

saar wirtschaft

04-05|2025

Azubis sind
die Zukunft



COSMOS DIREKT

PRÄSENTIERT

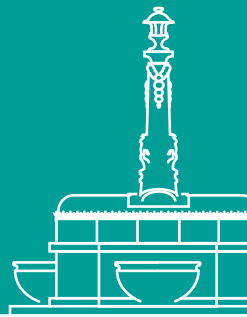


BESONDERE AZUBI- UND
STARTUP-WERTUNGEN

FIRMEN
LAUF

2025

SAARBRÜCKEN



WWW.FIRMENLAUF-SB.DE

MI. 18. JUNI

STAATSTHEATER
5 KM LAUF & PARTY



COSMOS DIREKT



saarbasar
Das Saarland-Einkaufszentrum

mediserv Bank

ODDO BHF
SOLUTIONS

Energie SaarLorLux

ORBIS

BAUHAUS

**PETER
GROSS
BAU**

Bitburger
0.0

**TEAM
SAARLAND**
Höher. Weiter. Bunter.

WOCHENSPIEGEL

**RADIO
SALÜ**

FORUM



*Im Kampf gegen Fachkräftemangel
ist Ausbildung das Mittel,
das am meisten Erfolg verspricht.*

Susanne Juchem

Ausbilden lohnt sich

Der Fachkräftemangel mag zurzeit nicht so stark im Fokus stehen. Die Wirtschaft hat andere Herausforderungen: politische Krisen, überbordende Bürokratie, teure Energie. Die Frage bleibt aber relevant und wird wegen des demografischen Wandels drängender: Wie können Unternehmen ihren Bedarf an qualifizierten Arbeitskräften in Zukunft sichern? Eine Antwort lautet: Nachwuchs selbst ausbilden!

Was nach einfacher Lösung klingt, ist eine echte Herausforderung. Ein Grund dafür: Dem Angebot an Lehrstellen stehen seit Jahren viel weniger Bewerber gegenüber. Ein großer Teil der Betriebe, die ausbilden wollen, findet keine Auszubildenden. Manche Unternehmen bekommen auf freie Lehrstellen keine einzige Bewerbung. Unsere aktuelle IHK-Umfrage zur Ausbildung zeigt, wie stark die Mitgliedsbetriebe betroffen sind.

Die Umfrageergebnisse, die wir in dieser saarwirtschaft vorstellen, spiegeln noch ein anderes Problem: Die Unternehmen bieten immer weniger Ausbildungsplätze an. Dieser Trend schlägt sich in der gesunkenen Zahl neuer Ausbildungsverträge im IHK-Bereich nieder. In unserer Umfrage signalisieren die Betriebe, dass sie auch in diesem Jahr weniger Lehrstellen anbieten wollen als 2024. Eine Erklärung dafür liegt sicherlich in der schwierigen Azubi-Suche. Zunehmend macht sich aber auch die wirtschaftliche Strukturkrise bemerkbar.

Im Kampf gegen den aktuellen und künftigen Fachkräftemangel bleibt Ausbildung trotzdem nach wie vor das Mittel, das am meisten Erfolg verspricht. Die Unternehmen müssen sich aber stärker engagieren, um junge Menschen für sich zu gewinnen. Viele Betriebe zeigen, wie es geht. Sie bieten attraktive Arbeits- und Lernbedingungen, unterstützen ihre Azubis und eröffnen echte Karrierechancen. Sie fördern, unterstützen und motivieren ihre Azubis.

Zudem engagieren sie sich, indem erfahrene Mitarbeiter als Prüfer tätig werden. Die Unternehmen investieren viel Zeit und Geld. Denn sie wissen: Ausbilden lohnt sich! Wie breit das Engagement ist, lesen Sie in dieser saarwirtschaft.

Der Einsatz für Ausbildung ist nicht nur Sache der Unternehmer. Es ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, die stärker angegangen werden muss. Schulen müssen viel gezielter die Grundlagen für eine erfolgreiche Berufsausbildung vermitteln. Und: Die Berufsorientierung muss deutlicher die Chancen und Vorteile einer Ausbildung herausstellen. Genau hier setzt die IHK-Kampagne mit ihrer Botschaft an: „Jetzt #könnenlernen – Ausbildung macht mehr aus uns“.

Eine spannende Lektüre wünscht

Ihre Susanne Juchem
IHK-Vizepräsidentin

Editorial

03 Ausbilden lohnt sich

IHK aktuell

08 Meldungen

09 Dienstjubiläen

Titelthema: Azubis sind die Zukunft

10 IHK-Umfrage: Azubis bleiben gesucht

16 IHK-Service: Engagiert für die Ausbildung

20 SaarGummi: „Wir müssen enkelfähig werden“

24 reha: Wenn es einfach passt

26 Rhenus: Die Chancen-Logistiker

28 AZH: Unter einem Dach

30 Stefanie Petralli: Die Prüferin

32 Paratec: Sprung ins Abenteuer

34 Ludwig Schokolade: „Man wächst hinein“

Recht

36 Notfallkoffer für Unternehmen

Wirtschaftspolitik

40 Saar-Konjunktur: Stimmung bleibt gedämpft

Beruf und Bildung

42 Scheer School: Start in eine neue Welt

Aus der Saarwirtschaft

46 Frauen an der Spitze: Stephanie Lotter

48 Stadtwerke Saarbrücken Netz AG: Damit alles fließt

50 SBL Dienstleistungen: Die Saubermacher

52 X-Comics: „Wir leben von Emotionen“

54 X-5001: Frei im Seil

56 RAS SAAR: Service zum Abheben

58 Fink & Walter: Damit Wunden gut versorgt sind

60 Dr. Theiss Naturwaren: Markenfamilie zum Wohlfühlen

62 Gebäudeservice Kuhn: Pflege für Wohnanlagen

64 MAQSIMA: Durch den Dschungel der Gesetze

66 Ayedo Cloud Solutions: Damit Apps laufen



Titelthema: Die Ausbildung junger Menschen ist ein zentraler Faktor für die Zukunft der Unternehmen.



Am Anfang war es ein Hobby. Heute ist X-Comics aus Saarlouis ein Branchen-Primus.

**Lesen Sie
die saarwirtschaft
auch online:**
Mit der App „saarwirtschaft“
(im App Store und
Google Play) oder auf der
Homepage der IHK.



36

IHK-Rechtsservice: Wie Unternehmen am besten für den Notfall vorsorgen.



46

Frauen an der Spitze: Globus-Chefeinkäuferin Stephanie Lotter im Porträt.



60

Dr. Theiss Naturwaren ist mit Produkten rund um die Gesundheit zu einem großen Unternehmen geworden.



42

Wie die neue Scheer School of Digital Sciences Unternehmen unterstützen will.

Impressum

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer
des Saarlandes

Redaktion:

Dr. Mathias Hafner
Telefon 0681 9520300
mathias.hafner@saarland.ihk.de

Volker Meyer zu Tittingdorf
Telefon 0681 9520310
volker.meyertzuttingdorf@saarland.ihk.de

Frauke Scholl
Telefon 0681 9520301
frauke.scholl@saarland.ihk.de

Gestaltung:

wppt:kommunikation GmbH
Treppenstraße 17-19
42115 Wuppertal
Telefon 0202 429660
sk@wppt.de

Anzeigenverkauf:

INSZENE Media GmbH
Dudweiler Landstraße 103-105
66123 Saarbrücken

Tobias Wönne und Annika Stein
Telefon: 0681 95803921
E-Mail: anzeigen@inszene.media

Markus Brixius
Telefon: 0681 39680534 (ab 16 Uhr)
E-Mail: anzeigen@inszene.media

Druck und Vertrieb:

Bonifatius GmbH
Karl-Schurz-Straße 26
33100 Paderborn
Tammo Wilm
Telefon 05251 153322
tammo.wilm@bonifatius.de

Druckauflage: 23.000

Titelfoto: Sabrina Raubuch und Azubine
Sophie von Schweder (v.l.) von der Firma
Paratec in Düren.
Foto: Oliver Dietze

ISSN 1863-7191

Die Zeitschrift „saarwirtschaft“ ist das offizielle Organ der Industrie- und Handelskammer des Saarlandes und wird den umlagepflichtigen Unternehmen im Rahmen ihrer Kammerzugehörigkeit ohne besonderen Bezugspreis geliefert. Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe nicht bzw. in gekürzter Form zu veröffentlichen. Für Datenträger, die der Redaktion unverlangt zugestellt werden, übernimmt die IHK Saarland keine Haftung. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Quellenangabe gestattet.

Wir möchten darauf hinweisen, dass aus Gründen der leichteren Lesbarkeit in dieser Zeitschrift zumeist die männliche Sprachform verwendet wird. Sämtliche Ausführungen gelten natürlich in gleicher Weise für die weibliche.



Digitale Ursprungszeugnisse

Die Digitalisierung macht für Unternehmen vieles leichter – auch den Warenhandel. So stellte die IHK Saarland im vergangenen Jahr 8.043 Ursprungszeugnisse an saarländische Exportunternehmen digital aus. Das waren rund 99 Prozent aller 8.149 Ursprungszeugnisse, die 2024 von Betrieben bei der IHK beantragt wurden. Diese Dokumente dienen als international anerkannter Nachweis für die Herkunft von Waren und werden für viele Empfangsländer wie etwa Türkei, China, Indien und die arabischen Staaten benötigt. Noch vor wenigen Jahren mussten Unternehmen hierzu viel Papierkram erledigen – bis die IHK-Organisation das digitale Angebot „elektronisches Ursprungszeugnis“ entwickelte. Seit der Pandemie hat sich die digitale Variante nun beinahe flächendeckend durchgesetzt – auch bei anderen Dokumenten für den Außenwirtschaftsverkehr wie Bescheinigungen und Carnets.





Beim Firmenlauf in Homburg und Saarbrücken werden wieder zahlreiche Mitarbeiter-Teams an den Start gehen. Archivfoto: Norbert Wilhelmi/n plus sport

Wieder Firmenlauf in Homburg und Saarbrücken

Vom Business-Outfit ins Team-Trikot – darum geht es wieder beim diesjährigen Firmenlauf. Der dm Firmenlauf Homburg steigt am Mittwoch, 28. Mai, 18 Uhr, auf dem Christian-Weber-Platz. Der dm Firmenlauf Saarbrücken beginnt am Mittwoch, 18. Juni, 18 Uhr, auf dem Tbilisser Platz vor dem Staatstheater. Die IHK Saarland ist Kooperationspartner beider Läufe und in Saarbrücken mit einem eigenen Lauf-Team dabei. Die Strecke führt jeweils über fünf Kilometer. Im Ziel warten Medaillen, Siegerehrungen und After-Run-Partys mit Live-Musik. Es gibt

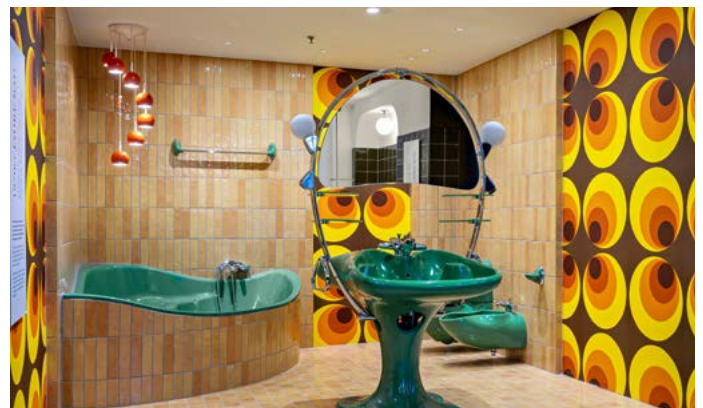
auch besondere Wertungen für Azubis und Start-ups. Das Rahmenprogramm beginnt jeweils um 17 Uhr. Anmeldung in Homburg bis Montag, 12. Mai, unter firmenlauf-homburg.de/anmeldung, in Saarbrücken bis Montag, 2. Juni, unter firmenlauf-sb.de/anmeldung. Die Anmeldegebühr beträgt je Lauf 23,50 Euro pro Person plus Mehrwertsteuer. Online finden sich alle Infos für Unternehmen, auch zu Catering oder individuellen Firmenlauf-Shirts. Direkt-Kontakt zum Veranstalter: nplussport.de

Neues Förderprogramm zur digitalen Transformation

Um kleine und mittlere Unternehmen bei der Digitalisierung zu unterstützen, hat das saarländische Wirtschaftsministerium das Förderprogramm DigitalInvest KMU ins Leben gerufen. Das Programm aus dem Mittelstandspaket der Landesregierung, das seit Februar läuft, soll finanzielle Zuschüsse für die Anschaffung von Software und Hardware sowie für entsprechende Mitarbeiter-Schulungen bieten. Möglich ist entweder eine „Basis-Förderung“, etwa für Investitionen in IT-Sicherheit oder einen Webshop, oder eine „Plus-Förderung“ für den Einsatz von KI-Anwendungen oder Ähnliches. Die Basis-Förderung beträgt laut Ministerium maximal 12.500 Euro, die Plus-Förderung maximal 20.000 Euro. Kleine Unternehmen bis 50 Mitarbeiter erhalten demnach bis zu 50 Prozent der förderfähigen Ausgaben, mittlere Unternehmen bis 250 Mitarbeiter bis zu 30 Prozent. Das Programm läuft bis 2028 und hat ein jährliches Fördervolumen von 1,5 Millionen Euro. Weitere Infos und Antragstellung auf digitalinvest-kmu.saarland.de. Fragen zum Förderprogramm beantwortet das Ministerium unter Tel. (0681) 5011144 (8.30 Uhr bis 14.30 Uhr) und per E-Mail unter digitalinvest@wirtschaft.saarland.de

Villeroy & Boch Welt soll Besuchermagnet werden

Einblicke in seine Geschichte, seine Produktion und seine Marke gibt das Traditionsunternehmen Villeroy & Boch in der neu gestalteten Villeroy & Boch Welt. Die Ausstellung am Unternehmenssitz in der Alten Abtei in Mettlach wurde im Januar eröffnet und zeigt auf rund 2.000 Quadratmetern „abwechslungsreiche Raumszenierungen, faszinierende Produktwelten und interaktive Elemente“, wie der Keramikhersteller mitteilte. Die Ausstellung soll zu einem überregionalen Ausflugsziel werden, neben der modernisierten Alten Abtei und dem neu eröffneten V&B-Outlet. „Wir schaffen damit einen weiteren Besuchermagneten und ein attraktives Freizeitangebot für Mettlach, die Region und das Saarland“, sagte die V&B-Vorstandsvorsitzende Gabi Schupp. Die Eröffnung sei der „Höhepunkt der bisherigen Baumaßnahmen um das Standortentwicklungsprojekt Mettlach 2.0“, das V&B seit 2010 gemeinsam mit der Gemeinde vorantreibe.



Typisch 70er-Jahre: Dieses schrill-bunte Badezimmer ist Teil der Ausstellung in der neuen Villeroy & Boch Welt in Mettlach. Foto: Villeroy & Boch

Dienstjubiläen

Wir gratulieren nachstehenden Jubilaren, denen von der IHK Saarland Ehrenurkunden ausgestellt wurden:

Dallmayr Automaten-Service
GmbH, Dillingen
25 Jahre
Michael Hocke

OrgaSoft Kommunal GmbH,
Saarbrücken
35 Jahre
Petra Giannitti-Bender
25 Jahre
Stefan Cavellius
Peter Hector
20 Jahre
Rene Erler

Peter Gross Hochbau GmbH
& Co. KG, St. Ingbert
40 Jahre
Roger-Wilhelm Schulien
25 Jahre
Andreas Heinekamp

Peter Gross Infrastruktur GmbH
& Co. KG, St. Ingbert
25 Jahre
Hieronymus Gries
10 Jahre
Patrick Gräber

Rhenus Rail St. Ingbert GmbH,
St. Ingbert
20 Jahre
Carsten Fuchs

RVI Vermietung und Verwaltung
GmbH, Saarbrücken
10 Jahre
Ernst Boßer

Schuster & Walther IT Business
GmbH, Saarbrücken
25 Jahre
Jürgen Rosenau

Siebert Industrieelektronik
GmbH, Eppelborn
35 Jahre
Ute Janssen
25 Jahre
Christine Valentin

SLK Service + Logistik der
Kommunikationstechnik GmbH,
Saarbrücken
20 Jahre
Jens Nieser, Technischer Leiter

Steil Kranarbeiten GmbH & Co.
KG, Saarwellingen
20 Jahre
Uwe Wiedemann
10 Jahre
Detlef Klicker

ToSh Bauingenieur GmbH,
Eppelborn
30 Jahre
Ralf Bost, Bauzeichner

URSAPHARM Arzneimittel GmbH,
Saarbrücken
40 Jahre
Ursula Bohnenberger
Gabriele Fuchs
25 Jahre
Annemarie Gothier
Priscilla Heinen
Holger Lüke
Alexandra Meng
Petra Spang
Dr. Patricia Tascetta
Ralf Weirich

ZWF Software & Consulting,
Saarbrücken
25 Jahre
Raschid Dörr,
Software Consultant

Jetzt bestellen!

Auf Antrag des Unternehmens stellt die IHK für Beschäftigte in IHK-zugehörigen Betrieben Ehrenurkunden aus. Möchten auch Sie Ihre Beschäftigten für ein langjähriges Engagement ehren? Dann bestellen Sie jetzt unter www.saarland.ihk.de Kennzahl 9.977).

Anzeige

Scheer School Zertifikate:

Dazu kann dein
Chef nicht
„Nein“
sagen!



scheer school of
digital sciences
at saarland
university



Wer jetzt die richtigen Skills aufbaut, sichert sich nicht nur die besten Karrierechancen, sondern wird für sein Unternehmen unverzichtbar. Mit den 4-wöchigen Weiterbildungskursen der Scheer School wirst du zum digitalen Zukunftsgestalter. Davon profitiert dann auch dein Chef – also sag's ihm. **Mach was für dich und dein Unternehmen!** www.scheer-school.com

ÜBERZEUG
DEINEN
CHEF



IHK-Umfrage

Azubis bleiben gesucht

Ausbildung ist ein elementarer Baustein der Fachkräftesicherung. Das bestätigt eine IHK-Umfrage unter saarländischen Ausbildungsbetrieben. Die wirtschaftliche Krise und die demografische Entwicklung machen den Unternehmen zu schaffen.

Die Lücke auf dem saarländischen Ausbildungsmarkt bleibt groß. Dem Angebot an Lehrstellen stehen viel weniger Bewerber gegenüber. Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit waren Ende September vergangenen Jahres rund 670 der bei ihr gemeldeten Ausbildungsplätze unbesetzt. In den drei Jahren davor war der Überhang beim Stellenangebot allerdings deutlich größer. Die Unternehmen haben ihre Ausbildungsaktivitäten heruntergefahren und der Arbeitsagentur im Vergleich zu dem Zeitraum Oktober 2022 bis September 2023 rund 1.000 Lehrstellen weniger gemeldet. Offenbar macht sich die Strukturkrise der deutschen

und besonders auch der saarländischen Wirtschaft auf dem Ausbildungsmarkt bemerkbar.

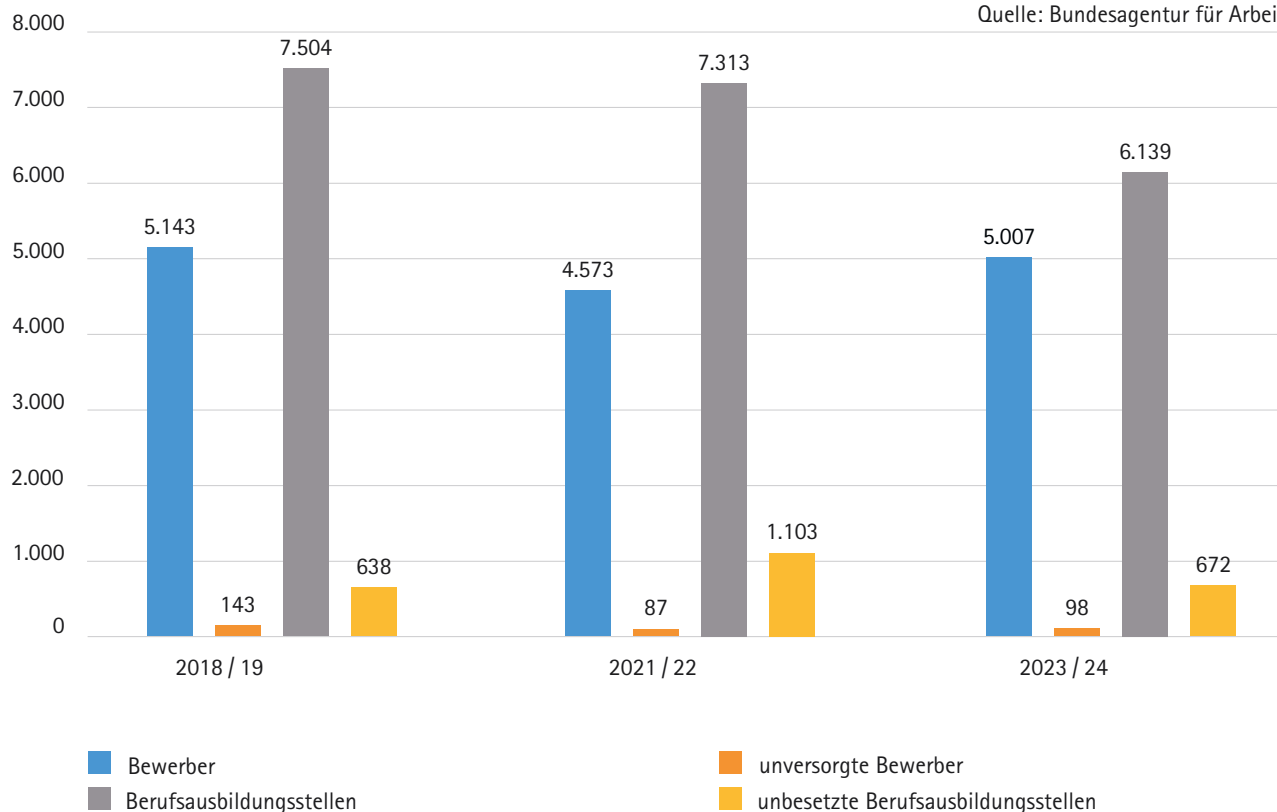
Viele unbesetzte Stellen

Eine aktuelle Umfrage der IHK zur dualen Ausbildung bestätigt diese Entwicklung: Ein Drittel der Betriebe, die sich an der Befragung beteiligten, konnte im vergangenen Jahr nicht alle Ausbildungsplätze besetzen. Bei einer Umfrage vor drei Jahren lag mit 37,8 Prozent der Anteil der Betriebe, die nicht so viele Azubis einstellen konnten, wie sie wollten, allerdings noch höher. Als Hauptgrund für ihre Besetzungsprobleme gaben in

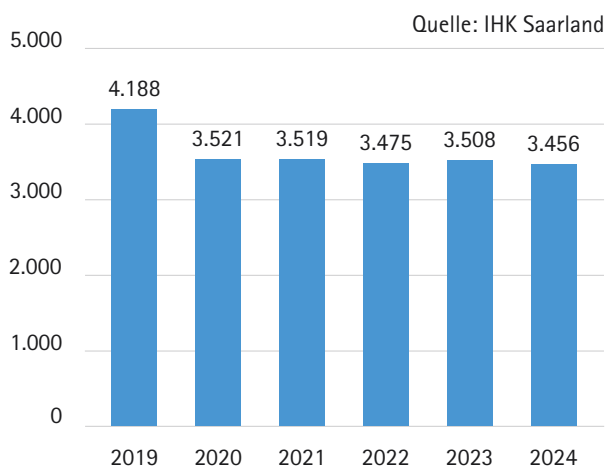
Mehr Ausbildungsplätze als Bewerber

Ausbildungsmarkt im Saarland, Stand jeweils zum 30. September

Quelle: Bundesagentur für Arbeit



Weniger neue Ausbildungsverträge Eingetragene Verträge zum 30. September



der aktuellen Befragung rund zwei Drittel der Unternehmen an, dass sie keine geeigneten Bewerbungen erhalten hätten. Ein Viertel bekam gar keine Bewerbung auf freie Lehrstellen. Unternehmen aus den Branchen Handel, Verkehr, Gastronomie und Gesundheit/Pflege haben es besonders schwer, Azubis zu finden. An der Umfrage beteiligten sich rund 460 Unternehmen, die zusammen für rund zwei Drittel der bis Ende September vergangenen Jahres abgeschlossenen neuen Ausbildungsverträge im IHK-Bereich stehen.

Die IHK-Ausbildungsbilanz für die vergangenen Jahre fällt ernüchternd aus: Lag in der Zeit von 2014 bis 2019 die Zahl der neu eingetragenen Ausbildungsverträge im IHK-Bereich in einer Größenordnung von 4.150 bis 4.300 pro Jahr, so sackte sie 2020,

im ersten Corona-Jahr, um 16 Prozent auf 3.521 ab. Dieser Rückgang konnte seither nicht ausgeglichen werden. Im Gegenteil – die Zahl der neuen Ausbildungsverträge sank weiter bis auf 3.456 im vergangenen Jahr. Im Vergleich zu der Vor-Corona-Zeit sind damit in IHK-Berufen pro Jahr 600 bis 800 Schulabsolventen weniger in die Ausbildung hineingekommen als zuvor – obwohl nach Ende der Pandemie Ausbildungsmessen wie zuvor stattfinden, im Berufsorientierungs-Unterricht Jugendliche wieder mit Vertretern der Unternehmen zusammenkommen und 2023/24 mehr junge Leute, insgesamt rund 5.000, bei der Arbeitsagentur Rat suchten.

