

JOURNAL

Vattenfall baut 2500 Stellen ab

BERLIN. Der Energiekonzern Vattenfall will 2500 Arbeitsplätze bis Ende 2014 streichen, davon 1500 in Deutschland. Das kündigte das Unternehmen gestern in Berlin an. Vattenfall verschärft damit seinen Sparkurs. Die Kosten sollen in diesem und im nächsten Jahr um insgesamt 540 Millionen Euro gesenkt werden. 360 Millionen davon sollen 2013 realisiert werden, die anderen 180 Millionen Euro im Jahr 2014. *dpa*

Hymmer plant Abschied von Börse

BAD WALDSEE. Der Wohnmobilerhersteller Hymmer will sich von der Börse zurückziehen. Bei der Hauptversammlung im April solle ein Squeeze Out beschlossen werden, teilte das Unternehmen aus Bad Waldsee (Kreis Ravensburg) gestern mit. Die Barabfindung für die Übertragung der Aktien der Minderheitsaktionäre auf die Erwin Hymmer Vermögensverwaltungs AG (EHVV) als Hauptaktionärin sei auf 56,82 Euro je Aktie festgelegt worden. Derzeit hält die EHVV 98,2 Prozent der Aktien von Hymmer. Nach eigenen Angaben ist das Unternehmen seit 1990 an der Börse. *IsW*

Henkel geht auf Einkaufstour

DÜSSELDORF. Henkel geht nach Rekorden bei Umsatz, Ergebnis, Ertragskraft und Dividende weltweit auf Firmenjagd: Der Klebstoff- und Waschmittelriese hält mit einem Finanzierungsspielraum von mehr als drei Milliarden Euro Ausschau nach Übernahmekandidaten. Der Gewinn stieg unter dem Strich um fast ein Drittel auf mehr als 1,5 Milliarden Euro. Der Umsatz legte 2012 um fast sechs Prozent auf den neuen Höchststand von 16,5 Milliarden Euro zu. *dpa*

ZAHLE DES TAGES

36

Prozent aller Reisen buchen die Bundesbürger inzwischen ganz oder zumindest teilweise im Internet. Im Touristikjahr 2011/2012 stiegen die Online-Buchungen um gut ein Fünftel, wie das Nürnberger Marktforschungsunternehmen GfK auf der Tourismusbörse ITB in Berlin mitteilte. *dpa*

Wende an der Strompreis-Front

DÜSSELDORF. Das Oberlandesgericht (OLG) Düsseldorf hat die Befreiung großer industrieller Stromverbraucher von den Netzkosten gekippt. Die Verordnungsregelung zur Befreiung stromintensiver Unternehmen sei nichtig, erklärte das OLG gestern und hob die entsprechenden Ausführungsbestimmungen der Bundesnetzagentur auf. Der Beschluss ist nicht rechtskräftig. Der Bundestag hatte 2011 in einer Verordnung beschlossen, dass stromintensive Unternehmen von den Netzentgelten befreit werden können. Dafür bietet das Energiewirtschaftsgesetz aber keine ausreichende gesetzliche Grundlage, befanden die Richter. Fünf große und kleine Netzbetreiber hatten vor dem OLG gegen die von der Bundesnetzagentur erlassenen Bestimmungen Beschwerde eingelegt. *dpa*



Fertigungsleiter Tim Müller, Glashütte-Geschäftsführer Günter Wiegand und Kurt Müller, der frühere Inhaber, in der neuen Zifferblattmanufaktur (von links).



Zifferblätter sind das Gesicht einer Uhr. Bis zu 30 Arbeitsschritte sind nötig, um zu glänzenden Ergebnissen zu kommen.



Qualitätskontrolle und viel Handarbeit sind erforderlich, um hochwertige Zifferblätter zu fertigen (von links): Jennifer Böhnler, Produktionsleiter Tim Müller und Anja van der Linde. FOTOS: SEIBEL

Zifferblätter für Luxus-Uhren

- Pforzheimer Manufaktur wächst unter dem Dach von Glashütte Original.
- Swatch Group investiert 7,5 Millionen Euro in der Goldstadt.

