

netzwerk südbaden

Menschen | Märkte | Meinungen

Generationen

Vom Senior zum Junior – was bleibt in der Familie?



Mobilität:
Das Projekt
Frei.Mobil

Mehrbett:
Hotelflut
für Freiburg

Multikultur:
Das Theater
Pan.Optikum

Liebe Leserinnen,
liebe Leser!



Die Nachfolge in Familienunternehmen ist ja wirklich kein neues Problem, in moderner Zeit ist es seit der Industrialisierung im 19. Jahrhundert wohl bekannt und zieht sich bis zu den beiden zerstörenden Weltkriegen im letzten Jahrhundert eigentlich ungebrochen hin. Die völlige Vernichtung der Infrastruktur im 2. Weltkrieg erforderte dann einen Neuaufbau, der von tatkräftigen

und visionären Unternehmern in die Hand genommen wurde. Dann kommt es etwa um die 60er Jahre zum ersten Generationenwechsel in der Führung der Familienunternehmen, der wohl wegen der vollen Aufbruchsstimmung noch etwas weniger bedrängend war; anders war es dann beim Übergang zur 3. Generation in den späten 80er und frühen 90er Jahren: Für die Senioren wurde es schwerer, sich von den eigenen großen Errungenschaften zu trennen und die junge Generation hatte in diesen Jahren schon sehr viel mehr Selbstbewusstsein gewonnen und wollte deshalb entweder in das Familienunternehmen gar nicht erst einsteigen oder aber, bei einem Einstieg, alles besser oder anders machen. Diese vielschichtige Problematik wurde auch von der Wissenschaft erkannt, es gab eine Fülle von Veröffentlichungen dazu, am aufschlussreichsten wohl das 1990 in Freiburg erschienene Buch von Ekkehard Kappler und Stephan Laske, „Blickwechsel“. In unseren Jahren nun steht der Wechsel zur 4. Generation nach dem Kriege an, und dadurch verdichtet sich die Nachfolgefrage zyklisch. Sie ist zwar immer gegenwärtig, weil es auch viele Familienbetriebe mit einer noch längeren Geschichte gibt (vgl. den Beitrag von Prof. Brun-Hagen Hennerkes in diesem Heft), aber gegenwärtig zeigt sie sich verstärkt.

Damit ist zweifellos eine schwierige Problematik bedrängend gegenwärtig, und nicht ohne Grund hatte das wichtige Buch von Kappler und Laske den aufschlussreichen Untertitel „Zur Dramatik und Dramaturgie von Nachfolgeprozessen im Familienbetrieb.“ Welche Fehler mit welchen fatalen Folgen gemacht werden können, stellt das anonymisierte Beispiel dar, das unser Gastautor Jürgen Weber in diesem Heft schildert. Es scheint jedoch so, dass man gegenwärtig auf die wirklich schwierige Problematik dieser Nachfolgeregelungen besser vorbereitet ist als damals: viele Institutionen, Firmen und auch Kanzleien haben sich in diesen Fragen spezialisiert und bieten willkommene Hilfe an, die nicht zuletzt zum Gelingen der Nachfolge beitragen. Auch dazu stellen wir einige Beispiele in unserem Heft vor: hier wurden wichtige Regeln eingehalten und die langjährigen Erfahrungen genutzt.

Gerade weil die Familienbetriebe in unserem Südbaden den zentralen Wirtschaftsteil darstellen, wünsche ich Ihnen eine nachdenkliche Lektüre.

Herzlichst
netzwerk südbaden – der Herausgeber
Daniel Schnitzler

Anzeige

Wir sind seit über 20 Jahren Spezialisten für steuerbegünstigte Denkmalimmobilien an den Standorten Freiburg, Berlin und Leipzig, vermitteln hochwertige Neubau- und Bestandsimmobilien in bester Lage und bieten zudem einen umfassenden Vermietungsservice für Kapitalanleger.

Oliver Schaffer

FGV

FREIBURGER GESELLSCHAFT FÜR
VERMÖGENSFRAGEN MBH

Ein Unternehmen der Gisinger Gruppe



Oliver Schaffer, Geschäftsführung Gisinger Immobilien GmbH;
Geschäftsführung FGV Freiburger Gesellschaft für Vermögensfragen mbH

Heinrich-von-Stephan-Str. 8a | 79100 Freiburg | 0761.7058-500 | www.fgv-freiburg.de

ABO – Jetzt!
 Telefon 0761 4500-2018
info@netzwerk-suedbaden.de

Inhaltsverzeichnis

Hausmitteilung	4	Allzeitrekord im Schwarzwald	47
TITEL		900 Jahre, neun Millionen, neun Fragen	49
Es bleibt in der Familie	6	Gut geplante Unternehmensnachfolge	52
Fallbeispiel: Ketterer & Liebherr	7	Veranstaltung: Business Talk	54
Die Chemie muss stimmen	8	Marathon: Veranstalter steigt aus	56
Familien innovativ und beharrlich	12	Autogespräch: Der Diesel ist nicht tot	58
Hummel AG zeigt wie es geht	14	Kreativpreis: DRWA ausgezeichnet	62
Verantwortung übergeben	16	Informationsplattform Frei.Mobil	64
Das Durchschnittsalter steigt	17	Kommentar: Digitale Holzwege	65
Keller Blechtechnik – Neue Ideen	18	Firmenübergabe aktiv angehen	66
Gastbeitrag: Unternehmensnachfolge	20	Kampf der Hotelriesen	70
Damals Pioniere, heute voll im Trend	21	Zeitgemäßes Italien in Freiburg	71
Traditionsunternehmen feiert Jubiläum	24	Mehr Polizei und mehr Stadtsheriffs	72
		Büroplaner: Ziele verwirklichen	84
VDU UNTERNEHMERINNEN		MENSCHEN	75
Martina Feierling-Rombach	26	KOLUMNEN	
BLICKPUNKT MITTELSTAND		Thomas Schmidt	37
Marco Fortenbacher	33	Tobias Bobka	40
MÄRKTE		Christa Porten-Wollersheim	60
Thomas Schmidt geht in Ruhestand	28	Klaus Wehrle	62
Gerhard Merkle ist verstorben	29	Benedikt Flügel	74
Nicht modernen Propheten überlassen	30	MELDUNGEN	76
Hotelneubau in Bad Krozingen	32	KULTUR	
10. Bleibacher Baugespräche	34	Aktionstheater: Großproduktion	86
Getec: Sanieren, Bauen, Informieren	36	Taktstock weitergeben	90
Volksbank: Stabiles Wachstum	38	Generation Kriegsenkel	90
Conti darf Hornschuch übernehmen	39	MAL NACHGEFRAGT	
Minimaler Umsatzrückgang 2016	39	Ulrike Langbein	88
Keine leeren Hotelzimmer in Freiburg	41		
Badischer Winzerkeller: Interview	43		

Impressum

Herausgeber: Daniel Schnitzler (V.i.S.d.P)

Redaktionsleitung: Rudi Raschke

Redaktion: Katharina Müller

Autoren:

Uli Homann, Stephan Elsemann, Philipp Peters,
 Ralf Deckert, Dr. Torang Sinaga,
 Dr. Leander Hotaki, Jürgen Weber

Schlussredaktion: Prof. Dr. Günter Schnitzler

Herstellung: rombach digitale manufaktur, Freiburg
 Satz & Grafik: Sandra Lorenz

netzwerk südbaden GmbH
 Bayernstraße 10, 79100 Freiburg
 Telefon: 07 61/45 00-0
 Telefax: 07 61/45 00-21 20
info@netzwerk-suedbaden.de

Geschäftsführer: Daniel Schnitzler

Anzeigen:

Philipp Anton (verantw.)
 Telefon: 07 61/45 00-20 18
anton@netzwerk-suedbaden.de

Druck: Hofmann Druck, Emmendingen

Registereintrag:

Eintragung im Handelsregister
 Registergericht: Amtsgericht Freiburg i. Br.
 Registernummer: HRB 710747
 Umsatzsteuer-ID: DE 288417800

Es gilt die Preisliste vom 01.01.2016

Anzeige

Wir gestalten Zukunft.

