen Sie den Blog zur Zweitverwertung von Inhalten: Fallstudien, Presseartikel oder Marketing-Aktionen können angekündigt und verlinkt werden.
- Helfen Sie Ihren Lesern durch den Arbeitsalltag: Projekt- und Zeitmanagement, Präsentationen, Meetings, die liebe Technik usw. Ihre Leser stehen alltäglich vor ganz ähnlichen Herausforderungen wie Sie. Verraten Sie Ihre Tipps oder geben Sie nützliche Informationen und Netzfundstücke im Blog weiter.

Ansprechend schreiben

Bloggen lebt von Regelmäßigkeit, es soll keine lästige Pflicht sein, sondern Spaß machen. Ein gewisses schreiberisches Interesse sollten angehende Blogger deswegen mitbringen. Einige Tipps zur sprachlichen Gestaltung: Legen Sie fest, ob Sie Ihre Leser duzen oder siezen, wobei auch hier die Zielgruppe ausschlaggebend ist. Generell gilt: Sprechen Sie Ihre Leser direkt an, werden Sie persönlich und drehen Sie sich thematisch nicht zu sehr um sich selbst. Der Blog lebt von Authentizität, Verkaufsrhetorik und Marketing-Sprech sind deshalb fehl am Platz. Auch Fachausdrücke sollten draußen bleiben, selbst wenn die Zielgruppe Fachleute sind. Schreiben Sie in einer einfachen, alltäglichen Sprache. Ihre Leser werden es Ihnen danken.

Und vor allem: Schreiben Sie abwechslungsreich, indem Sie unterschiedliche Formate nutzen. Neben klassischen Sachbeiträgen sind Interviews und Rezensionen in Blogs gern gesehen. Ebenfalls beliebt sind Listenbeiträge (z.B. „Zehn Tipps für einen guten Blogbeitrag“), die kurz gefasstes, schnelles Überblickswissen versprechen. Vergessen Sie nicht, zu Ihrem Beitrag ein Bild auszuwählen: Das motiviert zum Lesen.

Den Lesern den Ball zuspielen

Wie bei einer Nachrichtenmeldung gehören auch bei Blog-Beiträgen wesentliche Infos an den Anfang. In Suchmaschinen oder in der Vorschaudarstellung sind nur die ersten Sätze und die Überschrift zu sehen, deren Aufgabe es ist, zum Anklicken und Weiterlesen zu animieren. Als Länge der Beiträge haben sich etwa 500 Wörter bewährt, was aber nur als Richtwert zu sehen ist. Je nach Inhalt haben auch Beiträge von 30 bis 3 000 Wörtern ihre Berechtigung. Am Schluss des Beitrags wenden Sie sich mit einem „Call for Action“ noch einmal direkt an Ihre Leser. So bringen Sie Ihre Leser dazu, einen Kommentar zu schreiben, den Artikel weiter zu empfehlen oder die Unternehmens-Website zu besuchen.

Mit Blogs erreichen Sie Ihre Leser auf direkterem Wege als in vielen anderen Medien. Gerade im Mittelstand ist der Blog damit ein attraktives Werkzeug, um Kontakte und Partnerschaften zu pflegen, Kundenbeziehungen zu vertiefen und über Empfehlungen und Links die eigene Sachkompetenz in neue Gefilde zu tragen. Mit einem schlüssigen Konzept und einem Quäntchen Sendungsbewusstsein des Autors steht dem eigenen Einstieg in die Bloggosphäre nichts mehr entgegen. ■

Prof. Dr. Markus Nickl ist Geschäftsführer des Sprachberatungsunternehmens Doctima GmbH in Fürth und bloggt regelmäßig unter blog.doctima.de.

ONLINE-ANZEIGEN

Impressum erforderlich

Betreiber einer Online-Plattform müssen Sorge dafür tragen, dass die dort inserierenden Unternehmen in ihren Verkaufsanzeigen ihrer Impressumspflicht nachkommen. Auf diese Entscheidung des Oberlandesgerichts Düsseldorf vom 18. Juni 2013 (Aktenzeichen i-20 U 145/12) weist die u.a. im Wettbewerbsrecht tätige Nürnberger Anwaltskanzlei Dr. Scholz & Weispfenning hin.

Ein Unternehmen hatte über eine Online-Handelsplattform gebrauchte Baumaschinen und Ersatzteile vertrieben und war seiner Impressumspflicht nicht nachgekommen. Ein

Foto: fotogestoeber/Fotolia.com

Wettbewerber dieses Unternehmens klagte daraufhin gegen den Plattformbetreiber auf Unterlassung. Nach Ansicht des Oberlandesgerichts Düsseldorf muss der Betreiber der Plattform seine Angebotsmaske so anpassen, dass im Einzelnen eine genaue Bezeichnung der gesetzmäßigen Firmierung, die maßgeblichen Angaben zum Handelsregister des inserierenden Unternehmens etc. abgefragt würden.

Diese Gerichtsentscheidung bezieht sich zwar auf den Betreiber der Online-Plattform, aber es wurde auch klar gestellt, dass bloße Inserenten von Werbeanzeigen auf einem Online-Portal impressumspflichtig sind, wenn sie geschäftsmäßig handeln. Demnach ist es für Inserenten auf Internet-Plattformen wichtig, die üblichen Impressumsangaben (genaue Bezeichnung der gesetzmäßigen Firmierung und die übrigen nach dem Telemediengesetz geforderten Angaben) in der Verkaufsanzeige anzugeben, um Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden. ■

Foto: K.-U. Häßler/Fotolia.com

DIALOG-MARKETING IN DER FINANZWIRTSCHAFT

Leistungen transparent machen

Banken und Versicherungen setzen beim Vertrieb oft zu einseitig auf Social Media. Dabei bieten Geschäftsbriefe und andere klassische Kundenkontakte häufig ungenutzte Chancen, um einen Verkaufsdialog anzustoßen. Von Bernd Lindner, Elmar Herp und Christoph Naucke

Die bestehenden Kunden stellen das vielversprechendste Potenzial für das Neugeschäft dar, so die Erkenntnis in der Finanzwirtschaft. Folgerichtig wird in Kundenbindungsmaßnahmen aller Art investiert, in Marketing- und Sponsorship-Modelle, Social-Media-Auftritte, Werbegeschenke, Veranstaltungen etc. In der Summe wenden die betreffenden Unternehmen häufig substanzielle Beträge auf, über die sie sich manchmal nicht einmal in voller Höhe bewusst sind. Denn das Geld „versteckt" sich in vielen unterschiedlichen Kostenstellen.

Kundenbindungsmaßnahmen sollten – wie jede andere Unternehmensaktivität auch – vom Ziel her gedacht werden und an ihrer Zielerreichung gemessen werden. Wenn bei dieser Bewertung das Cross-Selling (Vertrieb von sich ergänzenden Produkten) an der Reihe ist, macht sich bei den Anbietern von Finanzdienstleistungen häufig Unzufriedenheit breit. Zu hoch der Aufwand, zu schwach die damit erreichte Marktdurchdringung, also das Kaufverhalten pro Kunde. Das Unbehagen ist berechtigt, wie eine Studie der Universität Regensburg belegt: Versicherer haben nachweislich ein Defizit im Cross-Selling. Der durchschnittliche Privatkunde hätte theoretisch ein Potenzial für sieben Produkte. Die Durchdringung des einzelnen Versicherers liegt jedoch im deutschen Marktdurchschnitt gerade einmal bei 2,3 Produkten pro Kunde.

Oft gelten Direktvertriebsmodelle als probate Lösungsstrategie für dieses Defizit beim Cross-Selling. Laut der GfK-Studie „Finanzvertrieb 2020" vom Juni 2013 sind 85 Prozent der Vertriebsmitarbeiter von Banken und Versicherungen davon überzeugt, dass sich der Verkauf von Finanzdienstleistungen in den nächsten Jahren grundlegend ändern wird. In der Meldung dazu heißt es, dass nach dieser Erwartung einfache Standardprodukte sehr viel stärker über das Internet (und damit im Direkt-Marketing) vertrieben werden. Die Bedeutung des Internets werde demnach generell zunehmen, auch wenn dieser Vertriebskanal den stationären Vertrieb letztlich nur ergänzen kann. Wenn man jedoch auf den Boden der Realität zurückkehrt, wird deutlich: Darin steckt noch eine große Portion Wunschdenken. Der Branchenverband der Versicherungen GDV weist in seinen letzten Zahlen einen weiterhin sehr geringen Anteil für den Direktvertrieb aus. Er liegt je nach Segment zwischen 2,3 und 6,9 Prozent.

Geschäftskorrespondenz vertrieblich nutzen

Für diese niedrigen Zahlen gibt es vermutlich mehrere Ursachen. Eine davon ist alt bekannt, in vielen Betrieben historisch gewachsen und wirkt nach wie vor lähmend: Kundenkontakte, die aus dem laufenden Betrieb heraus entstehen, liegen oft in der „Hoheit" der jeweiligen Fachabteilung. Die Wertpapierabrechnung wird von der intern verantwortlichen Stelle produziert und versendet. Die telefonische Schadensmeldung wird von der Abteilung „Schadenregulierung" aufgenommen und dort auch gleich erledigt. Im besten Fall ist der Regulierungsbrief, den der Kunde erhält, kundenfreundlich formuliert. Eine vertriebliche Nutzung bleibt jedoch aus.

Den Verantwortlichen fällt es schwer, Kundenkorrespondenz, ganz besonders wenn es um gesetzlich reglementierte Inhalte geht, trotzdem auch als „Kontaktpunkte" im vertrieblichen Sinne zu sehen. Dabei ist die emotionale Affinität des Kunden vermutlich zu keinem Zeitpunkt höher. Wer hier erfolgreicher sein will als seine Wettbewerber, muss lernen, umzudenken und Rücksichten auf interne „Fürstentümer" und Bereichshoheiten beiseite räumen.

Social Media kein Allheilmittel

Eine zweite Ursache für das Problem ist sehr viel neuer: Die einseitige Fixierung auf alles, was unter dem Titel „neue Medien" läuft. Natürlich: Das Internet ist nicht mehr wegzudenken. Bloß: Der Facebook-Auftritt, der mit aller Gewalt umgesetzt wird, obwohl alle anderen Kundenkommunikationsprozesse noch ablaufen wie in den 80er Jahren, löst

kein Cross-Selling-Problem. Und wenn noch so oft behauptet wird „Print ist tot“: Dies ist ein verbreiteter, aber fataler Irrtum.

Die Gegenbeweise kommen ausgerechnet von den prominenten Playern der Internet-Wirtschaft: Amazon, Payback und Jako-O sind nicht die eindimensionalen „Internet-Geschäftsmodelle“, als die sie oft wahrgenommen werden. Sie sind vielmehr äußerst clevere Geschäftsmodelle, die das Dialog-Marketing durchgängig cross-medial mit Online- und Offline-Elementen umsetzen und vor allem wegen der durchgängigen Planung und Nutzung aller Kundenkontakte so erfolgreich sind. Diese „neuen Distanzhändler“ unterscheiden sich nicht dadurch von den „alten“, dass sie auf Facebook aktiv sind. Sondern vor allem deshalb, weil sie insgesamt die zeitgemäßeren Systeme und Konzepte für das Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management CRM) haben.

Botschaften, Inhalte, Visualisierung, Sprache und Timing: Erfolgreiche Kampagnen nutzen diese und viele weitere Parameter in enger Verzahnung. Oft dienen Printwege wie z.B. Mailings oder Zahlungsvorgänge als Initialanstoß, möglichst mit hoher Individualisierung (z.B. nach den bekannten Vorlieben und Kaufmustern des Kunden). Mit der personalisierten Landing Page setzt sich ein solches Konzept häufig fort. Die Sites, die über QR-Codes erreicht werden, sind optimiert für die Darstellung auf Smartphone und Tablet – denn mit diesen Geräten wird schließlich der QR-Code eingescannt. Anlass, Zeitpunkt und Medien-Mix sind optimal auf den Zielkunden ausgerichtet. Das Merkmal, in dem sich diese Internet-Erfolgsgeschichten von anderen Geschäftsmodellen wesentlich unterscheiden, ist nicht allein der Faktor „Internet“, sondern vielmehr ihr Dialogkonzept insgesamt.

Deshalb ist es für Finanzdienstleister, die ihre Kundendurchdringung und damit ihr Cross-Selling ausbauen wollen, empfehlenswert, solche umfassenden Kommunikationsmodelle in Gänze zu analysieren und sich dabei nicht von einzelnen, besonders schillernden Maßnahmen ablenken zu lassen. Bevor sich allerdings alle Leser aus anderen Branchen zurücklehnen: Gerade das Problem der abgeschotteten, vertrieblich ungenutzten Kundenkontakte kann man quer durch alle Branchen immer wieder beobachten, ob Einzelhandel, Industrie, Telekommunikation oder Kraftfahrzeugbranche. Um es mit der Basketball-Legende Jason Kidd zu sagen: „There is always room for improvement.“ ■

Bernd Lindner, Elmar Herp und Christoph Naucke sind Inhaber von drei Agenturen aus der Region Nürnberg, die sich zur Agenturgruppe Brainworker Creative Group zusammengeschlossen haben (www.brainworker-group.de).

CONTENT-MARKETING

Wertvoller Inhalt

Seit einiger Zeit gibt es eine neue Spielart auf der Klaviatur der Kundenkommunikation: Das Content-Marketing bietet Unternehmen eine innovative Möglichkeit, bestehende Kunden und neue Zielgruppen mit wertvollen Inhalten zu begeistern und Markentreue zu schaffen. Von Klaus Schardt

Foto: Pixel & Création/Fotolia.com

Das bekannte schwedische Möbelhaus hat es vorgemacht: Dank „Ikea live" können Neugierige in fremde Wohnwelten eintauchen. Was sonst nur teure Hochglanz-Magazine und Einrichtungszeitschriften bieten, gibt es auf diesem Portal kostenlos. Neben qualitativ hochwertigen Fotos und Gestaltungstipps lässt der Möbelhersteller Menschen aus aller Welt zu Wort kommen und wirft exklusiv einen Blick in die Wohnungen anderer. Wie renoviere ich ein altes Haus stilvoll und erhalte den rustikalen Charme? Bei Hans und Karen in ihrem Haus im französischen Hinterland kann man sich hierzu Inspiration holen. Zusätzliche Inhalte, die von Nutzern zum Thema beigesteuert werden (sogenannter User Generated Content), geben dem Leser zudem echten Mehrwert. Der schwedische Inneneinrichter stärkt damit nicht nur sein Image, sondern auch die Kundenbindung.

Das Kerngeschäft von Ikea findet in den gelb-blauen Einrichtungshäusern statt – den Kundenkontakt vertieft das Unternehmen zusätzlich auf anderen multimedialen Kanälen: Ikea live, die Facebook-Seite und der YouTube-Kanal sind nur drei von vielen Beispiele. Die Inhalte sind dabei mit den Produkten des Unternehmens so eng verzahnt, dass die Grenze zwischen Produktmarketing und Öffentlichkeitsarbeit verschwimmt. Der Musterschüler im Fach Content-Marketing hat die Aufgabe richtig verstanden – eine zielgruppenspezifische Ansprache via Online- und Offline-Medien durch qualitativ hochwertige und kreative Inhalte zu schaffen, ohne direkt zum Kauf von Produkten und Services aufzufordern. Content-Marketing grenzt sich somit klar von traditionellem Marketing und Werbung ab. Hier geht es nicht darum, Produkte schnellstmöglich zu verkaufen. Ziel ist es vielmehr, die Kundenloyalität zu stärken, den

SO GEHT CONTENT-MARKETING

1. Themen und Inhalte finden: Wofür steht mein Unternehmen? Diese Frage bildet die Grundlage einer Content-Marketing-Kampagne. Daraus werden Themen abgeleitet, die der Zielgruppe Mehrwert bieten und gleichzeitig die Unternehmensphilosophie transportieren. Stehen die passenden Inhalte fest, kann ein detaillierter Zeit- und Maßnahmenplan erstellt werden.

2. Wie und wo Content veröffentlichen? Nicht nur auf den Inhalt kommt es an, auch die Darstellungsform ist entscheidend. Journalistische Texte, Bilder, Videos, Podcasts, Infografiken, Webinare, Fallstudien oder Präsentationen, die über Portale wie Slideshare geteilt werden, stehen zur Auswahl. Online-Kanäle wie die eigene Unternehmens-Website, Blogs, diverse Social-Media-Plattformen, E-Books, Apps und Microsites werden dabei am häufigsten eingesetzt. Aber auch Printprodukte wie Magazine, Flyer und Zeitschriften sowie Events können Themen transportieren.

3. Erfolg durch Resonanzanalyse überprüfen: Wie erfolgreich die eigene Content-Marketing-Kampagne ist, lässt sich mit Hilfe von unterschiedlichen Kennzahlen darstellen. Gerade die Online-Kanäle bieten vielfältige Möglichkeiten, um den Erfolg der Aktivitäten quantitativ zu messen. So können die Anzahl der Page Impressions, „Likes", „Shares", Kommentare oder Retweets auf Twitter Aufschluss über die Reichweite und das Engagement der Nutzer geben. ■

Leser weiterzubilden und die Inhalte so attraktiv zu gestalten, dass der Nutzer sie gerne weiterempfiehlt und verbreitet.

Mehr als Werbung

Riesengroße Plakatwände an den Straßenecken, minutenlange Werbeblöcke in Fernsehen und Radio und blinkende Werbebanner im Internet – die alltägliche Reizüberflutung löst bei immer mehr Menschen Ablehnung gegenüber den ausgesendeten Botschaften aus. So werden im Internet zum Beispiel nur rund 0,1 Prozent aller Werbebanner überhaupt angeklickt (Quelle: Marketingcharts). Der Konsument ist mündig geworden in den letzten Jahren und damit auch weit weniger empfänglich für blumige oder krawallige Werbeversprechen. Was er jedoch nach wie vor unvermindert sucht, sind hilfreiches Wissen und ehrliche Informationen. Verpackt man das in anschauliche Info-Grafiken, emotionale Bilder oder unterhaltende Videos, trifft das den Nerv der Zeit und die Aufmerksamkeit der Zielgruppe. Wenn ein Unternehmen diese unterschiedlichen Formate geschickt einsetzt und nutzt, egal ob online oder offline, so strahlt der Effekt der Content-Marketing-Kampagne auf das ganze Unternehmen und die Marke aus.

Gute Geschichten und Social Media

Inhalte sind wichtig – das besagt schon die altbekannte, aber immer noch gültige Formel „Content is King“. Nur wie erreichen die Themen ihr Ziel? Eine genaue Analyse der Zielgruppe, ihrer Interessen und genutzten Medien ist Basis jeder Content-Marketing-Kampagne. Facebook ist dabei ein beliebtes Verbreitungsmedium, denn dort lassen sich schnell und unkompliziert Texte, Bilder und Videos publizieren. So entsteht eine kommunikative Schaltzentrale, die klassische Kanäle wie die Unternehmens-Website oder das Kundenmagazin mit modernen Plattformen wie Instagram oder Tumblr vernetzt. Der Aufbau einer Social-Media-Infrastruktur kann also als Grundlage für eine erfolgreiche Content-Marketing-Kampagne dienen.
Wie man diese Kanäle dann erfolgreich einsetzt, zeigt die Telekom: Das Unternehmen nutzt Facebook, Twitter und YouTube als Plattform, um die Inhalte seines E-Journals zu pushen. Das vierteljährlich erscheinende Telekom-Life-Magazin hat es über die starke Präsenz im Web 2.0 geschafft, als lesenswertes Online-Magazin in der Medienlandschaft wahrgenommen zu werden. Als Geschichtenerzähler mit Themen aus den Bereichen Stars, Lifestyle, Innovation, Musik, Freizeit und Genießen deckt das E-Journal die klassischen Bereiche einer Publikumszeitschrift ab. Die Marke Telekom übernimmt Aufgaben eines klassischen Verlags und wird dabei in letzter Konsequenz selbst zum Medium.

Ikea und Telekom sind nur zwei Unternehmen von vielen, die bereits erfolgreich Content-Marketing-Kampagnen gestartet haben. Immer mehr Unternehmen erkennen die Vorteile der noch recht jungen Marketing-Disziplin und bauen die eigenen Aktivitäten in diesem Bereich schrittweise aus. Das belegt auch die Studie von Facit Research vom Mai 2013: Mehr als 90 Prozent der 60 befragten Marketing-Experten aus unterschiedlichen Unternehmen sind der Meinung, dass Content-Marketing in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird. 64 Prozent planen, hierfür ein Extra-Budget frei zu machen. ■

Klaus Schardt ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur Kontext Public Relations GmbH in Fürth (www.kontext.com).

KONGRESS

Gewinnen von Neukunden

Die Wissenschaftliche Gesellschaft für Innovatives Marketing e.V. (WiGIM), die an der Universität Erlangen-Nürnberg angesiedelt ist, veranstaltet am Donnerstag, 24. Oktober 2013 den „2. Deutschen Marketing-Innovations-Tag“ (9 bis ca. 18 Uhr, im „Marmorsaal“, Gewerbemuseumsplatz 2, Nürnberg). Der Kongress mit dem Titel „Innovative Ansätze und Methoden der Neukundengewinnung“ beschäftigt sich u.a. mit diesen Themen: Wissenschaftliche Ansätze der Kundengewinnung, Gewinnung von Key Accounts, Einsatz von Suchmaschinen, Kundenempfehlungsprogramme, haptische Effekte am Verkaufsort sowie Messen für die Kundengewinnung. ■

Online-Anmeldung: www.deumit.de

ANZEIGE

Suchmaschinenoptimierung

Sparingspartner für Online-Strategien

Wer begleitet uns beim Aufbau unseres Online-Vertriebskanals? Wer hilft uns bei der Entscheidung für das richtige Shop-System? Wie erreichen wir mehr Reichweite bei Google, um in unserem Markt erfolgreich zu sein?

Oft wird viel versprochen, aber wenig gehalten, wenn es um die Reichweitenerhöhung von Online-Shops oder um verbesserte Positionen bei Google geht. Meist fehlt es den Konzepten an Grundlegendem.

„Ich verspreche Unternehmen keine leeren ‚Keyword-Hülsen’ als Allheilmittel zur Suchmaschinenoptimierung. Vielmehr bietet unser Team ganzheitliche SEO-Strategien, die auf den jeweiligen Markt, den Wettbewerb und das Themenumfeld abgestimmt sind“, so Ralph Bielenberg, Experte für SEO und Online-Marketing.

Für erfolgreiche Positionierungen gilt: Die Strategie sollte aus der Nische heraus entwickelt und so das Geschäftsmodell online „step by step“ aufgebaut werden. Websites, Online-Shops und Inhalte müssen nach Bedürfnissen und Suchverhalten der Zielgruppen konzipiert sein, um Suchmaschinen-Treffer sowie Kundenerwartungen zu erfüllen und geplante Vertriebsziele zu erreichen.

„Gerne zeige ich Ihnen, wie aktuelle Trends der Online-Kommunikation zusammen mit einem 360°-Konzept Ihre Google-Präsenz und Ihr Online-Geschäft nachhaltig ganz nach vorne bringen.“

Weitere Informationen: Ralph Bielenberg
Telefon: 0911/ 937 866 0
E-Mail: ralph@bielenberg.biz

Ich bringe Sie bei Google ganz nach vorne!

Ralph Bielenberg // Telefon: 0911/ 937 866 0

Foto: kromkrathog/Fotolia.com

APPS

Nicht um jeden Preis

Viele Unternehmen wollen eine, aber nicht jedes Unternehmen braucht eine: Warum Apps nicht zwangsläufig eine sinnvolle Investition sind. Von Constantin Alecu

Das Smartphone ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Hohe Download-Zahlen, Smartphone-Verkäufe und Nutzungszeiten sollen untermauern, dass auf der Couch, in Bars oder im Supermarkt Apps als Kommunikationskanal zum Kunden unersetzlich werden. Das führt häufig dazu, dass Unternehmen das tun, was sie denken, tun zu müssen: Sie sehen eine eigene mobile App als ein „Must-Have" für ihren weiteren wirtschaftlichen Erfolg. Doch ganz so einfach ist es nicht. In den meisten Fällen kann das Geld für ihre Entwicklung, Vermarktung und Pflege an anderer Stelle besser eingesetzt werden.

Fehlender Mehrwert

Denn sogenannte native Apps – also solche, die speziell für das Betriebssystem eines Smartphones entwickelt wurden und installiert werden müssen – scheitern meist an einem fehlenden Mehrwert und am Verhalten der Nutzer. Letzteres ist schwer vom einzelnen Unternehmen zu beeinflussen und lässt schon deutlich das Risiko erahnen. Inhalte sind das A und O für eine erfolgreiche App. Denn ohne sinnvolle, relevante App-Inhalte ist auch das schönste Design nutzlos. Stellen Sie sich einfach zwei Fragen, um für Ihr Unternehmen zu klären, ob Sie mit einer App die richtige Entscheidung treffen:

1. Kann man die Inhalte genauso gut auf einer mobil optimierten Website darstellen?
2. Wird die App so nützlich sein, dass sie regelmäßig benutzt wird?

Können Sie die erste Frage schon mit einem klaren „Ja" beantworten, dann sollte man von einer App-Entwicklung eher absehen und die Ressourcen in eine Überarbeitung der eigenen Website stecken. Jedoch führt kaum ein Weg an einer nativen App vorbei, wenn beispielsweise auf dem mobilen Endgerät gespeicherte Inhalte abgerufen oder Hardware-Funktionalitäten genutzt werden sollen.

Das Ziel einer jeden App ist es, dass sie von der Zielgruppe des Unternehmens langfristig genutzt wird. Folglich stellt sich die Frage, ob die eigene App einen klaren Mehrwert für einen oder mehrere Anwendungsfälle der Nutzer bietet und wie häufig diese Anwendungsfälle überhaupt auftreten. Viele Apps missachten die Bedeutung eines dauerhaften Mehrwerts und lassen somit einen hohen „Klebefaktor" vermissen, sodass die User nach dem Download schnell das Interesse verlieren. Und eines sei an dieser Stelle angemerkt: Sich aktualisierende Inhalte (z.B. Nachrichten, Termine) sind kein dauerhafter Mehrwert und erhöhen nur in den seltensten Fällen den „Klebefaktor" einer App.

Harter Konkurrenzkampf

Mancher könnte dem Ruf nach wertvollen Inhalten entgegnen, dass es doch grundsätzlich für ein Unternehmen wichtig ist, dort präsent zu sein, wo die Zielgruppe sich aufhält. Da die Zielgruppe Smartphones besitzt, nutzt sie somit auch den App Store von iTunes oder Google Play. Deshalb: Eine eigene App muss her. Doch allein die Präsenz auf den entsprechenden Plattformen nutzt dem Unternehmen meist nur wenig. Entscheidend ist, dass die App heruntergeladen und vor allem benutzt wird. Hier liegt das eigentliche Problem nativer Apps: Es gibt viel zu viele und der Download stellt einen Aufwand für den User dar.

Veröffentlicht man heute eine App, dann konkurriert diese automatisch um die Nutzer-Aufmerksamkeit mit ca. 900 000 Anwendungen im App Store von iTunes und mit über einer Mio. bei Android. Setzt man diese Zahlen in Relation zu der Anzahl installierter Apps auf einem Smartphone – im Durchschnitt nur 80 bis 100, von denen wiederum die wenigsten regelmäßig genutzt werden – wird deutlich, wie unwahrscheinlich es ist, dass eine App den Weg zur Zielgruppe findet. Die Analysten von Adeven, einem Anbieter von Web-Analyse, gingen 2012 sogar davon aus, dass es 400 000 Apps bei Apple gibt, die keinen einzigen Download vorweisen können. Das sind 400 000 tote Apps, 400 000 mal schlecht investiertes Geld. Das sind Zahlen, die verdeutlichen, wie wichtig die Überlegung im Vorfeld ist, ob eine eigene App tatsächlich der richtige Weg für ein Unternehmen ist.

Aufwand für Nutzer

Im Gegensatz zu Inhalten auf mobil optimierten Webseiten, die mit einem einzigen Klick – oder vielmehr einem Finger-Tap – zu erreichen sind, sieht sich der User bei Apps einem etwas aufwändigeren Installations-Prozess gegenüber: App Store aufsuchen – herunterladen – Passwort eintippen – Ladevorgang abwarten (das kann außerhalb von

Wlan schon mal dauern) – App öffnen. Auch wenn der User diesen Prozess nicht jedes Mal bewusst durchdenkt, so prägt er unterbewusst das Handeln und wirkt hemmend. Das kann zur Folge haben, dass auch eine gute Anwendung am Nutzerverhalten scheitert – selbst hohen Marketing-Ausgaben zum Trotz. Umso wichtiger ist es, dass der Nutzer vorab ganz genau weiß, was er mit der App für diesen „gefühlt" hohen Aufwand bekommt: Bestenfalls bekommt er, anstatt eines Gemischtwarenladens an Inhalten, einen ganz klaren Nutzen versprochen. Womit wir wieder beim Ausgangspunkt wären: Der Bedeutung von Mehrwert. Mehrwert im mobilen Kontext der Nutzung, den leider viele Apps schmerzlich vermissen lassen.

Selbstverständlich soll hier nicht der Eindruck entstehen, dass native Apps nie Sinn machen. Ganz im Gegenteil. Unternehmen, die es schaffen, ihren Markenkern und ihre Kompetenzen in einen digitalen Service zu übertragen, haben die Chance, sich über eine nützliche App am Markt von Wettbewerbern zu differenzieren. Lassen Sie sich jedoch von den vielen Zahlen und Werten nicht einreden, dass ein modernes Unternehmen eine App haben „muss". Am Ende des Tages ist es wichtig, dass Sie Ihre Unternehmensziele erreichen. Und da gibt es oftmals bessere mobile Lösungen für ein Unternehmen – von suchmaschinenoptimierten mobilen Seiten bis hin zu Web-Anwendungen, die speziell für mobile Endgeräte angepasst werden. Lösungen, die Ihre Zielgruppe leicht erreichen und gleichzeitig Mehrwert bieten. ■

Constantin Alecu ist Mitglied des Vorstands der Arsmedium Group in Nürnberg (www.arsmedium.com).

GOOGLE

Wo erscheint die Anzeige?

Inwieweit kann ein Werbetreibender die Platzierung seiner Anzeige auf Google beeinflussen? Mit dieser Frage hatte sich das Landgericht Krefeld am 15. November 2012 zu befassen (Aktenzeichen 12 O 111/12). Konkret ging es um einen Mietwagenunternehmer, der über keine Taxilizenz verfügte, dessen Werbeanzeige auf Google aber auch nach Eingabe des Wortes „Taxi" erschien. Dagegen klagte ein Wirtschaftsverband von Taxiunternehmern auf Unterlassung. Dies lehnte das Gericht mit dem Hinweis ab, es könne nur vermutet werden, dass der beklagte Unternehmer bei der Schaltung seiner Werbung tatsächlich das Wort „Taxi" als Schlagwort (Keyword) verwendet habe.

Es sei also nicht zwingend nachzuweisen, dass der unter „Taxis" aufgelistete Gewerbetreibende tatsächlich einen unzulässigen werbenden Eintrag veranlasst oder veröffentlicht habe. Dies begründete das Gericht mit der Arbeitsweise der Suchmaschine: Google erstelle automatisch Verknüpfungen mit unterschiedlichsten Begriffen, die einen Nutzer auf bestimmte Adressen und Seiten im Internet hinweisen. Dabei würden nicht nur Begriffe berücksichtigt, die der Anzeigenkunde selbst eingegeben habe. ■

ANZEIGE

BYTECONTENT GMBH

Kunden erwarten hochwertige Inhalte

Im Unterschied zu klassischer Werbung und PR will Content-Marketing die Dialoggruppe mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten ansprechen. Wird sich diese Kommunikations-Technik langfristig gegen Werbestrategien und -spots durchsetzen können?

Klassische Werbung reicht nicht mehr aus, um Kunden zu gewinnen. Bereits 2011 hatten laut der Studie „Reader's Digest European Trusted Brands" 81 Prozent der Europäer kein Vertrauen in Werbung. In Deutschland waren es sogar 88 Prozent.

Vertiefte Information statt oberflächlicher Werbung, spannende Geschichten statt einsilbiger Phrasen, Dialog statt Monolog: Leser und User suchen immer aktiver nach Informationen, statt passiv Werbebotschaften zu empfangen. Content-Marketing setzt genau hier an – es gewinnt und begeistert Kunden.

Sie möchten mehr erfahren zum Thema Content-Marketing? Dann ist das Team der bytecontent GmbH in Nürnberg der richtige Ansprechpartner: www.bytecontent.de.

WWW.BYTECONTENT.DE

Foto: Creativa/Fotolia.com

ONLINE-KAMPAGNEN

Welcher Kanal bringt mehr?

Die Website von Unternehmen sollte nicht nur als Visitenkarte dienen, sondern auch Aktivitäten möglicher Kunden auslösen. Wie kann man die Effizienz verschiedener Maßnahmen analysieren? Von Tino Niggemeier

Banner-Werbung, Social Media-Marketing, Google-AdWords, E-Mail-Newsletter – es gibt im Internet zahlreiche Möglichkeiten, die eigene Website bei potenziellen Kunden bekannt zu machen. Viele Unternehmen setzen dabei auf mehrere Kanäle gleichzeitig. Doch so unterschiedlich die verschiedenen Marketing-Maßnahmen sind, sie haben eines gemeinsam: sie kosten Geld. Die Marketing-Verantwortlichen stehen daher unter einem gewissen Rechtfertigungsdruck: Welchen Einfluss haben die Investitionen in Online-Werbung auf den Unternehmenserfolg? Welcher Kanal ist der effizienteste? Denn hohe Besucherzahlen alleine sagen noch nichts über den Erfolg der Website aus.

Erfolgsmessung bei Online-Shops

Betreiber von Online-Shops haben kaum Schwierigkeiten, den Erfolg ihrer Werbemaßnahmen zu überprüfen. Beispielsweise kann ermittelt werden, welcher Werbe-Kanal die höchste Zahl an Käufern akquiriert und für welchen Betrag diese im Durchschnitt eingekauft haben. Im zweiten Schritt fokussiert man dann seine Vermarktungsbemühungen auf den Kanal mit dem höchsten Gewinnbeitrag.

Anders sind die Voraussetzungen bei Unternehmen, die etwa Dienstleistungen anbieten oder ihre Produkte über den stationären Handel vertreiben. Bei Produkt- oder Unternehmens-Websites ist es nicht ohne weiteres möglich, den Erfolg der Internet-Präsenz zu messen. Es fehlt ein eindeutiges Erfolgskriterium wie etwa die Bestellung in einem Online-Shop.

IT-Investitionen rechtlich absichern!

Anwaltskanzlei **Oliver Wanke**

Erstellung und Prüfung von:
IT-Projektverträgen | Service-Level-Agreements |
Softwarelizenz- und Pflegeverträgen |
IT-Einkaufsbedingungen | Escrow-Verträgen |
Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGBs) |
Datenschutz im Unternehmen | IT-Sicherheit |
Prüfung Ihres Internetauftritts |

Mönchsondheimerstr. 27
97346 Iphofen
phone: 09326 - 97 94 50
fax: 09326 - 97 94 51
0700 - WebJusde
mail@RA-Wanke.de
www.RA-Wanke.de

Um den Erfolg einer Website außerhalb des E-Commerce-Bereichs greifbar zu machen, muss der Betreiber eindeutig festlegen, wie sich der Besucher auf der Website verhalten soll: Soll dieser eine Kontaktanfrage senden? Oder soll sich der Besucher auf der Website Informationen zu einem neu gekauften Produkt selbst heraussuchen, ohne gleich den Kunden-Service anzurufen? Im ersten Fall baut das Unternehmen einen wertvollen Kontakt zu einem potenziellen Kunden auf, der auf die Seite aufmerksam wurde, sich dort informiert hat und nun weitere Informationen wünscht, sodass sich die Chance für einen Geschäftsabschluss ergibt. Im zweiten Fall wird ein Anruf bei der Support-Abteilung vermieden, weil die Informationen auf der Website dem Kunden ermöglichen, sich selbst zu helfen. Hat man klare Ziele auf der Website definiert, ist diese mehr als nur eine Visitenkarte des Unternehmens im Internet. Die Online-Präsenz leistet dann Kunden-Support, versorgt den Vertrieb mit Anfragen oder unterstützt anderweitig die Unternehmensziele.

Messbarkeit mit Online-Tracking

Ist das Ziel auf der Website definiert, können die Nutzer anhand von Web-Analyse-Tools klassifiziert werden: Wie hoch ist der Anteil der Besucher, die die von mir gewünschte Aktion durchführen? Interessant ist der Anteil dieser „wertvollen" Besucher an den gesamten Besucherzahlen. Zu diesen Zwecken reichen meist kostenfrei verfügbare Tools wie Piwik oder Google Analytics. Einmal eingerichtet, werden die Bewegungen der Nutzer auf der Website erfasst. Eine Auswertung der Effizienz der einzelnen Werbekanäle ist dann möglich.

Beim Einsatz von Tracking-Software ist allerdings zu beachten, dass die Website einen Hinweis auf die eingesetzte Software enthalten muss. Zwar werden die Besucherdaten anonymisiert gesammelt, es sind also keine Rückschlüsse auf eine einzelne Person sowie deren Identität möglich. Die Datenschutzbestimmungen in Deutschland sehen allerdings eine Kenntlichmachung derartiger Websites vor. Der Einsatz von Tracking-Software ist inzwischen auf fast jeder Website Standard.

Kostenvergleich der Werbekanäle

Die Auswertung der Analyse-Tools zeigt, wie viele Besucher beispielsweise die Bedienungsanleitung des neuen Produkts oder die Informationsbroschüre mit den Leistungskonditionen als PDF-Dokument heruntergeladen haben. Gleichzeitig wird angezeigt, über welchen Werbekanal der Besucher auf die Internet-Seite aufmerksam wurde.

Nun kann der Website-Betreiber berechnen, welche Kosten für einen „wertvollen" Besucher aufgewendet werden müssen, wie folgende Beispielrechnung zeigt:

- Gesamtkosten Newsletter-Kampagne: 1 400 Euro
- Anzahl der Besucher auf der Website aufgrund dieser Kampagne: 240
- Interessenten, die Informationsbroschüre heruntergeladen haben: 120
- Kosten pro Interessent: 11,67 Euro

Diese Akquisekosten für einen Interessenten können nun mit den Kosten verglichen werden, die für parallel durchgeführte Werbemaßnahmen ermittelt wurden. Auf diese Weise ist es möglich, den effizientesten Kanal auszuwählen und diesen künftig verstärkt zu nutzen. ■

Tino Niggemeier ist Geschäftsführer der Agentur Xeomed GmbH in Nürnberg, die auf Online-Marketing für Pharma- und Medizintechnikunternehmen spezialisiert ist (www.xeomed.de).

IHK-SEMINARE

Online-Marketing

Die IHK Akademie Mittelfranken greift in drei Seminaren verschiedene Facetten des Online-Marketings auf. Die Termine und Themen im Einzelnen (jeweils 8.30 bis 16.30 Uhr, Walter-Braun-Str. 15, Nürnberg):

Das Seminar „Pressearbeit leicht gemacht: Praxistag für den Mittelstand" am Donnerstag, 17. Oktober 2013 zeigt auf, wie sich Online-Medien für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit einsetzen lassen. Das Seminar wird auch am Montag, 17. Februar 2014 angeboten.

Die Teilnehmer des Seminars „Selbst-Marketing in Social Media" (Montag, 18. November) lernen, wie sie Einfluss auf die Inhalte nehmen können, die über sie im Internet zu finden sind und wie sie sich in Netzwerken wie Facebook, Twitter, Xing usw. professionell präsentieren. Ein wichtiger Aspekt ist dabei der Schutz der eigenen Reputation im Netz.

Das Seminar „Strategisches Online- und Social Media-Marketing" am Donnerstag, 5. Dezember 2013 zeigt auf, wie Unternehmen ihre Online-Strategie optimal auf ihre Zielgruppen ausrichten. Instrumente zur Erfolgsmessung des Online-Marketings runden das Seminar ab. ■

IHK, Tel. 0911 1335-351
martin.mach@nuernberg.ihk.de

ANZEIGE

WEB & CO

Onlinehandel: nur Krümel für Klein- und Mittelständer?

Der deutsche E-Commerce-Markt boomt. Immer noch sind die Wachstumsraten bei Marktführern enorm. Aber wie sieht es bei kleinen und mittelständischen Unternehmen aus? Experten sind sich einig: In den kommenden Jahren stehen deutliche Marktverschiebungen bevor. Dies wird zum einen durch die schnelle technologische Entwicklung, zum anderen durch junge innovative Unternehmen getrieben.

Mit dabei: WEB & CO – die junge Internetagentur plant, gestaltet und programmiert hochwertige Weblösungen und Onlineshops. Darüber hinaus entwickelt und betreibt sie erfolgsorientiertes Onlinemarketing.

www.web-co.de

ANZEIGE

HOFMANN INFOCOM

Publikationssystem von hofmann infocom für medienneutrales Publizieren in alle Ausgabekanäle

Medienrelevante Themen wie Kommunikation und Publishing können heute auf unterschiedlichste Weise betrieben und organisiert werden. Sicher können Sie sich noch an die Nachrichtenübermittlung mittels der altbewährten Rohrpost erinnern. Heute unterstützen automatisierte, integrierte Systeme die zielgerichtete Kommunikation sowie die Zusammenarbeit verschiedener Abteilungen und Unternehmen. Während die organisatorischen Aufgaben für den Entstehungsprozess einer Publikation in früheren Zeiten von Klebeumbruch und Aushängern bestimmt waren, können diese heute webbasierend und medienneutral erstellt und sowohl für den Print- als auch für alle relevanten Onlinekanäle eingesetzt werden. Technische Neuerungen sind aber trotz aller produktiven Vorteile nicht grundsätzlich ein Segen. In unserer schnelllebigen Zeit gilt für alle Märkte, Kunden und Destinationen eine Prämisse: Lieferung just-in-time. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich um Waren, Dienstleistungen oder Informationen handelt.

Aufgrund der immer neuen und schier grenzenlosen Möglichkeiten im Internet ist die Kommunikation seit Jahren einem starken und permanenten Wandel ausgesetzt. Speziell die „Neuen Medien“ führen heute kontinuierlich zu einer stetigen Anpassung der gesetzten Marketing-Maßnahmen, hin zu einer vernetzten, vielfältigen und schnellen Kommunikation. Die Unternehmen spüren den enormen Druck tagtäglich und benötigen immer mehr Know How, eine Vielzahl an kompetenten Dienstleistern und letztlich ein hohes Budget, um diesen Aufgabenstellungen in vollem Umfang gerecht zu werden.

Wie gut ist Ihre Kommunikation nach den heutigen Maßstäben aufgestellt?

Um diese Frage beantworten zu können, müssen sowohl der Umfang als auch die Komplexität Ihrer Kommunikationsmaßnahmen, die Anzahl und die Organisation der beteiligten Personen sowie die Unterstützung durch relevante technische Systeme berücksichtigt und beleuchtet werden.

Die maßgeschneiderte Lösung:

Das innovative Publikationssystem von hofmann infocom (auf Basis censhare) bildet die ideale Plattform um alle erdenklichen Kommunikationsaufgaben und -Prozesse abzubilden. Es ermöglicht die Integration von externen Mitarbeitern, Dienstleistern und Kunden in das System und funktioniert auf diese Weise als Basis für eine automatisierte Steuerung aller Workflows – von der Kreation bis zur finalen Freigabe. Somit können alle Publikationsformen, wie Print, Web, Apps und Social-Media sowie unbegrenzte Landes- und Sprachvarianten abgedeckt werden. In einem Satz bietet das leistungsstarke Publikationssystem ein höchst effektives Management aller Kommunikationskanäle.

WWW.HOFMANN-INFOCOM.DE

Foto: iStockphoto.com

SOCIAL MEDIA

Gut vernetzt

Die Zahl der sozialen Netzwerke im Internet ist stark gewachsen. Wie navigieren die Unternehmen geschickt im Labyrinth der Kanäle? Von Patricia Staudacher-Sauer

Redaktionelle Inhalte über Hashtags erschließen: Die Suche nach Inhalten in sozialen Netzwerken wird durch sogenannte Hashtags erleichtert – das sind Zeichenfolgen oder Wörter, die am vorangehenden „#“ zu erkennen sind. Der Vorteil dieser Art der Verschlagwortung: Ein Unternehmen kann in sozialen Netzwerken auch Nutzer erreichen, die speziell nach bestimmten Themen suchen, ohne „Fans“ oder „Follower“ des Unternehmens zu sein. Richtig angewendet, stößt eine große Anzahl an Usern der Plattformen über bestimmte Hashtags auf einen Beitrag. Dieses System machen sich mittlerweile die meisten Social Media Sites zunutze – Bildportale wie Instagram und Pinterest ebenso wie Facebook, Twitter und Tumblr.

Ads: Um beispielsweise auf Facebook mehr Aufmerksamkeit zu erreichen, kann man dort zielgerichtet Werbung schalten. Ads sind Werbeanzeigen, die speziell auf bestimmte Facebook-Nutzer zugeschnitten werden können. Facebook zeigt die Werbeanzeige speziell den Usern, die die vom Anzeigenkunden gewünschten Eigenschaften aufweisen (z.B. entsprechendes Alter oder bestimmte Interessen). Je genauer die Zielgruppe definiert wird, desto passender wird die Werbung platziert und umso mehr Interaktionen und Likes bekommt man wahrscheinlich für das eingesetzte Geld.

Sponsored Stories auf Facebook sind keine Werbung im eigentlichen Sinne, sondern eine Art erweiterter Newsfeed. Klickt z.B. ein Nutzer auf einer firmeneigenen Facebook-Seite den „Gefällt mir“-Button, erscheint im Nachrichtenstream seiner Freunde eine Mitteilung, wenn das Unternehmen dafür Geld bezahlt hat. Bei den Freunden erscheint dann bei dieser Nachricht der Hinweis „gesponsert“. Diese Art der Werbung verspricht eine höhere Werbewirkung als eine Anzeige, da sie als Empfehlung von Freunden verstanden wird.

Content Curation: Mit diesem Instrument können Unternehmen Inhalte, die im Internet vorhanden sind, sammeln, für die Nutzer neu zusammenstellen und gegebenenfalls um eigene Beiträge erweitern. Auf diese Weise lässt sich schnell eine eigene Informationsplattform aufbauen. Die einfachsten Tools für Content Curation sind Pinterest, Scoop.it, Storify, Vizify und Topsify, aber auch Blogs und Newsletter können eine Kuratierungsfunktion übernehmen.

Bei allen diesen Aktivitäten in den sozialen Netzwerken müssen die Unternehmen dafür sorgen, dass ihre Social Media-Kanäle auch auf mobilen Endgeräten gut zu empfangen sind. Denn in Deutschland nutzen rund 60 Mio. Menschen Smartphones, Tablets und andere Arten mobiler Kommunikation.

Insbesondere die bilderlastigen Social Media-Kanäle verzeichnen ein großes Wachstum der Nutzer-Zahlen: Bei Pinterest sind es rund 50 Mio., bei Instagram 100 Mio. und bei Tumblr 30 Mio. Menschen, die regelmäßig Botschaften aus Bildern lesen. Eine Tendenz, die auch bei Facebook mittlerweile sichtbar ist. Anwendungen wie „Visual Statements“ erfreuen sich einer immer größer werdenden Fangemeinde. So sind auch Unternehmen gut beraten, ihre Botschaften bildlich zu transportieren, denn Bilder-Posts bekommen bei Facebook statistisch gesehen mehr Nutzer-Reaktionen und damit mehr Impressions, werden also häufiger angezeigt.

Gute Geschichten zum Produkt

Die hier dargestellten Möglichkeiten sind nur ein kurzer Überblick über die vielfältigen Anwendungen im Social Web. Es lohnt sich auf jeden Fall, über die gewohnten Kanäle wie Facebook, Xing und Youtube hinauszuschauen. Eine alte Prämisse hat auf jeden Fall auch bei den neuen Medien unverändert Gültigkeit: Lernen Sie Ihre Zielgruppe gut kennen, erfahren Sie mehr über ihr Informationsverhalten (welche Social Media-Kanäle nutzt sie wie lange) und nehmen sie Ihre Kunden ernst. Verbraucher möchten glaubwürdige Statements, differenzierte und neue Inhalte sowie ästhetische Bilder. Kreieren Sie eine gute Geschichte um sich und ihr Produkt! ■

Patricia Staudacher-Sauer ist Geschäftsführerin der Klok GmbH & Co. KG – Agentur für kluge Kommunikation in Nürnberg (staudacher@klok-agentur.de, www.klok-agentur.de).

SOUND-DESIGN

Nicht zu überhören

Wenn Unternehmen passende Töne zu ihren Produkten oder Dienstleistungen kreieren, bleiben sie bei ihren Zielgruppen nachhaltig im Gedächtnis. Auch im Mittelstand findet dieses Marketing-Instrument zunehmend Anklang. Von Bernhard Pluskwik

Wer kennt ihn nicht, den markigen Sound eines Porsche 911? Manche Autos erkennt man eben blind – am Geräusch ihrer Motoren. Doch nicht nur am satten Klang von Kolben, Ventilen und Türen wird in den Sound-Labors getüftelt. Die Kommunikationsabteilungen arbeiten auch daran, durch intonierte Logos, Filmmusiken oder Warteschleifenmusik Wirkung zu erzielen.

Gute Sounds sind Gänsehaut-Garanten, sie lassen uns in Erinnerung schwelgen und bringen unseren Puls auf Touren. Zwar sind wir ständig von Klängen und Geräuschen umgeben, aber einige davon sind eben einzigartig. Wer es also versteht, Töne stimmig zu arrangieren und sie zur richtigen Zeit ernst oder heiter, majestätisch, edel, markig, sanft oder wild zu gestalten, kann sich unsterblich machen. Man denke an Themen aus Filmklassikern wie „Spiel mir das Lied vom Tod“ oder auch an die markanten fünf Klaviertöne, mit denen die Telekom ein Musterbeispiel der akustischen Markenführung geschaffen hat.

