

## Honold investiert Millionen

**Neu-Ulm/Augsburg** Die international tätige Honold Logistik Gruppe mit Sitz in Neu-Ulm und Augsburg will im laufenden Jahr den Standort Neu-Ulm stärken. In einem Neu-Ulmer Industriegebiet werde eine Millionensumme investiert, wie Heiner Matthias Honold, geschäftsführender Gesellschafter, auf Nachfrage mitteilte. Näheres wollte Honold mit Verweis auf laufende Verhandlungen nicht mitteilen.

Im Krisenjahr 2009 verzeichnete Honold einen Umsatzrückgang von etwa sieben Prozent. Die gute Nachricht: Honold schreibt in allen Geschäftsbereichen deutliche schwarze Zahlen. „Angesichts der Wirtschaftskrise können wir mit diesem Ergebnis zufrieden sein“, so Heiner Matthias Honold. „Wir haben zusätzlich in Personen und Technik investiert und seit Ende 2008 eine strikte Kostenkontrolle eingeführt. Wir gehen aus der Krise deutlich stärker hervor als hinein.“

Ohne Entlassungen ging dies aber nicht. Die Zahl der Mitarbeiter wurde von 1295 Personen auf 1137 Personen gesenkt. Allerdings betraf dies nicht den Standort Neu-Ulm. Hier sei sogar Personal aufgebaut worden, nicht zuletzt durch die Übernahme der Müller Logistik mit 150 Mitarbeitern. Der Rückgang hat vor allem die Standorte in Ost-Bayern und in der Slowakei betroffen. Zudem wurde, bedingt durch den Einbruch in der Automobilindustrie, in verschiedenen Bereichen Kurzarbeit eingeführt, die Anfang 2010 beendet werden konnte. (heo)

## Nur zahlen, was es wirklich wert ist

**Neu-Ulm** Fünf Monate nach Eröffnung des neuen Hotels Orange in der Dieselstraße stößt jetzt ein Restaurant dazu. Am Samstag eröffnet das „Orange Restaurant“. Wie berichtet, investierte Arex nach eigenen Angaben 4,5 bis fünf Millionen Euro.

Zur Eröffnung haben sich die Macher Harald Gloning und Karin Seiler etwas Besonderes ausgedacht: Erstmals in Neu-Ulm können Restaurantgäste den Preis für ihr Essen selbst bestimmen. Im Orange Restaurant, das am Samstag, 3. April, Eröffnung feiert, heißt es den ganzen April über „Zahlen Sie, was es Ihnen wert ist“.

Nach dem Essen wird den Restaurantbesuchern nur eine Rechnung für die Getränke vorgelegt – entsprechend der Getränkekarte. Den Preis für die verzehrten Speisen bestimmen die Gäste dann nach ihrer persönlichen Einschätzung. (heo)



Das „Familien-Team“ im Autohaus: Klaus Wuchener, Bernd Wuchener, Karl-Heinz Brosig und Susanne Brosig-Wuchener (von links). Foto: Brücken

## Mit Vollgas weiter auch nach der Abwrackprämie

**Autohandel** Wie zwei der wenigen großen familienbetriebenen Autohäuser sich für die Zukunft gewappnet sehen

VON OLIVER HELMSTÄDTER

**Neu-Ulm/Ulm** Katzenjammer in der Autobranche nach dem Jubeljahr mit Abwrackprämie? Nicht unbedingt, zumindest nicht bei zwei der größten, immer noch inhabergeführten Autohäusern in der Region: Wuchener und Hanser & Leiber. „Wir verkaufen jeden Tag zehn bis 15 Autos, alte und neue“, sagt Klaus Wuchener. 2000 Neuwagen waren es 2009. Und auch das noch recht junge Jahr startete vielversprechend. „Es läuft hervorragend.“ Und auch Ulrich Hanser ist zufrieden. Der vielfach befürchtete große Einbruch nach der Abwrackprämie sei nicht eingetreten.