Weniger Ausbildungsplätze

Es ist sogar zu befürchten, dass der Abwärtstrend bei der Zahl der Aus-

bildungsverträge in IHK-Berufen anhält. Denn laut Umfrage will mehr als ein Drittel der Firmen in diesem Jahr weniger Azubis einstellen als 2024. Gut die Hälfte (55,5 Prozent) will genauso viele Stellen anbieten wie im Vorjahr, und nur zehn Prozent planen eine Aufstockung. In der Befragung von 2022 hatte es noch besser ausgesehen: Damals plante nur ein Viertel der Betriebe, das Lehrstellenangebot zu kürzen; rund 58 Prozent wollten das Vorjahresniveau halten, und 16,6 Prozent hatten sich vorgenommen, mehr Ausbildungsplätze anzubieten. Die gewachsene Zurückhaltung der Betriebe bei der Ausbildung spiegelt die besonders in der Industrie schwierige wirtschaftliche Lage wider. So fährt knapp ein Drittel der Industrieunternehmen im Saarland, die an der Umfrage teilnahmen, die Ausbildungskapazitäten herunter. Eine wesentliche Ursache dafür ist die Krise in der Autozulieferindustrie. Im Handel ist die Situation ähnlich. Die anhaltend geringe Kauflaune der Verbraucher belastet die Geschäfte. Eine Folge: Die Handelsunternehmen stellen weniger Azubis ein.

Fachkräfte sichern

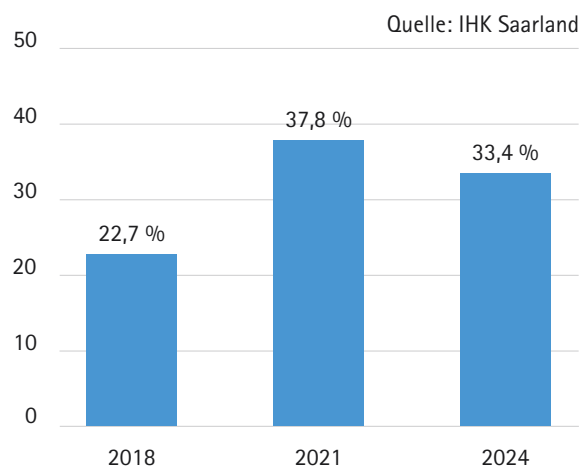
Auf der einen Seite kürzen die Unternehmen ihr Angebot an Ausbildungsplätzen, auf der anderen Seite kann ein Drittel der Betriebe nicht alle Lehrstellen besetzen. Der scheinbare Widerspruch erklärt sich aus der demografischen Entwicklung. Die geburtenstarken Jahrgänge der Boomer-Generation kommen ins Rentenalter, viel weniger Schulabgänger rücken nach. Der Zuzug von Flüchtlingen mildert zwar den Nachwuchsmangel, schafft ihn aber nicht aus der Welt. Hinzu kommt, dass nach wie vor mehr junge Menschen weiterführende Schulen besuchen oder sich für ein Studium entscheiden.

Die Unternehmen sind sich im Grundsatz bewusst, wie wichtig die duale Ausbildung für ihre Zukunft ist. Neun von zehn Unternehmen antworteten auf die Frage, warum sie Azubis einstellen: „Ich will gut ausgebildete Fachkräfte für mein Unternehmen sichern.“ Fast alle Ausbildungsbetriebe wollen junge Menschen für eine Ausbildung begeistern, um sie nach erfolgreichem Abschluss zu übernehmen.

Die Betriebe engagieren sich daher auch stark dafür, dass sich die Azubis Fachwissen aneignen und die Kompetenzen erwerben, die sie im Beruf brauchen. Dabei sind auch diejenigen Auszubildenden im Blick, die sich beim Lernen schwer-tun oder die deutsche Sprache noch nicht gut beherrschen. Fast ein Drittel der Unternehmen bietet laut Umfrage selbst Nachhilfe an, wenn Azubis Probleme haben. Andere bereiten Schulabgänger in langfristigen Praktika auf eine Lehre vor, stellen Azubis ehrenamtliche Paten zur Seite oder ermöglichen eine zweistufige Ausbildung. Manche nutzen Förderinstrumente der Bundesagentur für Arbeit wie Einstiegsqualifizierung (EQ) oder Assistierte Ausbildung. Ein noch nicht ausgeschöpftes Potenzial für weitere Azubis liegt bei Migranten. Zwar haben rund 53 Prozent der Betriebe schon Zuwanderer ausgebildet. Mehr als ein Drittel hat auch Erfahrung in der Ausbildung von Menschen aus Nicht-EU-

Viele Lehrstellen unbesetzt

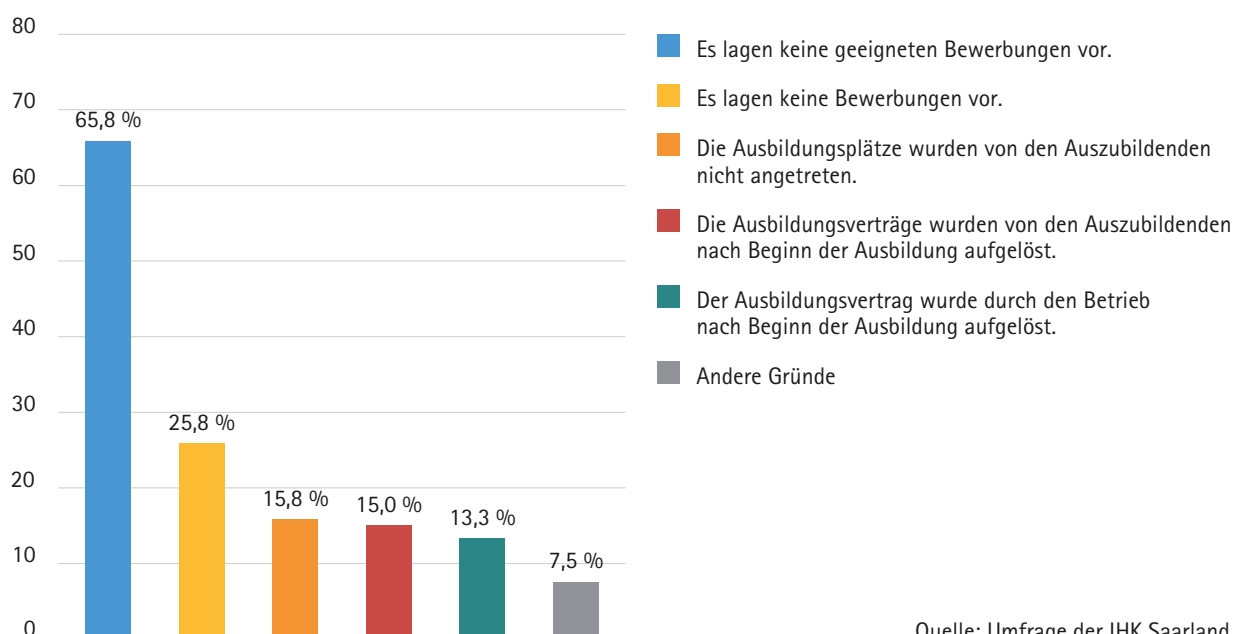
IHK-Umfragen unter Ausbildungsbetrieben, Anteil der Unternehmen, die nicht alle Ausbildungsplätze besetzen konnten



Oft keine geeigneten Bewerber

Warum konnten Ausbildungsplätze nicht besetzt werden?

Anteil der Unternehmen in Prozent

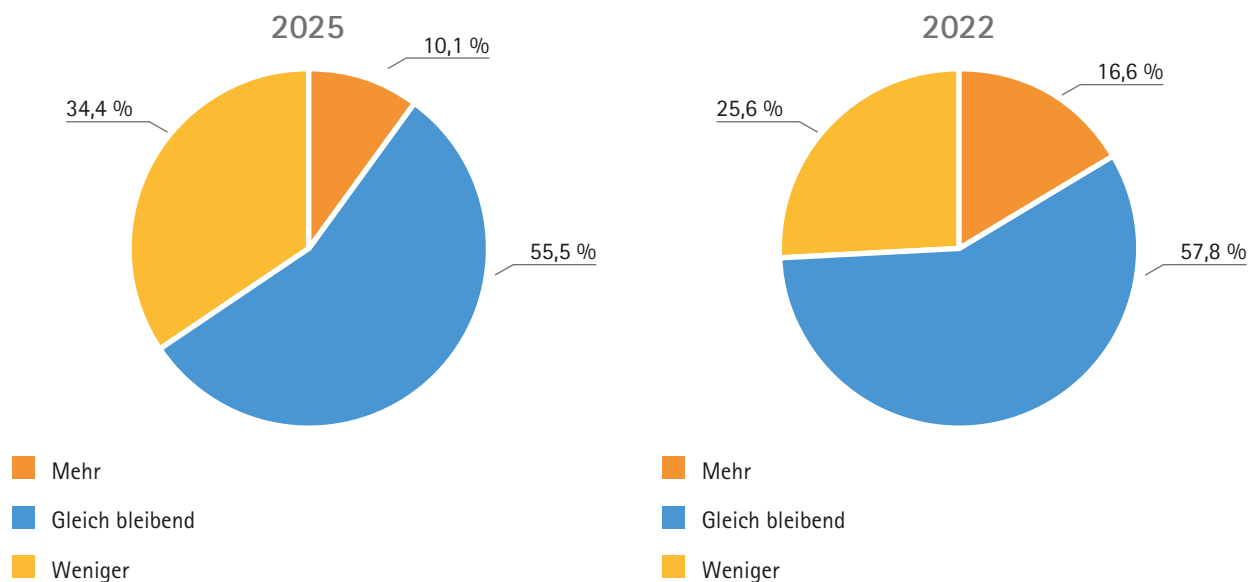


Quelle: Umfrage der IHK Saarland

Trend zu geringerem Lehrstellenangebot

Bieten Sie in diesem Jahr mehr oder weniger Ausbildungsplätze an?

Vergleich der Umfragen 2025 und 2022, Anteil der Unternehmen in Prozent

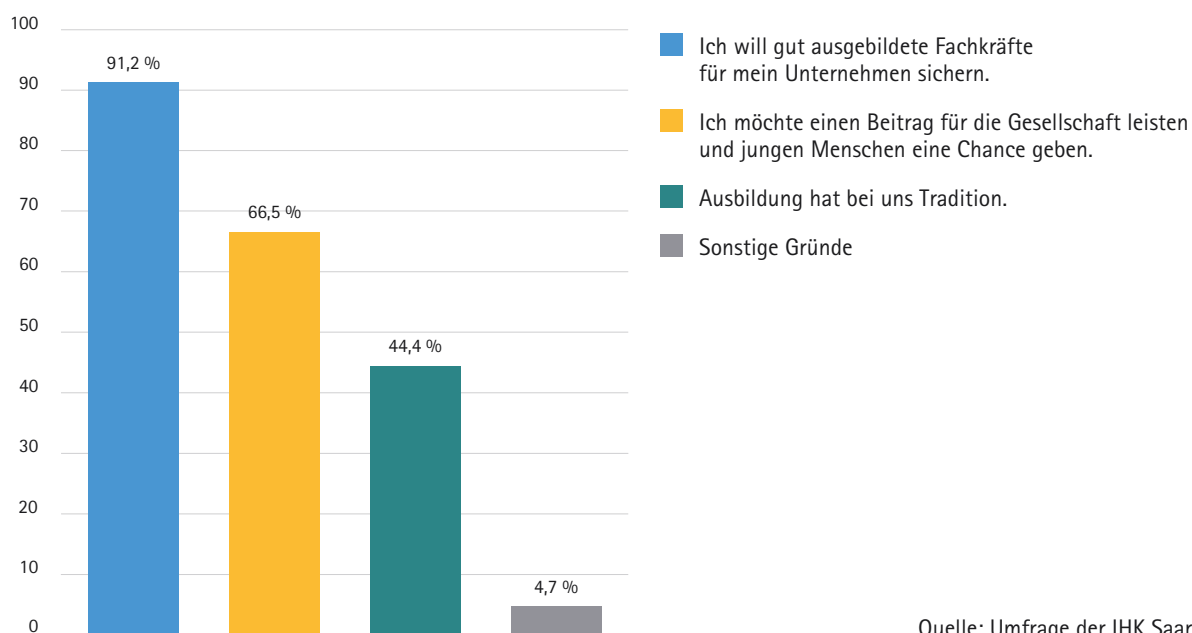


Quelle: Umfrage der IHK Saarland

Ausbildung sichert Fachkräftebedarf

Warum bildet Ihr Unternehmen grundsätzlich aus?

Anteil der Unternehmen in Prozent



Quelle: Umfrage der IHK Saarland

Ländern. 47 Prozent der Umfrageteilnehmer gaben aber an, noch nie Migranten ausgebildet zu haben. Der entscheidende Grund dafür ist sicherlich die Sprachbarriere. Bei einer Umfrage der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) vom vergangenen Jahr nannten 81 Prozent der teilnehmenden Betriebe zu geringe Deutschkenntnisse als Haupthindernis für die Einstellung von Auszubildenden aus Nicht-EU-Staaten. Aus den Unternehmen kommen in der Umfrage der IHK Saarland daher nicht überraschende Wünsche an Politik und Verwaltung: das Angebot an Deutschkursen zu verbessern und Schulbücher in verschiedenen Sprachen bereitzustellen.

Gute Aussichten für Azubis

„Angesichts der demografischen Entwicklung benötigen unsere Unternehmen junge Fachkräfte. Bleiben sie aus, wird

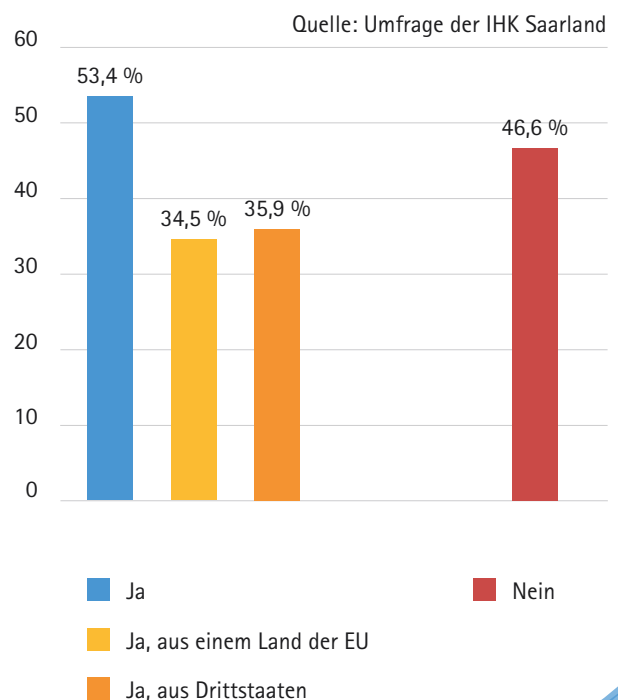
unsere Gesellschaft ihr Wohlstandsniveau nicht dauerhaft halten können“, warnt IHK-Hauptgeschäftsführer Dr. Frank Thomé. Die Zukunft der Betriebe hängt davon ab, genügend Bewerber für die Lehrstellen zu gewinnen. „Es wird deshalb darauf ankommen, noch zielgerichteter über die Welt der Ausbildungsberufe zu informieren und junge Menschen für eine duale Ausbildung in IHK-Berufen zu begeistern. Denn sie bietet hervorragende Perspektiven.“ Die Schulen sollten deshalb ihre Berufsorientierung weiter verbessern. Auch die Gymnasien sind gefordert. Die IHK-Organisation engagiert sich mit ihrer bundesweiten Kampagne „Jetzt #könnenlernen – Ausbildung macht mehr aus uns“. Für Thomé steht fest: „Ausbildung lohnt sich – für die jungen Menschen und für die Betriebe.“

Text: Volker Meyer zu Tittingdorf

Potenzial bei Migranten

Haben Sie schon mal Auszubildende aus anderen Herkunftsländern ausgebildet?

Anteil der Unternehmen in Prozent



IHK-Service

Engagiert für die Ausbildung

Die IHK tut eine Menge dafür, dass die duale Ausbildung zu einem Erfolg wird – für die Azubis und die Unternehmen.

Azubi-Kampagne

Das Lebensgefühl Ausbildung entdecken und mehr über die Chancen erfahren, die in einer Ausbildung stecken – und zwar von echten Azubis aus IHK-Berufen. So begegnet die bundesweite Azubi-Kampagne „Jetzt #könnenlernen – Ausbildung macht mehr aus uns“ Schülern, Studienabbrechern und Umsteigern. Mehr erfahren junge Leute auf der Webseite ausbildung-macht-mehr-aus-uns.de und auf TikTok unter @dieazubis sowie auf Instagram unter [dieazubis_saarland](https://www.instagram.com/dieazubis_saarland). Mit den regionalen Ausbildungsbotschaftern hat die Kampagne auch eine saarländische Komponente (siehe Seite 24). Die Kampagne ist auch für Betriebe auf Mitmachen angelegt. Sie können sich mit einem Werbemittelpaket, Aktionen und Challenges beteiligen. Das Ziel: im ganzen Land ein neues Bewusstsein für das Thema Ausbildung schaffen und so dabei helfen, Betriebe und den Fachkräftenachwuchs zusammenzubringen.

Kontakt: Peter Nagel, Geschäftsführer Beruf und Bildung,
Tel.: 0681 9520700, peter.nagel@saarland.ihk.de;
Dr. Mathias Hafner, Geschäftsführer Kommunikation,
Tel.: 0681 9520300, mathias.hafner@saarland.ihk.de

#BerufsBildungOnline

Das IHK-Bildungsportal #BerufsBildungOnline (BBO) bietet Ausbildungsbetrieben, Auszubildenden und Prüfern den digitalen Service zu Themen rund um Ausbildungsverträge und Prüfungen. Ausbildungsbetriebe können über das Portal Ausbildungsverträge schließen, bearbeiten und verwalten. Azubis können sich über #BerufsBildungOnline zu Prüfungen anmelden und Prüfungsergebnisse der schriftlichen Abschlussprüfungen einsehen. Das Portal ermöglicht es Prüfern, ihre Abrechnungen online einzureichen. Infos zur Nutzung des Bildungsportals auf saarland.ihk.de (Kennzahl: 2473).

Betriebe erhalten firmenbezogene Zugangsdaten über
Tel.: 0681 9520720 oder E-Mail an vertrag@saarland.ihk.de.

Kontakt für Azubis zum Thema Prüfungsergebnisse:
Klaus Schmitt, Tel.: 0681 9520740, klaus.schmitt@saarland.ihk.de

Kontakt für Prüfer:
Larissa Wanner, Tel.: 0681 9520760, larissa.wanner@saarland.ihk.de

Ausbildungsberatung

Was muss ein Unternehmen tun, wenn es in die Ausbildung einsteigen will? Wie muss eine Neuordnung einer Ausbildung umgesetzt werden? Auf solche und viele andere Fragen rund um die Ausbildung gibt die IHK Antworten. Die Ausbildungsberatung und -überwachung zählt zu den Pflichtaufgaben der IHK. Sie berät Unternehmen, die zum ersten Mal ausbilden wollen, stellt ihre Eignung fest, betreut die ausbildenden Betriebe und wirkt darauf hin, dass die gesetzlichen Vorschriften eingehalten werden. Außerdem ist die IHK für Auszubildende, deren Eltern und Berufsschullehrer Ansprechpartner für Fragen zur Berufsausbildung. Die IHK informiert zudem Betriebe zum Beispiel über Fördermöglichkeiten, veränderte Prüfungsabläufe, neu geschaffene und neu geordnete Berufe oder besondere Ausbildungsformen wie die Teilzeit-Ausbildung.

Kontakt:

Mathias Lauer, Leiter Ausbildung, Tel.: 0681 9520710, mathias.lauer@saarland.ihk.de;
Joachim Rauber, Tel.: 0681 9520722, joachim.rauber@saarland.ihk.de;
Stephan Wagner, Tel.: 0681 9520721, stephan.wagner@saarland.ihk.de

Ausbildungsplatzmesse „Zukunft zum Anfassen“

Unter dem Motto „Zukunft zum Anfassen“ laden die Wirtschaftsjuvenen Saarland jedes Jahr zur Ausbildungsplatzmesse in die Saarbrücker Congresshalle ein. Die nächste Messe findet dort am Samstag, 30. August, von 9 bis 16 Uhr statt. Auf der saarlandweit größten Messe für die berufliche Ausbildung stellten sich 2024 mehr als 110 Unternehmen den Schülerinnen und Schülern vor. Insgesamt präsentieren die Aussteller über 100 Ausbildungsgänge. Die Palette reicht von Altenpflege bis zum Beruf des Zerspanungsmechanikers beziehungsweise der Zerspanungsmechanikerin. Bewerberchecks, Bewerbungsfotos und Events rund um das Thema Ausbildung runden das Programm ab. Die Erfahrung aus den Vorjahren zeigt, dass die ausstellenden Unternehmen fast die Hälfte ihrer Auszubildenden auf dieser Messe kennenlernen. Infos und Anmeldung über die Webseite www.zza.saarland.

Rückfragen unter info@zukunft-zum-anfassen.com

Kontakt: Dr. Carsten Peter, Geschäftsführer der Wirtschaftsjuvenen Saarland, Tel.: 0681 9520800, carsten.peter@saarland.ihk.de

Ausbilderakademie

Die Qualität der dualen Ausbildung hängt in großem Maße von den Kompetenzen, dem Engagement und der Motivation der Ausbilder in den Betrieben ab. Die IHK bietet Ausbildern mit den Seminaren der „Ausbilderakademie“ eine hochwertige Weiterbildung an.

Kontakt: Peter Nagel, Geschäftsführer Beruf und Bildung, Tel.: 0681 9520700, peter.nagel@saarland.ihk.de

Zukunftsforum BILDUNG

Mit der Veranstaltungsreihe „Zukunftsforum BILDUNG“ bringt sich die IHK Saarland in die Bildungsdebatte ein. Im Zukunftsforum BILDUNG präsentieren Experten Ergebnisse der aktuellen Bildungsforschung und stellen sie zur Diskussion. Im Mittelpunkt steht, was aus den Erkenntnissen für die Bildungspraxis im Saarland abgeleitet werden kann. Die Veranstaltung richtet sich an Schulleiter und Lehrer, Ausbildungsleiter und -verantwortliche sowie ehrenamtliche Prüfungsausschussmitglieder, Aus- und Weiterbildungs-träger sowie Vertreter der Ministerien und Verbände. Das Zukunftsforum BILDUNG findet zweimal im Jahr statt.

Kontakt: Heike Raubenheimer,
Tel.: 0681 9520701,
heike.raubenheimer@saarland.ihk.de

Ausbildungsatlas

Jugendliche und Ausbildungsbetriebe aus der Region auf einen Klick zusammenbringen – das will der digitale Ausbildungsatlas Saarland, der seit Mai 2024 online ist. Mit dem Internet-Portal www.derausbildungsatlas.de/saarland unterstützt die IHK Saarland Unternehmen bei der Suche nach Auszubildenden. Konkret bietet die Plattform Schülern oder Studienzweiflern Hilfe bei der Berufswahl und führt sie direkt zu passenden Unternehmen, die ihre Traum-Ausbildungsstelle anbieten. Teilnehmende Unternehmen sind mit ihren Kontaktdaten sichtbar, außerdem wird auf Unternehmensseiten, Berufsbilder und Stellenangebote in gängigen Ausbildungsportalen verlinkt. Damit bietet sich für Ausbildungsbetriebe die Chance, sich beim potenziellen Fachkräftenachwuchs kostenlos landesweit zu präsentieren. Ein großer Nutzerkreis wird auch durch eine Projekt-Kooperation mit den IHKs in Rheinland-Pfalz gewährleistet.

Infos zum Ausbildungsatlas:

Laura Franz, Team Ausbildung, Tel.: 0681 9520715,
laura.franz@saarland.ihk.de

Ausbildungs-Coaches

Sie helfen jungen Menschen bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz und begleiten sie auf ihrem Weg ins Berufsleben: die Ausbildungs-Coaches bei der IHK Saarland. Sie bieten Unterstützung rund um das Bewerbungsverfahren und sind als Kümmerer mit kurzem Draht zu Betrieben aktiv. Das Projekt ist eine Kooperation des Wirtschaftsministeriums mit der Regionaldirektion Rheinland-Pfalz-Saarland der Bundesagentur für Arbeit, der IHK Saarland sowie der Handwerkskammer des Saarlandes und wurde im vorigen Jahr bis 2027 verlängert. Die Partner finanzieren das Projekt mit je zwei Coach-Vollzeitstellen bei IHK und HWK. Das Coaching kann von jungen Leuten in Anspruch genommen werden, die bei der Agentur für Arbeit und den beteiligten Jobcentern im Regionalverband Saarbrücken sowie in den Landkreisen Neunkirchen und Saarpfalz-Kreis in Beratung sind.

