

## BASF SE in China

BASF hat die Genehmigung für den Neubau eines MDI-Komplexes im chinesischen Chongqing erhalten. Die Anlage wird eine Jahreskapazität von 400.000 Tonnen MDI (Diphenylmethandiisocyanat) haben, die Investition beläuft sich auf rund 860 Mio. Euro, Produktionsstart ist 2014. Der Industriekomplex bildet das Zentrum eines chemischen Produktionskomplexes, der vom Chongqing (Changshou) Chemical Industry Park betrieben wird. In dem Komplex wird BASF MDI produzieren, eine Kernkomponente für den Spezialkunststoff Polyurethan (PU). Dieser eignet sich zur Herstellung von Kälte- und Wärmedämmung. Zusätzlich wird BASF in Chongqing auch ein Polyurethan-Systemhaus eröffnen. Im BASF-Komplex entstehen rund 300 Arbeitsplätze. (red)

@ [www.greater-china.basf.com](http://www.greater-china.basf.com)

## Landhaus Wilker

Die Klassifizierung „Drei-Sterne-Superior“ hat das Landhaus Wilker vom Deutschen Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) erhalten. Mit dieser Auszeichnung zählt das Hotel zu den Spitzenbetrieben in dieser Kategorie. Superior bedeutet in der Hotellklassifizierung eine deutliche Überschreitung der erforderlichen Punktzahl. „Wir freuen uns, nun zu den Spitzenbetrieben der Drei-Sterne-Kategorie zu gehören“, so Inhaberin Sonja Wilker. Die Klassifizierungen werden mithilfe eines bundesweit einheitlichen Kriterienkatalogs durchgeführt. „Das Landhaus Wilker bietet ein Ambiente zum Wohlfühlen“, so Herbert Boller, Vizepräsident des DEHOGA Rheinland-Pfalz, „und mit der guten regionalen Küche und der Kombination mit dem eigenen Weingut gelingt ein hervorragendes Zusammenspiel“. (red)

@ [www.wilker.de](http://www.wilker.de)



Freuten sich über die Auszeichnung (v. l.): Tobias Kelter, Tourismusverein Südliche Weinstraße Bad Bergzabern, Herbert Boller, DEHOGA, Sonja Wilker, Landhaus Wilker, Hermann Bohrer, Verbandsbürgermeister Bad Bergzabern, und Harald Lehmann, Ortsbürgermeister Pleisweiler-Oberhofen.

## Jubiläumssaison ist gestartet

### Holiday Park GmbH



In der neuen Saison des Holiday Parks werden täglich auch die Studio100-Charaktere wie die Biene Maja vor Ort für die Kinder da sein.

**Mit einem Premierenreigen an neuen Fahrattraktionen und Familien-Entertainment feiert der Erlebnispark seine Jubiläumssaison „40 Jahre Holiday Park“. Passend zum Fest haben seit dem Saisonstart Mitte April Fernsehstars wie die Biene Maja, Wikingerjunge Wickie, Drache Tabaluga und „Das Haus Anubis“ Einzug im Holiday Park gehalten.**

**Neben dem täglichen** „Meet & Greet“-Fototreff mit ihren Fans sind die TV-Figuren auch bei vielen Neuheiten des Holiday Parks dabei – von der neuen Familienattraktion „Flip der Grashopper“ über „Majas Blumenturm“ bis hin zum „Anubis Free Fall Tower“ sorgen im Verlauf der Saison 2011 viele weitere Premieren für Fahrspaß. Passend zu den Fernsehfiguren steht die neue Saison im Zeichen des Familien-Entertainments.

**Mit den Neuheiten** „Majas Blumenturm“ und „Flip der Grashopper“ öffnen sich im Sommer die Tore zu einem neuen Themenbereich rund um die pfliffige Biene und ihre Freunde. Die Attraktionen richten sich speziell an Familien mit Kindern. Besonders die Jüngsten kommen bei einer Fahrt mit „Flip der Grashopper“ auf ihre Kosten, wenn sie auf dem Rücken des Grashüpfers eine Entdeckungsreise durch Majas Blumenwunderwelt erleben. Kids können auf dem zwölf Meter hohen Kinder-Free Fall Tower „Majas Blumenturm“ den freien Fall ins Blütenmeer erleben.

**Die Maja-Erlebniswelt** ist Bestandteil einer kompletten Neugestaltung des „Platz der Nationen“, der mit der neuen Wasserspaß-Attraktion „Tanzende Fontänen“ zum zentralen Besuchertreffpunkt wird. Natürlich können die Gäste die neuen Freunde von Parkmaskottchen Holly auch persönlich

treffen. Weiter steht Fahren lernen wie die Erwachsenen bei „Holly's Fahrschule“ auf dem Programm. Mit der Fahrschule für Kinder erweitert der Holiday Park den neuen Themenbereich „Holly's Cartoon Town“ rund um die Familienachterbahn „Holly's Wilde Autofahrt“.

**Neben der Riesenachterbahn** „Expedition GeForce“ oder Deutschlands höchstem Flugkarussell „Lighthouse Tower“ gibt es für Teenager nun auch „Das Haus Anubis“, benannt nach der erfolgreichen Jugendserie. Wer die Tore des neu gestalteten „Anubis Free Fall Towers“ betritt, findet sich direkt in der Welt des geheimnisvollen Serien-Internats wieder. Der Freifallturm ist 70 Meter hoch. Zudem sind in dieser Saison wieder viele Veranstaltungen geplant. Im Juli und August werden beispielsweise die Serienstars von „Das Haus Anubis“ mit Songs ihres CD-Albums auftreten, internationale Artisten und Künstler zeigen ein hochwertiges Showprogramm.

**Seit November 2010** ist der Holiday Park Mitglied der belgischen Themenparkgruppe Plopsa. Als Tochter des Medienunternehmens Studio 100 zeichnen sich die Plopsa-Themenparks durch eine fantasievolle Architektur und die Studio 100-Figuren aus. Studio 100 hat sich seit seiner Gründung 1996 zu einem international agierenden Unternehmen im Bereich „Familien-Entertainment“ entwickelt. Fernsehproduktionen, Shows, Kinofilme, Zeitungsbeilagen und Buchausgaben, Audio-Video, Merchandising und Themenparks wurden realisiert. In Deutschland sind besonders die Studio 100-Figuren wie Biene Maja bekannt. (red)

@ [www.holiday-park.de](http://www.holiday-park.de)

## Bestes Ergebnis in der Geschichte

### Sparkasse Vorderpfalz

**Die Sparkasse Vorderpfalz Ludwigshafen a. Rh. – Schifferstadt hat im Geschäftsjahr 2010 neben einer „hervorragenden Eigenkapitalausstattung“ auch ihre Marktführerschaft „auf allen Gebieten“ trotz verschärften Wettbewerbs behauptet, auch bei der Betreuung des Mittelstandes in der Region, so das Unternehmen.**