Klar ist dennoch für die zwei Führungskräfte der traditionsreichen Autohäuser: Die staatlich finanzierte Abwrackprämie sorgte für kräftigen Umsatz. 40 Prozent mehr Fahrzeuge der Marken Nissan, Renault und Dacia lieferte Wuchener aus. Was allerdings nicht bedeute, dass 40 Prozent mehr Geld in den Kassen des „Grünen Autohauses“ (Eigenwerbung) landete. Die Rendite sei durch Rabattaktionen und hohe Preistransparenz durch bundesweiten Wettbewerb über das Internet abgeschmolzen. Die „Bruttomarge“, also die Summe, die vom Umsatz übrig bleibe, liege etwa bei Fahrzeugen wie einem Dacia für 6990 Euro bei unter vier Prozent. 50 Prozent mehr Neufahrzeuge als in

einem normalen Jahr lieferte das Opel-Autohaus Hanser & Leiber aus. Ganze 1600 Stück waren das im vergangenen Jahr laut Seniorchef Ulrich Hanser. Doch auch bei Opel werde „die Rendite nicht größer“.

Für Hanser & Leiber war das vergangene Jahr auch aus einem anderen Grund ein ganz besonderes. Durch die Insolvenz des Mutterkonzerns General Motors und die gescheiterte Übernahme von Magna mussten „Opelner“ sehr leistungsfähig sein. Doch die Kunden wendeten sich zur Freude der Vertragshändler nicht von Opel ab. 60 Prozent der in Zahlung genommenen Fahrzeuge seien Fremdfabrikate gewesen, sagt Ulrich Hanser. Somit sei es trotz der Turbulenzen gelungen, neue Kunden für Opel zu gewinnen.

### Große Konzerne in der Hauptrolle

Während der Automobilhandel in Deutschland immer stärker von großen Handelsgruppen bestimmt wird, bilden die Autohäuser Wuchener und Hanser & Leiber noch Bastionen der Familienunternehmen. Die Marktmacht in der Region haben vor allem große Konzerne inne. Beispiele: Das Autohaus Held & Ströhle (VW Group) mit 300 Mitarbeitern und sieben Betrieben in Ulm, Neu-Ulm und Senden, etwa gehört seit Beginn des Jahres Volkswagen. Davor hatte Branchenriesen Mahag das Sagen. Jährlich 20000 Neufahrzeuge pro Jahr verkauft

Held & Ströhle an seinen sieben Betrieben in Ulm, Neu-Ulm und Senden. Und das Ulmer BMW-Autohaus Reischer mit seiner nagelneuen Filiale in Ulm gehört zur amerikanischen United Auto Group (UAG), die Teil des US-Autohandelsriesen Penske ist.

In den inhabergeführten Autohäusern herrscht freilich Klarheit darüber, dass man mit dieser Geschäftspolitik zunehmend zu den Exoten gehört. Seit 1968 verkauft und wartet die Familie Wuchener Autos in der Region, die Familie Hanser gar schon seit 1927. Über die Jahre wurde gut gewirtschaftet in beiden Familienfirmen, sodass eine starke Kapitaldecke auch über schwächere Zeiten hinweghelfen könnte. Bei fremdfinanzierten Autohäusern ist das nicht immer so.

„Die Hersteller sind froh, uns zu haben“, sagt Klaus Wuchener. Natürlich nur, solange die Verkaufszahlen stimmen. Und in dieser Frage hätte das familiäre Geschäftsmodell durchaus Vorteile zur Variante der Großkonzerne. „Wir sind viel flexibler“, sagt Susanne Brosig-Wuchener, die Schwester von Verkaufschef Klaus Wuchener. Ruck zuck könnten so etwa Werbekampagnen auf die Beine gestellt werden. In Zeiten kleinerer Renditen pro verkauftem Neufahrzeug komme dem „After Sales Service“, also der Betreuung von Kunden, zunehmende Bedeutung zu.

## Hoffnung auf den V-Effekt

Wirtschaft DIHK-Chefvolkswirt verbreitet bei Konjunkturgespräch Optimismus

**Ulm** In ein tiefes Tal ist die deutsche Wirtschaft Ende 2008 gestürzt – geht es jetzt bald wieder steil nach oben? Dr. Volker Treier, Chefvolkswirt des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK), verbreitete als Gastredner beim jährlichen Konjunkturgespräch bei der IHK Ulm Optimismus: Die Wachstumskurve werde nach den Krisenmonaten, so seine Einschätzung, weiter nach oben zeigen – wie bei einem V.