LOTHAR H. NEFF | PFORZHEIM

te Original war gestern eigens aus Sachsen angereist, um die nagelneue Zifferblattmanufaktur an der Stuttgarter Straße 24 offiziell einzuweihen. 7,5 Millionen Euro wurden dafür in den Umbau des ehemaligen Steudle-Gebäudes und einen modernen Maschinenpark für die Zifferblatt-Herstellung investiert. Dennoch geschieht noch vieles in Handarbeit.

Glashütte Original fertigt rund 10 000 Luxus-Uhren im Jahr. Die Nachfrage ist aber weit aus größer. Bald sollen 20 000 Zeitmesser produziert werden. „Der Weltmarkt schreit nach Uhren aus Glashütte“, sagte Geschäftsführer Günter Wiegand gestern im Gespräch mit der PZ.

Deshalb investiert die sächsische Nobeluhren-Manufaktur, die zur Schweizer Swatch Group gehört, 35 Millionen Euro in den Ausbau ihrer Kapazitäten am Stammsitz Glashütte und in Goldstadt. Der Chef von Glashütte

Integration geglückt Die Türen in der Glashütte-Niederlassung sind in hellblau gehalten, den Farben des sächsischen Uhrenherstellers. „Zur Weihnachtsfeier haben wir alle Pforzheimer Mitarbeiter nach Glashütte eingeladen, damit man sich auch mal persönlich kennenlernt“, erzählt Wiegand. Seit einigen Jahren gehört die frühere Pforzheimer Zifferblattfabrik Th. Müller zum Schweizer Uhren-Konzern und firmiert inzwischen als Niederlassung von Glashütte Original. „Unter dem Dach der Swatch Group wurde damit nicht nur der



Gordana Berisha in der Fertigung.

Hoher Anspruch

Glashütte Original ist stolz auf das Prädikat Uhrenmanufaktur. Tatsächlich erfolgen 95 Prozent der Wertschöpfung bei der Herstellung der hochpräzisen mechanischen Uhrwerke in der sächsischen Kleinstadt. Die glänzenden Zifferblätter kommen aber nach wie vor aus der Goldstadt. Neben Kreativität und höchster Genauigkeit sind im Herstellungsprozess, der bis zu 30 Arbeitsschritte umfasst, größte Sorgfalt und allerhand Erfahrung nötig. *ne*

„Der Weltmarkt schreit nach Uhren aus dem sächsischen Glashütte.“

Günter Wiegand, Geschäftsführer von Glashütte Original

Erhalt der 90 Jahre alten Fertigungstradition am Standort Pforzheim gesichert, sondern wird weiter ausgebaut“, freut

sich der frühere Firmeninhaber Kurt Müller, der bis zum Jahreswechsel noch in der Geschäftsleitung der Zifferblattmanufaktur

tätig war. Auch die Zahl der 48 Mitarbeiter soll sich in den kommenden Jahren verdoppeln, ergänzte Wiegand. Fünf zusätzliche Lehrlinge werden im September eingestellt.

Kompetenz bleibt in Pforzheim

„Eine Wissenschaft für sich. Zweifellos ist die Herstellung von Zifferblättern eine der schwierigsten Aufgaben bei der Fertigung hochwertiger Uhren. Deshalb wurde diese Kernkompetenz in Pforzheim belassen“, betonte Wiegand, der seit 1967 in Glashütte tätig ist – damals noch in DDR-Zeiten als Werkzeugmacher in der Uhrteile-Produktion für den volkseigenen Glashütter-Uhrenbetrieb (GUB). Die Firma Th. Müller aus der damaligen Uhrenmetropole Pforzheim zählte zu den Lieferanten. „Seit 1953 lieferten wir Zifferblätter nach Glashütte“, ergänzt Müller. Nach der politischen Wende in der DDR erinnerten sich die neuen Verantwortlichen bei Glashütte Original an ihren Pforzheimer Geschäftspartner – für beide Seiten ein glänzendes Geschäft.