Unternehmenswert: Ermitteln • Erhalten • Steigern

Das En.Value

Dienstleistungsangebot:

- Erschließung zusätzlicher Umsatz- und Ertragspotenziale
- Strategische Unternehmensplanung
- Unternehmens- und Projektfinanzierung
- Begleitung Internationalisierung
- Executive Management auf Zeit

Gute Gründe für En.Value:

- Beratung von Unternehmer zu Unternehmer
- Langjährige Erfahrung und internationale Expertise
- Passgenaue Konzepte für den Mittelstand
- Verantwortliche Umsetzung vor Ort

En.Value Management

Spezialisten GmbH & Co. KG
Sasbacher Str. 6

D-79111 Freiburg

E-Mail: info@en-value.com

www.en-value.com

En.Value
 MANAGEMENT 

THEMA

Es bleibt in der Familie?

Warum sind Familienübergaben, ihre Erfolgsgeschichten und manchmal auch die vom Misserfolg, so spannend? Gerade in der heutigen Zeit, wo scheinbar nichts mehr über Generationen hinweg am gleichen Ort zu erhalten ist? Unübersehbar ist: Familienunternehmen erfahren gerade eine neue Wertschätzung. Einfacher werden Übernahmen von Kindern und Enkeln dadurch nicht.

VON RUDI RASCHKE



Es darf ruhig noch einmal vor Augen geführt werden: Allzu lange ist es noch nicht her, dass den Generationswechseln in Unternehmen, auch hier in Südbaden, oft mit großem Misstrauen begegnet wurde. In der dritten Generation wurden nicht selten die Verschwender eines Erbes vermutet, das ein Großvater mühselig aufgebaut und Vater oder Mutter schweißtreibend aufrechterhalten haben.

Wo die Rede darauf kam, in Firmenkantinen oder an Stammtischen, wurde meist das entsprechende alte chinesische Sprichwort strapaziert, in dem es ums Verprassen von Vermögen ging. Es soll hier nicht noch einmal wiedergegeben werden. Weil es schlicht Unsinn ist, wie ein Blick in die Praxis zeigt. Auch die etwas schöngestigere Variante, der Verweis auf die Verfallszyklen einer Familie und ihres Unternehmens, wie es Thomas Mann in den „Buddenbrooks“

so schillernd wie eindringlich geschildert hat, ist als Generationen-Apokalypse weitgehend die Ausnahme.

Das belegen nicht nur die Zahlen in dieser Ausgabe, wie sich Familienunternehmen definieren, welchen riesigen prozentualen Anteil sie an der gesamtdeutschen Wirtschaft haben, sondern auch viele Fallbeispiele, von denen wir ganz viele weitere aufführen hätten können: Den Gasthof, der in der 6. Generation den selben Familiennamen am Türstock trägt genau wie den Industriebetrieb, der von der Region aus auf vielen Erdteilen vertreten ist: Die Weisheit, dass Familien das Rückgrat der deutschen Wirtschaft und besonders auch unserer Region bilden, ist kein Sonntagsreden-Zitat, sondern unübersehbar Wirklichkeit. Eines, das sich mit vielen schönen Geschichten illustrieren lässt.

Das Thema stand für uns in den vergangenen Monaten ohnehin häufig auf der Tagesordnung, wenn es um Besuche bei erfolgreichen Firmen ging. Sei es beim inzwischen über 13.000 Mitarbeiter starken Familienbetrieb Endress+Hauser, der auf einen weit verzweigten Stammbaum mit einer besonderen Generationen-Philosophie und einem Nicht-Familienmitglied als CEO verweisen kann. Aber auch bei Treffen mit Unternehmern, die in diesen schwierigen Zeiten nicht ohne Stolz darauf verweisen können, dass es eben etwas anderes sei, über Generationen hinweg die Zukunft der Firma zu sichern, statt nur die nächsten Quartalszahlen für die Aktionäre im Auge zu haben.

Nichtsdestotrotz herrscht bei allen Sympathien, die Familienunternehmen landauf, landab entgegen gebracht wird, die Erkenntnis, dass das Führen über Generationen hinweg nicht einfach ist: Jeder kennt Beispiele, das ein Betrieb scheinbar übergeben ist, aber das Loslassen der Älteren zu schwer fällt. Jeder kennt auch Beispiele, wo es lange unsicher ist, wer die Firma führt und sich dann eine familiäre Lösung abzeichnet, die von langer Hand vorbereitet werden muss. Oder dass naturgemäß ein ungleich größerer Familienzweig an Enkeln und Urenkeln zufrieden gestellt werden als dies beim Gründervater und seinem Bruder der Fall war.

Jeder weiß, dass es umfangreiche Gedankenspiele, Vorkehrungen und Checklisten braucht, damit ein Unternehmen erfolgreich weiter geführt werden kann. Mancher will sich intuitiv nicht damit beschäftigen, ehe die Zeit richtig reif ist, für andere liest es sich als Selbstverständlichkeit, für manchen vielleicht auch als anstrengende, aber sinnvolle Pflicht, gefühlt irgendwo zwischen Erste-Hilfe-Kurs und Versicherungsabschluss. Was Experten zur Vorbereitung raten, um ein Unternehmen für Generationen abzusichern: Auch davon handelt diese Ausgabe. ◀

DIGITALISIERUNG

Nicht alles „modernen Propheten“ überlassen

Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Bürgerschaft diskutierten beim 4. Symposium „Ordnungspolitik für das dritte Jahrtausend“ über die richtigen Wege im Zeitalter der Digitalisierung.

VON KATHARINA MÜLLER

Die Digitalisierung ist in Wirtschaft und Gesellschaft eingezogen. Die Aufgabe der Politik ist, die Regeln dafür vorzugeben. Das heißt einerseits begrenzen und andererseits Freiräume schaffen und diese mit gesetzlichen Regelungen gestalten.

Gesellschaft nachhaltig mitprägen. Diese hätten verstanden, worauf es heute ankomme, wie wir ticken und wie moderne Gesellschaften im 21. Jahrhundert, zumindest in weiten Teilen funktionieren, so Schneider. Denn es gehe heute um

wirtschaft. Gerade deshalb, so Schneider, sollten diese „modernen Propheten“ nicht allein bestimmen, wie Welt gestaltet und Gesellschaft gesteuert wird. Die Politik müsse die Richtung vorgeben, Regeln etablieren und Weichen stellen.



