

Firma Egle wurde verkauft

Pfaffenhofen Wie die Firma Wilhelm Egle mitteilt, wurde das Versandhandelsunternehmen rückwirkend zum 1. Januar dieses Jahres an die Pforzheimer Klingel-Gruppe verkauft. Grund für den Eigentümerwechsel ist demnach, dass keine familieninterne Nachfolge für den geschäftsführenden Gesellschafter Dietmar Belgard gefunden werden konnte. Nach Erreichen des 70. Lebensjahres wollte dieser dennoch für eine Nachfolgeregelung sorgen, die den Bestand des Unternehmens sichert. Die Egle-Firmenleitung betont in einer veröffentlichten Mitteilung, dass das Pfaffenhofer Unternehmen „kerngesund“ sei. Der neue Inhaber Klingel ist ein Familienunternehmen mit über 2000 Mitarbeitern. Die Übernahme von Egle ergänzte den Gesundheitsbereich von Klingel, welchen die Gruppe als strategisches Wachstumsfeld ausbauen wolle. Auch solle in den Standort Pfaffenhofen investiert werden. Das Sortiment wird sowohl online als auch über den klassischen Katalog angeboten.

Der Geschäftsführer Belgard bleibe Egle für mindestens zwei weitere Jahre erhalten. (az)

„Nanuu“, was geht in Neu-Ulm?

Neu-Ulm Der Stadtentwicklungsverband Ulm/Neu-Ulm möchte die Kontakte zwischen innovativen Unternehmen aus der Region stärken: Am Donnerstag, 8. Mai, stellt sich die dafür neu konzipierte Innovationsplattform „Nanuu“ (Novum aus Ulm und Neu-Ulm) erstmals öffentlich vor – mit der „Nanuu Night – Nacht der Innovationen“. Der Veranstaltungsort passt zum Anlass: der Standort der Ulmer Firma In-Mach Intelligente Maschinen in der Kässbohrerstraße 19 (ehemaliges Kässbohrer-Areal). Das Unternehmen ist selbst auch auf der Plattform vertreten und verfügt über langjährige Erfahrung im Bereich der Produkt- und Verfahrensentwicklung in der Robotik. Die Kernkompetenzen der Firma liegen unter anderem in der Entwicklung komplexer sensomotorischer Systeme und der Computational-Geometry-Softwareentwicklungen.

Engeladen zur „Nanuu Night – Nacht der Innovationen“ (ab 18 Uhr) sind innovationsinteressierte Unternehmen, Arbeitnehmer und Studenten, die sich unter nanuu@ulm.de für die Teilnahme an dem Abend anmelden können. „Nanuu“ und die Firma In-Mach mit ihren Innovationen werden sich vorstellen, außerdem wird das Rätsel um den Nanuu-Sapri, eine Figur des Ulmer Künstlers Alfred Bradler, gelüftet. Der offizielle Teil geht fließend in den inoffiziellen über: Musikalisch untermalt von DJ Osmay Silva gibt es Gelegenheit für persönliche Gespräche. (az)

Wirtschaft kompakt

ULM

Wiedereinstieg ins Berufsleben

Unter dem Titel „Frau und Beruf“ bietet die Frauenakademie in Ulm Qualifizierung für den beruflichen Wiedereinstieg an. Dieser Kurs findet in der Volkshochschule am Kornhausplatz im September 2014 zum achten Mal statt. Abgeschlossen haben ihn bisher insgesamt 135 Frauen, von denen vier Fünftel nach Angaben der Veranstalter den Wiedereinstieg schafften. Informationsveranstaltungen zu den Kursen, die besonders für Frauen, die nach einer längeren Familienpause wieder berufstätig sein möchten, sich aber nicht fit für die Arbeitswelt fühlen, geeignet sind, sind am Montag, 12. Mai, um 18 Uhr, Montag, 19. Mai, um 10 Uhr und Mittwoch, 9. Juli, um 10 Uhr. (az)

Anmeldung bei der Ulmer Volkshochschule, Kornhausplatz 5 in Ulm, Telefonnummer 0731/153026 oder E-Mail schmidt@vh-ulm.de



Das Haus rechts mit dem Holzbalkon gehört seit Kurzem der Volksbank Neu-Ulm. Hier soll zumindest ein Anbau entstehen, weil der Stammsitz zu klein geworden ist. Denkbar ist auch, dass dieser Bau aus dem Jahr 1969 ebenfalls abgerissen werden muss, wenn sich die Sanierung nicht lohnt. Foto: Alexander Kaya

Volksbank will erweitern

Geld Neu-Ulmer Genossenschaft kaufte Grundstück. Fusion mit Weißenhorn wird Thema