In der Industrie spielt der Wohlklang der Dinge längst auch beim Produkt-Design eine wichtige Rolle. So sollen beispielsweise Staubsauger nicht zu leise sein, da gerade die Lautstärke dem Nutzer eine hohe Saugleistung suggeriert. Cornflakes werden als ganz besonders lecker wahrgenommen, wenn sie im Mund auf die richtige Art knuspern. Andere Firmen haben „den guten Ton“ zum Bestandteil ihres Firmenlogos gemacht oder untermalen damit einen Produkt-Relaunch. Viel Potenzial für das Sound-Design steckt noch bei den Internet-Auftritten der Unternehmen, die eindrucksvoller werden können, wenn man dort Sounds richtig platziert.

Entscheidend sind Töne auch für den Erfolg von Apps, die ganz individuell vertont werden. Das liegt daran, dass viele Nutzer ein akustisches Feedback wünschen, wenn sie auf dem Smartphone herumtippen. Denn mit dem Gehör lässt sich ein Sachverhalt viel schneller erfassen als mit den Augen. Ein Beispiel ist das markante Geräusch, wenn man als User an einem Mac etwas in den Papierkorb wirft. Viele werden sich noch an das „gehörte“ Versenden einer E-Mail erinnern, einem Klassiker aus der Urzeit der elektronischen Kommunikation.

Starke Töne haben einen großen Einfluss darauf, wie die Produktqualität vom Kunden wahrgenommen wird, wie Beispiele aus der Automobilindustrie zeigen. So setzt Audi bei jedem Modell auf ein ganz individuelles Sound-Design. Das Fahrzeug soll nicht nur wie ein Audi klingen, sondern speziell wie ein A1, A4 oder Q5. Bereits bei der Entwicklung werden die Fahrzeuge „mikrofonisiert“, d.h. die Sound-Designer arbeiten beispielsweise am eleganten Geräusch beim Zuschlagen der Türe oder am edlen Blinker-Ton.

Dank Sound-Design lassen sich Informationen leichter vermitteln, die Erlebnisqualität wird intensiviert und der Wiedererkennungswert einer Marke oder eines Produkts lässt sich steigern. Zudem lassen sich Emotionen und Kaufentscheidungen über den gezielten Einsatz von Tönen und Geräuschen beeinflussen. Das gilt auch für das Marketing, das auf Unternehmenskunden abzielt (Business-to-Business). Das beginnt bei der Integration von Tönen in die Produkte und Produktoberflächen, etwa im Maschinen- und Anlagenbau. An einer Werkzeugmaschine können intuitiv verständliche Sounds warnen, hinweisen oder bestätigen, sodass Sicherheit, Bedienerfreundlichkeit und Ausfallsicherheit verbessert werden. Bei der Werbung für solche „nüchternen“ Produkte stellen Töne eine emotionale Zusatzkomponente dar.

Den konkreten Nutzen des Sound-Designs bestätigen auch Vertreter der Wissenschaft: So integrieren Prof. Dr. Cornelius Pöpel (Studiengang Multimedia und Kommunikation an der Hochschule Ansbach) und Prof. Dr. Maximilian Kock (Experte für Audioproduktion und Veranstaltungstechnik an der Hochschule Amberg-Weiden) dieses Thema mittlerweile in die Ausbildung ihrer Studenten. ■

Bernhard Pluskwik ist Geschäftsführer der Agentur GernBotschaft in Fürth, die sich im Rahmen integrierter Unternehmenskommunikation bereits seit Längerem mit dem Thema Sound-Design beschäftigt (www.gernbotschaft.com).

Foto: olly/Fotolia.com

ANZEIGE

METROPOLREGION

Familienkalender über die Europäische Metropolregion Nürnberg

Hofmann infocom hat in enger Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle der Europäischen Metropolregion Nürnberg einen interaktiven Kalender entwickelt und realisiert, um die Projektarbeit aller Institutionen in der Metropolregion Nürnberg zu unterstützen. Auf 14 Monatskalenderseiten von November 2013 bis Dezember 2014 wird die Metropolregion Nürnberg in ihrer Vielfalt und Lebensqualität vorgestellt. Mit der Präsentation ausgewählter Projekte erhalten die Bürger einen Einblick in die Arbeit der Metropolregion und einen Mehrwert durch die Zusammenarbeit in der Region. Für die Gestaltung, Verlegung und Sponsorengewinnung ist vollständig die hofmann infocom GmbH verantwortlich.

Die Geschäftsstelle der Europäischen Metropolregion Nürnberg beteiligte sich an dem Vorhaben redaktionell und bei der Verbreitung, um mit dem Kalender Inhalte der Projektarbeit der Metropolregion Nürnberg zu transportieren. Eine große Teilmenge des Kalenders wird ab Anfang Oktober 2013 über die rund 500 Kommunen und die Unternehmen der Metropolregion zur Weitergabe an deren Mitarbeiter und Kunden verteilt.

Der Kalender ist mit QR-Codes ausgestattet, in denen eine exklusive Programmierung für den Benutzer unterjährig aktuelle Informationen vermittelt.

Ein besonderes Highlight ist der Fotowettbewerb mit dem Motto: Heimat für Kreative. Die Jury aus Sponsoren, Vertretern der Metropolregion und der IHK Nürnberg, wird im Juni 2014 die schönsten Fotos prämieren. Es winken tolle Preise.

Leisten Sie, als Unternehmen der Region, einen wichtigen Beitrag zur Steigerung der Bekanntheit der Metropolregion Nürnberg, indem Sie den interaktiven 14-Monatskalender zur Verteilung an Ihre Mitarbeiter und Kunden für je 1,- € das Stück erwerben. Das Bestellformular mit entsprechender Mengenstaffel erhalten Sie unter www.hofmann-infocom.de im Bereich Downloads. **Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!**

Unter den Bestellern wird ein Paket mit fünf Entdeckerpässen der Metropolregion für Ihre Mitarbeiter verlost.

Wenn Sie noch Fragen haben, wenden Sie sich bitte per Mail an info@hofmann-infocom.de.

Nur durch die Unterstützung der folgenden Sponsoren konnte dieses Projekt realisiert werden:

- easyCredit TeamBank AG Nürnberg
- Handwerkskammer für Mittelfranken
- FRANKEN BRUNNEN GmbH & Co. KG
- infra fürth GmbH
- ROWE GmbH
- IHK Industrie- & Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken
- TVF Fernsehen in Franken Programm GmbH
- Rödl & Partner
- K&U – Die Weinhalle
- hofmann infocom GmbH

ANZEIGE

Zahlungsverkehr

SEPA – bald ist es soweit!

Der Countdown läuft: Zum 1. Februar 2014 werden die nationalen Überweisungs- und Lastschriftverfahren eingestellt. Spätestens ab diesem Zeitpunkt gelten für bargeldlose Zahlungen neue rechtliche und technische Anforderungen. Viele Unternehmer sind aber noch gar nicht vorbereitet.

„An SEPA kommt keiner vorbei", sagt Oliver Schoener, Leiter Global Transaction Banking für Firmenkunden bei der HypoVereinsbank in der Region Bayern Nord. „Daher sollte sich jeder darauf vorbereiten." „Das betrifft uns nicht", glauben viele Firmen- und Finanzchefs vor allem kleiner und mittlerer Unternehmen. Die Folge: Kurz vor Einführung von SEPA, dem Single Euro Payments Area, haben sich zahlreiche Firmen mit den tiefgreifenden Umstellungen noch gar nicht auseinandergesetzt.

„SEPA gilt für alle, daher sollten Unternehmer jetzt mit der Vorbereitung beginnen."

Oliver Schoener
Leiter Global Transaction Banking
für Firmenkunden
Region Bayern Nord, HypoVereinsbank

Worum geht es bei dem vereinheitlichten Zahlungsraum?
Um den europaweiten Zahlungsverkehr zu beschleunigen und zu erleichtern, sollen bargeldlose Zahlungen innerhalb der Teilnehmerländer standardisiert werden.

Änderungen kennen
SEPA ist die wohl weitreichendste Veränderung im europäischen Zahlungsverkehr seit Einführung des Euro. Die Umstellung kann je nach Unternehmensstruktur durchaus aufwendig und umfangreich sein. Die Finanzverantwortlichen sollten daher ihre Unternehmen daraufhin prüfen, inwieweit die Anpassungen für sie relevant sind. So muss künftig der Gläubiger als Lastschriftempfänger den Einzug einer SEPA-Lastschrift hinsichtlich Fälligkeitsdatum und Betrag vorher ankündigen. Zudem ist es notwendig, Mandatsreferenz und Gläubiger-Identifikationsnummer mitzuteilen. Außerdem wird es beim Einreichen von Lastschriften Vorlauffristen geben. Bei der SEPA-Basislastschrift beträgt diese fünf Tage für Erst- und Einmalzahlungen, bei wiederkehrenden Lastschriften mindestens zwei Tage vor Fälligkeit. Auch den technischen Aufwand sollten Unternehmer nicht unterschätzen: Der Austausch von Daten bei Zahlungen erfolgt nach den SEPA-Bestimmungen nicht im einfachen DTA-Format, sondern nach dem komplexen ISO-20022-XML-Standard.

HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Starten Sie jetzt mit der Vorbereitung Ihrer Umstellung auf SEPA und prüfen Sie Ihre IT-Systeme auf SEPA-Tauglichkeit. Ergänzen Sie Ihre Stammdaten um IBAN und BIC und stellen Sie Inlandsüberweisungen sukzessive auf SEPA um. Bei Nutzung von Lastschriften beantragen Sie jetzt Ihre Gläubiger-Identifikationsnummer, prüfen Sie Ihre Lastschriftprozesse auf notwendige Anpassungen und legen Sie eine Form der Mandatsverwaltung fest.

WAS SICH DURCH SEPA ALLES ÄNDERT

Kontonummer, BLZ	IBAN, BIC
Überweisung (Inland)	SEPA-Überweisung (SCT)
Einzugsermächtigungs-lastschrift- und Abbuchungs-auftragsverfahren	SEPA-Basis- und Firmen-lastschriftverfahren
DTA (Datenträgeraustausch)	SEPA XML

Verbraucher und Firmen können künftig Zahlungsinstrumente zu europaweit vergleichbaren Bedingungen nutzen. Bei Überweisungen, Lastschriften oder Kartenzahlungen gibt es dann keine Unterschiede mehr zwischen Euro-Zahlungen im Inland oder in andere europäische Staaten.

Umfangreiche Informationen finden Sie auch unter:
www.hvb.de/sepa

- **Kompetent und fit in SEPA mit dem HVB @Webinar**
  Anmeldung dazu unter: www.hvbwebinar.de
- **SEPA-Broschüren**
  Die aktuelle „SEPA-Kundenbroschüre" und die „Technischen Spezifikationen und Formate" halten wir für Sie im Internet bereit!
- **SEPA-Checkliste**
  Prüfen Sie Ihren Anpassungsbedarf mittels unserer SEPA-Checkliste unter: www.hvb.de/sepa

Die HVB unterstützt Sie bei der Umstellung. Unsere Betreuer und eBanking-Spezialisten stehen Ihnen bei weiteren Fragen gerne zur Verfügung.

Das Leben ist voller Höhen und Tiefen. Wir sind für Sie da.
Willkommen bei der HypoVereinsbank Unternehmer Bank
Member of UniCredit

Themenspecial 10 | 2013

NÜRNBERGER Nachrichten präsentieren

Die Lange Nacht der Wissenschaften

Nürnberg·Fürth·Erlangen

Sa 19.10.2013 18-1 Uhr

Eintritt inklusive Shuttle-Busse und VGN-Ticket
12 € VVK und Abendkasse, 8 € für Schüler/innen und Studierende

www.nacht-der-wissenschaften.de

SIEMENS · GfK · MAN · DATEV · BOSCH Technik fürs Leben

Continental · Bayerisches Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst · pwc · NÜRNBERGER

Inhalt

Es grünt so grün IV

Partner der Langen Nacht IV

Information | Kommunikation

Interview mit Prof. Dipl.-Kfm. Dieter Kempf. VI

20 Jahre Internet: Sicher unterwegs im Netz VIII

Medizin | Gesundheit

Interview mit Matthias Hiegl. XII

Gut gewappnet für unser höchstes Gut. XIV

Automotive | Verkehr

Interview mit Joachim Pietzcker XVI

Mobilität im Zeichen der Umwelt XVII

Energie | Umwelt

Interview mit Dr.-Ing. Ulrich Dilling XIX

Schritt für Schritt zur grünen Wende XX

Neue Materialien

Interview mit Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Peukert XXII

Werkstoffe nach Maß XXIII

Automation | Produktionstechnik

Interview mit Marion Horstmann XXIV

Maschinelle Hilfe in allen Lebenslagen XXV

Kinderprogramm. XXVII

Kultur- | Kreativwirtschaft

Interview mit Prof. Dr. Heinz Brünig XXVIII

Gegenseitiger Austausch als kreative Triebfeder. XXIX

ROSE-App als mobiler Begleiter XXX

Wirtschaft | Soziales

Interview mit Prof. Dr. Raimund Wildner XXXI

Wissen als lukrative Kapitalanlage. XXXII

Mit Bus und U-Bahn durch die Nacht XXXIV

Impressum XXXV

Übersicht der Programmpartner XXXVI

ANZEIGE

WILHELM LÖHE HOCHSCHULE (WLH) FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN, FÜRTH

Ein Ort, der Wissen schafft

Die Wissenschaftsstadt Fürth macht Ihrem Titel alle Ehre: Seit dem Wintersemester 2012/2013 hat die WLH den Studienbetrieb aufgenommen. Ein moderner Campus und interdisziplinär ausgerichtete Studiengänge sind der Nährboden für eine erfolgreiche Karriere in der Wachstumsbranche Gesundheits- und Sozialwirtschaft.

WILHELM LÖHE HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN
Merkurstraße 41 | 90763 Fürth | Telefon 0911-766 069-0 | Fax 0911-766 069-29
info@wlh-fuerth.de | www.wlh-fuerth.de

Eine Gründung der Diakonie Neuendettelsau

Zur Langen Nacht der Wissenschaften bietet die Wilhelm Löhe Hochschule für angewandte Wissenschaften (WLH) folgende Programmpunkte an:

Planspiel Gesundheitswesen: Wie würden Sie entscheiden?
Kleine Krankenhäuser auf dem Land müssen schließen, der Arzt hat keine Zeit mehr für seine Patienten, Versicherte müssen immer öfter zuzahlen. Warum eigentlich? Erleben Sie das deutsche Gesundheitswesen hautnah und treffen Sie die Entscheidungen der verschiedenen Akteure im Gesundheitswesen.

Die Zukunft der flächendeckenden Versorgung - ist die Notfallversorgung noch gesichert?
Im Mitternachtstalk laden wir Sie ein, mit uns die Frage der gesicherten „Notfallversorgung 2030“ zu diskutieren. Bringen Sie Ihre Meinung und Ihre Ideen in einer Runde mit unseren Fachleuten ein.

Forschung - mehr als trockene Luft
Werfen Sie einen Blick hinter die Kulissen praxisnaher Forschungsarbeit. Die WLH und das angegliederte Forschungsinstitut informieren über laufende Projekte, deren praktische Umsetzung Sie selbst testen können.

Nähere Infos unter:
www.wlh-fuerth.de
www.facebook.de/wlh.fuerth

Liebe Leserinnen und Leser der WiM,

***Prof. Dr. Karl-Dieter Grüske**, Präsident der Universität Erlangen-Nürnberg.*

Alle zwei Jahre ist sie das Highlight im Veranstaltungskalender des Städtedreiecks Nürnberg-Fürth-Erlangen: Die Lange Nacht der Wissenschaften. Jedes Mal bietet sie die Gelegenheit, Wissenschaft zum Anfassen zu erleben – und sich davon zu überzeugen, dass Forschung nicht im Elfenbeinturm stattfindet. Als fachlicher Sprecher des Forums Wissenschaft der Europäischen Metropolregion Nürnberg und Präsident der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg freue ich mich sehr, Sie am 19. Oktober 2013 erneut zu diesem Ereignis einladen zu dürfen.

Wissenschaftsbegeisterte können auch diesmal von 18 Uhr bis 1 Uhr einen Blick in Labore und Forschungseinrichtungen, Unternehmen und Werkstätten werfen – und mit Forscherinnen oder Forschern ihre ganz persönlichen Fragen diskutieren. Warum kann ein Gecko an der Decke laufen? Und warum perlt Wasser von Blättern ab? Schon die ganz Kleinen erfahren zwischen 14 und 17 Uhr in altersgerechten Vorlesungen, Führungen und Mitmach-Aktionen die aufregende Welt der Wissenschaft. Jugendliche haben die Gelegenheit, in unterschiedliche Studiengänge hinein zu schnuppern.

Das Themenspektrum der Langen Nacht ist breit: Energieforschung steht mit ganz oben auf der Agenda. Besucher können sich informieren, wie die Energiespeicher von morgen aussehen oder wie sich Mobilität weiterentwickelt. Die Techniker präsentieren sich zum Beispiel mit einer Experimentalshow zu Bränden und Explosionen. Neue Therapien und Innovationen aus der Medizintechnik sind am Universitätsklinikum Erlangen oder im Medical Valley zu bestaunen. Von leuchtenden Tieren bis hin zur Physik von Schwarzen Löchern sind die Naturwissenschaften umfangreich vertreten. Und auch die Liebhaber der Geisteswissenschaften und der Kunst werden nicht zu kurz kommen.

Mehr als 300 Projektpartner lassen ihre Forschungsarbeit in dieses größte Wissensfestival in Deutschland einfließen: Neben der Universität Erlangen-Nürnberg und den fünf anderen Hochschulen der Region sind auch die Fraunhofer-Institute und das Max-Planck-Institut für die Physik des Lichts mit an Bord. Rund 4.000 Wissenschaftler, Busfahrer, Ordnungskräfte und sonstige Helfer und Mitwirkende machen dieses Feuerwerk an mehr als 1.000 Präsentationen möglich. Neben dem großen Bündnis aus Forschenden und Lehrenden sind es aber auch Unternehmen wie Bosch, Continental, Datev, GfK, MAN, Siemens, die Nürnberger Versicherungsgruppe und PricewaterhouseCoopers, die Ihnen mit ihrem Engagement diese Abenteuerreise ermöglichen.

Gemeinsam mit meinen Kollegen, Prof. Dr. Michael Braun, Präsident der Technischen Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm, Prof. Ottmar Hörl, Präsident der Akademie der Bildenden Künste in Nürnberg, Prof. Dr. Hans-Joachim Puch, Präsident der Evangelischen Hochschule Nürnberg und Prof. Dr. Martin Ullrich, Präsident der Hochschule für Musik Nürnberg, sowie Prof. Dr. Peter Oberender, Präsident der Wilhelm Löhe Hochschule in Fürth, danke ich allen Beteiligten für ihr großartiges Engagement und wünsche Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, eine unterhaltsame Lange Nacht: Lassen Sie sich von Wissenschaft verzaubern und begeistern. ■

Samstag, 19.10.2013, 18.00 – 01.00 Uhr
TÜV Rheinland, Nürnberg, Tillystraße 2

www.tuv.com

TÜVRheinland®
Genau. Richtig.

Partner der Langen Nacht

Das Gelingen eines hochkarätigen Festivals wie der Langen Nacht verdankt sich auch dem engen Schulterschluss engagierter Partner: Allen voran das Bayerische Staatsministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst. Auf Landesebene wird dadurch ein wertvoller Beitrag zur Kommunikation wissenschaftlicher Superlative geleistet – und das seit den Anfängen der Wissenschaftsnacht im Jahr 2003. Als Präsentator treten die Nürnberger Nachrichten auf, bundesweit eine der größten Regionalzeitungen.

Erneut engagieren sich die Hauptförderer Siemens AG mit allen vier Sektoren, die Gesellschaft für Konsumforschung GfK, der Motorenhersteller MAN Truck & Bus AG und das Software-Unternehmen Datev eG. 2013 sind auch zwei neue Mastersponsoren an Bord: Das Nürnberger Werk der Robert Bosch GmbH und der Nürnberger Standort des Automobilzulieferers Continental AG. Außerdem wieder mit dabei: Die Nürnberger Versicherungsgruppe und die Nürnberger Filiale der PricewaterhouseCoopers AG.

Der Medical Valley EMN e.V. beteiligt sich ebenso wie die Hermann Gutmann Stiftung, die als Förderer des Kinderprogramms auftritt. Konzipiert und durchgeführt wird die Lange Nacht von der Kulturidee GmbH. ■

Foto: Kulturidee

Veranstalter der Wissenschaftsnacht - das Kulturidee-Team: *Ralf Gabriel, Stephanie Thiel, Pierre Leich, Verena Lindner, Sebastian Hoffmann, Karin Leipold, Stefanie Bartenstein (v.l.).*

Es grünt so grün …

Am Samstag, den 19. Oktober grünt sie wieder, Die Lange Nacht der Wissenschaften. Zum sechsten Mal haben wissenshungrige Nachtschwärmer zwischen 18 und 1 Uhr Gelegenheit, hinter die Kulissen von mehr als 300 forschungsaktiven Einrichtungen in Nürnberg, Fürth und Erlangen zu blicken. Hochschulen und zahlreiche Unternehmen, Vereine und städtische Institutionen öffnen in dieser Nacht erneut ihre Türen, um alle Neugierigen in die faszinierende Welt der Wissenschaften zu entführen: An über 130 Veranstaltungsorten bringen über 1.000 Programmpunkte Licht ins Dunkel, bescheren Sternstunden und Geistesblitze.

Lange Nacht statt Langeweile: Seit 2003 vermittelt das größte Wissensfestival in Deutschland einem breiten Publikum aktuelle Forschungsinhalte, 2011 begaben sich mehr als 28.000 Nachtaktive auf nächtliche Expeditionstour. Auch in diesem Jahr lockt bereits von 14 bis 17 Uhr das Nachmittagsprogramm, das sich speziell an Kinder ab vier Jahren richtet. Rund 100 Angebote führen schon die Kleinsten spielerisch an den spannenden Kosmos der Wissenschaften heran – ob beim Workshop, im Experiment oder in der Vorlesung.

Ab 18 Uhr garantiert ein Sonderbusnetz die komfortable und sichere An- und Abreise durch die Nacht: Das Ticket kostet 12 Euro, erm. 8 Euro und gilt auch als Fahrkarte für die neun Shuttlebus-Linien und im gesamten VGN-Netz. Die familienfreundliche Regelung erlaubt es jedem Vollzahler, zwei Kinder bis einschließlich 12 Jahre mitzunehmen, sowohl zur Langen Nacht als auch im ÖPNV. Karten sind an allen bekannten Vorverkaufsstellen in der Region erhältlich. Weitere Informationen finden sich auf **www.nacht-der-wissenschaften.de**. Das Team von der Kulturidee wünscht allen Besucherinnen und Besuchern viel Vergnügen und vor allem „Gute Nacht!“. ■

SCHULTHEISS
Wohnbau AG

Seit über 20 Jahren für Ihre Wohn(t)räume im Einsatz

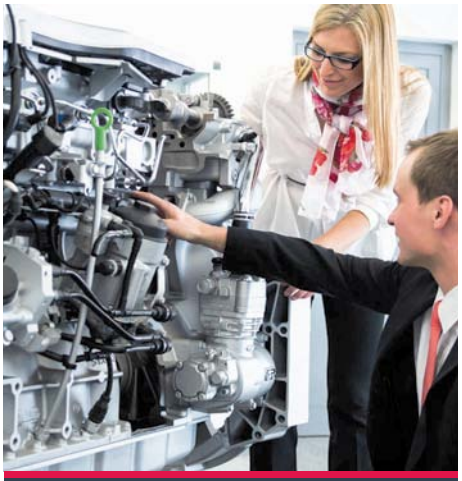
Die SCHULTHEISS Wohnbau AG ist seit über 20 Jahren in der Metropolregion Nürnberg als Bauträger erfolgreich. Wir erstellen hochwertige Eigentumswohnungen, Stadt-, Doppel- und Einfamilienhäuser, die den Erwartungen unserer Kunden an modernes Wohnen stets gerecht werden. Wir bieten erstklassigen Service aus einer Hand, angefangen von der Projektierung bis hin zum schlüsselfertigen Haus.

Infos und Besichtigungszeiten finden Sie auf: www.schultheiss-wohnbau.de

Service-Tel: 0911/34 709 - 300

»Wir schaffen Wohn(t)räume«

SCHULTHEISS Wohnbau AG · Lerchenstr. 2 · 90425 Nürnberg · ☎ 0911/34709-300 · Internet: www.schultheiss-wohnbau.de



Motorentechnik erleben!

... in der Langen Nacht der Wissenschaften.

Engineering the Future – since 1758.
MAN Truck & Bus

ANZEIGE

PRICEWATERHOUSECOOPERS AG

PwC - Mit Wissen zum Erfolg

PwC beteiligt sich 2013 bereits zum sechsten Mal an der Langen Nacht der Wissenschaften in Nürnberg und belegt damit die Nachhaltigkeit dieser Förderaktion. Thomas Hartmann, PwC-Niederlassungsleiter am Standort, stellt diesen Aspekt auch deutlich heraus: „Verlässliche Partnerschaften wie diese sichern Qualität und Fortbestand des größten Wissenschaftsfestivals in Deutschland. Gemeinsam können wir so einen Beitrag dazu leisten, Wissenschaft, Forschung und Innovation in lebendiger Form als Motoren für gesellschaftlichen Fortschritt herauszustellen."

PwC ist die führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland. Mit 9.300 engagierte Menschen wird an 28 Standorten eine Gesamtleistung von 1,49 Mrd. Euro erwirtschaftet. Mit dem Vortrag „Big Data oder die Suche nach der Nadel im Heuhaufen" belegt PwC bei der „Langen Nacht der Wissenschaften", dass die Basis dafür Engagement und Wissen aller Mitarbeiter ist. Anschaulich wird demonstriert, wie man mit großen Datenmengen umgeht, wie man Verbindungen erkennt und die richtigen Schlüsse daraus zieht. Der Vortrag findet in den Räumlichkeiten der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg in der Langen Gasse statt und wird gemeinsam mit Herrn Prof. Dr. Klaus Henselmann vom Lehrstuhl für Rechnungswesen und Prüfungswesen präsentiert.

Unternehmen der Region erhalten in der Nürnberger Niederlassung von PwC eine umfassende Betreuung, die von Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und den Ressourcen eines Expertennetzwerks in 158 Ländern geprägt ist.

Der gewachsenen Bedeutung des Standortes entspringt auch die geplante inhaltliche und personelle Erweiterung des Angebots für kapitalmarktorientierte und inhabergeführte Familienunternehmen, insbesondere in den Bereichen der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung. Künftig sollen aber auch verstärkt Dienstleistungen aus der allgemeinen Unternehmensberatung in das Portfolio mit einfließen.

WWW.PWC.DE

www.pwc.de

Kurze Wege für langfristige Erfolge

An 28 Standorten in ganz Deutschland sind wir da, wo Sie uns brauchen. Regional verwurzelt und weltweit vernetzt. Von Steuerfragen in Nürnberg bis zur Prüfung Ihres Jahresabschlusses in Peking. Wobei können wir Sie unterstützen? Ich freue mich auf Ihren Anruf: Thomas Hartmann, Tel.: +49 911 94985-210, thomas.hartmann@de.pwc.com

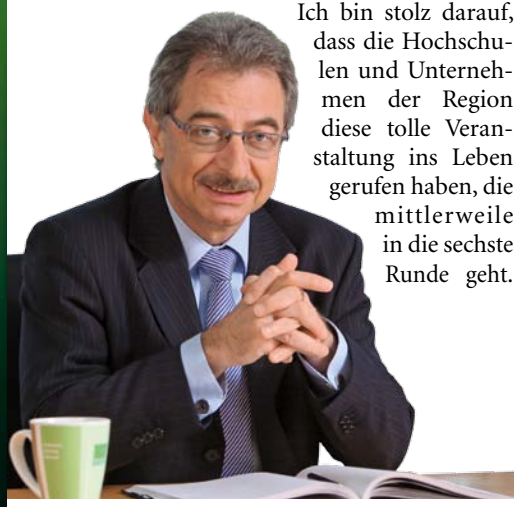
pwc

© 2013 PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.
„PwC" bezieht sich auf die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.

INFORMATION | KOMMUNIKATION

„So nah am Puls der Forschung ist man eigentlich nie“

Herr Prof. Kempf, Ihr Unternehmen Datev ist nun zum dritten Mal bei der Langen Nacht der Wissenschaften dabei – was motiviert Sie dazu?
Für die Region ist Die Lange Nacht der Wissenschaften eine hervorragende Leistungsschau. Jeder hier im Großraum erhält die Möglichkeit, sich über Forschung und Wissenschaft in der Region zu informieren – und zwar sowohl über Projekte aus der Wissenschaft wie auch aus den Entwicklungsabteilungen der Unternehmen. So nah am Puls der Forschung ist man als normaler Bürger eigentlich nie. Es ist faszinierend, mal jemandem über die Schulter zu schauen, der sich mit den Themen der Zukunft befasst. Ich bin stolz darauf, dass die Hochschulen und Unternehmen der Region diese tolle Veranstaltung ins Leben gerufen haben, die mittlerweile in die sechste Runde geht.



Prof. Dipl.-Kfm. Dieter Kempf,
Vorstandsvorsitzender der Datev e.G. und Präsident der Bitkom.

Die Datev als ein großes und hier in der Region tief verwurzeltes Unternehmen unterstützt das Projekt mit großer Begeisterung.

Fotos: DATEV

Da klingt viel Begeisterung für die Region als Standort heraus. Trifft das auch für Sie als Arbeitgeber zu? Bietet die Metropolregion ausreichend Anziehungskraft für potenzielle Bewerber?
Ja! Ich bin überzeugt davon. Wir bauen ja nicht umsonst ein großes Softwareentwicklungszentrum mit 1.800 Arbeitsplätzen an der Fürther Straße. Wir haben hier sehr gute Rahmenbedingungen, um beispielsweise Beruf und Freizeit in eine attraktive Balance zu bringen. Und das Tolle ist, dass die Unternehmen der Region an einem Strang ziehen. Ich will das mal an einem Beispiel zeigen: In der Kooperation Mitarbeiterkinder – kurz: KooMiki – haben sich zehn Nürnberger Unternehmen zusammengeschlossen, um die Ferienbetreuung für Mitarbeiterkinder gemeinschaftlich zu organisieren. In den letzten Sommerferien haben über 400 Kinder daran teilgenommen. Das ist ein Standortfaktor für die Region!

Was wird die Datev beitragen zur Langen Nacht der Wissenschaften? Gibt es besondere Highlights für die Besucher?
Ich will mal mit einem Thema starten, das mir auch persönlich sehr am Herzen liegt. Die Ausspähaffäre ausländischer Geheimdienste hat bei vielen zu einem Vertrauensverlust in die IT geführt. Was mir aber Mut macht ist die Tatsache, dass die Sensibilität für Datenschutz und IT-Sicherheit deutlich gestiegen ist. Und das ist richtig! Denn die Menschen sind gefordert, mit den Risiken der digitalen Medien, insbesondere der sozialen Netzwerke, sicher und verantwortungsvoll umzugehen. Deshalb werden wir im Rahmen der Langen Nacht der Wissenschaften den Ball auch aufgreifen: Eines unserer Themen wird dort der Umgang mit den Risiken in den sozialen Netzwerken sein. Darüber hinaus haben wir natürlich noch andere interessante Themen zu bieten. Viele haben sicher schon von 3D-Druckern gehört oder gelesen – aber wer hat so ein Gerät schon mal in Aktion gesehen? Wir wollen das zeigen. Auch unser Neubau Datev IT-Campus 111 wird an einer Station Thema sein. Ich lade alle herzlich ein, über diese und andere Themen bei uns in der Oberen Kanalstraße 4 zu diskutieren und zu staunen. ■

Wir machen Sie fit im Kopf.
Wissenschaft zum Anfassen auf der Langen Nacht der Wissenschaften am 19. Oktober 2013
Evangelische Hochschule Nürnberg
- Soziales
- Gesundheit und Pflege
- Erwachsenenbildung
- Management
- Ethik
- Pädagogik
- Psychologie

Studieren und Beruf. DAS GEHT!? Studieren ohne Abitur. DAS GEHT!? www.evhn.de

Förderer
der
Wissenschaft

NÜRNBERGER
VERSICHERUNGSGRUPPE
seit 1884

Telefon 0911 531-5, info@nuernberger.de, www.nuernberger.de

Foto: FAU Erlangen-Nürnberg/Shutterstock

INFORMATION | KOMMUNIKATION

20 Jahre Internet: Sicher unterwegs im Netz

Fingerscanner im iPhone, biometrische Fotos auf dem Personalausweis, geknackte Verschlüsselungssysteme im NSA-Skandal – Netzpolitik ist heute ein ernstzunehmender Bestandteil des Regierungsalltags. In Zeiten, in denen laut Branchenverband Bitkom weltweit jeder Dritte online ist, floriert auch der Markt für Sicherheits-IT.

Der kriminelle oder auch nur sorglose Umgang mit elektronischen Daten kann heute schnell Verluste in ungeahntem Ausmaß mit sich bringen. Doch neben notwendigen Schutzmaßnahmen zwischen Totalüberwachung und digitaler Isolation sind auch Wissensmanagement und Big Data Themen, die die IT-Branche fordern. Die vielfältigen Erzeugnisse der Branche kommen in den unterschiedlichsten Bereichen zum Einsatz: Die Medizintechnik profitiert ebenso von den Errungenschaften wie die Automobilzulieferindustrie, um nur einige Beispiele zu nennen. Allein in der Metropolregion arbeiten 110.000 Personen im Kompetenzfeld. Die Schwerpunkte vor Ort liegen auf Software für Medizin und Industrie, Open Source, Telekommunikation und IT-Dienstleistungen. Auch bei der Langen Nacht der Wissenschaften werden die Besucher staunen, mit welcher Expertise der Wissenschaftsstandort auf dem Gebiet Information und Kommunikation aufwartet.

Sicherheit und Privatsphäre im „Global Village“

Die unendlichen virtuellen Weiten des Internets bieten heute digitale Alternativen zum analogen Leben. Facebook, Mailcheck,

Fortsetzung: Seite X

Handwerkskammer für Mittelfranken

Wissenswertes zur Heiz- und Warmwassertechnik

In der Langen Nacht der Wissenschaften können sich Interessierte im Haustechnologischen Zentrum (HTZ) über innovative Lösungen in der Heiz- und Warmwassertechnik informieren. Experten der Handwerkskammer beraten firmenneutral.

Nähere Informationen:
Michael Dorner • Telefon 0911 5309-171 • michael_dorner@hwk-mittelfranken.de
Haustechnologischen Zentrum (HTZ) • Sieboldstraße 9 • 90411 Nürnberg

SCHAEFFLER

Innovation beginnt im Kopf

Innovation ist für uns kein Zufall, sondern ein strukturierter und kreativer Prozess – im Team entstehen so neue Produkte und Technologien für marktgerechte Lösungen. In unseren weltweit 16 F&E-Zentren arbeiten rund 6 000 Entwickler täglich daran. Mit jährlich mehr als 1 850 Patentanmeldungen gehören wir zu den Innovationsführern der Industrie.

Sehen Sie selbst, welche Ideen derzeit in den Köpfen unserer Ingenieure reifen:

- **Nürnberg, Georg-Simon-Ohm-Hochschule (Tour 807)**
  IFZN (Institut für Fahrzeugtechnik), Campus 1, Keßlerplatz 12
- **Erlangen, Friedrich-Alexander-Universität (Tour 802)**
  Lehrstuhl für Konstruktionstechnik, KTmfk-Gebäude 15
- **Erlangen, Friedrich-Alexander-Universität (Tour 802)**
  Foyer Elektrotechnik, EEI-Gebäude 20

www.schaeffler.de

900 241

LuK INA FAG

FRANKEN FERNSEHEN

www.frankenfernsehen.tv/satellit

Montag bis Freitag auf RTL von 18.00 bis 18.30 Uhr
Montag bis Sonntag, 24 Stunden im Kabelkanal S 09 und über DVB-T-Kanal 60

StudioPark FRANKEN

BR Studio Franken

ARD.ZDF medien akademie

Lange Nacht der Wissenschaften

Unser Programm am 19.10. ab 18 Uhr in der Wallensteinstr. 117-121 in Nürnberg

- **TV-Sendung „Faszination Wissen“** Wissenschaftliches Bilderrätsel
- **Einblicke in ein modernes Fernseh-Studio** Aktuelle Produktionsverfahren
- **Das neue Aktualitätenzentrum des BR** Nachrichten aus Franken in allen Medien
- **Mobile Radio- und TV-Sendetechnik** Übertragungswagen von PKW bis Reisebus
- **Stimme und Sprache in Radio und Film** Versuchen Sie sich als Sprecher
- **Radio goes social** Radio und soziale Netzwerke
- **Multimedia total** Das Wohnzimmer von morgen
- **Medienserver & HD-Kameras im Einsatz** Hinter den Kulissen einer TV-Produktion

studioparkfranken.de

E-Commerce – für viele Menschen längst Alltag. Doch manch einer vergisst vielleicht, notwendige Maßnahmen zum Schutz der persönlichen Daten zu treffen. Bei der Datev hat der sorgsame Umgang mit Daten höchste Priorität. Bei der Langen Nacht informieren Fachleute darüber, worauf man achten sollte, um sich gefahrlos im Netz zu bewegen und die eigene Privatsphäre zu schützen (Obere Kanalstraße 4, Nürnberg/Tour 805).

Stichwort Anmeldung: J9p47ikr – schon beim Lesen wird die Zeichenfolge vom Gehirn aus dem Kurzzeitgedächtnis geworfen. Anders beim virtuellen Speicher des Internets: Wo Vorsicht die Mutter der Datensicherheit ist, öffnen simple Passwörter in Sekundenschnelle die Pforten zur eigenen Identität. Fachleute der Fakultät Informatik an der TH Nürnberg erklären Wissenswertes zur Wahl und Verwaltung von Passwörtern (Keßlerplatz 12, Nürnberg/Tour 807).

Um Schutz geht es auch dem FAU-Lehrstuhl für IT-Sicherheitsstrukturen. Zur Demonstration wird hier der entgegengesetzte Blickwinkel eingenommen: Eine Vorführung zeigt, wie Cyberkriminalität technisch funktioniert und was man dagegen unternehmen kann (Martensstraße 1, Erlangen/Tour 802).

Foto: TH Nürnberg

Institut für Integrierte Schaltungen IIS hat eine neue App für den Fitnessbereich entwickelt. Das System ActiSENS erkennt Bewegungen und berechnet den entsprechenden Energieverbrauch (Am Wolfsmantel 33, Erlangen/Tour 803). Ein Stück weiter untersucht Astrum IT in Kooperation mit der Abteilung für Molekulare Neurologie des Universitätsklinikums Erlangen mit Hilfe von Sensoren im High-Tech-Turnschuh Bewegungsstörungen (Am Wolfsmantel 2, Erlangen/Tour 803).

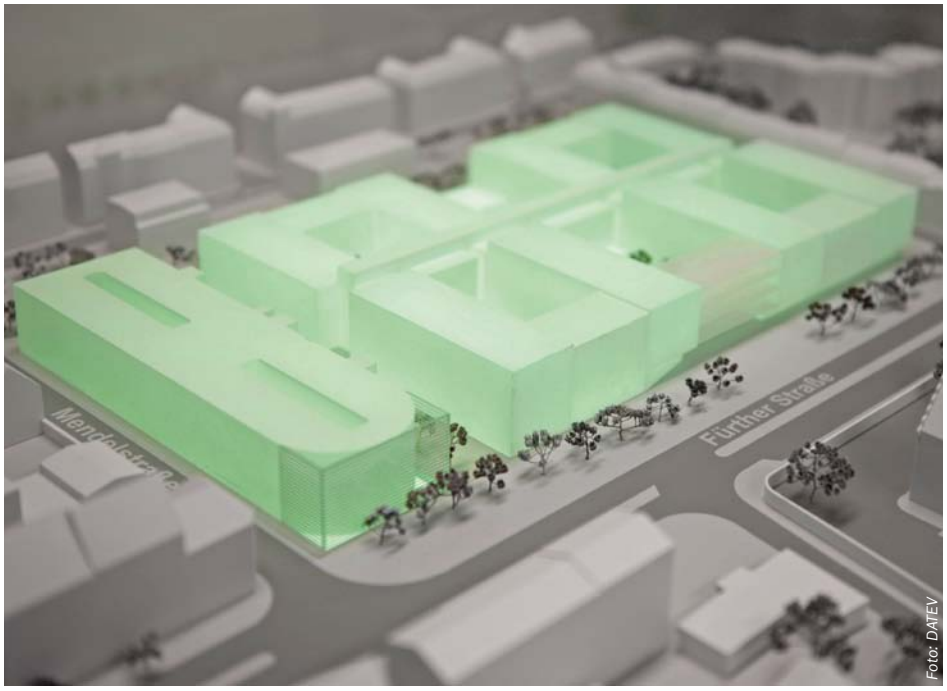


Foto: DATEV

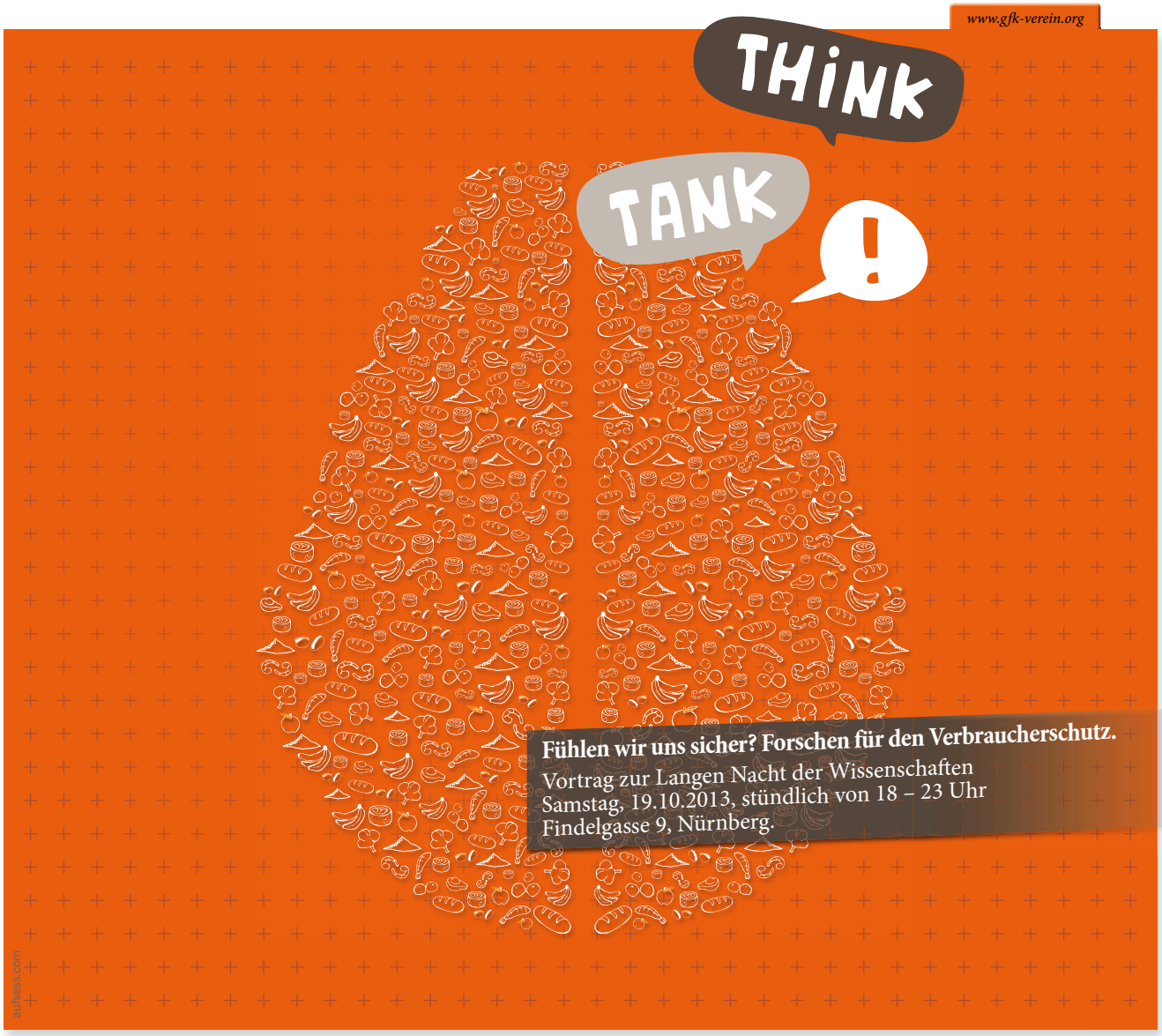
Bewegung in allen Facetten

Die Besucher sollten auf jeden Fall das Smartphone dabeihaben bei der Langen Nacht der Wissenschaften: Die ROSE-App für Android-Systeme leitet auch 2013 entspannt und individuell durch die Nacht. Das Konzept und die Technik hinter der App können sich Interessierte direkt vom Entwickler erklären lassen (Erwin-Rommel-Straße 60, Erlangen/Tour 802). Für Sportskanonen: Das Fraunhofer-

Wissen ist Macht

Da Wissen einen zentralen Innovationsfaktor darstellt, ist es heute wichtiger denn je, die Ressource Wissen zu pflegen, zu verwalten und zu ordnen. Am FAU-Lehrstuhl für Rechnungs- und Prüfungswesen konzentriert man sich daher auf Wissensaufbereitung: Zu Gast ist die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC), deren Experten bei „Der Suche nach der Nadel im Heuhaufen“ die neuesten Entwicklungen zur Analyse großer Dokumenten- und Datenmengen präsentieren (Findelgasse 7-9, Nürnberg/Tour 807).

GfK Verein



Mit der Gründung des GfK Vereins begann Marktforschung in Deutschland.

Der GfK Verein wurde 1934 gegründet. 50 Jahre später ging aus ihm die GfK hervor, die heute eines der größten Marktforschungsunternehmen der Welt ist.

Der GfK Verein blieb als Non-Profit-Organisation weiterhin bestehen und widmet sich – damals wie heute – der Förderung der Markt- und Marketingforschung. Als Think Tank sieht es der GfK Verein als seine Aufgabe, Wissen zu schaffen und weiterzugeben. Dabei geht es um neues Wissen über Märkte und Trends genauso wie um zukunftsweisende Instrumente und Methoden.

Schwerpunkt seiner Forschungsfelder sind derzeit die Emotionsanalyse und das Social Media Monitoring. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE.

www.gfk-verein.org, info@gfk-verein.org, ++49.911.395-2231

Als einer der großen Arbeitgeber sind wir uns der gesellschaftlichen Verantwortung für die Stadt und die Region bewusst.

Besuchen Sie uns bei der
Langen Nacht der Wissenschaften.
Paul-Gossen-Str. 100 in Erlangen

www.areva.de

AREVA
forward-looking energy

Poly IC
The chip printers
a member of the KURZ Group

smart and flexible printed solutions

Wir stellen aus auf der Langen Nacht der Wissenschaften:

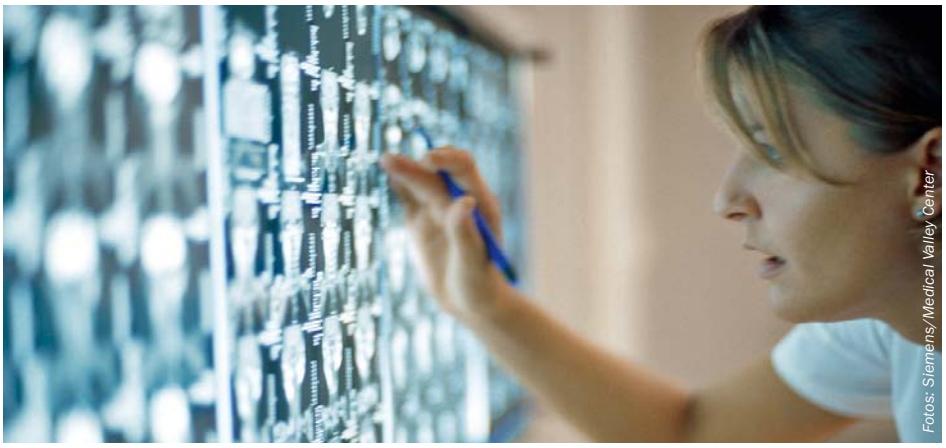
Uferstadt Fürth
Technikum 1 · Dr.-Mack-Str. 81
90762 Fürth

www.polyic.com

MEDIZIN | GESUNDHEIT

„Wer bei uns Hilfe sucht, bekommt sie auch“

Herr Hiegl, der Medical Valley EMN e.V. gilt seit zehn Jahren als Inkubator innovativer Ideen und Produkte im Bereich Medizin-/Medizintechnik. Brauchen diese auch unbedingt ein innovatives Umfeld, um zu zünden?
Vernetzung ist sicher ein ganz wichtiger Baustein. Sie vollzieht sich allerdings nicht von alleine. Wir begleiten viele Unternehmen proaktiv, schlagen potenzielle Partner vor und initialisieren mögliche Kooperationen. Dies ist aber auch eine Holschuld. Wer aktiv Hilfe bei uns sucht, bekommt sie auch. Nur Unternehmen, die diese Eigenmotivation mitbringen, sind zweifellos Erfolgskandidaten.