Eine Marktanalyse ergab, dass die Sparkasse Vorderpfalz Marktführer bei der Betreuung des Mittelstandes in der Region ist und ihren Marktanteil 2010 weiter steigern konnte. Nach der Wirtschaftskrise war der Aufschwung bei den Firmenkunden in der Region mit zeitlicher Verzögerung angekommen und führte erst ab dem zweiten beziehungsweise dritten Quartal verstärkt zu Investitionen. Die Darlehensauszahlungen an Firmenkunden in 2010 konnten so moderat auf 64,9 Millionen Euro gesteigert werden. „Es gab und es wird bei der Sparkasse Vorderpfalz keine Restriktionen für das Kreditgeschäft durch verschärfte Eigenkapitalregeln nach Basel III geben. Aufgrund der sehr guten Eigenkapitalausstattung sind wir der Garant für eine nachhaltige Kreditversorgung des Mittelstandes,“ so Thomas Traue, der im Vorstand auch für das Firmenkundengeschäft verantwortlich ist.

„Die Sparkasse Vorderpfalz konnte mit den Beratern vor Ort erneut das Vertrauen der Kunden gewinnen. Gemeinsam mit unserer fachlichen Qualität und Vertriebsstärke bildete dies die Basis für unseren hervorragenden geschäftlichen Erfolg in 2010,“ so Vorstandsvorsitzender Dr. Rüdiger Linnebank. Mit einem Betriebsergebnis vor Bewertung in Höhe von 26,5 Millionen Euro konnte die Sparkasse Vorderpfalz das Ergebnis von 2009 um 8,9 Millionen Euro

oder um 51 Prozent übertreffen und erzielte damit das beste Betriebsergebnis in ihrer Geschichte. Die Marktführerschaft im Geschäftsgebiet wurde weiter gefestigt, was sich unter anderem an dem erneut gestiegenen Kundengeschäftsvolumen in Höhe von 3.794 Millionen Euro zeigt.

Auch die Kapitalausstattung konnte 2010 erneut verbessert werden. „Mit einer Eigenkapitalquote von 17,4 Prozent übertreffen wir die gesetzlichen Anforderungen von 8,0 Prozent bei weitem“, führt Dr. Linnebank aus. Das Baufinanzierungsgeschäft entwickelte sich erneut gut: Die Darlehenszusagen im Baufinanzierungsbereich wurden von 131 Millionen Euro in 2009 um mehr als 22 Prozent auf 160 Millionen Euro erhöht. Im Wertpapiergeschäft wurde eine deutliche Steigerung des Depotvolumens um mehr als 155 Millionen Euro auf insgesamt 1.012 Millionen Euro erzielt. Die Kundeneinlagen konnten um 19,5 Millionen Euro auf 1.495,2 Millionen Euro gesteigert werden.

Ende 2010 beschäftigte die Sparkasse Vorderpfalz umgerechnet auf Vollzeitkräfte 400 Mitarbeiter. Die Anzahl der darin enthaltenen Teilzeitkräfte war mit 216 weiterhin sehr hoch. Damit leistet die Sparkasse Vorderpfalz einen Beitrag zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Zum Jahresende 2010 waren 27 Auszubildende beschäftigt, davon neun neue Lehrlinge. 2010 legten 18 Auszubildende ihre Abschlussprüfung ab, und allen wurde eine Übernahme angeboten. So soll auch künftig der Bedarf an Mitarbeitern aus den eigenen Reihen gedeckt werden. (red)

 [www.sparkasse-vorderpfalz.de](mailto:www.sparkasse-vorderpfalz.de)

Waren stolz auf das beste Betriebsergebnis in der Geschichte der Sparkasse Vorderpfalz (v. l.): Marcus Altmann, Leiter Vorstandsstab, Dr. Rüdiger Linnebank, Vorsitzender des Vorstandes der Sparkasse Vorderpfalz, und Thomas Traue, Mitglied des Vorstandes der Sparkasse Vorderpfalz.



### Auszeichnung für Hornbach

Für ihre treffsichere Werbung in 2010 wurde die Baumarktkette Hornbach mit dem ZMG-Best Sellers Best gewürdigt. Mit dem Preis wird die beste Angebotswerbung des Jahres ausgezeichnet. Er wurde von der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft (Frankfurt a. M.) ins Leben gerufen und zum dritten Mal verliehen. Die Auszeichnung zeige, so Laudator Manfred Mandel, dass der Baumarkt auch in der Werbekommunikation sein Handwerk beherrsche. Es war der unverwechselbare Markenauftritt in der kontinuierlichen Kampagnenarbeit und seine wertige Umsetzung in der Zeitung, die für die Jury aus Handlungsexperten entscheidend waren. (red)

@ [www.hornbach.de](http://www.hornbach.de)



Bei der Preisverleihung (v. l.): Manfred Mandel, CMO International, real - SB Warenhaus, Jürgen Schröcker, Vorstand Marketing, Hornbach Baumarkt AG, und Markus Ruppe, Geschäftsführer ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft.

### Koenig & Bauer AG

Die Auftrags-, Umsatz- und Ergebnisentwicklung hat sich bei KBA im Geschäftsjahr 2010 gut entwickelt. So steigerte der Konzern seinen Umsatz um 12,3 Prozent auf 1.179,1 Mio. Euro, und der Auftragseingang stieg gegenüber dem Krisenjahr 2009 um 45,4 Prozent auf 1.284,9 Mio. Euro. Dabei legten die Bestellungen im Geschäftsbereich Bogenoffsetmaschinen um 33,8 Prozent auf 621,6 Mio. Euro und im Segment Rollen- und Sondermaschinen um 58,2 Prozent auf 663,3 Mio. Euro zu. Der Auftragsbestand im Konzern lag Ende Dezember mit 440,8 Mio. Euro um 31,6 Prozent über dem Vorjahreswert. Beim überdurchschnittlichen Wachstum kam dem weltweit zweitgrößten Druckmaschinenhersteller auch die breite Aufstellung in Volumenmärkten wie dem Verpackungs- und Zeitungsdruck und Marktnischen wie dem Blech- und Kennzeichnungsdruck zugute. Das positive Betriebsergebnis wurde mit 22,2 Mio. Euro mehr als verdoppelt. (red)

@ [www.kba.com](http://www.kba.com)

