DAS REGIONALE MAGAZIN DER IHK WÜRZBURG-SCHWEINFURT

11.2026

www.wuerzburg.ihk.de

Wirtschaft IN MAINFRANKEN

IHK Würzburg-Schweinfurt Mainfranken



Die Zukunfts-macher

Wie Start-ups die Welt von morgen gestalten

Johannes (l.) und Nathanael Laier, WeSort.AI



Alles auf Lager.

DACHSER Contract Logistics

Systemkompetenz ist die Summe aller Teile: Mit einem flächendeckenden Transportnetzwerk, effizientem Warehousing, kundenspezifischen Value Added Services und einer maßgeschneiderten Projektberatung bietet DACHSER integrierte Lösungen für Ihre individuellen Anforderungen.

DACHSER SE • Logistikzentrum Würzburg
Industriepark 5 • 97273 Kürnach
Tel.: +49 9367 985 110 • Fax: +49 9367 985 119
dachser.kuernach@dachser.com • dachser.de



Caroline Trips
IHK-Präsidentin

Sicherheit ist ein wachsender Markt. Unternehmen aus Mainfranken können ihn bedienen.

Caroline Trips



Sicherheit und Resilienz müssen gestaltet werden

Wer heute über den Wandel in der Wirtschaft – das Schwerpunktthema dieser Ausgabe – spricht, der muss auch über Sicherheit sprechen. Denn inzwischen steht die Frage im Raum, wie belastbar das Fundament ist, auf dem unsere Wirtschaft steht.

Viele von Ihnen kennen es: Wir Unternehmer jonglieren mit mehr Bällen als je zuvor. Künstliche Intelligenz krempelt Prozesse um, hohe Energiepreise treiben die Ausgaben nach oben, und Lieferketten reißen, oft ohne Vorwarnung. Auch politische Entwicklungen in Deutschland könnten die Verlässlichkeit unseres Standorts gefährden. Wer derzeit auf verlässliche Rahmenbedingungen hofft, braucht starke Nerven. Der letzte Hitzesommer hat zudem gezeigt: Auch das Wetter gehört in den Risikokatalog.

Abhilfe ist möglich. Jedoch fallen Sicherheit und Resilienz nicht vom Himmel. Sie müssen aktiv gestaltet werden. Ich sehe dabei zwei Seiten einer Medaille.

Die eine Seite schützt: Abwehr von Cyberangriffen, Spionage und Sabotage. Eine verlässliche Energieversorgung, Vorsorge gegen Naturgefahren, ein Notfallplan, den die gesamte Belegschaft kennt. Das kostet Zeit und Geld, aber deutlich weniger, als es der Stillstand tun würde. Wer seine Werkshalle und seine Prozesse schützt, sichert Arbeitsplätze und Wertschöpfung.

Die zweite Seite eröffnet Chancen. Denn Sicherheit ist ein wachsender Markt. Unternehmen aus Mainfranken können ihn mit Sensorik und Antriebstechnik, Drohnen, Software, Forschung und auch Medizintechnik bedienen. Aus dem Schutzbedarf für Wirtschaft und Gesellschaft entstehen Produkte, Dienstleistungen und Aufträge. Manches Geschäftsmodell von morgen entsteht genau dort, wo heute noch ein Sicherheitsproblem existiert.

Transformation muss also weiter gedacht werden als noch vor zwölf oder 24 Monaten. Sie endet nicht bei der PV-Anlage mit Speicher und beginnt nicht mit KI. Sie umfasst alles, was unser Geschäft von morgen tragen soll. Eines ist klar: Es ist keine Strategie, auf Rückenwind aus Berlin zu warten. Die Zügel liegen in den Händen der Unternehmen – in unseren Händen. Mainfranken hat oft genug bewiesen, dass es damit umzugehen weiß. Packen wir es an!

Ihre
Caroline Trips
IHK-Präsidentin

Bilder: Johannes Bräutigam; MDTAHIDURRAHMAN/stock.adobe.com



10 Bei der offiziellen Eröffnung der neuen Halle 10 Anfang Oktober: Caroline (links) und Christian Trips (rechts) begrüßten unter anderem Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (Mitte).