Fotos: Siemens/Medical Valley Center

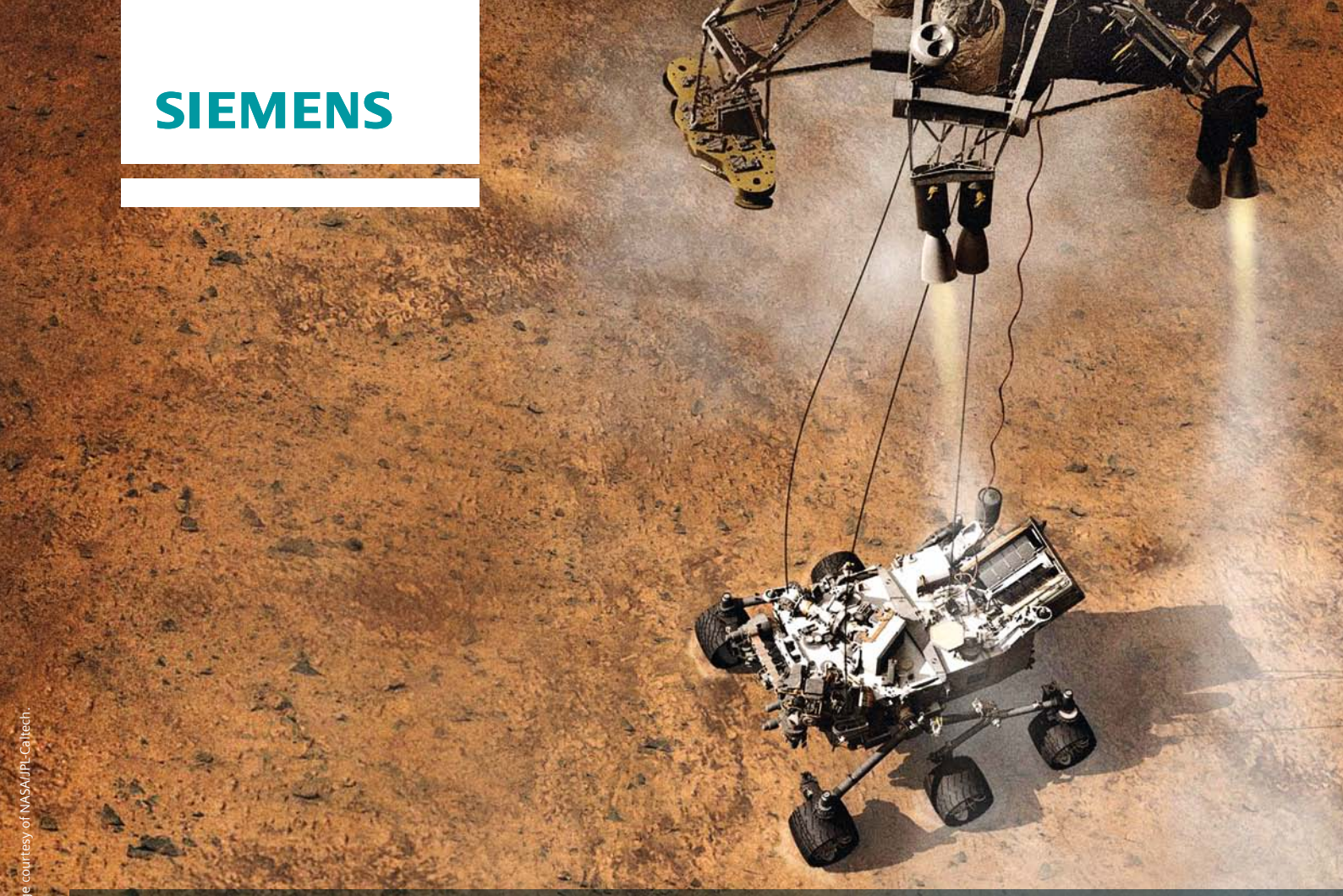
Traditionell ist das Medical Valley Center MVC einer der Hauptveranstaltungsorte der Langen Nacht der Wissenschaften: Was erwartet die Besucher dieses Jahr?
Unter anderem gibt es heuer die seltene Gelegenheit, den nanoTruck des Bundesforschungsministeriums zu besuchen oder zu sehen, wie Laser gegen Bakterien eingesetzt werden. Unter Anleitung können die Besucher ein Endoskop selbst bedienen oder das Neueste über die Transplantation von Haut erfahren. Es wird sogar eine eigene Medizintechnik-Tour geben! Im Programmheft und auf der Website sind alle Partner dieser Tour mit dem Logo des Medical Valley gekennzeichnet, so dass die Besucher ihren Fokus ganz auf Medizintechnik richten können. Wie immer gibt es außerdem im Café SchwarzStark Gegrilltes, Snacks und Cocktails zur Stärkung zwischendurch.

Wie wird eigentlich der Erfolg von Unternehmen gemessen?
Im Grunde bin ich nicht dafür, Erfolg in Quadratmetern zu messen. Ziel eines Innovations- und Gründerzentrums darf es schließlich nicht sein, seine Fläche zu hundert Prozent zu vermieten, sondern ausschließlich Zukunftsfirmen zu integrieren. Fakt ist jedoch, dass Firmen ab einer Fläche von 500 Quadratmetern echte Erfolge verzeichnen und bereit sind, gänzlich auf eigenen Füßen zu stehen. Dann heißt es „time to market“, also Koffer packen, ausziehen und sich eigene Räumlichkeiten suchen. Das passiert zum Glück sehr oft. Keine der Firmen, die vor zehn Jahren bei uns angefangen hat, ist heute noch hier. Sie alle haben ihre Bestimmung gefunden.

Welche Hilfestellungen und Dienstleistungen bietet das MVC konkret?
Wer hier unterkommt, kann von uns erwarten, dass wir potenzielle Kunden ansprechen und Hilfestellungen bei Recruiting-Themen geben. Außerdem haben wir Mentoren-Programme eingeführt. Bei Fragen, die wir nicht beantworten können, ziehen wir Experten hinzu. Das hat sich als sehr effizientes Werkzeug erwiesen. Obendrauf gibt es durch den klaren Bezug zum Medical Valley EMN e. V. für unsere Mieter einen gehörigen Schub öffentlicher Wahrnehmung. ■

Matthias Hiegl, *Geschäftsführer des Medical Valley Center.*

SIEMENS



© Siemens AG, 2012. All Rights Reserved. Image courtesy of NASA/JPL-Caltech.

Eine Mars-Landung ist einer der schwersten Jobs auf der Welt.

Das Modell des Mars-Rovers Curiosity können Sie am 19. Oktober 2013 an der Langen Nacht der Wissenschaften im Museum Industriekultur Nürnberg besichtigen.

Siemens auf der Langen Nacht der Wissenschaften: An 14 Stationen erleben Sie ein Modell des Marsrover, intelligente Stromversorgungstechnik – Smart Grid, Energiespeicherung und -übertragung, Elektromobilität, Transformatorentechnik, Supraleiter, Sensorik, Computertomographie, Labordiagnostik, innovative Hörgeräte, Lösungen für nachhaltiges Handeln, Ausbildung bei Siemens bis hin zur Werkfeuerwehr!
Seien Sie neugierig, informieren Sie sich und diskutieren Sie mit unseren Experten – Wir freuen uns auf Sie!

Read the QR code with the QR code reader in your mobile!

siemens.com/answers

Foto: Care Vision

MEDIZIN | GESUNDHEIT

Gut gewappnet für unser höchstes Gut

Gerade in Zeiten des demographischen Wandels entwickelt sich Gesundheit zusehends zum ökonomischen Faktor.

Innovationen im Bereich der Medizintechnik können in der Gesellschaft wertvolle Hilfestellung leisten, müssen aber finanzierbar sein. Um die Herausforderungen einer immer älter werdenden Gesellschaft zu bestehen, sind geeignete Maßnahmen und Strategien gefragt – gerade auch im Bereich des Gesundheits- und Pflegemanagements.

Welch herausragende Rolle der Wirtschaftszweig in der Metropolregion spielt, zeigen die Zahlen: Schätzwerten zufolge beläuft sich der Gesamtumsatz der Pharma- und Biotechnologieindustrie bzw. Medizintechnik auf über 5 Mrd. Euro. Etwa 16.000 Arbeitnehmer arbeiten im medizintechnischen Bereich, also fast 10 Prozent aller bundesweit in der Branche Beschäftigten. Bei der Wissenschaftsnacht zeigen Spezialisten, welche medizinischen und medizintechnischen Stärken die internationale Modellregion Medical Valley zu bieten hat.

Im Zentrum des medizinischen Fortschritts: Das Medical Valley Center

Eine einzigartige Möglichkeit, sich medizintechnisch auf den neuesten Stand zu bringen, bietet das Erlanger Medical Valley Center: Von A wie Augenlaser bis Z wie ZIMT – vor Ort lässt sich ein faszinierendes Spektrum moderner Forschung erleben. Die finnische Firma Vivago Oy präsentiert eine spezielle Uhr, die vielfältige Daten des Trägers erhebt und in Echtzeit den Pflegebedarf ermittelt. Ein im Wortsinn hautnahes Erlebnis verspricht das Institut Tutogen: Als einer der weltweit führenden Anbietern von Gewebetransplantaten erklärt das pharmazeutisch-medizintechnische Unternehmen, wie tierische Transplantate in körpereigenes Gewebe umgewandelt werden. Wer nichts dergleichen verpassen möchte, kann auf der Website www.nacht-der-wissenschaften.de oder per App seine eigene Medical-Valley-Tour durch Erlangen, Nürnberg und Fürth zusammenstellen (Henkestraße 91, Erlangen/Tour 801).

Am Puls des Patienten: Stationsalltag in den Kliniken

Eine enorme Auswahl an Themen bieten auch die Kliniken im Programm der Wissenschaftsnacht. Egal ob Burnout, Organspende, Killerpilze oder Tinnitus – an unterschiedlichen Standorten in Erlangen gibt das Universitätsklinikum in Vorträgen und an Infoständen Einblick in seine Kompetenzen (Ulmenweg 18, Erlangen/Tour 801). In Nürnberg öffnen die Cnopf'sche Kinderklinik und die Klinik Hallerwiese ihre Fachabteilungen: Neben Vorträgen und Operations-Simulationen werden hier auch Berufe und Ausbildung in der Pflege vorgestellt (Mühlgasse 19, Nürnberg/Tour 805).

BMBF on Tour: Das BIOTechnikum

Ob bei medizinischen Diagnoseverfahren oder in alltäglichen Produkten wie Zahnpasta oder Waschmittel: Die moderne Biotechnologie ist heute aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Gesundheit und Ernährung stehen im Mittelpunkt des BIOTechnikums, der mobilen Erlebniswelt des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Auf zwei Stockwerken und mehr als 100 m² Fläche bringt der Truck den Besuchern die vielfältigen Vorgänge des Lebens näher (Schloßplatz 1, Erlangen/Tour 801).

Gesundheit an den Hochschulen: Sozialökonomie und Pflegemanagement

Neben den medizinischen Errungenschaften kommen auch gesundheitsökonomische Gesichtspunkte nicht zu kurz. Die Wilhelm Löhe Hochschule in Fürth verspricht „mehr als trockene Luft": Im Forschungsinstitut

Foto: Tulogen

IDC können Interessierte einen Blick hinter die Kulissen praxisnaher Forschungsarbeit wagen, im interaktiven Planspiel Gesundheitswesen schlüpfen die Besucher in die Rolle unterschiedlicher Akteure (Merkurstraße 41, Fürth/Tour 804). Interaktiv geht es auch an der Evangelischen Hochschule Nürnberg zu: Ein interdisziplinärer Selbstversuch zur Wirtschaftsforschung lässt Neugierige erfahren, inwieweit sie von menschlicher Intuition oder wirtschaftlicher Rationalität gelenkt werden. Weitere Programmpunkte klären über Kommunikation mit Demenzkranken, den „Mythos Team" oder Redeangst auf (Roonstraße 27, Nürnberg/Tour 805). ■

Continental Nürnberg schaltet schneller!

Über 2.000 Mitarbeiter arbeiten gemeinsam an der Entwicklung elektronischer Steuergeräte für verschiedene Fahrzeuganwendungen sowie am Ausbau von Hybrid- und Elektroantrieben.

Das 2012 eröffnete Test- und Entwicklungszentrum für Getriebesteuerungen ist ein weiterer Meilenstein in der rasanten Entwicklung unseres Standorts. Während der Langen Nacht der Wissenschaften öffnen wir nun erstmals die Tore unseres neuen Innovationszentrums für Sie!

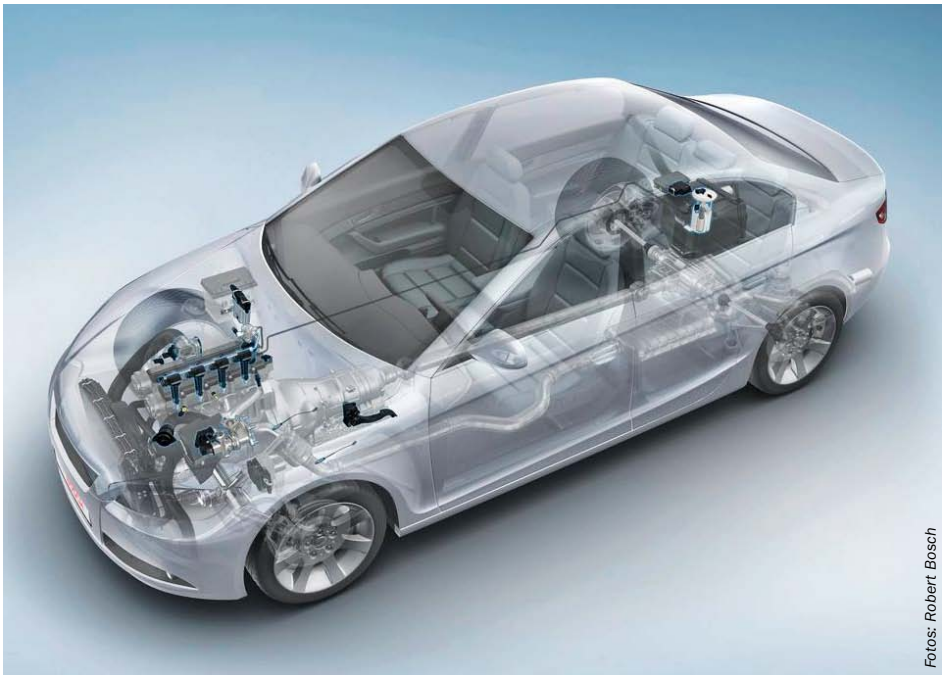
Der Continental Standort Nürnberg entwickelt wesentliche Zukunftstechnologien zur Optimierung des Kraftstoffverbrauchs von Automobilen. Wollen Sie gemeinsam mit uns durchstarten? Dann bewerben Sie sich unter **www.continental-karriere.de.**

Wir freuen uns auf Sie!

AUTOMOTIVE | VERKEHR

„Wir wollen den CO_2-Austoß senken – beim Autofahren und in unserer Produktion“

Herr Pietzcker, das Nürnberger Robert-Bosch-Werk nimmt zum ersten Mal an der Langen Nacht der Wissenschaften teil. Warum haben Sie sich dafür entschieden?
Wir fertigen verschiedene Erzeugnisse für internationale Automobilhersteller. Da ist es wichtig, dass wir unsere Produkte, aber auch unsere Fertigungsmethoden und -prozesse ständig weiterentwickeln und innovative Lösungen bieten. Ein aktuelles Thema ist die Verbesserung der Kommunikation zwischen Menschen und Maschinen. Dafür suchen wir kompetente Partner hier in der Region und intensivieren die Zusammenarbeit mit lokalen Hochschulen. Die Lange Nacht der Wissenschaften ist eine gute Möglichkeit, weitere Kontakte mit interessanten Partnern zu knüpfen und uns als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren.


Fotos: Robert Bosch

Wie wichtig ist an Ihrem Standort das Thema Energiesparen?
Sehr wichtig. Unsere Haupterzeugnisse sollen den Automobilherstellen dabei helfen, den CO_2-Ausstoß und den Energieverbrauch beim Fahren zu senken. Außerdem versuchen wir, unsere Produktion ressourcenschonend aufzubauen: Einerseits zwingen uns die steigenden Strompreise, unseren Energieverbrauch so weit wie möglich zu senken, um die Wettbewerbsfähigkeit des Werks gegenüber anderen Bosch-Standorten weltweit zu stärken. Andererseits hat Umweltschutz bei Bosch von jeher einen hohen Stellenwert. Im gesamten Konzern wird der CO_2-Ausstoß genau verfolgt und es gibt strikte Richtlinien, die wir einhalten müssen. Beispielsweise ist es uns durch Wärmerückgewinnung aus der Fertigung gelungen, dass das Nürnberger Werk bis zu einer Außentemperatur von -5 °C kein Heizöl oder -gas zukaufen muss. Wie wir das machen, zeigen wir den Besuchern der Langen Nacht der Wissenschaften in der laufenden Fertigung.

Welchen Stellenwert hat Franken für Bosch?
Franken ist außerhalb des Großraums Stuttgarts die Region in Deutschland, in der am meisten Boschler arbeiten. Bosch ist rund um Nürnberg mit gut 13.000 Mitarbeitern in Ansbach, Bamberg, Gunzenhausen und Nürnberg vertreten. Betrachtet man ganz Ober-, Mittel- und Unterfranken, dann kommen dazu die Bosch Rexroth Zentrale in Lohr und weitere Werke und Standorte in Schweinfurt und Umgebung – insgesamt arbeiten bei der Bosch-Gruppe in Franken über 22.000 Menschen. ■

mehr als Energie
infra

Regenerative und effiziente Energieerzeugung in Fürth

Die Wärmeerzeugung aus Biomasse in einer modernen Holzhackschnitzelfeuerungsanlage mit einer hocheffektiven Rauchgasreinigungsanlage ist ein Teil der regenerativen Energieversorgung für Fürth durch die infra.

Zur „Langen Nacht der Wissenschaften“ öffnet die infra zusammen mit dem TÜV Süd ihr Heizwerk an der Vacher Straße 275 in Fürth.
Wer sich umsehen möchte, ist herzlich eingeladen.

Joachim Pietzcker, *Kaufmännische Leitung von Robert Bosch, Werk Nürnberg.*

Foto: Schaeffler

AUTOMOTIVE | VERKEHR

Mobilität im Zeichen der Umwelt

Neben steigenden Ansprüchen an Sicherheitskonzepte, Fahrkomfort und Infotainment an Bord ist vor allem auch die Umweltverträglichkeit moderner Fahrzeuge eine der zentralen Herausforderungen an die Automobilzulieferbranche.

Das Ineinandergreifen der einzelnen Teilbereiche bildet dabei die Basis für aussichtsreiche Innovationen. Die optimale Verzahnung von produzierendem Gewerbe mit den Hochschulen ist eine wichtige Voraussetzung für das Gelingen eines ökologischen Wandels, der auch künftig ökonomisch rentable Mobilität sichert. Laut UN-Schätzungen verdoppelt sich die weltweite Bevölkerung allein in den Städten innerhalb der nächsten 35 Jahre. Wenn im Jahr 2050 sechs Mrd. Menschen im urbanen Raum leben und arbeiten, funktionieren Mobilität und Transportwesen in völlig neuen Dimensionen. Grund genug, sich schon heute zukunftsweisende Lösungen für die Mobilität von morgen zu überlegen.

Obwohl in der Europäischen Metropolregion Nürnberg kein klassischer Fahrzeughersteller beheimatet ist, sind hier 85.000 Arbeitnehmer mittel- oder unmittelbar in der Automobilindustrie beschäftigt. In fast allen (europäischen) Fahrzeugtypen kommen die Produkte aus der EMN zum Einsatz. Die Erzeugnisse der regionalen Global Player, klein- und mittelständischen Unternehmen der Branche reichen aus, um ein gesamtes Fahrzeug auszustatten. Bei der Langen Nacht der Wissenschaften geben die ortsansässigen Hochschulen und Automobilzulieferer von Weltrang ihr Know-how an die Gäste weiter und präsentieren neueste Entwicklungen.

Continental: Neues Test- und Entwicklungszentrum

Bis zum Jahr 2020 plant die Bundesregierung, 1. Mio. Elektrofahrzeuge auf die Straßen zu bringen. Bei der Wissenschaftsnacht informiert der Nürnberger Zulieferbetrieb Continental im neuen Test- und Entwicklungszentrum über solche Megatrends: Die Besucher erwartet ein „durchsichtiges" Elektrofahrzeug, das die Arbeitsweise der zukünftigen Automobiltechnik veranschaulicht. Die Mitarbeiter erklären zusätzlich, was man unter einem aktiven Gaspedal versteht oder wie man moderne Klimaanlagen per App steuert (Sieboldstraße 19, Nürnberg/Tour 809).

Fortsetzung: Seite XVIII

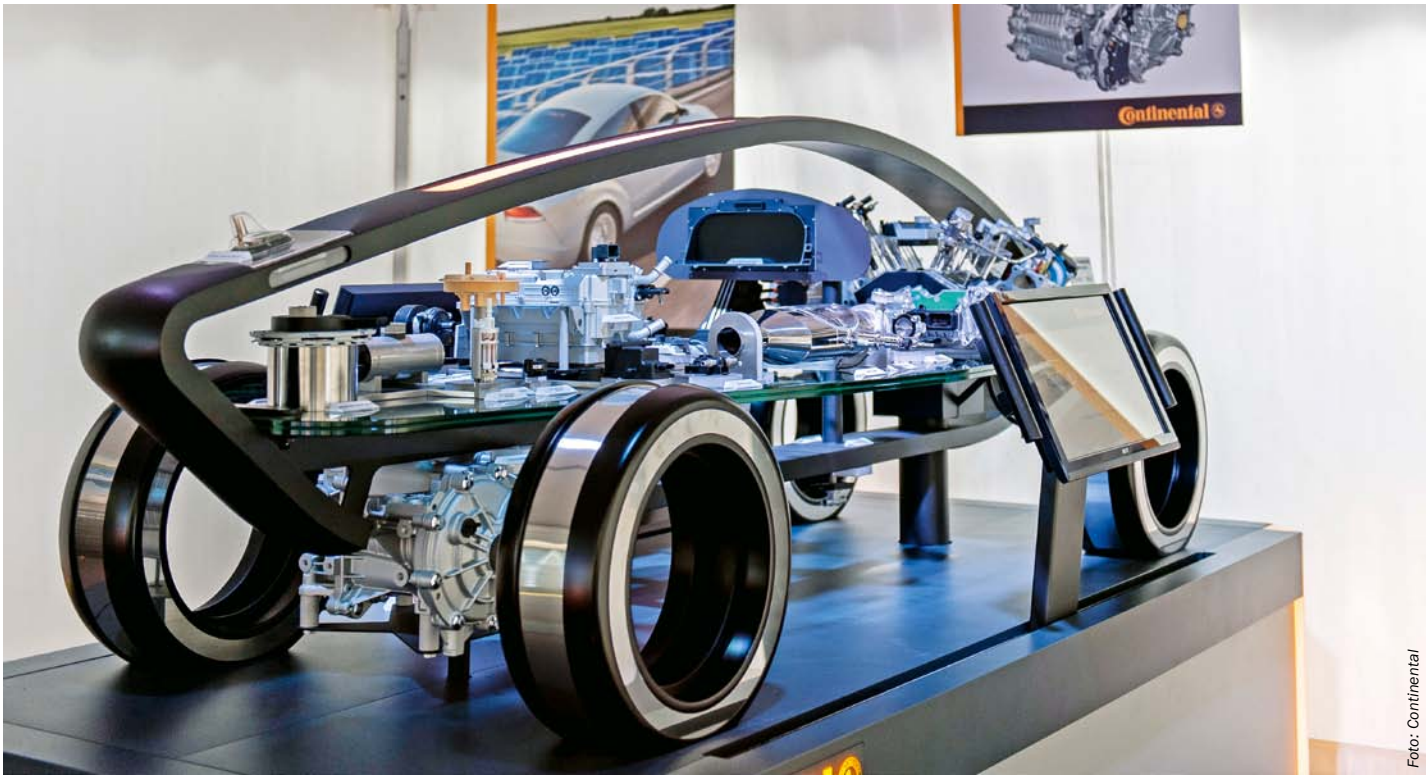


Foto: Continental

Motoren-Kompetenz im Nürnberger Südwesten

1.800 PS geballte Power – MAN kann! Als Kraftprotze unter den Triebwerken gelten die Nutzfahrzeug-Motoren der MAN Truck & Bus. Nachtschwärmer können sich beim Wettschrauben „am offenen Herzen“ versuchen oder MAN-Motoren auf Herz und Nieren testen. Aber auch der theoretische Hintergrund soll nicht fehlen: Themen wie Güterverkehr oder virtuelle Motorenentwicklung runden das Angebot ab. Außerdem zu Gast: die VAG Nürnberg. Im ersten Bussimulator in Deutschland können Besucher beim virtuellen Fahrertraining ausprobieren, ob sie das Zeug zum Busfahrer hätten (Vogelweiherstraße 33, Nürnberg/Tour 806). Im Nürnberger Werk von Robert Bosch schreibt man Energiesparen groß: Geländeführungen geben Einblick in das energieautarke Werk und zeigen die laufende Produktion von Hochdruckpumpen für die Benzindirekteinspritzung (Zweibrücken Straße 13, Nürnberg/Tour 806).

Hand in Hand mit den Hochschulen

E-Cars schneiden in Sachen Reichweite und Produktionskosten bisher deutlich schlechter ab als herkömmliche Fahrzeuge. Daher forscht der FAU-Lehrstuhl Elektronische Bauelemente an Lösungen für die Praxis der Elektromobilität. Im Projekt „TechFak EcoCar“ konzipieren und bauen Studenten ein komplettes Elektromobil.
Das Fraunhofer-Institut für Integrierte Systeme und Bauelementetechnologie IISB öffnet sein Testzentrum für Fahrzeuge mit elektrischem Antriebsstrang (beide Schottkystraße 10, Erlangen/Tour 802). Schaeffler ist diesmal sowohl an der FAU als auch an der TH Nürnberg zu Gast: Unter dem Motto „Mit Effizienzsteigerung und CO_2-Reduzierung auf dem Weg in die Zukunft“ sind Wissbegierige eingeladen, Technik hautnah zu erleben (Cauerstraße 7, Erlangen/Tour 802 und Keßlerplatz 12, Nürnberg/Tour 807). Die TH ihrerseits lockt mit „Rennsportfeeling“ an die Fakultät Maschinenbau und Versorgungstechnik. Das Formula-Student-Team zeigt einen selbst konstruierten Rennwagen und lädt die Besucher ein, ihr Können am Fahrsimulator zu beweisen (Keßlerplatz 12, Nürnberg/Tour 807). ■

ENERGIE | UMWELT

Technikbegeisterten Nachwuchs heiß machen

MAN ist auch in diesem Jahr als einer der Hauptsponsoren bei der Langen Nacht der Wissenschaften dabei. Ist das Schwerpunktthema der Veranstaltung „Energie und Umwelt“ auch ein Thema, das das MAN-Motorenwerk in Nürnberg bewegt?
Im Werk Nürnberg entwickeln und fertigen wir Diesel- und Gasmotoren für die gesamte MAN-Nutzfahrzeugpalette und darüber hinaus für externe Anwendungen wie Schienenfahrzeuge, Yachten und Arbeitsschiffe, Agrarmaschinen und Biogasanlagen. Durch das breite Einsatzgebiet unserer Motoren hat das Thema „Energie und Umwelt“ bei uns einen sehr hohen Stellenwert – für unsere Produkte und auch unsere Prozesse. Ab 01.01.2014 gilt für Nutzfahrzeuge die gesetzliche Emissionsstufe Euro 6. Mit der Einführung haben wir seit 1990 die Emission unserer Fahrzeuge um 90 % reduziert. Gleichzeitig haben wir unseren Kunden die Fahrzeugtechnologie sowie Service und Schulungsmöglichkeiten zur Verfügung gestellt, um den Kraftstoffverbrauch deutlich zu senken. Ähnliches gilt für unsere Produktionsprozesse. MAN hat das Ziel, die Emission bis 2020 um 25 % zu senken. Wir befinden uns mit konkreten Projekten, wie zum Beispiel unserem Kalttestverfahren, das 3.000 Tonnen CO_2 pro Jahr einspart, auf dem besten Weg.

Die Lange Nacht der Wissenschaften soll vor allem technikbegeisterten Menschen Wissenschaft nahe bringen. Geht es für Sie dabei nur um Technik, oder versprechen Sie sich sonst noch etwas von dieser Veranstaltung?
Wir stehen als MAN natürlich in erster Linie für Top-Produkte mit Premiumqualität. Aber hinter diesen Produkten stehen unsere Top-Mitarbeiter. Egal, ob als Auszubildender, Fachkraft oder Ingenieur – wir arbeiten hier am Standort Nürnberg mit einer Spitzenmannschaft. Die Lange Nacht der Wissenschaften ist für uns nicht allein dafür da, um unsere Fachkompetenz zu zeigen, sondern auch uns als Top-Arbeitgeber vorzustellen. Wir wollen den technikbegeisterten Nachwuchs „heiß“ auf MAN machen und haben dafür extra unser Karriere-Team im Programm, um vor Ort über Einstiegs- und Durchstartmöglichkeiten zu informieren.

Fotos: MAN Truck & Bus

Worauf können sich die Besucher der Langen Nacht der Wissenschaften bei MAN freuen?
Auf viele tausend PS und Motorentechnik zum Anfassen und Staunen! Wir wollen zeigen, dass das Entwickeln von Nutzfahrzeugmotoren eine äußerst anspruchsvolle und für die Zukunft verantwortungsvolle Arbeit ist, die als solche sehr viel Spaß macht. Die Besucher können die Motorentechnik aus der Frankenmetropole in ihrer ganzen Bandbreite erleben, verschiedenste Ausstellungsstücke von klein bis ganz groß bewundern, mit unseren Experten fachsimpeln, selbst Hand anlegen und an Motoren herumschrauben. Kurzum – die Besucher können einen eindrucksvollen Blick in unsere – für Außenstehende sonst verschlossenen – „heiligen Hallen“ werfen. ■

Dr.-Ing. Ulrich Dilling, *Nürnberger Werkleiter von MAN Truck & Bus.*

Besuchen Sie uns in Ihrem Autohaus Fink Erlangen.

Der neue BMW i3 – BORN ELECTRIC.
Ab dem 16. November bei uns im Autohaus zu erleben!
www.bmw-i-fink.de

Autohaus **Fink** Erlangen
Autohaus Fink GmbH & Co. KG
Günther-Scharowsky-Str. 8
91058 Erlangen

Peter Metzner
Tel.: 09131 - 3008 18
Mail: metzner@autohausfink.de
www.autohausfink.de

Museum für Kommunikation Nürnberg

Wissenschaft lustig, knackig und verständlich beim

Science Slam
zur Langen Nacht der Wissenschaften

Highlights
- Science Slam
- Entdeckungstour im Theater „O"-Labor (Kinderprogramm)
- „Das Fräulein vom Amt" – Ein Traumberuf?
- Highlightführung: Vom Urlaut zum USB-Stick
- Tintos Science Bar

19. Oktober 2013 im Museum für Kommunikation in Nürnberg 18 bis 1 Uhr

- Anfahrt
Lessingstr. 6, 90443 Nürnberg (U-Bahn Haltestelle Opernhaus)
- Eintrittspreise
- Erwachsene 12 Euro
- Schüler/innen und Studierende 8 Euro

Gefällt mir

www.facebook.com/Wissenschaftsn8

TÜV SÜD Industrie Service

Mehr Sicherheit. Mehr Wert.

Die Lange Nacht der Wissenschaften

Vorführung eines Messfahrzeugs für Emissionsmessungen

Wie bestimmt man die Emissionen eines Heizkraftwerks?

Dieser Frage gehen wir mit Hilfe eines speziellen Messfahrzeugs am Beispiel des Biomassekessels im Heizwerk Vacher Straße der infra fürth gmbh nach. Interessierte können sich während der Messungen umfangreich bei unseren Experten zur Ausrüstung und zur Vorgehensweise informieren.

▸ **Heizwerk Vacher Straße**
Shuttlebus-Route 804
Haltestelle Gustav-Weißkopf-Straße

TÜV SÜD Industrie Service GmbH
Tel. 0911 6557–221 · is.nl.nbg@tuev-sued.de

ENERGIE | UMWELT

Schritt für Schritt zur grünen Wende

So vielfältig die Möglichkeiten der Energiegewinnung und -speicherung schon heute sind, so unstrittig ist der verantwortliche Umgang mit dem Klimawandel und der energetischen Erblast vergangener Jahrzehnte.

Foto: ENERGIEregion

Fest steht: Die beschlossene Energiewende beschert gerade den Umwelttechnologien vielversprechende Perspektiven. Denn den grünen Alternativen gehören die Märkte der Zukunft. Nur, wenn der Innovationsprozess weiter voranschreitet, kann der Schritt zu ressourcenschonender und bezahlbarer Energieversorgung gelingen. Traditionell eine der arbeitnehmerintensivsten Branchen der Europäischen Metropolregion Nürnberg (EMN), beschäftigt der Energiebereich hier etwa 70.000 Arbeitnehmer. Davon ist über ein Drittel – direkt oder indirekt – im Bereich des Umweltschutzes tätig. Ob Strom, Wärme oder Mobilität: Der enge Kontakt zwischen Forschungseinrichtungen, Anwendern und Herstellern in regionalen Netzwerken zahlt sich aus, die EMN nimmt bayernweit die Spitzenposition in Sachen Energieforschung ein. Bei der Wissenschaftsnacht zeigen örtliche Unternehmen und Hochschuleinrichtungen ein buntes Themenspektrum an energietechnologischen Innovationen.

Hochleistungstransformatoren und Smart Grid bei Siemens

Eigentlich gilt der Standort Erlangen mit rund 5.500 Mitarbeitern als Weltzentrale des Energy Sectors von Siemens. Bei der Wissenschaftsnacht gibt das Unternehmen aber auch in Nürnberg Kostproben zur Energietechnik: Auf AEG erwarten die Wissbegierigen Fahrzeugtransformatoren, die in den verschiedensten Triebzügen und Lokomotiven zum Einsatz kommen (Fürther Straße 248, Nürnberg/Tour U1). Mehr Wissenswertes zum Thema erfahren die Besucher beim Sector Infrastructure & Cities: Der mobile Messestand informiert darüber, wie der Strom zum Zug kommt und wie Smart Grid funktioniert (Landgrabenstraße 18, Nürnberg/Tour 806).

Energieforschung in der Hugenottenstadt

Was passiert, wenn der Blitz in der Wohnsiedlung einschlägt? Diese und mehr hochspannende Fragen beantwortet der FAU-Lehrstuhl für Elektrische Energiesysteme bei Experimenten und Vorträgen (Cauerstraße 4, Erlangen/Tour 802). Gebändigte Energie demonstriert der nur einen Steinwurf entfernte FAU-Lehrstuhl für Materialien der Elektronik und Energietechnik, der die Glühbirne des 21. Jahrhunderts vorstellt. Der Clou: Sie glüht nicht (Martensstraße 5-7, Erlangen/Tour 802). Ebenfalls im Erlanger Süden ist

Foto: Siemens

der Cluster Energietechnik zu Gast: Wie die Energiewende bis 2022 technisch umsetzbar ist, darüber geben die Fachleute von Bayern Innovativ Auskunft (Martensstraße 3, Erlangen/Tour 802).

Bei AREVA steht besonders die Verringerung der CO_2-Emission im Vordergrund. Bei der Langen Nacht können die Besucher sich ausführlich darüber informieren – ob in Bezug auf Kernenergie, Windenergie oder Stromspeicherung (Paul-Gossen-Straße 100, Erlangen/Tour 802).

Bayerisches Prestigeobjekt: Der Energie Campus Nürnberg

Als Leuchtturm in Sachen Energieforschung und -entwicklung gilt der Energie Campus Nürnberg EnCN. Um der Energiewende mit geeigneten Lösungen zu begegnen, forscht der EnCN unter Hochdruck und spartenübergreifend mit der FAU Erlangen-Nürnberg, der TH Nürnberg, drei Fraunhofer-Instituten und dem Bayerischen Zentrum für Angewandte Energieforschung. Der Schwerpunkt gilt Erzeugung, Transport, Speicherung und Nutzung energietechnologischer Innovationen. Vom Freistaat mit 50 Mio. Euro gefördert, präsentiert der Energie Campus an der Langen Nacht zahlreiche Projekte zu Themen wie Leistungselektronik, Powermanagement oder Industriedesign (Fürther Straße 250, Nürnberg/ Tour U1).

Energielieferant vor Ort: E.ON-Kraftwerk Franken

Erstmals bei der Langen Nacht der Wissenschaften öffnet das E.ON-Kraftwerk Franken in Gebersdorf seine Pforten, das als Spitzenlastkraftwerk fungiert. „Strom für die Spitze“ führt die Besucher auf einen Rundgang durch das Werk. Hier erfährt man mehr über die Aufgaben des modernen, gasbefeuerten Kraftwerks Franken im Nürnberger Südwesten (Felsenstr. 14, Nürnberg/Tour 806). ■

ANZEIGE

MID GMBH

Der Zukunft immer einen Schritt voraus

Kaum ein Trend hat die IT-Branche in den letzten Jahren so tiefgreifend beeinflusst wie das Cloud Computing. Hardware-Kapazitäten wachsen dabei weltweit genauso rasant wie die Verwendungszahlen. Unternehmen verwenden für immer mehr zentrale geschäftliche Funktionen Cloud-Lösungen, die zunehmend effizienter und sicherer arbeiten. MID bietet ausgewählte Funktionalitäten seiner Produktpalette nun auch für mobile Endgeräte an. Somit können Geschäftsprozesse bequem von unterwegs aufgenommen und für jedermann zugänglich gemacht werden. Und das ganz ohne BPMN-Kenntnisse.

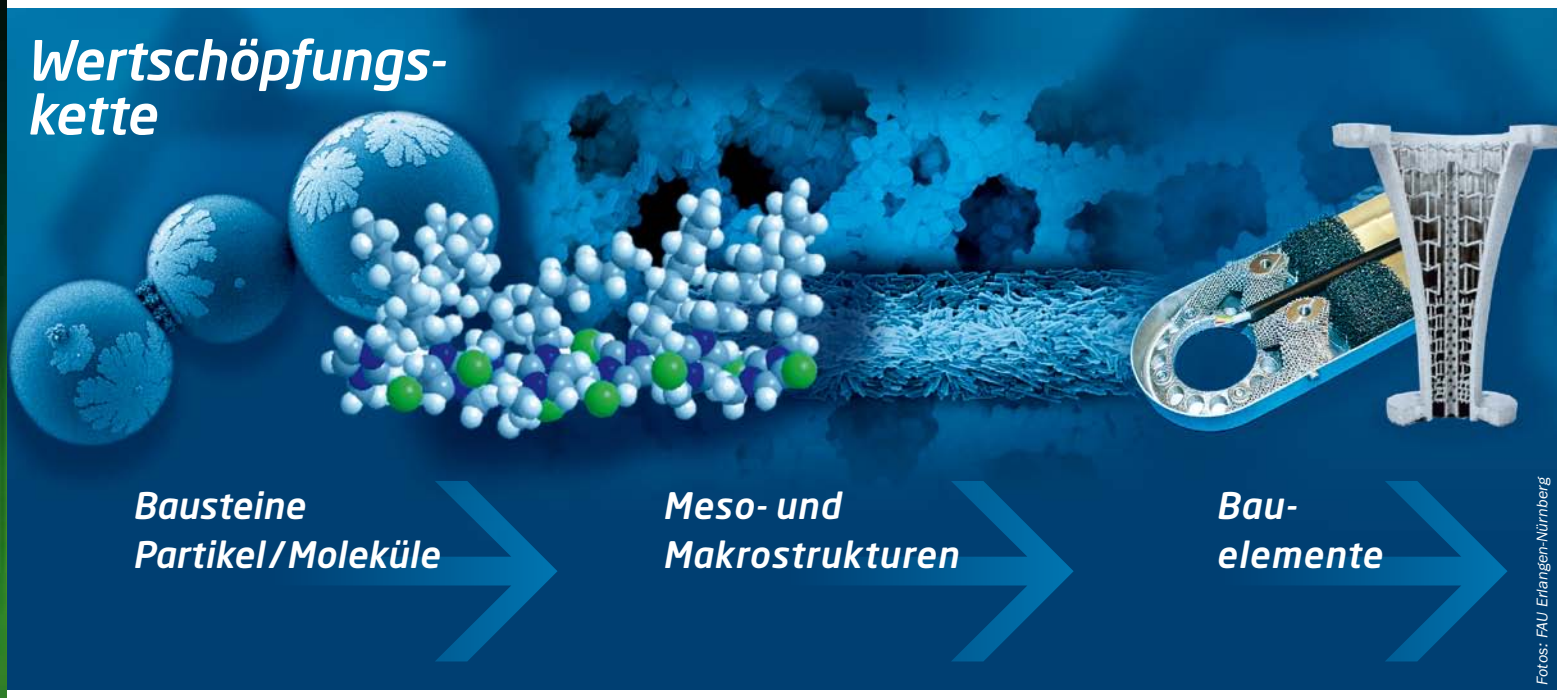
Möglich wird dies durch eine neue Technologie, in der die einzelnen Tätigkeiten als Liste einfach aufgeschrieben werden können. Zur Taskliste wird automatisch ein BPMN-Diagramm erzeugt und gelayoutet. Mit einer übersichtlichen und intuitiv zu bedienenden Benutzeroberfläche, die unmittelbar zum Einsatz bereit steht, ist nur eine sehr geringe Einarbeitungszeit notwendig. Diese neue Technologie kann problemlos mit existierenden Software-Anwendungen von MID kommunizieren und so bequem Daten auszutauschen.

Wissensvorsprung durch:

- einfache Ermittlung und initiale Modellierung von Geschäftsprozessen schnelle Eingabe der Prozessschritte und Erstellung der BPMN-Diagramme
- problemlose Einbindung von externen Dokumenten
- uneingeschränkten Zugriff, immer und überall, bei Gewährleistung höchster Sicherheit

Immer einen Schritt voraus

Nutzer sind mit dieser Software-Anwendung in der Lage per Multitouch-Interaktion Diagramme zu erstellen und darin zu navigieren. Nicht nur auf kleinen Tablets, sondern auch auf größeren Displays.



Fotos: FAU Erlangen-Nürnberg

NEUE MATERIALIEN

Die gesamte Wertschöpfungskette im Blick

Herr Prof. Peukert, was ist aus Ihrer Sicht das Geheimrezept für erfolgreiche Forschung im Bereich neue Materialien?
Voraussetzung ist das Denken und Arbeiten in Prozess- oder Wertschöpfungsketten. Dadurch wird es möglich, den Zusammenhang zwischen Materialeigenschaften, Materialstruktur und der dazu notwendigen Verfahrenstechnik zu verstehen. Der Exzellenzcluster Engineering of Advanced Materials (EAM) an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg (FAU) ist für diesen Ansatz einer der maßgeblichen Impulsgeber. Seit seiner Gründung 2007 hat sich im Umfeld des Clusters eine große Dynamik entwickelt und es sind zahlreiche neue Einrichtungen entstanden.

Welche wären das?
Zum Beispiel der Energie Campus Nürnberg, das Anwenderzentrum VerTec in Fürth, das Helmholtz-Zentrum für erneuerbare Energien und mehrere Forschungsverbünde. So hat sich der Großraum Nürnberg-Fürth-Erlangen zu einer deutschlandweit einzigartigen Forschungslandschaft im Bereich neue Materialien und Prozesstechnologien entwickelt. Den Anwendungsbezug schreiben wir groß, z.B. bei Materialien für die Energiewende. Daher bieten sich viele Anknüpfungspunkte für die Zusammenarbeit mit der Industrie.

Wie muss man sich diese Wertschöpfungskette für neue Materialien vorstellen?
In der universitären Forschung arbeiten die 200 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler im EAM in einem Partnerschaftsnetzwerk. Allein an der FAU fließt hier das Wissen aus neun Disziplinen zusammen: Von der Grundlagenforschung (Mathematik, Physik und Chemie) bis hin zu Ergebnissen aus den Ingenieurwissenschaften (z.B. Werkstoffwissenschaften oder Chemie- und Bioingenieurwesen). Außerdem sind die beiden Fraunhofer-Institute IISB und IIS, das Max-Planck-Institut für die Physik des Lichts, Neue Materialien Fürth, das Bayerische Laserzentrum sowie das ZAE Bayern mit an Bord.

Ihre Forschung steht am Anfang der Wertschöpfungskette: Sie stellen kleinste Teilchen her. Wie genau geht das?
In meinem eigenen Forschungsgebiet stehen Verfahren zur Partikelherstellung und Charakterisierung im Mittelpunkt. Partikel können einerseits durch bestimmte chemische Synthesen aus molekularen Vorstufen in der Gasphase oder in Flüssigkeiten hergestellt werden. Andererseits gehen wir auch umgekehrt vor und zerkleinern Partikeln. Danach schließen sich weitere Schritte wie Oberflächenfunktionalisierung und Selbstorganisation an, in denen größere Partikelverbände zusammengesetzt werden. Dadurch steuert man z.B. die Teilchengröße, Form oder Struktur, so dass ganz spezielle oder auch neue Eigenschaften entstehen. Dadurch werden die Partikel maßgeschneidert für ihre zukünftigen Anwendungen in nahezu allen modernen Technologiebereichen: Im Cluster sind das die Nanoelektronik, Optik und Photonik, Katalyse und der Leichtbau. Das Besondere an unserer Forschung ist, dass sie bereits ganz am Anfang die gesamte Wertschöpfungskette – vom Molekül zum Material zum Bauteil – im Blick hat. ■

Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Peukert, *Leiter des Lehrstuhls für Feststoff- und Grenzflächenverfahrenstechnik der FAU und Koordinator des Exzellenzclusters EAM.*

NEUE MATERIALIEN

Werkstoffe nach Maß

Neue Materialien und Werkstofftechnologien sind ein Schlüssel für die Lösung drängender globaler Herausforderungen: Ressourcenknappheit, Klimaschutz oder Energie und Umwelt erfordern maßgeschneiderte Werkstoffe, deren physikalische, chemische, thermische oder mechanische Qualitäten sich gezielt definieren lassen.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Günstige Materialeigenschaften garantieren optimale Produkteffizienz und Kostenersparnis. Dabei reicht das Spektrum von schmutz- und kratzerresistenten Fahrzeugen mit Formgedächtnis über ultraleichte medizinische Implantate und innovative Solarzellen bis hin zum Verpackungsmaterial, das innerhalb kürzester Zeit kompostierbar ist. Die Kompetenzdichte in der Europäischen Metropolregion Nürnberg (EMN) bei Neuen Materialien, Werkstofftechnik und Werkstoffverfahren zählt deutschlandweit zu den führenden. Die Be- und Verarbeitung von Metallen, Keramiken, Kunststoffen und Textilien genießt – auch überregional – genauso einen hervorragenden Ruf wie die Entwicklung elektronischer und elektrotechnischer Erzeugnisse. In der Metropolregion ist besonders die Fülle universitärer Werkstoffforschung bundesweit einzigartig. So bietet Die Lange Nacht der Wissenschaften die besondere Gelegenheit, tief in die faszinierende Welt von Nanopartikeln & Co. einzutauchen.

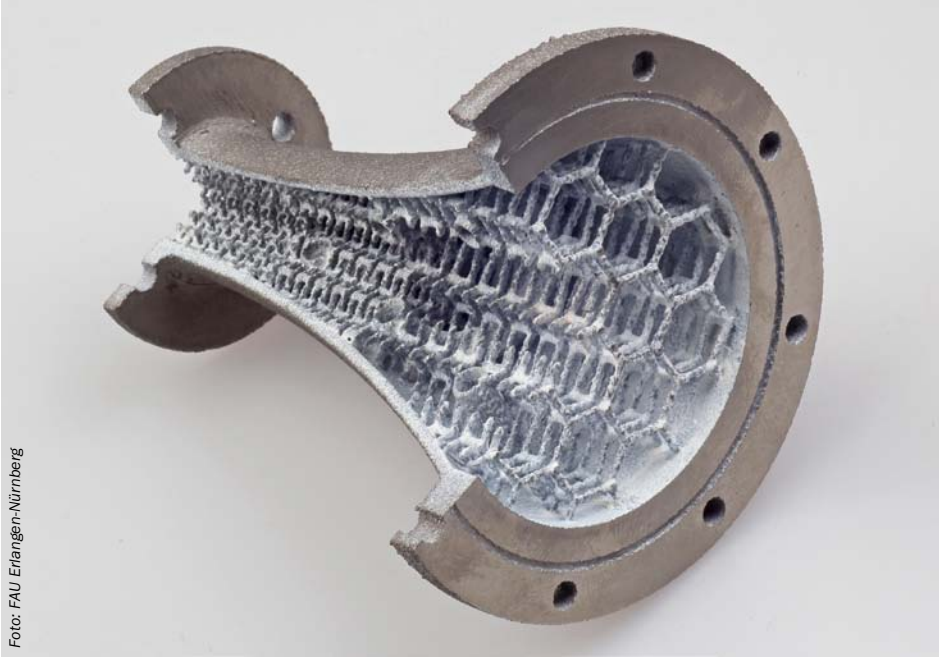


Foto: FAU Erlangen-Nürnberg

Klein aber fein: Nanoteilchen

Die Forscher des Exzellenzclusters Engineering of Advanced Materials EAM machen Nano nutzbar: Von Oberflächen mit Lotuseffekt über Solarzellen bis hin zu Ultraleichtflugzeugen – bei der Langen Nacht verschafft das Nano-Kino den Besuchern einen guten Überblick. Die frisch erworbenen Kenntnisse können anschließend in Experimentierstationen getestet werden (Erwin-Rommel-Straße 60, Erlangen/Tour 802). Nächste Station: Wissenschaftsnacht! Der nanoTruck des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung holt die Technologie aus den Laboren auf die Straße: Unter fachkundiger Anleitung lässt sich hier die Welt der Nanoteilchen buchstäblich begreifen und experimentell verstehen (Henkestraße 91, Erlangen/Tour 801).

Es werde Licht …

Glühbirne ade, hallo Leuchtdiode! Wie das weiße Licht der Leuchtdioden gewonnen wird, zeigen Vorträge und Tests des FAU-Lehrstuhls Materialien der Elektronik und Energietechnik. Fachleute erklären, warum Solarzellen Licht vernichten und Strom produzieren (Martensstraße 5-7, Erlangen/Tour 802). Wie man Solarzellen aus Sand herstellt oder ob man sie besser ausdruckt, verraten die Forscher am Bayerischen Zentrum für angewandte Energieforschung ZAE. Sie beantworten auch alle Fragen zu Photovoltaik-Modulen und stellen das Projekt „Smart Grid Solar“ vor, das auf regenerative Energien ohne Netzausbau setzt (Haberstraße 2a, Erlangen/Tour 802).

Fürth: Zukunftsforschung an der Pegnitz

Heute schon an morgen denken – das schreibt sich der Cluster „Neue Werkstoffe“ auf die Fahne. In der Fürther Uferstadt verdeutlichen Profis die Anforderungen, denen die Materialien in Autos oder Flugzeugen genügen müssen und zeigen, wie der Weg zu leichteren, beständigeren oder nachhaltigeren Werkstoffen gelingen kann (Dr.-Mack-Straße 81, Fürth/Tour 804).