Kontakt zu den Ausbildungs-Coaches der IHK:

Wendy Petereit, Tel.: (0681) 9520726, wendy.petereit@saarland.ihk.de;
Mira Krämer, Tel.: (0681) 9520757, mira.kraemer@saarland.ihk.de,
sowie auf saarland.ihk.de, Kennzahl 9.16032

EduPA – „Einstieg durch Praktikum in Ausbildung“

EduPA steht für „Einstieg durch Praktikum in Ausbildung“ – und eben darum geht es in dem Projekt, das 2022 startete und aus Landes- und EU-Mitteln gefördert wird. Die sieben EduPA-Coaches der IHK sind dabei an beruflichen Schulen im Regionalverband Saarbrücken sowie in Lebach aktiv, um Jugendliche passgenau in einen Praktikumsplatz zu vermitteln – und darüber in eine Ausbildung. Die Coaches helfen im Bewerbungsverfahren, stellen den Kontakt zu Betrieben her und sind Ansprechpartner bis in die Ausbildung hinein. Mit dem Projekt unterstützt die IHK junge Menschen beim Start in den Beruf und Unternehmen bei der Suche nach Fachkräftenachwuchs. EduPA wird im Rahmen des Programms des Saarlandes für den Europäischen Sozialfonds Plus (ESF+) für die Förderperiode 2021 bis 2027 durch das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitales und Energie und den Europäischen Sozialfonds Plus gefördert.

Kontakt zu EduPA: Mirjam Caspers, Tel.: (0681) 9520416, mirjam.caspers@saarland.ihk.de, weitere Infos auf saarland.ihk.de, Kennzahl 9.17115.

SaarGummi

„Wir müssen enkelfähig werden“

Das Industrieunternehmen SaarGummi bietet auch in diesem Jahr jungen Menschen den Start in eine fundierte Ausbildung. Personalchef Michael Reitzenstein erklärt im Gespräch mit der saarwirtschaft, was das Unternehmen dafür tut und warum er darüber hinaus auch ein Fan der dualen Ausbildung ist.

Welchen Stellenwert hat die duale Ausbildung für Sie?

Ich bin totaler Fan der dualen Ausbildung, weil sie für Deutschland ein Wettbewerbsvorteil ist. Viele andere Länder beneiden uns darum. Deshalb sollten wir gesellschaftlich dem Thema Ausbildung wieder einen höheren Stellenwert geben. Es muss ein Umdenken in der Gesellschaft stattfinden, auch bei den Eltern. Wir müssen den Ausbildungsberufen mehr Wertschätzung entgegenbringen – gerade auch den Berufen in der Industrie. Eine solide Ausbildung schafft eine sehr gute Grundlage, um beruflich voranzukommen.

Wie viele Azubis hat SaarGummi aktuell?

Wir haben momentan 20 Auszubildende, sieben duale Studenten und einige Praktikanten und Werkstudenten, sodass wir insgesamt mehr als 30 junge Talente beschäftigen. Wir wollen dieses Jahr noch weiter aufstocken. Ich schätze, dass wir bei 35 bis 40 ankommen werden.

Warum wollen Sie beim Nachwuchs aufstocken?

Wir müssen als Unternehmen den demografischen Wandel aktiv mitgestalten. Der Altersdurchschnitt unserer Belegschaft ist hoch. Die Mitarbeitenden aus der Boomer-Generation gehen nach und nach in Rente. Wir müssen die Ausbildung nach vorne bringen und den Fachkräftenachwuchs selbst ausbilden. Wir müssen unseren Standort enkelfähig machen. Mich freut, dass unser Management explizit dahintersteht.

In welchen Berufen bilden Sie aus?

Neben dem dualen Studium haben wir 14 verschiedene Ausbildungsberufe, welche wir je nach Bedarf anbieten können. Ein breites Spektrum, das wir aber auch haben wollen. Aktuell bilden wir zum Beispiel Elektroniker, Industrie- und Werkzeugmechaniker, Chemielaboranten, IT-Fachleute, Technische Produktdesigner, Maschinen- und Anlagenführer, Fachkräfte für Lagerlogistik und Industriekaufleute aus. In Zukunft wird darüber hinaus die Ausbildung zum Mechatroniker immer wichtiger werden.

Können Sie alle Ausbildungsstellen besetzen?

Im vergangenen Jahr haben wir alle Stellen besetzen können. Anfang 2024 dachten wir, dass es schwierig wird, aber nach den Halbjahreszeugnissen in den Schulen kamen die Bewerbungen. Es ist nicht mehr wie früher, dass sich 20 Leute auf eine Stelle bewerben. Der Ausbildungsmarkt ist im Allgemeinen schwierig. Wir müssen heutzutage in die Gewinnung neuer Auszubildenden mehr als in der Vergangenheit investieren. Unser Unternehmen bietet den jungen Menschen neben vielen Benefits die Aussicht auf eine persönliche Weiterentwicklung und Karrierechancen in einem internationalen Umfeld. Das ist unser Bonus und wir merken, dass die Zahl der Bewerbungen wieder zunimmt.

Für welche Berufe ist es schwierig, Azubis zu finden?

Wir tun uns gerade in den kaufmännischen Berufen schwer. Es zeigt sich, dass Schulabgänger, die dafür infrage kommen, lieber studieren, zum Beispiel Betriebswirtschaftslehre oder Wirtschaftsingenieurwesen.

Spielt dabei auch eine Rolle, dass Büschfeld abseits der Zentren liegt und der Zeitaufwand aus vielen Orten im Saarland hoch ist, um den Arbeitsplatz bei SaarGummi zu erreichen?

Die Azubi-Stellen in den kaufmännischen Berufen könnten wir vielleicht ein bisschen leichter besetzen, wenn wir in Saarbrücken sitzen würden. Viele Azubis besitzen noch keinen Führerschein und die Erreichbarkeit des Standortes Büschfeld mit Bus und Bahn ist schwierig. Jemand aus Saarbrücken wird sich eher nicht bei uns bewerben. Unsere Bewerberinnen und Bewerber kommen hauptsächlich aus unserer Region und sind hier verwurzelt. Wir haben aber noch ein spezielles Thema, was die Erreichbarkeit betrifft.

Worum geht es?

In unserer Produktion haben wir einen Bedarf an Allroundern, an Mechatronikern, die Know-how in Elektronik und Elektrik sowie in Mechanik miteinander verbinden. Wir haben aktuell einen Auszubildenden für den Beruf des Mechatronikers eingestellt. Zurzeit gibt es für Mechatroniker nur zwei Berufsschulen im Saarland, in Sulzbach und Homburg –



Zur Person

Michael Reitzenstein hat mehr als 30 Jahre Erfahrung in der Personalarbeit. Geboren ist er 1966 in der Nähe von Köln. Nach dem Abitur studierte er in Karlsruhe Wirtschaftsingenieurwesen. In den Beruf startete er in Böblingen beim US-amerikanischen PC- und Druckerhersteller HP. Dort wuchs er in das Personalmanagement hinein und stieg zum Personalleiter auf. Nach mehr als 20 Jahren bei HP wechselte er zum Schweizer Industriekonzern OC Oerlikon.

2017 machte er sich selbstständig und begleitete als Interim Human Resources Manager projektorientiert Unternehmen bei Veränderungsprozessen. Darüber kam er im August 2023 zu SaarGummi. Aus der Projektphase wurde mehr – eine feste Tätigkeit als Personalleiter. Reitzenstein pendelt zwischen Baden-Württemberg und dem Saarland. Er lebt mit seiner Frau in Herrenberg südlich von Stuttgart, hat aber auch eine Wohnung in Schmelz. Er hat drei erwachsene Kinder.



beide in größerer Entfernung zu Büschfeld. Wir wünschen uns, dass eine solche Schulausbildung in der Nähe möglich gemacht wird. Das würde diesen Ausbildungsberuf in unserer Region attraktiver machen. Um dieses Ziel zu erreichen, führen wir Gespräche mit den Schulen.

Wie ist es gelungen, bisher alle Ausbildungsstellen zu besetzen?

Mehr als zwei Drittel unserer Azubis bekommen wir über Empfehlungen von Angehörigen oder Freunden, die bei uns arbeiten. Wir haben auch ein Programm eingeführt, über das wir Mitarbeitende dazu motivieren, Azubis zu werben. Positiv wirkt, dass das Image der Ausbildung bei SaarGummi sehr gut ist. Das zeigt sich etwa daran, dass wir in jedem Jahr Landesbeste verzeichnen können. Ein weiterer Punkt: Wir übernehmen in der Regel die jungen Leute nach ihrer Ausbildung. Das fällt mir im Vergleich zu den anderen Firmen, in denen ich Personalverantwortung hatte, positiv auf. Wir haben auch eine sehr geringe Fluktuationsrate von einem Prozent. Das heißt: Wer bei uns ist, der bleibt in der Regel auch bei uns. Die Mitarbeitenden schätzen das persönliche Miteinander. Obwohl SaarGummi eine große Firma ist, ist alles sehr familiär.

Was tun Sie darüber hinaus, um Kontakt zu möglichen Bewerbern zu bekommen?

Wir haben verstärkt auf Messen und in Schulen vor Ort Präsenz gezeigt. Wir nehmen nahezu jedes Angebot von den Schulen im Umkreis an, um uns als attraktiven Arbeitgeber vorzustellen. Solche Berufsorientierungstage an den Schulen werden immer wichtiger. Ein weiterer guter Weg, um Schüler zu begeistern, sind Praktika. Wenn jemand hier zwei, drei Wochen ein Praktikum gemacht und sich wohl gefühlt hat, ist die Chance groß, dass er oder sie sich später bei uns bewirbt. Die meisten Bewerbungen bekommen wir also über Mund-zu-Mund-Propaganda, Praktika und die Schulveranstaltungen. Wir werben außerdem über Instagram und LinkedIn, setzen aber auch auf klassische Medien wie das Amtsblatt oder den Wochenspiegel in der Region. Hier schauen oft Eltern oder sogar die Großeltern rein und regen eine Bewerbung an.

Zahlen und Fakten zu SaarGummi

SaarGummi produziert Dichtungssysteme für die Automobilindustrie sowie für Dächer und Fassaden. Außerdem werden Schuhsohlen hergestellt. Das Unternehmen hat nach Zahlen von 2023 weltweit 6.100 Beschäftigte und 19 Standorte. In Büschfeld und in Losheim am See arbeiten insgesamt rund 950 Menschen. Die SaarGummi-Gruppe gehört zu einem staatseigenen chinesischen Konzern.

Angesichts des Nachwuchsmangels wird viel darüber gesprochen, wie Unternehmen ihre Attraktivität für junge Leute steigern können. Was bieten Sie den Azubis?

Mit unseren Tarifverträgen sind wir auf einem Niveau, auf dem wir uns nicht verstecken müssen: mit einer ordentlichen Ausbildungsvergütung inklusive 13. Gehalt und Urlaubsgeld. Bei uns bekommen die Azubis zum Start 150 Euro Büchergeld. Die Erstanschaffung von Büchern übernehmen also wir. Das ist etwas, was sich herumgesprochen hat. Genauso, dass wir uns viel Zeit für unsere Azubis nehmen, unsere Ausbildungsleiter haben jederzeit ein offenes Ohr für sämtliche Anliegen. Unsere Ausbildung ist ferner eng mit den Prozessen im Werk verzahnt und findet nicht nur in einer Ausbildungsabteilung statt. Das schafft Verständnis für die Abläufe und sorgt für Nähe und Akzeptanz. Unsere Azubis erfahren Wertschätzung und fühlen sich von Anfang an als gleichwertiges Mitglied im Team.

Ich habe Spaß daran, junge Leute zu begeistern, ihnen zu zeigen, dass wir sie brauchen und wertschätzen.

Michael Reitzenstein

Welche Rolle spielt bei Ihnen, den Azubis und den dualen Studenten Karrierewege zu ermöglichen?

Wir sind für Weiterbildung sehr offen. Gute Fach- und Führungskräfte werden immer gebraucht. Umso wichtiger ist es, dass wir die jungen Leute nach der Ausbildung im Unternehmen halten und Karrierewege aufzeigen. Tatsächlich haben wir viele Azubis und duale Studenten, die nach ihrer Ausbildung einen super Weg gemacht haben – vom Azubi zum Programm-Manager beispielsweise.

Wir führen regelmäßig Qualifikationsgespräche. In ihnen überlegen wir gemeinsam mit den jungen Menschen, wohin der Weg führen kann. Unser Unternehmen fördert zum Beispiel diejenigen, die nach der Ausbildung eine Meisterschule besuchen oder den Techniker machen wollen – sei es finanziell oder auch durch Flexibilität der Arbeitszeiten. Entwicklungsmöglichkeiten gibt es eine Menge!

Immer wieder ist aus Betrieben zu hören, dass viele Bewerber nicht die gewünschten Qualifikationen mitbringen. Um die Ausbildungsstellen zu besetzen, geben die Unternehmen trotzdem oft Schulabgängern mit schlechteren Noten eine Chance. Wie geht SaarGummi mit diesem Dilemma um?

Die Voraussetzungen haben wir ein bisschen gesenkt, aber wir machen trotzdem Einstellungstests. Denn es bringt uns nichts, wenn Bewerberinnen und Bewerber nicht ein Minimum an grundlegenden Kenntnissen und Fertigkeiten vorweisen können. Ich appelliere hier auch an die Schulen aufzupassen, dass das Niveau nicht weiter sinkt. Wir spüren eine gewisse Erosion bei den Grundlagen im Rechnen, Schreiben und Lesen. Für mich zählen aber nicht nur Noten, für mich sind das Wollen und die Persönlichkeit wichtig. Das fängt mit einfachen Dingen an, wie zum Beispiel „Guten Tag“ und „Auf Wiedersehen“ zu sagen. Wenn wir jemanden im Vorstellungsgespräch haben, von dem wir den Eindruck haben, dass er sehr engagiert ist, dann schauen wir uns die Person genauer an, auch wenn die Zeugnisse und der Test uns noch nicht hundertprozentig überzeugt haben. Wir schlagen in solchen Fällen manchmal auch gerne ein Praktikum vor, damit wir sehen, wie sich jemand im Betrieb beziehungsweise in der Praxis beweist.

Große Unternehmen wie SaarGummi tun sich meist leichter bei der Gewinnung von Auszubildenden. Was ist nach Ihrer Erfahrung für kleine Firmen wichtig, um auf dem Ausbildungsmarkt erfolgreich zu sein?

Für alle Unternehmen, für kleine aber besonders, ist es wichtig, dass die Geschäftsführung hinter der Ausbildung steht. Gerade für kleine Firmen hat es

zum Beispiel eine Signalwirkung, wenn ein Geschäftsführer mit auf eine Jobmesse geht. Wir denken heute oft, dass alles digital abläuft. Das ist aber nicht so. Nach wie vor sind persönliche Begegnungen entscheidend.

Sind Sie auch mal auf so einer Jobmesse mit dabei?

Ja, ich liebe das. Ich habe Spaß daran, junge Leute zu begeistern, ihnen zu zeigen, dass wir sie brauchen und wertschätzen – und dass wir in den Firmen mit ihnen planen. Die jungen Menschen sind unsere Zukunft.

Immer wieder sind aber Klagen über die nachwachsende Generation zu hören. Die jungen Leute zeigten zu wenig Leistungsbereitschaft und wüssten zu wenig. Wie nehmen Sie die sogenannte Generation Z wahr? Manche sprechen sogar von der Generation Pause. Wir sollten aufhören, über die jungen Leute so zu reden. Jede Generation hat das Recht, ernstgenommen zu werden, und jede Generation hat andere Ansprüche und Themen. Wir Älteren sollten bedenken, dass die aktuelle junge Generation auch ein Produkt unserer Erziehung ist und wir in der Corona-Zeit wenig Rücksicht auf die Jugendlichen genommen haben. Ein bisschen Demut täte daher gut. Wir müssen mehr Rücksicht aufeinander nehmen. Nochmal mein Lieblingszitat: „Wir müssen enklaffig werden“ und mehr tun, damit die nachfolgende Generation in Zukunft hier gut arbeiten kann. Es ist auch wichtig, dass wir unseren Wirtschaftsstandort nicht schlechtreden. Wir sollten uns auf die Stärken konzentrieren, und eine der Stärken ist unser Ausbildungssystem.

Interview: Volker Meyer zu Tittingdorf

Foto: Dirk Guldner

reha

Wenn es einfach passt

Kimberly Müller geht ihren Weg aus Überzeugung.
Das gilt für ihre Ausbildung bei der reha gmbh in Saarbrücken –
und für ihr Engagement als Ausbildungsbotschafterin der IHK.

Kimberly Müller macht eine Lehre zur Medientechnologin Druck und wirbt als Ausbildungsbotschafterin für das Konzept duale Ausbildung.



Medientechnologin Druck – was ist das denn? Die Frage hat Kimberly Müller schon öfter gehört. Genervt ist sie davon nicht, im Gegenteil. Die 23-Jährige beantwortet die Frage gerne. Weil sie weiß, dass der Beruf, den sie gerade erlernt, „unglaublich spannend und vielfältig ist, wenn man ihn erst mal kennt“. So erging es ihr selbst, als sie sich vor zwei Jahren für eine Ausbildung zur Medientechnologin Druck, Fachbereich Digitaldruck, bei der reha gmbh entschied. Und so gibt sie es weiter, wenn ihr Schüler diese Frage stellen.

Expertin für Druckaufträge

Dazu kommt es, wenn Kimberly Müller ehrenamtlich im Einsatz ist. Als eine von rund 20 Ausbildungsbotschaftern der IHK Saarland wirbt sie auf Messen oder in Schulen für die duale Ausbildung. „Eigentlich ist es nicht so meine Art, im Mittelpunkt zu stehen und auf Leute zuzugehen“, sagt die junge Frau. Aber dann ließ sie sich darauf ein – und es klappte. Sicher auch, weil sie überzeugt ist von dem, was sie tut. Das gilt auch für ihre Ausbildung im Druck-Center der reha auf den Saarbrücker Saarterrassen. Im Bereich Digitaldruck erfüllt sie dort – um die Frage nach ihrem Beruf zu beantworten – die Aufträge der Kunden: prüft Druckdaten am PC, richtet Druckmaschinen ein, überwacht den Prozess bis zum fertigen Produkt – ob Infopost oder Broschüre, ob wenige oder tausende Seiten.

Seit Sommer 2023 gehört sie zum Team der reha gmbh, das Druck-, Marketing- und Logistik-Dienste für Privat- und Geschäftskunden bietet. Zudem ist die reha ein Betrieb zur beruflichen und sozialen Teilhabe von Menschen mit Behinderung, hat mehrere Standorte im Saarland und mehr als 1.000 Mitarbeiter. Der Inklusionsgedanke trägt mit dazu bei, dass Kimberly Müller ihren Betrieb so

„perfekt“ findet. Die Idee, alle Mitarbeiter nach ihren Fähigkeiten einzusetzen und so zu integrieren, „finde ich sehr wichtig“.

Inklusives Team

Berührungsängste hatte sie nie. Vielmehr komme sie mit allen Kollegen aus – „ob mit oder ohne Einschränkung“. Außerdem könne man super voneinander lernen. Eine gehörlose Kollegin brachte ihr zum Beispiel ein paar Gebärden bei. So etwas mache das „Team-Gefühl“ nur noch besonderer, findet die Auszubildende. Und es mache ihre Lehrstelle besonders, weil sie ihr technisches mit dem sozialen Interesse verbindet.

*Mein Beruf ist unglaublich
spannend und vielfältig,
wenn man ihn erst mal kennt.*

Kimberly Müller

Von daher habe es für sie „einfach gepasst, als ich mich beworben habe und nach einem Praktikum die Zusage bekam“, sagt die Saarbrückerin, die jetzt im zweiten Lehrjahr ist. Ihren Traumjob fand sie durch Zufall – beziehungsweise durch einen Berufswahltest vor dem Fachabitur. Vorher kannte sie den Beruf nicht. Jetzt ist sie mittendrin – und überzeugt darin, befindet ihre Ausbilderin Jeannine Sorg. Die reha-Bereichsleiterin für Digitaldruck ist voll des Lobes für ihre Azubine, ihr Engagement und ihr „Gefühl für den Maschinenpark“.

Für Kimberly Müller, die in ihrer Freizeit Bücher und Videospiele mag, passt es nicht nur in der praktischen Ausbildung. Auch die Theorie in der Berufsschule liege ihr mehr als mancher Schulstoff früher. Weil es „praktisch orientiert und interessant“ sei, von Drucktechnik bis Papierherstellung.

Insgesamt beschäftigt die reha gmbh zurzeit 27 Azubis, zwei duale und zwei Werkstudenten. Kimberly Müller ist im Team die einzige angehende Medientechnologin für Digitaldruck. Ihr Beruf sei eben „selten und besonders“. Auch in der Klasse sind sie nur zu viert. Umso nötiger sei es, Werbung zu machen – für das Konzept Ausbildung, für ihren Beruf und überhaupt für „mehr Frauen in technischen Berufen“. Das tut sie als IHK-Ausbildungsbotschafterin.

Werbung für duale Ausbildung

Zu dem Ehrenamt kam sie, weil ihre Lehrerin ihr davon erzählte und ihre Ausbilderin sie bestärkte mitzumachen. Das Projekt der Ausbildungsbotschafter ist eine Initiative des Wirtschaftsministeriums, der IHK, HWK und weiterer Kammern und läuft seit 2022. Dabei sind Azubis für ein Jahr auf Messen, in Schulen und sozialen Netzwerken aktiv, um andere Jugendliche von den Vorteilen einer Ausbildung zu überzeugen. Junge Leute bräuchten solche Informationen und Motivation, „um Entscheidungen treffen zu können“, sagt Kimberly Müller. Ihr selbst habe eine gute Berufsorientierung in der Schule gefehlt. Dabei war ihr früh klar, dass sie eine Ausbildung dem Studium vorzieht – anders als die meisten in ihrem Jahrgang. Um eine praktische Basis zu schaffen. Und „um selbstständig sein zu können, ohne anderen auf der Tasche zu liegen“. Für ihren weiteren Weg schließt sie ein Studium nicht aus. „Aber erst mal ist mein Ziel, die Ausbildung abzuschließen – möglichst sehr gut. Danach sehe ich weiter, aber Schritt für Schritt.“ Wenn es eben passt.

Text: Frauke Scholl

Foto: Oliver Dietze

Rhenus Logistics

Die Chancen-Logistiker

Im Team der weltweit aktiven Rhenus Gruppe wird Internationalität großgeschrieben und Diversität als Teil des Unternehmenserfolgs verstanden. Auch der Logistik-Standort in Bübingen setzt auf Integration – zum Beispiel bei der Ausbildung.

Malik Abdaullah postiert sich beim Foto-shooting für die „saarwirtschaft“ nicht ohne Stolz auf einem Gabelstapler. Er steigt ab, sucht sein Handy heraus und drückt es einem Kollegen in die Hand. Er soll das Shooting für Instagram filmen. Die Stimmung ist gelöst, die Kollegen vor Ort gönnen ihm den Moment im Rampenlicht sehr. Abdaullah ist einer von drei Azubis am Rhenus-Standort in Bübingen. Insgesamt arbeiten dort 22 Menschen, die meisten im gewerblichen Bereich, viele mit Migrationshintergrund. Abdaullah ist im ersten Lehrjahr, er will Lagerlogistiker werden.

Der 26-Jährige hat einen langen Weg hinter sich, der im vom Krieg zerrütteten Syrien begann und ihn schließlich zur Rhenus Gruppe geführt hat. Zwölf Jahre ist es her, dass er sich mit gerade einmal 14 via Türkei, Serbien, Bulgarien und Ungarn nach Deutschland aufmachte – ohne seine Eltern, die in Syrien blieben. „Sie hätten die Flucht nicht überstanden“, sagt er. In Ungarn wurde Abdaullah inhaftiert, kam aber wieder frei und konnte seinen Weg über Österreich nach Deutschland fortsetzen. Im Saarland kam er zusammen mit 60 anderen Jungen aus verschiedenen Ländern in einer Unterkunft für unbegleitete minderjäh-

rige Flüchtlinge unter. In Türkismühle besuchte er die Gemeinschaftsschule. Die deutsche Sprache lernte er nebenbei durch Freunde und Bekannte. Kurz nach seinem 18. Geburtstag erhielt Abdaullah seinen Aufenthaltstitel – ein Dokument, das ihm für je drei Jahre den legalen Aufenthalt in Deutschland gewährt. Er jobbte, um sich seine erste Wohnung zu finanzieren, und bewarb sich nach einem Praktikum bei Rhenus auf einen Ausbildungsplatz zur Fachkraft für Lagerlogistik.

Es ist schön zu sehen, wie Menschen aufblühen, wenn man ihnen eine Chance gibt.