12 Bei WeSort.AI in Würzburg geht es nicht um die nächste App und auch nicht um eine Idee, die sich in wenigen Wochen programmieren lässt. Die Gründer Johannes (l.) und Nathanael Laier entwickeln Sortiertechnik für Abfallströme.

Einblick

Versorgungssicherheit. Im Müllheizkraftwerk Würzburg wird aus Abfall Energie **06**

Namen + Nachrichten

Eröffnung. Rund 65 Millionen Euro hat Kneipp in ein neues Werk in Ochsenfurt investiert. **08**

Auszeichnung. Dr. Gunther Schunk erhält Honorarprofessur an der THWS **09**

Einweihung. Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger war zu Besuch bei Trips in Grafenrheinfeld. **10**

Personalie. Michael Roßkopf übernimmt ab 2027 die Leitung des Knauf-Gipsgeschäfts **11**

Folgen Sie uns in den sozialen Medien und verpassen Sie keine regionalen Wirtschaftsnews mehr:

IHK Würzburg-Schweinfurt
ihk_mainfranken
ihk.wuerzburg.schweinfurt
IHK Würzburg-Schweinfurt
ihkwuerzburgschweinfurt
@ihkmainfranken.bsky.social

Weiterbildungskanäle:

IHKWeiterbildung
ihk_weiterbildung

Schwerpunkt: Wirtschaft im Wandel

Gründungen. Mainfrankens Start-ups gestalten mit ihren Ideen die Welt von morgen **12**

Neue Medien. Influencer Sebastian Spitzhüttl erklärt, warum die neue Währung Aufmerksamkeit heißt. . . **18**

Best Practice

Bauteil. Bike Ahead Composites entwickelt komplexe Carbon-Komponenten in Veitshöchheim **24**

Interview des Monats

Weinwirtschaft. Barbara Becker, Präsidentin des Weinbauverbands, über Genuss und Pflichten **28**

Gründerszene

Termin. Die IHK lädt am 17. November zur Gründungsmesse Mainfranken 2026 ein **30**

Interview. THWS-Professor Harald Bolsinger: „Ideen sind nicht mehr das Problem“ **32**

Bilder: Daniel Peter



40 Zwischen März und Juli 2026 wurden 2.500 Mitgliedsunternehmen zu 64 Einzelindikatoren aus sechs Themenfeldern befragt. Die regionale Wirtschaft benotet den Standort Mainfranken mit der Schulnote 2,7.



48 Zu Gast beim diesjährigen Innovation Day (v. l.): Dr. Stefan Möhringer (IHK Würzburg-Schweinfurt), Bettina Gardenne (Geschäftsführerin der Region Mainfranken GmbH), Prof. Dr. Jan Schmitt (THWS) und Prof. Dr. Matthias Bode (JMU).

IHK-Praxis

Umfrage. Ein Stimmungsbild zur Nutzung von Künstlicher Intelligenz in Unternehmen **34**

Übergabe. Warum frühzeitige Kommunikation ein Kompass der Unternehmensnachfolge ist **36**

Strategie. Bezirksausschuss Würzburg diskutiert Mobilitätsplan 2040 . . . . . **37**

Konjunkturklimaindikator. Regionale Wirtschaft kämpft sich aus dem Konjunkturtief **38**

Standortreport. Nach 2016 und 2021 stellt die IHK Würzburg-Schweinfurt neue Ergebnisse vor **40**

Regionale Wirtschaft

Auszeichnung. Knauf ist mit dem Deutschen Award für Nachhaltigkeitsprojekte ausgezeichnet worden **46**

Event. Innovation Day der Region Mainfranken rückte KI und Automatisierung in den Fokus. **48**

Nobelpreis. Biophysiker Georg Nagel wurde für seine Entdeckungen zur Optogenetik ausgezeichnet. **50**

Besuch. Hubert Aiwanger zu Gast bei Jopp und Ganshorn im Landkreis Rhön-Grabfeld **51**