In direkter Nachbarschaft geht es weiter: Ein virtueller 3D-Rundflug weiht Besucher in das Geheimnis des 3D-Drucks ein. Im Anwenderzentrum VerTec lässt sich herausfinden, wie sich ein Metallpulver-Molekül im Reaktor durch Aufschmelzen mit dem Elektronenstrahl verändert. Die entstandenen Bauteile kommen in der Medizin- oder Energietechnik zum Einsatz (Dr.-Mack-Straße 77, Fürth/Tour 804). ■

Fotos: Siemens

AUTOMATION | PRODUKTIONSTECHNIK

„Der Mensch wird auch in hundert Jahren nicht zu ersetzen sein“

Frau Horstmann, welche Zielrichtung haben Initiativen wie Automation Valley Nordbayern, das führende Netzwerk für Automatisierungstechnik in der Metropolregion?
Im Netzwerk kennt man sich. Leute aus verschiedenen Sparten, kleine und große Unternehmen können sich gegenseitig befruchten. Auch wir von Siemens sind regelmäßig im Austausch mit den Partnern vom Automation Valley: Wenn Fragestellungen auftauchen, geht man damit ins Netzwerk, um gemeinsam Lösungsansätze zu finden und relevante Themen voranzutreiben.

Und wie gut funktioniert der Austausch im Bereich Automation und Produktionstechnik zwischen Ihrem Unternehmen und den örtlichen Hochschulen?
Wir arbeiten seit vielen Jahren gemeinsam an bilaterialen Forschungsthemen und neuen Technologien. Gleichzeitig vergeben wir regelmäßig Abschlussarbeiten und Promotionen, haben Praktikanten und Werkstudenten im Haus. Das ist ja für beide Seiten eine Win-win-Situation: Der Bedarf von Siemens-Kunden gelangt schnell an die Universität, wo man sich auch intensiv mit den betreffenden Trends auseinandersetzt. Wenn die Studiengänge auf die Anforderungen aus der Wirtschaft ausgerichtet sind, können Studenten zielgerichteter ausgebildet werden. Sehen Sie: Früher gab es Maschinenbauer und Elektrotechniker, inzwischen ist im Rahmen der Automatisierungstechnik die Disziplin Mechatronik entstanden. Generell führt der enge Austausch dazu, dass die richtigen Prioritäten gesetzt werden – auf beiden Seiten.

Schon heute führen Roboter komplizierte chirurgische Eingriffe durch, entschärfen Minenfelder oder kümmern sich um Pflegebedürftige. Bei der Langen Nacht können die Besucher das Mars-Erkundungsfahrzeug „Curiosity“ bestaunen. Wie wichtig sind Roboter heute in Wissenschaft und Forschung?
Die zwei zentralen Stichworte lauten hier Demographie und Qualität. Wir haben das Ziel, die Menschen in einer immer älter werdenden Gesellschaft zu unterstützen und die hohen Qualitätsanforderungen beizubehalten. Auch das Thema Software wird immer wichtiger, besonders die Informatisierung der Industrie. Mit Siemens Industry Software wurde der Curiosity simuliert. Mit der passenden Software können Sie alles Erdenkliche möglichst realitätsgetreu simulieren. Natürlich steigt da auch die Rentabilität deutlich, wenn kein Prototyp gebaut und verschrottet werden muss.

Ihre Prognose für die Zukunft?
Der Trend führt sich fort, der Bedarf an Automatisierung geht weiter. Und der entscheidende Vorteil automatisierter Maschinen ist einfach ihre Zuverlässigkeit. Aber: Bei allem, was wir heute sehen, wird der Mensch auch in hundert Jahren nicht zu ersetzen sein. Die Hilfsmittel, die der Mensch an die Hand kriegt, können ihm das Leben allerdings deutlich erleichtern. ■

Marion Horstmann,
Senior Vice President Industry Strategy & Business Excellence bei Siemens.

AUTOMATION | PRODUKTIONSTECHNIK

Maschinelle Hilfe in allen Lebenslagen

Während Automatisierung im 20. Jahrhundert vor allem in der Produktionstechnik eine Rolle spielte, gewinnt sie heute auch immer mehr in Form von Produktautomatisierung an Bedeutung.

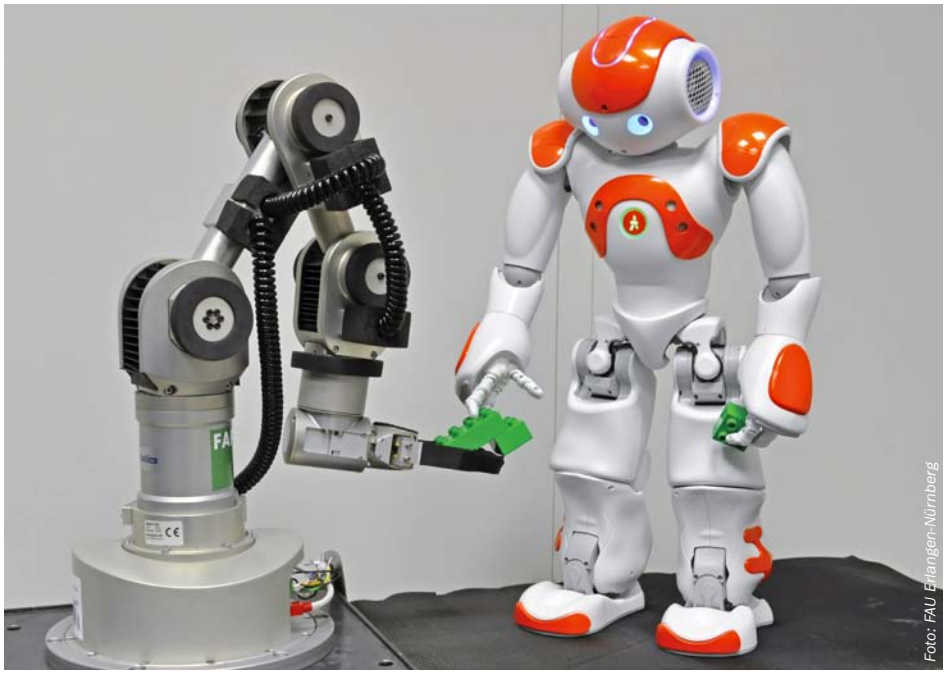


Foto: FAU Erlangen-Nürnberg

Unter Einbeziehung intelligenter Systeme können die einzelnen Komponenten des „Smart Home" den Alltag bereits heute sehr komfortabel gestalten: Die defekte Waschmaschine kommuniziert eigenständig mit dem Reparaturbetrieb, das geöffnete Fenster lässt sich bei Unwetterwarnung per App von unterwegs aus schließen. Doch neben der Entwicklung innovativer Systeme für Wartung und Service bleibt in der Branche die Optimierung im klassischen industriellen Produktionsablauf auch weiterhin ein wichtigstes Standbein.

Die industrielle Produktion ist seit jeher einer der wirtschaftsstärksten Zweige der Europäischen Metropolregion Nürnberg (EMN). Etwa 40.000 Arbeitnehmer in Nordbayern sind in der elektrischen Automatisierungs-

Fortsetzung: Seite XXVI

Lasertechnologie – made in Germany

Wollen Sie erfahren, wie mit Hilfe eines Lichtstrahls Ihr Auge dreidimensional vermessen werden kann? Wir zeigen es Ihnen auf unserem Messestand im Medical Valley Center in Erlangen.

WaveLight bietet Möglichkeiten für Praktika und Abschlussarbeiten in den Themenbereichen Laser, Messtechnik, optische Diagnose und Applikationsentwicklung.

WaveLight

www.wavelight.de

Alcon
a Novartis company

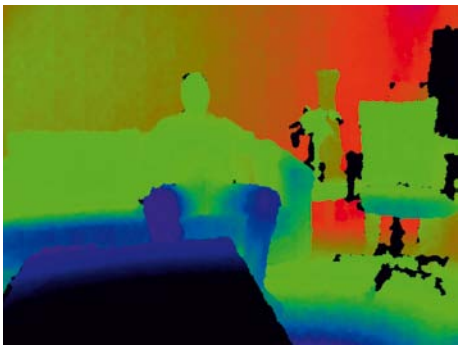
ANZEIGE

METRILUS GMBH

3D-Kameras

Ein innovativer Zukunftsmarkt

Die Metrilus GmbH aus Erlangen wurde Anfang 2010 als Ausgründung des Lehrstuhls für Mustererkennung der Universität Erlangen-Nürnberg gegründet. Seit Gründung hat sich das Team der drei Gründern verdoppelt. Metrilus bietet Unternehmen einen direkten und einfachen Zugang zu individuellen Komplettlösungen für Echtzeit 3D-Anwendungen. Das Unternehmen realisiert derzeit auf diesem Gebiet eine Vielzahl von Projekten in unterschiedlichsten Branchen und hat sich dabei weitreichende Kompetenz im Umgang mit verschiedenen Echtzeit-3D-Sensoren erarbeitet. Metrilus bietet als eine der ersten Firmen weltweit eine kompetente Beratung und maßgeschneiderte Softwareentwicklung für alle Arten von Echtzeit-3D-Anwendungen an. Neben etablierten 3D-Bildverarbeitungsalgorithmen, Visualisierung und modernen Methoden der Mustererkennung wie maschinellem Lernen und Oberflächenmatching deckt das Unternehmen auch alle obligatorischen Themen im Umgang mit 3D Tiefenkameras, wie z.B. Kalibrierung, ab. Der zukünftige Einsatz von Echtzeit-3D-Kameras zeichnet sich derzeit in vielen Märkten ab. Als wichtiger Treiber dieser innovativen Technologie ist die Metrilus GmbH überzeugt,



Tiefenkarte einer 3D-Szene.

dass Anwendungen und deren Auswirkungen auf verschiedene Märkte im Vordergrund stehen müssen. Gemeinsam mit seinen Kunden aus den Bereichen Automotive, Industrie, Medizintechnik und Konsumgüter erschließt die Metrilus GmbH derzeit wichtige Anwendungsfelder für 3D-Kameras, wie Gestenerkennung, 3D-Scanning und -Vermessung. Innerhalb dieser Themengebiete wurden bis heute zahlreiche Beispielanwendungen wie z.B. Mensch-Maschine-Interaktion, Kollisionserkennung oder Body Scanning realisiert.

WWW.METRILUS.DE

technik angestellt, also fast ein Fünftel der deutschlandweit in der Branche Beschäftigten. Die Wettbewerbsfähigkeit richtet sich nach den gesteigerten Anforderungen in Produktivität bzw. Effizienz, Flexibilität und Qualität. Als Teildisziplin des Maschinen- und Anlagenbaus umfasst das wissenschaftliche Spektrum vor allem auch Zukunftstechnologien wie Mikro- und Leistungselektronik oder Bildverarbeitung. Ihr breitgefächertes Potenzial stellen die hiesigen Akteure bei der Langen Nacht der Wissenschaften eindrucksvoll zur Schau.

Klassische Robotik in Nürnberg und Erlangen

Auf dem Mars gelandet: Das Nürnberger Museum Industriekultur zeigt ein Modell des weltberühmten Mars-Erkundungsfahrzeugs „Curiosity“ von Siemens. Der Rover hatte vor einem Jahr die ersten Forschungsergebnisse zur Erde gefunkt (Äußere Sulzbacher Straße 62, Nürnberg/Tour 807).

Im Erlanger Südgelände stellt der FAU-Lehrstuhl FAPS – kurz für Fertigungsautomatisierung und Produktionssystematik – klassische Industrie- und Forschungsroboter aus. Sie können eigenständig laufen und sprechen und reagieren auf die Kommandos der Zuschauer (Egerlandstraße 5-11, Erlangen/Tour 802).

Wer Lust auf ein Glas Sekt hat, begibt sich in den Erlanger Norden zu HEITEC: Im Firmenstammsitz begrüßt der Hausroboter, der im Alltag Maschinen belädt, montiert oder verpackt, dank modernster Kameratechnik jeden Neuankömmling mit einem Glas Sekt. Außerdem werden neueste Entwicklungen im Chip-Design mit einem Lenkrad für Spielekonsolen oder der James-Bond-Kamera vorgestellt (Werner-von-Siemens-Straße 61, Erlangen/Tour 801).

Präzise falzen beim Verlag Nürnberger Presse

Was den Menschen vor unlösbare Aufgaben stellen würde, ist für die computergesteuerte Colorman-Anlage ein Kinderspiel: Als Herzstück des Verlags Nürnberger Presse druckt und falzt sie täglich 86.000 Zeitungsexemplare pro Stunde. Die Besucher der Wissenschaftsnacht können live dabei sein, wenn der Sonntagsblitz druckfrisch vom Band läuft (Blumenstraße 16-18, Nürnberg/Tour 807).

Roboter als Kicker, Künstler, Lebensretter

Sie wünschen sich keine Trainerwechsel, fluchen nicht auf dem Spielfeld und sind garantiert nicht überbezahlt: Die Fussballroboter vom FAU-Lehrstuhl für Mustererkennung und Robotics Erlangen werden von einer studentischen Gruppe gebaut und programmiert, so dass sie völlig autonom agieren können. In der Langen Nacht empfangen die Roboter Zuschauer im „Trainingslager“ und beim Spiel (Erwin-Rommel-Straße 60, Erlangen/Tour 802).

Vom Spiel zum Ernst: Georg heißt der Roboter der Fakultät Elektrotechnik Feinwerktechnik Informationstechnik der TH Nürnberg, der in Katastrophengebieten nach Gefahrenstoffen sucht oder die Gefahr für Rettungskräfte einschätzt. Er ist per Joystick lenkbar und lässt sich gerne von den Gästen bei der Opfersuche helfen.

Automatisierte Kunst zeigt die Fakultät für Maschinenbau und Versorgungstechnik mit dem RoboPainter, wo der Roboter zum Portraitmaler wird. Wer sich vor Ort fotografieren lässt, kann ein individuelles Portrait als Souvenir der Langen Nacht mitnehmen (Keßlerplatz 12, Nürnberg/Tour 807). ■

Studium neben dem Beruf. Hier in Nürnberg.

Vor Ort im Hörsaal.

Bachelor

- **Bachelor of Arts (B.A.) in** Business Administration | Gesundheits- und Sozialmanagement | International Management | Steuerrecht
- **Bachelor of Laws (LL.B.) in** Wirtschaftsrecht
- **Bachelor of Science (B.Sc.) in** Wirtschaftsinformatik

Master

- **Master of Arts (M.A.) in** Management, *deutschsprachig*
- **Master of Business Administration (MBA)** *englischsprachig*
- **Master of Laws (LL.M.) in** Unternehmensrecht, Mergers & Aquisitions
- **Master of Science (M.Sc.) in** Corporate Communication | Financ & Accounting | Human Resource Management | IT-Management | Sales Management | Wirtschaftspsychologie

FOM Hochschule

Semesterstart: März und September

Die lange Nacht der Wissenschaften im Nürnberger Studienzentrum am 19. Oktober 2013 ab 18:00 Uhr. Informieren Sie sich über unsere nächsten Infotermine zum Studienangebot unter:

fon 0800 1 95 95 95 | studienberatung@fom.de | fom.de

MEDIZINTECHNIK

FÜR MENSCHEN

Jeder kann in die Situation kommen als Patient eine Darmspiegelung durchzumachen, bei Verschleiß ein künstliches Gelenk zu benötigen oder bei einem Herzversagen als Ersthelfer Unterstützung leisten zu müssen. Für die Versorgung in diesen und vielen anderen Situationen gibt es Medizintechnikgeräte, die helfen sollen die Gesundheit wiederherzustellen, vorzubeugen oder Lebensqualität zu erhalten.
Im Medical Valley Center – sind junge Unternehmen, die im Bereich der Medizintechnik forschen und entwickeln angesiedelt und werden auf dem Weg der Gründung und Marktreife begleitet und unterstützt. Es ist das pulsierende Herz des Medical Valley Europäische Metropolregion Nürnberg, dessen Ziel es ist eine optimalere Gesundheitsversorgung der Menschen in der Region zu erreichen.

Wir freuen uns Sie bei der Langen Nacht der Wissenschaften in unserem Haus begrüßen zu dürfen.

Unsere Mieter und Partnerfirmen werden Ihnen die neuesten Forschungsergebnisse aus vielen interessanten Bereichen der Medizintechnik vorstellen.

MEDICAL VALLEY center

Henkestr. 91, 91052 Erlangen, Tel.: 09131 - 530700, Fax: 09131 - 530701
Email: info@medical-valley-center.de, www.medical-valley-center.de

Das Kinderprogramm von 14 bis 17 Uhr

Kinder möchten ihre Lebenswelt eigenständig entdecken. Hirnforscher sind sich einig, dass das selbständige Erschließen und wortwörtliche „Be-Greifen“ weit nachhaltiger wirkt als vorgefertigte Wissensvermittlung. Kinder benötigen von Anfang an ein anregendes Experimentierfeld, um ihren individuellen Forscherdrang ausleben zu können.

Als wissenschaftliche Spielwiese eignet sich das Kinderprogramm der Langen Nacht der Wissenschaften besonders gut: Von 14 bis 17 Uhr werden an rund 50 Standorten in Nürnberg, Fürth und Erlangen über 100 kindgerechte Workshops, Vorführungen und Mitmach-Aktionen aus dem naturwissenschaftlichen, technischen, medizinischen, geisteswissenschaftlichen und künstlerischen Bereich angeboten.

Auch dieses Jahr unterstützt die HERMANN GUTMANN STIFTUNG das nachmittägliche Angebot. Seit vielen Jahren engagiert sich die Stiftung mit ihrem Konzept der „Lernwerkstätten“ dafür, den Forschergeist von Kindern und Jugendlichen zu wecken und Wissen erfahrbar zu machen.

Große Augen und offene Münder

Wie bastelt man eine LED-Taschenlampe? Kann man Licht hören? Wie sieht der kleinste Plattenspieler der Welt aus? Geschwindigkeit – was ist das eigentlich? Wie werden Laute zu Buchstaben? Antworten auf diese und tausend andere Fragen bekommen die Jungforscher und Nachwuchstüftler schon am Nachmittag. Ob Hochschulinstitut, forschungsaktives Unternehmen, Verein oder Schule: Ein vielfältiges Themen- und Veranstaltungsspektrum richtet sich an alle Kinder zwischen vier und zwölf Jahren.

2013 beteiligen sich erstmals auch Schulen am Programm der Wissenschaftsnacht: Bei einer offiziellen Ausschreibung qualifizierten sich die besten Angebote von elf Schulen, die am 19. Oktober – im Kinder- oder im Nachtprogramm – ihre Projekte einem breiten Publikum präsentieren.

Familien auf Forschungsreise

Die besonders familienfreundliche Ticketregelung in diesem Jahr lädt Jung und Alt dazu ein, sich der faszinierenden Welt der Wissenschaften gemeinsam zu nähern: Mit einem Erwachsenen-Ticket, das auch gleichzeitig als Fahrkarte im gesamten Verbundraum und für die nächtlichen Sonderbuslinien gilt, können zwei Kinder bis 12 Jahre kostenfrei mitgenommen werden. Diese Regelung gilt sowohl für den Besuch der Veranstaltungen in der Langen Nacht als auch für die öffentlichen Verkehrsmittel. Kinder unter sieben Jahren haben generell freien Eintritt zu den Programmpunkten. ■

Besuchen Sie uns zur Langen Nacht der Wissenschaften

… und erfahren Sie mehr zum Thema „Demenz – eine Reise in die Zukunft“. Wir freuen uns auf Sie!
Die Gemeinnützige Gesellschaft für soziale Dienste (GGSD) ist ein Bildungsträger mit den Themenschwerpunkten Pflege, Gesundheit und Soziales. Mehr zu unserem breiten Bildungsangebot in den Bereichen Ausbildung, Fortbildung, Weiterbildung und Studium erfahren Sie unter www.ggsd.de

Hauptverwaltung der GGSD
Roritzerstraße 7, 90419 Nürnberg
E-Mail: info@ggsd.de
Kostenlose Infoline: 0800 / 10 20 580
oder www.ggsd.de

Gemeinnützige Gesellschaft für soziale Dienste

An der HFH Nürnberg berufsbegleitend studieren.

HAMBURGER FERN-HOCHSCHULE HFH UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Nutzen Sie die Vorteile eines Fernstudiums und informieren Sie sich über unsere Bachelor-Studiengänge

Gesundheits- und Sozialmanagement (B.A.)
Health Care Studies (B.Sc.)
Pflegemanagement (B.A.)

Lange Nacht der Wissenschaften: Sie finden uns im Hauptgebäude der GGDS in der Roritzerstraße 7.

oder über unseren neuen Master-Studiengang ab Januar 2014

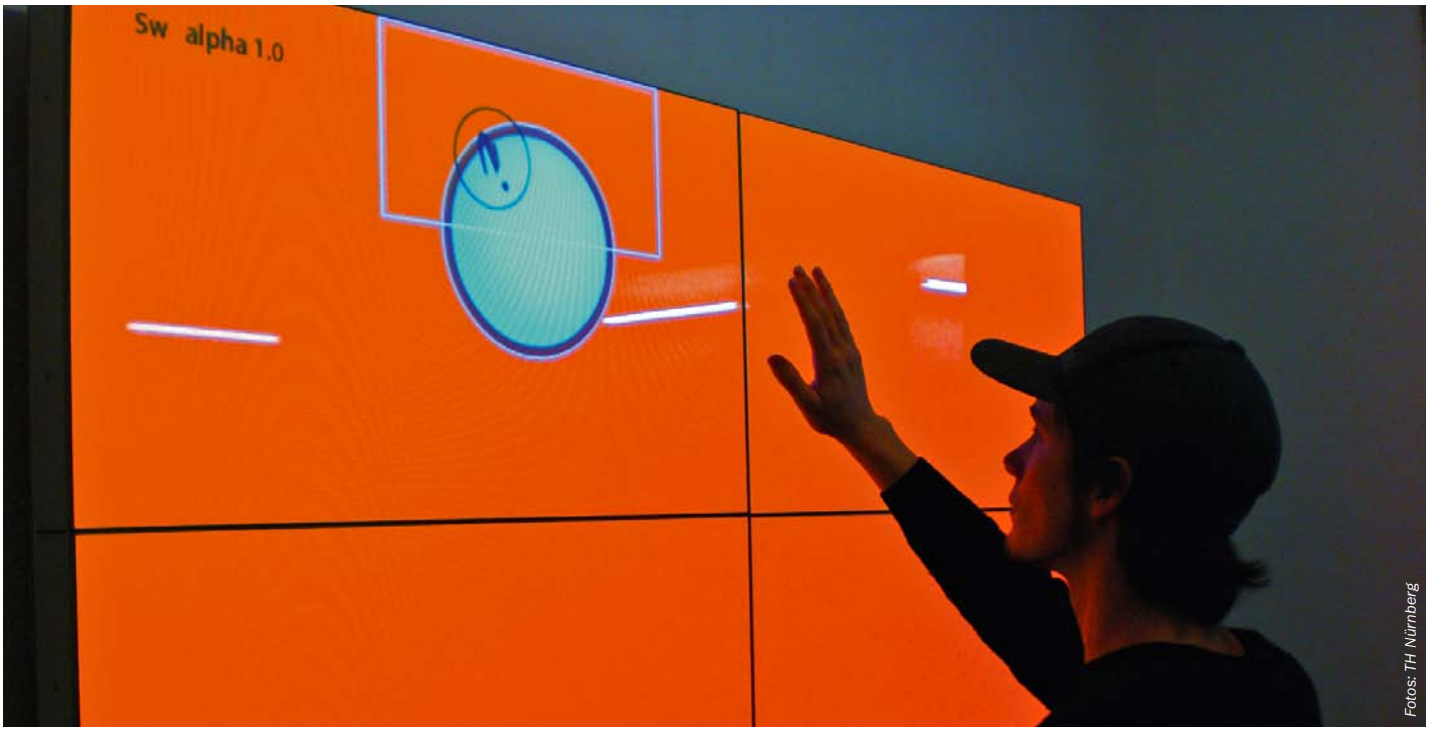
Management von Organisationen und Personal im Gesundheitswesen (M.A.)

Fordern Sie jetzt kostenlos Ihre Studienführer an.
HFH Nürnberg, Zollhausstraße 95, 90469 Nürnberg

www.hfh-fernstudium.de

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

„Technik und Design müssen perfekt aufeinander abgestimmt sein“



Fotos: TH Nürnberg

Herr Prof. Brünig, beim Thema Kultur- und Kreativwirtschaft denkt man ja nicht sofort an die Technische Hochschule Nürnberg. Wie viel kreative Arbeit die Hochschule leistet, zeigt aber das Programm der Langen Nacht der Wissenschaften. Welche Rolle spielt denn die Kreativität an Ihrer Hochschule?
Unsere Hochschule trägt seit dem 1. Oktober 2013 den Titel „Technische Hochschule Nürnberg“, was eine große Auszeichnung für uns ist. Zur Bewerbung um den Titel gehörte ein Entwicklungskonzept bis zum Jahr 2020, in dem wir deutlich herausgestellt haben, dass die Entwicklungen in den angewandten Wissenschaften nicht mehr nur in den traditionellen Wissenschaftsdisziplinen stattfinden, sondern interdisziplinäre Fragestellungen immer mehr an Bedeutung gewinnen. Wir haben für uns insgesamt zehn Leitthemen definiert, die technische, aber auch soziale, wirtschaftliche und gestalterische Aspekte mit einschließen.

Können Sie ein Beispiel nennen?
Beim Thema Energiewende spielt auch das Design des Produkts – etwas des E-Cars – eine Rolle. Deshalb forschen wir im Energie Campus Nürnberg auch zu diesem Thema und präsentieren es bei der Langen Nacht der Wissenschaften. Darüber hinaus haben wir schon seit vielen Jahren eine Fakultät Design mit knapp 450 Studierenden. Auch sie geben am 19. Oktober einen Einblick in ihre kreativen Arbeiten. Und natürlich kommt die Kreativität auch in anderen Studiengängen nicht zu kurz.

Sie selbst sind Professor an der Fakultät Elektrotechnik Feinwerktechnik Informationstechnik und vertreten den Bachelorstudiengang Media Engineering. Wo kommt denn hier die Kreativität zum Zug?
In vielen Bereichen des Lebens – zum Beispiel im Internet, im Fernsehen oder bei Spielen – müssen die Technik und das Design perfekt aufeinander abgestimmt sein. Und hier setzt der Bachelorstudiengang Media Engineering an. Er verbindet beide Bereiche und bietet in sieben Semestern Regelstudienzeit eine praxisbezogene Ausbildung zu Technik und Programmierung, aber auch zu Gestaltung und Medien. Die Bedienung eines Smartphones mittels „Multi-Touch“ ist inzwischen selbstverständlich und die Steuerung mittels Handgesten kommt nun bei Spielen, Fernsehern aber auch Medizingeräten zum Einsatz. Das ist die perfekte Symbiose aus Technik, Design und Usability – und das lernen unsere Studierenden in Media Engineering.

Was sehen wir von Ihren Studierenden bei der Langen Nacht der Wissenschaften?
Das „Duell der Magier“, „Interaktives Fliegen“ sowie „Interaktive Spiele“ und „3D-Welten“ sind Mitmach-Aktionen, bei denen neueste Technik zum Einsatz kommt und das Geschick und die Kreativität der Besucherinnen und Besucher gefragt sind. ■

Prof. Dr. Heinz Brünig,
TH Nürnberg, Fakultät Elektrotechnik Feinwerktechnik Informationstechnik. Nürnberg.

Foto: Akademie der Bildenden Künste

KULTUR- UND KREATIVWIRTSCHAFT

Gegenseitiger Austausch als kreative Triebfeder

Die Symbiose zwischen Wirtschaft und Kultur schafft einen starken Ausgleich in einer immer schneller funktionierenden Welt. Denn wo die Technik den Menschen in Leistung und Geschwindigkeit übertrumpft, braucht es ein Gegengewicht, um die Balance wiederzugewinnen. Interdisziplinarität, besonders der Austausch mit den Geisteswissenschaften, erweitert den Horizont und regt zu neuen Lösungsansätzen an. Kunst und Kultur können ihrerseits die nötige Kreativität hervorbringen, um im globalen Innovationswettbewerb zu bestehen.

Dabei ist das Bild vom brotlosen Künstler mehr als überholt, längst zählt die Branche zu einer der entwicklungsträchtigsten der Metropolregion: Allein die Stadt Nürnberg will bis zum Jahr 2020 116 Mio. Euro in den Kultursektor fließen lassen.

Doch originelle Ideen fallen nicht vom Himmel: Hochschulen und Akademien sind die Talentschmieden für die Kreativen in einer zunehmend komplexen Welt. Wo und vor allem wie begegnen und nutzen sich Kunst und Wirtschaft gegenseitig? Antworten auf diese Fragen gibt Die Lange Nacht der Wissenschaften: Sie gewährt Einblicke in die Kunst- und Kulturwissenschaften und gewährt allen Disziplinen einen eigenen Entfaltungsraum. So bekommt jeder Besucher die Möglichkeit, die Dynamik von kreativen Prozessen in der Wissenschaftslandschaft hautnah zu erleben.

Wie berechenbar ist Kunst?

Eine Anlaufstelle, um kreative Prozesse wahrzunehmen, ist das diesjährige Prestigeprojekt

Fortsetzung: Seite XXX

ANZEIGE

TALKINGEYES & MORE GMBH

Betriebliches Tele-Augenkonsil

Eine umfassende Augenvorsorge ist wichtig für Ihre Mitarbeiter. Das Betriebliche Tele-Augenkonsil von talkingeyes® ist ein umfassendes Augenvorsorgeprogramm für die betriebliche Gesundheitsvorsorge, das speziell für die Augen und das Sehen konzipiert ist. Neben der gesetzlich vorgeschriebenen Bildschirmarbeitsplatzuntersuchung G 37 wird eine umfassende Augenvorsorge durchgeführt. Das Augenvorsorgeprogramm liefert wichtige Erkenntnisse zur Verhinderung ernster Augenerkrankungen, schwerwiegender Gefäßerkrankungen wie Schlaganfall und Herzinfarkt und ermöglicht optimales Sehen für verletzungsfreies Bewegen. Durch eine tele-augenärztliche Beurteilung des Augenhintergrundes können potentielle Erblindungsursachen wie Glaukom oder Makuladegeneration frühzeitig erkannt oder ausgeschlossen werden. Die Untersuchungen werden mit eigenen Geräten und Personal direkt vor Ort in Ihrem Betrieb durchgeführt und telemedizinisch befundet.

Die **Untersuchungsmodule** sind
· Gesetzlich vorgeschriebene Bildschirmarbeitsplatzuntersuchung G 37
· vor Ort-Anmessung einer individuellen Bildschirmarbeitsplatzbrille
· Netzhautgefäßuntersuchung zur Schlaganfallrisikobestimmung (talkingeyes®)
· Vorsorge vor Grünem Star (Glaukom)
· Vorsorge vor Makuladegeneration
· Sehtraining (Sehschärfe, Kontrastsensitivität, 3D-Sehen)

WWW.TALKINGEYES.DE

Foto: Faber-Castell

der Zentrifuge Auf AEG. In der Langen Nacht der Wissenschaften präsentiert sich hier die aktuelle Ausstellung „Forschende Kunst“ – Ergebnis einer Zusammenarbeit von Künstlern, Forschern und Ingenieuren. Die Ausstellung zeigt in der Langen Nacht zum vorletzten Mal, wie Innovationsprozesse in und durch Kunst wirksam werden und was gelingen kann, wenn man seiner Intuition und Kreativität vertraut (Muggenhofer Straße 141, Nürnberg/U1).

Ohne Musik wäre das Leben ein Irrtum

Die Nürnberger Hochschule für Musik, das jüngste Mitglied akademischer Musikausbildungsstätten in Deutschland, deckt mit ihrem vielfältigen Angebot sowohl klassische als auch zeitgenössische Themen ab. Von Kastraten und Primadonnen der Barockoper über handwerkliche und künstlerische Einblicke in den Alltag des Pianisten bis zur Klangästhetik moderner Musikproduktion – den Gästen bieten sich allerlei akustische Hochgenüsse. Und das Konzept von „Free Music Plus“ lässt den Zuhörer entscheiden, welcher Musiker die erste Geige spielt (Veilhofstraße 34, Nürnberg/Tour 807).

Gereift, aber nicht von gestern …

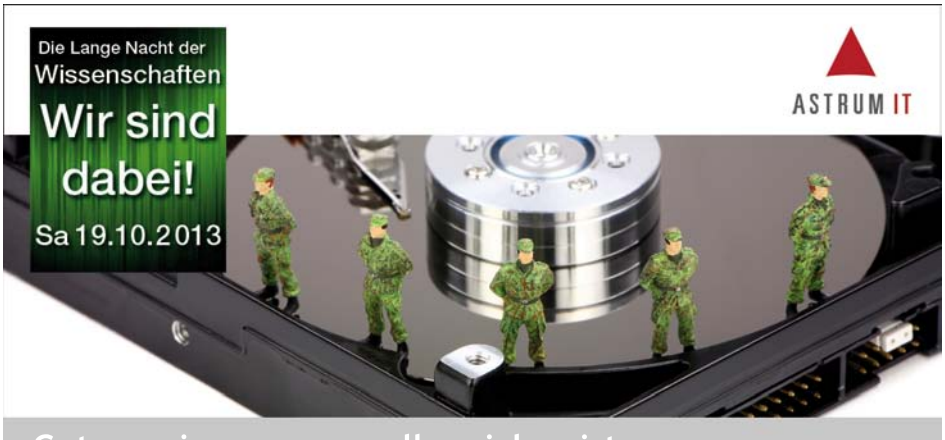
Auch die Akademie der Bildenden Künste in Nürnberg öffnet ihre Ateliers und Werkstätten: Die alte Dame feierte letztes Jahr ihr 350-jähriges Bestehen und ist die traditionsreichste Kunstakademie im deutschsprachigen Raum. 15 minutes of fame winken den Besuchern der Studienwerkstatt Fotografie: Gemäß Andy Warhol dürfen sie sich selbst vor der Kamera inszenieren. Den Sprung vom 2D- zum 3D-Drucker zeigt die Digitalwerkstatt, wo eine komplette Arbeitskette von der Entstehung des Modells am PC bis zum fertigen Druck erläutert und ausgestellt wird (Bingstraße 60, Nürnberg/Tour 807).

Vom digitalen Druck an der Akademie zur Druckkunst in Stein: Bei Faber-Castell kann der Besucher im Museum „Alte Mine“ hinter die Kulissen der historischen Bleistiftproduktion blicken. Oben drüber feiert die Faber-Castell Akademie eine Weltpremiere: Die Künstlerin Kerstin Schulz hat in 12 Jahren aus abertausend Bleistiften einen Büroraum angefertigt, der in der Wissenschaftsnacht fertig gestellt wird. Wer anschließend noch genug Energie hat, kann bei der Industry Party „Dance & Draw“ im denkmalgeschützten Kesselhaus abfeiern (Mühlstraße 2, Nürnberg/Tour 806).

Naher und Ferner Osten an der FAU

Auch die FAU hat ein dichtes Angebot an geisteswissenschaftlichen Programmpunkten: Beim Lehrstuhl Orientalische Philologie und Islamwissenschaften (Bismarckstraße 1, Erlangen/Tour 801) kann man mit dem „Arabischen Knigge“ interkulturellen Missverständnissen vorbeugen. Der Lehrstuhl Japanologie lädt ins mythische Japan und zum japanischen Filmeabend (Artilleriestraße 70, Erlangen/Tour 801). ■

Programmheft und Tickets bei allen bekannten Vorverkaufsstellen



Gut zu wissen, wenn alles sicher ist.

Sie wollen, dass Ihre IT zuverlässig und sicher funktioniert. Sie möchten Kosten sparen. Wir sind die Spezialisten für den IT-Betrieb mittelständischer Unternehmen.

Testen Sie uns und vereinbaren Sie ein Gespräch mit unseren Experten.
Telefon: 09131/9408-234 oder per E-Mail: info@astrum-it.de

ASTRUM IT GmbH
Am Wolfsmantel 2
91058 Erlangen
www.astrum-it.de

Mit dem Handy durch die Nacht

rose routing service

Das Informatik-Projekt ROSE („ROuting SService“) der FAU macht die Tour durch die Wissenschaftsnacht zum Kinderspiel. Bereits seit 2009 fester Bestandteil rund um das Programm, wurde die Anwendung zur 6. Langen Nacht weiter optimiert. Mit Hilfe unterschiedlicher Filterkriterien lässt sich nutzerindividuell „Meine Nacht“ erstellen: Ausgewählte Programmpunkte werden dann – im Internet oder direkt auf dem Handy – zu einer sinnvollen Route kombiniert. In der Langen Nacht dient das Android-Smartphone als mobiles Navi, das auch sämtliche Infos zu Programm und Touren liefert.

Selbst bei spontanen Planänderungen weiß die App Rat: Wenn der Wunschtermin nicht erreicht wird, empfiehlt ROSE eine Alternative in der Nähe. Neugierige können sich in der Nacht mit den Entwicklern der App austauschen (Erwin-Rommel-Str. 60, Erlangen/Tour 802). Infos zur Routing-App und der kostenlose Software-Download finden sich auf www.rose-mobil.de/wissenschaften2013. ■

WIRTSCHAFT | SOZIALES

Die Wissenschaft ist ein wichtiger Eckpfeiler unserer Arbeit

Fotos: GfK

Herr Professor Wildner, die GfK ist auch dieses Jahr wieder Programmpartner und Sponsor der Langen Nacht der Wissenschaften. Was zeigen Sie den Besuchern dieses Jahr?
Unser grundsätzliches Anliegen ist es, den Besuchern der Langen Nacht der Wissenschaften anschaulich zu zeigen, wie Marktforschung funktioniert und welchen Nutzen sie liefert. Deshalb werden wir dieses Jahr aktuelle Umfragen präsentieren, die die GfK im Auftrag des Verbraucherschutzministeriums durchführt. Hier wird es beispielsweise darum gehen, ob die Menschen dem Verbraucherschutz vertrauen und ob sich der Verbraucherschutz überhaupt um die wirklichen Belange der Menschen kümmert.

Hierbei handelt sich ja um eine Untersuchung der GfK – warum unterstützt auch der GfK Verein die Lange Nacht der Wissenschaften?
Der GfK Verein existiert seit knapp 80 Jahren und seitdem ist es sein Ziel, die Marktforschung zu fördern. Eine unserer Hauptaufgaben ist die Entwicklung neuer Methoden für die Marktforschung. Dies geschieht sehr häufig in Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen und Universitäten, wobei wir hier auch besonders eng mit der Friedrich-Alexander-Universität in Nürnberg zusammenarbeiten. Die Wissenschaft ist also ein wichtiger Eckpfeiler unserer Arbeit – deshalb unterstützen wir auch gerne wieder die kommende Wissenschaftsnacht.

GfK SE und GfK Verein – was ist der Unterschied?
Anfangs gab es nur den GfK Verein, er wurde 1934 gegründet. 50 Jahre später wurde dann das operative Geschäft in Form einer GmbH ausgegliedert. Der Grundstein für das inzwischen global agierende Marktforschungsunternehmen GfK wurde somit gelegt. Wir als GfK Verein blieben als eigenständige Non-Profit-Organisation weiterhin bestehen. Heute als Think Tank der Marktforschung führen wir nicht nur Grundlagenstudien durch, sondern eine Vielzahl anderer Projekte, wie beispielsweise eine eigene GfK Academy oder die Ausbildung von Marktforschern im Ausland.

Die GfK ist hier in Nürnberg ein bekanntes Unternehmen und wichtiger Arbeitgeber. Was werden die Themen der Zukunft für das Unternehmen sein?
Als Gesellschafter der GfK SE hat der GfK Verein natürlich auch die Entwicklung der Marktforschungsbranche im Blick. Marktforschung hat sich verändert, Daten gibt es heute in Hülle und Fülle. Es geht deshalb nicht mehr um die Beschaffung von Zahlen, sondern darum, aus den Datenmengen die wichtigsten Kernaussagen zu filtern. Auch wird es für die künftige Entwicklung unserer Branche entscheidend sein, dass die Marktforschung das Vertrauen der Öffentlichkeit und der Kunden behält. Deshalb müssen wir weiterhin ein besonderes Augenmerk darauf legen, dass Datenschutzbestimmungen strikt eingehalten und Umfragen sorgfältig geplant und durchgeführt werden. Aber das ist ja von jeher ein Grundsatz und eine Art Markenzeichen der GfK – und so soll es auch bleiben.■

Prof. Dr. Raimund Wildner, *Vizepräsident und Geschäftsführer des GfK Vereins.*

Kompetenznetz Radiologie, Nuklearmedizin und Strahlentherapie

OPEN MRT

Deutschherrnstraße 15–19
90429 Nürnberg
Telefon 09 11 / 23 99 30 00
Telefax 09 11 / 23 99 30 10
www.open-mrt.de
info@open-mrt.de

Wollen Sie persönlich sehen, was sonst nur der Arzt sehen kann?

Offenes Kernspin live !!!

Innovativ und einzigartig in Nürnberg

Radiologie zum Anfassen, Kennenlernen und Informieren

Das Team des OPEN-MRT freut sich über Ihren Besuch!

www.kompetenznetz-franken.de

Foto: International Business School

Foto: FAU Erlangen-Nürnberg/Shutterstock

WIRTSCHAFT | SOZIALES

Wissen als lukrative Kapitalanlage

Im Zeitalter der Globalisierung orientiert sich die deutsche Wirtschaftspolitik auch an den Anforderungen der EU. Die Auswirkungen der Eurokrise haben die Verantwortung der Einzelstaaten noch klarer herausgestellt. In Deutschland gilt es, auch in sozialer Hinsicht angemessen auf die gegebenen Bedingungen des 21. Jahrhunderts zu reagieren.

Ob Bildung oder Gesundheitssystem, Renten oder Arbeitsmarkt – die Konkurrenzfähigkeit des Wirtschaftsstandorts hängt in erster Linie vom sprichwörtlichen „Rohstoff Wissen“ ab. Besonders auf regionaler Ebene werden die Weichen für ökonomisch effektive Entwicklungen gestellt: Die Europäische Metropolregion Nürnberg EMN ist nach Einwohnern vergleichbar mit Litauen, erwirtschaftet indes mit 111 Mrd. Euro ein deutlich höheres Bruttoinlandsprodukt als Ungarn. Die Wirtschaftskompetenz der ansässigen Unternehmen, Kammern und Verbände bündelt der Förderverein „Wirtschaft für die Europäische Metropolregion Nürnberg e.V.“: Dieser hat sich zum Ziel gesetzt, die Strahlkraft der Region noch stärker zum Leuchten zu bringen. Besonders konzentriert zeigt sich dies bei der Wissenschaftsnacht, wenn Unternehmen und Forschungseinrichtungen auch zum Thema Wirtschaft und Soziales ihre Ergebnisse zum Besten geben.

Zentrale Anlaufstelle: Der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Der Nürnberger Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der FAU Erlangen-Nürnberg öffnet in der Langen Nacht seine Pforten und schickt die Besucher auf eine abwechslungsreiche Reise durch die Welt der Wirtschaft. Sechs Themenbereiche informieren über die gesamte Vielfalt der „WiSo“. Namhafte Gäste wie die GfK, die Nürnberger Versicherungsgruppe, PricewaterhouseCoopers und viele andere runden das Programm ab. Von Arbeitsmarkt- und Sozialforschung über Wirtschafts- und Internationale Politik oder Marktforschung bis hin zu Unternehmensverantwortung, Finanzen und Wirtschaftsinformatik – in der Findelgasse ist für jeden etwas dabei. Die Historie des gesamten Fachbereichs, von den Anfängen im Jahr 1622 bis heute, porträtiert stündlich Dr. Reinhard Wittenberg. Er hatte 2011 mit dem FAU-Lehrstuhl für Soziologie und Empirische Sozialforschung eine Online-Umfrage durchgeführt, die der Langen Nacht höchste Zufriedenheit unter den Besuchern bescheinigte (Findelgasse 7-9, Nürnberg/Tour 807).

ANZEIGE

IBS NÜRNBERG

Nutzen Sie die Chance!

Von San Diego über Kapstadt bis hin zu Shanghai, an der IBS ist für jeden was dabei. Erleben Sie die verschiedenen Kulturen in der International Business School Nürnberg, durch spannende Vorträge, Erfahrungsberichte von Studenten und Live-Übertragungen in einige Universitätsstädte. Für Verpflegung im landestypischen Stil ist natürlich gesorgt.

So wird Ihnen an diesem Abend die Möglichkeit geboten, viele interkulturelle Kompetenzen zu sammeln, die einen wichtigen Bestandteil für internationales Wirtschaften darstellen.

WWW.IBSNUERNBERG.DE

Internationales Managementstudium
mit integriertem Auslandssemester, In- und Auslandspraktika und den Studienrichtungen

- **General Management**
- **Hotel- und Touristikmanagement**
- **Medien-, Kultur- und Eventmanagement**
- **Wirtschaftspsychologie und Human Resources**
- **Immobilienmanagement**
- **Sportmanagement**

Internationale/r Betriebswirt/in (IBS) in Kombination mit **Bachelor of Arts (Honours) in Business Management** der University of Sunderland (UK)

ibs International Business School Nürnberg

Karl-Grillenberger-Straße 3 · 90402 Nürnberg
Telefon: **+49 911 2723542**
info@ibsnuernberg.de
www.international-business-school.de

GfK: Forschen für den Verbraucherschutz

Als eines der weltweit führenden Marktforschungsunternehmen stellt die Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung GfK in repräsentativen Studien das Wissen bereit, das innovative Markt- und Wachstumschancen ermöglicht. In Zeiten von Lebensmittelskandalen und steigenden Energiepreisen profitiert auch der Endverbraucher von diesem Wissen. Die GfK sucht im Auftrag des Verbraucherschutzministeriums regelmäßig nach Antworten auf Fragen wie „Kümmert sich der Verbraucherschutz – aus Sicht der Bürger – eigentlich um die richtigen Dinge?“. An der Langen Nacht erfahren Besucher Lehrreiches über Verbraucher, Marken, Medien und Produkte (Findelgasse 7-9, Nürnberg/Tour 807).

„Nürnberger“ Versicherungsparcours

Neben Schutz und Sicherheit im Zeichen der Burg verspricht die Nürnberger Versicherungsgruppe an der Langen Nacht auch Interaktivität und Aktionen. Gemeinsam mit den Lehrstühlen für Versicherungswirtschaft und Risikomanagement bzw. Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Versicherungsmarketing lädt die Nürnberger Versicherungsgruppe zum vielseitigen Versicherungsparcours: Verhaltenspsychologische Experimente und ein Test zur Risikoeinschätzung fordern die Besucher dabei genauso wie ein vergnügliches Action-Painting (Findelgasse 7-9, Nürnberg/Tour 807).

Manager, Macht und Migration

Habe ich das Zeug zum Chef? Der Managertest vom Career Service gibt Aufschluss über das Potenzial zur Führungskraft, während ein Spiel am Lehrstuhl für Soziologie und empirische Sozialforschung vor die Entscheidung „Geld oder Liebe“ stellt. Das Bewusstsein für sozial Benachteiligte gerät oft in den toten Winkel gesellschaftlicher Wahrnehmung: Daher informiert das Nürnberger Bundesamt für Migration und Flüchtlinge BAMF über Zuwanderung und Integration in der Metropolregion. Im preisgekrönten Kurzfilm „Angekommen – We have arrived“ des UN-Hochkommissariats für Flüchtlinge erzählen junge Nürnberger Migranten eindrucksvoll aus ihren Biographien und stehen anschließend zum Gespräch bereit. Von vergessenen Schicksalen zu einem der bekanntesten Männer der Welt: Der Lehrstuhl Auslandswissenschaft und das Deutsch-Amerikanische Institut diskutieren auf dem Podium mit dem US-Generalkonsul die aktuelle Politik Barack Obamas (Findelgasse 7-9, Nürnberg/Tour 807).

TH Nürnberg, IBS und FOM

Auch die Fakultät Betriebswirtschaft der TH Nürnberg widmet sich der Marktforschung: Mikrokameras in speziellen Brillen registrieren die Blickverläufe von Kunden. Im Live-Experiment können die Besucher die Blicke dann am Bildschirm nachvollziehen und sich selbst ein Bild mit den Augen der Kunden machen (Wassertorstraße 10, Nürnberg/Tour 807).