VON OLIVER HELMSTÄDTER

Neu-Ulm Für die Volksbank Neu-Ulm brechen neue Zeiten an. Sowohl was einen möglichen Neubau als auch was eine durchaus denkbare Fusion mit der VR-Bank Neu-Ulm/Weißenhorn angeht. Im Vorfeld der gestrigen Vertreterversammlung war ein Zusammenschluss mit den Fuggerstädtern zwar offiziell kein Thema, doch betonte Vorstandsmitglied Steffen Fromm, dass im Zuge einer anstehenden Nachfolgeregelung des Vorstandsvorsitzenden Werner Deubel über alle möglichen Varianten nachgedacht werde. Eine Fusion mit der VR-Bank in Weißenhorn wollten weder Fromm noch Deubel in diesem Zusammenhang ausschließen, wengleich es in dieser Richtung noch keinerlei Gespräche gegeben habe. Man muss kein Prophet sein, um zu wissen, dass die Volksbanken das Thema Fusion eher sachte angehen. Zu frisch sind die Erinnerungen an die Wirren rund um den gescheiterten Zusammenschluss der Volksbanken aus Ulm und Neu-Ulm. Und auch die spätere „Heirat“ der Ulmer Volksbank mit der Volksbank Bi-

berach war nicht gerade einfach. Deubel wurde jüngst 61, etwas Zeit bleibt den Bankern also noch, das weitere Vorgehen zu überlegen.

Bis in spätestens fünf Jahren, also pünktlich zur Deubel-Pensionierung, soll die Raumnott für die Neu-Ulmer Volksbank gelöst sein, die zweite große anstehende Neuerung: Wie gestern bekannt wurde, kaufte die Volksbank bereits das Nachbargebäude (Johannesplatz 5), um freie Hand für eine angedachte Erweiterung zu haben. Eine Machbarkeitsstudie soll jetzt den weiteren Weg beleuchten. Der Volksbank bleiben vermutlich zwei Optionen: kompletter Neubau inklusive einer Einbeziehung von Nachbargrundstücken. Oder Sanierung plus Anbau auf dem Grundstück Johannesplatz.

Klar ist offenbar, dass der jetzige Stammsitz in Sachen Bausubstanz marode ist. Auch habe das nachträglich aufgestockte Haus aus dem Jahr 1969 energetischen Sanierungsbedarf.

Zukunftsmusik sind die Themen Fusion und Neubau in den Ohren des Vorstands. Eile herrsche auf keinem dieser Felder, denn die Bank habe „ein tolles Jahr“ hinter sich, wie es Fromm ausdrückte. Das Geschäftsjahr in Kürze:

- **Gewinn** Das Betriebsergebnis macht wie im Vorjahr überdurchschnittliche 1,36 Prozent der Bilanzsumme aus und liegt bei 7,4 Millionen Euro.
- **Steuern** An den Staat gingen 1,9 Millionen Euro.
- **Dividende** Wie im Vorjahr sollen

4,5 Prozent Dividende ausbezahlt werden.

● **Eigenkapital** Mit 44,6 Millionen Euro erfüllt die Volksbank die Eigenkapitalvorschriften zu „nahezu 200 Prozent“.

● **Mitglieder** 714 Menschen traten der Genossenschaft bei, die nun 14 168 Mitglieder zählt.

● **Bilanzsumme** Das der Bank anvertraute Vermögen erhöhte sich um 17 Millionen auf 527 Millionen Euro.

● **Einlagen** Aufgrund der anhaltenden Niedrigzinsphase verringerten sich die Einlagen um drei Millionen Euro auf 441 Millionen. Auch die „Anlage in Beton“ (also Immobilien) lässt die Guthaben der Kunden auf den Konten abschmelzen.

● **Zinsertrag** Zinserträge gingen um 1,1 Millionen auf 18,9 Millionen Euro zurück.

● **Kredite** Noch nie in der Geschichte der Neu-Ulmer Volksbank war dieser Wert so hoch: 428 Millionen Euro (plus 7,6 Prozent) an Krediten wurden herausgegeben. Die Ausfälle gingen „gegen null“. Eine derartige Nachfrage nannte Fromm einen „Ausdruck der wirtschaftlichen Prosperität“ der Region.

Volksbank und VR-Bank

- **Mitarbeiter** Konstant 130.
- **Niederlassungen** Burlafingen, Senden, Thalfingen.
- **Geschäftsstellen** Aufheim, Ay, Gerlenhofen, Ludwigsfeld, Offenhausen, Straß und Wullenstellen.