Lars Gaber

Besonderes Engagement

„Unsere Erfahrung ist, dass sich Bewerbende mit Migrationshintergrund häufig besonders viel Mühe geben“, sagt Vera Körner, Young Generation Manager bei der Rhenus. „Es ist schön zu sehen, wie Menschen aufblühen, wenn man ihnen eine Chance gibt“, ergänzt Lars Gaber, Ausbildungsleiter am Standort Bübingen:

„Viele unserer Mitarbeitenden haben einen Migrationshintergrund. Sie haben zum Beispiel als Fahrer bei uns angefangen und sich hochgearbeitet, weil sie den nötigen Willen und das Herz am rechten Fleck haben.“

Bübingen gehört zur Rhenus-Sparte „Overland Transport“, Untereinheit „Rhenus Home Delivery“. „Wir transportieren die Ware nicht nur zum Endkunden, sondern führen auch vor Ort Montagen von Möbeln und Küchen durch“, erklärt Gaber. Die Auftraggeber sind meist große Möbelhäuser, mit denen Rhenus feste Verträge ausgehandelt hat. Am Standort in Bübingen wird die auf Paletten eintreffende Ware sortiert und zwischengelagert, bevor sie auf die letzte Meile zum Kunden geschickt wird. Rhenus-Standorte wie Bübingen sind sozusagen die finalen Puzzleteile im Logistik-Konzept der Rhenus Home Delivery.

Lagerlogistiker wie Malik Abdaullah arbeiten in zwei Schichten und müssen den Überblick über die Vielzahl an Bestellungen behalten, beschädigte Ware identifizieren und markieren. „Es ist jedes Mal wie ein großes Puzzle, das wir zusammenfügen“, sagt der angehende Lagerlogistiker.



Azubi Malik Abdallah (Mitte) mit Lars Gaber, dem Ausbildungsleiter am Bübinger Standort von Rhenus Logistics, und Vera Körner, Young Generation Manager in dem Unternehmen.

Lernen mit Azubi-App

Neben der Tätigkeit im Betrieb steht der regelmäßige Besuch in der Berufsschule auf dem Programm. Er habe zwar mit einigen Fächern wie Rechnungswesen zu kämpfen, insgesamt seien seine Noten aber gut, sagt Abdallah. Das liegt auch an der Unterstützung durch Ausbildungsleiter Gaber. „Wir benutzen bei der Rhenus Home Delivery eine App namens Simple Club. Das hilft den Azubis beim Lernen.“ Gaber erstellt darin themenspezifische Lehrpläne und fragt das Wissen ab. Einmal in der Woche treffen sich die Azubis zum Austausch. So bleibt Gaber auf dem Laufenden, sollte es irgendwo Probleme geben. „Die Leute im Betrieb kümmern sich darum, dass ich auch in der Schule einen guten Job mache, dass mein Berichtsheft gut geführt ist“, sagt Abdallah. Das empfinde er nicht als Kontrolle, sondern als Motivation. Zudem bietet Rhenus Home Delivery ein Prämiensystem für gute Leistungen in der Berufsschule. Abdallah plant seine Zukunft in seinem Ausbildungsbetrieb, in dem er sich wohlfühlt. „Hier gibt es keine Unterschiede zwischen Menschen. Religion und Herkunft spielen keine Rolle.“ Auch die Aufstiegschancen seien gut. Das bestätigt Vera Körner, die selbst eine Aus-

bildung in der Rhenus Gruppe absolviert hat. „Das beste Beispiel für eine gelungene Karriere hier im Haus ist sicher unser CEO Tobias Bartz, der als Trainee nach dem Studium bei der Rhenus Gruppe angefangen hat.“ Doch es müsse kein Studium sein, um es zu etwas zu bringen. „Es gibt bei uns viele Beispiele, wie sich ehemalige Azubis Stück für Stück hochgearbeitet haben und jetzt in unterschiedlichen leitenden Positionen tätig sind“, sagt Körner. Eine verlockende Perspektive, auch für Malik Abdallah, der hofft, langfristig in Deutschland bleiben zu können.

Text: Dominik Dix
Fotos: Oliver Dietze

Malik Abdallah sitzt bei Rhenus Logistics in Bübingen auf einem Gabelstapler. Der aus Syrien stammende junge Mann macht bei Rhenus Logistics eine Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik.





AZH

Unter einem Dach

Azubis aus mehreren Betrieben lernen zusammen in einer Werkstatt – darum geht es bei der Verbundausbildung, wie sie das AZH Homburg bietet. Die Idee hat mehrere Vorteile.

Ein Familienunternehmen als Ausbildungs-Anbieter im Verbund, das „findet man eher selten“. Doch Julian Seiler führt mit der AZH Ausbildungszentrum Homburg GmbH als geschäftsführender Gesellschafter genau einen solchen Exoten. Die klassischen Verbund-Einrichtungen, in denen junge Leute aus mehreren Betrieben einen Teil ihrer Ausbildung absolvieren, sind entweder als Verein organisiert oder – wenn als gemeinnützige GmbH – einem bundesweit tätigen Träger zugeordnet. Oder sie sind an Industrie-Unternehmen angedockt.

Gründung durch Schaeffler

Das AZH ist ebenfalls industriellen Ursprungs. Anfangs hieß es GPW Gesellschaft für Personalentwicklung und Weiterbildung und wurde 1990 als Tochtergesellschaft der in Homburg ansässigen Werke des Industriezuliefer-Konzerns Schaeffler gegründet. Dort sollten Berufsausbildung und Weiterbildung der Schaeffler-Mitarbeiter, die in den Metall- und Elektroberufen tätig sind, gebündelt werden. Treibende Kraft hinter dieser Idee war Norbert Seiler, seinerzeit Personalchef bei Schaeffler in Homburg. Seiler wollte die GPW jedoch weiterentwickeln und sie auch für andere Firmen öffnen. Er war sich des Vorteils dieser Art der Wissensvermittlung durchaus bewusst. „Es gibt immer Unternehmen, denen die Ressourcen für eine umfassende Ausbil-

dung und die Betreuung ihrer Azubis fehlen. Für diese ist ein Verbundausbilder der ideale Partner“, sagt der Senior. „Dadurch können mehr junge Menschen einen gewerblich-technischen Beruf erlernen, als wenn es diese Einrichtungen nicht gäbe.“

Es gibt immer Unternehmen, denen die Ressourcen für eine umfassende Ausbildung und die Betreuung ihrer Azubis fehlen.

Norbert Seiler

Die Öffnung der GPW sprach sich schnell herum und so schickten auch andere Homburger Unternehmen ihre jungen Leute in die Schaeffler-Lehrwerkstatt. „Einer der ersten Kunden war der Reifenhersteller Michelin, der uns seine Azubis aus dem Homburger Werk anvertraute“, erinnert sich Julian Seiler, der sich 2004 anschickte, in die Fußstapfen seines Vaters zu treten. Die Umfirmierung von GPW in AZH wurde ebenfalls 2004 vollzogen. In demselben Jahr stand auch der erste Umzug an, „weil Schaeffler einen Teil unserer Halle selbst benötigte“, so Seiler Junior, der seit 2011 Chef und seit 2023 alleiniger Gesellschafter des Ausbildungszentrums ist. Das AZH kam bei Michelin unter. Bereits 1999 hatte Norbert

Seiler die Geschäftsanteile des Zentrums von Schaeffler übernommen.

Werkstatt und Schulungsräume

2012 entschlossen sich die Seilers zum großen Wurf. Sie wollten nirgendwo mehr Untermieter sein, sondern Herr im eigenen Haus. Im Homburger Industriegebiet Rohrwiesen wurden sie fündig und erstanden ein Grundstück. „In nur sechs Monaten zogen wir unser neues AZH hoch“, so Julian Seiler. Dort verfügt das Unternehmen heute über eine 700 Quadratmeter große Werkstatt und 800 Quadratmeter Schulungs-, Sozial- und Büroräume. Rund 30 Firmen aus dem Saarland und der Westpfalz nutzen inzwischen die Verbundausbildung beziehungsweise schicken ihre Leute zu Umschulungskursen – einige jedes Jahr, andere nur bei Bedarf.

Hauptkunde ist nach wie vor Schaeffler, aber auch der Gasnetz-Betreiber Creos, die Karlsberg-Brauerei oder der Aufzug-Hersteller Otis nutzen die Dienste des AZH. „Wir bieten für vernünftiges Geld eine Ausbildung, die früher nur in Großbetrieben üblich war“, sagt Seiler.

„Die Bandbreite der Berufe reicht vom Mechatroniker über den Elektroniker bis hin zum Werkzeugmechaniker“, erläutert Ausbildungsleiter Kai Staudt. „Am stärksten



Janina Backes (Bild links) und Leon Krausch machen ihre Ausbildung im AZH.



nachgefragt werden die Elektroberufe, insbesondere der Mechatroniker, der die Wissensgebiete Mechanik und Elektronik verbindet.“ Die meisten Azubis verbringen rund die Hälfte ihrer Lehrzeit – etwa 20 Monate – im AZH, bevor sie in den Ausbildungsbetrieb wechseln.

Transformation im Blick

Die Verbundausbildung und Weiterbildung für Unternehmen umfasst rund zwei Drittel der AZH-Tätigkeit. Das zweite Standbein beinhaltet Umschulungen und „sonstige öffentliche Maßnahmen“, sagt Seiler. Diese werden über

einen Bildungsgutschein der Arbeitsagentur angeboten. Darunter fallen unter anderem „vorbereitende Maßnahmen zu einer technisch-gewerblichen Umschulung sowie die modulare Qualifizierung Elektrotechnik oder Metalltechnik“, so Staudt. „Sehr gefragt ist die Umschulung zum Mechatroniker mit Abschluss vor der IHK“, sagt Seiler. „Die Konfiguration von Schaltschränken, der Umgang mit Kollege Roboter und die speicherprogrammierbare Steuerung (SPS) von Maschinen und Anlagen werden immer wichtiger“. Aus diesem Grund „muss auch die technische Ausstattung des Zentrums stets auf dem neuesten Stand sein“. Das AZH betreut pro Jahr bis zu 140 Lernwillige, die von zehn Mitarbeitern unter ihre Fittiche genommen werden. Für die theoretische Ausbildung greift das Zentrum auf Lehrer als Honorarkräfte zurück. Die Chancen der Absolventen auf einen Arbeitsplatz „liegen mit vernünftigen Abschluss bei 100 Prozent“.

Text: Lothar Warscheid

Fotos: BeckerBredel



Julian Seiler (links) ist Geschäftsführer und alleiniger Gesellschafter der AZH Ausbildungszentrum Homburg GmbH. Kai Staudt ist Ausbildungsleiter des Verbundausbildungs-Unternehmens.



„Ohne Engagement im Ehrenamt funktioniert die Gesellschaft nicht“, ist Restaurantmeisterin Stefanie Petralli überzeugt.

IHK-Prüfungsausschuss Die Prüferin

Stefanie Petralli engagiert sich seit rund drei Jahrzehnten ehrenamtlich im IHK-Prüfungsausschuss und bewertet die Leistungen der Azubis im Restaurant- und Hotelfach. Sie tut das aus Überzeugung.

Das Ehrenamt hat im Leben von Stefanie Petralli immer eine wichtige Rolle gespielt. „Wir müssen der Gesellschaft auch wieder etwas zurückgeben. Ohne Engagement im Ehrenamt funktioniert die Gesellschaft nicht“, meint die gelernte Restaurantmeisterin, die seit 1991 im Bildungszentrum der Arbeitskammer in Kirkel arbeitet. Dort ist sie – und benutzt den englischen Branchenausdruck – für „Food & Beverage“ zuständig, also für den Einkauf und die Organisation des Küchen- und Restaurantbereichs der Bildungsstätte, die jährlich einige tausend Kurs- und Veranstaltungsteilnehmer durchlaufen. Täglich verlassen knapp hundert Essen die Küche des Bildungszentrums. Das erfordert Planung, gezielten Einkauf, aber auch viel Know-how über Markt und Produkte. „Wo immer möglich, kaufe ich unsere Produkte in der Region ein, um unseren ökologischen Fußabdruck möglichst klein zu halten“, sagt Petralli. In jungen Jahren hat die Frau aus dem Bliesgau sich viel außerhalb des Saarlandes umgeschaut und gearbeitet – im berühmten „Dolder“ in Zürich stand sie auch in der Küche. Schließlich zog es sie wieder ins heimische Saarland zurück.

Einsatz und Durchhaltewillen

Seit rund 30 Jahren engagiert sie sich ehrenamtlich bei der IHK Saarland im Prüfungsausschuss für angehende Restaurant- und Hotelfachleute. Dort sitzen knapp 30 ehrenamtlich Tätige aus beiden Branchen, um den jungen Menschen die fachliche Qualifikation nach der dreijährigen Ausbildungsphase zu bescheinigen. Insgesamt engagieren sich mehr als 2.500 ehrenamtliche Prüfer bei der IHK Saarland.

Das Saarland, das stark auf Tourismus setzt, brauche im Gastgewerbe gut qualifizierte junge Menschen, sagt Petralli. Doch die Betriebe hätten es schwer, ihre Ausbildungsplätze zu besetzen. „Die Lage am Ausbildungsmarkt ist schwieriger geworden.“ Der Dienstleistungsberuf in Küche und Hotel erfordere hohes Engagement und Durchhaltewillen.

Wie viele junge Menschen absolvieren die Prüfungen im Hotel- und Gastronomiefach im Saarland? Im Winter prüfe man etwa 15, im Sommer 50 bis 60 Auszubildende. Der Anteil ausländischer Auszubildender nehme deutlich zu. Sie hätten es wegen Sprachproblemen oft schwer, ihre Ausbildung erfolgreich abzuschließen. Man müsse daher darauf achten, die Fragen verständlich zu formulieren. Die Prüflinge dürfen Wörterbücher benutzen. Diese müssen aber zuvor bei der IHK eingereicht werden.

Und nach der Prüfung? „Da fließen manchmal Tränen – vor Freude, aber auch, wenn es nicht geklappt hat“, berichtet Petralli. Nach einem Misserfolg versuche sie aber, den jungen Menschen Mut zu machen, einen neuen Anlauf zu wagen. Beim zweiten Mal gelinge die Prüfung meistens. Wer es geschafft habe, wolle in der Regel auch weitermachen und vielleicht in ein paar Jahren den Restaurant- oder Hotelmeister in Angriff nehmen. So prüfe sie etwa auch angehende Hotelmeister. Fremdsprachenkenntnisse – Englisch ist fürs Hotelfach unabdingbar – seien indes kein Bestandteil der Prüfungen.

Auch in der Politik aktiv

Prüfungsinhalte sind nicht ewig festgeschrieben. Sie müssen der sich permanent wandelnden Branche angepasst werden. Das geschieht bei der zentralen Aufgabenstelle für kaufmännische Abschluss- und Zwischenprüfungen (AKA), angesiedelt bei der IHK Nürnberg. Dort sitzt Petralli in einem entsprechenden Ausschuss.

Sie will die ehrenamtliche Prüfertätigkeit „schon noch einige Jahre ausüben“, um jungen Menschen beim Start ins Berufsleben zu helfen. In der eigenen Familie fielen ihre Bemühungen auf fruchtbaren Boden: Ihr 27-jähriger Sohn Ruben ist Koch im Saarland geworden. Zum Ehrenamt gehört für die Bliesgauerin auch politisches Engagement: Sie sitzt für die SPD im 2024 neu gewählten Stadtrat in Blieskastel. Volles Programm also im Dienst an der Gemeinschaft – auch neben dem Hauptberuf.

Text: Udo Rau

Foto: BeckerBredel

Machen Sie mit!

Wenn auch Sie sich in der IHK ehrenamtlich für die saarländische Wirtschaft einsetzen wollen, wenden Sie sich bitte an Hauptgeschäftsführer Dr. Frank Thomé,
Tel.: 0681 9520100,
E-Mail frank.thome@saarland.ihk.de

Paratec

Sprung ins Abenteuer

Mutig springen und sicher landen: Damit kennt sich der Fallschirm-Hersteller Paratec aus Düren aus. Genauso erging es dem Mittelständler jetzt selbst – bei seinem Einstieg ins Abenteuer Ausbildung.

Die Szene kennt jeder, zumindest aus Filmen. Flugzeug-Luke auf, Springer raus, freier Fall durch die Luft. Adrenalin, Speed. Dann öffnet sich der Schirm, Aufatmen, sanftes Gleiten bis zum Boden. Ein Abenteuer, gehalten von festem Nylon-Stoff an Leinen und Gurten. Darum geht es beim Fallschirmspringen – und in dem Beruf, den Sophie von Schweder seit September lernt. Die 20-Jährige macht eine Ausbildung zur Technischen Konfektionärin beim Fallschirm-Hersteller Paratec in Wallerfangen-Düren. Das passt gut, denn damit sind beide Seiten ebenfalls mutig in ein Abenteuer gesprungen – und sicher gelandet. Sophie in einem „coolen“ Ausbildungsplatz. Und die Firma Paratec in ihrer Premiere als Ausbildungsbetrieb. Erstmals seit seinem Start 1984 hat sich das Unternehmen für Fallschirmtechnik entschlossen auszubilden. Die „Zeiten des Fachkräftemangels“ gaben den Ausschlag, sagt Stefan Ertler, der gemeinsam mit Franziska Zwirner das Unternehmen führt. Die Personalsuche sei nicht leicht in einer Nischen-Branche, mit einem wenig zentralen Standort und dem Phänomen, „dass wir im Saarland kaum bekannt sind, auch wenn wir weltweit einen Namen

haben“. Die Ausbildung sei da ein „geeignetes Mittel“, um neue Fachkräfte und potenzielle Nachfolger zu entwickeln. Den Anfang machen bei Paratec gleich zwei Azubis. Ein angehender Kaufmann für Marketingkommunikation und Sophie in der Produktion.

Wir wollen ein spannendes Spektrum bieten – auch für Azubis.

Stefan Ertler

Kunden aus aller Welt

Hinter ihrem Ausbildungsplatz verbirgt sich dabei ein weiteres kleines Abenteuer. Denn „es gab erst mal keine gängige Ausbildung, die genau zu unseren spezialisierten Anforderungen passt. Wir sind nämlich Exoten“, sagt die stellvertretende Produktionsleiterin Simone Jäger-Ehl. „Deswegen ist es hier auch nie langweilig.“ Nach Langeweile klingt das Paratec-Geschäft tatsächlich nicht. Unter dem Motto „Think vertical“ fertigt und vertreibt

die Firma aus dem idyllischen Saargau, direkt am Flugplatz Düren, Fallschirme und Zubehör für Sport-Springer, Piloten und militärische Kunden aus aller Welt. „Wir hatten sogar mal einen Kunden auf einem Südsee-Atoll – da musste ich erst mal googeln“, sagt Jäger-Ehl. Angefangen hatte alles „in einer Garage mit sechs Leuten“, erinnert sich Ertler, der seit 1995 dabei ist. Gegründet wurde Paratec von Eva und Gerd Brandecker – auch Gründer der einstigen saarländischen Fluglinie Cirrus – und wuchs bald über Düren hinaus. Dazu trugen der Sitz im Saarland als „historische Springer-Hochburg“, innovative Entwicklungen und ein Großauftrag der Bundeswehr bei. Inzwischen zähle Paratec mit seinem Portfolio zu einer Handvoll Herstellern weltweit, mit sechs Millionen Euro Jahresumsatz – „Tendenz steigend“ – und rund 60 Mitarbeitern in Düren und Dresden, wo Zubehör entsteht. In Nordamerika hat Paratec ein Vertriebsbüro, in Südamerika eine Produktionskooperation und überall den Anspruch, „die sichersten und fortschrittlichsten Fallschirmkomponenten“ zu liefern. „Wir können also einiges bieten“, sagt Ertler.

Die Auszubildende Sophie von Schweder (rechts) mit ihren Ausbilderinnen Sabrina Raubuch (links) und Johanna Ebert sowie Paratec-Geschäftsführer Stefan Ertler.



Das Nähen von Fallschirmen und Zubehör ist eine wichtige Fähigkeit, die Sophie von Schweder (links) in ihrer ungewöhnlichen Ausbildung bei Paratec lernt. Ihre Ausbilderin Johanna Ebert unterstützt sie dabei.

Ganz besonderes Berufsbild

Und genau darin lag das Problem, als es um die Ausbildung in der Produktion ging. Weil die Herstellung um Fallschirm und Gurtzeug – Kappe und Rig im Fachjargon – vielseitig und komplex sei, passe Paratec nicht genau in eine Kategorie, sagt Ertler: „Wir sind von allem ein bisschen: Industrie, Handel, Metall, Textil, Dienstleistung, Luftfahrt.“ Das bunte Team um Techniker, Schneider und Raumausstatter arbeitet mit Maschinen und Händen, mehreren Materialien und Methoden. Bei der Suche nach einem Ausbildungsberuf, der zu dem Mix passt, setzte Paratec schließlich auf die Hilfe der IHK – und fand zum Technischen Konfektionär.

Das seltene Berufsbild, das Näh-, Maschinen- und Metallarbeiten vereint, „mussten wir selbst erst mal genau recherchieren“,

sagt Mathias Lauer, Leiter Ausbildung bei der IHK. Als es passte, wurde auch der passende Ausbildungsrahmen dazu „gestrickt“, mit Praxisteil im Betrieb und Berufsschul- sowie Prüfungsstandort in Köln. Im Saarland ist Azubine Sophie mit ihrem Exoten-Beruf nun ein echtes Unikat – und nicht nur IHK-Experte Lauer ist froh, dass der besondere Paratec-Start ins Abenteuer Ausbildung gelang. Auch das Unternehmen und Sophie sind glücklich, die es „mega spannend“ findet. So auch ihre Ausbilderinnen Johanna Ebert und Sabrina Raubuch, bei denen sie lernt, wie Fallschirme entstehen – von Laser-Zuschnitt über Kleben, Nähen und Leinen bis zur Endkontrolle. Ein komplettes, tausende Euro teures „Sprunggepäck“ wiegt am Ende je nach Ausstattung bis zu 38 Kilo.

Mit seinen exotischen Produkten will Paratec weiter wachsen, sagt Geschäftsführer Ertler. Auch mit Innovationen wie der aktuellen Entwicklung eines „Evakuierungssystems auf großen Windkraftanlagen“ mittels Fallschirmtechnik. Paratec wolle weiterhin „ein spannendes Spektrum bieten – auch für Azubis“. Dazu benötigten Betriebe aber mehr Freiheit, bessere Infrastruktur, weniger Bürokratie und niedrigere Standortkosten. Um auch künftig Treiber für Innovationen sein zu können – und für das Abenteuer Ausbildung.

Text: Frauke Scholl

Fotos: Oliver Dietze

Ludwig Schokolade

„Man wächst hinein“

Vito Antona hat vor 24 Jahren seine Ausbildung bei Ludwig Schokolade begonnen. Heute ist er eine gestandene Führungskraft. Der Industriemeister erzählt von einer erstaunlich „normalen“ Karriere.

Es duftet süß nach Schokolade und Karamell. Maschinen rattern, klackern, rauschen, zischen. Breite weiße Bänder befördern in endlosen Reihen Schokoriegel in Richtung Verpackungsmaschinen. An anderer Stelle greifen hinter Glasscheiben Roboterarme in schnellem Rhythmus zu und packen Pralinen in Schachteln. Frauen und Männer in weißen Jacken und mit Kopfhäuben hantieren an den Anlagen. Hier kennt sich Vito Antona aus. Das Saarweller Werk von Ludwig Schokolade ist seine Welt.

Seit sieben Jahren ist er verantwortlich für die Süßigkeiten-Produktion in zwei Hallen und für rund 250 Mitarbeiter. Fertigungsbereichsleiter nennt sich die Funktion. Fünf gibt es davon insgesamt bei Ludwig Schokolade im Saarland, an den beiden Standorten Saarlouis und Saarwellingen. Der 41-Jährige, der mit seiner Frau und einer kleinen Tochter in Schmelz lebt, hat Karriere gemacht – ohne Studium und ohne Abitur. In diesem großen Unternehmen – bekannt vor allem für „Schogetten“ und „Edle Tropfen in Nuss“, mit knapp 1.100 Menschen in der Stammebelegschaft und einer Jahresproduktion von rund 90.000 Tonnen Süßwaren.

„Fachmann werden“

Wie Antona das geschafft hat? „Man wächst hinein. Es ist tatsächlich einfach, wenn man hier groß geworden ist“, so seine verblüffende Antwort. Doch im Handumdrehen schafft man den Aufstieg vom Azubi zum Chef in zwei Werkshallen natürlich nicht. Man muss Hand anlegen und seinen Kopf anstrengen, wie er auch selbst sagt: „Man muss sich Mühe geben, sich mit den Aufgaben vertraut machen, sich hineinfuchsen, so dass man ein richtiger Fachmann auf dem Gebiet wird.“ Genau das hat er getan.

Es ist wichtig, dass man mit Mitarbeitern umgehen kann – auf der fachlichen und auf der menschlichen Ebene.

Vito Antona

Der erste Schritt nach dem Hauptschulabschluss war von 2001 bis 2004 die Ausbildung zur Fachkraft für Süßwarentechnik – heute heißt der Beruf Süßwarentechnologe. Danach führte der Weg im Betrieb eine

Stufe nach der anderen nach oben: Anlagenführer, Gruppenleiter, Schichtmeister und schließlich seit 2018 Fertigungsbereichsleiter. Zu der Karriere gehörte die Weiterbildung zum Industriemeister Süßwaren. Damit ist er auch Ausbilder in seinem Fach.