## BASF SE

Den 46. Landeswettbewerb von „Jugend forscht“ hat die BASF SE ausgerichtet. Die Pfälzer Nachwuchswissenschaftler waren erfolgreich, denn sie holten vier der acht Landestitel. Sieger im Bereich Mathematik/Informatik wurde Markus Philipp (18) vom Hannah-Arendt-Gymnasium in Haßloch, im Fachgebiet Physik überzeugte Jan Glensk vom Burggymnasium in Kaiserslautern. Technik-Landessieger wurde Julian Neumayer (20) vom Mercedes-Benz Werk Wörth, den Landessieg für die beste interdisziplinäre Arbeit erhielt Fabian Faul (18) von der Berufsbildenden Schule I Technik in Kaiserslautern. (red)

@ [www.basf.com](http://www.basf.com)

@ [www.jugend-forscht.de](http://www.jugend-forscht.de)

## Mercedes-Benz Werk Wörth

Die Sportgemeinschaft des Mercedes-Benz Werks Wörth wurde 25 Jahre alt. Die SG Stern Wörth/Germersheim bietet heute knapp 3.200 Mitgliedern Sportangebote in 41 Sparten. Pro Jahr werden rund 70.000 Teilnahmen an den sportlichen Aktivitäten der Sparten der SG Stern Wörth/Germersheim verzeichnet sowie rund 1.000 Teilnahmen an spartenübergreifenden Veranstaltungen. Die SG Stern ist der Sportverein der Daimler AG an 60 deutschen Standorten. (red)

@ <http://woerth.sgstern.de>



Zum Geburtstag gab es von angehenden Konditoren der Berufsbildenden Schule Neustadt eine riesige Torte in Form eines Lkw.

## Erratum: Keiper GmbH & Co. KG

In dem Artikel „Arbeitsplatzgarantie bis 2015“ auf Seite 12 der April-Ausgabe wurde irrtümlich berichtet, dass Keiper-Geschäftsführer Elmar Deegener von einer sehr viel größeren Anzahl an möglichen Kündigungen ausgehe. Richtig ist jedoch, dass die Zahl der möglichen Kündigungen voraussichtlich sehr viel **geringer** sein wird. Wir bitten, dies zu entschuldigen. (red)

## Eigenkapitalquote von 40 Prozent im Visier

### Wasgau Produktions und Handels AG



Mit Appetithäppchen aus den Wasgau-Produktionsbetrieben Bäckerei und Metzgerei lassen sich auch nüchterne Bilanzzahlen leicht verdauen. Bei der Vorstellung des Geschäftsberichts 2010 (v. l.): Vorstandsvorsitzender Alois Ketterm sowie die beiden Vorstände Wolfgang Dausend und Dr. Eugen Heim.

**„Der Risikofaktor Energie ist größer als der Faktor Wettbewerb, weil er nicht planbar ist“, sagte der Vorstandsvorsitzende der Wasgau Produktions und Handels AG, Alois Ketterm, bei der Vorstellung des Geschäftsberichts 2010. Der Pirmasenser Lebensmittelkonzern rechnet deshalb für das Jahr 2011 mit einem um zehn Prozent rückläufigen Gewinn.**

Durch die staatliche Subventionspolitik für erneuerbare Energien und der daraus abgeleiteten Umlage auf alle Stromverbraucher sei der Konzern besonders betroffen gewesen. Die Mehrkosten werden auf rund 900.000 Euro geschätzt. Höhere Stromkosten müssten voraussichtlich an die Kunden weiter gegeben werden, Fleisch und Brötchen würden teurer. Steigende Rohstoffpreise bei Grundnahrungsmitteln und der weitere Anstieg bei Kraftstoffpreisen würden die Inflation weiter anheizen und die Kaufkraft beeinflussen.

**Bereits fürs Jahr 2010** stellte sich die Lage im Lebensmittelhandel nicht so rosig dar. Die Umsatzerlöse im Wasgau-Konzern waren um 3,7 Prozent rückläufig (von 498,2 auf 479,9 Mio. Euro). Der Gewinn belief sich auf 7,2 Mio. Euro (7,9 Mio. Euro), wobei in beiden Jahren Sondereffekte beim operativen Ergebnis eine Rolle spielten. 2009 betrug das operative Ergebnis 5,4 Mio. Euro, im vergangenen Jahr waren es 5,1 Mio. Euro. Als Sondereffekt flossen 2 Mio. Euro aus dem Verkauf der Markant Lux S.A., Luxemburg, an die belgische Supermarktkette Delhaize ins Ergebnis ein. Die beiden Produktionsbetriebe, die Bäckerei

und die Metzgerei, waren auch im vergangenen Jahr wieder feste Stützen der AG. Die Metzgerei hielt ihren Umsatz auf hohem Niveau (68,6 Mio. gegenüber 70,9 Mio. Euro), litt allerdings unter dem Verfall der Fleischpreise und einer wetterbedingt flauen Grillsaison. Die Bäckerei konnte den Umsatz von 34,5 auf 34,6 Mio Euro steigern. Die Eigenkapitalquote liege bei 36,6 Prozent (nach 33,1 Prozent im Vorjahr), „eine ganz erfreuliche Entwicklung“, sagte Ketterm. Damit sei die Wasgau AG als Handelsunternehmen ganz gut unterwegs. Zum Vergleich: Die durchschnittliche Eigenkapitalquote im Handel liege bundesweit bei 18 Prozent. Ziel der Wasgau AG sei eine Eigenkapitalquote von 40 Prozent.

**Das Unternehmen beschäftigt** stabil 4.021 Mitarbeiter und stellt jedes Jahr 80 Auszubildende ein. Zum Wasgau-Konzern gehören 87 Einzelhandelsmärkte und sieben C+C-Märkte. Und die Expansion geht weiter: Nachdem im Januar ein Wasgau-Markt in Offenbach/Queich eröffnet wurde, sollen unter anderem im September ein Markt in Neustadt-Geinsheim und im September ein Markt in Deidesheim folgen. Die solide Finanzlage und das positive Ergebnis im Wasgau-Konzern sind die Grundlage für den gemeinsamen Vorschlag von Aufsichtsrat und Vorstand an die Hauptversammlung, den Aktionären für das Geschäftsjahr 2010 eine Dividende von 0,17 (0,17 in 2009) je Aktie auszuschütten. (pt)

@ [www.wasgau-ag.de](http://www.wasgau-ag.de)

## Kartons nach Kundenwunsch

H.-J. Dres GmbH

**Die Koinzidenz darf als äußerst erfreulich gelten – und dass sie mitten in der Wirtschaftskrise erfolgt, als umso erfreulicher: „Das letzte Jahr war das beste der Firmengeschichte“, sagt Jürgen Dres, Geschäftsführer der H.-J. Dres GmbH in Speyer, Hersteller und Vertreter von Faltschachteln aus Vollpappe. Und auch ohne Rekordumsatz wäre das Jahr 2010 kein ganz normales für den Betrieb mit 19 Mitarbeitern gewesen: Der Speyerer Familienbetrieb, inzwischen in dritter Generation inhabergeführt, feierte sein 60-jähriges Jubiläum.**

**Drucken – Stanzen – Kleben** lautet der Dreisatz in der Branche, in der die Dres GmbH seit sechs Jahrzehnten aktiv ist – mit Kartons, die nach Kundenwünschen konfektioniert werden. „Jede Verpackung ist eine Sonderanfertigung“, sagt Dres. Stückzahlen zwischen 250 und 500.000 produziert und verkauft das Unternehmen an Kunden aus breit gestreuten Branchen.



