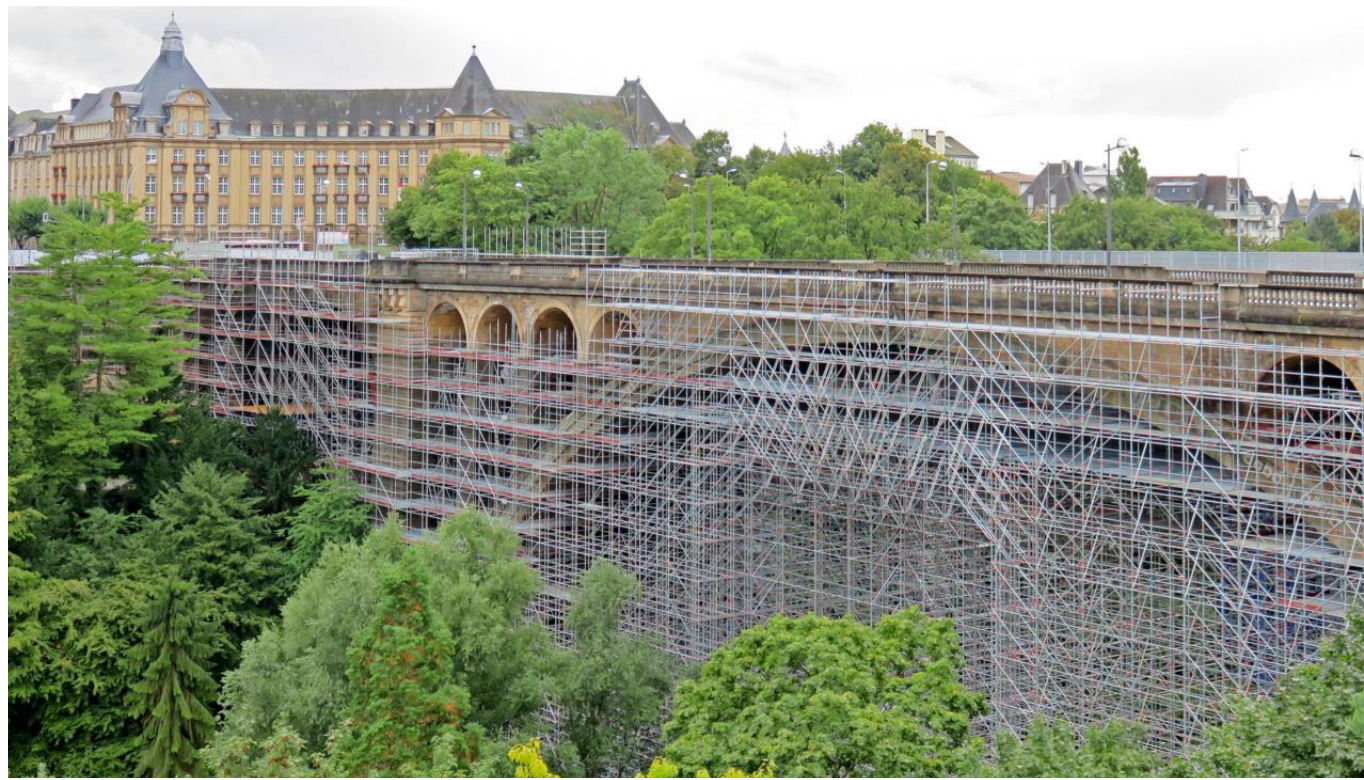


Layher in Luxemburg



Brücke im Gerüst Die Sanierung der Adolphe-Brücke in der Stadt Luxemburg erforderte ein an die Bauform angepasstes Arbeitsgerüst. Die Gerüstbauer vor Ort erhielten dazu nicht nur Unterstützung von Layher, sondern konnten mit den Systemgerüsten aus Güglingen-Eibensbach auch alle Anforderungen lösen. Dem mehr als 100 Jahre alten Wahrzeichen haben Risse, Feuchtigkeit und der Verkehr stark zugesetzt. Die Hauptbögen werden nun verstärkt, die Fahrbahn neu gebaut und verbreitert – immer gemäß den Unesco-Vorgaben, denn das Bauwerk zählt zum Weltkulturerbe.

ungen lösen. Dem mehr als 100 Jahre alten Wahrzeichen haben Risse, Feuchtigkeit und der Verkehr stark zugesetzt. Die Hauptbögen werden nun verstärkt, die Fahrbahn neu gebaut und verbreitert – immer gemäß den Unesco-Vorgaben, denn das Bauwerk zählt zum Weltkulturerbe.