Wer für 250 Mitarbeiter zuständig ist, muss noch mehr können, als einen Anlagenpark zu betreuen. „Es ist wichtig, dass man mit Mitarbeitern umgehen kann – auf der fachlichen und auf der menschlichen Ebene“, sagt Antona. Aber auch „da wächst man hinein“. Anfangs als Anlagenführer habe man ein Team von einer Handvoll Mitarbeitern. Mit jeder weiteren Stufe auf der Karriereleiter würden es mehr. „Man lernt, mit den verschiedenen Charakteren umzugehen und die Mitarbeiter zu motivieren.“ Dafür habe er auch Schulungen in Personalführung absolviert. Entscheidend sind für ihn aber die Erfahrungen mit Menschen, die er in den 24 Jahren bei Ludwig Schokolade gesammelt hat.

Karrieren fördern

Vom Hineinwachsen spricht auch Claus Hafner, der Werksleiter von Ludwig Scho-



Vito Antona kennt sich mit der Steuerung der komplexen Anlagen bei Ludwig Schokolade aus. Das ist etwas, was man in der Ausbildung zum Süßwarentechnologen lernt.

kolade im Saarland. Er formuliert es nur etwas anders, wenn er über Karrierewege spricht: „Das geht sukzessive.“ Eben Stufe für Stufe. „Für Auszubildende, die sich durch Leistung hervortun, gibt es viele Aufstiegsmöglichkeiten.“ So wie für Vito Antona. In jeder neuen und höheren Position habe er sich bewährt und die Chancen beim Schopfe gepackt. Solche Karrieren zu ermöglichen, sei Programm bei Ludwig Schokolade. Mehrere Führungskräfte seien Eigengewächse, die wie Antona den Betrieb durchlaufen hätten, sagt Hafner. Wichtig sei dafür „eine Kombination aus Fachkenntnis und Führungs- und Sozialkompetenz“. Eine Entwicklung, die das Unternehmen fördere. Zum Beispiel, indem es die Weiterbildung von Süßwarentechnologen an der Meisterschule in Solingen finanziere. Wer

wolle, könne noch ein Studium draufsetzen, zum Beispiel im Fach Lebensmitteltechnologie an der Hochschule Trier. Elf Auszubildende habe Ludwig Schokolade zurzeit, sagt Hafner. „Immer gut zu besetzen sind die Stellen für kaufmännische Berufe“, auch in technischen Berufen etwa in den Bereichen Elektronik oder Mechatronik finde man passende Bewerber. Schwierig sei es, Nachwuchs für die Süßwarentechnologie, also für Vito Antonas Beruf, zu finden, obwohl „die Ausbildung sehr breit ist und viele Weiterbildungsmöglichkeiten bietet“ – und viele Einsatzgebiete: in der Produktion sowie in Forschung, Entwicklung und Qualitätssicherung. „Unsere Süßwarentechnologen übernehmen Verantwortung für neue Produkte, bilden Mitarbeiter aus, sind an den Linien – das ist ein tolles

Spannungsfeld“, wirbt der Werksleiter. Darüber hinaus macht er auf einen Punkt aufmerksam, der grundsätzlich für einen Start in dem Unternehmen spreche, gerade in Zeiten steigender Arbeitslosigkeit: „Ludwig Schokolade generiert Wachstum.“ Deshalb „bieten wir sichere Arbeitsplätze für die Zukunft“.

Für Vito Antona stimmt das sicherlich. Er hat seine Zukunft bei Ludwig Schokolade gefunden – und es geschafft, vom Azubi zur Führungskraft aufzusteigen. Eine Karriere, die aus seiner Sicht Azubis von heute ebenfalls schaffen können. Denn „man wächst hinein“.

Text: Volker Meyer zu Tittingdorf

Foto: Dirk Guldner

Was ist bei der Vorbereitung auf den Notfall am wichtigsten?

Firmenchefs sollten rechtzeitig klar regeln, was zu tun ist, wenn sie plötzlich für längere Zeit ausfallen oder sterben. Das ist das A und O. Es muss sichergestellt sein, dass die Unterlagen mit diesen Regelungen im Notfall schnell und einfach zu finden sind – am besten gesammelt in einem Notfallkoffer, auf jeden Fall aber an einem sicheren Ort. Es reicht dabei nicht, die Unterlagen nur zu erstellen. Vielmehr sollten diese regelmäßig überprüft und gegebenenfalls aktualisiert werden. Und ganz wichtig: Ein Unternehmer muss eine Vertrauensperson über diesen Notfallkoffer und dessen Aufenthaltsort informieren. Diese Person muss auch wissen, wie sie vorgehen muss, wenn sie den Notfallkoffer öffnet.

Was müssen Unternehmer unbedingt regeln?

Unternehmer müssen Antworten auf einige grundsätzliche Fragen finden: Wer kann im Notfall vorübergehend oder dauerhaft den Betrieb leiten? Ist diese Person identisch mit der Vertrauensperson, die über den Notfallkoffer informiert ist? Ist sie ein Familienmitglied, ein Mitarbeiter oder ein Externer? Muss eventuell für einen Übergangszeitraum die Unternehmensführung auf mehrere Personen verteilt werden? Klar ist, dass der Unternehmer eine Vertrauensperson oder mehrere Vertrauenspersonen für die Weiterführung des Betriebs benennen muss.

Welche Vollmachten müssen solche Vertrauenspersonen haben?

Wer die Geschäfte weiterführen soll, braucht Vollmachten für den Umgang mit Kunden, Lieferanten, Banken und auch gegenüber der Finanzverwaltung. Erteilt werden können eine Handlungsvollmacht oder eine Prokura. Eine Vertrauensperson muss auch Kenntnis haben über die Passwörter und Codes, die für die Benutzung der Firmensoftware erforderlich sind.

Wozu berechtigt eine Handlungsvollmacht?

Die Handlungsvollmacht berechtigt zu allen Geschäften und Rechtshandlungen, die der Betrieb gewöhnlich mit sich bringt. Der Umfang einer Handlungsvollmacht kann beschränkt werden. Allerdings ist die Beschränkung gegenüber einem Dritten nur wirksam, wenn der Dritte sie kennt. Deshalb muss eine Handlungsvollmacht schriftlich erteilt werden. Die Handlungsvollmacht kann als Generalvollmacht, als Arthandlungsvollmacht oder als Spezialhandlungsvollmacht erteilt werden. Sie muss nicht ins Handelsregister eingetragen werden.

Was tun, wenn Chefin oder Chef wegen Krankheit, Unfall oder Tod ausfällt? Die IHK gibt Antworten, wie sich Unternehmen auf solche Notfälle vorbereiten sollten.

IHK-Service

Notfallkoffer für Unternehmen

Was ermöglicht eine Prokura?

Die Prokura ermächtigt zu allen Arten von gerichtlichen und außergerichtlichen Geschäften und Rechtshandlungen, die der Betrieb eines Handelsgewerbes mit sich bringt. Die Prokura erlaubt auch branchenfremde Geschäfte. Sie ist damit weiter gefasst als die Handlungsvollmacht. Im Unterschied zur Handlungsvollmacht kann die Prokura nur im Innenverhältnis eingeschränkt werden, nicht gegenüber Dritten. Sie kann als Einzel- oder Gesamtprokura erteilt werden. Sie ist in das Handelsregister einzutragen. Auch hier empfiehlt sich die Ausstellung einer schriftlichen Prokura. Mehr Informationen zu diesem Thema bieten die IHK-Infoblätter GR 16 „Der Prokurist“ und GR 14 „Die Vertretung im Handelsrecht“. Beide sind auf der Webseite saarland.ihk.de unter der Kennzahl 1339 nachzulesen.



Was ist für den Todesfall zu bedenken?

Sofern keine Nachfolge geregelt ist, gilt im Einzelunternehmen die gesetzliche Erbfolge. Existieren mehrere Erben, bilden diese eine Erbengemeinschaft. Da die Erbengemeinschaft nur gemeinsam entscheiden kann, kann es sinnvoll sein, in einem Testament festzulegen, wem Vertretungsmacht eingeräumt werden soll. Wichtig: Solange ein Erbe keinen Erbschein oder kein Testament vorlegen kann, ist er auch nicht berechtigt zu handeln. Deshalb sollte der Einzelunternehmer sich beizeiten überlegen, ob sein Unternehmen unter mehreren Erben aufgeteilt werden soll oder ob ein Erbe allein das Unternehmen fortführen soll. Ist in diesem Fall genügend Vermögen vorhanden, um die Pflichtteilsansprüche der Miterben zu befriedigen? Soll das schon im Vorfeld mit den Familienmitgliedern besprochen werden? Ganz wichtig: Der Unternehmer sollte mit seinem Steuerberater besprechen, wie hoch die anfallende Erbschaftssteuer wäre. Verfügt das Unternehmen im Erbschaftsfall über die erforderliche Liquidität? Wie kann vorgesorgt werden?



Was passiert beim Todesfall mit einer Gesellschaft des bürgerlichen Rechts?

Wird das Unternehmen als Gesellschaft des bürgerlichen Rechts (GbR) geführt, zieht der Tod eines Gesellschafters die Auflösung der Gesellschaft kraft Gesetz nach sich. Um das zu verhindern, sollte in den Gesellschaftervertrag von Anfang an eine Fortsetzungs- oder Nachfolgeklausel aufgenommen werden. Bei einer Fortsetzungsklausel führen die übrigen Gesellschafter die Gesellschaft weiter. Mit einer Nachfolgeklausel wird festgelegt, wer anstelle des Verstorbenen in die Gesellschaft eintritt. Mehr Informationen dazu enthält das IHK-Infoblatt GR 03 „Die Gesellschaft des bürgerlichen Rechts“. Es ist auf der IHK-Webseite unter der Kennzahl 744 zu finden.

Was ist bei einer GmbH für den Todesfall zu beachten?

Ganz anders als bei der GbR ist die Situation bei der GmbH. Die Anteile an einer GmbH sind vererbbar. Sie gehen also auf den Erben beziehungsweise die Erbengemeinschaft über. In der Satzung sollte deshalb von Anfang an vorausschauend geregelt werden, ob die Anteile des Verstorbenen durch die übrigen Gesellschafter eingezogen werden. Mit einer Abtretungsklausel kann bestimmt werden, dass die Erben den Anteil an einen Dritten abzutreten haben.

Was sollte noch in den Notfallkoffer gepackt werden?

Im Notfallkoffer sollte eindeutig unter Nennung aller Kontaktdaten aufgeführt sein, wer im Ernstfall zu benachrichtigen ist und wer für welche Themengebiete Ansprechpartner ist. Alles, was mit den Finanzen zusammenhängt, muss in den Notfallkoffer rein: Angabe aller Geschäftskonten, Bankschließfächer, betriebliche Zahlungsverpflichtungen (Kredite, Miete, Leasing, Lizenzen usw.), Versicherungen. Es muss auch hinterlegt sein, wer wofür Vollmachten hat. Gesellschaftsverträge, Handelsregisterauszüge, Grundbucheintragungen und weitere wichtige Unterlagen sollten als Kopie in dem Notfallkoffer ihren Platz haben.

Was ist mit Blick auf Kunden und Lieferanten zu regeln?

Verträge mit Kunden und Lieferanten sollten ebenfalls geordnet griffbereit sein. Für eine vorübergehende Übernahme der Betriebsleitung sehr wichtig: nachvollziehbare Kalkulationen für die Auftragsakquise, ein Ablagesystem, das einen raschen Überblick über aktuelle Aufträge gibt und auch einen Überblick ermöglicht, in welcher Phase sich die einzelnen Aufträge befinden. Sind Aufträge schon erteilt, wurden Mängel gerügt, existieren Rechnungen und sind diese bereits bezahlt? Das laufende Tagesgeschäft muss auch dann weiterlaufen, wenn der Chef ausfällt.

Weitere Informationen gibt ein „Notfall-Handbuch für Unternehmen“ der IHK Saarland auf der IHK-Webseite unter der Kennzahl 9.747.

Text: Heike Cloß, Kim Pleines
Illustration: wppt

Konjunktur

Stimmung bleibt gedämpft

Die saarländischen Unternehmen bewerten ihre aktuelle Lage und die Geschäftsaussichten für die nächsten Monate äußerst verhalten. Die Politik ist gefordert. _____
Deutschland braucht eine Reformstrategie.

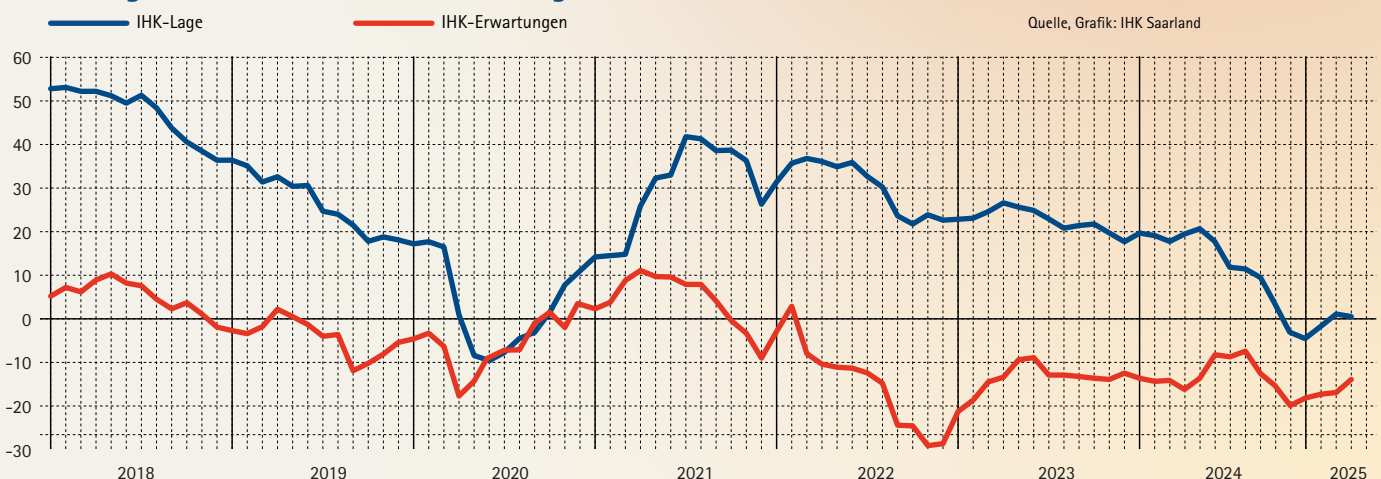
Auch im März bleibt die Saar-Wirtschaft weit unter ihren Möglichkeiten. Ursächlich dafür ist nach wie vor das schwierige wirtschaftliche Umfeld, das von Investitionszurückhaltung, schwacher Konsumneigung und Belastungen durch internationale Handelskonflikte beherrscht wird. Entsprechend gedämpft ist daher die Stimmung in den Unternehmen. Das signalisieren die Meldungen zur aktuellen Geschäftslage und zu den Erwartungen für die kommenden sechs Monate.

Der IHK-Lageindikator gab im März gegenüber dem Vormonat um 0,9 Punkte nach und liegt nun mit 0,2 Zählern nur noch knapp oberhalb der Nulllinie. Leicht verbessert haben sich hingegen die Geschäftsaussichten: So legte der IHK-Erwartungsindikator um 3,1 Punkte zu. Er bleibt aber mit minus 14,1 Zählern weiterhin tief im roten Bereich. An der März-Umfrage der IHK Saarland beteiligten sich rund 300 Unternehmen mit gut 100.000 Beschäftigten.

Große Unsicherheiten

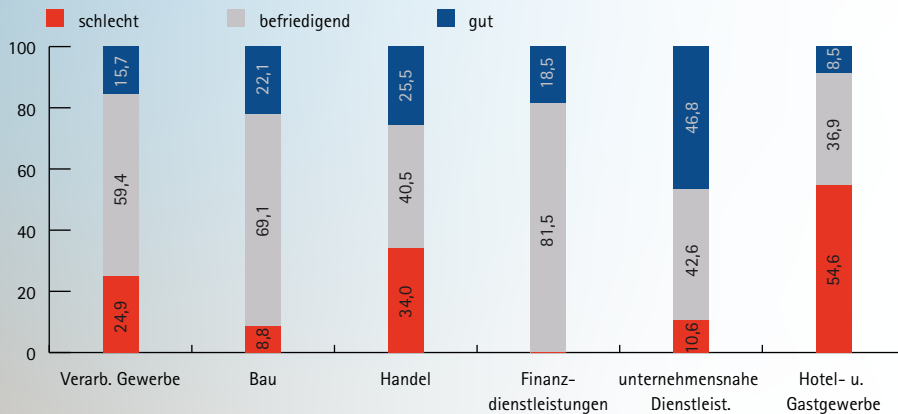
Die Gemengelage aus hohen wirtschafts- und geopolitischen Unsicherheiten sowie der massive Anpassungs- und Kostendruck bei unterausgelasteten Kapazitäten und auch perspektivisch schwieriger Auftragslage setzt den Betrieben in weiten Teilen der Saar-Wirtschaft nach wie vor erheblich zu und gefährdet Wachstum und Arbeitsplätze. Unternehmen und Haushalte werden sich unter diesen Umständen weiterhin mit Investitionen und Konsum zurückhalten.

Stimmungsbarometer weiterhin mit niedrigen Werten

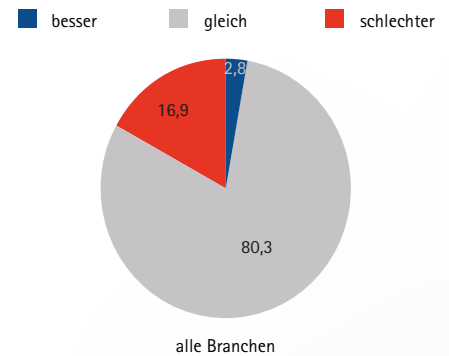


Angespannte Lage in vielen Branchen

Angaben in Prozent



Verhaltene Aussichten



Quelle, Grafik: IHK Saarland

Das beschlossene Schuldenpaket wird mit Blick auf das schiere Volumen zwar grundsätzlich das Wachstumspotenzial erhöhen. In welchem Ausmaß ein solcher Effekt allerdings eintritt und ob er nachhaltig wirkt, wird insbesondere davon abhängen, inwieweit die neue Bundesregierung die drängenden Strukturprobleme des Landes mit einer tiefgreifenden Reformagenda aufzulösen vermag. Ansonsten wird es schwer, das so dringend nötige Vertrauen von Wirtschaft und Gesellschaft wieder aufzubauen. Ein nachhaltiger Aufschwung basiert primär nicht auf mehr Staatsausgaben, sondern auf einem tragfähigen Zukunftskonzept für die Wirtschaft, die allen voran die Steuer- und Abgabenlast reduziert, die Energiekosten drosselt, Bürokratie und Regulatorik zurückführt und die Sozialpolitik neu justiert.

Insgesamt bewerten 23 Prozent der befragten Unternehmen ihre Geschäftslage mit gut oder sehr gut, 54 Prozent mit befriedigend und 23 Prozent mit schlecht. Gut laufen die Geschäfte in der Elektroindustrie und in der Keramikindustrie.

Überwiegend befriedigend ist die Lage im Ernährungsgewerbe, im Stahlbau, im Maschinen- und Anlagenbau, in der Medizintechnik, in der Bauwirtschaft und in Teilen des Fahrzeugbaus. In der Gummi- und Kunststoffindustrie, bei den Gießereien und Herstellern von Metallerezeugnissen sowie in Teilen der Stahlindustrie bleibt die Lage dagegen weiterhin deutlich angespannt.

Im Dienstleistungsgewerbe berichten 80 Prozent der befragten Unternehmen von guten oder befriedigenden Geschäften. Gut laufen die Geschäfte in der IT-Wirtschaft. Bei den Banken und Versicherungen ist die Lage größtenteils befriedigend. Im Handel, im Hotel- und Gaststättengewerbe, bei den Logistikern sowie bei den unternehmensnahen Dienstleistern zeigt sich hingegen ein durchwachsendes Stimmungsbild.

Wirtschaftswende ist notwendig

Für die kommenden sechs Monate bleiben die Aussichten für die Saar-Wirtschaft äußerst verhalten. Nur 2,8 Prozent der Betriebe rechnen mit besseren, 16,9 Prozent dagegen mit schlechteren Geschäften. Das Gros der Betriebe geht von einer gleichbleibenden Entwicklung aus. 2025 droht zu einem weiteren verlorenen Jahr für die deutsche Wirtschaft zu werden.

Insbesondere der Mittelstand wird von einem umfassenden politischen Entscheidungs- und Handlungsstau blockiert, der sich über lange Zeit aufgebaut hat. Notwendig ist ein tragfähiges Zukunftskonzept mit einer ambitionierten und ganzheitlichen Reformstrategie für den Staat, für die Sozialsysteme und für mehr unternehmerische Handlungsfreiheit. Doch bislang ist all dies nicht in Sicht. Im Gegenteil: Die notwendige Wirtschafts- und Politikwende droht an ideologischen Parteigrenzen zu scheitern. Sollte sie nicht gelingen, besteht die Gefahr, dass die zusätzlichen Milliardenausgaben die Inflation wieder anheizen. Das wäre ein weiterer schwerer Schlag gegen die Investitions- und Konsumbereitschaft im Land. Die Politik ist daher dringend gefordert, sich rasch, mutig und entschlossen auf eine Gesamtstrategie zu verständigen, die die Wachstumskräfte entfesselt und den Standort Deutschland wieder nach vorne bringt.

Text: Dr. Frank Thomé

Start in eine n

Die Scheer School of Digital Sciences at Saarland University hat ihren Betrieb aufgenommen. Sie soll neue Maßstäbe in der digitalen Weiterbildung setzen – und der digitalen Transformation saarländischer Unternehmen einen Schub geben.

Die SHS – Stahl-Holding-Saar mit den Unternehmen Dillinger und Saarstahl macht den Anfang. Neun Mitarbeiter des saarländischen Stahlunternehmens lernen seit Mitte März an der im vergangenen Sommer gegründeten Scheer School of Digital Sciences at Saarland University. Das Ziel des auf acht Wochen angelegten Kurses: „Wir wollen das Wissen über Künstliche Intelligenz über die IT hinaus in andere Bereiche des Unternehmens breit streuen. Und wir wollen mit diesem Zertifikatslehrgang Multiplikatoren in Sachen KI und Digitalisierung ausbilden“, sagt Cornelis Wendler, der Leiter Bildung und Personalentwicklung der SHS – Stahl-Holding-Saar.

Die neue Institution für Weiterbildung in Sachen Digitalisierung „wird einen zentralen Beitrag zur Transformation der Saarwirtschaft leisten“. So hatte der saarländische Finanz- und Wissenschaftsminister Jakob von Weizsäcker den Anspruch formuliert, den die Scheer School erfüllen soll. 25 Millionen Euro stellt das

Land aus dem Transformationsfonds als Anschubfinanzierung zur Verfügung. In acht Jahren soll sie sich finanziell selbst tragen. Das Besondere an der Scheer School: Die „Fachkräfte der Zukunft sollen nicht nur lernen, digitale Technologien zu entwickeln, sondern sie auch in der Praxis anzuwenden und vorauszudenken“, sagte August-Wilhelm Scheer, Professor für Wirtschaftsinformatik und IT-Unternehmer, anlässlich der Gründung der Bildungseinrichtung.

*Es gibt immer ein
Lehr-Tandem: einen
Akademie- und einen
Praxis-Experten.*

Sebastian Kreibich



neue Welt



Sebastian Kreibich und Professor Benedikt Schnellbächer (von links) sind die beiden Köpfe der Scheer School of Digital Sciences an der Universität des Saarlandes.

Verzahnung zweier Welten

Die Scheer School ist ganz auf Verzahnung der akademischen universitären Welt mit der Wirtschaft ausgerichtet. Das zeigt sich schon in ihrem Aufbau: Sie ist eine gemeinnützige GmbH mit zwei Gesellschaftern: die Universität des Saarlandes und das August-Wilhelm Scheer Institut für digitale Produkte und Prozesse. Entsprechend ist die Geschäftsführung besetzt: Sebastian Kreibich kommt aus dem Scheer-Institut. Der zweite Geschäftsführer ist Benedikt Schnellbächer, Professor für digitale Transformation und Entrepreneurship an der Saar-Universität. Die Scheer School will, so Kreibich, „sehr wirtschaftsnahe Bildungsdienstleistungen erbringen“ – insbesondere für saarländische Unternehmen, vor allem aus der Industrie, damit sie im internationalen Wettbewerb besser bestehen können. Im vergangenen Herbst ist man auf erste Unternehmen zugegangen, darunter die SHS – Stahl-Holding-Saar, V&B und Globus. In Workshops wurden „Bedarfe in Bezug auf

digitale Transformation und Mitarbeiter- sowie Organisationsentwicklung geklärt, die wir durch unsere Programme abdecken können“, erläutert Kreibich. Dieser Ansatz soll systematisch weiterverfolgt werden. „Wir wollen mit den Unternehmen in den Austausch gehen.“ Eine strategische Partnerschaft ist das Ziel. Zunächst wird gemeinsam erarbeitet, was das Unternehmen in den nächsten zehn Jahren in der digitalen Transformation benötigt. „Darauf stimmen wir dann die Kurse und Module ab“, sagt Kreibich.