Sven Astheimer, FAZ Redakteur moderierte das 4. Freiburger Symposium zur Ordnungspolitik.

Foto: Müller

Den Fragen nach Problemen und Chancen solcher Entwicklungen gingen die Teilnehmer des 4. Symposiums „Ordnungspolitik für das dritte Jahrtausend“ nach. Bei der zweitägigen Veranstaltung des Aktionskreises Freiburger Schule, dem Walter Ecken Institut und der Südwestmetall gaben Referenten mit ihren Vorträgen Anstöße und begaben sich gemeinsam mit Sven Astheimer, Journalist bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, als Diskussionsleiter auf die Suche nach den richtigen Wegen im Zeitalter der Digitalisierung.

Dr. Tino Schuppan, Professor für Public Management an der Hochschule der Bundesagentur für Arbeit in Schwerin sprach zu Beginn seines Vortrags von

Auf einer Liste mit bedeutenden Persönlichkeiten unserer Zeit stünden Namen wie Marc Zuckerberg oder Bill Gates. „Propheten“ nannte sie Prof. Dr. Schneider, Direktor des Freiburger Universitäts-Rechenzentrums in seinem Vortrag. Es seien Menschen, die unsere

schnelle, unkomplizierte Kommunikation, um Vernetzung und um optimierte Hard- und Software. Es gehe aber auch um die Steuerung von diesen Entwicklungen: Ein Spagat zwischen Bürgerinteressen und Produktionszielen einer freien und wettbewerbsorientierten, sozialen Markt-

einer „organisatorischen Gestaltungsarbeit“ die nötig sei, um sich miteinander zu vernetzen. „Bund, Länder und Kommunen müssen dafür eng zusammenarbeiten und IT-Projekte gemeinsam steuern.“ Denn neben der vernetzten Industrie sollten auch Verwaltungsabläufe zunehmend digital

FALLBEISPIEL

Über andere Pfade zur Familie zurück

Bei Ketterer + Liebherr sind nun drei Vertreter der Enkelgeneration im Unternehmen tätig

Auch so kann der Prozess einer Übergabe in der Familie ausschauen: Ein 60 Jahre altes Unternehmen für den technischen Fachhandel, dessen zweite Generation um das Gründungsjahr herum auf die Welt kam – die beiden Brüder Eberhard und Thomas Liebherr, die das Unternehmen führen, sind heute 60 und 61 Jahre alt. Und es gibt die Entscheidung von drei der insgesamt vier volljährigen Kinder, sich in der Firma einzubringen. Wie wird der Schritt vollzogen?

„Wir haben uns alle im vergangenen Jahr zusammen gesetzt und gefragt, wie es bei uns aussieht“, sagt Clemens Liebherr, der seit drei Jahren im Haus tätig ist, seine Schwester Juliane Illenseer seit sechs. Eine langjährig zugehörige Prokuristin und ein Geschäftsführer, der vor allem als Finanzchef die inzwischen 16 Standorte verantwortet, sind in den Prozess eingebunden, für den sich das Haus insgesamt fünf bis zehn Jahre Zeit lässt. Ein Übergang von der Sohn- zur Enkelgeneration, bei dem von jetzt auf gleich ein Arbeitsplatz an der Spitze übernommen wird, ist nicht vorgesehen.

Umso eingehender konnte sich die Enkelgeneration des Gründers Adolf Liebherr (der Name Ketterer entstammt seinem

einstigen Geschäftspartner) es überlegen, ob sie überhaupt ins Familienunternehmen einsteigen will. Theresa Liebherr hat es beispielsweise nach dem Dualen Studium in Lörrach ins Kreative gezogen und von Freiburg nach München. Clemens Liebherr war zwischendurch branchenfern in der Schweiz tätig, ehe er über eine Partnerfirma wieder den Weg auf die Freiburger Haid fand.

Allen gemeinsam ist, dass sie das Unternehmen des Großvaters von der Kindheit an kannten. „Der Bezug zum Geschäft war immer da“, sagt Theresa Liebherr. Bei den Eltern habe grundsätzlich Freude geherrscht, dass bis auf Therasas Schwester, die in Bayern lebt, alle „den Weg zurück gefunden“ haben. Ein Muss sei aber nie da gewesen.

Mit der Familie zu arbeiten? „Etwas Besonderes“, sagen Clemens und Theresa Liebherr, und meinen es rundweg positiv. Wichtig sei, dass man sich das Vertrauen der Mitarbeiter erarbeite – manche von ihnen sind länger im Unternehmen als die drei auf der Welt sind. Und auch wenn es in der Familie bleibt, wollen sie das Unternehmen verstehen und die Prozesse dort von Grund auf kennenlernen. Ein Gespür und ein Geschick, wie es die Väter, aber

auch viele der langjährigen Mitarbeiter mit ihren Erfahrungswerten mitbrächten, ließe sich nicht von jetzt auf gleich erarbeiten.

Technisch nimmt Clemens Liebherr als Leiter der Materialwirtschaft gerade Veränderungen an der IT in Angriff, weil die interne Organisation mit der Vielzahl an Standorten mitwachsen müsse. Theresa Liebherr, die Assistentin der Geschäftsleitung ist, bringt die interne wie externe Kommunikation auf Vordermann, Juliane Illenseer verantwortet den Showroom für Bodenbeläge und die neue Marketinglinie „CasaNova“. Bewahren wollen alle die Kultur der Offenheit und den Mannschaftsgeist, die bei Ketterer + Liebherr herrschen.

Eine Herausforderung, der sie sich stellen müssen, sind die Globalisierung und die Digitalisierung. Dafür kann ihr Weg ins Unternehmen, der sie über externe Pfade geführt hat, der genau richtige sein. Aber auf die Erfahrung der vorigen Generation, die dies ohne Drängen möglich gemacht hat, werden sie ebenfalls schwer verzichten können – beide Väter sind damals im Alter von 16 und 25 Jahren ins Unternehmen eingestiegen. ◀

Anzeige



GASTBEITRAG

Familien: Innovativ und beharrlich

Von Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Brun-Hagen Hennerkes – Vorsitzender des Vorstands der Stiftung Familienunternehmen

Die deutschen Familienunternehmen zeichnen sich durch wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, Innovationskraft sowie durch den Fleiß, die Risikobereitschaft und durch das soziale Verantwortungsbewusstsein ihrer Eigentümer aus. Damit sichern sie nicht nur die Basis unseres Wohlstands, sondern stellen auch die Grundlage einer ordnungspolitisch ausgerichteten Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung dar. Für unsere Familienunternehmen gilt die Erkenntnis des griechischen Philosophen Protagoras: „Antropos metron hapanton – der Mensch ist das Maß aller Dinge“.

Was aber ist ein Familienunternehmen? Größe und Rechtsform sind unerheblich. Wichtigstes Merkmal ist vielmehr, dass sich die Mehrheit der Anteile in der Hand eines Einzelnen bzw. im Eigentum einer oder mehrerer miteinander verbundener Familien befindet. Zu diesem quantitativen Kriterium tritt noch ein weiteres Merkmal hinzu, nämlich die enge Beziehung zwischen den Eigentümern, dem Unternehmen und dessen Mitarbeitern. Diese Beziehung hat eine Unternehmenskultur hervorgebracht, um die Deutschland in der ganzen Welt mehr denn je beneidet wird.