Ganz nach Kundenwunsch werden bei Dres hochwertige Faltschachteln vom Team gestaltet.

**Diese Bandbreite hat sich** im Krisenjahr als Vorteil erwiesen: An die Verbandstoffindustrie, den Beauty- und Wellnessbereich oder Hersteller von Freizeitartikeln liefert Dres seine Kartons – und an Produzenten aus dem Automotive-Sektor, dessen Schwächeln im Krisenjahr Dres durch andere Auftraggeber ausgleichen konnte. Im Effekt konnten die Speyerer 2010 trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen eine Großinvestition stemmen: Eine neue Stanzmaschine hat die Dres GmbH im vergangenen Jahr angeschafft, sieht sich damit produktionstechnisch auf der Höhe der Zeit, „schneller, präziser, wirtschaftlicher“, sagt Dres. Gesamtinvestitionskosten: 800.000 Euro.

**Grundsätzlich sind die Speyerer** in der Lage, den gesamten Produktionsprozess vom Bedrucken der Kartonage über das Ausstanzen der Vorlage bis hin zum Kleben der Schachtel im eigenen Haus abzubilden. Sollten Sonderwünsche des Kunden zusätzliches Know-how erfordern, kann Dres auf ein lokales Kompetenz-Netzwerk zurückgreifen: „Wir haben genügend Druckereien im Viertel“, illustriert Petra Dres, Mit-Geschäftsführerin und Gattin.

**Auch wenn die globale Wirtschaftskrise** den Faltschachtel-Produzenten kaum erfasst hat: Mit anderen Effekten der Globalisierung sieht sich Dres durchaus konfrontiert: „In den letzten Jahren ist die Preisspirale beim Karton stetig nach oben gegangen“, sagt er, es werde viel Rohmaterial nach Fernost exportiert, „das dann hier fehlt“. Die Produktionsverlagerung sei in seiner Branche, der vergleichsweise geringen Stückkosten wegen, allerdings kein

Thema: „Die Faltschachtel ist nach wie vor ein regionales Produkt“, sagt Dres.

**Aufgrund der Großinvestition** in die neue Maschine und den damit einhergehenden Umbauten haben die Speyerer ihr 60-jähriges im letzten Jahr nicht gefeiert, wollen die Jubiläums-Fete in

diesem Juni mit einem Tag der offenen Tür nachholen. Und dabei ein Werkstück präsentieren, das gleichsam Leistungsnachweis und Regionalismus miteinander verbindet: „Die Idee ist, das wir an diesem Tag das Speyerer Altpörtl präsentieren“, sagt Petra Dres – als Bausatz aus Karton, vorgestanzt, bedruckt und ohne Kleber zusammenzufügen. (dlk)

**i** H.-J. Dres GmbH  
Geschäftsführer: Petra & Jürgen Dres  
Umsatz 2010: 2,7 Mio. Euro  
Gepl. Umsatz 2011: 2,5 Mio. Euro  
Beschäftigte: 19  
[www.dres-faltschachteln.de](http://www.dres-faltschachteln.de)

## ALPHA Business Solutions AG

Ein weiteres erfolgreiches Geschäftsjahr hat die ALPHA Business Solutions AG aus Kaiserslautern 2010 in der 16-jährigen Firmengeschichte vorgelegt. Sowohl beim Umsatz als auch beim operativen Ergebnis verbuchte der Spezialist für Geschäftsprozessoptimierung und Einführung von ERP-Software aus Kaiserslautern jeweils zweistellige Zuwächse. So erhöhte sich der Umsatz im Jahr 2010 gegenüber 2009 um 10,1 Prozent auf 17,6 Millionen Euro. Das Ergebnis vor Steuern (EBIT) konnte das Unternehmen auf 2,2 Millionen Euro steigern.

@ [www.abs-ag.de](http://www.abs-ag.de)

## 70. Geburtstag



Am 20. April ist Dr. Andreas Herting, von 1987 bis 2004 Hauptgeschäftsführer der IHK Pfalz, 70 Jahre alt geworden. Herting hat wesentliche Impulse für die ortsnahe Weiterbildung gesetzt

und sich intensiv für die Regionen- und grenzüberschreitende Zusammenarbeit eingesetzt, z. B. als Gründungsmitglied der Initiative Rhein-Neckar-Dreieck. Von 1996-1999 hat Herting als Vorsitzender des Verbandes der Geschäftsführer Deutscher IHKs viele zukunftsweisende Projekte wie die Einführung von Benchmarks, eines Qualitätsmanagementsystems und eines Marketingkonzeptes in der IHK-Organisation vorangetrieben. Dr. Andreas Herting engagiert sich auch weiterhin ehrenamtlich in der Gesellschaftspolitik, zum Beispiel in der Evangelischen Akademie der Pfalz.

## 60. Geburtstag



Hans Mayer, ehemaliger Geschäftsführer der Gumasol-Werke Dr. Mayer GmbH & Co. KG in Gemersheim, hat am 19. April seinen 60. Geburtstag gefeiert. Der Unternehmer war von 1987

bis 2009 Mitglied der IHK-Vollversammlung und von 1992 bis 2009 ein engagierter Vizepräsident der IHK Pfalz.

## Müllheizkraftwerk Ludwigshafen arbeitet wieder

GML Abfallwirtschaftsgesellschaft mbH

**Letzten Oktober fügte ein Großbrand im Müllbunker der GML Abfallwirtschaftsgesellschaft in Ludwigshafen großen Schaden zu: Seitdem wurde der Müll von rund 800.000 Personen aus der Vorderpfalz und Rheinhessen in umliegenden Verbrennungsanlagen entsorgt, die Entsorgungssicherheit war aber zu keinem Zeitpunkt gefährdet. Nach umfangreichen Reparaturarbeiten ist die Müllverbrennungsanlage Mitte April teilweise wieder in Betrieb gegangen.**



*Freut sich nach sechs Monaten harter Arbeit mit seinem Team über die Teilinbetriebnahme der Müllverbrennungsanlage in Ludwigshafen: GML-Geschäftsführer Dr. Thomas Grommes.*

„Das ist für unsere Mannschaft wichtig, denn wir haben die letzten sechs Monate extrem hart daran gearbeitet“, betont GML-Geschäftsführer Dr. Thomas Grommes. Viel Zeit und Energie habe das Team aus GML und Technische Werke Ludwigshafen (TWL) in die Reparatur gesteckt, „viele haben weit mehr als ihr Bestes gegeben“. Nun sind ein Teil des alten Müllbunkers, in dem der Müll angeliefert und gemischt wird, sowie zwei von drei Kesseln wieder in Betrieb – täglich werden rund 700 Tonnen Haus-, Gewerbe- und Sperrmüll verbrannt.