Ehrung. Mezger SiKom & NTE hat die Auszeichnung „Bayerns Best 50“ erhalten. **52**

Idee. IPM Industrieprodukte Meißner hat für Wälzlagerhersteller SKF Förderanlagen gebaut.. . . . **52**

Zeitsprung. Diese Unternehmen und Persönlichkeiten haben Grund zu feiern **54**

Rückspiegel

1976. Über „Wirtschaftspolitik neu ausrichten“ und „Sozialprogramm für die Freie Marktwirtschaft“ . . . **57**

Mainfranken exklusiv

Anzeigenkompendium. Regionalspecials mit diversen Wirtschaftsthemen **59**

Firmenregister **58**
Marktteil / Inserentenverzeichnis **73**
Anzeige ist raus / Impressum. **74**

Bilder: Scanrail/stock.adobe.com; PR





Wenn aus Abfall Energie wird

Das Müllheizkraftwerk (MHKW) Würzburg ist weit mehr als eine reine Entsorgungsanlage: Es ist ein wichtiger Pfeiler für die Versorgungssicherheit in Mainfranken. Durch das Prinzip der Kraft-Wärme-Kopplung wandelt die Anlage jährlich bis zu 215.000 Tonnen Restmüll in nutzbare Energie um. Mit einer elektrischen Leistung von 26,5 Megawatt und einer thermischen Feuerungsleistung von 102 Megawatt speist das MHKW rund um die Uhr klimaschonenden Strom und Fernwärme in das regionale Netz ein.

Bild: Thomas Berberich

Kneipp eröffnet neues Werk

OCHSENFURT. Rund 65 Millionen Euro hat Kneipp in ein neues Werk am Hauptsitz investiert. Damit rüstet sich das Unternehmen für mehr Wachstum und Produktinnovationen. Mitte September wurde das Werk eröffnet.

Rund 65 Millionen Euro hat das Unternehmen in ein neues Werksgebäude, die Modernisierung der Anlagen sowie in Automatisierung und digitale Prozesse investiert. Die Produktionsfläche wird von rund 5.000 auf 10.000 Quadratmeter verdoppelt. Damit schafft das Traditionsunternehmen den Raum, „um seine Wachstumsstrategie fortzusetzen, Produktinnovationen voranzutreiben und seine Mission weiterzuführen“, wie es in einer Unternehmensmeldung heißt. Seit seinem Bestehen unterstütze das Unternehmen Menschen weltweit dabei, körperlich, mental und emotional gestärkt zu bleiben.

„Mit dem neuen Werk stärken wir ‚Made in Germany‘. Wir investieren nicht nur in Fläche, sondern in die Fähigkeiten, mit denen Kneipp seine Zukunft gestaltet: in mehr Kapazität, effizientere Abläufe und mehr Automatisierung“, sagt Katharina Höhne, CEO der Kneipp Gruppe. „Wer Innovation vorantreibt, braucht Kapazitäten. Wer schneller auf Märkte reagieren will, muss handlungsfähig sein. Mit diesem Werk schaffen wir dafür die Voraussetzungen.“ Es ist laut Meldung die größte Einzelinves-



Luftaufnahme des neuen Kneipp-Werks in Ochsenfurt-Hohestadt: Mit der Erweiterung verdoppelt das Unternehmen seine Produktionsfläche auf rund 10.000 Quadratmeter.



Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und von Kneipp kamen zum symbolischen Banddurchschnitt bei der Eröffnung des neuen Kneipp-Werks zusammen (von links): Christin Schönfeldt, Leiterin der Bulkproduktion, Thomas Eberth, Landrat des Landkreises Würzburg, Stefan Grote, Mitglied des Vorstands der Paul Hartmann AG, Katharina Höhne, CEO der Kneipp Gruppe, Maximilian von Kempis, CFO der Kneipp Gruppe, Bert Eitschberger, Erster Bürgermeister der Stadt Ochsenfurt, Tufan Senocak, Leiter der Konfektionierung.

Bilder: Kneipp

tition der Unternehmensgeschichte von Kneipp.