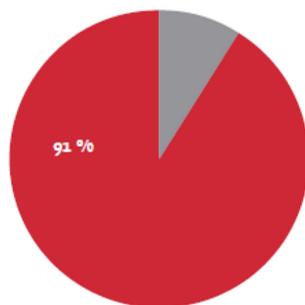
Mit dieser Kultur sind unternehmerische Tugenden wie Einfallsreichtum, Beharrlichkeit, Skepsis gegenüber Althergebrachtem, Werteorientierung, Solidität und Bescheidenheit verbunden.

Diese Tugenden tragen wesentlich dazu bei, dass im Familienunternehmen die Motivation der Mitarbeiter, ihre Identifikation mit den Unternehmenszielen und ihre Bereitschaft, die Unternehmenskultur mitzutragen, weitaus größer sind als in den anonymen börsennotierten Großkonzernen.

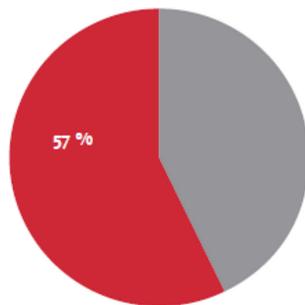
In Deutschland gibt es etwa drei Millionen Unternehmen. Davon sind

- ca. 91 Prozent Familienunternehmen;
- diese beschäftigen 57 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer;
- sie stellen rund 80 Prozent aller bei uns vorhandenen Ausbildungsplätze;
- sie erbringen 42 Prozent des gesamten deutschen Ertragsteueraufkommens;

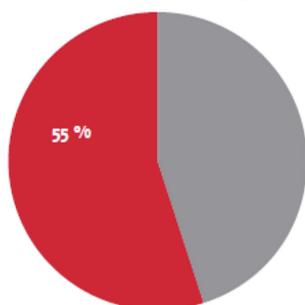
Familienunternehmen in Deutschland



Anteil an allen Unternehmen



Anteil an der Gesamtbeschäftigung



Anteil am Gesamtumsatz

Quelle: Stiftung Familienunternehmen. Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Familienunternehmen, München 2017

- und ihr Anteil an der Wertschöpfung unseres Landes beläuft sich auf 55 Prozent.

Die verbleibende Wertschöpfung entfällt auf eine Vielzahl verschiedenartiger Leistungsträger in der Wirtschaft – so beispielsweise auf die kommunalen Betriebe, die privaten Genossenschaften, die Stiftungsunternehmen und auf die Tochtergesellschaften ausländischer Konzerne.

In der Typologie der Familienunternehmen unterscheidet man drei Grundformen. Die erste ist der Typ des Gründungsunter-

nehmens, die zweite ist der mittelgroße, ausschließlich regional tätige Betrieb. Die dritte Grundform bilden die größeren und großen Familienunternehmen. Diese werden häufig als „Königsklasse“ bezeichnet. Von den 500 umsatz- bzw. beschäftigungsstärksten deutschen Familienunternehmen haben allein 100 bzw. 103 ihren Sitz in Baden-Württemberg.

Ein besonders herausgehobenes Merkmal der deutschen Familienunternehmen liegt darin, dass Eigentum und Kontrolle stets in der Hand der Familie liegen. Der Unternehmensführung – oft von Fremdgeschäftsführern vollzogen – verbleibt die Herrschaft über das operative Geschäft. Die Einheit von Eigentum, Kontrolle und Haftung ist dadurch gesichert, dass das wirtschaftliche und soziale Schicksal der Inhaberfamilie eng mit dem des Unternehmens verknüpft ist. Geht es dem Unternehmen gut, dann geht es auch den Eigentümern gut, gerät das Unternehmen unter Druck, so geschieht dies gleichermaßen mit den Eigentümern – im betrieblichen wie im privaten Bereich.

Im Gegensatz zu den anonymen Dax-Unternehmen investieren die Familienunternehmen ausschließlich eigenes Geld. Ihre strategische Ausrichtung ist unter dem Einfluss der Generationenfolge stets auf nachhaltige Wertschöpfung ausgerichtet. Das ist der Grund dafür, dass die Familienunternehmen Krisen nachgewiesener Maßen in der Vergangenheit besser standgehalten haben als die übrigen Teilnehmer des deutschen Wirtschaftsgeschehens.

Eine wesentliche Herausforderung für jedes Familienunternehmen ist die Nachfolge: Ihr Gelingen ist der wichtigste Garant für die Kontinuität des Unternehmens. Familien- und unternehmensinterne Herausforderungen wollen bewältigt werden, aber auch externe Partner wie Kunden, Zulieferer, Mitarbeiter und Banken müssen in dieser sensiblen Phase zum Unternehmen stehen. Nicht zuletzt meldet sich im Verlauf des Generationenübergangs der Staat mit Ansprüchen in Form von Erbschaft- und Schenkungsteuer.

JUBILÄUM

Erfolg der Beweglichkeit

Die Firma Schmolck feiert ihren 70. Geburtstag – als Familienunternehmen mit großer Tradition.

VON DANIEL SCHNITZLER

300 geladene Gäste feierten im Februar den 70. Geburtstag der Firma Schmolck. Bernhard Schmolck und Jürgen

Henninger führten in einem kurzweiligen Vortrag durch die bewegte Geschichte des Traditionsunternehmens.

Emil Schmolck, ein Kaufmann, kein Techniker, gehörte zu denjenigen, die unmittelbar nach dem Krieg nicht nur die Zeichen der Zeit erkannten, sondern auch den Mut hatten, innovativ tätig zu werden. Er pachtete den Betrieb von Otto Gerber, Besitzer einer Schlosserei in Emmendingen, und gründete am 1.2.1947 einen Landmaschinenbetrieb, der in Aufbruchszeiten rasch Erfolg hatte. Nach und nach vertrat er alle namhaften Landmaschinenmarken in Deutschland, und ab den frühen 50er Jahren kamen auch die ersten Mercedes-Produkte hinzu.

Nach dem Tod von Otto Gerber kaufte Emil Schmolck dessen Betrieb und begann allmählich, die Idee seines Unternehmens als Markenhändler auszubauen.

Schon zwei Jahre später gründete er in seiner Markgräfler Heimat, in Müllheim, seinen zweiten Betrieb. Der Mercedes-Stern wurde zum Leitzeichen, zumal in der Wirtschaftswunderzeit, und die Firmengebäude platzten bald aus allen Nähten, wurden besonders in den 60er Jahren erheblich erweitert und auch durch Neubauten ersetzt.



Von links nach rechts: Jürgen Henninger, Hans Rudolf Schmolck und Bernhard Schmolck.



MESSE

Sanieren, Bauen und sich informieren

Zum 10. Mal öffneten sich bei der Freiburger Messe vom 17.–19. Februar die Türen für die Getec. Erstmals wurde dabei auch der Getec-Award verliehen.