Neben den staatlichen setzen auch zwei private Hochschulen am Standort Nürnberg Akzente: Vorträge, Workshops und Gespräche zu tagesaktuellen Inhalten wie Drohneneinsatz, Mobbing und Stress bietet die FOM – Hochschule für Oekonomie & Management an (Zeltnerstraße 19, Nürnberg/Tour 805). Die International Business School IBS öffnet Studenten die Tore zur Welt und informiert die Besucher über das Angebot zu Auslandssemestern (Karl-Grillenberger-Straße 3a, Nürnberg/Tour 805). ■

Fraunhofer IIS

SPITZENFORSCHUNG ENTDECKEN

BESUCHEN SIE UNS ZUR LANGEN NACHT DER WISSENSCHAFTEN

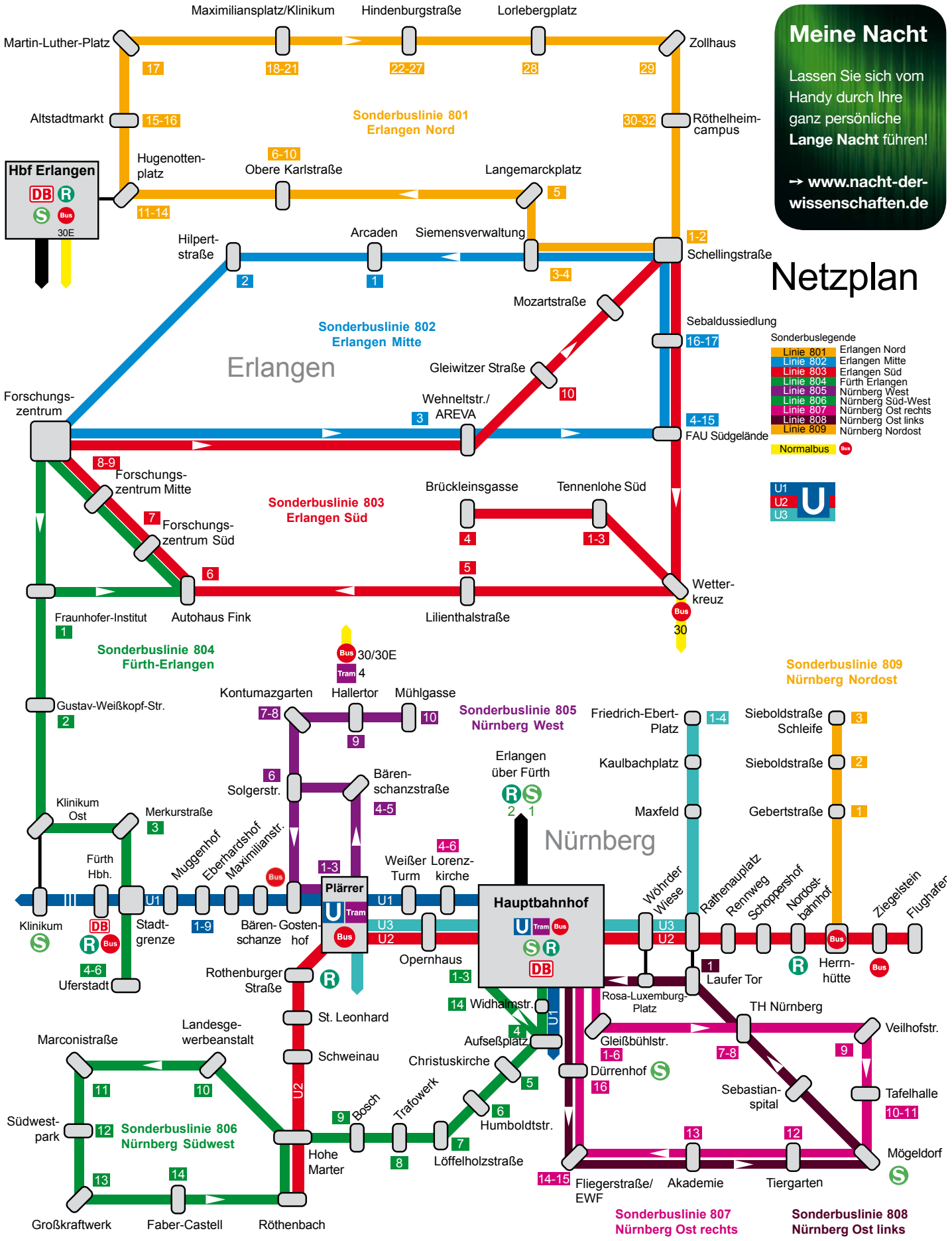
Standort Erlangen (Am Wolfsmantel 33):
– Endoskopie mit Rundumblick
– Unsichtbares sichtbar machen – die Polarisationskamera
– RFID zum Ausprobieren
– und mehr als 30 andere Programmpunkte
Tour 803, Haltestelle Brückleinsgasse

Standort Fürth (Flugplatzstraße 75):
– XXL-Computertomographie für große Objekte, z.B. komplette PKW oder Container
– der kleinste tragbare Computertomograph der Welt
– Infrarot-Thermographie
– und viele weitere spannende Themen
Tour 804, Haltestelle Gustav-Weißkopf-Straße

Das gesamte Programm unter www.iis.fraunhofer.de

@FraunhoferIIS #Wissenschaftsn8
www.facebook.com/FraunhoferIIS #Wissenschaftsn8

Mit Bus und U-Bahn durch die Nacht



IMPRESSUM

Verantwortlich für den Inhalt des Themenspecials:	Kulturidee GmbH, Singerstraße 26, 90443 Nürnberg Telefon: 0911 81026-0, Fax: -12, info@kulturidee.de, www.nacht-der-wissenschaften.de
Redaktion	Verena Lindner
Geschäftsführer	Ralf Gabriel
Projektleiter	Pierre Leich
Mitarbeit	Stefanie Bartenstein, Sebastian Hoffmann, Caroline Hofmann, Karin Leipold, Stephanie Thiel
Umsetzung	Hofmann Medien, Emmericher Straße 10, 90411 Nürnberg, Telefon: 0911 5203-0, Fax: -148 prepress@hofmann-infocom.de, www.hofmann-infocom.de
Grafik	Irene Benke
Anzeigen	Hofmann Media, Rüdiger Sander (verantw.)

Sicher und bequem durch die Nacht

Busse:

Während der gesamten Langen Nacht der Wissenschaften verkehren Shuttlebusse zwischen 18.00 und 1.30 Uhr. Auf neun Sonderbuslinien sind insgesamt 46 Busse unterwegs. Zusätzlich wird der reguläre Bus Linie 30 zwischen Erlangen und Nürnberg ab etwa 17 Uhr verstärkt und fährt dann alle 10 Minuten. Ab der Haltestelle Nürnberg Thon starten nach Betriebsschluss der Straßenbahnen sechs zusätzliche 30er-Busse. Sie fahren wie der NightLiner N10 bis ca. 2.30 Uhr weiter bis zum Nürnberger Hauptbahnhof.

U-Bahnen:

In der Nacht verlängert sich der Fahrbetrieb der drei U-Bahn-Linien in Nürnberg bis etwa 2.45 Uhr: Im 10-Minuten-Takt befördern 19 Langzüge die Gäste sicher und komfortabel nach Hause. Die letzten Abfahrten ab dem Hauptbahnhof Nürnberg werden in alle sechs Richtungen um 2.30 Uhr durchgeführt.

Züge:

Auch für die späte Heimreise mit dem Zug sorgen zwei Sonderzüge der Bahn, die mehrmals zwischen Erlangen, Fürth und Nürnberg pendeln.

Konditionen:

Die Nutzung der Shuttle-Busse und aller öffentlichen Verkehrsmittel im gesamten Verbundraum ist in der Eintrittskarte enthalten. Von Samstag, 19. Oktober, 12 Uhr bis Sonntag, 20. Oktober, 8 Uhr gilt das Ticket auch als Fahrkarte. Als Vollzahler ist die Mitnahme zweier Kinder im Alter bis einschließlich 12 Jahren möglich.

Alle Details zu den Tourenplänen und zum Verkehr in der Langen Nacht der Wissenschaften finden Sie im Programmheft, das Sie an allen bekannten Vorverkaufsstellen erhalten, oder unter **www.nacht-der-wissenschaften.de/2013/verkehr.**

S R U Tram Bus

HandyTicket Deutschland

Einfach, schnell und bargeldlos.

HandyTicket Deutschland

- Einzelfahrkarten und TagesTickets ganz einfach übers Handy
- Prospekt in allen großen VGN-Verkaufsstellen erhältlich

VGN
Verkehrsverbund Großraum Nürnberg
Rothenburger Str. 9 • 90443 Nürnberg • Tel. 0911 27075-0

VAG DB BAHN Regio Franken ESTW DB BAHN Frankenbus infra BVB STADTVERKEHR GPV GKV
Partner im VGN

Infos & Anmeldung: **www.vgn.de/handyticket**

Übersicht der Programmpartner

A.R.C. Laser
www.arclaser.de
Akademie der Bildenden Künste in Nürnberg
www.adbk-nuernberg.de
Akademie für Gesundheits- und Pflegeberufe
www.akademie.uk-erlangen.de
Albert-Schweitzer-Gymnasium, www.asg-er.de
Amfora Health Care, www.amfora-health-care.de
Amnesty International, www.amnesty-1494.de
Amt für Umweltschutz und Energiefragen der Stadt Erlangen, www.erlangen.de
Architekt Benjamin Wimmer, www.bw-architekt.de
ARD.ZDF medienakademie, www.ard-zdf-medienakademie.de
AREVA, www.areva.de
Astrum IT, www.astrum-it.de
Autohaus Fink, www.autohausfink.de
Auf AEG, www.aufaeg.de
Baumüller
www.baumueller.de
Bayerische Forschungsallianz, www.bayfor.org
Bayerische Forschungsstiftung, www.forschungsstiftung.de
Bayerischer Rundfunk – Studiopark Franken
www.br-online.de/franken
Bayerisches Landesamt für Datenschutzaufsicht
www.datenschutzaufsicht.bayern.de
Bayerisches Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit, www.lgl.bayern.de
Bayerisches Laserzentrum, www.blz.org
Bayerisches Rotes Kreuz, www.brk.de
Bayerisches Zentrum für Angewandte Energieforschung ZAE
www.zae-bayern.de
Bayern Innovativ, www.bayern-innovativ.de
BDT – Institut für bildgebende Diagnostik und Therapie
www.bdt-erlangen.de
beECO, www.beeco.de
Bildungscampus Nürnberg,
www.bildungscampus.nuernberg.de
BIOTechnikum, www.biotechnikum.eu
Botanischer Garten Erlange
www.botanischer-garten.uni-erlangen.de
Buchbinder Dieter Geiger
Bund Naturschutz, www.bund-naturschutz.de
Bundesagentur für Arbeit, www.arbeitsagentur.de
Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF)
www.bamf.de
Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)
www.bmbf.de, www.biotechnikum.eu, www.nanotruck.eu
Care Vision Germany
www.care-vision.de
Censa – Centrum für Speichelanalyse, www.censa.de
Chancen-Technik-Umwelt, Trägerverein „Jugend forscht" – Mittelfranken, www.ctu-ev.de
charity4sports, www.charity4sports.de
CINECITTÁ Multiplexkino, www.cinecitta.de
CJD Kinderakademie, www.cjd-nuernberg.de
Cnopf'sche Kinderklinik, www.klinik-hallerwiese.de
Continental, www.conti-online.de
Corscience, www.corscience.de
DATEV
www.datev.de
Der Beck, www.der-beck.de
Deutsch-Amerikanisches Institut (DAI)
www.amerikahaus-nuernberg.de
deutsch-französisches Institut Erlangen, www.dfi-erlangen.de
Deutsche Telekom, www.telekom.com
Deutscher Wetterdienst, Flugwarte Nürnberg, www.dwd.de
Diakonie Neuendettelsau, www.diakonieneuendettelsau.de
Dolby Germany, www.dolby.de
E.on Kraftwerke
www.eon.com
E-T-A Elektrotechnische Apparate, www.e-t-a.de
ECE Training, www.endo-trainer.de
ECPE, www.ecpe.org
Electrolux Hausgeräte, www.aeg.de
Emmy-Noether-Gymnasium
www.emmy-noether-gymnasium.de
Energie Campus Nürnberg EnCN, www.encn.de
ENERGIEAGENTUR nordbayern
www.energieagentur-nordbayern.de
ENERGIEregion,www.energieregion.de
Energietechnologisches Zentrum (etz 2.0)
www.energieregion.de
Erlanger Stadtwerke, www.estw.de
Evangelische Hochschule Nürnberg, www.evhn.de
Explius, www.explius.de
Exzellenzcluster Engineering of Advanced Materials EAM
www.eam.uni-erlangen.de
FabLab
www.fablab.fau.de
Faber-Castell, www.faber-castell.de
Faber-Castell Akademie, www.akademie-faber-castell.de
FOM Nürnberg, Hochschule für Oekonomie & Management
www.fom-nuernberg
Forschungsinstitut für Genossenschaftswesen
www.genossenschaftsinstitut.de
Forster – Autovermietung, www.forster-elektro-trial.de
Forum V - Nordbayerisches Institut für Versicherungswissenschaft und -wirtschaft, www.forum-v.de
Franconian International School, www.the-fis.de
Franken Fernsehen, www.frankenfernsehen.tv
Fraunhofer-Institut für Bauphysik IBP, www.ibp.fraunhofer.de
Fraunhofer-Institut für Integrierte Schaltungen IIS
www.iis.fraunhofer.de
Fraunhofer-Institut für Integrierte Systeme und Bauelementetechnologie IISB, www.iisb.fraunhofer.de
Freimaurerloge Luginsland, www.loge-luginsland.de
Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, www.fau.de
Fürther Mathematik Olympiade, www.fuemo.de
Gemeinnützige Gesellschaft für soziale Dienste
www.ggsd.de
GfK, www.gfk-verein.de, www.gfk.de
GIB – Bildungsinstitut für Hör- und Sehbehinderte, www.giby.de
Gymnasium Fridericianum Erlangen
www.gymnasium-fridericianum.de, www.autorino.de
Hamburger Fernhochschule
www.ils.de
Handwerkskammer für Mittelfranken
www.hwk-mittelfranken.de
Haus für frühe Bildung und Begabung
www.cjd-nuernberg.de
Haus der Athleten, Sankt Paul, www.sanktpaul-hda.de
Haustechnologisches Zentrum (HTZ), www.htz-nbg.de
HEITEC, www.heitec.de
Hermann-Oberth-Raumfahrt-Museum
www.oberth-museum.org
High-Octane Motorsports, www.octanes.de
Historische Felsengänge Nürnberg
www.historische-felsengaenge.de
Hochschule für Musik Nürnberg, www.hfm-nuernberg.de
IHK Nürnberg für Mittelfranken
www.ihk-nuernberg.de
IKratos Solar- und Energietechnik, www.ikratos.de
infra fürth, www.infra-fuerth.de
Ingenieure ohne Grenzen
www.ingenieure-ohnegrenzen.org/nuernberg
INI.FAU, www.ini.fau.de
Initiative ICH KANN! www.ichkann.org
Initiative Junge Forscherinnen und Forscher (IJF)
www.initiative-junge-forscher.de
Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB)
www.iab.de
Institut für Lern-Innovationen, www.ili.fau.de
Institut für moderne Kunst Nürnberg, www.moderne-kunst.org
Integratives Lerntherapeutisches Zentrum (ILZ)
www.ilz-nuernberg.de
Intel, www.intel.com
International Business School Nürnberg
www.ibsnuernberg.de
Jutta Maria Betz, Energieberatung
Katja Hardenfels
http://knopfprojekt.wordpress.com
Kinder- und Jugendmuseum im Kachelbau
www.kindermuseum-nuernberg.de
Kindergarten Champini, www.wls-nbg.de
Kitzmann-Bräu Erlangen, www.kitzmann.de
Klinik Hallerwiese, www.klinik-hallerwiese.de
Kultur-Astronomie & Wissenschaftsreisen
www.wissenschafts-reisen.de
Kunstpalais Erlangen, www.kunstpalais.de
Labenwolf-Gymnasium
www.labenwolf.de
MAN Truck & Bus
www.man-engines.com, www.man-truckandbus.com
Marie-Therese-Gymnasium, www.wissenschaftmachtschule.de
Markgräfliches Schloss Erlangen, www.fau.de
Maximum Nachhilfeschule – Mesale
www.maximumnachhilfe.de
Max-Planck-Institut für die Physik des Lichts, www.mpl.mpg.de
Medical Valley Center, www.medical-valley-center.de
Medical Valley EMN e.V., www.medical-valley-emn.de
Menschenrechtsbüro Stadt Nürnberg
www.menschenrechte.nuernberg.de
Metrilus, www.metrilus.de
MID, www.mid.de
Münzverein Nürnberg
Museum für Kommunikation, www.mfk-nuernberg.de
Museum Industriekultur
www.museen.nuernberg.de/industriekultur
N-ERGIE
www.n-ergie.de
nanoTruck, www.nanoTruck.de
Naturhistorische Gesellschaft Nürnberg, www.nhg-nuernberg.de
Neue Materialien Fürth, www.nmfgmbh.de
Neues Gymnasium Nürnberg, www.ngn-online.de
Nicolaus-Copernicus-Planetarium
www.planetarium-nuernberg.de
Nürnberger Astronomische Arbeitsgemeinschaft (NAA)
www.naa.net
Nürnberger Astronomische Gesellschaft (NAG), www.nag-ev.de
Nürnberger Menschenrechtszentrum
www.diskriminierung.menschenrechte.org
Nürnberger Nachrichten
www.nordbayern.de/nuernbergernachrichten
NÜRNBERGER Versicherungsgruppe, www.nuernberger.de
Ohm-Gymnasium Erlangen
www.ohm-gymnasium.de
Opel Thomas, www.opel-thomas.de
Open MRT, www.open-mrt.de
PETER BREHM Chirurgie-Mechanik
www.peter-brehm.de
PolyIC, www.polyic.com
PricewaterhouseCoopers, www.pwc.de
Rechenmaschinensammlung Appelt
Regiomontanus-Sternwarte Nürnberg
www.sternwarte-nuernberg.de
Robert Bosch, Werk Nürnberg, www.bosch.com
Robotics Erlangen, www.robotics-erlangen.de
Rudolf-Diesel-Fachschule Nürnberg, www.rdfnuernberg.de
Rundfunkmuseum der Stadt Fürth
www.rundfunkmuseum.fuerth.de
Schaeffler
www.schaeffler.de
Schule der Phantasie Fürth / Franken
www.schulederphantasie-fuerth.de
Schulmuseum Nürnberg,
www.schulmuseum.uni-erlangen.de
Science Lab, www.science-lab.de
Shohe Alexander Seiler (mit Bernd Elsner)
www.shohe-alexander-seiler.com
Siemens, www.siemens.de
Sigena-Gymnasium Nürnberg, www.sigena-gymnasium.de
Staatliche Berufsfachschule für Masseure und medizinische Bademeister, www.staatliche-massageschule-erlangen.de
Staatsarchiv Nürnberg, www.gda.bayern.de
Stadtarchiv Erlangen, www.erlangen.de
Stadtbibliothek Nürnberg
www.nuernberg.de/internet/stadtbibliothek
Stadtmuseum Erlangen, www.erlangen.de/stadtmuseum
Streetspotr, www.streetspotr.com
Studentenwerk Erlangen-Nürnberg
www.studentenwerk.uni-erlangen.de
Talkingeyes&more
www.talkingeyes.de
Technik ohne Grenzen, www.technik-ohne-grenzen.org
Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm
www.th-nuernberg.de
Technisches Hilfswerk Erlangen, www.THW-Erlangen.de
The Contemporary Steampunk Cabinet
www.steampunk-cabinet.com
Theilinger Automation und Papiertechnik, www.theilinger.de
Thermo Fisher Scientific Messtechnik
www.thermoscientific.com
Tiergarten Nürnberg, www.tiergarten.nuernberg.de
Treffpunkt Philosophie, www.treffpunkt-philosophie.de
turmdersinne, www.turmdersinne.de
Tutogen Medical, www.tutogen.de
TÜV Rheinland, www.tuv.com
TÜV SÜD, www.tuev-sued.de
Umweltinstitut Neumarkt
Universitätsbibliothek, www.ub.fau.de
Universitätsklinikum Erlangen, www.uk-erlangen.de
United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR), www.unhcr.de
VAG
www.vag.de
VDE-Bezirksverein Nordbayern, www.vde-nordbayern.de
VDI Studenten und Jungingenieure Nürnberg
www.suj-nuernberg.de
Verlag Nürnberger Presse, Druckhaus Nürnberg
www.nordbayern.de
Vivago Oy, www.vivago.com
Vokalensemble anDante
Wasserwirtschaftsamt Nürnberg
www.wwa-n.bayern.de
WaveLight, www.wavelight.de
Wilhelm Löhe Hochschule, www.wlh-fuerth.de
Wilhelm-Löhe-Schule, www.wls-nbg.de
Wolfgang Sorge Ingenieurbüro für Bauphysik, www.ifbsorge.de
Zentrifuge Auf AEG
www.zentrifuge-nuernberg.de

Balance von Arbeit und Familie

Möglichkeiten einer familienbewussten Personalpolitik zeigt der diesjährige „Unternehmertag“ der Bündnisse für Familie in Stadt und Landkreis Fürth auf. Kooperationspartner ist die IHK-Geschäftsstelle Fürth. Bei der Veranstaltung am Mittwoch, 23. Oktober 2013 (16 bis 19 Uhr, im Complex Gewerbehof, Benno-Strauß-Str. 5, Fürth) geht es u.a. um folgende Themen: Balance zwischen Arbeitswelt und Familie, zielgerichteter Einsatz von älteren Mitarbeitern, Unterstützung von pflegenden Angehöriger und Angebote der Ferienbetreuung. ■

Anmeldung: IHK-Geschäftsstelle Fürth, Tel. 0911 770775
gerhard.fuchs@nuernberg.ihk.de

Personalentwicklung

Das IHK-Seminar „Personalentwicklung kompakt“ am Dienstag und Mittwoch, 5. und 6. November 2013 behandelt u.a. folgende Themen: Zusammenhang zwischen Organisations- und Personalentwicklung, Aufbau- und Ablauforganisation, quantitativer Personalbedarf, qualitative Bedarfsplanung, Qualifikation der Mitarbeiter, Planung des Bildungsbedarfs und Projekte der Mitarbeiterbeteiligung. ■

IHK, Tel. 0911 1335-351
martin.mach@nuernberg.ihk.de

Open Source Day 2013

Die Open Source Business Alliance (OSB) in Stuttgart veranstaltet ihren diesjährigen „Open Source Day“ am Mittwoch, 20. November 2013, 13 bis 17.30 Uhr, im „Feuerbachsaal“ der IHK. Die Veranstaltung richtet sich an IT-Experten und steht unter dem Motto „Transparenz und Vertrauen in der Cloud“. Referenten aus Politik und Wirtschaft berichten, wie Unternehmen und öffentliche Organisationen transparente und sichere Cloud-Systeme einsetzen können. ■

www.osb-alliance.de („Veranstaltungen“)

Gewerbemietrecht

Mit aktuellen Fragen des Gewerbemietrechts beschäftigt sich eine Informationsveranstaltung der IHK am Mittwoch, 30. Oktober 2013, 16 bis 18 Uhr. Die Themen: Schriftform beim Mietvertrag, Abrechnung der Nebenkosten und Gewährleistungsrechte des Mieters bei Mietmängeln. ■

Anmeldung: IHK, Tel. 0911 1335-404
sylvia.galwas@nuernberg.ihk.de

Nordbayerischer Versicherungstag

Der Nordbayerische Versicherungstag findet am Donnerstag, 14. November 2013 an der Hochschule Coburg statt. Im Mittelpunkt steht diesmal das Image der Versicherungsbranche. Diskutiert werden zudem die Entwicklungschancen der Lebens- und Krankenversicherung sowie des Versicherungsvertriebs. Veranstalter ist das Berufsbildungswerk der Versicherungswirtschaft und das Forum V, das nordbayerische Institut für Versicherungswissenschaft und -wirtschaft an der Uni Erlangen-Nürnberg. ■

www.versicherungstag.de

Fördermittel

Am Mittwoch, 13. November 2013 veranstaltet die Nürnberger Niederlassung des europaweit tätigen Fördermittelspezialisten PNO Consultants GmbH wieder ein kostenloses „Fördermittel-Speed-Dating“ (18 bis 19.30 Uhr, Lina-Ammon-Str. 19 b, Nürnberg). Unternehmen und Institutionen können an diesem Abend ihre Projekte persönlich oder per Telefon vorstellen und durch eine unverbindliche Kurzanalyse daraufhin prüfen lassen, ob Möglichkeiten für eine Förderung bestehen. ■

PNO, Tel. 0911 477791-50
natascha.broetzmann@pnoconsultants.com
www.pnoconsultants.de („Dienstleistungen”)

GmbH-Geschäftsführer

„Die Pflichten von Leitungsorganen am Beispiel des Geschäftsführers einer GmbH“: Mit diesem Thema beschäftigt sich das nächste „Mittelstandsforum Gesellschaftsrecht“ der FOM Hochschule für Oekonomie & Management in Nürnberg. Die Veranstaltung findet von 18 bis 19.30 Uhr an der FOM (City Park Center, Zeltnerstr. 19, Nürnberg) statt, Referent ist Prof. Dr. Rolf Otto Seeling von Fries Rechtsanwälte in Nürnberg. ■

Anmeldungen: anica.hahn@fom.de

Auslandsakademie in den USA

Die FOM Hochschule Nürnberg startet mit neuen Auslandsprogrammen für Berufstätige in das nächste Semester. Das Angebot richtet sich an Studierende der FOM als auch an alle anderen Interessierten.

Die in der Regel zweiwöchigen Programme werden als „Summer School“ bzw. als „Winter Academy“ in verschiedenen Städten der USA angeboten und behandeln u.a. Themen aus internationalem Management, Marketing bzw. Gesundheits- und Sozialwesen. ■

www.fom.de („International“)

Training für Trainer

Am Montag, 4. November 2013 startet die IHK Akademie Mittelfranken ihren Zertifikatslehrgang „Trainer (IHK)“, der zwei Einheiten zu je vier Tagen umfasst und mit einem schriftlichen und mündlichen Test abschließt. Den Teilnehmern wird vermittelt, wie sie Seminare und Schulungen zielgruppengerecht durchführen und wie sie moderne Lehr- und Moderationsformen einsetzen. An diesen Lehrgang kann ein Aufbaulehrgang zum „Online-Trainer (IHK)“ angeschlossen werden, der Instrumente des Blended Learning vermittelt (Kombination aus klassischen und Online-Lehrmethoden). ■

IHK, Tel. 0911 1335-351
martin.mach@nuernberg.ihk.de

Professionelle Webseiten mit WORDPRESS erstellen
Am **21. November**, 1-Tages Seminar von den WP-Profis direkt in Nürnberg.
Lernen Sie in wenigen Stunden die Basics im Umgang mit Wordpress und wie Sie das hochmoderne CMS für Ihre Unternehmens-Webpräsenz sinnvoll einsetzen können.
Buchen Sie jetzt bis zum 29.10 auf **wp-nuernberg.de** zum Frühbucherpreis!
Zeiten: 9.00 - 17.30 Uhr, Klee-Center Nürnberg - Achtung: Teilnehmeranzahl begrenzt!
Tel. 0911 - 2174875 | Mobil 0170 3150 286

Weiterbildungs-Programm
der IHK Akademie Mittelfranken

T = Teilzeit | V = Vollzeit

LEHRGÄNGE
Abschluss: IHK-Fortbildungsprüfung mit IHK-Zeugnis

Technik

Geprüfte/r Industriemeister/in der Fachrichtungen

- **Elektrotechnik** | 09/14 | T/V ☐
- **Kunststoff/Kautschuk** | 01/14 | T ☐
- **Mechatronik** | 09/14 | T ☐
- **Metall** | 09/14 | V/T ☐
- **Metall** | 04/14 | online ☐
- **Metall** | 01/14 | T ☐
- **Naturwerkstein** | 09/14 | T ☐
- **Printmedien** | 04/14 | T ☐

Geprüfte/r Meister/in für

- **Schutz & Sicherheit** | 09/14 | T ☐
- **Logistikmeister/in** | 03/14 | T ☐
- **Veranstaltungstechn. Fachricht. Bühne/Studio** | 04/14 | T ☐

Betriebswirtschaft

- **Geprüfte/r Berufspädagoge/in** | 06/14 | T ☐
- **Geprüfte/r Betriebswirt/in** | 06/14 | T/V ☐
- **Geprüfte/r Technischer Betriebswirt/in** | 03/14 | T ☐
- **Geprüfte/r Technischer Betriebswirt/in** | 09/14 | V ☐

Fachkauffrau/-mann

- **Geprüfte/r Bilanzbuchhalter/in** | 02/14 | T ☐
- **Marketing** | 09/14 | T ☐
- **Personalfachkauffrau/-mann** | 06/14 | T ☐
- **für Büro- und Projektorganisation** | 09/14 | T ☐

Fachwirt/in

- **Technische/r Fachwirt/in** | 01/14 | T ☐
- **Geprüfte/r Immobilienfachwirt/in** | 03/14 | T ☐
- **Geprüfte/r Industriefachwirt/in** | 09/14 | T ☐
- **Medienfachwirt/in** | 04/14 | T ☐
- **Geprüfte/r Wirtschaftsfachwirt/in** | 02/14 | T ☐
- **Geprüfte/r Wirtschaftsfachwirt/in** | 04/14 | online ☐
- **Geprüfte/r Wirtschaftsfachwirt/in** | 05/14 | V ☐

IT/EDV

- **Certified IT Business Manager (IHK)** | 12/13 | T ☐
- **Certified IT Systems Manager (IHK)** | 12/13 | T ☐

Ausbilderförderung

- **Berufs- u. Arbeitspädagogik** | 18.11.13 | V | Rothenburg ☐
- **Berufs- und Arbeitspädagogik** | 23.11.13 | T | Ansbach ☐
- **Berufs- und Arbeitspädagogik** | 14.01.14 | T ☐
- **Berufs- und Arbeitspädagogik** | 15.01.14 | V ☐
- **Berufs- u. Arbeitspädagogik** | 20.01.14 | online m. Präsenzphasen ☐
- **Berufs- und Arbeitspädagogik** | 27.01.14 | T ☐

LEHRGÄNGE
Abschluss: IHK-Test und IHK-Zertifikat

Technik

- **SPS – Grundtraining Step 7** | 01/14 | T ☐
- **Steuerungstechnik Grundtraining** | 01/14 | T ☐
- **CNC – Grundtraining** | 01/14 | T ☐
- **CAD – Grundtraining mit AutoCAD 2011** | 01/14 | T ☐
- **Servicetechniker/in** | 01/14 | T ☐
- **Gebäudetechniker/in (IHK)** | 01/14 | T ☐
- **Systemtechniker/in Mechatronik (IHK)** | 01/14 | T ☐
- **Elektronik Grundtraining** | 10/14 | T ☐
- **Datenschutzbeauftragte/r (IHK)** | 11/13 | T ☐

Industriefachkraft

- **Steuerungstechnik** | 01/14 | T ☐
- **SPS-Technik** | 01/14 | T ☐
- **CNC-Technik** | 10/14 | T ☐
- **CAD-Technik** | 01/14 | T ☐
- **Elektronik** | 10/14 | T ☐
- **Elektrofachkraft für festgelegte Tätigkeiten (Industrie)** | 09/14 | T ☐

Betriebswirtschaft

- **Betriebswirtschaftliche Grundlagen** | 11/13 | T ☐
- **Arbeitsrecht (IHK)** | 11/13 | T ☐
- **Fachkraft Controlling (IHK)** | 11/13 | T ☐
- **Lohn- und Gehaltsbuchhaltung (IHK)** | 06/14 | T ☐
- **Praxis der Immobilienverwaltung (IHK)** | 10/14 | T ☐
- **Logistiker/in (IHK)** | 11/13 | T ☐
- **Technik für Kaufleute (IHK)** | 10/14 | T ☐
- **Bilanzbuchhalter International** | 11/13 | T ☐
- **Trainer/in (IHK)** | 11/13 | T ☐

SEMINARE
Abschluss: IHK-Teilnahmebescheinigung

EDV

MS-Office

- **MS-Windows 8** | 10.-12.03.14 | V ☐
- **MS-Word 2007/2010** | 12.-14.05.14 | V ☐
- **MS-Excel 2007/2010** | 03.-05.02.14 | V ☐
- **Aufbautraining MS-Excel 2007/2010** | 18.-20.11.13 | V ☐
- **MS-Access 2007/2010** | 10.-12.02.14 | V ☐
- **Aufbautraining MS-Access 2007/2010** | 14.-16.04.14 | V ☐
- **MS-Outlook 2007/2010** | 06.11.13 | V ☐
- **MS-PowerPoint 2007/2010** | 11.-12.11.13 | V ☐
- **MS-PowerPoint 2007/2010** | 05.-06.05.14 | V ☐
- **Adobe Acrobat Professional** | 02.-04.12.13 | V ☐

Medienkompetenz

- **E-Mail-Flut beherrschen (kein EDV-Seminar)** | 22.09.14 | V ☐

Betriebswirtschaft

- **Menschenführung und Motivation in der Fertigung** | 05.-06.12.13 | V ☐
- **Meister führen Mitarbeitergespräche** | 22.11.13 | V ☐
- **Kompaktwissen Controlling** | 08.-23.11.13 | T ☐
- **Der GmbH-Geschäftsführer** | 14.11.13 | V ☐
- **Fit fürs Sekretariat II** | 20.-21.11.13 | V ☐
- **E-Mails, Briefe, Fay – zeitgemäße Korrespondenz** | 22.11.13 | V ☐
- **Verkaufserfolg am Telefon** | 26.-27.11.13 | V ☐
- **Grundkurs Gehälter und Monatslöhne richtig abrechnen** | 28.-29.11.13 | V ☐
- **Rhetorik – die Kunst der freien Rede** | 02.-03.12.13 | V ☐
- **Strategisches Online- und Social Media Marketing** | 05.12.13 | V ☐
- **Selbstbewusst und selbstsicher** | 10.-11.12.13 | V ☐
- **Fit fürs Sekretariat III** | 18.-19.12.13 | V ☐

Ausbilderförderung (Ausbilder)

- **Die Besten entdecken – Erfolgreiche Auswahl von Azubis** | 05.11.13 | V ☐
- **Vom Ausbilder zum Lernprozessbegleiter** | 07./08.11.13 | V ☐
- **Beurteilungsgespräche mit Auszubildenden erfolgreich führen** | 14.11.13 | V ☐
- **Ausbildungsmarketing** | 19.11.13 | V ☐
- **Jugendliche im Web 2.0 – Risiken und Chancen der www-Welt** | 21.11.13 | V ☐
- **Tacheles reden – Konfliktgespräche führen** | 25./26.11.13 | V ☐
- **Suchtprobleme bei Jugendlichen** | 28.11.13 | V ☐
- **Die Projektmethode in der Ausbildung** | 04.12.13 | V ☐
- **Ausbildungszeugnisse treffend formul.** | 10.12.13 | V ☐

GASTRONOMIE/TOURISTIK

Küche

- **Wild und Wildgeflügel aus unserer Region** | 05.11.13 | V ☐
- **Kräuter und Gewürze** | 06.11.13 | V ☐
- **Fingerfood- Klein! Witzig! Gut!** | 11.11.13 | V ☐
- **Desserts für jede Jahreszeit** | 13.11.13 | V ☐
- **Fische aus der Region** | 19.11.13 | V ☐

Service

- **Alkoholfreie Mixgetränke mit kreativen Garnituren** | 04.11.13 | V ☐
- **Arbeiten im Service – Grundseminar** | 04.+05.11.13 | V ☐
- **Kalkulation und Herstellung von Mix- und Mischgetränken** | 11.+12.11.13 | V ☐
- **Kaffee-Kompetenz-Seminar** | 20.11.13 | V ☐
- **Barista Level 1** | 25.-27.11.13 | V ☐
- **Arbeiten im Service – Fortgeschrittene** | 17.12.13 | V ☐
- **Tranchieren, Filetieren, Flambieren – Aufbauseminar** | 18.12.2013 | V ☐

Betriebsführung

- **Verkauf in der Hotellerie** | 06.11.13 | V ☐
- **Effizientes Finanz- u. RW im Gastgewerbe** | 07.+08.11.13 | V ☐
- **Mein Internetauftritt** | 14.11.13 | V ☐
- **Kalkulation von Speisen und Getränken** | 15.11.13 | V ☐
- **Gästekorrespondenz** | 18.11.13 | V ☐

WIS informiert über weitere Anbieter, die mit Lehrgängen auf IHK-Fortbildungsprüfungen vorbereiten. Sie können über die IHK Nürnberg für Mittelfranken abgerufen werden.

Infos: Tel. 0911/1335-240
Internet: www.wis.ihk.de

IHK Akademie Mittelfranken

Walter-Braun-Straße 15
90425 Nürnberg
Tel. 0911/1335-101

www.ihk-akademie-mittelfranken.de

Infos per Fax anfordern: 0911/13 35-15 01 01

☒ Ich habe die für mich interessanten Veranstaltungen angekreuzt, bitte senden Sie die kostenlosen und unverbindlichen Informationen an folgende Adresse:

Name _____

Straße _____

PLZ/Ort _____

Insolvenzrecht

„Wie schütze ich mich vor der Insolvenz von Geschäftspartnern?“: Unter diesem Titel steht eine IHK-Informationsveranstaltung am Freitag, 18. Oktober 2013, 9 bis 15 Uhr im „Marktvorstehersaal“ der IHK. Vermittelt wird Praxiswissen aus der Sicht von Lieferanten, Dienstleistern und sonstigen Gläubigern (z.B. Kreditgebern). Ein Ausschnitt aus dem Programm: Vereinbarung und Durchsetzung von Eigentumsvorbehalten, Vertragsgestaltung im Hinblick auf eine mögliche Insolvenz, Geschäfte mit dem vorläufigen Insolvenzverwalter, Vermeidung von Insolvenzanfechtungen und Insolvenzanmeldung. ■

Anmeldung: IHK
Tel. 0911 1335-404
sylvia.galwas@nuernberg.ihk.de

Gastronomie und Hotellerie

Im Gastronomischen Berufsbildungszentrum der IHK in Rothenburg o.d.T. finden im Herbst wieder zahlreiche Seminare für Fach- und Führungskräfte in Hotel- und Gastronomiebetrieben statt (jeweils 9 bis 16 Uhr). Aus dem Bereich Küche stehen u.a. folgende Seminare auf dem Programm: Schokolade zum Ausgarnieren und als Dessert (Dienstag und Mittwoch, 29. und 30. Oktober 2013), Wild und Wildgeflügel aus unserer Region (Dienstag, 5. November), Kräuter und Gewürze (Mittwoch, 6. November), Fingerfood (Montag, 11. November), Desserts für jede Jahreszeit (Mittwoch, 13. November) sowie Fische aus der Region (Dienstag, 19. November).

In den Bereichen Service und Betriebswirtschaft sind folgende Themen vorgesehen: Alkoholfreie Mixgetränke (Montag, 4. November), Arbeiten im Service – Grundseminar (Montag und Dienstag, 4. und 5. November), Kalkulation und Herstellung von Mix- und Mischgetränken (Montag und Dienstag, 11. und 12. November), Kaffee-Kompetenz-Seminar (Mittwoch, 20. November), Barista Level I (25. bis 27. November), Verkauf in der Hotellerie (Mittwoch, 6. November), Finanz- und Rechnungswesen (Donnerstag und Freitag, 7. und 8. November), Internet-Auftritt (Donnerstag, 14. November), Kalkulation von Speisen und Getränken (Freitag, 15. November 2013) und Gästekorrespondenz (Montag, 18. November). ■

GBZ, Tel. 09861 86666
edda.horneber@nuernberg.ihk.de

Gründerseminare in Westmittelfranken

Die IHK-Geschäftsstelle Ansbach bietet im Oktober und November 2013 wieder Seminare für Gründer und junge Unternehmen in Westmittelfranken an. Sie werden vom Bayerischen Wirtschaftsministerium gefördert und daher kostengünstig angeboten. Mitveranstalter sind die IHK-Gremien und die regionalen Wirtschaftsförderer vor Ort. Die Termine (jeweils 9 bis 17 Uhr) im Einzelnen:

Rechtsleitfaden für Existenzgründer (Dienstag, 15. Oktober 2013 in Dinkelsbühl)
Erfolgsinstrument Businessplan (Mittwoch, 23. Oktober in Ansbach)
Markt- und Standortanalyse (Mittwoch, 6. November in Neustadt a.d. Aisch)
Kalkulation und Finanzplanung (Mittwoch, 13. November in Weißenburg)
Marketing-Workshop für Gründer (Dienstag und Mittwoch, 26. und 27. November in Ansbach). ■

IHK-Geschäftsstelle Ansbach
Tel. 0981 971116
franziska.ehret@nuernberg.ihk.de

Personalmanagement

Die Akademie für Personalmanagement und Unternehmensentwicklung (afpu), die zur Technischen Akademie Wuppertal (TAW) gehört, veranstaltet am Mittwoch, 16. Oktober 2013 das „9. Altdorfer PE-Forum“ (16 bis 19 Uhr in der TAW Altdorf, Fritz-Bauer-Str. 13, Altdorf). Das Forum mit dem Titel „Aktuelle Herausforderungen und Trends für Personalmanagement und Führungskräfteentwicklung“ behandelt u.a. folgende Themen: Mentaltraining, Einsatz von Profilern für Personalauswahl und Persönlichkeitsentwicklung sowie Umgang mit psychischen Erkrankungen und Belastungen am Arbeitsplatz. ■

Anmeldung: TAW, Tel. 0202 7495-271
ulrike.ligges@taw.de
www.taw.de/afpu/

IT-Architektur

Um die Einführung eines „Enterprise Architektur Managements“ (EAM) in Unternehmen geht es bei einem Fachforum, das die Nürnberger MID GmbH am Mittwoch, 23. Oktober 2013 von 18 bis ca. 21 Uhr veranstaltet. Aus dem Programm: Ziele, Inhalte und Nutzen eines EAM, Vorgehen bei der EAM-Einführung, Werkzeuge für das EAM sowie Optimierung von Schnittstellen. ■

Anmeldung: www.mid.de/akademie („Expert Sessions“)

Wohnen der Zukunft

Der Energie Campus Nürnberg (EnCN) setzt seine Vortragsreihe „Energie und Forschung“ am Mittwoch, 13. November 2013 mit dem Thema „Smart Home“ fort („Auf AEG“, Fürther Str. 250, 17.30 bis 18.30 Uhr). Dr. Gerhard Kleineidam, Geschäftsführer des E-Home-Centers in Nürnberg, referiert über aktuelle Entwicklungen im Bereich „intelligentes“ und energieeffizientes Wohnen sowie altersgerechte Assistenzsysteme. ■

Anmeldung: EnCN
Tel. 0911 5685491-20
ioanna.dimopoulou@encn.de

Innovationsmanagement

Beim nächsten Treffen des IHK-AnwenderClubs Produkt- und Innovationsmanagement am Dienstag, 29. Oktober 2013 geht es um das Thema „Innovationsmanagement für den Mittelstand“. Die Programmpunkte: Kreativität und strategische Neuorientierung, richtiges Umfeld für die Ideenfindung sowie „IHK-Innovatoren-Training“. ■

IHK, Tel. 0911 1335-431
elfriede.eberl@nuernberg.ihk.de

Produktsicherheit

„Produktsicherheit und CE-Kennzeichen“ ist der Titel einer IHK-Veranstaltung am Montag, 4. November 2013 um 14 Uhr in der IHK. Die Themen: Produktsicherheitsgesetz und rechtliche Verantwortung von Herstellern und Händlern, Sicherheitsanforderung aus Richtlinien und Normen sowie CE-Kennzeichnung und die Rolle der „Notified Bodies“. ■

IHK, Tel. 0911 1335-431
elfriede.eberl@nuernberg.ihk.de

konstruktive-verpackungsloesungen.de

Wir verwalten Ihren Haus- und Immobilienbesitz.
Kompetent und zuverlässig, getreu unserer Zielsetzung: „Wir bieten Lebensräume – Raum zum Wohnen und Leben." Wir beraten Sie gerne.
ST. GUNDEKAR-WERK EICHSTÄTT GMBH
Telefon: 09122-309-0 · www.gundekar-werk.de

SIND IHRE WERTE WIRKLICH SICHER?
DR. HEINDL TRESORE
Laufamholzstraße 375
D-90482 Nürnberg
Freecall 0800 - 711 7000
www.dr.heindltresore.de
Werte brauchen Sicherheit!
Beste Tresorqualität seit über 35 Jahren.
Besuchen Sie unsere große Tresorausstellung in Nürnberg!

Produkte, Service und immer eine gute Idee.
Schläuche · Armaturen · Dichtungen
Kunststoffe · Gummiprofile · Formteile
eigene Fachwerkstatt · Hitzeschutz
Persönliche Schutzausrüstung
Lärmschutz
Sigmundstraße 176
90431 Nürnberg
✆ (0911) 65717-0
Fax (0911) 6571728
E-Mail info@telle.de
Internet: www.telle.de
telle
Erwin Telle GmbH

Ihr Fensterprofi in der Metropolregion!
WICKLEIN
DER FENSTERMACHER
Nibelungenstr. 15 · 90530 Röthenbach/St.W.
Tel. 0 91 29 / 407-0 · www.wicklein.com

konstruktive-verpackungsloesungen.de

MAXIMILIANS-AUGENKLINIK

200 Jahre Augenheilkunde

Die Maximilians-Augenklinik in Nürnberg feiert in diesem Jahr ihr 200-jähriges Bestehen. Sie ist damit nach eigenen Angaben die älteste noch bestehende Augenklinik in Deutschland und auch das älteste Krankenhaus in Nürnberg. Es gebe kein bestehendes Unternehmen in Nürnberg, das auf so eine lange Existenz zurückblicken könne, so Klinik-Geschäftsführer Dr. Georg Metzger. Das hätten Nachforschungen im Stadtarchiv Nürnberg, bei der IHK Nürnberg sowie bei der Handwerkskammer Mittelfranken ergeben.

Bereits ein Jahr, nachdem weltweit die erste Universitätsklinik für Augenheilkunde in Wien entstanden war, gründeten Nürnberger Bürger 1813 die „Heilungsanstalt für arme Augenkranke". Sie hatten sich der Versorgung der Bürger, die an Augenerkrankungen leiden, verschrieben; von Anfang an steht die Klinik allen Bevölkerungsschichten offen. Die Maximilians-Augenklinik hatte schnell einen guten Ruf, bereits 1815 wurde das bayerische Königshaus auf die Heilungsanstalt aufmerksam. Königin Caroline kündigte einen jährlichen Beitrag ihres Gatten, König Maximilian I. Joseph, an und seit 1819 durfte die Klinik den Namen „Maximilians Heilungsanstalt für arme Augenkranke" führen.

Als eine der ersten Kliniken hat die Maximilians-Augenklinik die Kenntnisse aus der Medizin und der Physik umgesetzt, die Augenheilkunde entstand als selbstständiges Fach. Die rasante Entwicklung auf dem Gebiet der Diagnostik und Therapie in den folgenden Jahrzehnten und Jahrhunderten haben die Ärzte der Augenklinik aufmerksam verfolgt und beurteilt. Bahnbrechende Erfindungen im 19. Jahrhundert wie der Augenspiegel oder das Perimeter wurden umgehend zur Linderung und Heilung von Augenerkrankungen eingesetzt.

Heute ist die Maximilians-Augenklinik eine moderne Fachklinik für Augenerkrankungen mit allen diagnostischen und therapeutischen Möglichkeiten der Augenheilkunde. „Mit operativ tätigen Belegärzten, vornehmlich im Bereich des vorderen Augenabschnitts, und einer leistungsfähigen Hauptabteilung mit einem vitreo-retinalem Schwerpunkt sind wir im 200. Jahr unseres Bestehens sehr gut aufgestellt", so Dr. Georg Metzger (vitreo-retinal: den Glaskörper und die Netzhaut betreffend). Das klinikeigene medizinische Versorgungszentrum („Maximilians MVZ Erlenstegen") stelle zudem sicher, dass die Patienten ambulant wie stationär versorgt werden.

Foto: Maximilians-Augenklinik

Augenarzt Dr. Peter Lang *bei einer Operation des grauen Stars.*

Der entscheidende Schritt in Richtung Kleinschnittchirurgie mit Schnittgrößen von zwei Millimetern oder kleiner gelang Dr. Wolfram Wehner, Belegarzt der Maximilians-Augenklinik und erster Vorsitzender des Maximilians-Augenklinik e.V., im Jahr 2001. Erstmals musste der Einschnitt am Auge für das Einsetzen der Kunstlinse nicht vergrößert werden. Damit war nun eine Grundvoraussetzung für vorhersagbare postoperative Sehergebnisse gegeben. Mit Prof. Dr. Wolfgang Schrader und Prof. Dr. Michael Küchle stehen außerdem zwei an der Maximilians-Augenklinik tätige Augenärzte in der Focus-Liste der besten Augenärzte Deutschlands. „Die Tradition, zu allen Zeiten jedermann bestmögliche Qualität bei der Behandlung seines Augenleidens zukommen zulassen, begründet den Erfolg der Maximilians-Augenklinik heute und für die Zukunft", so Dr. Metzger. ■

WWW.MAXIMILIANS-AUGENKLINIK.DE

PROMEOS

Feuer und Flamme für Energieeffizienz

***Geschäftsführer Dr. Jochen Volkert** an einer Pfannenbeheizungsanlage.*

Prometheus, der den Menschen das Feuer gebracht hat, und Eos, die Göttin der Morgenröte, standen Pate für den Firmennamen der Promeos GmbH in Nürnberg-Schmalau. Das Unternehmen, das im Jahr 2004 mit dem deutschen Gründerpreis und 2007 als eines der innovativsten Unternehmen des deutschen Mittelstandes ausgezeichnet wurde, gilt als Pionier der sogenannten Porenbrenner-Technologie.

Als Geschäftsführer Dr. Jochen Volkert vor mehr als einem Jahrzehnt Investoren für sein an der Universität Erlangen-Nürnberg entwickeltes revolutionäres Projekt suchte, hatten alle Befragten erst einen DVD-Brenner im Sinn. Er musste viel Überzeugungsarbeit leisten, bis er acht Mio. Euro Anschubfinanzierung zusammen hatte (4,8 Mio. Euro von Investoren, 3,2 Mio. Euro aus Fördermitteln), um mit der Entwicklung und schließlich mit der Produktion im Erlanger Industriegebiet Tennenlohe beginnen zu können. Heute sind die Vorteile der Porenbrenner, die in industriellen Thermoprozessen und in stationären und mobilen Heiz- und Energiesystemen eingesetzt werden, bei Fachleuten längst bekannt. Die Brenner, die sich sowohl für gasförmige als auch für flüssige Brennstoffe eignen, sparen nach Unternehmensangaben bis zu 70 Prozent Energie und verhelfen zu einer Produktivitätssteigerung von bis zu 50 Prozent. Die Spezialbrenner arbeiten ohne freie Flamme, sodass sich die Brennstoffe effizienter in Wärme umwandeln lassen als bei herkömmlichen Verfahren. Dadurch wird auch der Ausstoß von Abgasen reduziert.

Die Produkte, mit denen Promeos nach Aussage Volkerts weltweiter Technologiemarktführer ist, gehen vornehmlich in den Großanlagenbau, wobei die Exportquote inzwischen rund 75 Prozent erreicht hat. Die Kunden finden sich vor allem in der Stahl- und Aluminium-, in der Glas- und in der Textilindustrie sowie bei Unternehmen, die Kunststoff, Gummi, Papier und Folien herstellen bzw. verarbeiten. Die Liste reicht von den Automobilherstellern VW, BMW und Daimler bis zu Degussa, Mahle, Schott und GE. Promeos-Produkte finden sich in Kanada und den USA, in der Türkei, Polen, Spanien, Tschechien, Russland und der Ukraine ebenso wie in Thailand, Bahrain, China und Indonesien.

Im vergangenen Jahr fand Volkert trotz sehr guter Zusammenarbeit mit der Erlanger Wirtschaftsförderung keine geeignete Immobilie mit größeren Räumlichkeiten. Deshalb zog er in drei Hallen im Industriegebiet Nürnberg-Schmalau um, wo er 1 600 Quadratmeter für die Produktion und 400 Quadratmeter Büroflächen anmieten konnte. Im gleichen Jahr erwarb er den niederländischen Brennerhersteller ECO Ceramics.