Foto: Layher

Tipp

Heilbronner Gespräche

„Eiskalte Idee und die konsequente Nutzung neuer Marktchancen – am Unternehmensbeispiel Fresh Five Premiumfood GmbH“ ist das Thema der nächsten Heilbronner Gespräche zur Unternehmensführung an der Heilbronner German Graduate School of Management and Law (GGS). Am Donnerstag, 18. Juni, 18.30 Uhr, stellt Co-Gründer Lutz Haufe sein Unternehmen vor. Bei den Heilbronner Gesprächen zum Wirtschaftsrecht geht es am Donnerstag, 2. Juli, um neue Markenstrategien für China. Referentin ist um 18.30 Uhr Professorin Dr. Alexandra von Bismarck. red

@ **Infos und Anmeldung**
marlen.ernst@ggs.de

Transferpreis

Handwerksunternehmer und Wissenschaftler, die gemeinsam beispielhafte Projekte entwickelt haben, können sich noch bis zum 10. Juni um den Transferpreis Handwerk + Wissenschaft bewerben. Die Gewinnerteams erhalten Preisgelder in Höhe von insgesamt bis zu 25000 Euro. Die Projekte sollen zeigen, wie Wissenstransfer zwischen Handwerk und Forschung beispielhaft gelingen kann. Außerdem müssen erste Erfolge am Markt vorliegen. Infos bei Uwe Schopf, Handwerkskammer Heilbronn-Franken, Telefon 07131 791-175, E-Mail uwe.schopf@hwk-heilbronn.de red

@ **Anmeldung**
www.seifriz-preis.de

Gründerwettbewerb

Gründungsinteressierte und junge Start-ups aus der IKT-Branche können sich bis zum 31. Mai beim Gründerwettbewerb IKT Innovativ um Geldpreise und exklusive Coachingangebote bewerben. Das Bundeswirtschaftsministerium lobt die Auszeichnung für Jungunternehmer aus, deren Entwicklungen auf Informations- und Kommunikationstechnologien basieren und Impulse für den digitalen Wandel geben. Dabei werden bis zu sechs Hauptpreise im Wert von je 30000 Euro und bis zu 15 weitere Preise im Wert von je 6000 Euro vergeben. Bei bereits bestehenden Unternehmen darf die Unternehmensgründung zum Zeitpunkt der Bewerbung nicht länger als vier Monate zurückliegen. red

@ **Infos und Anmeldung**
www.gruenderwettbewerb.de



Editorial

Von Heiko Fritze

Die Vorlieben verändern sich

Verdursten muss in unserer Region niemand. Egal ob Sprudel, Bier oder Saft, ob Wein, Schnaps oder Milch: Alles wird von Unternehmen in Heilbronn-Franken hergestellt. Und die Bandbreite ist groß – sie reicht vom kleinen bäuerlichen Betrieb oder Craft Beer -Brauer bis zu Konzernen wie Friesland-Campina. In der Regel prägt freilich der Mittelstand die regionale Getränkebranche.

Und das ist auch gut so. Schließlich stellen Konsumforscher immer stärker fest, dass die Verbraucher sich regionalen Produkten zuwenden. „Bier von hier“ ist kein plumper Slogan mehr, sondern ein Bekenntnis zu Heimat und Individualität. Schon seit langem haben bei Mineralwasser die heimischen Abfüller einen festen Platz in den hiesigen Marktregalen, ebenso die Safterzeuger. Und beim Wein lassen die Einheimischen ohnehin nichts über ihre Wengerter und WGs und ihre Leib- und Magen-Sorten Trollinger und Lemberger kommen.

Freilich ändern sich die Trinkgewohnheiten. Die deutschen Brauer jubeln schon, wenn es ihnen wie im vergangenen Jahr gelingt, einmal nicht weniger Bier als im Vorjahr zu verkaufen. Das Lieblingsgetränk der Deutschen ist eben längst nicht mehr Gerstensaft, sondern Kaffee, gefolgt von Mineralwasser. Hier spiegeln sich das gestiegene Gesundheitsbewusstsein und die Fitnesswelle wider, aber auch strengere Gesetze im Straßenverkehr und Berufsleben. Zudem sorgen Trends dafür, dass manche Getränke einen Aufschwung erleben, aber ebenso schnell wieder in der Versenkung verschwinden können. So war es mit Bubble Tea, so ist es mit Hugo oder Aperol Spritz. Energy Drinks sind plötzlich wieder angesagt, nachdem sie mit der Techno-Welle zur Jahrtausendwende zunächst an Bedeutung verloren hatten.