VON KATHARINA MÜLLER

Mit über 10.000 Besuchern war die Getec in diesem Jahr noch besser besucht als im letzten Jahr. Bei rund 220 Ausstellern, zahlreichen Experten und in Vorträgen konnten sich Interessierte Informationen und Fachberatung zu den Themen Bauen und Sanieren einholen. Daniel Strowitzki, Geschäftsführer der Freiburg Wirtschaft Touristik und Messe GmbH & Co. KG (FWTM) erklärt: „Der Bedarf an fachlich

und Ingenieure. Auch Sonderschauen und Vorträge, angefangen bei Solarstrom und Solarwärme-Nutzung, über Elektromobilität bis hin zum Barrierefreien Leben trugen zur Aufklärung bei. Umweltminister Franz Untersteller zeichnete im Rahmen der Eröffnung der Messe energetisch hochwertige Bauprojekte mit dem diesjährig erstmals vergebenen Getec-Award aus. Der Preis ging in der Kategorie „Neubau“ an eine Neuinterpretation des Schwarzwaldhauses der Familie Dr. Werner Müller und Agnes Hahmann-Müller in Schluchsee-Fischbach, die Entwürfe stammen vom Architekturbüro Schaller+Sternagel. In der Kategorie „Modernisierung/Sanierung“ gewann das zero-Therm Ingenieur- und Planungsbüro den ersten Platz für die Sanierung eines Schwarzwaldhauses aus dem Baujahr 1643 in Simonswald.

Während der Messetage erhielten Besucher fachkundige Beratung und Informationen zu Dienstleistungen und neuesten Produkten sowie Innovationen. Armin Birmele, Verkaufsleiter bei Pfeiffer & May GmbH und Co. KG, einem seit 110 Jahren bestehenden Großhandel für Haustechnik mit Niederlassung in Freiburg erklärt beispielsweise, dass bei altersgerecht gebauten Häusern und Wohnungen auch Badezimmer berücksichtigt werden. Es gebe dafür Förderprogramme und Investitionszuschüsse wie KfW 455. Denn Bäder und deren Gestaltung würden heutzutage an Wert zunehmen, „das sind oft sehr individuell geplante Räume. Nicht nur die Formen, sondern auch die Materialvielfalt nimmt zu“, egal ob es sich um Kopfbrausen, Möbel oder Armaturen von italienischen Designern handelt. Neben Ästhetik gehe es auch um Hygiene und um Pragmatismus, wie beim Spülrandlosen WC. Am Stand von Pfeiffer & May gab es auch eine Modellanlage die zeigt, wie sprudelndes Trinkwasser ohne Flaschen-Schleppen einfach aus dem Wasserhahn gewonnen werden kann. Über eine CO₂ Flasche un-

ter der Küchenspüle wird das Leitungswasser aus dem Wasserhahn ganz schnell zum Mineralwasser. Wenn gewünscht auch mit extra Filterkartusche, „obwohl wir das weder in Deutschland, noch hier in Südbaden brauchen“, betont Birmele.

Jedes Jahr mit auf der Getec ist Georg Binkert mit seiner Bauservice-Firma aus Herbolzheim, die es seit 22 Jahren gibt und spezialisiert ist auf Anlagen zur Wärmerückgewinnung, ein Prinzip wodurch frische Luft problemlos in Räume ein- und verbrauchte Luft daraus abgeführt wird. Durch den Luftaustausch wird Wärme gewonnen, sodass im Winter auch kalte Luft erwärmt wird. Binkert erklärt: „Solche Geräte sind leiser als wenn ich das Fenster öffne und Straßenlärm reinkommt.“ Das betreffe oftmals Stadtwohnungen und Wohnraum an befahrenen Straßen. „Architekten kommen und informieren sich über Anlagen für die Außenwand.“

An einem weiteren Stand ist Reiner Heilmann von der Otto Graf GmbH, ein Unternehmen mit rund 350 Mitarbeitern aus Teningen für Kunststoffzeugnisse, mit Interessenten in Gespräche vertieft. Der Regionalleiter Süd steht zwischen riesigen Zisternen, die als Auffangbehälter für Regenwasser in den Boden eingelassen werden und erklärt: „Wer Garten oder Grundstück besitzt, muss sich oftmals Gedanken über Regenwasser-Nutzung oder Versickerung machen. Das Thema Regenwassernutzung kam etwa in den 90er Jahren, im Zuge des Nachhaltigkeitsgedankens auf, um Regenwasser statt Trinkwasser für den Garten zu nutzen. Wir waren eine der ersten Firmen, die Regenwasserzisternen auf den Markt gebracht haben.“ Inzwischen stellt die Graf GmbH mittels Spritzgusstechnik Tanks bis zu 120 Kubikmeter her. Denn inzwischen nutzen nicht mehr nur private Hausbauer diese Technik. Es gehe auch um Straßenentwässerung bei Neubaugebieten, zunehmend werde das von Land und Gemeinden vorgeschrieben. ◀



Sprudelwasser über den Wasserhahn: Armin Birmele von Pfeiffer & May zeigt, dass Flaschen-Schleppen nicht notwendig ist.

Foto: Müller

fundierter Beratung rund um das energieeffiziente Bauen und Wohnen wächst. Viele unserer Besucher wollen in Energieeffizienz investieren, damit aktiv ihren Beitrag zum Klimaschutz leisten und kommen bereits mit konkreten Projektvorstellungen auf die Messe. In Zeiten mit einer schier unüberschaubaren Produktvielfalt, sich häufig ändernden gesetzlichen Rahmenbedingungen und immer wieder neu geschaffenen Fördermöglichkeiten brauchen sie vor allem Aufklärung und Orientierung.“

Auf der Messe gab es vielfältige Themenfelder, die für Bauherren privater und gewerblicher Objekte ebenso von Interesse sind, wie für Architekten, Handwerker

VERANSTALTUNG

Kopf oder Bauch? Die Mischung macht's

Beim Business-Talk von **netzwerk südbaden** und der Südwestbank diskutierten am 14. Februar Experten über Intuition und Risikokompetenz unter Südbadens Entscheidern.

Wie entscheiden wir persönlich im Alltag, wie entscheiden Unternehmer für Ihr Unternehmen? Aus dem Bauch heraus oder rein rational? Wie gelingt es, noch bessere Entscheidungen gerade unter

Abend mit geladenen Entscheidern aus Wirtschaft und Politik gut gefüllt, das große Interesse spürbar.

Bereits die Darstellung von Risiken hat zweifelsohne Einfluss auf unsere Entschei-

ge auf, verdeutlicht mit Beispielen aus privatem und unternehmerischem Alltag. Einige Beispiele aus der Geschichte verdeutlichten, dass es nur zu oft unbekannte Risiken gibt: Gottlieb Daimler beispielsweise irrte in seiner Prognose, dass die weltweite Anzahl an Kraftfahrzeugen die Millionen-Marke nicht überschreiten würde. Der Grund für fehlerhafte Zukunftsprognosen: Wir nutzen Werkzeuge der Gegenwart, um die Zukunft zu lösen – dadurch sagen wir jedoch nur die Vergangenheit voraus. Risikokompetenz meint die Fähigkeit, Entscheidungen in Situationen zu treffen, in denen eben nicht alle Risiken bekannt sind.