- **VR-Bank Neu-Ulm/Weißenhorn** zum Vergleich: Mitarbeiter 224, Bilanzsumme 856 Millionen Euro, Kreditgeschäft bei 627,7 Millionen Euro, Einlagen 672,5 Millionen (ein Plus von 2,1 Prozent).

Wenn Kontakte die Kasse klingeln lassen

Geschäfte Netzwerken ist eine Kunst. Zwei regionale Ansätze im Porträt

Landkreis/Ulm Gut sein langt selten. Die richtigen Leute müssen auch davon erfahren. Wie nützlich es ist, gute Kontakte zu pflegen, bestätigen auch diverse Untersuchungen. Dass ein Viertel aller Stellen über die Nutzung persönlicher Kontakte besetzt wird, fand etwa das Nürnberger Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung heraus. Auch Unternehmen versprechen sich eine bessere Auftragslage durch professionelles Networking. Netzwerke liegen im Trend. Wir haben uns zwei regionale Exemplare angeschaut.

● **Netzwerk Schwaben** Seit sieben Jahren gibt's eins am Bodensee, es folgten Sachsen und Schwaben mit Sitz in Ulm. Thüringen ist in Vorbereitung. Netzwerke zu bilden ist der Job von Marketingfachmann Guido Hunke. Nachdem der gebürtige Münsterländer über die Umwege Chemnitz, Dresden, Neuruppin und Hof beruflich in Ravensburg landete, gründete der Chef einer Agentur für Marketing und Kooperationen seine Netzwerk-Blaupause. Eine Plattform, auf der neugierige Unternehmer „von den Großen lernen“ sollen. Und weil am Bodensee alles so gut klappte – Handelskammern, Wirtschaftsförderer und

Sponsoren wurden erfolgreich ins Boot geholt –, übertrug Hunke das Konzept auf andere Regionen. Planung und Realisierung von regionalen Wirtschaftnetzwerken heißt sein Geschäftsmodell.

So bietet er unter dem Titel „Netzwerk Schwaben“ nun fünf Veranstaltungen mit Referenten von bundesweit bekannten Unternehmen. Bisher etwa haben Vertreter von Ratiopharm und des VfB Stuttgart oder die Eventgröße Jochen Schweizer Vorträge zu verschiedenen Fachthemen gehalten. Dieses Jahr stehen noch die Sportler Guido Buchwald und Gunda Niemann-Stirnemann sowie ein Referent des Europa-Parks in Rust auf dem Programm. Auch ein Blick hinter die Kulissen der Ulmer Justizvollzugsanstalt steht auf dem Programm. Das ist nicht ganz billig: Die regulären Ticketpreise bewegen sich je nach Veranstaltung zwischen 35 und 50 Euro. Die IHK Schwaben ist einer von 40 Partnern des Netzwerks, und so bezahlen IHK-Mit-

gliedsunternehmen deshalb nur den halben Eintritt für die Veranstaltungen.

Zu den einzelnen Events kommen durchschnittlich 80 Geschäftsführer und Führungskräfte von mittelständischen Unternehmen aus der Region Schwaben. Viel mehr sollen es gar nicht werden. Denn das Netzwerk funktioniert dann nicht mehr so gut, sagt Hunke, der vor seiner Selbstständigkeit für mehrere Sparkassen tätig war. Denn jeder Teilnehmer werde persönlich begrüßt. „Nach den Referaten möchte ich die Leute ins Gespräch bringen.“ Also wenn der Chef von Firma A schon immer mal den Chef von Firma B kennenlernen wollte, vermittelt Hunke.

● **BNI** steht für „Business Network International“ und bezeichnet sich selbst als weltweit größtes Unternehmensnetzwerk für Geschäftsempfehlungen. 1985 in den USA gegründet, hat sich die Organisation bis heute in über 50 Ländern etabliert.

Die regionalen Gruppen nennen

sich „Chapter“. In Ulm gibt es zwei: „Galaxis“ und „Sonne“. Der Unternehmer Erwin Kögel ist einer der Aktivposten im Chapter Sonne, das sich jeden Freitag in aller Früh in der Raststätte Seligweiler trifft.

Der Einrichtungs- und Küchenexperte aus Illertissen rechnete aus, dass seit der Gründung des regionalen Netzwerks, das derzeit 35 Mitglieder hat, 4500 Empfehlungen ausgesprochen wurden, die zu 6,5 Millionen Euro zusätzlichem Umsatz führten. Umsatz durch Erfahrung eines etablierten Netzwerkes: BNI könne auf ein jahrzehntelang erprobtes Erfolgsmittel aus Checklisten, Handbüchern und Spezialliteratur zurückgreifen, das jedem Chapter zur Verfügung stehe.