Bis zum Master

Die neue Bildungseinrichtung startet „mit Einstiegsformaten auf einem Grundlagen-Level“, sagt Kreibich. In der Regel vierwöchige Kurse mit Themen wie zum Beispiel „Funktionsweise von Künstlicher Intelligenz“. Damit will man möglichst viele Mitarbeiter in den Unternehmen erreichen. Die Grundlagen-Lehrgänge führen zu einem Zertifikat. Mit weiteren anspruchsvolleren Modulen sollen die Teilnehmer

einen Bachelor- oder sogar einen Masterabschluss erreichen können. „Mit dem ersten Master fangen wir im Oktober an“, sagt Schnellbächer. Generell bewegt sich die Scheer School auf „universitärem Level“, betont Kreibich. Durchlässigkeit ist aber ausdrücklich gewünscht. Das Programm richtet sich auch an Unternehmensmitarbeiter ohne formale akademische Bildung. „Jemand mit Ausbildung und Berufserfahrung“ soll an der Scheer School die Chance haben, sich höher zu qualifizieren, so Schnellbächer. Und ausdrücklich sollen in einem Kurs alle zusammen lernen – die Teilnehmer mit Hochschulabschluss und die mit Ausbildung. Universitäres Niveau bedeutet gerade nicht, dass rein akademisch gelehrt wird. „Es gibt immer ein Lehr-Tandem: einen Akademie- und einen Praxis-Experten“, sagt Kreibich. Also einen Professor oder wissenschaftlichen Mitarbeiter und jemanden aus der Wirtschaft. Im SHS-Lehrgang hat Professor Schnellbächer die Theorie-Seite übernommen. Die prakti-

sche Perspektive bringt Tobias Greff vom August-Wilhelm Scheer Institut ein. Er ist als Trainer und Berater am Mittelstand-Digital Saarbrücken tätig und unterstützt mittelständische Unternehmen darin, KI-Anwendungen umzusetzen. Eine begleitende Rolle hat Michael Schäfer, Leiter des Bereichs Digitalisierung der SHS – Stahl-Holding-Saar. Eine seiner Aufgaben für den Kurs ist, Praxisfälle aus dem Unternehmen beizusteuern.

Ein weiterer Punkt der Verknüpfung von Wirtschaft und Hochschule „ist Projektarbeit in der Gruppe an konkreten Herausforderungen von Unternehmen“, sagt Kreibich. Das Lernen ist „problembasiert und

Wir wollen mit diesem Zertifikatslehrgang Multiplikatoren in Sachen KI und Digitalisierung ausbilden.

Cornelis Wendler



lösungsorientiert“ und dient nicht dem Anhäufen theoretischen Wissens. Entsprechend formuliert Wendler, der Verantwortliche für das Thema Bildung bei der SHS – Stahl-Holding-Saar, als Ziel für den ersten Kurs: „Die Teilnehmer sollen Verständnis für digitale Geschäftsmodelle und künstliche Intelligenz entwickeln sowie KI-Tools und -Methoden kennenlernen. Darüber hinaus spielt der Transfer auf den eigenen Bereich eine entscheidende Rolle.“

Selbstbestimmtes Lernen

Die Art des Lernens in der Scheer School soll anders sein, als man es von klassischen Fortbildungen kennt. Die Dozenten setzen den Teilnehmern die Lerninhalte nicht einfach vor. Sie müssen ihre Lernziele selbst mitgestalten, ihre Lernfortschritte mitbestimmen und sind selbst verantwortlich für das Erreichen der Ziele. Die berufsbegleitenden Lehrgänge sind deshalb hybrid angelegt, mit einem hohen Anteil eigenständigen Lernens in digitalen Formaten. Der didaktische Ansatz hat

aus Wendlers Sicht entscheidende Vorteile: „Wir haben hier die Möglichkeit, eigene Themen einzubringen und sie auf die Bedürfnisse der einzelnen Mitarbeitenden und ihrer Bereiche herunterzubrechen.“

So sehr die Scheer School saarländische Unternehmen und deren Mitarbeiter im Blick hat, sie schaut auch über den Teller- rand hinaus. Sie soll dem Fachkräftemangel auf dem Gebiet der Digitalisierung entgegenwirken, indem sie auch Zielgruppen außerhalb des Saarlandes anspricht. Die Scheer School ist deshalb international ausgerichtet. Kreibich und Schnellbacher können sich vorstellen, Fühler nach Osteuropa oder nach Asien auszustrecken, um Fachkräfte anzulocken. Auch Unternehmen aus dem ganzen deutschsprachigen Raum wolle man in den kommenden Jahren ansprechen. Die Teilnehmer der Lehrgänge werden künftig, anders als jetzt zum Auftakt, in der Regel nicht nur aus einem Unternehmen kommen. Der Ansatz ist, verschiedene Firmen aus der gleichen Branche für

diese digitalen Qualifizierungen zu interessieren oder besondere Herausforderungen wie Green Steel oder Smart Manufacturing zum Thema zu machen. „Wir sind davon überzeugt, dass es für das Saarland ein sehr lohnendes Modell ist, wenn Input von außen reinkommt“, sagt Kreibich. Saarländische Unternehmen wünschen sich genau das: „Das haben wir aus den Betrieben am meisten gehört: Wir brauchen Best-Practice-Beispiele“ für KI und Digitalisierung.

Zunächst muss sich das Konzept der Scheer School aber in dem achtwöchigen Lehrgang für den Kunden SHS – Stahl-Holding-Saar bewähren. Im Idealfall bringen die neue Kandidaten praxistaugliche Ideen für die Umsetzung von anstehenden Digitalisierungsprojekten bei der SHS. Ein weiterer Interessent aus dem Saarland steht übrigens in den Startlöchern: die Karlsberg Brauerei.

Text: Volker Meyer zu Tittingdorf

Foto: BeckerBredel

In Führungsetagen sind Frauen immer noch unterrepräsentiert. Wir stellen Frauen vor, die ihren Weg nach oben gegangen sind. In dieser Ausgabe: Stephanie Lotter, Geschäftsführerin Einkauf, Sortimentsmanagement, Marketing und Eigenmarken der Globus Markthallen Holding.

Wenn die Chefin plötzlich zur Kundin wird, ist Samstag. Aber auch dann bleibt Stephanie Lotter dem Unternehmen treu, für das sie seit drei Jahren arbeitet. „Natürlich kaufe ich bei Globus“, sagt die Geschäftsführerin für Einkauf, Sortimentsmanagement, Marketing und Eigenmarken der Globus Markthallen Holding und lacht. Schließlich sei es „praktisch, dass es alles gibt“ – Lebensmittel und Haushaltswaren, Gastronomie und Mode, Bio-Trends und Fleischkäs-Weck. Wie die anderen Kunden schiebt sie dann den Wagen durch die Gänge, folgt ihrem Zettel oder lässt sich treiben – aber manchmal kann es trotzdem passieren. „Wenn mir was auffällt, ein falsches Preisschild oder so, kann es sein, dass ich meinem

Team ein Foto schicke“, sagt Lotter, die der Profi-Blick dann doch einholt. Das liege an ihrem Anspruch, vermutet sie schmunzelnd. Und wohl auch daran, dass sie schon „sehr Globus“ geworden sei. Damit meint Stephanie Lotter die „enorme Identifikation“ mit dem Unternehmen, die für Mitarbeiter und Kunden typisch sei, vor allem im Saarland. „Die Verbundenheit ist schon besonders“, findet die Ostwestfälin, die im März 2022 als Chef-Einkäuferin in das Markthallen-Führungs-Quartett um Globus-Chef Matthias Bruch rückte. Für ihre eigene „schnelle Bindung“ sorgte nicht nur die Verantwortung für volle Regale in der Warenhaus-Sparte, die einen Großteil des jährlichen Milliardenumsatzes der Globus-Gruppe erwirtschaftet. Ein „fast schon familiäres Gefühl“ bei der Arbeit bewirkte, dass die 51-Jährige jüngst fest ins Saarland zog – zusammen mit Mann und Pferd, nach jahrelangem Pendeln. „Wir fühlen uns wohl hier“, sagt die Managerin und bereut ihren Sprung vom Großen ins Kleine keineswegs.

Aufstieg bei großen Namen

Lotter kam von der Kölner Rewe Group nach St. Wendel, als Expertin für Category Management und Einkauf mit internationaler Handelserfahrung. Ihr Werdegang im Handel begann – nach ihrer Zeit in der Möbelindustrie Ostwestfalens – bei großen Namen. Für Obi zog es sie bis nach China, bei Rewe managte sie die Penny-Sanierung mit. Und entdeckte den Einkauf als Metier, „in dem ich absolut zu Hause bin“. Aus der Steuerung wechselte sie dann ins operative Fach – „der klassische Weg ist eigentlich umgekehrt“. Aber Lotter wollte lieber „selber machen“ als „vom Rand aus vorgeben“. Ihr Steckpferd wurde die Sparte um „Food“ und „Non Food“, schnelle Trends und harte Preis-Verhandlungen mit Lieferanten. Und führte sie schließlich an die Globus-Einkaufsspitze.

*Meine Branche
ist die schönste, die man
sich vorstellen kann.*

Stephanie Lotter

Ganz oben zu landen, war kein unbedingtes Ziel, sagt Lotter. „Ich wollte immer vorwärtskommen, aber nicht um jeden Preis. Der Inhalt muss stimmen.“ Im Familienbetrieb Globus, den Franz Bruch 1828 gründete, stimme es für sie – von Unternehmenskultur bis Angebot, von Eigenverantwortung bis Wertschätzung. Der Wechsel aus der Konzern-Welt fiel leicht, zumal sich gar nicht so viel unterscheidet. Natürlich verhandle es sich anders, je nach „Marktmacht im Rücken“. Aber ihr Stil sei ja unverändert, wie auch die Freude am Einkauf und das „Vertrauen, dass vieles möglich ist, wenn ich mich auf neue Situationen einlasse“.

Frauen an der Spitze

Freude am Einkaufen

Bei Globus leitet sie ein rund 250-köpfiges Team, das sich um die Sortimente und Marken-Auftritte der Markthallen in Deutschland kümmert. Mehr als 60 sind es, davon acht im Saarland. Von den bundesweit 20.000 Markthallen-Mitarbeitern sind 4.000 im Saarland beschäftigt. Rund 36.000 Mitarbeiter hat die gesamte Globus-Gruppe, mit Baumärkten und Auslandsstandorten.

Stephanie Lotter ist eine der wenigen Chef-Einkäuferinnen im deutschen Lebensmittelhandel.

Veränderte Arbeitswelt

Groß ist Lotters Welt also nach wie vor. Und krisengebeutelt. Der stets umkämpfte Markt um Waren des täglichen Bedarfs geriet durch Corona und Ukraine-Krieg in eine „nie dagewesene Lage“. Preisschocks, Rohstoff-Mangel und zurückhaltende Kunden machten Lotters Start bei Globus „sehr herausfordernd“ und veränderten ihr Geschäft. Einkaufs-Verhandlungen, die sie gerne „wirtschaftlich und partnerschaftlich“ führt, wurden häufiger und härter.

Auch in anderer Hinsicht sieht Lotter ihre Arbeitswelt gewandelt. In der „historischen Männerdomäne“ des Einkaufs gebe es inzwischen deutlich mehr Frauen, wenngleich „noch Luft nach oben ist“. Und so ist sie nach wie vor „eine der wenigen Chef-Einkäuferinnen im deutschen Lebensmittelhandel“, wie die Lebensmittel-Zeitung zuletzt schrieb.

Als solche ist sie viel unterwegs, zwischen Meetings und Projekten, Branchenterminen und Markthallen-Besuchen. Ruhe findet sie auf Reisen mit ihrem Mann, bei gutem Essen und bei ihrem Pferd Johnny. Auch den Arbeitsweg nutzt sie zum Ausgleich, „um mal die Familie anzurufen oder länger Podcasts zu hören“.

Auch wenn ihr Job und der Markt fordernd bleiben – für Stephanie Lotter steht fest: „Meine Branche ist die schönste, die man sich vorstellen kann.“ Weil sie sich ständig wandle und „alle Menschen betrifft“. Mit Waren, die alle brauchen. Auch sie selbst – samstags bei Globus.

Text: Frauke Scholl

Foto: Oliver Dietze



Thomas Gebhart, Vorstandschef der
Stadtwerke Saarbrücken Netz AG,
plant Millionen-Investitionen.

Stadtwerke Saarbrücken Netz AG

Damit alles fließt

Die Transformation der Energieversorgung
ist eine Mammut-Aufgabe – auch für die Netzgesellschaft
der Saarbrücker Stadtwerke. Nicht nur die nötigen
Investitionen sind gewaltig.

Strom-, Wasser-, Gas- oder Fernwärme-Netze sind die Lebensadern von Städten und Gemeinden. Im Zuge der Entflechtung, die im Energiewirtschaftsgesetz geregelt ist, müssen die Energienetze von Versorgern in einer eigenen Gesellschaft zusammengefasst werden, um rechtlich unabhängig von der Erzeugung zu sein. Vor allem bei Gas und Strom sollen dadurch alle Anbieter gleiche Marktchancen haben, da die Netzbetreiber ihnen die Durchleitung transparent und diskriminierungsfrei gestatten müssen. Diese Aufgabe erfüllt in der Landeshauptstadt die Stadtwerke Saarbrücken Netz AG, eine Tochter des städtischen Versorgungsunternehmens. Sie hat allerdings mit Wasser und Fernwärme auch die Leitungen im Portfolio, deren Anbieter nicht im Wettbewerb stehen. Mehr als 4.000 Kilometer sind diese Netze insgesamt lang. Das Unternehmen beschäftigt rund 300 Frauen und Männer und erwirtschaftet einen Umsatz von knapp 211 Millionen Euro.

Ertüchtigen und digitalisieren

Die künftigen Aufgaben sind gewaltig. „Vor allem bei Strom und Gas sollen sich in den kommenden Jahren die Versorgungsstrukturen ändern“, sagt Thomas Gebhart, Vorstandschef der Netzgesellschaft. In die Sparte Strom sollen bis zum Jahr 2030 rund 90 Millionen Euro an Investitionen fließen, „um das Netz zu ertüchtigen und den künftigen Bedarf abzubilden“. Unter anderem hat sich Gebhart vorgenommen, das 1.300 Kilometer lange Verteilnetz, das in Saarbrücken den Strom in die Haushalte bringt, zu digitalisieren. Das bedeutet in einem ersten Schritt, dass in jeder der 130.000 Messstellen im Versorgungsgebiet die analogen Stromzähler durch moderne Messeinrichtungen ersetzt werden. Die größte Herausforderung ist jedoch, „das Angebot an grünem Strom aus Sonne und Wind mit der Nachfrage in Einklang zu bringen und dafür ausreichend Netzkapazität

vorzuhalten“, betont Gebhart. Doch nicht nur in Soft-, sondern auch in Hardware soll Geld fließen. So werden zwei Umspannwerke erneuert und die vorhandene Hochspannungs-Ringleitung (110 Kilovolt) teilweise ausgetauscht.

Der Ausbau der Fernwärme- und der Rückbau der Gasnetze „sollen sich im Idealfall ergänzen“, sagt Gebhart. „Wir gehen davon aus, dass wir das Gasnetz unter Beachtung der gesetzlichen Rahmenbedingungen bis 2045 stilllegen.“ Allerdings „hat die Gewährleistung eines sicheren Netzbetriebs bis zum letzten Tag oberste Priorität“. Daher werde auch weiter in die Netz-Infrastruktur investiert. Das Saarbrücker Erdgasnetz ist 624 Kilometer lang und verfügt über 30.000 Hausanschlüsse mit 41.000 Zählern.

Die gesetzlichen Anforderungen stellen alle Netzbetreiber vor große Herausforderungen.

Thomas Gebhart

Ausbau der Fernwärme

Parallel dazu verfolgt die Netzgesellschaft das Ziel, die Fernwärme auszubauen. Zuletzt wurden die Stadtteile Burbach und Malstatt angeschlossen. Zeitgleich erhielt auch das neue Gewerbeareal Schanzenberg – das frühere Messegelände – einen Fernwärme-Anschluss. „Allein im Netz Burbach konnten wir im vergangenen Jahr etwa 900 Kilowatt neue Anschlussleistungen generieren“, so der Chef. Damit können knapp 100 Häuser oder Wohnungen mit Fernwärme versorgt werden. Das Netz ist derzeit 185 Kilometer lang und versorgt rund 11.000 Privathaushalte sowie Behörden und Betriebe mit Heizwärme und warmem Wasser. Die größten Lieferanten der Heizenergie sind das Kraftwerk Römerbrücke des Versorgungsunternehmens Energie Saar-Lor-Lux (ESLL) und eine Gas- und Dampfturbine im Industriegebiet Süd, die den Stadtwerken Saarbrücken gehört.

Wie es mit der Fernwärme in Saarbrücken weitergeht, soll in einem Transformationsplan stehen, den die Stadtwerke zusammen mit ESLL erarbeiten. Schon 2030 muss die Fernwärme-Versorgung zu mindestens 30 Prozent aus erneuerbaren Energien gespeist werden – zum Beispiel mit Fluss- oder Abwasser-Wärmepumpen beziehungsweise industrieller Abwärme. „Die gesetzlichen Anforderungen stellen alle Netzbetreiber vor große Herausforderungen“, sagt Gebhart.

In die Trinkwasser-Versorgung Saarbrückens will die Netzgesellschaft bis 2030 rund 40 Millionen Euro investieren. Rund die Hälfte fließt in die Erneuerung der Filterhalle im Wasserwerk Rentrish. „Dadurch soll die Wasserförderung energieeffizienter werden“, so der Vorstandschef. Das Trinkwasser-Rohrleitungsnetz ist etwa 830 Kilometer lang.

Für das korrekte Management der Verbrauchsmesstechnik und der zugehörigen Daten an den 240.000 Verbrauchszählern von Strom, Gas, Wasser und Fernwärme ist die Stadtwerke-Tochter Co.met verantwortlich. Der Mess- und Datendienstleister ist auch bundesweit im Geschäft. Co.met betreut inzwischen über 7,5 Millionen Verbrauchszähler für mehr als 650 Stadt- und Gemeindewerke.

Nachwuchs-Kräfte gesucht

Nicht zuletzt ist die Saarbrücker Netzgesellschaft auch am Windpark in Freisen beteiligt und „prüft kontinuierlich Engagements bei erneuerbaren Energien“, sagt Gebhart. Was ihn auch noch beschäftigt, „ist der fehlende Nachwuchs. Wir suchen händeringend junge Ingenieure und Techniker“.

Text: Lothar Warscheid

Foto: BeckerBredel



Vor 30 Jahren hat Bernd Stein in Losheim am See die Firma SBL Dienstleistungen gegründet. Das Unternehmen macht professionell sauber – drinnen und draußen. Das Portfolio umfasst aber noch viel mehr.

Die Edelstahl-Trommeln in zwei großen Industriewaschmaschinen und in zwei ebenso großen Industrietrocknern drehen sich unaufhörlich. Gerade werden in den Waschtrommeln etwa 300 Wischmopps vom Schmutz befreit. Nach dem Trocknen werden die sauberen Mopps in Kisten verpackt und dann an die Kunden-Standorte verschickt – dorthin, wo die Reinigungsteams arbeiten. „Die eigene Wäscherei ist eine unserer Kernkompetenzen, auf die wir sehr großen Wert legen“, sagt Bernd Stein.

Er ist der Gründer und alleinige geschäftsführende Gesellschafter der SBL Dienstleistungen GmbH & Co. KG in Losheim am See. Manche Wettbewerber ersparen sich das aufwendige Waschen der Mopps sowie der Reinigungstücher „und spülen sie mal eben nur im Wasser aus“, sagt der 55-Jährige. Bei SBL setze man dagegen gerade in diesem Bereich auf hohe Qualität und Sauberkeit des eingesetzten Materials.

Über das Saarland hinaus

Vor 30 Jahren hat der Nordsaarländer das Unternehmen in seiner Heimatgemeinde Hausbach, einem Ortsteil von Losheim, gegründet. „SBL“ ist eine Abkürzung, die aus den Anfangsbuchstaben des Gründernamens und des Gründungsortes gebildet ist: „Stein, Bernd, Losheim“. Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit sind Reinigungsdienstleistungen für den Innen- und Außenbereich. Hauptkunden sind Gemeinden, Schulen, Altenheime, Kindergärten, Sporthallen, Industrieunternehmen, aber auch Arztpraxen, Bäckereien oder Autohäuser. „Krankenhausreinigung gehört nicht zum Portfolio, weil sie eigene Anforderungsprofile und andere Verfahren erfordert“, sagt Stein.

Zu den Reinigungsarbeiten in Immobilien kamen nach und nach auch Gebäudeservice-Dienstleistungen im Außenbereich hinzu – Kehrarbeiten, Winterdienst, Grünanlagenpflege, Mäharbeiten, Hausmeisterservice sowie Fassaden- und Dachrinnenreinigung. Ein eigener Fuhr-

park von rund 30 Fahrzeugen ermögliche schnelle Einsätze. „Wir haben uns in den drei Jahrzehnten als Service-Unternehmen mit einem umfassenden Portfolio profiliert“, sagt der Firmenchef. Diese große Bandbreite federe SBL gegen konjunkturelle Schwankungen ab.

Den größten Umsatzanteil erzielt das Unternehmen im Saarland. Das Einsatzgebiet reicht darüber hinaus bis Trier und Zweibrücken und über die Mosel bis nach Luxemburg. Beim Umsatz peilt man in absehbarer Zeit die Schwelle von fünf Millionen Euro an.

34 Nationen

Rund 250 Mitarbeiter – davon 30 Festangestellte in der Zentrale – beschäftigt das Losheimer Unternehmen. Sie sind in unterschiedlichen Arbeitszeitmodellen wie Vollzeit, Teilzeit, Midi- oder Minijobs tätig. Die Beschäftigten stammen derzeit aus 34 Nationen. Groß ist der Anteil von Mitarbeitern aus osteuropäischen Ländern. Personalsuche in der traditi-

Bernd Stein, Gründer und Chef der Firma SBL Dienstleistungen, mit Azubi Fabrice Metternich. Linkes Foto: SBL-Mitarbeiter Jörg Peter Jung.



SBL Dienstleistungen

Die Saubermacher

onell von Fluktuation geprägten Branche sei eine „tägliche Herausforderung und ein Kraftakt“, so Stein. Dabei werden aus logistischen Gründen und wegen der Kosten die Reinigungsmannschaften so zusammengestellt, dass die Beschäftigten möglichst kurze Wege zu ihren Einsatzorten haben. Dafür braucht es aber auch einen möglichst festen Kundenstamm. Der Wettbewerb im Saarland sei intensiv und von einem harten Preiskampf geprägt. Zum einen würden viele Mini-Unternehmen für diese Arbeiten gegründet, die „meist auch wieder ebenso schnell vom Markt verschwinden“, so Stein. Hinzu komme eine Zurückhaltung bei Kunden-Unternehmen aufgrund der angespannten konjunkturellen Lage. Zum Beispiel würden Reinigungsintervalle gestreckt, um Geld zu sparen. Die Lage der gesamten Branche ist angespannt. Darauf wies der Bundesverband des Gebäudereiniger-Handwerks bereits in seiner Konjunkturumfrage im vergangenen Herbst hin.

„Chemiefreie“ Reinigung

Zur Minderung der Personalprobleme im Reinigungssektor werden zunehmend Reinigungsroboter eingesetzt. Auch bei der SBL sind bereits mehrere Roboter im Einsatz. Tendenz: steigend. Das rechnet sich allerdings nur bei großen Flächen. Die kleinteilige Reinigung beispielsweise von schwer zugänglichen Ecken bleibt „Handarbeit“.

Die eigene Wäscherei ist eine unserer Kernkompetenzen, auf die wir sehr großen Wert legen.

Bernd Stein

Zunehmend wichtiger wird Nachhaltigkeit bei Reinigungssubstanzen. Die Hersteller bieten entsprechende Reinigungsmittel „mit weniger aggressiver Chemie“ an. Stein: „Damit können wir unseren

ökologischen Fußabdruck reduzieren.“ Eine komplett „chemiefreie“ Reinigung bietet SBL mit dem Einsatz des US-Systems „TersanoTM“ an. Dabei erfolgt die Reinigung mit stabilisiertem, ozonisiertem Wasser, was Allzweck-, Edelstahl- und Glasreiniger sowie Geruchsentferner ersetze. Ein Vorzeige-Kunde für dieses Reinigungssystem sei die Gemeinde Losheim, in der Kindergärten und Schulen so gereinigt würden. SBL verfügt über eine eigene Anlage zur Herstellung ozonisierter Wassers.

Noch denkt der Firmengründer nicht ans Aufhören, aber der 23-jährige Sohn Moritz arbeitet schon im väterlichen Unternehmen. Ausgebildet wird auch – und zwar Gebäudereiniger, Kaufleute für Büromanagement sowie Fachkräfte für Lagerlogistik. Und man biete auch die Möglichkeit zum dualen Studium der Betriebswirtschaft.

Text: Udo Rau

Fotos: Rolf Ruppenthal

X-Comics

Alexander Fischer hat seine Leidenschaft für Comics zum Beruf gemacht. Der Saarlouiser hat mit X-Comics eines der größten Unternehmen der Branche in Deutschland aufgebaut.