Bei der anschließenden Podiumsdiskussion gingen die Teilnehmer mit Moderatorin Julica Goldschmidt deshalb der Frage nach, wie man mit Unsicherheiten im Alltag umgehen und zu noch besseren Entscheidungen kommt. Andreas Bauer warb für „eine gezielte Kombination aus Fakten und Bauchgefühl“. Auch Tobias Bobka sagte, dass eine erlebbare positive Risiko- und Fehlerkultur im Unternehmensalltag benötigt wird: „Wir müssen der Intuition mehr Raum geben, dazu gehört auch, die Angst vor dem Scheitern zu verringern. Und wir treffen bessere Entscheidungen, wenn wir alle Entscheidungswerkzeuge miteinander kombinieren.“ Fritz Keller bestätigte, dass auch er bei wichtigen Entscheidungen Erfahrungswerte mit einbeziehe und seine „Antennen ausfahre.“ Und er betonte, dass eine gewisse Risikobereitschaft mit dazu gehöre. Diese sei in Deutschland zu selten stark genug ausgeprägt, aber wichtig. Erfolg habe derjenige, der Mut beweist, indem er sich auf das Wesentliche konzentriert, manches ignoriert und der eigenen Intuition gezielt vertraut. Die Angst vor



Business-Talkrunde: (von links): Moderatorin Julica Goldschmidt (baden.fm), Fritz Keller, Winzer, Gastronom und Präsident des SC Freiburg, Valentin Kaltenbach, Aufsichtsratsvorsitzender und Eigentümer der Kaltenbach Gruppe, Andreas Bauer und Tobias Bobka (czech. bauer.bobka. www.risikokompetenz.de).
Fotos: Markus Schwerer

Ungewissheit zu treffen? Die Teilnehmer der Podiumsdiskussion waren sich einig: Es geht nicht allein um die Frage, Kopf oder Bauch – die Mischung macht's. Risikokompetenz ist heutzutage fundamental wichtig: Fritz Keller, Winzer, Wirt und SC Freiburg-Präsident und Valentin Kaltenbach, Eigentümer eines Maschinenbaubetriebs diskutierten mit Tobias Bobka und Andreas Bauer von czech.bauer.bobka, die auf das Erlernen und Trainieren der Risikokompetenz im Mittelstand spezialisiert sind. Der Humboldt-Saal war an diesem

dungen. Wir generieren aus immer mehr Daten (Stichwort Big Data) auch immer mehr Wissen. Und doch geraten wir mit diesem Wissen, den Statistiken, Algorithmen und unserer Logik an Grenzen in Entscheidungsprozessen. Weil es eben auch unbekannte Risiken gibt. Hier braucht es zusätzliche Entscheidungswerkzeuge: Intuition, Risikokompetenz und Faustregeln, sog. Heuristiken. Und es braucht eine andere Einstellung.
Im Einführungsvortrag zeigte Tobias Bobka vielfältige Entscheidungswerkzeuge

Fehlern führe zu einem defensiven Entscheidungsverhalten. Das sei fatal. Manchmal wünsche er sich, dass es ein bisschen mehr zugehe wie beim Fußball: „Ich kann ja nicht sagen, ich gehe nicht auf den Platz, weil es sein kann, dass ich scheitere.“ Sein Unternehmerkollege Valentin Kaltenbach war ebenfalls der Ansicht: „Kopf und Bauch gehören zusammen, das wird oft vergessen. Und ich weiß aus Erfahrung, dass man Risikokompetenz im Alltag aktiv trainieren muss.“ Dafür sei es notwendig, mit den eigenen Mitarbeitern „die Vertrauensbasis zu schaffen, damit offen über Fehler und Risiken gesprochen wird.“ Andreas Bauer führte aus, dass sich so auch die Kreativität und damit die Innovation im Unternehmen nachweislich erhalten lassen.

Das Fazit des Abends: Alle wollen besser entscheiden unter Ungewissheit. Auf Grund der immer höheren Geschwindigkeit, Komplexität und Ungewissheit in unserer Welt wird die eigene Risikokompetenz noch stärker an Bedeutung gewinnen. Dafür gilt es Vorsorge zu treffen und sich den damit verbundenen Chancen zu widmen. ◀



Talk-Gast Fritz Keller im Gespräch mit Moderatorin Julica Goldschmidt.

Anzeige



STAUFEN

- Villa Dornröschen, spitzen Lage · 4 MFH, je 5 Wohneinheiten
- Kfw 55 · 2–4 Zimmer Wohnungen · 78–156 qm Wohnfläche
- Fahrstuhl, barrierefrei · voll unterkellert und Tiefgarage
- Gartenwohnungen sowie Attikawohnungen

„Lassen Sie sich schon mal vormerken und vereinbaren Sie Ihren ganz individuellen Besprechungstermin, Ansprechpartner Jochen Schneider“

VUKOVIĆ-ENEMAG GmbH

Eschenweg 10
79232 March-Hugstetten

Tel.: 0 76 65 – 9 20 10 · info@vukovic-enemag.de · www.vukovic-enemag.de

VUKOVIĆ
ENEMAG
Hoch und Tiefbau, Kabelverlegung GmbH

AUTOGESPRÄCH

Der Diesel ist nicht tot und SUVs sind springlebendig

VON ULI HOMANN

Das selbstfahrende Automobil war auf der Messe Freiburg zwischen dem 3. und 5. März zwar noch nicht ausgestellt, aber schon Thema des zur 32. Automobilgehörenden Freiburger Autogesprächs. Ralph Kollinger, Betreiber mehrerer Autohäuser in Südbaden, meint, das auto-

im Flugzeug, bei dem er die weite Anfahrt zum Flughafen und lästige Sicherheitskontrollen umgeht. Der Stellenwert und der Nutzen des Autos, meint Kollinger, könne dadurch wieder steigen.

Raymond Damerow aus der deutschen Führungsetage von Ford erkennt weitere

voraus, wenn weiterentwickelte Batterien grössere Reichweite ermöglichten und Schnell-Ladestationen mindestens alle 100 Kilometer an europäischen Autobahnen zu finden seien. Darin investiere die Autoindustrie – verschiedene Hersteller hätten sich dafür zusammengetan.

Auch Volker Speck von der Kestenholz GmbH (Mercedes Benz Niederlassung Freiburg) sieht Elektromobilität als Zukunftstrend, gefolgt von dem Thema Digitalisierung des Autos. Aber, darauf beharrt Speck, „das Auto ist und bleibt Emotion“. Jerome Gay, der in Freiburg Edelmarken wie Bentley, Ferrari oder Maserati vertritt, die auch schon mal an die 300 000 Euro kosten, meint, die Kundschaft sei launischer geworden. Darauf müsse reagiert werden – zum Beispiel mit Leasingverträgen, mit denen der Vertragspartner nach eineinhalb Jahren den zunächst geleasteten Bentley gegen ein anderes Fahrzeug aus dem Spitzensegment eintauschen kann, ohne Aufschläge zahlen zu müssen. Auch für weniger spektakuläre Marken sei das ein Geschäftsmodell.