Dr. Peter Kulitz, Präsident der IHK, hatte zuvor die Unsicherheit der Mitglieder über die Entwicklung in den kommenden Monaten angesprochen. Der aus dem Taubertal stammende Treier verbreitete schnell Hoffnung. Kurzfristig seien die Aussichten gut – langfristig gebe es aber noch Fragezeichen. Insgesamt hätten Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gut auf die Krise reagiert. Für das laufende Jahr halte der DIHK ein Wachstum von 2,3 Prozent für möglich. Doch er verschwiege die Probleme nicht: So hätten

gerade Unternehmen, die auf Forschung und Entwicklung setzen, Finanzierungsprobleme. Zudem komme es erfahrungsgemäß im Aufschwung zu mehr Insolvenzen. „Da sind wir in Hab-Acht-Stellung“, so Treier.

Nach der Einschätzung des Ökonomen stehe dem Arbeitsmarkt kein brutaler Einbruch bevor: Am deutschen Jobwunder, das auch im Ausland bewundert werde, sei nicht nur die Kurzarbeit schuld. Ein Risiko bestehe durch die staatliche Verschuldung in Europa. Treier lobte dabei ausdrücklich Angela Merkels harte Linie in der Griechenland-Frage. In den kommenden Jahren müsse auch die Bundesregierung konsequent auf Schuldenabbau setzen – dazu müsse auch die Wirtschaft ihren Beitrag leisten.

Eine maßvolle Regulierung der Banken hält Treier für sinnvoll, dabei dürfe aber nicht vergessen werden, dass US-Immobilienkredite die Krise ausgelöst hätten und nicht der deutsche Mittelstand. (mgo)

## Handwerker setzen auf den Aufschwung

Konjunktur Quartalsbericht macht Hoffnung

**Ulm** Die positiven Konjunktursignale mehren sich: Steigende Auftragsgänge in der Industrie, eine bessere Stimmung im Mittelstand und ein weiterhin stabiler Arbeitsmarkt machen laut Quartalsbericht der Handwerkskammer Hoffnung, dass die Rezession überwunden ist und die Wirtschaftsleistung Deutschlands im laufenden Jahr wieder wächst.

Die Auftragsreservierungen der Handwerksbetriebe aus dem Kammerbezirk Ulm deuten auf ein erfolgreiches Quartal hin. Gut die Hälfte der Befragten (51,6 Prozent) rechnet mit einem Anstieg der Auf-

tragseingänge. Lediglich 6,9 Prozent der Handwerker aus der Region sind pessimistisch und erwarten Rückgänge. An der eher niedrigen Kapazitätsauslastung der Handwerksbetriebe aus der Handwerkskammer Ulm sind die Folgen der Krise noch abzulesen. Bei 41 Prozent der Handwerker sind die verfügbaren Kapazitäten zu höchstens 60 Prozent ausgelastet. Nur eine Minderheit von 1,4 Prozent der Handwerksbetriebe hatte im ersten Quartal 2010 unter Vollausslastung der Kapazitäten gefahren. Der Beschäftigtenrückgang im Handwerk ist voraussichtlich gestoppt. (az)

## Pflegespezialist mit Gewinn

Bilanz II Der Blick geht nach Europa

**Ulm** Der Pflegeproduktspezialist Paul Hartmann hat seinen Gewinn im vergangenen Geschäftsjahr mehr als verdoppelt. Das Konzernergebnis legte durch Übernahmen und ein Sparprogramm von 25,7 Millionen Euro auf 58,6 Millionen Euro zu, wie Vorstandschef Rinaldo Riguzzi sagte. Auch im laufenden Geschäftsjahr setzt das Unternehmen auf Wachstum. Der Umsatz kletterte 2009 auch dank stärkerer Nachfrage

nach Desinfektionsmitteln wegen der Neuen Grippe von 1,4 Milliarden Euro auf 1,6 Milliarden Euro. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern stieg von 51,6 Millionen Euro auf 96,3 Millionen Euro. Ausblick: Die Paul Hartmann AG will künftig auch Märkte außerhalb Europas verstärkt in den Blick nehmen. In Russland wächst das Unternehmen seit fünf Jahren um etwa 30 Prozent pro Jahr. (dpa)