Und es wird weiter experimentiert. Manch ein Kellermeister tüftelt an alkoholfreiem Wein. Craft Beer-Brauer verstoßen schon mal gegen das deutsche Reinheitsgebot, um besondere Geschmacks-erlebnisse zu kreieren. Und längst haben die größeren Brauereien auch Fassbrauerei im Sortiment. Vor allem für die Erzeuger, die Supermärkte beliefern, wäre es einfach fatal, sich auf dem Althergebrachten auszuruhen. Das Beispiel der vielen Hausbrauer zeigt ja, dass der Mut zu Neuem da ist. Selbst bei so etwas Traditionellem wie Bier.

Firmen von A bis Z

Aqua Römer 17	Friesland-Campina 1, 12, 17	Lidl 12
Arnold 6	G.A. Kiesel 18	Molkerei Schrozberg 1, 9, 17
Aue-Verlag 20	Gartenfrisch Jung 7	MPDV 13
Audi 1, 5, 6, 18	Goldochsen 1	Müller-Lila 14
Badewelt Sinsheim 14	Groninger 7	Naturata 9
Bäuerliche Erzeugergemeinschaft	Grünfelder Ölmühle 9	Naturella 12
Schwäbisch Hall 7, 9	Gunkel 16	Optima 14
Beil 17	Haller Löwenbräu 1, 13, 16	Palmbräu 1, 11, 16, 17
Bera 5, 13	Häberlen 1, 16	Portolan 11
Biberacher Mineralbrunnen 17	Häffner 1, 16	Recaro Aircraft Seating 8, 11
Bockmeyer 18	Handelskontor AG 5	Refresco 12
Börsig 19	Herbsthäuser 1, 16	Rolf Willy 18
Bosch 4	Hohenloher Fruchtsäfte 16	Schreiber-Bogen 20
Citrus 19	Hohenloher Molkerei 1, 16, 17	Schunk 1, 4
Deutsche Bank 15	Huober-Brezel 9	Spielberger KG 9
Dieffenbacher 1	Iveco-Bank 5	Stettenfels Immobilien 15
Dietz 1	Kaco New Energy 7, 16	Teusser 13, 16
Distelhäuser 1, 16	Kern Klavierbau 3	Thyssen-Krupp System Engineering 1
Dorfkäserei Geifertshofen 9	KPMG 4	Weinig AG 7
Edeka Ueltzhöfer 10	Kober, Mark 13	Wildbadquelle 13, 16
Eico 17	Kreissparkasse Heilbronn 5	Winkels 14, 17
Engelbräu 1, 16	Kronenbrauerei Halter 1, 16	Wüteraria 17
Ferchau 2, 16	Kruck + Partner 16	Ziehl-Abegg 17
Franken-Bräu 11, 16	Kumpf 16	
Franz & Wach 5, 17	Läpple 1	
Fresh Five Premium Foods 17	Layher 2, 11	
	Leonhard Weiss 5	

Der Geschäftstermin in Frankreich

Warum man mit Hunger nach Paris reisen sollte und dort nicht nur der Chef die Meetings leitet

Gastautor

Von Johannes Klemeyer



Finden Sie auch, dass die französische Küche besonders gut schmeckt? Dann können Sie sich darauf freuen, bei Geschäftsterminen in Frankreich dieses positiv belegte Klischee bestätigt zu bekommen. Allerdings sollte man dabei nicht allzu sehr entspannen – und auch ansonsten gibt es bei einem geschäftlichen Treffen mit Franzosen einiges zu beachten.

■ **Begrüßung und Vorstellung** Sich persönlich per Handschlag zu begrüßen, gehört in Frankreich auch dann zum guten Ton, wenn Sie sich zu einem Meeting verspäten. Machen Sie also in jedem Fall die Runde und geben Sie jedem der Anwesenden die Hand.

■ **Austausch von Visitenkarten** Während in Deutschland die Visitenkarten häufig zu Beginn eines ersten Treffens

ausgetauscht werden, geschieht dies bei Franzosen erst im Laufe des Gesprächs oder nach dem offiziellen Teil. Orientieren Sie sich also am besten daran, was Ihr Gegenüber macht, und suchen Sie beim Austausch der Karten den Blickkontakt, anstatt betont interessiert auf die Kontaktdaten zu schauen.