40 Mitarbeiter sind aktuell bei der Promeos GmbH beschäftigt, die sich auch durch ausgeprägte Familienfreundlichkeit einen Namen gemacht hat und dafür im Jahr 2008 bei einem bundesweiten Wettbewerb in der Kategorie „kleine Unternehmen“ als familienfreundlichster Betrieb Deutschlands ausgezeichnet wurde. Der vierfache Familienvater Volkert hat eine ganze Reihe von Maßnahmen ergriffen, um für eine bessere Vereinbarkeit von Berufs- und Familienleben zu sorgen: Flexible Gestaltung von Arbeitszeit und Arbeitsplatz, Windelgeld für Neugeborene und Ferienbetreuung für die Kinder der Mitarbeiter. Eingerichtet wurde eine Spielecke, um kurzfristige Betreuungsengpässe überbrücken zu können. Koordiniert werden diese Aktivitäten von einer Mitarbeiterin, die damit betraut ist, sich um Fragen der Familienfreundlichkeit zu kümmern. *ug.*

WWW.PROMEOS.COM

Als Unternehmen können Sie helfen:
Spenden statt Schenken.

Schenken Sie Kindern ein Lächeln und unterstützen Sie anstelle von Weihnachtsgeschenken an Ihre Kunden SOS-Kinderdorf mit einer Spende.
So zeigen Sie mit Ihrem Unternehmen soziales Engagement und helfen benachteiligten Kindern, ein liebevolles Zuhause zu finden.

SOS-Kinderdorf e.V.
Tanja Korn
Telefon 089 12606-133
weihnachtsspende@sos-kinderdorf.de
www.sos-kinderdorf.de/unternehmen

Jetzt anrufen und informieren!

ANZEIGE

JOHANN SPERBER GMBH & CO. KG

Höchste Qualität, umfassendes Know-how

Tradition trifft Innovation – das Nürnberger Unternehmen Sperber blickt mittlerweile auf über 130 Jahre Erfahrung und Dienstleistungskompetenz in der Entsorgungsbranche zurück. Aber auch auf dem Logistik-Sektor hat sich die innovative Firma in den letzten 30 Jahren einen Namen gemacht. Was 1983 mit dem Geschäftsbereich Papierlogistik begann, hat sich zwischenzeitlich zu einem umfassenden Angebot an kundenspezifischen Lager- und Distributionslogistik-Lösungen entwickelt. Mit einem auf alle individuellen Kundenbedürfnisse abgestimmten Leistungsspektrum ist Sperber heute der kompetente Partner rund um das Thema Logistik-Dienstleistungen für vielseitige Branchen.

„Höchste Qualität, umfassendes Know-how und echte Zuverlässigkeit sind das Erfolgsrezept unseres Unternehmens“, so Hans-Jürgen Sperber, Sperber GmbH & Co. KG. „Wir richten unseren Blick stets in die Zukunft und reinvestieren sinnvoll – das ist unser Leitgedanke, der uns tagtäglich begleitet und aufs Neue antreibt.“ Auf diesem Innovationsanspruch basierend, entschloss sich die Firma Sperber 2012 für den Neubau eines modernen Logistikterminals am Nürnberger Hafen. Hierdurch konnten die Lagerkapazitäten um weitere 7.000 qm auf eine Gesamtlager- und Umschlagsfläche von 11.500 qm erweitert werden. Neben der ebenerdigen Nutzung bietet das neue Logistikterminal auch alle Vorteile eines modernen Rampenlagers mit verkehrsgünstiger, direkter, trimodaler Anbindung an Straße, Schiene und Wasserweg.

„Wir freuen uns, durch die Flächenerweiterung, der steigenden Kundennachfrage gerecht zu werden. Mit unseren bestehenden Großkunden sowie weiteren Interessenten aus der Branche sind wir bereits einig geworden, aber durchaus auch noch offen gegenüber weiteren Anfragen bezüglich Distributionslogistik in jeglicher Form“, so Hans-Peter Schultz, Geschäftsführer der Sperber GmbH & Co. KG.

Neues Logistikterminal birgt umfangreichen Mehrwert

Einen besonderen Vorteil bietet die Bauhöhe der neuen Lagerhalle: Mit bis zu 11 Metern ermöglicht sie das Hochstapeln von Waren, was sich wiederum positiv auf den qm-Mietpreis auswirkt. Neben der Lagerkapazitätenerweiterung trägt das innovative Terminal via Überladebrücke zu massiver Zeitersparnis bei der Entladung von zwei parallel stehenden Eisenbahnwaggons bei, so dass aufwändige Rangierprozesse entfallen. Ein extra installiertes High-Tech Sprinklerkonzept garantiert hochgradigen Sicherheitsstandard für sämtliche Lagerbestände. Zudem gewährleistet Sperber ein professionelles und modernes Lagerequipment mit umfassender Auftragsabwicklung hinsichtlich Verwaltung und Qualität. Höchste Flexibilität und zusätzliche Services, wie Kommissionierung, Qualitätsprüfung, Belabeln sowie termintreue Warenauslieferung mit dem hauseigenen Fuhrpark, gehören ebenso zum umfangreichen Leistungsspektrum des Logistik-Profis. Für Kunden bedeutet das Minimierung von Kapitalbindungskosten und Lagerflächenbedarf.

Für optimale und reibungslose Abläufe im Sinne der Auftraggeber, sorgt das intensiv und kontinuierlich geschulte Sperber-Fachpersonal. Somit kann Sperber am Nürnberger Hafen mit einem Leistungsspektrum aufwarten, das in seiner Gesamtheit in der Region einmalig ist.

SPERBER
ENTSORGUNG · PAPIERLOGISTIK

Über Sperber:
Das Unternehmen Sperber blickt zurück auf 100 Jahre Erfahrung und Dienstleistungskompetenz und ist stark mit der Region Nürnberg verwurzelt. Mit einem umfassenden und individuell auf alle Kundenbedürfnisse abgestimmten Leistungsspektrum ist Sperber der Partner, wenn es um Entsorgung und Logistik-Dienstleistungen geht. Höchste Qualität, umfassendes Know-how und echte Zuverlässigkeit sind das Erfolgsrezept des innovativen Unternehmens. Seit 2000 ist die Johann Sperber GmbH & Co.KG am Nürnberger Hafen im Bereich Logistik tätig. Heute stehen dort 11.500 qm Lagerfläche mit direkt anliegenden, überdachten Gleisanschlüssen zur Verfügung. Geschulte Mitarbeiter sowie modernstes Lagerequipment garantieren optimale, umfassende und flexible Auftragsabwicklung hinsichtlich Verwaltung und Qualitätsstandards.

KONTAKT:
JOHANN SPERBER GMBH & CO. KG
MICHAEL MAIKRANZ
LOGISTIK- UND PROZESSMANAGER PAPIERLOGISTIK
ROTTERDAMER STR. 50, 90451 NÜRNBERG
TEL.: 0911.350 35-14, FAX: 0911.350 35-40
E-MAIL: MAIKRANZ@SPERBER-KG.DE
WWW.SPERBER-KG.DE

SPERBER
ENTSORGUNG · PAPIERLOGISTIK

Wir sind Ihr professioneller Partner mit umfassendem Know-how für ganzheitliche Lager- und Distributionslogistik-Lösungen. Unser neues Logistikterminal bietet Ihnen neben der ebenerdigen Nutzung alle Vorteile eines modernen Rampenlagers – verkehrsgünstig gelegen, mit direkter, trimodaler Anbindung an Straße, Schiene und Wasser.

Profitieren Sie von unserer Full-Service-Garantie nach höchsten Qualitätsstandards:

- **Gesamtlager- und Umschlagsfläche von 11.500 m²**
- **Neue Lagerhalle mit bis zu 11 Metern Stapelhöhe**
- **Eigener Fuhrpark**
- **Größte Flexibilität und Zuverlässigkeit**
- **Absolute Termintreue und Liefersicherheit**

Lassen Sie sich unverbindlich beraten!

FULL SERVICE

INFRASTRUKTUR

KOMPETENZ

Johann Sperber GmbH & Co. KG
Rotterdamer Str. 50
90451 Nürnberg
Tel.: 0911.350 35-0
Fax: 0911.350 35-41
E-Mail: info@sperber-kg.de
www.sperber-kg.de

THERAPIE COMPANY

Neuer Standort in Schwabach

Die Therapie Company GmbH hat einen neuen Standort in Schwabach eröffnet. Das Unternehmen, das von Geschäftsführer Peter Gévay geleitet wird, ist bereits in Nürnberg und in Nürnberg-Langwasser vertreten und bietet dort Physiotherapie, Ergotherapie, Logopädie, Prävention und Rehabilitation sowie Sporttherapie und betriebliche Gesundheitsförderung an.

In der neuen Niederlassung beschäftigt die Therapie Company nun zwei Verwaltungsangestellte sowie fünf Therapeuten aus den Bereichen Physiotherapie, Ergotherapie und Logopädie. Da dort ein Schwerpunkt auf die Sporttherapie gelegt werden soll, wurde auch ein ehemaliger Therapeut des 1. FCN verpflichtet. Von den insgesamt 25 Angestellten an den drei Standorten sind 20 Therapeuten.

Das Unternehmen wurde 2009 als Partner des „Rehazentrums Wöhrderwiese" gegründet, 2011 eröffnete dann der Standort im MedCenter Langwasser. Um den Kunden und Patienten aus Schwabach auch eine ambulante Reha an der Wöhrder Wiese zu ermöglichen, bietet die Therapie Company einen täglichen Shuttle-Service zwischen den zwei Standorten an. ■

WWW.THERAPIE-COMPANY.DE

Foto: Anne Janssen

Neues Therapiezentrum: *Schwabachs Oberbürgermeister Matthias Thürauf (M.) gratulierte Geschäftsführer Peter Gévay (l.) und Gesellschafter Oliver Fuchs zur Eröffnung.*

PERSONALIEN | AUSZEICHNUNGEN

Die Treuchtlinger Alfmeier Präzision AG hat **Stephan Schulak** in den Vorstand berufen, wo er die Bereiche Finanzen, Controlling und Recht verantwortet. Zu seinen bisherigen beruflichen Stationen zählen u.a. die Süss MicroTec AG und die Kuka AG, für die er jeweils als Finanzvorstand tätig war. Mit Schulak sei die Neustrukturierung des Vorstands der Alfmeier-Gruppe nun abgeschlossen, so Gesellschafter und Vorstand Andreas Gebhardt (www.alfmeier.de).

Die Semikron-Gruppe hat **Peter Sontheimer** neu in die Geschäftsführung berufen, der bislang in Führungspositionen bei der Vincotech GmbH in Unterhaching tätig war. Er wird bei Semikron künftig für Vertrieb, Produktmanagement und Marketing zuständig sein und zusammen mit **Harald Jäger** und **Thomas Dippold** die Geschäftsführung bilden. Ausscheiden aus der Geschäftsleitung wird Ende des Jahres **Peter Frey,** der seit 2005 als Geschäftsführer der Semikron International in Nürnberg tätig war (www.semikron.com).

Ralf Schepull hat zum 1. September die Leitung der BMW-Niederlassung Nürnberg übernommen. Der 46-Jährige folgt Peter Mey nach, der nun die Niederlassung in München leitet. Schepull ist seit 29 Jahren für die BMW Group tätig und startete seine Laufbahn als kaufmännischer Auszubildender bei BMW in der Schweiz. Nach verschiedenen Positionen in der Schweiz wechselte Schepull 1996 in die Unternehmenszentrale nach München, wo er zuletzt die weltweite Mini-Markenkommunikation der Gruppe leitete. Den Niederlassungsbetrieb kennt Schepull aus seiner Zeit als Gesamtverkaufsleiter in den Niederlassungen Hannover und München (www.bmw-nuernberg.de).

Dr. Heinz Raufer, Gründungsmitglied und Vorstandsvorsitzender der Hotel.de AG in Nürnberg, ist zum 30. September aus dem Unternehmen ausgeschieden. Das neue Führungstrio bei dem Online-Reservierungsdienst bilden nun seine bisherigen Vorstandskollegen **Ralf Ahamer, Ralf Priemer** und **Dr. Mathias Warns.** Gemeinsam mit weiteren Gründungsmitgliedern hatte Raufer Hotel.de vom Startup zu einem der führenden internationalen Hotelbuchungsportale entwickelt und an die Börse geführt. Raufer wird dem Unternehmen, das mittlerweile vom Hotel Reservation Service (HRS) übernommen wurde, weiterhin als Berater verbunden bleiben (www.hotel.de).

Roland Auschel ist neues Vorstandsmitglied der Adidas AG in Herzogenaurach. Er ist seit 23 Jahren bei dem Sportartikelhersteller tätig und verantwortete zuletzt den Bereich „Multichannel Markets". Innerhalb des Vorstands leitet er jetzt das Ressort „Global Sales". Auschel bildet den Adidas-Vorstand nun zusammen mit Vorstandsvorsitzendem **Herbert Hainer,** Finanzchef **Robin Stalker, Glenn Bennett** (Ressort „Global Operations") und **Erich Stamminger**, zuständig für den Bereich „Global Brands" (www.adidas.de).

Katharina Friedrich ist neues Mitglied der Geschäftsleitung der Defacto Kreativ GmbH in Erlangen und verantwortet insbesondere die Bereiche Kundenberatung und Neugeschäftsentwicklung. Die gelernte Handelsfachwirtin war zuvor bei Publicis Pro als Geschäftsleitungsmitglied tätig und hatte sich in ihrer bisherigen Berufslaufbahn schwerpunktmäßig mit digitaler Kommunikation beschäftigt. Friedrich berichtet direkt an Geschäftsführer André Lutz (www.defacto-x.de).

Auch die Agentur Kundendienst 03 GmbH hat ihre Geschäftsleitung erweitert: **Michael Stadelmann** (Foto rechts) ist zum bisherigen Führungsduo **Marion Raspiller** und **Jörg Sander** hinzugekommen. Der Diplom-Kaufmann, der auch als Geschäftsführender Gesellschafter der Office Fitness Solutions GmbH tätig ist, verantwortet in der Kundendienst-Geschäftsleitung die Bereiche Finanzen, Organisation und Online-Kommunikation (www.agentur-kundendienst.de).

Prof. Dr. Martin Ullrich ist neuer fachlicher Sprecher im Forum Kultur der Europäischen Metropolregion Nürnberg. Seit Oktober 2009 ist Ullrich Präsident der Hochschule für Musik Nürnberg, seit Oktober 2011 Vorsitzender der Rektorenkonferenz der deutschen Mu-

GRÜNEHAND

Grüner Daumen zum Mieten

Die gelernte Gärtnerin und Bürokauffrau Margit Knörr hat eine Mission: Die Erhaltung von wertvollem Pflanzenbestand im Innen- und Außenbereich. Im Jahr 2003 machte sie sich mit dieser Geschäftsidee selbstständig und übernimmt seitdem mit ihrem Unternehmen Grünehand die Pflege von gewerblichen Grünanlagen und die Begrünung von Innenräumen. Außerdem werden Rollrasen verlegt, Gartenteiche saniert oder der „Grundschnitt" von verwilderten Flächen durchgeführt.

Zum zehnjährigen Jubiläum konnte die Inhaberin, die mittlerweile zehn Mitarbeiter beschäftigt, auf eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung zurückblicken: Der Umsatz von Grünehand liegt mittlerweile bei rund 250 000 Euro jährlich.

Zu den Kunden von Grünehand zählen bekannte Unternehmen wie GfK und TÜV Rheinland in Nürnberg, Oechsler AG in Ansbach, Schwarzkopf in Wassertrüdingen oder Sielaff in Herrieden. Grünehand beschränkt sich nicht nur auf Firmen in der Region, sondern bietet seine Dienstleistungen rund um Grünpflanzen überregional an. In den nächsten Monaten plant Knörr die Errichtung einer eigenen Halle für den Fuhrpark, der u.a. fünf Kraftfahrzeuge sowie Traktoren und Anhänger umfasst. ■

WWW.DIE-GRUENEHAND.DE

Foto: Grünehand

Gemeinsam im Dienste der Pflanzen: *Geschäftsführerin Margit Knörr (3.v.l.) mit dem Team von Grünehand.*

PERSONALIEN | AUSZEICHNUNGEN

sikhochschulen (RKM). Der Rat der Metropolregion Nürnberg, der die Ernennung vornahm, folgte damit einer Empfehlung des Forums Kultur. Ullrich tritt die Nachfolge von Dr. Wolfgang Fink, Intendant der Bamberger Symphoniker, an (www.metropolregion.nuernberg.de).

Henriette Schmidt-Burkhardt, Geschäftsführerin von Schmidt-Lebkuchen in Nürnberg, wurde vom Arbeitskreis Bundeswehr & Wirtschaft Bayern (AkBwW) geehrt. Als Anerkennung für ihr Engagement zugunsten von Soldaten, die in Afghanistan

verwundet wurden, überreichten ihr AkBwW-Vorsitzender Johannes Jakobs-Woltering (Foto links) und Südwestpark-Geschäftsführer Daniel Pfaller ein Porträtbild aus dem Atelier der Malerin und Bildhauerin Angelika Neumann. Der Arbeitskreis versteigert jährlich Kunstobjekte zu Gunsten des Bundeswehr-Sozialwerks und des Soldatenhilfswerks der Bundeswehr, Henriette Schmidt-Burkhardt hatte diese Initiative in der Vergangenheit großzügig unterstützt (www.akbww.de, www.lebkuchen-schmidt.de).

Die **Siemens AG** ist im Dow Jones Sustainability Index (DJSI), einem international renommierten Nachhaltigkeits-Ranking einer Investorenvereinigung, als nachhaltigstes Kapitalgüter-Unternehmen ausgezeichnet worden. Damit unterstreicht es seine unangefochtene Top-Position bei Nachhaltigkeit über sieben Industriebranchen hinweg. Schon im vergangenen Jahr hatte Siemens diese Auszeichnung gewonnen – die beste, die ein Unternehmen im DJSI erreichen kann (www.siemens.de).

Die **Res – Regenerative Energietechnik und -systeme GmbH** in Dinkelsbühl wurde für ihr Photovoltaik-Kombimodul „res-PV++" mit dem „Westmittelfränkischen Energiepreis 2013" ausgezeichnet. Der Preis wird alle zwei Jahre vom „Netzwerk Erneuerbare Energien Westmittelfranken", einem Bündnis aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Bildungseinrichtungen, für innovative Energieprojekte verliehen. Bei dem preisgekrönten Modul leitet ein Kupferwärmetauscher auf der Rückseite Wärme ab, die für die Gebäudeheizung genutzt wird. Weiterer Vorteil: Durch die Kühlung erzeugen die Module bis zu 20 Prozent mehr Strom als konventionelle Photovoltaik-Anlagen (www.res-energie.eu).

Das Nürnberger Modehaus **Wöhrl** hat bei der repräsentativen Händlerstudie „Top Shops 2013" den dritten Platz belegt und sich in fast allen Kategorien mit überdurchschnittlichen Wertungen behauptet. Die Studie wurde im Auftrag des Fachmagazins „TextilWirtschaft" bereits zum dritten Mal durchgeführt. Im Vergleich zu 2011 konnte sich Wöhrl um einen Platz verbessern (www.woehrl.de).

Die **Candor Technologies GmbH** in Hersbruck ist für die Cloud-Anwendung „SalesInformationSystem" (SIS) mit einem der Innovationspreise „IT-Best of 2013" der Initiative Mittelstand ausgezeichnet worden. SIS ist ein Werkzeug für das Management von Kundenkontakten (Customer Relationship Management CRM). Das Software-Haus, das von Geschäftsführer Gerd Leszinski geleitet wird, überzeugte die Jury u.a. bei den Aspekten Anwenderfreundlichkeit, mobile Nutzungsmöglichkeiten und Service. Candor Technologies wurde 1995 in Südafrika gegründet und hat seine Europa-Zentrale seit 2005 in Deutschland (www.candor.com/de).

Die **Pigrol Farben GmbH** aus Ansbach wurde für das Projekt „Pigrol Farbnatur Beutenschutzfarben" mit dem Innovationspreis 2013 des Chemie-Clusters Bayern ausgezeichnet. Das Unternehmen entwickelte in enger Zusammenarbeit mit Wissenschaft, Forschung und Imkern einen höchst umweltverträglichen Schutzlack für Bienenkästen. Der Preis, der jährlich ausgeschrieben wird, zeichnet vorbildliche Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten aus und legt besonderen Wert auf eine gelebte Netzwerkkultur (www.pigrol.de).

Nadja Schwarz ist die neue Vorstandsvorsitzende der MCN Medizinische Congressorganisation Nürnberg AG. Sie trat bereits 1989 in das Unternehmen ein und gehört seit 1999 dem Vorstand an. Nun soll sie gemeinsam mit **Thorsten Böhm** (Foto), der neu zum Vorstand bestellt wurde, die Geschicke des Unternehmens leiten. Böhm war zuletzt Leiter des NürnbergConvention Centers und kann auf 18 Jahre Erfahrung in der Veranstaltungsbranche zurückblicken. **Bernd Gottesmann**, der die MCN seit der Gründung 1985 erfolgreich lenkte, zieht sich in den Ruhestand zurück (www.mcn-nuernberg.de). ■

CHIMAERA

Software erleichtert die Diagnose

Software für die medizinische Bildverarbeitung ist die Spezialität der Chimaera GmbH mit Sitz in Erlangen, die im Jahr 2007 als Ausgründung des Lehrstuhls für Mustererkennung an der Universität Erlangen-Nürnberg entstanden war. Lehrstuhlinhaber Prof. Dr.-Ing Joachim Hornegger gründete das Unternehmen damals gemeinsam mit Dr.-Ing. Volker Daum, Dr.-Ing. Dieter Hahn und Dr.-Ing. Marcus Prümmer. „Die enge Verzahnung von Chimaera mit Universität und Industrie macht uns leistungsfähiger und erlaubt es uns, neueste Erkenntnisse aus der Forschung schnell in Medizinprodukte und Dienstleistungen zu konvertieren“, so Hornegger.

Vor Kurzem hat Chimaera die „CE-Kennzeichnung für Medizinprodukt“ für die Bildverarbeitungssoftware FusionSync erhalten. Die Software erleichtert es Ärzten, ihre Befunde auf der Basis dreidimensionaler medizinischer Bilder zu verbessern, die zu unterschiedlichen Zeitpunkten aufgenommen wurden. Durch die gleichzeitige räumliche Ausrichtung mehrerer Aufnahmen ermöglicht es die Software, medizinische Informationen direkt zu vergleichen. Gemeinsam mit dem Würzburger Software-Haus Aycan Digitalsysteme bringt Chimaera dieses Verfahren der medizinischen Bildgebung nun europaweit für niedergelassene Ärzte der Fachbereiche Radiologie und Onkologie auf den Markt. Bislang habe es ähnliche Software-Lösungen nur für den Hochpreissektor der kommerziellen medizinischen Bildgebung gegeben. ■

Foto: Chimaera

Kooperation von Wirtschaft und Wissenschaft: *Dr.-Ing. Dieter Hahn, Dr.-Ing. Marcus Prümmer, Prof. Dr.-Ing. Joachim Hornegger und Dr.-Ing. Volker Daum (v.l.) präsentieren die CE-Freigabe ihres Medizinproduktes FusionSync.*

WWW.CHIMAERA.DE

LENTO

Experte für gesundes Sitzen

Foto: Lento

Der Showroom *der Lento Objekt GmbH in Lauf a.d. Pegnitz.*

Die Lento ergonomische Bürostühle GmbH & Co. KG mit Sitz im thüringischen Korbußen wurde 2005 gegründet und beschäftigt heute 30 Mitarbeiter. Das Unternehmen sieht sich als Experte für gesundes Sitzen und entwickelt, produziert und vermarktet ergonomische Büro-, Besucher- und Konferenzstühle sowie Labor- und Arbeitsstühle. Die Stühle werden nach Firmenangaben zu 100 Prozent aus wiederverwertbaren Materialien hergestellt und in Ausstattung, Farbe und Material individuell nach Kundenwunsch in den firmeneigenen Hallen gefertigt und einsatzfertig montiert. Geliefert werden die Produkte ohne Zwischenhändler direkt ab Werk.

Seit Kurzem ist das Unternehmen auch in Lauf a.d. Pegnitz vertreten: Geführt wird die neue Tochterfirma Lento Objekt GmbH von Jürgen Zimmermann, der die Standortwahl u.a. mit der verkehrsgünstigen Lage begründet. Von Lauf aus sei eine Reihe von Systemlieferanten und Entwicklungspartnern gut erreichbar. Im 270 Quadratmeter großen Showroom in Lauf werden die Sitzmöbel der verschiedenen Lento-Produktlinien präsentiert. Dazu gehört u.a. der neuartige Bürodrehstuhl „Agilis“ mit einem patentierten System, das eine variable Sitzmechanik mit einer hochflexiblen Rückenlehne verbindet. Weitere Produktlinien sind „sitting smart“ (für designorientierte Zielgruppen) und „sitting cool“ (Kinder- und Jugendmöbel), außerdem werden Produkte der Partner IDL Idee Design Licht (Leuchten für Büro- und Objekteinrichtungen), Platek Light (Leuchten für die gebäudenahe Außenbeleuchtung) und Donati (Lounge-Stühle) vertrieben. Lento Objekt betreut Privat- und Firmenkunden bei Fragen rund um das Thema gesundes Sitzen und berät bei der Ausstattung von Einzelarbeitsplätzen und Büros. ■

WWW.LENTO-ONLINE.DE

FERRINGAKQUISE
Perfekt. In jedem Wort.
www.wir-sind-kein-callcenter.de
Telefon + Web + Prod. Film - nachweislich höchste Response! - Amberg - 09621/9147867

STADT FÜRTH

Dieter Streng posthum geehrt

Die Stadt Fürth ehrt den im Jahr 2007 verstorbenen Unternehmer Dieter Streng mit einer Straße im Fürther Stadtteil Hardhöhe, wo nahe dem Obi-Baumarkt und der BMW-Niederlassung ein neues Gewerbegebiet entsteht. Dort wurde vor Kurzem eine Straße nach Norma-Gründer Manfred Roth benannt, nun kam in unmittelbarer Nähe die Dieter-Streng-Straße hinzu. Streng baute die BU-Holding, die die Obi-Baumärkte in der Metropolregion sowie den Fachhandel mit Baustoffen umfasst, zu ihrer heutigen Bedeutung aus. Darüber hinaus engagierte er sich in hohem Maße ehrenamtlich für die Allgemeinheit, so war er u.a. von 1987 bis 2005 Vizepräsident der IHK.

Seine Frau Gabriele und sein Sohn Hannes waren dabei, als Fürths Oberbürgermeister Dr. Thomas Jung den Straßennamen offiziell enthüllte. „Dieter Streng war nicht nur ein sehr erfolgreicher Unternehmer mit einem Gespür für wirtschaftliche Chancen, er war auch ein überzeugter Fürther und immer ansprechbar, wenn eine soziale Institution Hilfe brauchte“, sagte Jung. Streng war 1962 in das elterliche Bau- und Brennstoffgeschäft eingetreten, aus dem schließlich die BU-Gruppe hervorging. Er erkannte früh die Chancen von Baumarkt-Discountern und war einer der ersten Franchise-Nehmer der Obi-Kette. „Mein Vater gehörte zu einem guten Unternehmer-Jahrgang, er ging mit Manfred Roth, Paul Böhm von Supol und Rainer Winter von Uvex in die Schule“, erzählte Hannes Streng, der heute die Geschäfte führt. *pb.*

Foto: Budig

Dieter-Streng-Straße auf der Hardhöhe: *Gabriele und Hannes Streng (M.) mit Oberbürgermeister Dr. Thomas Jung (r.) und Stadträtin Heidi Lau.*

WWW.OBI-FRANKEN.DE

P'INC.

Eleganz USM Möbelbausysteme schaffen zeitlosen Raum.

Fragen Sie nach detaillierten Unterlagen beim autorisierten Fachhandel.

mobilia
Peter-Vischer-Straße 21, 90403 Nürnberg
Tel. 0911-2 06 15-0, www.mobilia.de

HÖGNER
Lübener Straße 6, 90471 Nürnberg
Tel. 0911-9 98 04-0, www.hoegner.de

werndl::wisniewski
planen. gestalten. arbeiten.
Südwestpark 25, 90449 Nürnberg
Tel. 0911-25 29 50, www.werndl-wisniewski.de

USM
Möbelbausysteme

NÜRNBERG

Tagen im grünen Herzen Nürnbergs

- Neun ruhig gelegene, helle Konferenzräume und zwei Säle für 10 bis 3.500 Personen
- Variable Foyerflächen mit maximal 3.200 m²
- Moderne Konferenztechnik
- Exklusive Gastronomie
- Perfekte Anbindung an Nah- und Fernverkehr
- Angeschlossenes Tagungshotel

Informationen und Details:
www.meistersingerhalle.nuernberg.de
oder persönlich unter
09 11 / 2 31 80 10

MEISTERSINGERHALLE NÜRNBERG

Münchener Straße 21, 90478 Nürnberg

Der neue Campus *soll auf einer Fläche von 54 Hektar im Süden Erlangens entstehen, wo derzeit der alte Siemens-Immobilienbestand zu finden ist.*

SIEMENS

Epochale Investition in Erlangen

Die Siemens AG wird in Erlangen 500 Mio. Euro in einen neuen „Campus" investieren und damit den Standort dauerhaft stärken. Dies teilte der neue Vorstandsvorsitzende Joe Kaeser mit. Erlangens Oberbürgermeister Dr. Siegfried Balleis nannte die geplante Investition „ein Signal, wie ich es in den kühnsten Träumen nicht zu hoffen gewagt habe". Die Entscheidung sei für Erlangen epochal und eröffne der Stadt die Chance, „die Tür ins 21. Jahrhundert weit aufzustoßen". Bayerns Ministerpräsident Horst Seehofer sieht durch das Vorhaben „ganz Nordbayern gestärkt" und laut Innenminister Joachim Herrmann gibt es der Region „eine starke Zukunftsperspektive".

Der neue Campus soll auf einer Fläche von 54 Hektar im Süden der Stadt entstehen – dort, wo der überwiegend mehr als 40 Jahre alte, bisher noch umzäunte Siemens-Immobilienbestand zu finden ist, der den heutigen Erfordernissen nicht mehr entspricht. Nach Worten von Siemens-Regionalleiter Heinz Brenner sollen auf dem Areal zukunftsweisende Büro-, Forschungs- und Laborarbeitsplätze entstehen sowie ein urbanes Wohn- und Lebensumfeld mit viel Grünflächen, großer Durchlässigkeit und einer stadtnahen und damit sehr attraktiven Wohnbebauung. Selbst an ein Hotel einschließlich Appartements für Siemens-Mitarbeiter aus dem Ausland sei gedacht.

Der Siemens-Konzern, der seit 1925 in Erlangen ansässig ist, arbeitet derzeit an einer Machbarkeitsstudie, deren Ergebnisse Anfang 2014 vorliegen sollen. Nach Worten von Oberbürgermeister Balleis steht die Stadtverwaltung bereit, um in einer gemeinsamen Planungsgruppe mit Siemens eine schnelle Realisierung des Projekts zu ermöglichen. Er sieht das Konzept des „Campus" mit seinen geplanten Wohnungen auch als einen wichtigen Beitrag, um die angespannte Wohnraumsituation in Erlangen zu entlasten. Zudem könnten die von Siemens nicht mehr benötigten Gewerbeflächen und Geschäftsräume, die auf die ganze Stadt verteilt sind, für Wohnungen genutzt werden.

Auch Siemens-Chef Joe Kaeser unterstreicht das langfristige Bekenntnis zum traditionsreichen Standort Erlangen, der heute mit 25 000 Mitarbeitern und mit den „Headquarters" der Sektoren Industry, Energy und Healthcare weltweit der größte des Konzerns ist.

Bereits einige Wochen vor der Entscheidung für den Siemens-Campus hatte sich die Treue zum Standort Erlangen angedeutet mit dem Beschluss, im Sommer 2014 mit dem Bau eines 36 Mio. Euro teuren neuen Verwaltungsgebäudes für den Medizin-Sektor parallel zum jetzigen Hochhaus zu beginnen. Damit war dem Gerücht, die Healthcare-Zentrale werde nach Forchheim verlegt, der Boden entzogen worden. *ug.* ■

WWW.SIEMENS.DE

HEITEC AG

Innovative Lösungen für Automatisierung und Elektronik

Der kontinuierlich zunehmende Wettbewerbsdruck zwingt Maschinen- und Anlagenbauer neue Wege zu gehen, um sowohl die Kosten und die Entwicklungsdauer neuer Produkte zu reduzieren, als auch deren Qualität und Leistungsvermögen zu erhöhen. Das international agierende Technologie-Unternehmen HEITEC mit Hauptsitz in Erlangen unterstützt dabei seine Kunden mit innovativen Ansätzen und Lösungen sowie modernen Engineeringmethoden. Hier werden am Computer Maschinen, Abläufe, Steuerungs- und Regelungsprozesse nachgebildet bzw. simuliert.

Die neuen, intelligenten Methoden im Engineering konnte HEITEC mit hervorragenden Projektergebnissen bei der Automatisierung von Motormontage-Linien unter Beweis stellen. Die Spezialisten von HEITEC punkteten dabei mit Qualität, Schnelligkeit und Produktionssicherheit.

Das Technologie-Unternehmen beeindruckt ebenfalls mit seiner umfassenden Robotik-Kompetenz. HEITEC baut Anlagen für Wachstumsbranchen wie Pharma-, Automotive-, Verpackungs- und Lebensmittelindustrie. Die Montagelinien sind dabei mit präziser Roboter- und Greifertechnik ausgestattet.

Im Geschäftsgebiet Elektronik entwickelt und fertigt HEITEC Bausteine, Baugruppen, Gehäuse und Systeme für die Medizintechnik, Luft- und Raumfahrt sowie Verkehrs-, Kommunikations-, Kraftwerks- und Energietechnik. Die besondere Stärke liegt u.a. in der einzigartigen Kombination von Entwicklungs-, Fertigungs- und System-Kompetenz. Das Technologieunternehmen zählt neben zahlreichen Firmen aus dem Mittelstand auch Weltkonzerne wie Siemens, Daimler, BMW, AUDI, Krones, Bosch, Volkswagen, Porsche, Procter & Gamble, General Electric oder Diehl zu seinen Kunden.

„Glänzende Aussichten für die Zukunft“ bescheinigte die Wirtschaftszeitung „Handelsblatt“ der HEITEC-Gruppe und kürte sie zu den „kommenden Weltmeistern“. Eine realistische Einschätzung: Denn das Unternehmen verdoppelte in den vergangenen fünf Jahren seinen Umsatz auf fast 100 Millionen Euro.

Einer der Väter des enormen Wachstums ist der frühere Siemens Zentral-Vorstand Johannes Feldmayer, der 2009 zum Unternehmen stieß. Der erfahrene und vorzüglich vernetzte Topmanager

Die Väter des HEITEC-Erfolges: Vorstandsvorsitzender Richard Heindl (rechts) und sein Generalbevollmächtigter Johannes Feldmayer, ehemaliger Zentralvorstand von Siemens.

schafft es innerhalb kurzer Zeit, die Unternehmensgruppe strategisch nach Geschäftseinheiten optimal auszurichten, das Kompetenzprofil zu verbessern und das Kerngeschäft in den Bereichen Software, Mechanik und Elektronik zu konzentrieren.

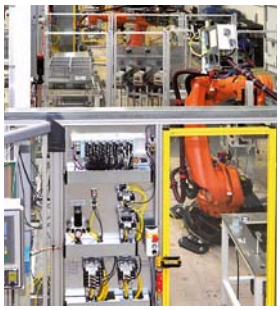
Die Neuausrichtung gelingt zügig. Bereits 2011 wurde HEITEC als eines der 50 wachstumsstärksten Unternehmen in Bayern ausgezeichnet. In diesem Jahr erhielt das Technologie-Unternehmen erneut die „BAYERNS BEST 50“ Trophäe.

WWW.HEITEC.DE

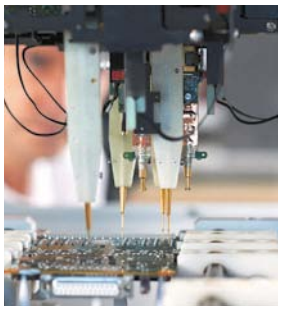
HEITEC engineering solutions

Wir gehören zu den 50 wachstumsstärksten Unternehmen in Bayern.

BAYERNS BEST 50
Preisträger 2011 und 2013



Der Spezialist für Robotik und Automatisierung.



Der Spezialist für Elektronik-Entwicklung und -Fertigung.

Der Spezialist für Software-Lösungen, z.B. für Luftfahrtbehörden.

Der Spezialist für professionelle Gehäusetechnik für die Elektronik.

Ihr Systemanbieter für Industrielösungen in den Bereichen
SOFTWARE.MECHANIK.ELEKTRONIK

SCHULTHEISS PROJEKTENTWICKLUNG

Immobilien für die Region

Foto: Ricarda Hager

Die Geschäftsführer *Konrad Schultheiß und Dr. Gunter Krämer mit Projektentwickler Michael Kopper und dem technischen Leiter Frank Weber (v.l.).*

Im Jahr 2009 wurde die Schultheiß Projektentwicklung GmbH von Konrad Schultheiß ins Leben gerufen, der das Unternehmen gemeinsam mit Dr. Gunter Krämer leitet. Konrad Schultheiss war davor Vorstand der Schultheiss Wohnbau AG, ebenfalls mit Sitz in Nürnberg, wodurch er auf jahrzehntelange Erfahrungen im Immobiliengeschäft verweisen kann und bei der er nach eigenen Angaben rund 2 000 Häuser und Wohnungen realisiert hat.

Kerngeschäft der Schultheiß Projektentwicklung GmbH ist die Realisierung von Neubauvorhaben: Für Eigenheime, Eigentumswohnungen und Gewerbeimmobilien übernimmt der Bauträger die Planung und Umsetzung; auf Wunsch wird für die Kundschaft, die sich aus Privatpersonen und Investoren-Fonds zusammensetzt, auch nach passenden Grundstücken für Neubauten gesucht. Zu den angebotenen Leistungen gehören Grundstückserwerb, Projektentwicklung, Planung von Architektur, Statik, Haustechnik und Ausstattung, Finanzierung und Bauleitung.

Bereits im ersten Geschäftsjahr konnte die Schultheiß Projektentwicklung GmbH nach eigenen Angaben knapp 100 Wohn- und Geschäftseinheiten fertigstellen und vermarkten, im laufenden Geschäftsjahr sollen es rund 170 Einheiten sein. 2014 sollen dann über 250 Einheiten bezugsfertig werden. Zu den aktuellen Projekten gehört u.a. auch ein Neubauprojekt am Kleinreuther Weg in der Nürnberger Nordstadt, wo bis zum März 2015 knapp 60 Zwei-, Drei- und Vierzimmerwohnungen sowie Penthouse-Wohnungen entstehen. An der Höfleser Hauptstraße plant Schultheiß außerdem langfristig den Bau von 18 Doppelhaushälften und Einfamilienhäusern.

Auch in eigener Sache ist das Unternehmen bereits aktiv geworden: Seit 2012 residiert der Bauträger mit seinen über 50 Mitarbeitern in einem neu gebauten und energiesparenden Bürogebäude in der Großreuther Straße. Kunden können sich entweder in der hauseigenen Ausstellung oder in einer Musterwohnung bzw. einem Musterhaus über die angebotenen Leistungen informieren.

Die Schultheiß Projektentwicklung GmbH sieht sich eng mit der Region verbunden und setzt deshalb hauptsächlich auf die Zusammenarbeit mit regionalen Dienstleistern. Zudem engagiert sich das Unternehmen als Ausbildungsbetrieb und zählt derzeit vier Auszubildende zu seinem Team. Regelmäßig setzt sich der Bauträger für wohltätige Zwecke ein. Beispielsweise spendete Schultheiß im Sommer 2013 den Erlös eines „Tages der offenen Tür“ in Höhe von 2 500 Euro an den Kindergarten in der Adam-Kraft-Straße. ■

WWW.SCHULTHEISS-PROJEKT.DE

MERCADO

Zehn Jahre in Schoppershof

Vor zehn Jahren öffnete das Mercado in der Äußeren Bayreuther Straße in Nürnberg seine Türen. An den Eröffnungstagen Anfang September 2003 kamen Zehntausende Besucher in das Einkaufszentrum, das auf dem Gelände des früheren Eisstadions entstanden war. Nach Worten von Centermanager Thomas Graf hat sich das Center mit seinen rund 80 Fachgeschäften und Dienstleistern zu einer festen Größe im Einzelhandel der Region Nürnberg entwickelt, darüber hinaus habe es eine wichtige Funktion für die Nahversorgung. 60 Prozent der Besucher seien echte Stammkunden aus der Nachbarschaft und aus der Region. Das Jubiläumsjahr steht auch im Zeichen einer größeren Investition, um das Center architektonisch und optisch zu verjüngen. Die Ladenstraßen sollen noch transparenter gestaltet und die Rolltreppen und Aufzüge neu platziert werden. ■

Foto: bayernpress.com

Centermanager Thomas Graf *(2.v.l.) bei der Jubiläumsfeier mit IHK-Präsident Dirk von Vopelius, Bürgermeister Klemens Gsell und Stadtrat Kilian Sendner (v.r.).*

WWW.MERCADO-NUERNBERG.DE

QUELLE-AREAL

Übernimmt Sonae Sierra?

Foto: Tjiang

***Das Quelle-Areal** ist nach dem Flughafen Berlin-Tempelhof die größte leer stehende Immobilie in Deutschland.*

Das einstige Nürnberger Quelle-Einkaufszentrum in der Fürther Straße ist verkauft. Käufer ist der portugiesische Immobilienentwickler Sonae Sierra, der Einkaufszentren auf der ganzen Welt betreibt. Die Gruppe bestätigte, dass sie „einen Kaufvertrag mit aufschiebenden Bedingungen" für den Erwerb des 265 000 Quadratmeter großen Gebäudekomplexes unterschrieben habe. Dies sei in dieser sehr frühen Planungsphase üblich. Demnach werde der Kaufvertrag dann realisiert, wenn die aufschiebenden Bedingungen erfüllt seien. Um welche definierten Bedingungen es geht, will der Käufer nicht mitteilen. Es werde aber daran gearbeitet, ein Immobilienkonzept mit gemischter Nutzung zu entwickeln, das auch ein Shopping-Center umfasst. Ein erstes Gespräch mit Nürnbergs Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly und Wirtschaftsreferent Dr. Michael Fraas hat stattgefunden. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart, die Umbaukosten könnten sich früheren Schätzungen zufolge auf bis zu 750 Mio. Euro belaufen. Derweil führt der Zwangsverwalter die Verwaltung und Vermarktung der Flächen fort, aktuell sind rund 30 000 Quadratmeter von 186 Mietern belegt, deren Verträge teils bis 2017 laufen.

Im Vorfeld des Verkaufs tauchte unter den potenziellen Interessenten immer wieder auch die Hamburger ECE-Gruppe der Hamburger Versandhändler-Dynastie Otto auf, die in Nürnberg auch das Franken-Center und den City Point betreibt. Das Quelle-Areal, nach dem Flughafen Berlin-Tempelhof immerhin die größte leerstehende Immobilie in Deutschland, gilt allerdings aufgrund des Denkmalschutzes als schwer vermarktbar. Zumal die eigentliche Verkaufsfläche für ein künftiges Einkaufszentrum auf die bisher genehmigte Größe von unter 20 000 Quadratmetern begrenzt bleibt.

Deshalb ist im Gespräch, die Großimmobilie auch als Hochschulstandort zu nutzen. Eine solche „Hochschulmeile" würde sich anbieten, da gleich gegenüber „Auf AEG" zahlreiche wissenschaftliche Einrichtungen angesiedelt sind. Seinen Sitz hat dort der Energie Campus Nürnberg, an dem die Universität Erlangen-Nürnberg, die Technische Hochschule Nürnberg und die Fraunhofer-Gesellschaft beteiligt sind. Außerdem soll dort ein Lehrstuhl des neuen Helmholtz-Instituts „Auf AEG" angesiedelt werden. Das Quelle-Areal könnte den technischen Fachbereichen der Universität einen Ausweg aus ihren Platzproblemen bieten. *tt.* ■

WWW.SONAESIERRA.DE

ONLINEPRINTERS

Mehr feste Mitarbeiter

Der Druckdienstleister Onlineprinters GmbH in Neustadt a.d. Aisch hat rund 20 Mitarbeiter, die bisher mit Zeitverträgen beschäftigt waren, fest angestellt. Damit wächst die Belegschaft des Unternehmens auf 430 Mitarbeiter, das sind rund 80 mehr als vor einem Jahr. „Uns ist bewusst, dass der Start als Zeitarbeitnehmer von den Mitarbeitern Geduld und Fleiß erfordert, diese Eigenschaften werden allerdings mit einem sicheren Arbeitsplatz honoriert", so Personalleiter Alexander Swoboda.

Die Digital- und Offsetdrucksachen, die Onlineprinters über die Plattform www.diedruckerei.de anbietet, werden selbst produziert. Damit unterscheide man sich von zahlreichen anderen Anbietern der Branche. Auf 85 Druckwerken werden u.a. Flyer, Visitenkarten, Briefpapier, Kataloge und großformatige Werbesysteme in einer jährlichen Gesamtauflage von etwa 2,5 Mrd. gedruckt und an rund 250 000 Kunden versandt. Nach eigenen Angaben gehört die Onlineprinters GmbH damit zu den führenden fünf Online-Druckereien in Europa. ■

WWW.DIEDRUCKEREI.DE

KREATIVES TAGEN IN DER STADT

Inspirierende Tagungsräume für produktives Teamwork, Präsentationen und Schulungen, Eventlocation für exklusive Veranstaltungen.

SCHÖNER ARBEITEN, BESSER TAGEN. www.designoffices.de DESIGN OFFICES

Wirtschaft engagiert sich

SPARKASSE FÜRTH

Die Sparkasse Fürth startete wieder die Aktion „Gemeinsam helfen wir Kindern in Stadt und Landkreis Fürth“. Bei diesem Projekt sind 13 200 Euro zusammengekommen, die zu gleichen Teilen an die Kinderarche, das Kinderheim St. Michael, das Projekt Schülercoach, die Stiftung Downsyndrom, die Stiftung Begabtenförderung und die Landkreisstiftung ausgeschüttet werden. Sparkassen-Vorstandsvorsitzender Hans Wölfel übergab die großzügige Summe symbolisch an Fürths Oberbürgermeister Dr. Thomas Jung, Landrat Matthias Dießl und die Vertreter der geförderten Einrichtungen.

Foto: Sparkasse Fürth

> www.sparkasse-fuerth.de

SPARDA-BANK NÜRNBERG

Die Sparda-Bank Nürnberg unterstützt die Schulmittelaktion des Nürnberger Netzes gegen Armut. Das Bayerische Rote Kreuz (BRK) als Netzmitglied nahm die Spende von 100 Scout Nano-Ranzen gefüllt mit Sporttasche, Brustbeutel, Schlampermäppchen und einem Etui mit Buntstiften entgegen und kümmerte sich um die Verteilung. Die Büchertaschen waren für Erstklässler vorgesehen, deren Eltern Arbeitslosengeld II beziehen, von der Grundsicherung leben oder den „Nürnberg Pass“ vorweisen können. Das Foto zeigt (v.r.) Georg Hopfengärtner und Dieter Maly (Amt für Existenzsicherung – Sozialamt der Stadt Nürnberg), Stefan Schindler (stellvertretender Vorsitzender der Sparda-Bank) sowie Ulrike Sing und Alexandra Glatz vom BRK.

Foto: D. Panzer, BRK Nürnberg

> www.sparda-n.de

WÖHRL

Die Stiftung „Wöhrl for kids“ des Nürnberger Modehauses Wöhrl unterstützt in diesem Jahr vier neue Projekte: Das Programm „Mubikin“ (Programm zur musikalischen Bildung von Kindern und Jugendlichen in Nürnberg), den Verein Lesefüchse in München, den Studiengang Tanz (Jungstudium der Hochschule für Musik und Theater München) sowie das Golftrainingsprogramm Birdies. Die Wöhrl-Stiftung fördert sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche, die nicht von Haus aus die Möglichkeit auf eine umfassende Bildung und Erziehung haben. Dafür wählt sie jedes Jahr Projekte aus, die sich in besonderem Maße in den Bereichen Bildung, Erziehung, Kunst, Kultur, Sport und Musik für Kinder und Jugendliche engagieren. Die Spende für das Projekt „Mubikin“ nahm Dr. Dieter Bouhon (Foto Mitte) von Gerhard Wöhrl (r.) und Jürgen Bachmann, Leiter Wöhrl Unternehmenskommunikation, entgegen.

Foto: Mubikin

> www.woehrlforkids.de

PSD BANK NÜRNBERG

Mit 7 780 Euro unterstützt die PSD Bank Nürnberg das Kinderheim St. Michael in Fürth. Johann Büchler, Vorstandsvorsitzender der PSD Bank Nürnberg (Foto Mitte), übergab die Spende an Dr. Günter Breitenbach, Vorstandsvorsitzender der Rummelsberger Diakonie (l.), und Kinderheim-Leiter Martin Hegendörfer. Von dem Geld sollen neue altersgerechte Möbel für die heilpädagogischen Wohngruppen angeschafft werden.

Foto: PSD Bank

> www.psd-nuernberg.de
> www.kim-fuerth.de

WiM veröffentlicht in dieser Rubrik Spenden ab 2 500 Euro.

IHK-Sponsoringbörse

Damit wichtige Projekte Unterstützung finden, hat die IHK eine Sponsoringbörse geschaffen, die interessante Projekte und engagierte Unternehmer zusammenbringt. Werden Sie jetzt aktiv!

> www.ihk-sponsoringboerse.de

GEBR. MASER

Alles glatt geschliffen

Am 1. Oktober 1938 gründeten die Nürnberger Kaufleute Friedrich und Karl Maser die Firma Gebr. Maser und ließen sie ins Handelsregister Nürnberg eintragen. In diesen Tagen feierte der technische Fachgroßhändler sein 75-jähriges Jubiläum.