## Größe macht stark

Energie Händler aus Babenhausen, Leutkirch, Mindelheim und Memmingen fusionieren

VON EVA BÜCHELE

**Babenhausen** Aus vier kleinen Unternehmen wird ein großes: Aus Thalhofer Mineralöle (Babenhausen), Bader-Wiest (Mindelheim), Wiest Mineralöl (Memmingen) und Jehle & Zorn (Leutkirch) wird der Energiehandel Süd. Weil jeder der vier Shell-Händler für sich ein Einzugsgebiet von rund 30 Kilometern Umkreis hatte, bedient die derzeit entstehende GmbH & Co. KG nun Kunden vom Bodensee bis Günzburg.

Durch die Verschmelzung der vier Firmen bedient das neue Unternehmen laut Geschäftsführer Hans-Jürgen Thalhofer nun rund 30000 Stammkunden. Thalhofer führt in Zukunft gemeinsam mit Berthold Jehle den Energiehandel von den Standorten Babenhausen und Leutkirch aus. In Babenhausen wurde dafür extra ein neues Verwaltungsgebäude mit Büroräumen errichtet. In Mindelheim und Memmingen sind aber weiterhin Tankwagen sta-

tioniert. „Für unsere Kunden ändert sich nichts“, betont Thalhofer. Personal und Ansprechpartner sind geblieben, denn alle 30 Mitarbeiter der vier Händler konnten in das neue Unternehmen übernommen werden.

### Kleinere Shell-Händler haben schlechte Perspektiven

Mit der Verschmelzung wollen sich die Firmen die Zusammenarbeit mit der großen Marke „Shell“ auch für die Zukunft sichern. Für kleinere Shell-Händler sieht Thalhofer schwarz: „Im Jahr 2000 gab es in Deutschland noch rund 260 Shell-Händler; mittlerweile sind es nur noch 60.“

Doch mit einer großen Marke zusammenzuarbeiten, bringe für einen Energiehändler einige Vorteile mit sich. Zum einen könne man so dem Kunden Markenware bieten. „Shell investiert viel in Forschung und Entwicklung“, sagt Thalhofer. Zum anderen initiiere Shell Marketingaktionen, die ein kleiner Händler allein

nicht durchführen könnte. Mit der neu gewonnenen Größe will sich der Energiehandel Süd nun besser behaupten. „Größe macht stark“, bringt es Thalhofer auf den Punkt. So benötige ein Unternehmen weniger Verwaltungsaufwand als vier, der Fuhrpark könne optimal ausgelastet werden und auch das Personal könne spezifischer eingesetzt werden. „So können wir in Zukunft unseren Kunden noch besser bedienen, weil wir flexibler sind“, ist sich Thalhofer sicher.

### Größerer Fuhrpark bringt größere Bandbreite

Mit einem größeren Fuhrpark sei es auch leichter, eine größere Bandbreite an Produkten anzubieten. „Die meisten unserer Produkte müssen sortenrein transportiert werden“, schildert Thalhofer. Je weniger Lkw, desto größer sei der logistische Aufwand, weil dann häufiger Tankwagen gespült werden müssten. „Derzeit bieten wir zum Beispiel vier Sorten Heizöle“, be-



Die Firma Thalhofer hat angebaut (links). Schließlich wird von hier in Zukunft der Energiehandel Süd geleitet. Fotos: evb



Thalhofer hat sich mit drei weiteren Unternehmen zusammengeschlossen.

### Energiehandel Süd

Der Energiehandel Süd ist entstanden durch eine Verschmelzung der Firmen Thalhofer Mineralöle, Bader-Wiest, Jehle & Zorn und Wiest Mineralöl. Bei dem neuen Unternehmen handelt es sich um eine GmbH & Co. KG. Die Verwaltung sitzt

in Babenhausen und Leutkirch. Eine GmbH & Co. KG ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung. Das heißt, das Unternehmen ist eine Personengesellschaft, bei der der haftende Gesellschafter keine natürliche Person ist, sondern eine GmbH.