„Jetzt Stimmkarten ausfüllen“

PZ-INTERVIEW mit Michael Hollfelder, PZ-Anzeigenleiter und Motor der Aktion „Goldstadt Service-Check“

DAS GESPRÄCH FÜHRTE WALTER KINDLEIN



PZ: Was war für Sie der Beweggrund für die große angelegte Aktion Goldstadt Service-Check?

Michael Hollfelder: Der Beweggrund war, Unternehmen der Region die Möglichkeit zu bieten, ihren Service zu bewerten und im Fall der Fälle zu optimieren. Mit dieser Initiative möchten wir auch unseren treuen Anzeigenkunden ein Stück weit entgegenkommen und uns für die oft jahrelange Treue bedanken. Für viele Kunden ist eine eigene Umfrage zu umfangreich und oft auch zu kostenintensiv.

Wie sind Sie mit dem bisherigen Verlauf seit der Auftaktveranstaltung Ende Januar zufrieden?

Wir sind sehr zufrieden. Insgesamt nehmen 90 Unternehmen aus der Region am Service-Check teil. Das zeigt das große Interesse.

Bilden die teilnehmenden Firmen einen repräsentativen Querschnitt lokaler Unternehmen?

Wir haben einen guten und repräsentativen Querschnitt, denn wir haben einen bunten Branchenmix. Mit einem guten Service können Händler und Handwerker natürlich gleichermaßen punkten.

Was können sich die teilnehmenden Betriebe von der Aktion erhoffen?

Zunächst bekommen die teilnehmenden Unternehmen mit dem Service-Check ein ungetrübtes und ehrliches Spiegelbild, wie denn der Kunde den Service des jeweiligen Unternehmens sieht. Und die Kundensicht ist der wichtige Faktor, um zu entscheiden, in welchen Bereichen das Unternehmen den Service optimieren sollte. Und dann kann sich der Unternehmer letztendlich auch mehr Umsatz erhoffen und die Stammkundschaft weiter ausbauen.

Wie wichtig ist guter Service im täglichen Geschäft?

Ich persönlich glaube, dass ein guter Service am sogenannten Point of Sale einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil gegenüber dem Online-Verkauf (e-commerce) bedeutet. Beim Service spielen menschliche Faktoren wie Persönlichkeit und Professionalität eine wesentliche Rolle. Aber auch die Tugenden



PZ-Anzeigenleiter Michael Hollfelder

des ehrbaren Kaufmanns möchte ich hier anführen. Mit diesen positiven Faktoren können ein virtueller Marktplatz und der rein elektronisch funktionierende Handel nicht punkten. Noch bis 24. März können Kunden in den teilnehmenden Geschäften abstimmen.

Wie sieht die Resonanz bisher aus. Können sie da schon etwas sagen?

Die Resonanz ist bei fast allen Unternehmen gut bis sehr gut. Das hängt natürlich stark davon ab, wie ernst der Service-Check von den einzelnen Unternehmen umgesetzt wird und wie gut die Unternehmer auch die Mitarbeiter angewiesen haben, proaktiv auf die Kunden zuzugehen.

Am morgigen Freitag erscheint der Sonderdruck mit den Portraits der teilnehmenden Betriebe. Was können sich die Leser davon erhoffen?

Die Leser können sich über die unterschiedlichen Angebote der Kunden informieren. Und sie können sehen, welche Unternehmen besonderen Wert auf Service legen. Den Termin des Sonderdrucks haben wir bewusst in die Mitte der Votingaktion gelegt, um unsere Leser noch mal zu ermuntern: Jetzt Stimmkarte ausfüllen.