Die Ursache für den seltenen, aber schweren Brand, der den nah an der Bahnlinie befindlichen Neubunker mit seinen 30 Zentimeter dicken Wänden aus Stahlbeton nahezu total beschädigt hat, ist laut Grommes weiter unklar. Ebenso die Höhe des Schadens, da der restliche Bunkerteil noch saniert werden müsse. „Trotzdem bin ich mit dem Verlauf der Arbeiten sehr zufrieden“, so Grommes.

## Lusanum eröffnet

Gesundheitszentrum – Ludwigshafen GmbH & Co.KG

**Es fällt von seiner Architektur und Größe her im südlichen Stadtbild von Ludwigshafen auf und möchte für die Metropolregion Rhein-Neckar einen Meilenstein in der medizinischen Versorgung setzen: Das Lusanum Gesundheitszentrum in der Yorkstraße. Insgesamt 28 Fachärzte und Therapeuten sind auf vier Etagen untergebracht.**


Denn während große medizinische Versorgungseinrichtungen meist außerhalb der Innenstädte auf der grünen Wiese entstehen oder an Kliniken angeschlossen werden, wurde hier ein Konzept verwirklicht, das den Patienten vor Ort berücksichtigt. Ohne Park-

mes. Seit 1. Juli letzten Jahres ist er GML-Geschäftsführer, drei Monate später brach „der schwerste Brand aus, den es in Deutschland in einem der 65 Müllheizkraftwerke wohl jemals gegeben hat“. Gottlob sei niemand verletzt worden und man sei entsprechend versichert gewesen.

250.000 Euro habe man in einen neuen Müllkran investiert, der die Abfälle im Bunker mischt und stapelt, damit für jeden Kessel eine homogene Mischung und ein gleich hoher Brennwert erzielt wird. Die entstehenden Rauchgase werden über einen Wasserdampf-Kreislauf von etwa 950 Grad auf rund 230 Grad Celsius abgekühlt – den entstehenden Hochdruckdampf von 400 Grad und 40 bar Überdruck nutzen die Technischen Werke Ludwigshafen (TWL) nebenan, um Strom und Fernwärme zu erzeugen. „Umweltfreundlicher geht es kaum“, sagt Grommes.

„Etwa 15 Prozent des Stroms und 54 Prozent der Fernwärme in Ludwigshafen stammten 2009 aus dem Müllheizkraftwerk und dem Kreislauf mit TWL. Würde dies wegfallen, müssten stattdessen 62.000 Tonnen Steinkohle verbrannt werden“, gibt der 49-Jährige zu bedenken. Zudem wurden dank der Müllverbrennung 54.000 Tonnen an Kohlendioxid gespart – denn die Hälfte des Hausmülls ist biogen (z. B. Lebensmittel oder andere Naturstoffe) und verursache kein zusätzliches Kohlendioxid. „Wir erfüllen alle Umweltauflagen und sind durch die Verbrennung von etwa 200.000 Tonnen Abfall jährlich äußerst wichtig für den Klimaschutz in der Region“, betont Grommes.

14 Mitarbeiter arbeiten bei GWL, 2010 wurden bis Oktober etwa 150.000 Tonnen Müll verbrannt – ohne den Vorfall wäre das Jahresziel von etwa 200.000 Tonnen erreicht worden. Die Bioabfälle aus dem Biokompostwerk in Grünstadt betragen rund 30.000 Tonnen. „Den Umsatz für 2010 können wir noch nicht nennen“, erklärt Grommes, 2009 lag er bei 26,7 Mio. Euro. Im Herbst ist die Inbetriebnahme des restlichen alten Bunkers und des zweiten Müllkrans geplant. „Wir sind froh, schon jetzt wieder unserer Rolle als Entsorgungsdienstleister für die Region gerecht zu werden“, freut sich Grommes. (MoL)

 [www.gml-ludwigshafen.de](mailto:www.gml-ludwigshafen.de)

[www.pfalz.ihk24.de](http://www.pfalz.ihk24.de)

Wirtschaftsmagazin online

Das Wirtschaftsmagazin Pfalz steht Ihnen auch online auf unserer Homepage zum Download zur Verfügung.

 IHK24.de

Dokument-Nr.: 26182

platzprobleme und optimal an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen, haben sich im Lusanum Ärzte verschiedenster Fachrichtungen niedergelassen: in Einzel- und Gemeinschaftspraxen, als Therapeuten, Gewerbetreibende und Beratungsstellen. Sie sind voneinander unabhängig, doch wenn es erforderlich ist, sind sie in einem funktionierenden Netzwerk miteinander verbunden. Hinzu kommen Dienstleister wie ein Friseur, Dentallabor, Apotheke, ambulante Rehabilitation oder Ökumenische Sozialstation.



Dr. med. Heinz Rauch, Geschäftsführer des Lusanum, und Jutta Metko, Leitende Ärztin, freuen sich, dass die Pläne für das Gesundheitszentrum pünktlich in die Praxis umgesetzt wurden.

Das Besondere: Die Patienten suchen im himbeerroten Gebäude des Lusanums weiterhin den Arzt ihres Vertrauens in seiner Einzelpraxis auf und profitieren im Bedarfsfall von effektiveren Behandlungen, schnelleren Diagnosen und fachübergreifenden Vorsorgeprogrammen. Denn vernetzte EDV-Strukturen, koordinierte Terminplanungen, ein Zentrallabor und allgemein verbindliche Qualitätsleitlinien sorgen im Lusanum für eine optimale Koordination der einzelnen Partner.