„Es lohnt sich wirklich“, sagt Kögel angesichts eines Jahresbeitrags von immerhin 870 Euro. Die Treffen des BNI seien ein guter Türöffner zu Kontakten, die sonst kaum zustande kommen würden. So habe sich etwa im Chapter Sonne ein gutes Handwerkeretz etabliert, auf das man sich verlassen könne. „Gäste“ können einfach mal reinschnuppern, sagt Kögel – jeden Freitag von 7 Uhr bis 8.30 Uhr im Hotel Seligweiler an der A 8, Ausfahrt Ulm-Ost. (heo)

Neues Designbüro in Neu-Ulm

Neu-Ulm Das Designbüro MMID, der nach eigenen Angaben größte Branchenvertreter in den Niederlanden, eröffnete jüngst ein Büro in Neu-Ulm. Nach Essen ist dies die zweite Niederlassung in Deutschland.

Was treibt MMID nach Neu-Ulm? Bereits in den vergangenen Jahren habe MMID eng mit Kunden aus dem süddeutschen Raum zusammengearbeitet, unter anderem mit Bischoff & Bischoff und mit Sieff. Aufgrund des Wachstums stand MMID vor der Frage, das Delfter Büro wachsen zu lassen oder jedoch weitere Standorte zu eröffnen und die Nähe zum Kunden zu suchen. MMID hat sich für räumliche Expansion entschieden.

Durch einen Standort im östlichen Baden-Württemberg hat das neue Team am Wiblinger Steig in Neu-Ulm die Möglichkeit, innerhalb von ein bis zwei Stunden bei seinen Kunden vor Ort zu sein. Zunächst starten Edwin Bunnik und Ingo Michelmann die Neu-Ulmer Niederlassung. Ziel soll es sein, in den kommenden drei Jahren ein Büro aufzubauen, welches selbstständig an Projekten arbeitet. Mit einem Ziel: das perfekte Verhältnis von Funktionalität, Gestaltung und Herstellbarkeit. Aus diesem Grund ist MMID auf der Suche nach hoch qualifizierten Designern, Ingenieuren oder Projektmanagern.

Die Designer aus Holland mit insgesamt 50 Mitarbeitern sind in vielen Branchen tätig: von Gebrauchsgütern über Automaten bis hin zu Medizintechnik. So wurden etwa Bierflasche (Heineken), Teeautomaten (Unilever) oder Zigarrenverkaufsständer unter dem Label MMID entworfen. (az)

Die Königin und der Bodenspezialist

Ulm Am 16. Mai ist es so weit: Ihre Majestät Königin Máxima eröffnet gemeinsam mit Werner Utz, Vorstandsvorsitzender der Ulmer Uzin Utz AG, das neue Firmengebäude der Tochtergesellschaft Unipro bv

in Haaksbergen (Niederlande). Die „grüne“ Fabrik zeichnet sich durch eine besonders nachhaltige und innovative Bauweise aus. „Die Ressourcenknappheit und den Klimaschutz erkennen, sie annehmen und Lösungen auf dem Weg hin zu erneuerbaren Energien finden“, so formuliert Werner Utz das Credo der Firma. So wurde die „grüne“ Fabrik von Unipro ganz im Sinne von Rückbaubarkeit und unter Beachtung von Umweltaspekten wie CO₂-Neutralität geplant und erstellt. (az)



Königin Máxima

Dilo ist jetzt auch in Singapur

Babenhausen/Singapur Der Armaturen- und Anlagenhersteller Dilo mit Sitz in Babenhausen und 270 Beschäftigten hat jüngst im südostasiatischen Stadtstaat Singapur ein neues Servicecenter eröffnet. Bei der Gesellschaft dahinter handelt es sich um ein Gemeinschaftsunternehmen zwischen der Firma Dilo und der ortsansässigen Vertretung Aspectus Engineering. Die stetig wachsenden asiatischen Märkte sind für Dilo nach eigenen Angaben von großer Bedeutung. Um die dortigen Marktchancen nutzen zu können, sei neben Qualität „made in Germany“ vor allem auch die Bereitstellung eines erstklassigen Kundenservices notwendig.

„Kundennähe ist ein wichtiger Erfolgsfaktor im zunehmenden Wettbewerb“, betont Geschäftsführer Christian Scheller. „Ein Exportanteil von rund 75 Prozent bedingt auch eine zunehmende Präsenz vor Ort.“ Weltweit 50 Vertretungen gehören derzeit zum Vertriebsnetz der Firma Dilo. (az)