Seit seiner Gründung liefert das Familienunternehmen flexible Schleifmittel, die für die Bearbeitung von Oberflächen unterschiedlicher Art benötigt werden. Geigen und Gitarren, Fenster und Türen sowie Gussteile und Turbinenschaufeln sind nur ein kleiner Ausschnitt der Produkte, bei deren Herstellung und Bearbeitung die Schleifmittel zum Einsatz kommen. Zu den Kunden der Gebr. Maser GmbH gehört der Schreiner „um die Ecke" ebenso wie große Industriekonzerne (z.B. Bosch und Siemens). Von Beginn an werden nur hochwertige Qualitätsschleifmittel vertrieben, so Geschäftsführer Wolf Maser, der das Familienunternehmen mit fünf festen und bis zu fünf freien Mitarbeitern in der dritten Generation leitet. Mit dieser Ausrichtung behaupte man sich seit 75 Jahren.

Geschäftsführer *Wolf Maser.*

Wolf Maser, der sich seit vielen Jahren im IHK-Ehrenamt engagiert und u.a. dem Präsidium und der Vollversammlung angehört und den Handelsausschuss der IHK leitet, nennt die Kundenorientierung als zentrales Anliegen. Als eines der ersten Großhandelsunternehmen in der Schleifmittelbranche habe sich der Betrieb deshalb 1996 vom TÜV Bayern mit einem Qualitätsmanagementsystem nach dem heutigen Standard DIN 9001:2008 zertifizieren lassen. Die Gebr. Maser GmbH sehe es als ihre Aufgabe an, Lieferanten im In- und Ausland zu finden, die – häufig nach individuellen Vorgaben der Kunden – hochwertige und innovative Produkte liefern. Verstärkt von den Anwendern nachgefragt würden effiziente Schleifmittel, die Zeit und damit Kosten sparen. ■

Fotos: Gebr. Maser

Die Firmengründer Friedrich Maser und Karl Maser *(stehend v.l.) in den 30er Jahren mit Prokurist Rudolf Gmelin und einer Mitarbeiterin.*

WWW.GEBR-MASER.DE

ANZEIGE

ORIGINAL NÜRNBERGER HÄNDLERTRADITION

Versand von Lebkuchen und individuellen Geschenkideen – weltweit

Holen Sie sich Geschenkideen in unserem Ladengeschäft, aus unserem Katalog, oder einfach im Internet in unserem Online-Shop.

Ihre ausgewählten Lebkuchen, individuellen Lebkuchenherzen und Präsente werden dann sicher, zuverlässig und pünktlich an Ihre Verwandten, Kunden, Geschäftspartner, Freunde und an Sie selbst versandt. Weltweit!

Unser Ladengeschäft an der Bushaltestelle Bucherstraße/Nordwestring

Hier erwartet Sie eine große Auswahl an Lebkuchen, Geschenkideen und individuellen Präsenten

Ihre persönlichen Grußkarten legen wir jedem Präsent kostenlos bei, wenn Sie uns diese zusammen mit Ihrer Bestellung in adressierten Umschlägen zusenden. Das Team vom Spezialitäten-Versand Matthias Stielfried berät Sie gerne auch telefonisch oder per E-Mail. Wir freuen uns auf Ihren Anruf!

STÖHR CONSULTING

Beratung für Wirtschaft und Privatleute

Foto: Stöhr Consulting

Beratungskompetenz: *Robert Westphal, stellvertretender Landrat des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2.v.l.), gratulierte Marco, Renate und Friedrich Stöhr (v.l.) zum Jubiläum.*

Seit 20 Jahren begleitet die Stöhr Consulting AG im westmittelfränkischen Alesheim-Trommetsheim ihre Firmen- und Privatkunden als unabhängiges Beratungshaus. Gegründet wurde das Unternehmen im Jahr 1993 von Friedrich Stöhr als Finanzagentur, 2007 gründete er gemeinsam mit seinem Sohn Marco die Stöhr Consulting AG. Marco Stöhr, der Qualifikationen als Fachwirt für Finanzberatung und als Fachberater für Finanzdienstleistungen vorweisen kann, ist inzwischen Vorstand des Familienunternehmens, Unternehmensgründer Friedrich Stöhr fungiert als Aufsichtsratsvorsitzender.

Die sechs Mitarbeiter sind in den Geschäftsfeldern Wirtschaftsberatung für Unternehmen sowie Ruhestandsplanung für Privatpersonen aktiv. Im Geschäftsbereich Wirtschaftsförderung arbeitet Vorstand Marco Stöhr mit den Volks- und Betriebswirten der VMO AG zusammen, die ihren Sitz in Frankfurt hat und für die 15 Mitarbeiter tätig sind. Gemeinsam entwickeln die beiden familiengeführten Dienstleister Lösungen, um die Innovations- und Selbstfinanzierungskraft der mittelständischen Unternehmenskunden zu optimieren. Für immer mehr Privatkunden des Unternehmens stehen sichere und ertragreiche Investitionen für die eigene Altersvorsorge im Mittelpunkt, so Marco Stöhr, dessen Unternehmen in diesem Sektor mit Investmentgesellschaften wie Franklin Templeton, BlackRock, DWS, Pimco oder Carmignac zusammenarbeitet. *hpw.* ■

WWW.STOEHR-CONSULTING.DE

RUDOLF WÖHRL AG

Investitionen drücken Gewinne

Die Nürnberger Rudolf Wöhrl AG zeigte sich trotz eines leichten Umsatzrückgangs zufrieden mit dem abgelaufenen Geschäftsjahr 2012/2013. Das Unternehmen führte den Rückgang um knapp ein Prozent auf 268 Mio. Euro auf Fluktuationen in der Angebotsfläche zurück. So wurde das Modehaus Hettlage in München geschlossen, andere ertragsstarke Wöhrl-Modehäuser waren wegen Modernisierungen oder Erweiterungen kurzzeitig geschlossen.

Diese Modernisierungs- und Zukunftsinvestitionen hätten sich dämpfend auf die Ertragslage des Konzerns ausgewirkt, teilte das Unternehmen mit. Der Gewinn vor Steuern und Zinsen ging von 7,4 Mio. Euro auf 5,5 Mio. Euro zurück. Ein Grund hierfür seien u.a. Investitionen in das Anfang 2013 übernommene Modehandelsunternehmen Sinn-Leffers GmbH, um Synergien u.a. in den Bereichen Warenwirtschaft, Rechnungswesen und Controlling nutzen zu können: „Unser Ziel ist es, die Gruppe durch Bündelung und effiziente Nutzung der gemeinsamen Kräfte zum erfolgreichsten filialisierten Multibrand-Anbieter in Deutschland zu machen“, erklärte Olivier Wöhrl, Vorstandsvorsitzender der Rudolf Wöhrl AG. Um die Investitionen in die Modernisierung bestehender Häuser und die Errichtung neuer Modehäuser zu finanzieren, begab Wöhrl im Februar 2013 eine Unternehmensanleihe mit einem Volumen von 30 Mio. Euro und einem Kupon in Höhe von sechs Prozent.

Für das laufende Geschäftsjahr 2013/14, das am 1. August 2013 begonnen hat, rechnet der Vorstand sowohl mit einem steigenden Nettoumsatz gegenüber dem Vorjahr als auch mit einer Verbesserung des Gewinns vor Steuern und Zinsen. Auf der Agenda stehen die Neueröffnung des Modehauses in Bamberg sowie Umbauten in Erlangen, Ulm und Dresden. ■

WWW.WOEHRL.DE

ANZEIGE

Der KREUZER-Tipp

von Rechtsanwalt Dr. jur. Günther Kreuzer

Unternehmen und Werbung mit Deutschlandflagge/-farben

Hoheitszeichen wie die dt. Nationalflagge sind geschützte Symbole, deren unbefugte Verwendung nach §§ 145 I MarkenG, 124 OWiG verboten ist.

Auch zu Werbezwecken dürfen Hoheitssymbole nur verwendet werden, sofern dadurch nicht der Eindruck ensteht, das Produkt/die Dienstleistung sei staatlich legitimiert. Eine Verwendung zur Herkunftsangabe, z.B. anstelle des Zusatzes „made in germany“, ist bei Beachtung obiger Voraussetzungen aber grundsätzlich zulässig, wenn die wesentliche Herstellung in Deutschland erfolgt.

Bundes-/Landesfarben sind, so hat das Bundespatentgericht entschieden, nicht Teil des Hoheitszeichens. Mit ihnen dürfen eigene Produkte ausgestaltet und beworben werden. Jedoch nur, sofern Hoheitszeichen nicht nachgeahmt werden.

KREUZER-Tipp:
Um einem Bußgeld/einer Abmahnung vorzubeugen, sollte auf eine zulässige Verwendung der Nationalflagge/-farben geachtet werden. Eine umfassende juristische Beratung ist aufgrund der notwendigen Einzelfallbeurteilung dringend zu empfehlen.

Dr. Günther Kreuzer ist Rechtsanwalt und zuständig für Wirtschaftsrecht im Nürnberger Büro der DR KREUZER & COLL Anwaltskanzlei **an der Lorenzkirche**, Lorenzer Platz 3 a. Die Kanzlei ist **Gründungsmitglied** der weltweiten Anwalts**gruppe ij** INTERNATIONAL JURISTS. Mehr Informationen unter www.kreuzer.de oder unter 0911/2022-0.

CAR DESIGN

Zehn Jahre Autoleidenschaft

Die Firma Car Design mit Sitz in Heroldsberg, die vor zehn Jahren gegründet wurde, ist auf Autolackierungen aller Art, Oldtimer-Restauration und Unfallinstandsetzung spezialisiert. Inhaber Wolfgang Putz übernahm bereits vor elf Jahren die Lackiererei am Ortseingang von Heroldsberg, jedoch anfänglich nur als Nebentätigkeit. Aufgrund der großen Nachfrage machte Putz, der zuvor lange Zeit u.a. bei Audi und BMW tätig war, die Lackiererei zu seinem Haupterwerb.

Seitdem wächst das Unternehmen kontinuierlich sowohl an Mitarbeitern als auch an Räumlichkeiten. Insgesamt kümmern sich 27 Mitarbeiter (davon fünf Auszubildende) um die Kunden, zu denen Privatkunden sowie zahlreiche Kfz-Werkstätten und Autohäuser aus der Region zählen. Die hohe Kundenzufriedenheit wird laut Wolfgang Putz bei der jährlichen Aktion „Werkstatt des Vertrauens“ deutlich, bei der das Unternehmen nun bereits das fünfte Mal erfolgreich im Bereich Lack und Karosserie teilgenommen habe.

„Mit einem Zehntel Millimeter ist der Lackaufbau nicht ‚dicker‘ als ein menschliches Haar und muss dennoch hohen Belastungen und Anforderungen standhalten können“, erklärt Putz. Für die Lackierungen würden ökoeffiziente Wasserbasislacke und festkörperreiche High-Solid-Lacke mit geringem Lösemittelanteil verwendet. „Wir bieten unseren Kunden Lackierungen auf sämtlichen Materialen und Gegenständen“, so Putz. ■

Foto: Car Design / Rainer Kutscha

Inhaber Wolfgang Putz *(4.v.l.) mit seinem Team.*

WWW.CAR-DESIGN-HEROLDSBERG.DE

3 Monate Bauzeit. 11.000 qm Kundenzufriedenheit: Losberger.

Die Leoni Special Cables GmbH brauchte für ihre Produktion mehr Raum – und zwar schnell. Mit einer durchdachten Hallenlösung konnte Losberger für Leoni unternehmerische Flexibilität ermöglichen. Nach nur drei Monaten waren die analog zu den bestehenden Gebäuden ausgestatteten neuen Hallen bezugsfertig: 11.000 qm. Genau die Kapazität, die erwünscht war. Und ein mehr als zufriedener Kunde. Erleben Sie den ganzen Case: www.losberger.com/leoni

LOSBERGER

HSM STAHL- UND METALLHANDEL

Manager für die Beschaffung

Foto: HSM

Die Unternehmerfamilie *Tina, Inge, Jörg und Xaver Hofmann.*

Die HSM Stahl- und Metallhandel GmbH mit Sitz in Georgensgmünd feiert in diesem Jahr ihr 20-jähriges Bestehen: Seit 1993 hat sich das Unternehmen vom einfachen Stahlhandel hin zum umfassenden Dienstleister rund um Hochleistungswerkstoffe und Metalle entwickelt.

HSM liefert nicht nur zahlreiche Sorten von Rohmaterial, sondern bedient auch Wünsche nach fertig bearbeiteten Bauteilen oder speziell anbearbeiteten Rohstoffen, die dann weiterverarbeitet werden können. „Durch Zusatzleistungen wie weltweite Logistiklösungen, Zertifizierung, Finanzierung, Lagerflächen und Übernahme von Sonderaufträgen fungieren wir für immer mehr Kunden mittlerweile als zentraler Beschaffungsmanager“, erklärte Geschäftsführer Xaver Hofmann.

Rechtzeitig zum Firmenjubiläum stellten Xaver und Inge Hofmann die Weichen für die Unternehmensnachfolge: Nach abgeschlossenem Studium sind ihre beiden Kinder Tina und Jörg Hofmann in das Unternehmen eingetreten. Während sich Tina Hofmann um die Bereiche IT, Rechnungswesen, Controlling und Personal kümmert, ist ihr Bruder für Vertriebssteuerung und strategischen Einkauf verantwortlich. Ein wichtiges Ereignis im Jubiläumsjahr war im Frühjahr die Eröffnung eines Verkaufsbüros in Oberhausen. Ein weiterer Meilenstein wird die Erweiterung des Stammsitzes in Georgensgmünd sein, mit der in diesem Jahr begonnen wird: Die Bürofläche wird dabei deutlich vergrößert, denn zu den derzeit 30 Mitarbeitern (darunter zwei Auszubildende) sollen weitere hinzukommen.

Jörg Hofmann zeigt sich zum 20. Jubiläum zuversichtlich für die Zukunft des Unternehmens: „Gerade im Ausland wächst der Bedarf an hochwertigen Stahlprodukten und zuverlässigen Geschäftspartnern, was unserem Geschäftsmodell sehr entgegenkommt.“ Und Tina Hofmann führt den Erfolg auf die gute Zusammenarbeit in der Belegschaft zurück: „Motivierte Teams und das unkomplizierte Zusammenarbeiten der unterschiedlichen Abteilungen ermöglichen es uns, langfristig erfolgreich zu sein.“ ■

WWW.HSM-STAHL.DE

TURKISH AIRLINES

40 Jahre in Nürnberg

Als Brücke zur Heimat und zunächst ausschließlich für türkische Gastarbeiter bestimmt, fliegt Turkish Airlines seit 1973 von Nürnberg nach Istanbul. 40 Jahre später verbindet die Fluggesellschaft Menschen weltweit, davon profitiert auch der Flughafen Nürnberg.

Mit über 150 000 Passagieren 2012 ist Turkish Airlines eine der wichtigsten Fluggesellschaften in Nürnberg. Entgegen dem Negativtrend der europäischen Luftfahrtbranche befindet sich die größte türkische Airline auf einem beachtlichen Wachstumskurs.

Am Flughafen Nürnberg verstärkt Turkish Airlines kontinuierlich das Angebot und kann Wachstumsraten von 24 Prozent in 2012 bzw. 21 Prozent in 2011 vorweisen. In den letzten zehn Jahren wurde die Passagierzahl ab Nürnberg verdoppelt. Vor allem Geschäfts- und Städtereisende nutzen heute die Verbindung von Turkish Airlines nach Istanbul. Bis zu dreimal am Tag startet das Star Alliance-Mitglied mit Maschinen der Airbus A320- oder Boeing 737-Familie in die boomende Metropole. Viele Reisende nutzen die Anschlussverbindungen zu bis zu 300 Zielen weltweit. ■

WWW.TURKISHAIRLINES.DE

qm LESERSERVICE

qm Magazin
– Das Immobilienmagazin

Wir halten Sie über alle Trends rund ums Bauen, Wohnen und Leben in Franken auf dem Laufenden.

☐ **Ja**, ich möchte das qm Magazin ab der nächsten erreichbaren Ausgabe **kostenlos** abonnieren!

Einfach Coupon ausschneiden und an qm medien GmbH, Leserservice, Rehdorfer Straße 10, 90431 Nürnberg, ein Fax an 0911/321 621-19 oder eine E-Mail an vertrieb@qm-magazin.de senden.

Weitere Magazine und Informationsmaterial über Bauträger und neue Bauvorhaben können Sie im qm Magazin oder direkt unter **www.qm-magazin.de/abo** anfordern.

Name, Vorname*

Straße, Nr.*

PLZ/Ort*

E-Mail

Telefon

✗ Datum, Unterschrift*

* Pflichtangaben

Ihre Daten werden hierbei **nicht** an Dritte weitergegeben. Ich kann diese Vereinbarung jederzeit schriftlich bei der qm medien GmbH, Abonnentenservice, Rehdorfer Straße 10, 90431 Nürnberg oder per E-Mail an vertrieb@qm-magazin.de widerrufen.

LECRIO

Liebe zum Leder

Das hätte sich Dorothea Schmidt noch vor einem Jahr auch nicht träumen lassen: Gerade einmal zwei Wochen ist ihr Unternehmen alt und gleich ist sie bei der elitären Berliner Fashion Week mit von der Partie. Die Kreuzberger Designerin Franziska Michael, bekannt für ihre Liebe zur Farbe, stattete ihre Models auf der Schau mit Lederaccessoires aus der Roßtaler Ledermanufaktur der Familie Schmidt aus. Zustande gekommen war der Kontakt schlicht über eine gemeinsame Bekannte.

iPad-Hüllen im Tennis- und Neonlook hielten die sommerlich gekleideten Models auf der Bühne der Fashion Week in den Händen. Dies waren nur einige von 55 000 verschiedenen Varianten hochwertiger Lederkreationen, die Kunden im neuen Online-Shop unter der Marke „Lecrio“ selbst zusammen stellen können. Je nach Gusto kombinieren sie 30 verschiedene Leder mit 14 unterschiedlichen Stoffen für das Innenfutter und wählen eine passende Garnfarbe. Genäht werden die Edelclutches, Lederfliegen sowie Smarthphone- und iPad-Hüllen dann von Hand in der Roßtaler Manufaktur. Auch das Leder selbst und sämtliche Zutaten stammen möglichst aus Deutschland und vorzugsweise von Familienunternehmen. „Wir haben hier nichts aus China“, sagt Junior-Chefin Dorothea Schmidt.

***Präsentation von Lecrio-Ledertaschen** auf der Fashion Week in Berlin.*

Qualität „Made in Germany“ hat natürlich ihren Preis, den aber Kunden aller Altersgruppen und beiderlei Geschlechts offensichtlich gerne bezahlen. Das galt auch schon für den Stammbetrieb, die Manufaktur für Bequemschuhe, die Schmidts Großvater 1978 gegründet hatte. Zwischenzeitlich war Johann Schmidt schon einmal im Ruhestand. „Doch für den Aufbau der neuen Marke Lecrio musste er wieder ran“, erzählt Dorothea Schmidt. Deshalb sitzt der Schuhmachermeister heute wieder in der Werkstatt an der Nähmaschine, tüftelt und probiert neue Artikel aus.

Eine weitere Sparte des Unternehmens, das Sanitätshaus Schmidt, initiierte Vater Harald Schmidt, der sich als Orthopädie-Technikermeister den Bedürfnissen von Kunden mit Fuß- und sonstigen Problemen verschrieben hat. „So hat bei uns jede Generation dem Unternehmen etwas Eigenes hinzugefügt“, erklärt Dorothea Schmidt.

Schmidts erklärtes Ziel ist es, dass Lecrio in wenigen Jahren sowohl Damen als auch Herren von Kopf bis Fuß ausstatten kann. Demnächst soll eine limitierte Golfkollektion ins Sortiment kommen. Einen hohen Entwicklungs- und Investitionsbedarf erfordert vor allem das Schuhsegment – denn Bequemschuh ist nicht automatisch gleich schicker Schuh. Um letzteren fertigen zu können, benötigt die Manufaktur einen kompletten Bestand neuer Leisten in allen Größen und Formen. Dass dieser aber eines Tages angeschafft sein wird, daran zweifelt im Roßtaler Familienbetrieb niemand – auch nicht die neun, zum Teil langjährigen Mitarbeiter. *ab.*

WWW.LECRIO.COM

ANZEIGE

GEWERBEHOF BAIERSDORF

Hallen- und Büroflächen

Das Areal des Gewerbehofes entstand 1985 und hat in den letzten Jahrzenten eine stetige Weiterentwicklung vollzogen. Bestehende Gebäude wurden saniert, neue und hochwertige Hallen harmonisch mit architektonischem Feingefühl in den Bestand eingefügt. Das gesamte Gelände des Gewerbehofs Baiersdorf umfasst 34.000 m2. Hiervon sind bislang 15.000 m2 Grundflächen für Büro-, Handels-, Produktions- und Lagerflächen nutzbar. Ab Ende 2013 werden wir unsere Flächen nochmal um ca. 6.000 m² erweitern. Dann stehen Ihnen hier weitere Büro-, Lager- und Produktionsflächen zur Verfügung. Die vorhandenen Flächen können Ihren Wünschen und Bedürfnissen angepasst werden. Gepflegte Grünanlagen mit Bänken verschönern das Ambiente und Ihre Pausen im Sommer.
Wir möchten unseren Interessenten Gewerbeflächen bieten, die auf die individuellen Bedürfnisse genau zugeschnitten sind. Von Büros bis hin zu Produktions- und Lagerhallen verfügen wir im Gewerbehof Baiersdorf über ein vielseitiges Angebot, aus dem wir mit Ihnen gemeinsam die passende Lösung heraus suchen. Sie mieten zu günstigen Konditionen eine gepflegte Immobilie, an einem verkehrsgünstigen Standort mit Anbindung an die A73, bleiben flexibel und können sich Ressourcen frei halten.
Alle Gebäude und Mietflächen sind durch Ringstraßen optimal erschlossen und auch von LKW-Zügen gut anfahrbar. Der Gewerbehof hält für Sie und Ihre Kunden 250 Parkplätze bereit.

WWW.GEWERBEHOF-BAIERSDORF.DE

GEWERBEHOF BAIERSDORF
HALLEN- UND BÜROFLÄCHEN

Erlanger Straße 9
91083 Baiersdorf
Tel: 09133/798640
Fax: 09133/789830

WIRTSCHAFT IM BLICK

- Der in Burgbernheim ansässige Sportartikelhersteller **Erhard Sport International GmbH und Co. KG** hat nach der überraschenden Insolvenz im April (WiM berichtete) einen neuen Eigentümer: Die Frankfurter Deutsche Mittelstandsholding GmbH (DMH) hat das gesamte Geschäft des Unternehmens übernommen, das künftig als DHM-Tochterfirma unter dem Namen Erhard Sport International GmbH firmiert. Insolvenzverwalter Joachim Exner hatte das Unternehmen in den vergangenen Monaten saniert, Kosten abgebaut und zur Rettung der Firma 42 der 173 Mitarbeiter entlassen (www.deutschemittelstandsholding.de, www.erhard-sport.de).

- Die Umbenennung der Nürnberger Fußball-Arena auf den Namen Grundig Stadion ist nun auch äußerlich abgeschlossen: Die Nürnberger **Sauernheimer GmbH** hatte pünktlich zum ersten Heimspiel die riesigen Leuchtbuchstaben auf dem Stadiondach installiert, die sich aus über 3 000 LED-Lampen zusammensetzen. Im Rahmen der Einweihung bekräftigte die **Stadion Nürnberg Betriebs-GmbH** nochmals ihre Freude über das Engagement und die regionale Verbundenheit des Namenssponsors **Grundig** (www.grundig-stadion.de).

Foto: Grundig

- Vor der Küste Dänemarks ist das größte Windkraftprojekt des Landes eingeweiht worden: Im Offshore-Windkraftwerk Anholt liefern künftig 111 Windenergieanlagen der **Siemens AG** eine Leistung von rund 400 Megawatt und versorgen so etwa 400 000 Haushalte mit Strom. Eigentümer der Anlage ist neben zwei Pensionsfonds der dänische Energieversorger Dong Energy, der gemeinsam mit Siemens für fünf Jahre Service und Wartung Windräder übernimmt. Der in Erlangen beheimatete „Energy Sector" von Siemens konnte neben dieser Eröffnung eine weitere gute Nachricht vermelden: Der Geschäftsbereich erhielt einen Großauftrag über die Lieferung von zwei Kraftwerksblöcken in die USA: Für insgesamt rund 400 Mio. US-Dollar wird Siemens Komponenten für das neue Gas- und Dampfturbinen-Kraftwerk „Liberty" im Bundesstaat Pennsylvania bereitstellen und warten (www.siemens.com).

- Die **Haas Interieur GmbH** mit Sitz in Reichenschwand, die Schaltgriffe und Abdeckungen für Automobile herstellt, firmiert jetzt als **Jopp Interior GmbH**. Haas war im Jahr 2011 von der Jopp-Gruppe übernommen worden, mit dem neuen Namen soll nun ein einheitlicher Auftritt gewährleistet werden (www.jopp.com).

- Das Immobilienberatungsunternehmen **Küspert & Küspert** hat der **Mitufa GmbH** einen neuen Firmensitz in Röttenbach vermittelt. Die Mitufa GmbH, die Turn- und Sportgeräte wie z.B. Schwebebalken, Gymnastikböden und Turnmatten herstellt, hat dort eine Ausstellungshalle mit Lagerflächen bezogen. Das Unternehmen hat das Objekt langfristig angemietet, auch ein Vorkaufsrecht wurde vereinbart (www.kuespert-kuespert.de, www.mitufa-by-stoehr.de).

- Der im Januar 2013 gegründete **Förderverein Wirtschaft für die Metropolregion Nürnberg e.V.** hat ein neues Gründungs- und Fördermitglied gewonnen: Die **Volksbanken** und **Raiffeisenbanken** unterstützen die Projekte der Metropolregion mit 50 000 Euro, ein Teil des Geldes wird für die Aktivitäten der Metropolregion im Klimaschutz verwendet.

Foto: VR-Banken

Das Foto zeigt (v.l.) Nürnbergs Umweltreferent Dr. Peter Pluschke, Dirk Helmbrecht (VR Bank Nürnberg), Manfred Geyer (Bezirkspräsident des Genossenschaftsverbandes Bayern), Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst (Vorstandsvorsitzender des Fördervereins) und Metropolregion-Geschäftsführerin Dr. Christa Standecker. Der Förderverein zählt mittlerweile 91 Mitglieder (www.metropolregion.nuernberg.de).

- Die **Feser-Graf-Gruppe** hat einen neuen Servicestandort für die Marken Porsche und Volkswagen am Fuße des Fernsehturms im Nürnberger Südwesten eröffnet. Mit einer Investition von 3,5 Mio. Euro wurde das Porsche Service Zentrum innerhalb von zwölf Monaten gebaut. Insgesamt 25 neue Arbeitsplätze schafft die Gruppe an ihrem inzwischen 28. Standort (www.feser-graf-gruppe.de).

- Die Türkei wird den Neubau ihres Konsulatsgebäudes auf einem rund 2 500 Quadratmeter großen Grundstück in der Nürnberger Blumenstraße errichten. Dort soll auf dem Gelände des ehemaligen Wasserwirtschaftsamts ein repräsentatives Gebäude entstehen. Verkäufer des Areals ist der Nürnberger Projektentwickler **KIB Gruppe**, vermittelt wurde der Standort von der **Dr. Körner Immobilien KG** in Nürnberg, die auf die Vermittlung von Gewerbe- und Anlageobjekten im Großraum Nürnberg spezialisiert ist (www.kib-gruppe.de, www.drkoernerimmobilien.de).

- Die **SIC! Schmitt Immobilien Consulting GmbH** mit Sitz in Nürnberg feiert in diesem Jahr ihr zehnjähriges Firmenjubiläum. Geschäftsführerin Sabine Schmitt gründete das Beratungs- und Betreuungsunternehmen für Gewerbeimmobilien im Jahr 2003. Der Aufbau eines bundesweiten Filialnetzes von 60 „easy-Credit-Shops", die Realisierung des Ärztehauses „Parcside" am Stadtpark sowie internationale Immobilienvorhaben zählen zu den erfolgreich abgeschlossenen Projekten der Firma. Für Bauträger, Projektentwickler, private Eigentümer, gewerbliche Investoren und Immobilienfonds wird eine breite Palette an Dienstleistungen erbracht, u.a. Expansions- und Property-Management, Übernahme großer Verwaltungen oder die Entwicklung nationaler oder internationaler Filialen (www.sic-immoconsult.de).

Foto: SIC Immobilien Marketing

Die beste Luft-Wasser-Wärmepumpe für Haus und Gewerbe heißt cop-star
und kommt aus Erlangen · Tel. 0 91 31 / 68 52 68 · www.ingenieurgesellschaft-hoecker.de

HOTELPROJEKTE IN NÜRNBERG

Neue Häuser am Hauptbahnhof

Der Nürnberger Hotelmeile in der Bahnhofsstraße bekommt Schritt für Schritt mehr Gesicht. Neben den bereits etablierten Häusern, dem Le Méridien Grand Hotel, dem Hostel A&O, dem Hotel NH Nürnberg City sowie dem Hotel Motel One, wurden nun die Grundsteine für weitere Projekte gelegt. Die Nürnberger Hoteliersfamilie Rübsamen investiert insgesamt rund 32 Mio. Euro in das Novotel Centre Ville, das zum Weihnachtsgeschäft 2014 in Betrieb gehen soll. Unmittelbarer Nachbar ist das Doppel-Hotel-Projekt Holiday Inn Express und Hampton by Hilton, das vom Berliner Investor GBI finanziert wird. Nürnberg gilt derzeit bundesweit als Wachstumsmarkt in der Hotelbranche und rangiert bei den Betten-Investitionen auf Platz drei.

In den letzten Jahren habe die Bettenbelegung kontinuierlich zugenommen, begründet Werner Rübsamen, Chef der Nürnberger Carlton Hotelgesellschaft H. Rübsamen KG, die Investitionsentscheidung. Die aktuelle Stagnation dürfte in ein oder zwei Jahren wieder ausgeglichen werden, so Rübsamen, der aktuell auch in das Sorat Hotel Saxx am Hauptmarkt investiert. Zu den bislang sechs Objekten der Familie Rübsamen kommen damit zwei neue hinzu. Als privater Hotelier verbinde er sich mit internationalen Hotelmarken, um im Markt zu bestehen, erläutert Rübsamen sein Konzept. Das 4-Stern-Novotel Centre Ville wird auf sechs Stockwerken 240 Zimmer, Konferenzräume, einen Wellness-Bereich sowie eine Tiefgarage mit 125 Stellplätzen beinhalten. Für das laufende Jahr erwartet die Gruppe mit 350 Mitarbeitern und 30 Auszubildenden angesichts des schwächeren Messejahres einen leichten Umsatzrückgang auf 35 Mio. Euro.

Im Zuge des benachbarten Doppel-Hotel-Projektes werden im Hampton by Hilton 80 Zimmer entstehen, für das Holiday Inn Express sind 124 Zimmer geplant. Die ersten Gäste sollen im Herbst 2014 an der Bahnhofstraße 14 und 16 übernachten. Investor GBI wertet Nürnberg als einen der meist unterschätzten und viel versprechendsten Hotel-Märkte in Deutschland. „Hier haben wir auch mit drei anderen Projekten, dem Motel One, dem NH Nürnberg City und dem Park Inn, sehr gute Erfahrungen gemacht“, erläutert Reiner Nittka, Vorstand der GBI AG. Ein Beleg für die gute Investitionsentscheidung sei der bereits vor Baubeginn abgeschlossene Verkauf der Hotels an einen deutschen Immobilien-Spezialfonds.

Werner Rübsamen, *Chef der Nürnberger Carlton Hotelgesellschaft H. Rübsamen KG, vor der Baugrube für das neue Novotel Centre Ville.*

Das Holiday Inn Express gehört zur InterContinentals Hotel Group (IHG), das Hampton by Hilton zu den Hilton-Hotels. Betreiber beider Häuser der gehobenen Economy-Hotel-Klasse wird Foremost Hospitality sein. Mit dieser Hotel-Kombination sollen Gäste angesprochen werden, die unterschiedliche Einrichtung und Ausstattung zweier international führender Hotelketten zu schätzen gelernt haben. Das Vorhaben in Nürnberg ist das erste Foremost-Doppelprojekt in Deutschland und soll Vorbild für weitere ähnliche Konzeptionen sein, kündigte Geschäftsführer Hubert van de Loo an: „Gerade an einem Markt wie Nürnberg, den wir ausführlich analysiert haben und dessen großes Potenzial wir schätzen, passt dieses Konzept ideal.“ *tt.*

WWW.NUERNBERG-HOTELS.NET
WWW.FMHOS.DE
WWW.GBI.AG

Gewerbebau mit System: wirtschaftlich, schnell und nachhaltig

konzipieren bauen betreuen. **www.goldbeck.de**

GOLDBECK

GOLDBECK Ost GmbH, Niederlassung Nürnberg
91058 Erlangen, Am Weichselgarten 30
Tel. 09131/6195-0

CONWORLD

Virtuelle Baustellen

Deutschland, USA, Kanada und Schweden – Arno Blickling hat Projekte auf Baustellen rund um den Globus gemanagt. Jahrelange Erfahrung als Bauleiter und seine Begeisterung für 3D-Welten hat er genutzt, um gemeinsam mit dem Spieleentwickler Ingo Slaby ein viel versprechendes Geschäftsmodell aufzubauen: Das Portal conworld.biz bietet eine mit Liebe zum Detail gestaltete Online-Bauwelt.

Blickling hat 2006 an der Bauhaus-Universität Weimar über interaktive Visuelle Bausimulation promoviert. „Dieses Gebiet war damals eher exotisch“, so der 40-Jährige im Rückblick. Als Geschäftsführer der in Nürnberg ansässigen Globe-PM GmbH trieb Arno Blickling das Projekt Online-Bausimulation voran und begegnete Ingo Slaby, einem Mitstreiter, der den Enthusiasmus für virtuelle Baustellen teilte und große Erfahrung in der Entwicklung von Computerspielen mitbrachte. Slaby hatte bereits Baggersimulatoren realisiert, allerdings als Offline-Version für einzelne Spieler. Für das Portal conworld.biz ist aus der Zusammenarbeit zwischen Spieleentwickler und Architekt dann ein „Online-Multiplayer“ hervorgegangen: Bis zu acht Spieler können sich vernetzt auf einer realistisch gestalteten Baustelle bewegen und gemeinsam eine Mission erfüllen. Außerdem gibt es auf conworld.biz Simulationsspiele für Freizeit-Bauarbeiter, die lieber solo werkeln als in einer virtuellen Gruppe.

Grafik: Conworld

Wie in der Wirklichkeit: *Die Bedienung von Baufahrzeugen lässt sich mit den „Computer-Spielen“ von conworld.biz realistisch simulieren.*

Um conworld.biz so authentisch wie möglich zu gestalten, begannen Blickling und Slaby vor drei Jahren, Baumaschinen-Modelle von Sennebogen, Liebherr, Komatsu und anderen Branchengrößen in die virtuelle Welt zu integrieren. Dieser Schritt erwies sich als entscheidend für die Erweiterung des Geschäftsmodells: „Uns wurde bewusst, dass wir die faszinierende Technologie nicht nur im Bereich Entertainment nutzen können, sondern auch für die Kompetenz- und Wissensvermittlung.“

Auf diese Weise hat sich conworld.biz ein weiteres Standbein geschaffen: Das Unternehmen bekam Anfragen, die Cockpits ausrangierter Baumaschinen umzurüsten und mit der Software von conworld.biz auszustatten. Die Frontscheibe wurde durch einen Monitor ersetzt; die Steuerung erfolgte mithilfe zweier Joysticks auf den Armlehnen des Fahrersitzes und zweier Pedale. 2011 wurde die erste Simulator-Einheit verkauft, die von einer Reha-Klinik für das Bewegungstraining in der physikalischen Therapie genutzt wurde. Inzwischen kommen die Simulatoren in Ausbildungszentren der Bauindustrie zum Einsatz. „Dieses Training bietet zahlreiche Vorteile: Es ist wetterunabhängig, risikolos und spart Diesel“, erklärt Blickling.

Die Software, die u.a. vom Bauindustriezentrum Nürnberg-Wetzendorf genutzt wird, ist so programmiert, dass zwei Bagger nebeneinander auf der virtuellen Baustelle arbeiten. Zusammenstöße mit anderen Fahrzeugen oder andere Unfälle werden mit Punktabzug bestraft, auch der laxe Umgang mit Sicherheitsvorschriften wird geahndet. Die Baggersimulatoren von conworld.biz haben sich bereits auf einigen Berufsbildungsmessen, beispielsweise in Nürnberg und Heilbronn, als Besucher-Magneten erwiesen. Im April 2013 stieß der Auftritt auf der Bauma in München, dem internationalen Treffpunkt der Baubranche, auf große Aufmerksamkeit.

conworld.biz hat sowohl Standard-Simulatoren im Portfolio als auch Maßanfertigungen: Auf Wunsch des Kunden werden Simulatoren in Originalcockpits mit den jeweils dazugehörenden Pedalen, Joysticks und Lenkrädern eingebaut. Für Baumaschinen-Hersteller bietet conworld.biz die Option, ihre neuen Modelle auf einer virtuellen Baustelle zu präsentieren und auf diese Weise nicht nur die Spielergemeinde, sondern auch Branchenprofis von den Vorteilen der Fahrzeuge zu überzeugen.

Arno Blickling hat keine Zweifel, dass die Nachfrage nach Simulationsspielen als Marketing-Instrument sowie im Bereich der Aus- und Weiterbildung zunehmen wird. Da es in diesem Marktsegment in Europa nur zwei Wettbewerber gibt, sehen Slaby und Blickling ihr Unternehmen auch künftig auf Expansionskurs. Dabei betrachten sich die beiden Geschäftsführer der Globe-PM GmbH als „Doppelspitze“, deren Know-how sich ideal ergänzt: Architekt Blickling bringt seine Kenntnisse und Kontakte in der realen Bauwelt ein, Ingo Slaby seine Erfahrungen als Spieleprogrammierer. *aw.* ■

WWW.CONWORLD.BIZ

konstruktive-verpackungsloesungen.de

wenn´s um Ihre Sicherheit geht, sind wir Ihr richtiger Partner
Emmericher Straße 19, 90411 Nürnberg
Geschäftstresore
Wertschutzschränke
Datenschränke
Privattresore
Tresorräume
Tresorraumtüren
Waffentresore
Waffenräume
Waffenraumtüren
Beratung
Verkauf
Lieferung
Aufstellung
Montage
Entwicklung
Service
Notdienst
... die richtige Rufnummer:
0911 / 933 88 0
ZFS SAGERER
kompetent zuverlässig + seriös

MEYER DÖRRING
Patentanwaltskanzlei
Tel.: 0 91 31-97 45 690
www.meyer-doerring.de
Patente | Marken | Gebrauchsmuster | Designs

WITTMANN ROBOT SYSTEME

Roboter bei der Arbeit

Die Wittmann Robot Systeme GmbH hat zum 30. Unternehmensjubiläum einen neuen Standort im Gewerbepark Nürnberg-Feucht-Wendelstein offiziell eröffnet. In das neue Gebäude mit 3 000 Quadratmetern Produktionsfläche, 1 200 Quadratmetern Büroräumen und 400 Quadratmetern Lager hat das Unternehmen rund sieben Mio. Euro investiert. Eine Erweiterung am alten Standort in Schwaig war nicht mehr möglich gewesen, weshalb das Unternehmen bereits im Jahr 2008 das neue Grundstück gekauft hatte.

Der Baubeginn verschob sich wegen der Wirtschaftskrise zwar auf das Jahr 2012, dafür lagen zwischen Spatenstich und Einzug nur knapp sechs Monate. Die 120 Mitarbeiter des Unternehmens haben nun mehr Platz als am alten Standort. Die Zahl der Beschäftigten soll sich weiter erhöhen: Niederlassungsleiter Michael Tolz sucht „händeringend“ nach

Im neuen „Technikum“ *können die Kunden selbst Versuche mit Robotern durchführen.*

weiteren qualifizierten Ingenieuren, Technikern und Konstrukteuren.

Besonders stolz ist Tolz auf das „Technikum“, das firmenintern auch als „Hörsaal der Roboter“ bezeichnet wird. In diesem Showroom können Besucher die Maschinen des Unternehmens bei der Arbeit beobachten oder auch selbst Versuche mit den Robotern durchführen. „Besucher können hier hautnah erleben, wie in wenigen Sekunden aus 30 Gramm Plastikgranulat ein Sparschwein wird oder ein Glasfaser-Hockeyschläger entsteht“, erklärte Tolz.

Wittmann Robot Systeme gehört zur weltweit tätigen Wittmann-Gruppe mit Hauptsitz in Wien, die mit rund 1 750 Mitarbeitern jährlich rund 275 Mio. Euro umsetzt. Der Nürnberger Standort ist der älteste unter den weltweit 56 Vertretungen der Gruppe und trägt jährlich etwa 28 Mio. Euro zum Umsatz der österreichischen Mutter bei. Im vergangenen Geschäftsjahr steigerte der Standort den Umsatz um zehn Prozent. Das Unternehmen verkauft Fertigungsmaschinen, Roboter- und Automatisierungsanlagen sowie Spezialgerätschaften für die kunststoffverarbeitende Industrie. Zu den Kunden gehören u.a. Bruder Spielwaren, Fackelmann, Playmobil, Ina-Schaeffler und Schwan-Stabilo. Hervorgegangen ist die deutsche Tochterfirma 1983 aus der Übernahme der Nürnberger Firma Küffner Technologie. „Deutschland ist mit Abstand unser wichtigster Markt weltweit, und Nürnberg ist unser Hauptstandort in Sachen Automatisierungstechnik in ganz Europa“, erklärte Dr. Werner Wittmann, Gründer und alleiniger Inhaber der Firmengruppe. ■

WWW.WITTMANN-ROBOT.COM

konstruktive-verpackungsloesungen.de

BRANCHEN-MARKT A–Z

ARBEITSBÜHNEN

Wagert
ISO 9001:2008
vermietet Arbeitsbühnen
Arbeitsbühnen • Teleskopstapler • Gabelstapler
Liftroller • Indoor-Lifte • Sicherheitsschulungen

Am Tower 27 • 90475 Nürnberg
Telefon: 09 11 - 24 31 56
www.wagert.de

ARBEITSSCHUTZ

GOSSLER
Elektrounternehmen
BGV A3 Prüfungen
ortsveränderlicher und fester Elektrogeräte und Anlagen
Wärmebildthermografie
Flughafenstr. 88b · 91411 Nürnberg
Telefon: 09 11/25 27 64-0
www.gossler-elektro.de

Beachten Sie unser Special in der November-Ausgabe der WiM:
BÜROORGANISATION I IT
Infos unter:
Telefon 0911/5203-355
Rüdiger Sander

ARBEITSSICHERHEIT

Burnout
ist Chefsache
Arbeits- und Gesundheitsschutz zahlt sich aus. Wir zeigen Ihnen Wege, wie sich Mitarbeitergesundheit rechnet.
www.carl-korth-institut.de
CARL-KORTH-INSTITUT

JURA SCHRAUBEN

Fest verbunden

***Geschäftsführer Peter Leikauf** im Schraubenlager.*

Vor 20 Jahren wurde die Jura Schrauben GmbH & Co. KG in Nürnberg von Peter Leikauf und Harald Gebhardt gegründet, die den Betrieb auch heute noch führen. Aktuell sich sieht sich das Unternehmen nach Worten Leikaufs als „größter, regionaler Schraubenfachhändler“ und als umfassender Dienstleister im Bereich mechanische Verbindungselemente. Dazu zählt Leikauf ein Sortiment von 250 000 Artikeln aus Schrauben, Dübeln, Nieten und Zubehör, von denen sich 35 000 Positionen auf Lager finden. Unter den 1 160 Kunden aus Wirtschaft und Kommunen sind viele Unternehmen aus dem Maschinen-, Anlagen- und Sondermaschinenbau.

Etwa 80 Prozent der verkauften Schrauben sind klassische Handelsware, die allerdings nicht nur in gängigen Verpackungseinheiten, sondern auch in kleinsten Stückzahlen je nach Bedarf konfektioniert werden. Der Rest sind beispielsweise Sondergrößen oder Schrauben mit speziellen Beschichtungen. Im Großraum Nürnberg werden die Kunden direkt mit einem eigenen Fuhrpark beliefert, auch just-in-time an eine Baustelle. Bundesweite Kunden werden über Partner bedient.

Darüber hinaus wird über das C-Teile-Management für Kunden sichergestellt, dass in deren Produktion ausreichend Zubehörteile verfügbar sind. Das wird durch Analysen des Außendiensts von Jura Schrauben erreicht oder durch Scannersysteme, die den aktuellen Schraubenverbrauch erfassen. Es gibt auch Lösungen, bei denen Schrauben und andere C-Teile noch im Regalsystem des Kunden Eigentum von Jura Schrauben bleiben. Der eigentliche Kauf findet erst dann statt, wenn ein Arbeiter des Kunden ein Teil aus dem Regal entnimmt.

Der technische Support unterstützt und berät Kunden bei der Lösung von Spezialfragen rund um mechanische Verbindungselemente. Etwa dann, wenn es um spezifische Belastungen von beschichteten Schrauben in Galvanikbetrieben oder um besondere Lösungen bei dynamischen Lasten für Aufzüge oder für flexible Bürostühle geht.

Für 2013 rechnet Leikauf mit einem Umsatz auf Vorjahresniveau von 3,5 Mio. Euro. Die Zahl der Mitarbeiter liegt stabil bei 13, hinzu kommen vier Azubis. Zum 20-jährigen Firmenjubiläum lädt Jura Schrauben am letzten Oktober-Wochenende zur Hausmesse ein. Zehn Messestände und Produktvorführungen zeigen den Geschäftskunden Neues und Bewährtes aus der Branche. *tt.*

WWW.JURASCHRAUBEN.DE

BRANCHEN-MARKT A–Z

AUDIOVISUAL-ZUBEHÖR

UNICOL®
Halterungen für Bildschirme, Monitore und Projektoren bei Wand/ Decken/ Bodenmontage. Entwickelt für den professionellen Einsatz in Business und Hotels, Restaurants, Einzelhandel, öffentliche Gebäude. Mit 50 Jahren Erfahrung in der AV-Industrie und Digital Signage bieten wir Beratung und über 300.000 Produkte. TÜV/GL/UL geprüft.
UNICOL® Deutschland GmbH
Willi-Grasser-Str. 15 · D-91056 Erlangen · Telefon +49 (0) 9131 9405 800 · Website: www.unicol.de

CAD-SYSTEME

Ihr Ansprechpartner für AutoCAD in Franken
mensch maschine Haberzettl
AUTODESK. Platinum Partner
AUTODESK. Authorized Training Center
solution builder
AutoCAD
AutoCAD Mechanical
Autodesk Inventor
AutoCAD Architecture
Revit Architecture
AutoCAD MEP
AutoCAD Map 3D
AutoCAD Civil 3D
3ds Max
Mensch und Maschine Haberzettl GmbH
Hallerweiherstraße 5 • 90475 Nürnberg
Telefon: 0911 352263 • Telefax: 0911 352202 • www.haberzettl.de • E-Mail: info@haberzettl.de

CATERING

Da steppt der Bär!
Egal ob Sie eine Berlin-Mottoparty frei Schnauze, ein rustikales Ritteressen nach Eppelein-Art mit den Händen, oder ein Gala-Menü mit 5 Gängen im Kerzenschein veranstalten wollen...
wir sind für jeden Spaß zu haben!
Wendler
Feines zum Feiern
Feineszumfeiern.de
Partyservice
Equipmentverleih
Fleischer-Fachgeschäft
0911 / 373 34 10

CONSUMENTA

Seit 60 Jahren nah am Verbraucher

Im Jahr 1952 organisierte Helmuth Könicke, Geschäftsführer der Nürnberger Arbeitsgemeinschaft für Ausstellungen GmbH (Afag), eine neue Ausstellung für Konsumgüter im Messegelände am Leipziger Platz. Unter dem klangvollen Namen „Die Einkaufstasche“ lockt die Herbstmesse bereits im ersten Jahr 25 000 Besucher an: Überwiegend kommen Hausfrauen, die sich nach der überstandenen Nachkriegszeit über die neuesten Trends in Haushalt und Küche informieren wollen. Obwohl die „Einkaufstasche“ ein voller Erfolg ist, wird sie in den Anfangsjahren nicht jährlich durchgeführt: Erst Mitte der 1950er Jahre beschließt Könicke, die Messe, auf der bald auch Nahrungsmittel, Kleidung und Möbel angeboten werden, jährlich zu veranstalten. Die Messe setzt ihren Erfolgskurs fort: Dank zusätzlicher Veranstaltungen und Sonderschauen wird 1967 die Marke von 100 000 Besuchern geknackt.

1970 entschließen sich die Veranstalter, den mittlerweile etwas in die Jahre gekommenen Messenamen zu ersetzen: Aus der „Einkaufstasche“ wird die „Consumenta“, die ihren Namen von einer ähnlichen Messe in München erhält. Im neu erbauten Messegelände in Nürnberg-Langwasser, in das die Consumenta 1973 umzieht, kann das Angebot der Messe, die im alten Areal mit einer Ausstellungsfläche von rund 21 000 Quadratmetern an die Grenzen gestoßen war, endlich erweitert werden. Zu den neuen Angeboten gehört beispielsweise das Consumenta-Kinderland.

Die Grenzöffnung im Jahr 1989 beschert der Consumenta einen neuen Besucherrekord: Waren in den 80er Jahren bereits regelmäßig mehr als 200 000 Besucher auf der Messe zu Gast, werden nach dem Mauerfall 270 000 Menschen gezählt. Spezielle Marketing-Aktionen locken vor allem Besucher aus Thüringen und Sachsen zum Messegelände, dessen Hallen teilweise sogar wegen Überfüllung geschlossen werden müssen.

Foto: Afag

„Einkaufstasche“: *Unter diesem Namen fand die Messe in den ersten Jahrzehnten im alten Messegelände am Leipziger Platz statt.*

In den 1990er Jahren beginnt für die Consumenta eine schwierige Zeit: Geändertes Konsumverhalten, konkurrierende Messen in anderen Städten und die beginnende Wirtschaftskrise, die besonders auch die Region Mittelfranken traf, schwächen die beliebte Messe. Hinzu kommt in jüngerer Zeit die Herausforderung durch das Internet und neuartige Veranstaltungsformate. Dennoch behauptet sich die Consumenta bis heute erfolgreich im Markt. Denn die Brüder Heiko und Hermann Könicke, die die Afag GmbH gemeinsam führen, erkannten früh, dass die Consumenta in ihrer alten Form keine Zukunft hatte. „Deshalb arbeiteten wir intensiv an der Entwicklung neuer Konzepte und der Erschließung neuer Zielgruppen“, so Heiko Könicke. Die Consumenta sucht und findet immer neue Partner für Sonderschauen und Themen-Ausstellungen, bindet Landkreise und Kommunen der Metropolregion Nürnberg ein und setzt auf eine ausgewogene Mischung zwischen regionalen und internationalen Ausstellern.