„Wir sind stolz, nun endlich nach fünf Jahren Planungs- und Bauzeit mit den Ludwigshafenern und der gesamten Metropolregion die Eröffnung des Lusanum zu feiern“, freut sich auch Dr. Heinz Rauch, Internist und Geschäftsführer der Lusanum Management GmbH. Der Bau hat rund 17,3 Millionen Euro gekostet. „Jeder ist willkommen, und wir sind uns sicher, dass dieses ganz besondere Gesundheitsangebot in der gesamten Metropolregion auf lebhaftes Interesse stößt.“ Was hier entstanden ist, sei einmalig, findet Rauch. Von Patienten gebe es bisher tolle Rückmeldungen. „Die barrierefreie Bauweise kommt gut an. Und die kurzen Wege zwischen den Ärzten.“ Auch die Mediziner seien zufrieden: „Sie konnten ihre Praxen nach ihren Bedürfnissen planen. Das Lusanum-Konzept sei eine tolle Sache: „Die Vernetzung. Die gebündelte Qualität. Das hebt uns ab“, sagt Rauch. (red)

 [www.lusanum.de](http://www.lusanum.de)

## Start für duales Ausbildungskonzept

Softengine GmbH

**Bei der Hauensteiner Softengine GmbH läuft es gut: Schon 2010 verzeichnete der Hersteller von kaufmännischer Software für Mittelständler eine Umsatzsteigerung, und nach der Computermesse Cebit Anfang März gehen die Spezialisten auch für 2011 von einem Wachstum aus.**

Um rund zehn Prozent hat das 1993 gegründete Unternehmen seinen Umsatz 2010 gegenüber 2009 auf knapp zwölf Millionen Euro gesteigert. „Wir sind breit aufgestellt“, so die beiden Geschäftsführer Matthias Neumer und Dirk Winter. Während größere Kunden ihre Investitionen eher vertagten, hätten viele kleinere Unternehmen die Krise genutzt für Neuerungen. Kunden von Softengine sind mittelständische Unternehmen quer durch die Branchen – „vom Unternehmen mit einem PC-Arbeitsplatz bis zum Arbeitgeber mit 250 Plätzen“. Mittlerweile aber gäben auch die Größeren ihre Zurückhaltung auf: „Das Interesse an Investitionen ist allgemein gestiegen.“

Diesen Eindruck habe man auch von der Computermesse Cebit mitgenommen, berichtet Marketingleiterin Corinna Müller. „Es war für uns die beste seit Jahren, mit vielen qualifizierten Anfragen und tatsächlicher Investitionsbereitschaft.“ Wenn sich dies so fortsetze, sei daher auch für 2011 mit einem Wachstum zu rechnen.

Zufrieden seien auch ihre anwesenden 35 Partner gewesen, so Müller. Insgesamt arbeitet Softengine mit rund 280 Vertriebspartnern in Deutschland und Österreich zusammen. In Wien unterhält Softengine auch eine eigene Niederlassung. Neben dem Verwaltungssitz Hauenstein gibt es zudem Standorte in Chemnitz und Annweiler; im Pfälzer Nachbarort ist vor allem der technische Support der Firma angesiedelt. Insgesamt beschäftigt Softengine 82 Menschen, von denen etwa 35 ständig in Hauenstein tätig sind.

Im Oktober startet das Software-Haus Softengine GmbH ein neues duales Ausbildungskonzept, das mit der IHK Pfalz und der privaten Fernhochschule Akad entwickelt wurde. Neben der Ausbildung zum ERP-Spezialisten, also zum Spezialisten für Büro-Software, enthält es ein Bachelor-Studium in Betriebswirtschaft oder Wirtschaftsinformatik. „Das ist unser Weg, den Fachkräftemangel zu beseitigen“, betont Matthias Neumer.



Die beiden Geschäftsführer Matthias Neumer und Dirk Winter zogen für 2010 eine positive Bilanz.

Schon seit zwei Jahren bilde Softengine zusammen mit dem IHK-Dienstleistungszentrum in Pirmasens junge Leute in einem zehnmonatigen Lehrgang zum ERP-Spezialisten aus (derzeit fünf Azubis). Für den neuen Lehrgang ab Oktober suche man nun Interessierte, die das Ganze breiter angehen wollten. Für diese schließe sich an die zehnmonatige ERP-Ausbildung ein dreijähriges Bachelor-Studium an der Fernhochschule Akad an, berufsbegleitend und vergütet. Entweder in Wirtschaftsinformatik oder in BWL, vor allem für den Vertrieb. Ansprechen wollten sie damit junge Menschen aus der Region, betont die Marketingleiterin. Daneben bildet Softengine weiter in „klassischen“ Berufen aus (elf Azubis). (pt)

 [www.softengine.de](mailto:www.softengine.de)

## Vom Wirtschaftswachstum 2010 profitiert

HypoVereinsbank Ludwigshafen

**Die HypoVereinsbank Ludwigshafen hat vom wirtschaftlichen Aufschwung in der Region profitiert und konnte ihre Marktanteile im Jahr 2010 zum Teil deutlich ausbauen. Von dieser Basis aus will die Bank auch im laufenden Jahr wachsen. Vor allem im Kreditgeschäft will die HypoVereinsbank neue Kunden aus der Region gewinnen.**

Zufrieden ist die HypoVereinsbank Ludwigshafen mit der Entwicklung ihres Privatkundengeschäftes. Zum Jahresende 2010 betreuten die unverändert knapp 120 Mitarbeiter – davon 13 im Bereich

Private Banking, also der Betreuung der vermögenden Privatkunden – in den nach wie vor 18 Filialen über 60.000 Privatkunden, davon rund 500 Familienverbände im Private Banking. Für ihre privaten Kunden verwaltete die Bank per 31. Dezember 2010 ein Geschäftsvolumen von insgesamt über 2,3 Milliarden Euro, davon allein knapp 700 Millionen Euro im Private Banking.

Axel Liedy, Leiter Vermögenskunden der HypoVereinsbank Ludwigshafen: „Wir konnten unsere Kundenzahl stabil halten und das Geschäftsvolumen im Jahresvergleich sogar leicht steigern.“

Das Anlagevolumen legte um acht Prozent auf rund 1,2 Milliarden Euro zu – davon 630 Millionen Euro aus dem Private Banking, während sich das Kreditvolumen auf 685 Millionen Euro erhöhte.“

**Die starken Schwankungen des Euro** haben einen Nachfrageboom nach Sachwerten, insbesondere Baufinanzierungen, ausgelöst. „Wir konnten allein in Ludwigshafen ein Neugeschäft im Immobilienbereich in Höhe von 55 Millionen Euro verzeichnen. Sicher trugen auch die niedrigen Finanzierungszinsen ihren Teil bei“, so Liedy. Für 2011 rechnet die HypoVereinsbank Ludwigshafen damit, dass die rege Nachfrage der Kunden im Sachwertebereich anhalten wird.

**Erfolgreich** war die HypoVereinsbank Ludwigshafen 2010 auch im Geschäft mit ihren Unternehmenskunden. Zum 31. Dezember 2010 betreute die Bank in der Region Rhein/Neckar insgesamt 4.600 Unternehmenskunden, davon 670 mit einem Jahresumsatz von mehr als 50 Millionen Euro. Christian Schulze, Niederlassungsleiter Kleine und Mittlere Unternehmen: „Damit konnten wir unseren Kundenstamm gegenüber dem Vorjahr um drei Prozent ausbauen. Gleichzeitig konnten wir unser in der Niederlassung insgesamt ausgereichtes Kreditvolumen auf dem hohen Vorjahresniveau von 800 Millionen Euro halten. Davon haben größere Unternehmen allein 495 Millionen Euro in Anspruch genommen.“

**Erfreulich war die Entwicklung** bei der Vergabe von öffentlich geförderten Sonderkreditmitteln. Hier verzeichnete die HypoVereinsbank Ludwigshafen 2010 ein Plus von rund 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Konstant geblieben ist mit 20 die Zahl der Mitarbeiter.