Laut Tobias Gutgesell, Sprecher der Interessengemeinschaft Freiburger Autohäuser, die die Automobil auf der Freiburger Messe seit 32 Jahren veranstaltet, ist in Südbaden das Klima für den Verkauf neuer Autos derzeit gut. Hier hätten die Händler 2016 ein Plus von sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr erzielt, bundesweit habe das Plus bei fünf Prozent gelegen. Und um 20 Prozent nach oben gingen die Verkaufszahlen bei den leistungsstarken SUV's (Sports Utilities Vehicle) Diese eher großen und leistungsstarken Autos seien inzwischen deutlich Energie-effizienter und Umweltauglicher als noch vor fünf Jahren. Diese Auffassung vertritt Raymond Damerow von Ford, der den Erfolg der SUV's unter anderem auf das Altern der Gesellschaft zurückführt: ältere Autofahrende wollten gern hoch sitzen und legten großen Wert auf das Thema Sicherheit.



Für eine halbe Million Euro zu erwerben: ein Bentley Cabrio mit Chauffeur, der Chauffeur allerdings nur als Illusion

nome Fahren könne die heute an den Tag gelegten Mobilitätsgewohnheiten erheblich verändern. Sein Beispiel lässt aufhorchen: Der Nutzer eines selbstfahrenden Premiumfahrzeugs aus dem hinteren Winkel von Freiamt fährt zu seinem Termin in Köln nicht mehr wie heute mit dem Intercity. Er muss nicht mehr zum Freiburger Hauptbahnhof kutschieren und sein Gefährt dort parken, sondern er fährt aus dem tiefen Schwarzwald direkt nach Köln. Weil er während der Fahrzeit arbeiten kann, alle digitalen Kanäle nutzen oder einfach entspannen kann – besser als im Zug oder

Veränderungen, die sich zum Teil schon jetzt ankündigen und das Kaufverhalten der Kundschaft betreffen. Die Nachfrage nach Elektrofahrzeugen werde steigen, auch nach E-Bikes, nach Carsharing, und die Rolle des Öffentlichen Nahverkehrs werde zunehmen. Damerow ist überzeugt, künftig würden nicht mehr nur Autos abgesetzt – es gehe darum Mobilität zu verkaufen: den Centbetrag pro Kilometer für ein zur Verfügung gestelltes Auto oder für eine Monatsstrecke, die man sich erkaufte habe. Ein Boom bei der Elektromobilität sagt Damerow für die Zeit nach 2020

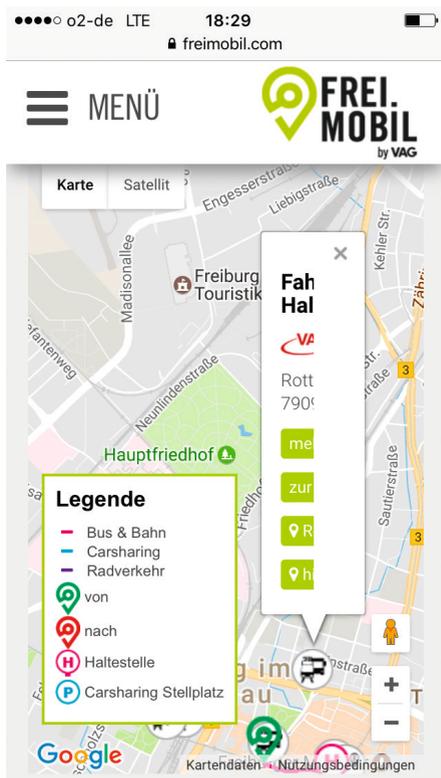
KLIMASCHUTZ

Teurer Service für die Öko-Mobilität

Als „Quantensprung“ und „großen Schritt“ wurde Frei.Mobil 2016 eingeführt, eine Informationsplattform der Stadtverwaltung und der Freiburger Verkehrs AG (VAG). Ein Jahr nach dem Start bleibt die Frage nach der Wirkung des Angebots.

VON KATHARINA MÜLLER UND RUDI RASCHKE

„Von Lttwlr nach Zhrgn. Freiburg kürzt ab.“ So wirbt die Online-Plattform „Frei.Mobil“ auf großflächigen Leuchtplakaten und gesponserten Fahrrad-Rikschas. Gemeint sind Littenweiler und Zähringen, von einem Stadtteil in den anderen. Wie funktioniert die Suche denn in der Praxis, was für Vorschläge macht Frei.Mobil für diese Stre-



Schlecht dargestellt: Auf dem Handy ist die Bedienung von Frei.Mobil schwierig.

service, um Haltestellen für Bus und Bahn, um Carsharing-Stellplätze sowie Radboxen und Taxi-Telefonnummern. Das Angebot kombiniert diese Information mit einem Mitgliedsservice und Rabatten, die im wesentlichen die Nutzer jährlicher Regio-Karten des ÖPNV ansprechen. Vergünstigungen gibt es für Fahrrad- und Carsharing-Angebote, aber auch für „Specials“ der Freiburger Verkehrs AG.

Seit einem Jahr ist freimobil.com nun online, nach eigenen Angaben in der noch unfertigen „beta-Version“, der Praxistest bestätigt dies: Die Seite freimobil.com wird über den Browser des Smartphones aufgerufen, sie existiert nicht als App. In zwei Suchfeldern gibt man den innerstädtischen Start- (Littenweiler) und Zielpunkt (Zähringen) ein. Angezeigt werden drei Möglichkeiten: Bus und Bahn, Carsharing oder auch Taxi, sowie Radverkehr. Es gibt keine Echtzeit-Ortung und keine Echtzeit-Navigation, wie sie etwa von Google Maps bekannt sind.

Zu sehen ist die Fahrzeit des jeweiligen Verkehrsmittels. Wer das umweltfreundliche Carsharing wählt, sucht vergeblich, ob ein Fahrzeug in Littenweiler überhaupt aktuell verfügbar ist. Angezeigt wird hingegen eine ausführliche Routen-Beschreibung in Textform. Nach gleichem Muster sind auch die Informationen zu der Route mit dem Fahrrad aufgebaut. Bei Bus und Bahn werden jene Verbindungen angezeigt, die man deutlich besser dargestellt auf der normalen VAG-Seite bekommt. Noch dazu gibt es diese als mobile App.

Die Informationen sind begrenzt, die Handhabung schwierig: Die Frei.Mobil-Map bietet eine integrierte Google-Karte, die sich nur sehr umständlich bedienen lässt, die Darstellung auf dem Computer ist deutlich besser als auf dem Smartphone, wo die Informationen oft unvollständig angezeigt werden. Obwohl die VAG die Website „nach dem Prinzip ‚Mobile First‘ aufgebaut“ nennt, was eine einfache Nutzung vom Handy aus ermöglichen soll.

Dabei haben sich die Stadtverwaltung und die Freiburger Verkehrs AG das Angebot bereits einiges kosten lassen. Nach Auskunft der VAG hat die Stadt den Start finanziert, die VAG übernimmt die Personalkosten. Insgesamt wurden für die Website schwer nachvollziehbare 315.000 Euro ausgegeben, 115.000 davon für die Werbung mit den kryptischen Stadtteil-Abkürzungen. Finanziert wurde es aus der Konzessionsabgabe der badenova. Personell sind 1,5 Stellen bei der VAG im Frei.Mobil-Angebot tätig.