■ **Beginn eines Meetings** Der richtige Zeitpunkt, um ein Meeting zu beginnen, hängt weniger von der Uhr als vom Bauchgefühl ab. Meist wird erst dann begonnen, wenn auch tatsächlich alle Schlüsselpersonen eingetroffen sind. Den Startschuss gibt allerdings nicht unbedingt der Chef, sondern der jeweilige Projektleiter beziehungsweise der Geschäftspartner, der eingeladen hat.

■ **Agenda** Die Tagesordnung bekommt zwar jeder Teilnehmer eines Treffens vorab zugesandt, jedoch muss das, was darauf nach Zeit und Themen geordnet ist, noch lange nicht so eingehalten werden. Häufig folgt die Reihenfolge der zu besprechenden Punkte eher einer Art in-

neren Logik. Es kann also sein, dass Punkt drei auf der Agenda plötzlich vorgezogen wird – hier sollte man sich nicht ärgern, sondern nachfragen, warum diese Änderung vorgenommen wird. Denn konstruktives und inhaltlich-kritisches Hinterfragen wird in Frankreich durchaus gerne gesehen.

■ **Protokoll** Die Mitschriften bei Geschäftsterminen in Frankreich sind deutlich ergebnisoffener gehalten, als dies in Deutschland der Fall ist. Schließlich können sich im Nachhinein Aspekte ergeben, die zum Zeitpunkt eines Treffens noch nicht bekannt waren. Das Protokoll ist in Frankreich also meist mehr eine Gedächtnisstütze und keine akribische Auflistung dessen, was passiert ist und weiterhin passieren soll.

■ **Die Sprache** Keine Sorge: Auch in Frankreich ist bei internationalen Meetings Englisch die Sprache der Wahl. Es kommt aber vor, dass Franzosen bei einer Diskussion in ihre Landessprache wech-

seln. Dies ist dann nicht als Ausdruck von Geringschätzung zu verstehen, vielmehr geht es dabei um Effizienz – es ist nun mal einfacher, sich in seiner eigenen Sprache zu unterhalten. Am besten fordert man seine Gesprächspartner in diesem Fall gezielt, aber bestimmt auf, doch bitte wieder Englisch zu sprechen, damit man sich an der Diskussion beteiligen könne.

■ **Geschäftssessen nach dem Meeting** Wie bereits angesprochen, darf ein gutes Essen nach einem Meeting in Frankreich auf keinen Fall fehlen. Doch seien Sie auch hierbei noch ganz Ohr, denn die meisten Franzosen nutzen diese angenehme Atmosphäre, um ein Fazit aus dem Meeting zu ziehen. Und manchmal kommt es sogar vor, dass der Chef oder der Projektleiter der Gegenseite Ihnen gerade beim Geschäftsessen die frohe Kunde übermittelt, dass er mit Ihnen und Ihrer Firma ins Geschäft kommen möchte. Und dann schmeckt es doch gleich noch mal viel besser.

Der Autor

Johannes Klemeyer ist Geschäftsführer der Crossculture Academy und beleuchtet in unseren Ausgaben verschiedene Themen der interkulturellen Kommunikation. Weitere Informationen: www.crossculture-academy.com



Der Eiffelturm lockt Geschäftsreisende nur am Rande. Und bei Firmenterminen lauern einige Fallstricke.

Foto: dpa

IMPRESSUM

WirtschaftsStimme

Wirtschaftszeitung für die Region Heilbronn-Franken

Die WirtschaftsStimme liegt der Heilbronner Stimme, Hohenloher Zeitung und Kraichgau Stimme bei.

Chefredaktion: Uwe Ralf Heer

Redaktionelle Koordination: Heiko Fritze

Redaktion: Heiko Fritze (frz), Jürgen Paul (jüp), Alexander Rülke (arü), Manfred Stockburger (mfd), Jürgen Strammer (jus), Isabell Voigt (ivo)

Tel. 07131 615-365
Fax 07131 615-373
E-Mail: redaktion@wirtschaftsstimme.de

Anzeigen: Martin Küfner (verantw.)
Tel. 07131 615-436
Fax 07131 615-384
E-Mail: anzeigen@stimme.de

Verlag und Druck:
HEILBRONNER STIMME GmbH & Co. KG
Allee 2, 74072 Heilbronn

Internet: www.wirtschaftsstimme.de

Ein Produkt der