Auch zum 60. Geburtstag der Messe (26. Oktober bis 3. November) stehen wieder Neuerungen auf dem Programm: Erstmals findet die dreitägige „creativmesse“ statt und der erfolgreiche Reitsport-Bereich „Faszination Pferd“ wird auf die vollen neun Tage der Consumenta ausgedehnt. Die Erfindermesse Iena, die Wohnimmobilien-Messe „Eigenheim 2013“ sowie die neue Start-Messe mit den Themen Gründung, Finanzierung und Unternehmensnachfolge laden zu einem Besuch ein. Zusätzlich findet unter dem Titel „Enbau“ eine Spezial-Ausstellung zu Themen rund um Bauen, Sanieren und Energiesparen statt. Mit diesen und vielen weiteren Themen macht sich die Consumenta daran, die erfolgreiche Geschichte der Messe fortzusetzen. ■

WWW.CONSUMENTA.DE

CATERING

Sie feiern.
Wir kümmern uns um den Rest!

Partyservice
WAHLER
Telefon: 0911 · 44 02 05
www.wahler-partyservice.de
Leyher Straße 101 | 90431 Nürnberg

PARTYSERVICE | CATERING | METZGEREI

ZEITLAUF / EBM-PAPST

Neue Chancen in der Firmengruppe

Die in Lauf a.d. Pegnitz ansässige Zeitlauf GmbH Antriebstechnik & Co KG, die sich im Januar dieses Jahres der EBM-Papst-Gruppe mit Sitz im baden-württembergischen Mulfingen angeschlossen hat, sieht durch die Übernahme bessere Chancen, Produkte und Leistungen auch außerhalb Deutschlands erfolgreich zu vermarkten. Umgekehrt hat EBM-Papst durch das mittelfränkische Unternehmen seine Kompetenzen im Bereich optimierter Antriebslösungen erweitert.

Foto: EBM-Papst

***Ein Motor von EBM-Papst** wird in Lauf an ein Getriebe von Zeitlauf montiert.*

Der Transaktion sei eine seit Jahren erfolgreiche Kooperation zwischen den Unternehmen vorausgegangen, so Thomas Horz, Geschäftsführender Gesellschafter von Zeitlauf und stellvertretender Vorsitzender des IHK-Gremiums Lauf a.d. Pegnitz. Zeitlauf generierte zuletzt mit seinen 280 Mitarbeitern (davon 25 Auszubildende) einen Jahresumsatz von rund 33 Mio. Euro. Das Unternehmen besteht seit 1957 und begann als Produzent von Zeitschaltuhren. Mittlerweile ist Zeitlauf nach Unternehmensangaben Technologieführer im Bereich der Antriebstechnik. Die EBM-Papst-Gruppe erreichte mit ihren rund 11 000 Mitarbeitern, die an 17 Produktions- und 57 Vertriebsstandorten u.a. in Deutschland, China und den USA tätig sind, einen Umsatz von knapp 1,4 Mrd. Euro. Die Gruppe produziert u.a. Ventilatoren und Motoren für industrielle Anlagen und Nutzfahrzeuge. ■

WWW.ZEITLAUF.DE
WWW.EBMPAPST.COM

BRANCHEN-MARKT A–Z

CONTAINER I MOBILE RÄUME

ELA-Premium-Mietcontainer
... sind ½ m breiter
ELA
Mobile Räume mieten
www.container.de
Sofort mehr Raum mit mobilen ELA-Lösungen:
Büro-, Wohn-, Lager-Container, Kindergärten, Schulen
ELA-Premium-Container bis zu 25% Einsparpotential
ELA Container GmbH
Schefflenztalstraße 84
74842 Billigheim
Tel: +49 (0) 6265 92 77 5-0
Fax: +49 (0) 6265 92 77 5-10
info@container.de
Vertriebsbüro Nürnberg: +49 (0) 170 22 33 087

ELEKTROHANDEL

DTS Service & Vertrieb
Ihr Ansprechpartner für Kundendienst und Ersatzteilverkauf
DTS Service & Vertrieb GmbH
Illesheimer Str. 2, 90431 Nürnberg
Tel: 0911 - 27 98 10
Fax: 0911 - 26 60 05
www.dtsnbg.de
service@dtsnbg.de
55 Jahre DTS
Autorisierter Kundendienst
BRAUN, DeLonghi, Oral-B, KENWOOD, NESPRESSO, KRUPS, Rowenta, Tefal, Moulinex, bodum, Saeco, GAGGIA

FAHNEN I FAHNENMASTEN

Aluminium-Fahnenmasten zu Sonderpreisen jetzt im
Fahnenmasten-Shop.de
24-h Online Bestellung möglich
Fahnenmasten-Shop, Höfelbeetstr. 20, 91719 Heidenheim/Mfr.
Tel. 09833 / 98894-0, E-Mail: verkauf@fahnenmasten-shop.de

FORMENBAU

LiuTek International GmbH
we think of quality
- hochwertige Spritzgießwerkzeuge
- nach deutschen Qualitätsstandards, zu moderaten Preisen
- 50 % geringere Investitionskosten
Kunigundenstr. 71, 90439 Nürnberg, 0911/489 687-60
www.LiuTek.de info@LiuTek.de

FÖRDERTECHNIK

Fiegl Fördertechnik GmbH
Verkauf - Vermietung - Kundendienst
Fahrerschulungen - Ersatzteile
Reparaturen - Lieferservice
Batterien und Ladegeräte
90530 Wendelstein
Wilhelm-Maisel-Straße 30
Fon 0 91 29/28 85 82
Fax 0 91 29/28 85 83
info@fiegl-foerdertechnik.com
www.fiegl-foerdertechnik.com

Seit 1959 Ihr Partner für
Yale
M. + S. BAUER GMBH
Wittekindstraße 47
90431 Nürnberg
Tel. +49 (0) 911/32063-0
www.yale-gabelstapler.de

Löffler
TOYOTA INDUSTRIAL EQUIPMENT
Filiale Nürnberg
Tel. 09 11/24 11 44
Fax: 09 11/4 31 31 95
Niedertraublinger Str. 1a, 93083 Obertraubling, Tel. 0 94 01/96 30-0
Lessingstraße 12, 01465 Langebrück, Tel. 03 52 01/7 20-0
www.loeffler-gabelstapler.de
Verkauf Neu u. Gebraucht
Service – Miete
Leasing

PRIVATECITYHOTELS

52 Häuser im Hotelverbund

Dem Verbund PrivateCityHotels, der vor eineinhalb Jahren gegründet wurde, gehören mittlerweile 52 Hotels in Nürnberg, Salzburg, Wien, Hamburg, Bonn und Freiburg an. 15 von ihnen sind in Nürnberg ansässig, wie Sabine Powels bei der Generalversammlung erklärte, die vor Kurzem in Nürnberg stattfand. Powels ist Geschäftsführerin des Hotels Victoria in Nürnberg sowie Gründungsmitglied und stellvertretender Vorstand der PrivateCityHotels, die jährlich insgesamt rund 500 000 Gästeübernachtungen registrieren.

Hotels, die in den Verbund aufgenommen werden wollen, müssen nicht eine bestimmte Zahl von Sternen vorweisen, sondern werden nach strengen Qualitätskriterien und aufgrund von Gästemeinungen beurteilt. In letzter Zeit wurden die Nürnberger Häuser Hotel Gideon und Hotel Drei Raben neu aufgenommen. Ralf Steinmann, stellvertretender Geschäftsführer des Hotels Drei Raben, wurde bei der Generalversammlung in den Fachbeirat gewählt. Nürnberger Vertreter im Vorstand sind neben Sabine Powels auch Christina Summer (Design Hotel Vosteen) und Robert Horka (Hotel Elch).

Die Mitglieder des Verbundes arbeiten u.a. in den Bereichen Marketing, Qualitätsmanagement und Weiterbildung der Mitarbeiter eng zusammen und bündeln damit ihre Kompetenzen im Wettbewerb mit den großen Anbietern. Aufgrund der Vielzahl der Aktivitäten und der stark gewachsenen Mitgliederzahl stößt die ehrenamtliche Führung des Verbundes nach Aussage von Sabine Powels mittlerweile an Grenzen. Deshalb soll eine Stelle für einen hauptamtlichen Mitarbeiter geschaffen werden, der sich um die Koordination und die Organisation des Verbundes kümmern wird. ■

WWW.PRIVATE-CITY-HOTELS.COM

GEWERBEBAU I
HALLENBAU I
CONTAINER

200,– € kostet diese Anzeige (s/w)
Wann dürfen wir SIE hier platzieren?
Infos unter Tel. 0911/5203355, Rüdiger Sander

MEISENGEIGE

Aus nach 43 Jahren?

Ein Kapitel Nürnberger Kinogeschichte könnte zu Ende gehen: Nach 43 Jahren kündigte das 1970 eröffnete Programmkino Meisengeige seine Schließung an. Der Grund sei eine Änderung der bayerischen Bauordnung, die sehr hohe Standards für gewerblich genutzte Altbauten verlange. Zur Investition eines sechsstelligen Betrages war der Vermieter nicht bereit und auch der Mieter, die Fantasia Film GmbH & Co. KG, schloss eine so hohe Investition aus. Betreiber Wolfram Weber, dem auch die Kinos Cinecittà, Cinemagnum und Metropolis gehören, hatte mit der Meisengeige den Grundstein seines Erfolgs gelegt. Er baute 1970 mit seinen zwei Brüdern eine Backstube in eines der ersten Programmkinos Deutschlands um. Zum Redaktionsschluss dieser WiM kündigte Fantasia aufgrund vielfacher Proteste gegen die Schließung an, neue Verhandlungen zu führen und das Kino zumindest bis 30. November weiterzuführen. ■

Foto: Fantasia Film

Die Meisengeige: *Das Kino am Laufer Schlagturm muss schließen.*

WWW.CINECITTA.DE/FILMKUNSTKINOS/MEISENGEIGE

BRANCHEN-MARKT A–Z

GEWERBEBAU I HALLENBAU I CONTAINER

Haas
Die Vielfalt des Bauens.

GEWERBE- & INDUSTRIEBAU
Firmen- und Bürogebäude · Industrie- und Lagerhallen
Werkstätten und Baumärkte

Haas Fertigbau GmbH
Industriestraße 8
D-84326 Falkenberg
Telefon +49 8727 18-462
Telefax +49 8727 18-662
Info@Haas-Fertigbau.de

www.Haas-Gewerbebau.de

Member of the Haas GROUP

HALLEN
Industrie- und Gewerbehallen

von der Planung und Produktion bis zur schlüsselfertigen Halle

wolf SYSTEM
Wolf System GmbH
94486 Osterhofen
Tel. 09932/37-0
gbi@wolfsystem.de
www.wolfsystem.de

GLOBAL-Systembau GEWERBEHALLEN
Industrie- und Hallenbau
mit mehr als 20-jähriger Erfahrung

Global-Systembau
Hüttenstraße 1
93142 Maxhütte-Haidhof
Tel.: 09471/605191
Fax: 09471/605192
global-systembau@t-online.de
www.global-systembau.de

Individuelle Hallen für:
-Gewerbebau
-Bürogebäude
-Photovoltaik

NAHWÄRME MEINHEIM

Regional versorgt

„In Meinheim wird ein großer Beitrag für die Energiewende geleistet.“ Mit diesen Worten eröffnete Bayerns Finanzminister Dr. Markus Söder das Nahwärmenetz in der Gemeinde Meinheim (Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen). Im Jahr 2010 hatten sich engagierte Bürger zur Nahwärme Meinheim eG zusammengeschlossen, um das ehrgeizige Projekt zu verwirklichen. Die Idee wurde geboren, da in der Kommune in den vergangenen Jahren drei Biogasanlagen ihren Betrieb aufnahmen. Deshalb lag es nahe, die als Nebenprodukt zur Stromerzeugung anfallende Wärme zur Heizung der Meinheimer Häuser zu nutzen.

Im Frühjahr 2012 wurde mit dem Bau der Rohrleitungen begonnen, mit viel Eigenleistung errichteten die Mitglieder die Wärmezentrale mit den erforderlichen Pumpen und der Zusatzheizung. Jetzt werden über das rund sieben Kilometer lange Leitungsnetz über 100 Gebäude der Genossenschaftsmitglieder (Privathäuser, Kindergarten, Schule und Firmengebäude) mit Wärme aus der Region versorgt. Für die Abdeckung von Spitzenlasten dient ein Kessel, der mit Pellets betrieben wird. Insgesamt erwartet die Genossenschaft, dass das Nahwärmenetz in Meinheim für eine jährliche Heizöleinsparung von 300 000 Litern sorgt. Das Projekt hat einen weiteren positiven Nebeneffekt: Der Bau der Wärmeleitung wurde genutzt, um ein Leerrohrnetz zu verlegen, das später ein Glasfasernetz für das schnelle Internet aufnehmen soll. *hpw.*

MEINHEIM.VGEM-ALTMUEHLTAL.DE

DB SCHENKER RAIL

Güterzug in die Türkei

Die DB Schenker Rail Deutschland AG bietet eine direkte und durchgehende Zugverbindung vom Nürnberger Rangierbahnhof in das türkische Çerkezköy. Derzeit kann dreimal die Woche innerhalb von sechs Tagen sowohl konventionelle als auch kombinierte Fracht in die Türkei oder zurück gebracht werden. Bei steigender Nachfrage sind bis zu fünf Abfahrten pro Woche geplant. An dem „Bosporus Shuttle“ sind neben DB Schenker Rail Romania und Bulgaria auch die Partner Rail Cargo Austria, GySEV Cargo Zrt. (Ungarn) und TCDD (Türkei) beteiligt (Kontakt: DB Schenker, Regionalvertrieb, Tel. 0911 219-1960, wolfgang.rebhan@dbschenker.eu).

GEWERBEBAU I HALLENBAU I CONTAINER

BRANCHEN-MARKT A–Z

SYSTEC fabeco
Gesellschaft für Stahlhallenbau mbH
http://www.systec-fabeco.de
Tel. 0961 / 401843-14 92637 Weiden

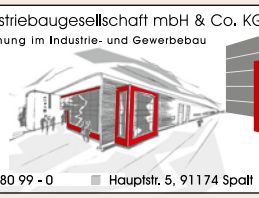
VH VÖLKEL+ HEIDINGSFELDER
Lindab
KOMPETENZ IM HALLENBAU
Als Lindab-Baupartner bieten wir komplette Projekte im Industrie- und Gewerbebau in Stahlbauweise an.

Völkel + Heidingsfelder GmbH
Telefon: (0911) 58 86-01
www.vh-online.de

Mieten oder kaufen

Büro-, Sanitär oder Unterkunfts-Container.
DERFLEXIBLERAUM
RENZ
www.renz-container.com

Zottmann Industriebaugesellschaft mbH & Co. KG
Generalunternehmung im Industrie- und Gewerbebau



ZIb ZOTTMANN INDUSTRIEBAU
Tel: 09175 / 90 80 99 - 0 Hauptstr. 5, 91174 Spalt
E-Mail: info@zottmann-industriebau.de
Web: www.zottmann-industriebau.de

ZELTE HOFMANN
Lager- & Verkaufszelte
Vermietung / Verkauf
für Industrie, Handel u. Handwerk
www.zeltehofmann.de
morgens bestellen, - abends nutzen
Telefax 3 27 051
Telefon 0911 - 3 26 21 49
Leyher Straße 56 90431 Nürnberg

PEWA FINISH-SERVICE

Mailings und Digitaldruck

Die Pewa Finish-Service GmbH in Allersberg, die vor 15 Jahren gegründet wurde, ist nach Worten von Geschäftsführer Sascha Dittmann einer der wenigen verbliebenen Buchbinderbetriebe im Großraum Nürnberg. Darauf sei man angesichts des Druckereisterbens und der damit verbundenen Marktbereinigung bei den Weiterverarbeitungsfirmen stolz. Darüber hinaus sieht Dittmann seinen Betrieb, den er gemeinsam mit Bernd Köckritz führt, als einen der führenden Spezialisten für Mailing- und Digitaldruckproduktion in der Region.

Hierfür entwickelte er das Geschäft mit dem Farbkuvertdrucker weiter, in den im vergangenen Jahr investiert wurde. Damit lässt sich Werbepost je nach Empfänger farblich individualisieren. Seit Jahresbeginn bietet er als weitere technische Möglichkeit eine sogenannte farbvariable Personalisierung mit Bildern an, „die es so in Nordbayern noch nicht gibt". Die Kundendaten werden automatisch durchforstet, dann beispielsweise in Männer und Frauen unterteilt, die dann jeweils passende Bilder zusätzlich auf das Briefkuvert gedruckt bekommen. Dieses Verfahren wird beispielsweise für einen Kunden aus der Modebranche eingesetzt. Statt nur mit einem schlanken Model beim Anschreiben zu werben, wertet die Pewa-Anwendung auch die jeweilige Konfektionsgröße der umworbenen Frauen aus und passt das Werbebild entsprechend an. „Mit dieser Lösung hat der Modelieferant zwei Drittel mehr Response", berichtet Dittmann, der 25 Mitarbeiter beschäftigt. Durch das Digitaldruckverfahren könnten Auflagen von 20 bis Hunderttausende Stück bewältigt werden.

Foto: Pewa

***Geschäftsführer** Sascha Dittmann.*

Seit Jahresbeginn können aus einer Kundendatenbank auch personalisierte Kundenkarten mit Chip oder RFID-Codierung hergestellt werden. Das nutzen etwa Banken, Versicherungen oder Krankenkassen, teils als Kundenkarten, teils um Zugangskarten für Mitarbeiter mit unterschiedlichen Berechtigungen zu erstellen. Andere Anwendungsmöglichkeiten sind etwa Eintrittskarten für Veranstaltungen aller Art, versehen mit Zutrittsberechtigungen im Code, oder Waffenbesitzkarten. Wachstum verbucht Pewa auch mit seiner Portokostenoptimierung bei Massendrucksachen und seiner Zustellerlizenz. Für die Landtags- und Bundestagswahl im letzten Monat haben einige Städte ihre Briefwahlunterlagen über Pewa verschickt.

Entstanden war Pewa Finish-Service im Jahr 1998 aufgrund einer Firmenübernahme durch die beiden Buchbindermeister Dittmann und Köckritz, vor drei Jahren wurde die Maildirekt GmbH aus Roth in das Unternehmen eingegliedert. Mit über 400 Kunden aus der Region, aus ganz Deutschland und einigen europäischen Ländern stieg der Umsatz 2012 auf 5,1 Mio. Euro. Im Jubiläumsjahr wird ein weiteres Umsatzplus von fünf Prozent angepeilt. *tt.*

WWW.PEWA-GMBH.DE

BRANCHEN-MARKT A–Z

IMMOBILIEN

HALLE
für Lager und Produktion, ca. 3000 m² Ges.-Fläche, ab Standort in Nürnberg (demontierbare Bauweise), inkl. Mobil-Büro-/Sanitär bis ca. 300 m²
inkl. techn. Einbauten wie Klimaanlage, Heizung, Beleuchtung usw., inkl. vorhand. Prüfung, Genehmigung, Pläne, Statik usw., zu verkaufen oder auf Mietkaufbasis
Fa. IWK
Tel. 0 98 53/3 89 08-10, Fax -20

HALLE
für Lager und Produktion, ca. 1000 m² Ges.-Fläche, zu vermieten, inkl. Mobil-Büro-/Sanitär bis ca. 80 m²
inkl. Brückenkran 5 t, Heizung/Umluft, Beleuchtung, große Tore, an der B 25 Nähe Dinkelsbühl, Feuchtwangen, Nördlingen und Aalen, zentral Süddeutschland, günstig und gut von privat zu vermieten
Tel. 01 72/8 40 72 59
Fax 0 98 51/5 50 56 12

KARTBAHN

FORMULA NÜRNBERG
Kilianstraße 102
90425 Nürnberg
Fon: 0911/366 30 30
Fax: 0911/366 30 40
www.formula.de
info@formula.de
... die Indoor-Kartbahn in Nürnberg!
Der Event für Mitarbeiter, Kunden und Freunde
- Begrüßungscocktail und Snack
- Spannende Kartrunden
- Siegerehrung mit Sektdusche
- Super Catering-Büfett im Gastrobereich oder im 200 m² großen Eventraum.
- Schulungsraum

Neugierig? Wir stellen Ihnen Ihr individuelles Programm zusammen!

INGENIEURDIENSTLEISTUNGEN

Der zuverlässige Partner für die Sicherheits- und Gesundheitsschutzkoordination
Dipl.-Bauing. (FH) Torsten Tesch
Taunusstraße 65, 91056 Erlangen
Telefon: +49 (9131) 48 005-14
E-Mail: info@sigeko-in-der-region.de
Internet: www.management-module.de
management module®
SiGeKo in der Region

200,– € kostet diese Anzeige (s/w)
Wann dürfen wir SIE hier platzieren?
Infos unter Tel. 0911/5203355, Rüdiger Sander

Börsen

Kooperationen

So nehmen Sie an der Börse teil: Die Kooperationsbörse enthält Angebote und Nachfragen, die auf eine echte zwischenbetriebliche Zusammenarbeit abzielen: Dazu gehören Patent- und Lizenzanzeigen ebenso wie Joint Ventures. Dagegen sind freie Kapazitäten oder Lohnfertigungsaufträge nicht Gegenstand der Kooperationsbörse.

- Die Beteiligung steht allen Unternehmen unentgeltlich offen. Die Veröffentlichung von Offerten erfolgt unter Chiffre.
- Antworten auf Inserate bitte mit vollständiger Chiffre-Nr. und dem Stichwort „Kooperationsbörse“ auf den Kuverts kennzeichnen und senden an: IHK Nürnberg für Mittelfranken, Brigitte Gietl, 90331 Nürnberg. Antworten auf Chiffre-Anzeigen geben wir ungeöffnet an den Inserenten weiter.
- Anzeigen in der Kooperationsbörse werden in der Regel bundesweit bekannt gegeben. In der „WiM – Wirtschaft in Mittelfranken“ werden nur ausgewählte Beispiele aus Mittelfranken veröffentlicht.

IHK, Brigitte Gietl, Tel. 09 11/13 35-2 44
Fax -3 33, brigitte.gietl@nuernberg.ihk.de
www.kooperationsboerse.ihk.de

ANGEBOTE

Kooperationspartner für Vertrieb bzw. Anwendung und Planung eines neu angemeldeten Patentes gesucht: Neuartige Lösung für Dachschäden, die durch Feuchte, Hitze im Dachgeschoss, vorzeitiges Altern von Unterspannbahnen, Beschädigung der Dachziegel und Moosbildung entstanden sind. Prinzip des Patents ist eine gute Hinterlüftung der Dachziegel (www.dachkuehlung.de).
N-158-1575 (Vertriebspartner) bzw.
N-158-1574 (Partner für Anwendung und Planung)

Finanzpartner gesucht für den Produktbereich Holzregale, Party-Garnituren sowie Gartenbänke und -garnituren. Alle Artikel sind Eigenkonstruktionen, in ihrer Art und Verwendung konkurrenzlos, zum Teil patentiert und geschützt, qualitätsorientiert und mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis.
N-158-1482

Existenzgründung/ Nachfolge

(www.nexxt-change.org)

So nehmen Sie an der Börse teil: Die Existenzgründungs- und Unternehmensnachfolgebörse „nexxt-change“ ist eine Gemeinschaftsinitiative der deutschen Industrie- und Handelskammern, der Handwerkskammern, der KfW Mittelstandsbank, des Bundesverbands der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken, des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie.

- Sie können als Anbieter / Nachfrager mit einer Anzeige im IHK-Magazin erscheinen, wenn Ihr Firmensitz / Wohnort in Mittelfranken liegt.
- Antworten auf Inserate bitte mit vollständiger Chiffre-Nr. und dem Stichwort „nexxt-change“ auf den Kuverts kennzeichnen und senden an: IHK Nürnberg für Mittelfranken, Gründungsförderung, 90331 Nürnberg.
- Wir leiten die Zuschriften ungeöffnet an die Inserenten weiter.

Information:
IHK, Brigitte Gietl, Tel. 09 11/13 35-2 44
Fax -3 33, brigitte.gietl@nuernberg.ihk.de
www.nexxt-change.org

ANGEBOTE

Metzgerei ab sofort zu vermieten bzw. zu verkaufen: Die kleine Metzgerei befindet sich in der Altstadt von Weißenburg und ist seit März 2013 geschlossen. Ideal für einen Zwei-Mann-Betrieb, alle nötigen Maschinen stehen zur Verfügung. Ein guter Kundenstamm war vorhanden. Die Wurstküche ist renovierungsbedürftig, der Laden wie neu.
N-04-08-13-A

Zoofachgeschäft in Franken zu verkaufen: Alteingesessenes Geschäft mit viel Stamm- und Laufkundschaft in Kreisstadt. Sortiment beinhaltet auch Gartenbedarf. Aus familiären Gründen zu verkaufen.
N-03-09-13-A

Nachfolger für Großhandel gesucht: Schwerpunkte sind LED-Beleuchtung (Innen- und Außenbeleuchtung) und Photovoltaik (Module, Systeme etc.). Der Zeitpunkt der Übergabe kann flexibel vereinbart werden. Der bisherige Eigentümer berät den Nachfolger auf Wunsch längerfristig – auch im Hinblick auf die Kontakte zu Herstellern und Behörden in China.
N-01-03-13-A

Handelsrichter

Der Präsident des Landgerichts Nürnberg-Fürth hat mit Verfügung vom 13. August 2013

Jörg Bollmann
Geschäftsführer der Bollmann Druck GmbH
Rudolf-Diesel-Straße 3, 90513 Zirndorf

gemäß § 108 GVG mit Wirkung vom 1. September 2013 auf die Dauer von fünf Jahren erneut zum Handelsrichter ernannt. ■

BRANCHEN-MARKT A–Z

KRANSERVICE

KNOLL
Autokrane · Hubarbeitsbühnen
Teleskop- und Gabelstapler
LKW-Berge- und Abschleppdienst
Maschinenbewegungen · Montagen
Heben
Bewegen
Transportieren
Zentrale:
Industriestr. 3 91583 Schillingsfürst
www.kran-knoll.de info@kran-knoll.de
Tel. 09868/98800 Fax 09868/988080
Unsere Dienstleistungen
stehen in folgenden Regionen bereit:
Ansbach · Fürth · Erlangen
Dinkelsbühl · Bad Windsheim
Bad Mergentheim · Crailsheim
Telefon (0700) 5726 56655
Niederlassung:
Gewerbegebiet Ost 44 · 91085 Weisendorf
Tel. 09135/736087-0 · Fax 09135/736087-87
Wir machen das Unmögliche möglich!

PALETTEN UND GITTERBOXEN

Nürnberger Leergut Service
Euro-Paletten & Gitterboxen
Ankauf & Verkauf
Ingolstädter Straße 37b 90461 Nürnberg
Telefon: 0911/4395271

REINIGUNGSGERÄTE

KAESER KOMPRESSOREN
NEU IM SORTIMENT
KÄRCHER
KÄRCHER Center MÜLLER
Alle Kärcher Produkte – Jedes Original Zubehör!
Ernst Müller GmbH & Co. KG
Wiesbadener Straße 4 · 90427 Nürnberg
Tel. 0911/30 06-235
Öffnungszeiten
Mo-Fr 7.30-17.00 Uhr · Sa 9.00-13.00 Uhr

ROHRREINIGUNGSSERVICE

Abfluss verstopft ? Rohrbruch ?
www.RRS.de
Rohrreinigungs-Service RRS GmbH
Kundenbüro:
Neumühlweg 129
90449 Nürnberg
Tel. (0911) 68 93 680
Fax (0911) 68 42 55
Tag+Nacht Notdienst
(kostenlose Servicenummer)
0800-68 93 680
freecall
Halt Dein Rohr sauber!
• Rohr-, Abfluss-, Kanal-Reinigung
• Hochdruckspülung & -reinigung
• Fettabscheiderentleerung
• Dichtheitsprüfung (ATV, DIN-EN ...)
• Rohr-Kanal-TV-Untersuchung
• Kanal-Rohr-Sanierung
• Leitungsortung
• Signalnebelberauchung
• Rückstau-Schutz
• Ratten-Schutzklappe
Meister Betrieb
Ausbildungs-fachbetrieb
DWA Mitglied
TÜV

Beitragsordnung der IHK Nürnberg für Mittelfranken

Die Vollversammlung der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken hat die nachfolgende Änderung der Beitragsordnung in ihrer Sitzung am 5. März 2013 beschlossen. Die Änderung hat das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie mit Entscheidung vom 3. September 2013 (Aktenzeichen IV/3-6011g/39/6) genehmigt; sie wird hiermit bekannt gemacht:

§ 18 der Beitragsordnung wird neugefasst wie folgt:

§ 18 Mahnung, Beitreibung und Erstattungen

(1) Beiträge, die nach Ablauf der Zahlungsfrist nicht beglichen sind, werden mit Festsetzung einer neuen Zahlungsfrist angemahnt. Die Erhebung einer Mahngebühr (Beitreibungsgebühr, Auslagen) richtet sich nach der Gebührenordnung der IHK.

(2) In der Mahnung ist der Beitragspflichtige darauf hinzuweisen, dass im Falle der Nichtzahlung innerhalb der Mahnfrist die Beitreibung der geschuldeten Beträge eingeleitet werden kann.

(3) Die Einziehung und Beitreibung ausstehender Beiträge richtet sich nach § 3 Abs. 8 IHKG in Verbindung mit den Vorschriften des Bayerischen Verwaltungszustellungs- und Vollstreckungsgesetzes (VwZVG) in der jeweiligen Fassung.

(4) Von einer Beitreibung der Beiträge kann die IHK absehen, wenn der Wert der beizutreibenden Beitrags-Forderung 5 Euro nicht überschreitet.

(5) Beitrags-Guthaben (Erstattungsbeträge), die nicht ausgekehrt werden können, weil der IHK-Zugehörige verstorben oder unbekannt verzogen ist oder der IHK auch nach zweimaliger Aufforderung keine Kontoverbindung mitgeteilt hat, können von der IHK als Ertrag verbucht werden, soweit der zu erstattende Betrag 5 Euro nicht übersteigt.

Inkrafttreten

Die Änderungen treten 14 Tage nach der Bekanntmachung im IHK-Magazin „WiM – Wirtschaft in Mittelfranken“ in Kraft.

Nürnberg, 13.9.2013

Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken

Präsident
Dirk von Vopelius

Hauptgeschäftsführer
Markus Lötzsch

Sachverständige

Am 8. August 2013 wurde die öffentliche Bestellung und Vereidigung des Sachverständigen

Dipl.-Ing. Werner B. Gratzke
Tolnaer Straße 2, 91056 Erlangen

für das Fachgebiet „Anlagen der Leistungselektronik und deren Komponenten“, entsprechend der Sachverständigenordnung der IHK Nürnberg für Mittelfranken von der IHK Nürnberg für Mittelfranken verlängert.

Am 7. August 2013 wurde die öffentliche Bestellung und Vereidigung des Sachverständigen

Peter Sommer
Dr.-Ehlen-Straße 54 a, 91126 Schwabach

für das Fachgebiet „Einfacher Hausrat“, entsprechend der Sachverständigenordnung der IHK Nürnberg für Mittelfranken von der IHK Nürnberg für Mittelfranken verlängert.

Alte Carnets

Zum 31. Oktober 2013 vernichtet die IHK Nürnberg für Mittelfranken alle Carnets A.T.A. / C.P.D., deren Ausstellungsdatum vor dem 31. Juli 2010 liegt. Für den Fall, dass Inhaber ihre Carnets aus steuerlichen Gründen länger aufbewahren müssen, können diese Dokumente vor dem angegebenen Stichtag im „Kompetenzzentrum Zoll“ der IHK Nürnberg für Mittelfranken abgeholt werden.

IHK, Ulrich Wohlrab,
Tel. 0911 1335-362
Ingrid Dipold, Tel. 0911 1335-260

Arbeitsrecht

Das Bundesarbeitsministerium hat sein Nachschlagewerk „Übersicht über das Arbeitsrecht/Arbeitsschutzrecht“ in einer aktualisierten siebten Auflage vorgelegt. Es gibt einen fundierten und verständlich geschriebenen Überblick über diesen komplexen Themenbereich und beinhaltet u.a. folgende aktuellen Entwicklungen: Änderungen beim Teilzeit- und Befristungsgesetz, Initiativen zur Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen, Neues zum Urlaubsrecht sowie geplante Neufassung der Biostoffverordnung im Rahmen der Umsetzung der EU-Richtlinie 2010/32/EU (sogenannte Nadelstich-Richtlinie). Durch die beigefügte CD-ROM, die den gesamten Inhalt in digitaler Form enthält, lässt sich das Buch auch als Nachschlagewerk für unterwegs nutzen.

Übersicht über das Arbeitsrecht/Arbeitsschutzrecht – Ausgabe 2013/2014, Herausgeber: Bundesministerium für Arbeit und Soziales, 910 Seiten, inklusive CD-ROM, Hardcover, 36 Euro, 7. überarbeitete Auflage, ISBN 978-3-8214-7286-7, BW Bildung und Wissen Verlag und Software GmbH, Nürnberg.

TRAPEZBLECHE

TREPPENBAU

Verbraucherpreisindex für Deutschland August 2013

Basisjahr 2010 = 100	Anteil am Gesamtindex	August 2013	Juli 2013	Vgl. zu August 2012
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	10,4 %	110,3	111,2	+ 4,4 %
Alkoholische Getränke, Tabakwaren	3,9 %	107,8	107,9	+ 2,7 %
Bekleidung und Schuhe	4,9 %	101,2	99,7	+ 0,8 %
Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe	30,8 %	107,6	107,6	+ 1,8 %
Möbel, Leuchten, Geräte und anderes Haushaltszubehör	5,6 %	101,9	102,0	+ 0,9 %
Gesundheitspflege	4,0 %	99,5	99,5	- 3,7 %
Verkehr	13,2 %	108,2	108,2	-0,6 %
Nachrichtenübermittlung	3,1 %	93,3	93,6	– 1,7 %
Freizeit, Unterhaltung und Ähnliches	11,6 %	106,1	106,2	+ 2,9 %
Bildungswesen	0,7 %	96,2	96,1	+ 3,2 %
Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	4,4 %	106,3	106,3	+ 2,4 %
Andere Waren und Dienstleistungen	7,4 %	104,6	104,1	+ 2,0 %
Verbraucherpreisindex (Gesamtlebenshaltung)	100 %	106,1	106,1	+ 1,5 %

Alle Werte Bundesrepublik Deutschland. Weitere Informationen: IHK, Dr. Maike Müller-Klier, Tel. 0911 1335-376, maike.mueller-klier@nuernberg.ihk.de. Das Statistische Bundesamt bietet im Internet unter www.destatis.de ein Programm zur Berechnung von Schwellenwerten für Wertsicherungsklauseln. Ferner finden Sie dort einen Leitfaden zur Berechnung der Schwellenwerte.

IMPRESSUM

Die „WiM - Wirtschaft in Mittelfranken“ ist das offizielle Veröffentlichungsorgan der IHK Nürnberg für Mittelfranken. Der Bezug der Zeitschrift erfolgt für IHK-Mitglieder kostenfrei im Rahmen der gesetzlichen Mitgliedschaft. Für andere Bezieher beträgt der Abonnement-Preis jährlich 24 Euro.

WiM-Abo
Kundenservice
Telefon 0911 1335-335
Telefax 0911 1335-150335

Herausgeber
Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken
Hauptmarkt 25/27 | 90403 Nürnberg
Internet www.ihk-nuernberg.de

Druckauflage/Erscheinungsweise
122667 (2. Quartal 2013)
monatlich im 1. Monatsdrittel. ISSN 1437-7071
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.

Verantwortlich für Herausgabe und Inhalt
Dr. Kurt Hesse
Telefon 0911 1335-379
E-Mail kurt.hesse@nuernberg.ihk.de

Redaktion
Hartmut Beck
Telefon 0911 1335-385
E-Mail hartmut.beck@nuernberg.ihk.de
Maximilian Hensel
Telefon 0911 1335-465
E-Mail maximilian.hensel@nuernberg.ihk.de

Redaktionsassistenz
Simone Brunner
Telefon 0911 1335-386
E-Mail simone.brunner@nuernberg.ihk.de
Susann Landes
Telefon 0911 1335-378
E-Mail susann.landes@nuernberg.ihk.de
Telefax 0911 1335-300

Layout-Konzept
Die Blattwerkstatt | Dr. Stefan Brunn
Am Weinberg 108 | 47647 Kerken
Telefon 02833 574750
E-Mail brunn@blattwerkstatt.de

WiM Online
Gunther Brieger
Telefon 0911 1335-464
E-Mail gunther.brieger@nuernberg.ihk.de

Fotos
Kurt Fuchs
Am Weichselgarten 23 | 91058 Erlangen
Telefon 09131 777740
Telefax 09131 777744
E-Mail info@fuchs-foto.de
sowie verschiedene Bildagenturen

Verlag, Herstellung und Vertrieb
Hofmann Druck Nürnberg GmbH & Co. KG
Postfach 120260 | 90109 Nürnberg
Emmericher Str. 10 | 90411 Nürnberg
Telefon 0911 5203-0
Telefax 0911 5203-148

Zustellung
Deutsche Post
Telefon 0911 9968813

Anzeigen
Hofmann Media
Rüdiger Sander (verantwortlich)
Emmericher Str. 10 | 90411 Nürnberg
Postfach 120260 | 90109 Nürnberg
Telefon 0911 5203-355
Telefax 0911 5203-351
E-Mail sander@hofmann-infocom.de
Internet www.hofmann-infocom.de

Bei Nichterscheinen oder verspätetem Erscheinen infolge höherer Gewalt besteht kein Anspruch auf Lieferung oder Rückzahlung des Bezugsgeldes.

Fotomechanische Vervielfältigungen von Teilen aus dieser Zeitschrift sind nur für den innerbetrieblichen Gebrauch des Beziehers gestattet.

Mit Namen gekennzeichnete Beiträge stellen die Meinung des Autors, nicht immer die Auffassung der IHK dar.

Für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen.

Die nächste **wim** erscheint am
11. November 2013 mit dem Special

Büroorganisation I IT

Anzeigenschluss: **14. Oktober**

Foto: Sergey Nivens/Fotolia.com

Themen-Special im Dezember 2013:

Recht I Steuern

Erscheinungstermin: 10. Dezember
Redaktionsschluss: 15. November
Anzeigenschluss: 15. November
Druckunterlagenschluss: 22. November

Themen-Special im Januar 2014:

Messen I Ausstellungen

Erscheinungstermin: 10. Januar
Redaktionsschluss: 13. Dezember
Anzeigenschluss: 11. Dezember
Druckunterlagenschluss: 20. Dezember

Das Online-Archiv der wim

Das Wirtschaftsarchiv bietet Ihnen unter **www.wim-magazin.de** kostenlos alle wesentlichen Artikel zurückgehend bis Juli 2001 mit praktischer Recherchemöglichkeit und Unternehmensdatenbank.

Beilagenhinweis

Dr. Jockisch Rechtsanwalts GmbH, Landshut (Vollbeilage)
Julius vom Hofe GmbH & Co.KG, Lüdenscheid (Teilbeilage)

Für den Inhalt der Beilagen sind die oben genannten Werbetreibenden selbst verantwortlich.

INSERENTENVERZEICHNIS

A.M. Hallenbau GmbH 131
Ad-room Werbeagentur GmbH 55
AFAG Messen und Ausstellungen GmbH 48
ARSmedium AG 49
Bauer Treppenbau GmbH 136
BAW Bayerische Akademie 47
bytecontent GmbH 59
Cinecitta Multiplexkino 45
DATEV eG 140
DESIGN OFFICES Nürnberg GmbH 117
Deutsche eVergabe 33
Deutsche Post AG 15
Dr. Heindl Tresore GmbH & Co. KG 106
Dr. Willy Fuchs GmbH 106 I 126 I 127
DTS Service & Vertrieb GmbH 130
ELA-Container GmbH 130
Fahnenzentrum Neumeyer-Abzeichen 130
Fahner Druck GmbH 50
Ferring Akquise 112
Feser GmbH 4 I 5
Fiegl 130
Formula 134
FRAPACK GmbH 19
Korth Carl Institut 127
Gewerbehof Baiersdorf GmbH & Co. KG 123
Global-Systembau GmbH 132
Goldbeck GmbH 125
GOSSLER Elektrounternehmen GmbH 127
GöSta Hallenbau GmbH 131
Haas Fertigbau 132
Haberzettl Mensch und Maschine GmbH 128
Heitec AG 115
Hellfeier Marketing Affairs GmbH 44
Herrmann GmbH 51
Höcker Wärmepumpen GmbH 124
Hoh M. Werner 47
Ideenmühle GmbH 47
Innovie GmbH 103
IWK Industrie-, Wohn- und Kommunalbauges. m.b.H 131 I 134
KNOLL Kranbetrieb 135
Kölbl Industriebau GmbH 133
Kreuzer Dr. & Coll Anwaltskanzlei GbR 120
Küchen-Loesch GmbH 139
Lehrieder Catering 129
LfA Förderbank Bayern 23
LiuTek International GmbH 130
Löffler Gabelstapler Verkauf und Service GmbH 130
Losberger GmbH 121
M. + S. Bauer GmbH 130
machen.de Medien und Marketing GmbH 37
management module GmbH 134
Lingner Marketing 34 I 35
mediastudio Ansbach 46
MEDIEN AKTIV SERVICE GmbH 53
Merk Textil-Mietdienste GmbH & Co. KG 20 I 21
Merkl Hallen- und Stahlbau GmbH 131
Meyer & Dörring GbR 126
mf DESIGN 9
Müller Ernst GmbH & Co. KG 135
Nürnberger Leergut Service 135
psbrands GmbH 43
qm medien GmbH 122
Renz GmbH 133
ricochet GmbH 32
Röder HTS Deutschland 131
Rohrreinigungs-Service RRS GmbH 135
Schilder Klug GmbH 37
Schlötterer designstudio 51
second level GmbH 57
SMIC! Events & Marketing GmbH 39
SOS-Kinderdorf e.V. 107
Sparkassenverband Bayern 29
Sperber Johann GmbH & Co. KG 108 I 109
St. Gundekar-Werk Eichstätt 106
Stadt Nürnberg - Meistersingerhalle 114
Stadthalle Fürth 116
Stielfried Matthias GmbH & Co KG 119
Sybac Verwaltungs GmbH 131
SYSTEAMBAU GmbH 133
SYSTEC fabeco 133
Telefonbuch-Verlag Hans Müller GmbH & Co. KG 40 I 41
Telle GmbH 106
the new printproduction UG 37
time for 38
UNICOL Deutschland GmbH 128
UniCredit Bank AG 17 I 66
USM U.Schärer Söhne GmbH 113
Völkel + Heidingsfelder GmbH 133
Wagert Arbeitsbühnen 127
Wahler Partyservice GmbH 129
Wanke Oliver 60
WEB & CO 61
Wendler GmbH 128
Wicklein Fenstermacher GmbH 106
Wildner + Designer GmbH 42
Wolf System GmbH 132
Zelte Hofmann GmbH 133
ZFS Sagerer 126
Zlb - Zottmann Industriebau GmbH & Co. KG 133
Zimmermann Trapezblechhandel GmbH 136

„Die Lange Nacht der Wissenschaften“:
A.R.C. Laser GmbH XIV
AREVA GmbH XII
Astrum IT GmbH XXX
Autohaus Fink GmbH & Co.KG XIX
Bayerischer Rundfunk - Studio Franken X
Bildungszentrum Stadt Nürnberg XXIX
CARE Vision Germany GmbH XIV
Conti Temic microelectronic GmbH XV
DATEV eG XVII
Diakonie Neuendettelsau II
Electrolux Hausgeräte XIV
Evangelische Hochschule Nürnberg VI
FOM Hochschule XXVI
Franken Fernsehen X
Fraunhofer-Institut Integrierte Schaltungen IIS XXX
Gemeinnützige Gesellschaft für soz. Dienste mbH XXVII
GfK Nürnberg e.V. XI
Hamburger Fern-Hochschule gemeinnützige GmbH XXVII
Handwerkskammer für Mittelfranken VIII
IBS International Business School GmbH XXXII
infra fürth gmbh XVI
MAN Truck & Bus IV
Medical Valley Center GmbH XXVI
Metrilus GmbH XXV
MID GmbH XXI
Museum für Kommunikation XX
NÜRNBERGER Lebensversicherung AG VII
Open MRT im Deutschherrnkarree XXXI
PolyIC GmbH & Co. KG XII
PricewaterhouseCoopers AG V
Schaeffler Technologies AG & Co. KG IX
Schultheiss Wohnbau AG IV
Siemens AG XIII
Talkingeyes & more GmbH XXIX
Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm XXIII
Theilinger Automation und Papiertechnik GmbH XXXIII
Thermo Fisher Scientific Messtechnik GmbH XVIII
TÜV Rheinland - LGA Beteiligungs GmbH III
TÜV Süd Industrie Service GmbH XX
VGN Verkehrsverbund Großraum Nbg GmbH XXXV
WaveLight GmbH XXV

HAUSHALT GLAS & PORZELLAN

Küchen Loesch

Qualität

Bei Küchen-Loesch gibt es mehr „Made in Germany" Produkte als man denken könnte.

Made in Germany

BESTECKE

mono · POTT · Eichenlaub SOLINGEN GERMANY

ROBBE & BERKING SILBER

Silber vom Feinsten **bis -25%**

Versch. Modelle zum Jubiläumspreis. Wir beraten Sie gerne.

EDLES PORZELLAN

DIBBERN · Rosenthal studio-line · KPM

bis -28%

Rosenthal studio-line **„SUOMI weiss"** Kombisets 10-tlg. ~~184.-~~ **139.-**

KPM Königliche Porzellanmanufaktur Berlin — Startersets 6-tlg. ab ~~272.-~~ **195.-**

BRATPFANNEN

BAF · HELMENSDORFER · WOLL

Fissler **bis -45%**

Bratpfanne „PROTECT MONACO BLUE" 28 cm Antihaftversiegelt ~~72.50~~ **39.95**

für jeden Zweck die richtige Pfanne, aus Gusseisen, Edelstahl oder Leichtmetall

TÖPFE UND MEHR

Fissler · Silit · WMF

die Garzeiten im Schnellkochtopf sind bis zu 70% kürzer als beim herkömmlichen Kochen, Sie können bis zu 50% Energie sparen.

z.B. WMF **Schnellkochtopf „PERFEKT"**
2,5 Ltr. ~~134.-~~ **99.95**
4,5 Ltr. ~~149.-~~ **109.95**

Silit · Silargan

Kochtopfset „ACCENTO" Silargan ~~450.-~~ **299.-**

WEINGLÄSER

Eisch GLASKULTUR · Nachtmann

für jedes Getränk das richtige Glas

z.B. Stölzle verschiedene Größen ab **5.20**

SCHOTT ZWIESEL **„PURE"** ab **7.95**

SERIENGESCHIRRE

Arzberg · KAHLA · Thomas

große Auswahl, faire Preise

z.B. Friesland **bis -47%**

„KLEINE BRISE" Kaffeeservice 20-tlg. ~~188.-~~ **99.-**

KOCHMESSER

GUDE die Messer · ZWILLING J.A.HENCKELS · Solingen Windmühlenmesser

z.B. WÜSTHOF **Messerblock „Classic"** 6-tlg. ~~359.-~~ **249.-**

Kochmesser „KITCHEN SURFER" ~~49.90~~ **29.90**

auch Einzelmesser zum Sonderpreis

PERFEKTER KAFFEE

wie Espresso Cappuccino oder Cafè Crème auf Knopfdruck

z.B. WMF **„450 TOUCH TITAN"** Espresso-Kaffeevollautomat inkl. Milchkühler ~~1039.95~~ **699.-**

TISCHTEXTILIEN

Filz: das Natur-Trendmaterial (aus reiner Merinowolle) für den Wohn- und Tischbereich in leuchtenden Farben und aktuellen Designs.

daff

Untersetzer 15 cm **5.90**
Tischset 33 x 45 cm **24.50**

ISOLIERKANNEN

alfi

z.B. alfi **bis -47%**

Isolierkanne „HELENA", Messing verchromt 1 Ltr. ~~149.95~~ **79.95**

Isolierkanne „GUSTO", 1 Ltr. ~~69.95~~ **39.95**

Kaffeefilter für Isolierkannen Porzellan **21.95**

BACKFORMEN

original KAISER Backform · Dr.Oetker

Backformen „La Forme Plus" mit KAIRAMIC® Beschichtung - für leichte Handhabung und die schönsten Backergebnisse.

z.B. original KAISER Backform **„LA FORME PLUS"** Springform 26 cm ~~42.95~~ **37.95**

Quiche- und Obstkuchenform 24cm ~~27.95~~ **22.95**

ELEKTRISCHE ALLESSCHNEIDER

GRAEF · ritter made in Germany

GRAEF „CLASSIC C180" Vollmetallausführung, große Bodenplatte, Edelstahlmesser ~~219.-~~ **189.95**

„ECONOMIC E 134" o. Abb. ~~92.99~~ **79.95**

weitere Angebote im Online-Shop www.kuechen-loesch.de

Küchen-Loesch

Lorenzer Platz 7-15 · 90402 Nürnberg · Tel. 09 11/20 67 40

Montag bis Freitag 9.30 – 19.00 Uhr
Sa. 9.30 – 18.00 Uhr

P Sie parken gratis! 1 Stunde ab einem Einkauf von 25 € Findelgasse

Ich will mich nicht um alles kümmern. Darum habe ich die Lohnabrechnung ausgelagert – in die besten Hände.

Beim Lohn können Sie sich ganz auf Ihren steuerlichen Berater verlassen. Er erledigt alle Aufgaben absolut sicher und zuverlässig, auch bei kurzfristigen gesetzlichen Änderungen. Mehr Infos bei Ihrem Steuerberater oder unter Tel. 0800 1001116.

www.datev.de/lohn

DATEV

Zukunft gestalten. Gemeinsam.