Die Frage ist, ob ein solcher Betrag sinnvoll angelegt ist, wenn es nur um die Geste einer digitalen Verknüpfung von Rad, Mietwagen und Bus und Bahn geht. Und wenn die Bestellung eines Carsharing-Fahrzeugs mittels Handy und viele andere der guten Service-Leistungen des Anbieters „Grüne Flotte“ in der Website gar nicht integriert sind. Ein roter Kasten weist die Nutzer darauf hin, dass die Suche ausschließlich im Freiburger Stadtgebiet möglich ist. Wer vor die Tore Freiburgs ins wenig fern anmutende Au bei Wittnau fahren möchte, braucht andere Web-Services.

Über die Akzeptanz der Website schweigen sich Stadt und VAG gemeinsam aus. Die Frage an die Stadt, ob das Geld aus ihrer Sicht gut angelegt sei und dies den Vorstellungen der Verkehrsplaner an „Smart City“-Angebote entspreche, bleibt unbeantwortet. Man verweist darauf, dass es auch um die Schaffung einer Dachmarke gegangen sei und weitere Aktivitäten, vor allem für Neubürger das Thema auf die Agenda bringen sollen.

Die Frage nach Zugriffszahlen der Website streicht die VAG in ihrer Mail-Antwort wenig souverän durch. Immerhin werden 1600 Mitglieder genannt, die die kostenlose Frei.Mobil-Karte für die Rabatte beantragt haben. Auf Facebook finden sich dagegen gerade einmal Likes von 88 Personen. Mit dem Weihnachtsbaum als Gruß vom 23.12. endet dort vorläufig die redak-

cke? Und gibt es einen Mehrwert, der eine eigene Regio-Navigation rechtfertigt?

Die Onlineplattform soll über umweltfreundliche Verkehrsmittel informieren und wie sie miteinander verknüpft werden können. Dabei geht es um einen Routen-

MITTAGSTISCH

Zeitgemäßes Italien in der City

VON RUDI RASCHKE

Mit italienischer Küche tut man sich im vermeintlich mediterranen Freiburg immer noch schwer: Es dominieren noch jene alte-Schule-Läden der ersten Generation, die eine fast unveränderte Nachkriegs-Karte runterkochen, Pasta mit viel Sahne und Pizza „Strammer Max“ inklusive.

Jenseits des Dolce Vita hinter Gardinen breiten sich dann auch noch jene Systemgastronomien aus, die mit Zalando-artigen Fantasienamen so tun, als könne jeder Student nach einem Cräshkurs am Herd den Luigi geben – die Preise der Showküchen sind jedenfalls entsprechend selbstbewusst kalkuliert.

Von daher ist es wenig erstaunlich, dass das zeitgenössische Italien bei „d.o.c.“ (Gerberau) und tizio (Rathausgasse) gut läuft und sich die Freiburger abends im neon-Ambiente des Supermarkts „Primo“ an der Bernhardstraße stapeln, wenn sie italienische Küche mit Herz genießen wollen.

Und dass Neueröffnungen wie das hier besprochene „La Gioia Mia“ gute Chancen haben, dauerhaft das verbreiten zu können, was sie im Namen tragen: Freude.

Gioacchino Montanti hat sich entschieden, die „Nonna“-Küche, also die lebens-



werte Gerichte der Großmutter, auf den Zeller zu zaubern, vor allem Pasta, dazu etwas Antipasti, Schinken und Salami. Das ist abends eine schöne Option, vor allem aber beim Mittagstisch eine Bereicherung.

Nicht nur, weil die Pasta-Gerichte – eine Tageskarte wird ergänzt von Klassikern wie der Carbonara – zwischen 8 und 12 Euro (mit Wasser) sehr solide gekocht sind, schmackhaft, als Nudeln mit Gemüse oder einer pikanten Bolognese-Art mit Salsicce-Wurst, sondern auch, weil das

Drumherum stimmt: Wie in Italien auch kann man im Anzug Platz nehmen oder im Casual-Outfit, als Paar einen freien Nachmittag einläuten oder im Kollegenkreis einen schnellen Mittagsteller verspeisen. Und einen sehr guten Espresso hinterher.

Das Ambiente ist augenzwinkernd folkloristisch, ein paar rostige Motorroller und Verkehrsschilder zählen dazu, aber auch Mobiliar, das eine individuelle, liebevolle Bestuhlung bildet und keine Brauerei-

Garnitur. Ein Ort zum rasch Einkehren (die Gerichte sind sehr zügig auf dem Tisch), aber auch zum Genießen. Unerschrocken italienisch platziert an der Siegesdenkmal-Baustelle, durch die großen Fenster kann man die Fortschritte sehen, jetzt im Frühjahr scheint mittags viel Sonne hinein. Fast möchte man es urban nennen. ◀

La Gioia Mia, Friedrichring 11, Freiburg. Telefon 0761 29 27 55 55, offen von 10 Uhr bis 14.30, warme Küche ab 11 Uhr, abends von 17 bis 22 Uhr.

Anzeige

#Verpixelt?

Lieber gleich zu uns.

Unser qualifiziertes und erfahrenes Team fotografiert und bearbeitet Ihre Bilder professionell und effizient. Ob Produkte, Technik, Möbel, Architektur, People und 360°-Fotografie, entdecken Sie unser großes Fotografie-Portfolio!



Grafikteam Werbeagentur GmbH
Scheerbünd 3
77654 Offenburg

Telefon +49 781 9666-100
info@grafikteam.de
www.grafikteam.de

GRAFIKTEAM
WERBEAGENTUR

Fragebogen: Ulrike Langbein, Geschäftsführerin des Kuratoriums Augustinermuseum Freiburg e.V.



Wie heißen Sie mit vollem Namen?
Ulrike Langbein

Wie lange üben Sie Ihre Tätigkeit schon aus?
Geschäftsführerin des Kuratoriums Augustinermuseum Freiburg e.V. bin ich seit Anfang 2009. Als Uni-Dozentin arbeite ich seit 2001 – erst in München und seit 2003 in Basel.

Wahlheimat oder Freiburger „Bobbele“?
Der Arbeitsmarkt hat mich hier platziert. 2003 waren die Einreisebestimmungen in die Schweiz noch anders, so dass wir als Familie nach Freiburg gezogen sind, damit ich in Basel arbeiten konnte.

Mein Lieblingsort in der Region ist...
Das Rheinufer an der Mittleren Brücke in Basel.

Südbaden bedeutet für mich ...
Grenzgängerei zwischen D und CH.

Mein Desktop-Hintergrundbild zeigt...
Die Werkzeuge, die gerade in Benutzung sind.

Den Kopf frei bekomme ich mit ...
Laufen, Natur

Mein Leibgericht:
Thüringer Klöße und Rindsrouladen

Meine erste Platte/ CD/ Kassette?
Peter und der Wolf, das musikalische Märchen von Sergei Prokofjew.

Das fehlt nie in meinem Gepäck:
Schlüssel, Ausweis und Grenzgängerbewilligung

Mein Lieblingsziel außerhalb der Region?
Leipzig, vor allem die Galerien und Ateliers auf dem Gelände der alten Spinnerei.

Angst macht mir...
Wenn Freiheit und Demokratie attackiert werden, aber es weckt auch meinen Widerstand.

Hoffnung macht mir...
Dass es – hoffentlich – vielen so geht.

Mein Lebensmotto ist...
Ich halte es da mit Theodor Adornos Schrift „Ohne Leitbild“.