Wer beim Geschäft mit Comics an enge Läden mit bunten Heftchen denkt, war noch nie in der Firmenzentrale von Alexander Fischer – und erst recht nicht in dessen großem Büro. Dort stehen zwei Flipper, Sofas und ein Schreibtisch mit drei Bildschirmen. Von dort aus steuert der 57-Jährige sein Unternehmen X-Comics. Im Oktober 2024 zog der Geschäftsführer mit 19 Mitarbeitern in die neue Logistikzentrale im Saarlouiser Gewerbegebiet Lisdorfer Berg. In zwei Stockwerken sind auf 2.100 Quadratmetern Einkauf, Vertrieb und Versand untergebracht. Vier Millionen Euro investierte Fischer in das Gebäude. Hinter seinem Schreibtisch hängt ein Bild, auf dem einige Wörter durchgestrichen sind – außer eines: machen.

„Alles fing vor 40 Jahren bei meiner Oma an“, erzählt der Saarlouiser. Er machte damals eine Kaufmannslehre in einem Eisenwarengeschäft und wohnte bei der Großmutter. In ihrem Haus breitete sich der leidenschaftliche Comic-Leser und -sammler aus und begann, mit den Bilder Geschichten zu handeln. Nach der Lehre schloss Fischer ein Betriebswirtschaftsstudium an. Denn nicht nur die wilden Fiktionen faszinierten ihn, sondern auch das Konzept des Versandhandels.

Durchbruch auf der Airbase

„Produkte an Menschen zu verkaufen, die ich nicht sehe“ – dieses Geschäftsprinzip trieb ihn anfangs am meisten um. Fischer begann, Adressen seiner Käufer zu notieren, die er vor allem auf Flohmärkten und Comic-Messen traf. Er baute mit seinem ersten Computer eine Datenbank auf, entwarf Kataloge und schickte sie „an andere Comic-Verrückte“. Schließlich hatte er so viele Bestellungen, dass er 1992 sein Gewerbe anmeldete. „Ich war einer der ersten Versandhändler dieser Art überhaupt im Saarland“, sagt Fischer. Zum Firmennamen X-Comics inspirierte ihn die Heftreihe X-Men.

Das Geschäft wuchs. Der Raum im Haus seiner Oma wurde zu eng. Fischer mietete

einen alten Tante-Emma-Laden in Saarlouis. Die eine Hälfte der 60 Quadratmeter war dem Versandhandel vorbehalten, die andere war sein erstes Ladenlokal. 12 Stunden täglich arbeitete er. Das Wenige, das er anfangs verdiente, steckte er in neue Comics – und in ein zweites Ladenlokal in Saarbrücken.

Auktionen könnten wir momentan zwölf Stunden am Tag machen.

Alexander Fischer

Er machte sich nicht nur einen Namen in der saarländischen Comic-Szene. Fischer erreichte auch die comic-affinen Amerikaner, indem er im Einkaufszentrum auf der Airbase in Ramstein einen Laden eröffnete. Dieses „Abenteuer“ war eine wesentliche Weiterentwicklung seines Geschäfts. „Die Amerikaner lieben uns“, erzählt er stolz. Später wagte er sich auch auf den US-Stützpunkt in Wiesbaden. Dieser unternehmerische Mut entspricht dem Geist seiner Produkte. „Wir leben von den Emotionen“, erklärt Fischer. Acht Filialen betreibt der zweifache Familienvater mittlerweile.

Digitales Schaufenster

In den mehr als 30 Jahren seit der Gründung hat sich das Geschäft völlig gewandelt – vor allem durch das Internet. Früher ließ er Kataloge drucken, heute ist das weltweite Netz sein digitales Schaufenster. Der neueste Schrei: Auktionen. „Das könnten wir momentan zwölf Stunden am Tag machen“, erzählt Fischer, der das elektronische Geschäft vor allem durch die Social-Media-Kanäle weiter ausbauen will. Die Fusion von greifbarer und virtueller Realität verändert die Kundenansprache: „Wir brauchen Verkäufer, die aus dem Laden heraus per Smartphone Comics interessierten Kunden anbieten.“ „Elektronisches Direkt-Marketing“ nennt Fischer diese Kompetenz.

Offen für Neues war er schon immer. Das drückt sich auch in seinem Sortiment aus. Comic-Hefte bringen ihm nur noch fünf Prozent des Jahresumsatzes von vier Millionen Euro ein. Verkaufsschlager sind Mangas – mit 30 Prozent Umsatzanteil. Diese aus Japan stammenden Bilder Geschichten haben Fischer mehr Frauen unter den Kunden beschert. Das hat den Absatz von Geschenkartikeln wie Tassen oder Gläsern mit den bunten Figuren und Szenarien angekurbelt, die 15 Prozent des Umsatzes ausmachen. Ebenso groß ist der Anteil der Funko-Pops, Plastikfiguren jedweder fantastischer Variation. Deren Verkauf entwickelte sich in den letzten Jahren so stark, dass Fischer in Saarbrücken neben seinem angestammten Laden einen Funko-Pop-Shop eröffnete – als Erster in Deutschland.

Schon vor mehr als 20 Jahren bot er Aufbewahrungskisten für Comic-Hefte an. Es folgten durchsichtige Acryl-Boxen für die gefälligere Präsentation. Comic-Zubehör ist ein eigenständiges Segment, mit dem er nach eigenen Angaben führend auf dem deutschen Markt ist. Dafür hat er auch zwei Marken angemeldet. Gerade hat er mit seinem Sohn, der im väterlichen Geschäft seine Ausbildung als E-Commerce-Kaufmann abgeschlossen hat, eine transparente Acryl-Box eigens für die Funko-Pop-Figuren auf den Markt gebracht. Für dieses Produkt sieht er weltweite Absatzchancen.

Fischer hat aus seiner Faszination für Comics und durch seine Leidenschaft für Vertrieb und Marketing einen der größten Branchenbetriebe in Deutschland gemacht – auch durch seine Frau, wie er betont: „Denn die macht die Buchhaltung.“ So kann sich Alexander Fischer auf das wertschöpfende und erfindungsreiche Machen konzentrieren. Das tut er am liebsten.

Text: Carsten Kempf

Foto: Dirk Guldner

„Wir leben von Emotionen“

Alexander Fischer
ist Gründer und Chef
von X-Comics.



X-5001

Roger Heidrich ist mit seinem Unternehmen X-5001 einzigartig im Saarland. Er ist Industriekletterer und Dienstleister für vielerlei Arbeiten in der Höhe.

Sein professioneller Idealzustand: „Frei im Seil“. Wenn Roger Heidrich über seine Arbeit spricht, kommt er ins Schwärmen. „Ein Gefühl des Glücks“ durchströme ihn, wenn er zum Beispiel in 160 Metern Höhe an einem Windrad hänge, um den Zustand der Rotorblätter zu begutachten. Geschäftlich steht der 55-Jährige mit beiden Beinen auf dem Boden. 2024 hat der Nohfelder seine UG in eine GmbH überführt, nachdem er 2016 sein Gewerbe als Industriekletterer angemeldet hatte. Seine Dienstleistungen sind vielfältig. Er montiert Werbeschilder an hohen Schornsteinen, installiert 40 Meter hohe Funkmasten, fällt fachgerecht sperrige Bäume oder reinigt in luftiger Höhe Fassaden mit dem Dampfstrahler. Seine Spezialität ist der Metallbau. Der gelernte Kfz-Mechaniker, der lange in einer Schlosserei arbeitete, weiß mit den harten Materialien wie Stahl oder Eisen umzugehen – ob bei der Montage von Leitern in modernen Windrädern oder der Inspektion von Uhren alter Kirchtürme.

Unikat im Saarland

Heidrich ist der einzige Unternehmer seiner Branche im Saarland. Doch allein im Einsatz ist er nie. Aus Sicherheitsgründen nimmt er vorschriftsmäßig immer einen Kollegen mit zum Arbeitsort. Er kann auf ein Netzwerk an Mitstreitern zurückgreifen, das er sich über Jahre aufgebaut hat. Auch er selbst arbeitet noch immer oft als Subunternehmer für andere Firmen aus ganz Deutschland – etwa in Stendal, wo er eine Woche an den Flutlichtern einer Papierfabrik die Beleuchtung auswechselte.

Seine Firma X-5001 GmbH bekommt immer dann einen Auftrag, wenn Alternativen wie der Gerüstbau oder der Aufbau von Hebebühnen zu teuer und zeitaufwendig sind. Mit seiner Ausrüstung aus Seilen, Haken und flexiblen Winden hangelt er in der Höhe, selten auch in die Tiefe, wenn er in steilen Schächten zum Beispiel Fugen abdichtet. Seine weiteren Vorteile im Ringen um Kunden: Er ist relativ kurzfristig buchbar, braucht keine lange Vorbereitungszeit und stört andere Handwerker nicht bei ihrer Arbeit.

Geschäftlich beweglich zu sein, ist nicht nur in der Höhe, sondern auch am Boden entscheidend für sein Geschäft.

Seine Firmenbasis ist fahrbar. In einem weißen Transporter, dessen Innenleben er selbst konstruiert hat, lagert seine vielfarbige professionelle Ausrüstung, wozu auch Motorsägen und Hochdruckreiniger gehören. Geschäftlich beweglich zu sein, ist nicht nur in der Höhe, sondern auch am Boden entscheidend für sein Geschäft.

Vom Hobby zum Beruf

Heidrichs Weg zum Seilzugangstechniker, wie der Industriekletterer auch genannt wird, begann mit der Lust am Sportklettern. Im Hochseilgarten sammelte er erste Erfahrungen, die er heute noch gelegentlich am Wochenende als Klettertrainer weitergibt. Er bildete sich rasch weiter, machte verschiedene Prüfungen

und hat heute die Lizenz zum aufsichtführenden Höhenarbeiter. Dazu gehört, den Einsatzort im Vorfeld zu begutachten und den Arbeitsablauf für Mitarbeiter zu skizzieren. Die Sicherheit im Seil ist oberstes Gebot. Bläst der Wind zu stark oder bei Gewitter, müssen sich Heidrich und Kollegen abseilen. „Regen aber stört uns nicht“, sagt er. Ein Gefühl der Gefahr habe er trotz aller Höhen bei seinen Einsätzen noch nie verspürt.

Im Zuge der GmbH-Gründung im vergangenen Jahr hat er in einen zeitgemäßen Internetauftritt investiert. Beeindruckende Bilder illustrieren sein Tagesgeschäft. Lebte er bisher eher durch Mund-zu-Mund-Werbung, will er sein Gewerbe nun professioneller vermarkten und sich stärker vernetzen. Sein Firmenname X-5001 GmbH war ein „reines Phantasieprodukt“, um sich abzuheben von den Wettbewerbern. „Neugier wecken“ will Heidrich dadurch.

Er sieht sich noch in der Einstiegsphase seiner Unternehmerkarriere. Von den großen Branchenfirmen in Deutschland könne er noch lernen in Sachen Vermarktung und Kundenansprache. Sein Ziel ist es mittelfristig, zumindest einen Mitarbeiter fest zu beschäftigen. Dann kann er planbarer als Duo Aufträge erfüllen und muss nicht immer wieder einen Kollegen finden. Bei der Büroarbeit kann er auf die Unterstützung seiner Frau zählen, die sich im Kaufmännischen auskennt. Denn zu viel Schreibtischarbeit ist nicht Heidrichs Welt. Er hängt lieber hoch oben im Seil.

Text: Carsten Kempf

Foto: BeckerBredel

Frei im Seil

A photograph of two workers on a modern building facade. One worker is at the top edge, and another is suspended by ropes. The building has large windows and a light-colored tiled exterior. The sky is clear blue.

Fürs Foto hat sich Roger Heidrich in typischer Arbeitsmontur von der Fassade der IHK Saarland abgeseilt. Aus Sicherheitsgründen ist er nie allein im Einsatz und hat deshalb seinen Kollegen Thorsten Becker mit zur IHK gebracht.



Ein Regionaljet des Typs Embraer 195 der italienischen Fluggesellschaft Air Dolomiti steht in einem Hangar am Flughafen Saarbrücken. Er wird einem etwa zweiwöchigen Check unterzogen. Die eleganten Zubringerjets der Lufthansa-Tochter schweben künftig öfter auf dem Saar-Flughafen ein. Sie betreiben aber keine neue Linienflug-Verbindung, sondern kommen zu den vorgeschriebenen Wartungs-Checks auf die Ensheimer Höhen. Auch zum großen D-Check, sozusagen einer Generalrevision, die bis zu 16 Wochen dauert.

Ziel der Maschinen sind die Hallen der Flugzeugwerft der RAS SAAR GmbH, die sich mit der Wartung der Jets des brasilianischen Herstellers ein neues Standbein aufbaut. Allein die Air Dolomiti verfügt in ihrer Flotte über 26 Embraer-Jets. „Wir se-

hen ein großes Wachstumspotenzial dafür. Denn es gibt derzeit für Maschinen dieser Größenordnung in Europa zu wenig Wartungskapazitäten“, sagt RAS-SAAR-Geschäftsführer Thomas Knäpper. Die neue Strategie wurde möglich aufgrund der Verschmelzung zweier Unternehmen im vergangenen Jahr: der am Saar-Flughafen ansässigen Aviation-Technik Saar GmbH, die früher Teil der Cirrus-Gruppe Gerd Brandeckers war, mit der Contact-Air-Technik-Werft, die der RAS – Rheinland Air Service GmbH in Mönchengladbach gehörte. Daraus entstand im Oktober 2024 die neue Gesellschaft RAS SAAR GmbH.

50 neue Arbeitsplätze

Die frühere Contact-Air-Technik-Werft hatte sich auf die Wartung von Turboprop-

Regional-Passagierflugzeugen des kanadischen Typs De Havilland DHC8-400 und später auf Maschinen des europäischen Konsortiums ATR, die Typen ATR 42 und ATR 72, spezialisiert. Neu hinzugekommen ist nun die Wartung für Embraer-Jets, womit die Werft am Saar-Flughafen in neue Geschäftsfelder vorstoße, sagt RAS-SAAR-Geschäftsführer Thomas von Hake. „Dafür brauchen wir in den kommenden Jahren natürlich mehr Mitarbeiter.“ Und die werden gerade gesucht. Keine leichte Aufgabe, denn Saarbrücken ist kein klassischer Standort für Flugzeugwartung mit entsprechendem Personalreservoir.

Rund 50 neue Arbeitsplätze werden mittelfristig für eine Zielgröße von 160 bis 170 Beschäftigten gebraucht. Die Geschäftsführung setzt bei der Suche auf



Thomas von Hake (links) und Thomas Knäpper, die beiden Geschäftsführer der RAS SAAR GmbH, sehen ein großes Wachstumspotenzial für die Flugzeugwartung am Saarbrücker Flughafen.

technikerfahrene Arbeitskräfte, zum Beispiel Leute, die bei Ford oder ZF ausscheiden. Dafür ist man in Kontakt und Gesprächen mit der landeseigenen Gesellschaft für Transformations-Management (GeTS), mit der Agentur für Arbeit und dem saarländischen Wirtschaftsministerium. Dabei will sich die RAS SAAR auch finanziell engagieren. Flugzeugwartung ist ein anspruchsvolles Geschäft mit extrem hohen Sicherheitsstandard. „Bei uns können neue Mitarbeiter dafür dann mit der Maschine in den Urlaub fliegen, an der sie gearbeitet haben“, wirbt von Hake.

Weitere Wartungshalle?

Neben Wartungstechnikern werden Mitarbeiter für Planung, Arbeitsvorbereitung, Verwaltung oder Einkauf gesucht. „Wir

bieten zukunftssichere Arbeitsplätze in einer Wachstumsbranche und glauben, dass wir damit sehr attraktiv sind“, sagen die beiden Geschäftsführer. Ausgebildet wird auch: Derzeit zählt man 16 Auszubildende zum Fluggerät-Mechaniker und Fluggerät-Elektroniker.

Wir brauchen in den kommenden Jahren natürlich mehr Mitarbeiter.

Thomas von Hake

Nach der Fusion wurde zunächst investiert – rund 1,2 Millionen Euro in Ersatzteile und in neue Werkzeuge. Wenn alles

so läuft wie geplant, stehe auch der Bau einer weiteren Wartungshalle auf dem Gelände des Saarbrücker Flughafens zur Diskussion. Ein weiterer Flugzeugtyp, der bei der RAS SAAR gewartet werden könnte, sei der Airbus A 220. Das ist aber Zukunftsmusik. Jedenfalls gebe es schon weitere „Anfragen namhafter europäischer Regional-Airlines für die Wartung am Saar-Flughafen“, so die Geschäftsführer. Heute können gleichzeitig sechs Flugzeuge in den beiden Hallen gewartet werden. Der Standort Saarbrücken sei für ein Unternehmen dieser Größenordnung sehr gut geeignet, die Start- und Landebahn mit rund 2.000 Metern Länge ideal, die Überschaubarkeit dank kurzer Wege gut, sagen von Hake und Knäpper.

Die RAS SAAR GmbH gehört zu 100 Prozent der Rheinland Air Service GmbH mit Sitz am Flughafen Mönchengladbach. Die Gruppe hat sich mit ihren Dienstleistungen in den Bereichen Wartung für Regional und Business Aviation, Betankung und Luftfahrzeugverkauf eine starke Marktposition aufgebaut. Sie operiert an vier deutschen Standorten: Mönchengladbach, Saarbrücken, Weeze (Niederrhein) und Oerpfaffenhofen. Beschäftigt werden knapp 400 Mitarbeiter. Das 1971 von Jürgen Ossmann gegründete Unternehmen hatte mit Flugbetrieb begonnen und sich im Laufe der Jahre zu einer Gruppe für Flugzeugwartung, -reparatur und -instandhaltung entwickelt. Die RAS GmbH ist inhabergeführt und gehört seit 1996 Johannes Graf von Schaesberg.

Text: Udo Rau

Foto: BeckerBredel



Christian Walter, geschäftsführender Gesellschafter von Fink & Walter, seine Frau Dr. Judith Walter (Mitte), die Marketing und Vertrieb verantwortet, und Tanja Weis, die das operative Geschäft leitet. Ein Herzensprojekt von Fink & Walter ist die „Dr. Till Kinder Notfallbox“. Eine solche Box für Erste Hilfe bei Kindern hält Judith Walter in ihren Händen.

Fink & Walter

Damit Wunden gut versorgt sind

Fink & Walter beliefert Kliniken und Arztpraxen mit allem, was man zur Wundversorgung braucht. Das Handelsunternehmen aus Merchweiler behauptet sich in einem umkämpften Markt und hat Ausbaupläne.

Zwei schwere Zugmaschinen docken an den Überladebrücken der Fink & Walter GmbH in Merchweiler an. Ein 40-Fuß-High-Cube-Container hat die lange Schiffsreise von China mit aktuellem Umweg ums südafrikanische Kap der Guten Hoffnung und den Straßentransport an die Saar hinter sich. In den Sattelaufleger daneben werden die Bestellungen etwa von Kliniken vor allem mit Mate-

rialien zur Wundversorgung und Klinikbedarf geladen.

Das 1947 von Hermann Fink gegründete Unternehmen startete mit dem Import von gefalteten Kompressen aus Frankreich für Arztpraxen und Kliniken. In den 1970er Jahren stieß Gerhard Walter als geschäftsführender Gesellschafter zum Unternehmen dazu. Das Lieferportfolio wurde über die Jahre ausgeweitet. „Wir sind heute ein

renommierter Zulieferer von Medizinprodukten der konventionellen Wundversorgung und von Klinikbedarf am deutschen Markt“, erklärt Christian Walter, der als geschäftsführender Gesellschafter die Unternehmensführung von seinem Vater Gerhard Walter 2004 übernahm.

Rund 2.000 Einzelprodukte

Einer der größten Kunden in Deutschland ist die Berliner Charité. Im Saarland werden etwa das Universitätsklinikum in Homburg und die SHG-Kliniken beliefert. Unter dem geschützten Markennamen FIWA bietet das Unternehmen ein breites Sortiment an Produkten für die konventionelle Wundversorgung für Kliniken,

ambulante Einrichtungen und Arztpraxen. Das sind etwa Kompressen, Tupfer, Saugkissen, Wattestäbchen, Verbände und Tape-Verbände, Pflaster sowie Hygieneartikel. Für den Einsatz im Operations-Bereich steht eine große Auswahl röntgenologisch nachweisbarer und doppelt steril verpackter Produkte mit Zhlkarte, wie etwa Mullkompressen, Tupfer oder Bauchtcher bereit. „Unser gesamtes Lieferspektrum umfasst heute rund 2.000 Einzelprodukte, die wir ständig am Lager haben und bei Bestellungen bis 12 Uhr noch am selben Tag ausliefern können“, sagt Dr. Judith Walter, Ehefrau des Firmenchefs und zuständig für Marketing und Vertrieb.

Stark ist Fink & Walter auch im Geschäft mit Zweitmarken für Großabnehmer. Es ist ein Geschäft mit hohen Stückzahlen in einem preissensiblen Markt mit großem Wettbewerb. „Hier kommt es auf gute Einkaufsquellen und Produktionspartner an, damit wir attraktive Preise in einem umkämpften Markt anbieten können“, sagt Judith Walter. Ein Großteil der Produkte stammt von chinesischen Lieferanten, mit denen man schon seit Langem gute Erfahrungen gemacht habe. Eine Eigenfertigung lohne sich aus Kostengründen in Deutschland dafür nicht, betont Christian Walter. Jährlich rollen etwa 180 Container aus China auf den Hof. In Corona-Hochzeiten mit immensen

Frachtraten für den Container-Transport mussten erhebliche Mehrkosten verkraftet werden.

Als Sortimentserweiterung sind gerade Produkte der sogenannten „modernen Wundversorgung“ in Vorbereitung. „Das sind feuchthaltende Verbandstoffe, die insbesondere zur Behandlung chronischer oder tiefer Wunden eingesetzt werden“, sagt Christian Walter. Die Markteinführung ist für das vierte Quartal 2025 geplant. Mit derzeit 30 Mitarbeitern wird ein Jahresumsatz von rund zehn Millionen Euro erwirtschaftet. Mit der Ertragslage sei man trotz des hohen Wettbewerbsdrucks zufrieden, so der Firmenchef.

*Wir sind heute ein
renommierter Zulieferer
von Medizinprodukten
der konventionellen Wund-
versorgung und von Klinik-
bedarf am deutschen Markt.*

Christian Walter

Die geplante Erweiterung des Sortiments erfordert eine Ausweitung der Lager- und Konfektionierungsflchen: Im Anschluss an das bestehende Gebäude soll auf dem

noch unbebauten 5.000 Quadratmeter-Grundstücksteil für rund zwei Millionen Euro „zeitnah“ eine neue Halle gebaut werden.

Herzensprojekt für Kinder

Ein Herzensprojekt von Fink & Walter ist die „Dr. Till Kindernotfallbox“ in einer auffällig-knallroten Baumwolltasche. Sie wurde entwickelt von Dr. Till Dresbach, Oberarzt in der Neonatologie der Uniklinik Bonn. Die Box enthält in sechs Modulen alles Nötige für die Erste Hilfe bei Kinderunfllen und die Versorgung kleinerer Verletzungen. Die Konfektionierung findet im eigenen Haus statt. Vertrieben wird die Box in erster Linie über den Pharmagroßhandel, über die Fachmarktkette „Baby One“ und über Online-Apotheken. Zielgruppe sind hier vorrangig Eltern und Großeltern, aber auch für Jedermann soll die Tasche mit dem ausgeklügelten Inhalt zu Hause oder unterwegs für kleine Notfälle eine Hilfe sein. Mit dem Verkauf der Box werden Projekte zum Schutz und zur Versorgung von Kindern in Not- und Krisensituationen unterstützt, sagt Judith Walter. Ausgebildet wird bei Fink & Walter auch: zu Fachkräften für Groß- und Außenhandel und für Lagerlogistik.

Text: Udo Rau

Foto: Oliver Dietze

Anzeige

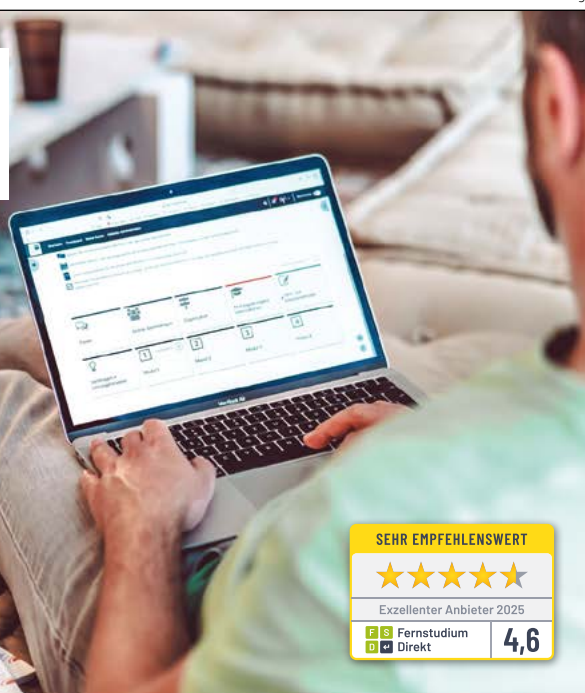
DEINE ZUKUNFT. DEIN ERFOLG. DEIN FERNSTUDIUM.

Bei der IHK-Akademie Koblenz kombinierst du Lernen und Alltag ideal:

- **PRAXISNAH** – Inhalte, die du direkt im Job anwenden kannst.
- **FLEXIBEL** – Lernen, wann und wo es dir passt.
- **PERSÖNLICH** – Tutor/-innen und Lerngruppen unterstützen dich.