**Für 2011** ist die HypoVereinsbank Ludwigshafen optimistisch gestimmt. Jürgen Ofer, Leiter Großunternehmen Rhein-Neckar: „Der Aufschwung hat sich ins neue Jahr getragen und den Unternehmen einen sehr guten Start beschert. Allerdings warne ich vor zu viel Euphorie. Die Eurokrise ist noch nicht überstanden, und die Rohstoffpreise haben sich in eine besorgniserregende Höhe entwickelt.“ Das aktuelle Jahr steht für die HypoVereinsbank Ludwigshafen jedenfalls im Zeichen von Wachstum – bei der Kundenzahl und im Kreditvolumen. (red)



[www.hypovereinsbank.de](http://www.hypovereinsbank.de)

[www.pfalz.ihk24.de](http://www.pfalz.ihk24.de)

## Die AutorInnen im Wirtschaftsmagazin Pfalz

uc = Ulla Cramer

FuH = Sabine Fuchs-Hilbrich

dlk = Daniel Krauser

MoL = Monika Lorenz

yon = Volker Reinle-Carayon

tz = Fred G. Schütz

pt = Peter Thiessen

Fotos sind, soweit nicht anders angegeben, Firmenfotos.

IHK24.de

Dokument-Nr.: 26517

## Im Reich der Flaschen und Flaschenverschlüsse

Wittmer GmbH & Co. KG

**Ein stolzes Jubiläum kann die Flaschengroßhandlung Wittmer in Kirrweiler feiern: 1961, vor 50 Jahren, gründeten Rudolf und Inge Wittmer das Unternehmen in Neustadt-Diedesfeld. Heute spielt Wittmer in seiner Branche in der ersten Liga.**



Die Wittmer-Geschäftsführer Peter Mohr (r.) und Sascha Włodarczyk beliefern Kunden weltweit mit Wein- und Sektflaschen.

Im April und Mai klingelt das Telefon im Büro von Peter Mohr, einem der Geschäftsführer der Flaschengroßhandlung Wittmer, ohne Pause. „In diesen Wochen brummt unser Geschäft“, weiß er aus Erfahrung. Mehrmals am Tag werden die sieben Lkw des unternehmenseigenen Fuhrparks neu beladen und bringen Flaschen unterschiedlichster Größen, Farben und Formen zu Winzern, Weinkellereien und Genossenschaften. Bis zu zehn Millionen Flaschen finden Platz im Lager der Großhandlung, das 11.000 Quadratmeter umfasst. Rund 300 verschiedene Flaschenmodelle werden angeboten – allen voran „Klassiker“ wie Schlegel- oder Bordeauxformen, aber auch „Exoten“ wie die im letzten Jahr eingeführten quadratischen Glasballons, die sich wunderbar stapeln lassen. Mohr führt das Unternehmen gemeinsam mit Sascha Włodarczyk. Das Ehepaar Wittmer verstarb vor einigen Jahren.

Rund 10.000 Kunden sind in der Kartei des Unternehmens verzeichnet, 4.000 allein in Rheinland-Pfalz. Rund 80 Prozent seines Umsatzes macht das Unternehmen, das etwa 30 Mitarbeiter zählt, in der Region. Aber auch im Ausland, in Frankreich, Spanien, Portugal und den USA sind Wittmer-Flaschen begehrt, vor allem wenn es um Sonderanfertigungen geht. „Kürzlich haben wir beispielsweise eine Sektflasche an die Boston Beer Company geliefert, die statt mit Reben- mit Gerstensaft gefüllt wird“, erinnert sich Sascha Włodarczyk mit einem Lächeln. Flaschen für Spirituosen, Essig und Öl gehören ebenfalls zur Angebotspalette. Sonderwünsche wie bedruckte Flaschen, Flaschen mit Prägungen oder einem mattierten Glas werden gerne erfüllt. Beliefert wird Witt-

mer von führenden Glasherstellern, vor allem aus dem Nachbarland Frankreich.

**Fünf bis zehn Prozent des Umsatzes** macht bei Wittmer das Geschäft mit Flaschen-Verschlüssen aus – ein Bereich, der immer wieder die Chance für Innovationen bietet. Auch, wenn hier oft lange Überzeugungsarbeit nötig ist. „Der Stelvin, der lange Drehverschluss, hat mehrere Jahre gebraucht, bis er sich durchgesetzt hat“, weiß Mohr. Inzwischen erzielen die Schraubverschlüsse die Hälfte des Umsatzes in dieser Sparte. Sie werden auch von Prädikatsweingütern genutzt, für die Wittmer spezielle Flaschen mit aufwändigen Gravuren herstellen lässt. Zunehmend nachgefragt werden auch Verschlüsse mit Prägungen.

**Ganz neu im Angebot:** der Zork – ein wieder verschließbarer Verschluss für Sekt, eine australische Erfindung, die Wittmer exklusiv in Europa vertreibt. Mohr ist optimistisch, dass „Zork“ gute Chancen hat, sich am Markt zu etablieren. „Eine große englische Handelsgruppe testet unser Produkt bereits bei einigen Abfüllern in Spanien“, berichtet er von ersten Erfolgen. Auch in regionalen Sektellereien werde mit dieser Innovation aus Down Under experimentiert. (uc)



[www.flaschenwittmer.de](http://www.flaschenwittmer.de)

## Vertrauen stärkt Marktposition

Deutsche Bank Ludwigshafen

**Die Deutsche Bank in Ludwigshafen verzeichnet 2010 erneut ein gutes Geschäftsjahr und baut ihre starke Marktposition weiter aus. Im Auf und Ab der Märkte suchten die Kunden bei Fragen zu ihren persönlichen und geschäftlichen Finanzen verstärkt nach fundierter Beratung und konkreten, nachvollziehbaren Handlungsempfehlungen.**

**Durch Transparenz und Qualität** in der Beratung habe die Deutsche Bank in Ludwigshafen eine hohe Kundenzufriedenheit bei Privat- und Geschäftskunden, mittelständischen Unternehmen und vermögenden Anlegern erzielt und das Vertrauen weiter gestärkt. „Transparente Informationsvermittlung bestimmt heute die Beratung“, sagt Andreas Schmidt, Mitglied der Geschäftsleitung der Deutschen Bank und verantwortlich für Privat- und Geschäftskunden in der Marktregion Ludwigshafen. „Wir informieren detailliert über die Chancen, Risiken und Kosten von Finanzprodukten und prüfen permanent, welchen Nutzen unsere Kunden von einem Angebot haben. Dies wird in Ludwigshafen positiv aufgenommen und stärkt das Vertrauen in die Deutsche Bank.“