Geh den nächsten Schritt in deiner Karriere!

IHK Akademie Koblenz
Ausgezeichnet weiterkommen.





Dr. Theiss Naturwaren

Markenf

Bei Dr. Theiss Naturwaren läuft das Geschäft rund um die Gesundheit. Was 1978 als kleiner Handel begann, ist zu einem der größten Unternehmen im Saarland geworden – und wächst weiter.

Giuseppe Nardi hat bei Dr. Theiss Naturwaren als Azubi begonnen und in dem Homburger Unternehmen Karriere gemacht. Er ist seit vielen Jahren Geschäftsführer und Gesellschafter.

Familie zum Wohlfühlen

Es begann mit Ringelblumensalbe, Kräutertees und Schwedenbitter, einer Allzweckwaffe gegen viele Wehwehchen, als Professor Peter Theiss 1978 parallel zu seiner Homburger Markt-Apotheke einen Naturwaren-Handel eröffnete. Die Zutaten für seine Waren stellte er nach eigenen Rezepturen zusammen und verkaufte sie seinen Apotheker-Kollegen.

Das Geschäft tröpfelte die ersten Jahre vor sich hin. 1984 stellte Theiss Giuseppe Nardi als Auszubildenden ein. Im selben Jahr verlagerte er die Produktion in ein neues Gebäude im Homburger Industriegebiet Ost. Dort sind heute noch Forschung und Entwicklung sowie Teile der Produktion untergebracht.

Füllhorn an Chancen

Nardi, Sohn italienischer Einwanderer, startete bei Dr. Theiss Naturwaren mit einer Lehre als Industriekaufmann. Schon früh erkannte der heutige Geschäftsführer und Gesellschafter, dass beim Handel mit Arzneimitteln, die nicht rezeptpflichtig sind, und mit Pflegeprodukten noch viel Luft nach oben war. „Ich entwickelte rasch ein Gespür für die Bedürfnisse des Marktes.“

Die ersten tastenden Versuche wagte er außerhalb des Blickfelds seines gestrengen Chefs. Neben einer 70-Milliliter-Flasche Schwedenbitter für den französischen Markt führte er eine zweite mit 140 Millilitern Inhalt ein. Als die Vertriebsleute diese Mini-Expansion über den grünen Klee lobten, stutzte Theiss und fragte nach, wer dies veranlasst habe. Ob des Verkaufserfolges der Doppelpackung Schwedenbitter fiel seine Rüge milde aus. 1986 verkaufte Theiss 75 Prozent seines Unternehmens an den Darmstädter Haarpflege-Konzern Wella, der sich davon den Einstieg in die Vertriebsschiene Apotheke versprach. Mit dem Fall des Eisernen Vorhangs tat sich für Nardi ein Füllhorn an Chancen auf.

Expansion in Osteuropa

Zunächst machte er sich daran, herauszufinden, „was sich im Westen gut verkauft und was in Osteuropa fehlte“. Er nahm gängige Heil- und Arzneimittel wie Ricola, Klosterfrau und Tetesept in sein Vertriebsportfolio und verkaufte diese auch in Polen, Tschechien und weiteren Ländern. Parallel dazu ging Dr. Theiss Naturwaren dazu über, weitere Säfte und Cremes zu entwickeln und zu verkaufen. In Osteuropa gründete Nardi zudem neue Gesellschaften, die den Vertrieb organisierten. Über diese Firmen erwarb der rührige Angestellte Anteile an der Muttergesellschaft.

Unterdessen stand die Firmenehe mit Wella unter keinem guten Stern, weil die Haarpflege-Strategie der Darmstädter nicht zu Dr. Theiss passte. Zwischen 1994 und 2004 kauften die Homburger ihre Anteile in Raten zurück. Im Rahmen einer weiteren Kapitalmaßnahme wurde Nardi ab 2004 Mehrheitsgesellschafter.

*Ich entwickelte rasch ein
Gespür für die Bedürfnisse
des Marktes.*

Giuseppe Nardi

Zwischendurch hatten Theiss und Nardi wichtige Weichenstellungen vorgenommen. Im Jahr 2000 übernahm man vom Pharmakonzern Boehringer Ingelheim die Zahncreme Lacalut, 2002 legten die Homburger die Pflegeserie Medipharma Cosmetics auf Kiel. 2005 kauften sie Allgäuer Latschenkiefer mitsamt einer Kiefernplantage im Allgäu. 2011 baute das Homburger Unternehmen im Industriegebiet Rohrwiesen sein zweites Werk. Ebenfalls 2011 zog die Verwaltung in das Paul-Weber-Haus in der Homburger Innenstadt.

Fünf Markensäulen

Inzwischen hat sich die Dr.-Theiss-Naturwaren-Gruppe sortiert und steht auf fünf Markensäulen: Lacalut (Zahnpflege und

Mundhygiene), Medipharma Cosmetics (Hautkosmetik), Allgäuer Latschenkiefer (Muskelentspannung, Fuß- und Beinpflege), Proff/Dolgit (Schmerzcreme und -gel) und Dr. Theiss. Dort sind unter anderem Produkte zusammengefasst, die das Immunsystem stärken, die Augen pflegen oder für einen ruhigen Schlaf sorgen sollen (Melatonin Einschlafspray). Hinzu kommen Nahrungsergänzungsmittel.

Künftig soll auch der Hustensaft Hedelix Mitglied der Markenfamilie werden. Er gehörte bisher zum Pharmaunternehmen Krewel Meuselbach, das eine Insolvenz in Eigenverwaltung durchgemacht hat. Hergestellt werden die Säfte in Gehren (Thüringen). Weitere Produktionsstätten für die Dr.-Theiss-Gesundheitsprodukte sind neben Homburg noch St. Augustin, Sonthofen und Ostrów in Polen. „Außer bei Lacalut läuft unser Vertrieb immer noch über die Apotheken“, sagt Nardi.

Die nächste Generation

In rund 60 Länder verkauft Dr. Theiss Naturwaren seine Produkte – auch weiterhin in Russland. Die gesamte Gruppe mitsamt den 18 ausländischen Tochtergesellschaften beschäftigt rund 2.000 Mitarbeiter, darunter 550 in Homburg. 2024 wurde ein Umsatz von 450 Millionen Euro erwirtschaftet. Das ist ein Plus von 5,2 Prozent gegenüber 2023. Neben dem 58-jährigen Giuseppe Nardi und dem 81-jährigen Peter Theiss wurde im November mit Jonas Thielmann ein 35-Jähriger zum weiteren Geschäftsführer bestellt. „Damit bereiten wir den Generationswechsel vor“, sagt Nardi.

Bei einer Produktgruppe, die nicht zum Kerngeschäft gehört, bricht bei Nardi der Italiener durch. Pasta Romana heißt die kleine Firma, die in Bexbach gefüllte Teigwaren für Gastronomie und Großhandel herstellt. „Gutes Essen dient auch der Gesundheit“, meint er.

Text: Lothar Warscheid

Foto: BeckerBredel

Gebäudeservice Kuhn

Pflege für Wohnanlagen

Vor gut 30 Jahren gründete Fritz Werner Kuhn den Gebäudeservice Kuhn. Zu Beginn des Jahres hat sein Sohn Hendrik das Saarbrücker Unternehmen übernommen. Zu tun haben die Kuhns reichlich.

Wer auf dem Saarbrücker Eschberg wohnt, kennt die kleinen Servicefahrzeuge des Gebäudeservice Kuhn, kurz GSK Kuhn. Das große Wohngebiet „Eschberg“, entstanden in den 1960er Jahren – ist nämlich die Heimat des Familienbetriebs. Das Unternehmen wurde dort vor gut 30 Jahren von Fritz Werner Kuhn gegründet – am 1. Dezember 1994. Zuvor war der aus Saarbrücken-Gersweiler gebürtige Kuhn Hausmeister in einer Eigentumswohnungsanlage auf dem Eschberg. Dann ergab sich die Chance, dass sich jemand um die Belange mehrerer Eigentümergemeinschaften kümmern musste. Kuhn griff zu und startete sein Unternehmen mit der Betreuung von drei Wohnanlagen auf dem Eschberg.

Der 66 Jahre alte Firmengründer, der „seinem“ Eschberg treu geblieben ist und seine Firmenzentrale in der Danziger Straße hat, setzte von Anfang an auf die Betreuung von Wohneigentümergemeinschaften. Das sind nach wie vor seine Kunden. Heute betreut Kuhn rund 180 Wohneigentümer-Gemeinschaften mit Schwerpunkt auf dem Eschberg, aber auch im übrigen Saarbrücken und darüber hinaus in Völklingen, Neunkirchen und Saarlouis, dort zum Beispiel den historischen Soutyhof. „Unsere Aufgabe ist die Pflege des Gemeinschaftseigentums“, umreißt Kuhn sein Geschäftsmodell. Aktuell arbeitet der Familienbetrieb für über 30 Hausverwaltungen.

Generationswechsel

Zum 1. Januar 2025 gab es den Generationswechsel: Der Gründer übergab das Unternehmen an seinen Sohn Hendrik Kuhn als alleinigen geschäftsführenden Gesellschafter der GmbH. Der Firmengründer ist jetzt neben seinem Sohn angestellter Geschäftsführer. Hendrik Kuhn arbeitet bereits seit mehr als 20 Jahren mit im Unternehmen. Er ist ausgebildeter Elektrotechniker, hat seinen Meister in diesem Beruf gemacht und erledigt

Wir kümmern uns um nahezu alles rund um die technischen Anlagen und Einrichtungen in den Gebäuden.

Fritz Werner Kuhn

im Auftrag der Hausverwaltungen die Elektroarbeiten in den Wohnanlagen. Entsprechend konnte das Unternehmen sein Portfolio um solche Tätigkeiten erweitern. „Wir kümmern uns um nahezu alles rund um die technischen Anlagen und Einrichtungen in den Gebäuden“, meint Kuhn senior. Die gärtnerische Pflege der Anlagen gehört aber auch zum Leistungsangebot, genauso wie der Winterdienst mit eigenen Spezialfahrzeugen. Das Unternehmen hat einen Fuhrpark mit rund 20 Fahrzeugen. Dadurch will man jederzeit schnell auf Kundenaufträge reagieren können.

„Gesunder Status quo“

Aktuell beschäftigt GSK Kuhn einschließlich der Geschäftsführung 25 Menschen – 22 im Außendienst und drei im Innendienst. Das Gebäude-Service-Unternehmen sei derzeit dauerhaft voll ausgelastet. Neue Kunden erforderten einen größeren Personaleinsatz, und gutes Personal am Markt zu finden, sei extrem schwierig, klagt Fritz Werner Kuhn. So richtet man sich mit dem vorhandenen Personal und dem jetzigen Kundenkreis auf einen „gesunden Status quo“ ein.

Der neue Firmenchef Hendrik Kuhn ist 38 Jahre alt, verheiratet und Vater von vier Kindern, zwei Mädchen und zwei Jungen. Für sein Steckenpferd Crosstraining und Radfahren nimmt er sich zum Ausgleich Zeit. Ansonsten erfordere der Familienbetrieb „den ganzen Mann“, meint er. Sein Vater Fritz Werner Kuhn arbeitet mit seinem reichen Erfahrungsschatz weiter in der Geschäftsführung bei GSK und unterstützt ehrenamtlich als Baukirchmeister die evangelische Kirchengemeinde St. Johann, hat aber jetzt doch mehr Zeit für Touren mit dem Reisemobil, fürs Radfahren mit dem E-Bike, fürs Wandern sowie für seine vier Enkelkinder.

Text: Udo Rau

Foto: Oliver Dietze



Fritz Werner Kuhn hat sein Unternehmen an seinen Sohn Hendrik übergeben.

Der Saarbrücker Softwareentwickler MAQSIMA unterstützt seine Kunden dabei, sich im Dickicht der gesetzlichen Regelungen zurechtzufinden. Egal, ob es um Vorschriften zum Gebäudemanagement oder Regularien in Laboren geht.

Gibt es in Ihrem Unternehmen einen Aufzug? Dann gilt für Sie vermutlich die Verordnung über Sicherheit und Gesundheitsschutz bei der Verwendung von Arbeitsmitteln, kurz BetrSichV. Wenn Sie keine juristische Bildung haben, wissen Sie vermutlich auch nach deren Lektüre nicht, ob diese Verordnung nun für Ihr Unternehmen bindend ist oder nicht. Die BetrSichV ist dabei nur eine von unzähligen Richtlinien und Verordnungen, an die sich Unternehmer halten müssen. „Die gesetzliche Lage ist nicht immer besonders transparent“, fasst Christoph Niewöhner die Situation zusammen.

Der Diplom-Wirtschaftsinformatiker ist Gesellschafter und Geschäftsführer der Firma MAQSIMA. Der Hauptanteilseigner ist seit 2024 die französische Softwaregruppe Bassetti. Die 36 Mitarbeiter des 1999 gegründeten Software-Entwicklers haben sich auf die Fahne geschrieben, Licht ins Dunkel des Vorschriften-dickichts zu bringen. „Unsere Software hilft Unternehmen, ihren gesetzlichen Verpflichtungen im technischen Sinne nachzukommen, ohne dabei von externen Know-how-Trägern abhängig zu sein“, sagt Niewöhner. Gesetzliche Pflichten einhalten und Prozesse optimieren – das ist die Grundidee von MAQSIMA. Nur eines von vielen Beispielen hierfür ist die Prüfung von Aufzügen.

Gewerbeimmobilien und Labore

Das entsprechende Produkt aus dem Hause MAQSIMA heißt TMS, eine Abkürzung für Technisches Management System, das aufgrund der engen Bindung

an geltendes Recht für den deutschen Markt entwickelt wurde. Es dient sozusagen als Lastenheft für Unternehmer. Sind die Stammdaten einmal eingepflegt, kommuniziert und dokumentiert TMS alle Pflichten, die im Unternehmen anfallen. Ändern sich die Rechtsvorschriften, passen die MAQSIMA-Experten die Vorgaben an. So sei es möglich, auch in großen Unternehmen die Übersicht über Prüfungsvorgänge zu behalten und durch die Dokumentation rechtskonform zu bleiben, erklärt Niewöhner. TMS ist modular aufgebaut. Neben den Kernfunktionalitäten sind weitere Komponenten buchbar, bei Bedarf beispielsweise ein Gefahrstoffverzeichnis, Gefährdungsbeurteilungen oder Informationen rund um das Wasserhaushaltsgesetz.

Unsere Software hilft Unternehmen, ihren gesetzlichen Verpflichtungen im technischen Sinne nachzukommen, ohne dabei von externen Know-how-Trägern abhängig zu sein.

Christoph Niewöhner

Spezielle Vorschriften gibt es nicht nur bei Produktionsstätten und Immobilien. Insbesondere Labore sind engmaschig reguliert. Auch hierfür hat das Team um Niewöhner eine Softwarelösung namens

MAQSIMA LAB+ parat, die weltweit zum Einsatz kommt. LAB+ ist ein sogenanntes Labor-Informations- und -Management-System, kurz LIMS, und dient der Einhaltung von Laborstandards. „Labore funktionieren immer nach derselben Grundidee“, sagt Niewöhner. „Die untersuchten Proben müssen gewisse Anforderungen erfüllen. Das Labor testet diese gegen klare Spezifikationen und dokumentiert den Vorgang sowie das Ergebnis.“ Deshalb lasse sich der Vorgang sehr gut mit einer Software abbilden und unterstützen. Genau wie TMS sei auch die Laborsoftware ein Hilfsmittel. Allerdings werde in diesem Fall der Kernprozess eines Labors abgebildet. Deshalb, so Niewöhner, sei der Vertrieb „einfacher“, da es einen „klar abgegrenzten Markt mit spezifischen Bedarfen gibt“.

Wachsen mit Branchenlösungen

Das gestaltet sich bei einem Produkt wie MAQSIMA TMS schon schwieriger. Die Kunden von MAQSIMA seien letztlich aber von der Arbeitserleichterung durch TMS überzeugt, sagt Niewöhner. Der Energieriese E.on habe die Software eingeführt und dadurch eine Systematik im Umgang mit Gefährdungsbeurteilungen und Gefahrstoffverzeichnissen aufgebaut, die auf alle Tochterunternehmen übertragen werde. Durch die damit einhergehende Standardisierung im Umgang mit Vorgaben zum Arbeits-, Umwelt- und Gesundheitsschutz könne das Unternehmen „nachweislich seine rechtlichen Verpflichtungen einhalten“.

Zu den Kunden von MAQSIMA zählen neben großen Unternehmen wie E.on, Bayer, Fresenius oder Dr. Theiss Naturwaren auch kleine und mittelständische Unternehmen. Zusätzlich hat MAQSIMA die Produktpalette um zwei Branchenlösungen erweitert. In der Software myFM, einer abgespeckten Variante der Software TMS, sind Prüfanforderungen zu allen technischen Anlagen in Gebäu-

den hinterlegt, seien es Brandschutztüren oder Klimaanlage. Die kleine Schwester für Labore namens myLab bietet Prüfpflichten für Laborausrüstung wie Zentrifugen, Abzüge, Laborschränke und Gefahrstofflager sowie Vorlagen und Prozessunterstützung für die Themen Gefährdungsbeurteilung, Gefahrstoffverzeichnis, Betriebsanweisungen und Unterweisungen. „Mit diesen Lösungen können gesetzliche Pflichten, die in Gebäuden oder Laboren anfallen, einfach gemanagt werden“, sagt Niewöhner. Ein Upgrade auf die größeren Softwarepakete sei ohne weiteres möglich.

Mithilfe des Mutterkonzerns Bassetti will das Team von MAQSIMA jetzt den französischen Markt mit der Laborsoftware erobern. „Wir wollen unseren Kunden alle Belastungen abnehmen, die sie von ihren Kernaufgaben abhalten.“

Text: Dominik Dix
Foto: BeckerBredel



Der Diplom-Wirtschaftsinformatiker Christoph Niewöhner ist Gesellschafter und Geschäftsführer der Firma MAQSIMA.

Anzeige



**Hervorragende
GESUNDHEITS-
FÖRDERUNG**

Ausgabe 07/2025
Deutschlands größter Krankenkassen-Vergleich



**Herausforderungen
gemeinsam meistern**

Sie möchten die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter fördern und ein betriebliches Gesundheitsmanagement etablieren? Unser Kompetenzteam ist jederzeit gerne für Sie da und unterstützt Sie bei der Umsetzung.



Gesund arbeiten

Die Firma Ayedo Cloud Solutions ist in einem Geschäftsfeld tätig, das öffentlich kaum wahrgenommen wird – für den digitalen Alltag aber von enormer Bedeutung ist.

„Ich war immer ein schlechter Angestellter“, sagt Fabian Peter mit entwaffnender Ehrlichkeit. „Denn ich war immer davon überzeugt, dass ich Dinge besser kann – hatte aber nie die Kapazitäten zur Verfügung, um es zu beweisen.“ Dabei sei es ihm vor allem um die User Experience gegangen, also die Erfahrungen, die Anwender mit einer Software machen. „Nach meiner Überzeugung muss die Interaktion für jeden Nutzer komfortabel und verständlich sein – ganz egal, auf welchem technischen Level er sich befindet.“ Dieses Denken aber habe er in seinem früheren Berufsumfeld kaum vorgefunden. „Ich war irgendwann sehr unzufrieden.“ Was macht man in einer solchen Situation? Genau, man macht sich selbstständig. Nach fünf Jahren im Angestelltenverhältnis gründete der ausgebildete Fachinformatiker für Systemintegration ein Start-up.

Experten für Software-Hosting

Heute beschäftigt die Ayedo Cloud Solutions GmbH in Saarbrücken 13 Mitarbeiter. Es ist ein richtiges Familienunternehmen: Fabian Peters Frau Katrin ist ebenso an Bord wie seine Schwiegereltern, seine Schwager und seine Schwägerin. „Meine Mutter hat sich erst kürzlich aus Altersgründen zurückgezogen“, erzählt der Unternehmer. Kerngeschäft der Ayedo ist „der Betrieb von komplexen Anwendungen“. Das Stichwort lautet „Software-Hosting“. Der Fachmann erklärt: „Unsere Kunden sind Software-Entwickler. Und wir helfen ihnen dabei, ihre Apps den Endkunden zur Verfügung zu stellen.“ Dies geschieht in der Cloud und muss rund um die Uhr funktionieren. „Wir sorgen dafür, dass auf geschäftskritische Anwendungen zu jeder Zeit Verlass ist.“ Ob es sich dabei um ein Shop-System, eine Behörden-App oder die digitale Terminvergabe einer Arztpraxis

handelt, spielt für das Ayedo-Team keine Rolle. „Hauptsache, es läuft, und die Endnutzer sind zufrieden.“ Spezialisiert ist die Firma vor allem auf Hochsicherheitsanforderungen. „Viele Aufträge kommen aus den Bereichen öffentlicher Sektor und Finance.“ Die Spannweite der App-Nutzung ist riesig. Sie reicht von etwa tausend Anwendern pro Monat bis zu 200 Millionen Besuchern im selben Zeitraum – je nach App eben.

*Wir sorgen dafür,
dass auf geschäftskritische
Anwendungen zu jeder Zeit
Verlass ist.*

Fabian Peter

„Komplexe Biester“

Ayedo bewegt sich in einem Geschäftsfeld, von dem die breite Öffentlichkeit so gut wie nichts mitbekommt. Zugleich ist die Tätigkeit für den digitalen Alltag der meisten Menschen enorm wichtig. „Die wenigsten App-Entwickler kümmern sich noch selbst um das Hosting. Dafür ist diese Aufgabe zu aufwändig.“ Denn im Gegensatz zu einer klassischen Webseite sei eine App ein „ziemlich komplexes Biest“. Ihr Hosting von externen Dienstleistern wie Ayedo übernehmen zu lassen, „ist viel bequemer und auch kostengünstiger“. Dabei sei Ayedo durchaus nah dran beim Entstehen einer neuen Software. Das sei zumindest der günstigste Fall. „Je enger wir mit den Entwicklern auf Kundenseite zusammenarbeiten, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass die App schnell und reibungslos online gehen kann.“

Ein Fachbegriff in diesem Zusammenhang, den sich aufgrund seiner hohen

Bedeutung vielleicht auch Laien merken sollten, lautet Kubernetes. Dabei handelt es sich um eine ursprünglich von einem großen US-Konzern entwickelte Open-Source-Plattform zur Bereitstellung und Verwaltung von sogenannten containerisierten Anwendungen. Container wiederum sind standardisierte Softwarepakete. Sie ermöglichen es, dass Software unabhängig von der jeweiligen Infrastruktur einheitlich funktioniert. „Unser Tun basiert auf dem Einsatz von Kubernetes“, erklärt Peter. Ohne diese Plattform laufe kaum etwas in der App-Welt.

Weltweite Nachfrage

Die weltweite Nachfrage ist hoch, das Team ist ausgelastet. Weiteres Wachstum in den nächsten Jahren ist vorgesehen, allerdings ohne Hektik. „Wir spüren keinen Fachkräftemangel, weil wir seit unserer Gründung eine besondere Personalpolitik betreiben“, erklärt Peter. Es sei nun einmal Realität auf dem IT-Markt, dass man eine große Lernkurve akzeptieren müsse. „Wir finden keine Mitarbeiter, die sofort die Arbeit erledigen können, die wir brauchen. Und das ist auch völlig normal und in Ordnung.“ Bis zu einem Jahr könne es dauern, bis ausreichend Spezialkompetenz vorhanden ist. „Damit muss ich als Unternehmer umgehen und entsprechend vorausschauend planen und agieren.“

Natürlich sei der Fachkräftemangel gerade in der IT ein Fakt. „Aber er ist zu einem gewissen Teil auch hausgemacht. Spätestens vor drei Jahren hätten alle Unternehmen der Branche eine groß angelegte Schulungswelle bei ihren vorhandenen Mitarbeitern starten müssen. Dieses Versäumnis rächt sich heute“, meint der 37-jährige Ayedo-Chef.

Text: Daniel Boss

Foto: Oliver Dietze

Ayedo Cloud Solutions

Damit Apps laufen



Fabian Peter ist Gründer und Chef
von Ayedo Cloud Solutions.

25% RABATT AUF IHRE ANZEIGE, wenn diese eines unserer Titelthemen aufgreift!

INSZENE Media GmbH

ist Ihr Ansprechpartner für die
Werbeplanung in der saarwirtschaft.

Telefon: **0681 95803921**

E-mail: **anzeigen@inszene.media**

JUNI - JULI 2025

INVESTIEREN IM SAARLAND

Stärken und Schwächen des Standorts und
ein Überblick über das Investitionsgeschehen
(Anzeigenschluss: 30.04.2025)

AUGUST - SEPTEMBER 2025

KLEIN, ABER FEIN

Ein Fokus auf kleinere spezialisierte und auf
oft übersehene Unternehmen
(Anzeigenschluss: 01.07.2025)

OKTOBER - NOVEMBER 2025

GESUND IM BETRIEB

Wie Unternehmen die Gesundheit ihrer
Mitarbeiter fördern können und welche
Dienstleister dabei helfen
(Anzeigenschluss: 29.08.2025)

DEZEMBER 2025 - JANUAR 2026

TRANSFORMATION – EINE ZWISCHENBILANZ

Wie die saarländische Wirtschaft den
Umbruch meistert
(Anzeigenschluss: 29.10.2025)