**In der Marktregion Ludwigshafen** konnte die Deutsche Bank die Zahl ihrer Kunden auf dem hohen Niveau der vorangegangenen Jahre halten und betreut per Ende 2010 rund 86.000 Privat- und Geschäftskunden. Im Stadtgebiet Ludwigshafen sind es rund 28.000 Kunden. Das Geschäftsvolumen wuchs gegenüber dem Vorjahr um 80 Mio. Euro bzw. rund vier Prozent auf 2,3 Mrd. Euro. In Ludwigshafen beträgt das Geschäftsvolumen rund 866 Mio. Euro. Immobilien sind weiterhin gefragt: Das Baufinanzierungsvolumen in der Marktregion belief sich auf rund 382 Mio. Euro,

davon 151 Mio. Euro in Ludwigshafen. Die Deutsche Bank hat auch während der Krise ihre Kreditlinien für den deutschen Mittelstand aufrechterhalten. „Wir halten bundesweit offene Kreditlinien für unsere mittelständischen Kunden vor, die Ende vergangenen Jahres mehr als 17 Mrd. Euro betrogen. Diese Mittel können von den mittelständischen Kunden für ihr Inland- und Auslandsgeschäft genutzt werden. Der Mittelstand ist wieder auf Wachstumskurs“, so Andreas Schmidt.

Die Deutsche Bank beschäftigt in der Marktregion 118 Mitarbeiter im Privatkundengeschäft, im Stadtgebiet sind es 37 Mitarbei-

ter. Mit der Initiative „Finanzielle Allgemeinbildung“ will die Deutsche Bank Wirtschafts- und Finanzkompetenz in die Schulen tragen. Dabei werden Kindern und Jugendlichen schon frühzeitig grundlegende Kenntnisse zu Finanzthemen vermittelt. In Deutschland engagieren sich über 1.300 Mitarbeiter an mehr als 500 Standorten als ehrenamtliche Referenten und bieten Unterrichtseinheiten rund um das Thema Finanzen und Wirtschaft an. (red)

 [www.deutsche-bank.de](mailto:www.deutsche-bank.de)

## 100 Jahre Energie

### Wagner GmbH

**In Grünstadt scheint die Energiewende schon auf dem besten Wege: „Wir haben verschiedene Zeitalter unter anderem des Brennstoffvertriebs mitgemacht“, sagt Hansjörg Wagner, einer der drei Geschäftsführer der Wagner GmbH – und häufig war der Familienbetrieb dabei Vorreiter des Wandels: Vor 100 Jahren als Kohle- und Holzhandel gegründet, hat das Unternehmen laut Wagner während der „Blüte des Ölzeitalters“ in den 50er und 60er Jahren den Heizölhandel ins Portfolio genommen – und sich schon früh nach Alternativen zu fossilen Brennstoffen umgesehen.**

**Seit Anfang der 2000er Jahre** vertreibt die Wagner GmbH auch Hackschnitzel, Holzpellets und -briketts, darf als regionaler Pionier im Handel mit dem nachwachsenden Rohstoff gelten. Ein breites Leistungsspektrum rund um Brennstoffe, Recycling und Containerdienst bieten die Grünstadter heute, betreiben Kompostanlagen in Frankenthal und Hockenheim und vermieten mobile Umwelttechnik wie mobile Schredder- und Holzhackanlagen.

**Es sind im Grunde** die Begriffe „Vielseitigkeit“ und „sinnvolle Abrundung“, die das Geschäftsfeld der Wagner GmbH umreißen. Beispiel Biomasse: „Beim Thema Wertstoff waren wir früh recht sensibel“, sagt Wagner – und man bleibt es wohl auch. Wird in den Kompostanlagen der Firma schon seit Anfang der 1990er-Jahre der Rohstoff produziert, der sich als Bestandteil der gebräuchlichen Blumenerden findet, so prüfen die Grünstadter inzwischen „zunehmend, welche Biomasse sich für thermische Nutzung“, also das Verheizen eignet, so Wagner. Und sie bereiten den Bio-Brennstoff selbst auf. Um beim Aufarbeiten von Grünabfällen für Unternehmen und Kommunen mit eigenem Maschinenpark schon zu Beginn der Wertschöpfungskette anzusetzen.

**Drei Pellet-Tankwagen** liefern den Brennstoff Holz im Umkreis von rund 100 Kilometern überwiegend an Privatkunden aus. Insgesamt verfügt die Wagner GmbH über einen Fuhrpark von 14 Fahrzeugen und betreibt damit unter anderem auch Winterdienst für die Straßenmeisterei. Das Heizöl ist dabei keineswegs aus dem Angebot der Wagner GmbH verschwunden: Einige Tausend Kunden im direkten Umkreis des Firmensitzes versorgen die Grünstadter weiterhin.

**Wer sich als Mittelständler** mit Brennstoff und Abfallverwertung so breit aufstellt, muss auch wissen, welche Bereiche er nicht abdecken kann: „Wir machen keine Sondermüllentsorgung“, sagt



Bunter Mix: Wagner liefert, was nachgefragt wird.

Wagner, der zusammen mit seinem Bruder und Mit-Geschäftsführer Alexander regelmäßig Fortbildungen zu den Kerngeschäftsfeldern besucht. Klarer Vorteil für die Grünstadter, deren Tätigkeitsbereiche teilweise recht komplexen Regularien unterliegen: „Personal, das seit langen Jahren dabei ist“, so Wagner.

**Wer voraus segeln will**, muss gelegentlich auch Ballast über Bord werfen – auch den, der schon seit der Gründung der Firma mitgeführt wurde: „Klassische Kohle haben wir mangels Nachfrage aus dem Sortiment genommen“, sagt Wagner, und fügt, denkbar unsentimental, hinzu: „Wenn sich was überholt hat, muss man es lassen.“ (dlk)

 Wagner GmbH, Brennstoffe-Containerdienst-Recycling  
Geschäftsführer: Alexander Wagner, Hansjörg Wagner, Hans Wagner  
Umsatz 2010: rund 5,2 Millionen Euro  
Investitionen 2010: rund 300.000 Euro in Umwelttechnik und Fuhrpark  
Erwarteter Umsatz 2011: rund 5 Millionen Euro  
Zahl der Beschäftigten: rund 20  
Zahl der Auszubildenden:  
eine im BASF Ausbildungs-Verbund  
[www.wagner-gruenstadt.de](http://www.wagner-gruenstadt.de)