Bekenntnis zum Wirtschaftsstandort

Zugleich sei die Erweiterung des Standorts ein klares Bekenntnis zu Mainfranken. Ochsenfurt-Hohestadt ist der einzige Produktionsstandort des Unternehmens. Von hier aus beliefert Kneipp 16 Länder in Europa und Asien. Rund 430 Menschen sind am Standort beschäftigt. Neben der Produktion sind hier auch der Hauptsitz, die Verwaltung sowie Forschung und Entwicklung gebündelt.

Mit dem neuen Werk baut das Unternehmen laut Meldung zudem die Eigenfertigung weiter aus und unterstreicht den Anspruch der Marke an Qualität und kontrollierte Prozesse. Das Sortiment von Kneipp umfasse rund 480 Produkte aus den Bereichen Baden und Duschen, Pflege, Nahrungsergänzung und pflanzliche Arzneimittel. Mehr als 94 Prozent davon würden in Deutschland hergestellt. „Millionen Menschen vertrauen auf unsere Produkte und unsere Expertise. ‚Made in Germany' ist für uns kein Herkunftsetikett. Wir sind überzeugt, dass Qualität, Innovationskraft und Produktion in Deutschland Zukunft haben", betont Katharina Höhne.

Die enge Verbindung des Unternehmens zur Region reicht bis zu seinen Anfängen zurück: Kneipp wurde 1891 von Sebastian Kneipp gemeinsam mit dem Würzburger Apotheker Leonhard Oberhäußer gegründet. Viele Mitarbeitende am Standort arbeiten seit Jahrzehnten für das Unternehmen. Auch zahlreiche jüngere Mitarbeitende stammen aus der Region.

Bild: THWS/Eva Kaupp

Dr. Gunther Schunk erhält Honorarprofessur an der THWS

Würzburg. Dr. Gunther Schunk, Vorstandsvorsitzender der Vogel Stiftung Dr. Eckernkamp, ist zum Honorarprofessor an der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt (THWS) bestellt worden. Präsident Prof. Dr. Jean Meyer überreichte ihm die Urkunde.

Schunk war viele Jahre für die Vogel Communications Group tätig, unter anderem als Director Public Relations. Seit 2018 ist er an der THWS als Dozent aktiv. Der promovierte Linguist lehrt an der Fakultät Angewandte Natur- und Geisteswissenschaften in den Studiengängen Medienmanagement sowie Fachjournalismus und Unternehmenskommunikation zu Themen wie „Corporate Media" oder „Fachmedien und Fachkommunikation". Schunk betonte, dass Forschung und Wissenschaft seine Leidenschaft seien. „Obwohl ich als Linguist aus der universitären Forschung komme, liegt mir nach mittlerweile rund 40 Jahren Berufserfahrung in der Medienbranche die angewandte Forschung und Lehre viel näher."

THWS-Präsident Prof. Dr. Jean Meyer (re.) überreicht Dr. Gunther Schunk die Ernennungsurkunde zum Honorarprofessor.



FENSTER+
TÜREN+
FASSADEN

DAMIT'S PASST:

ERST BERATEN, DANN BAUEN.

Individuelle Lösungen für Fenster, Türen und Fassaden - präzise umgesetzt.

// Fenster und Türen aus Aluminium
// Haustüren
// Glasfassaden
// Wintergärten
// Panoramaverglasung
// Sonnenschutz
// Schiebetüren
// Aluminiumfassaden
// Pfosten-Riegel-Fassaden
// Falt-Schiebetüren
// Kundendienst und Service

UHL-WUERZBURG.DE

UHL
WIR BAUEN'S. ZUSAMMEN.

Trips investiert Millionensumme am Stammsitz

GRAFENRHEINFELD. Mit der offiziellen Eröffnung der neuen Halle 10 Anfang Oktober schafft die Trips GmbH nicht nur zusätzliche Kapazitäten, sondern investiert auch in die Zukunft. Zur Eröffnung kam Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger nach Grafenrheinfeld.

Mit einer Investition von rund sieben Millionen Euro und zusätzlichen 4.000 Quadratmetern Produktions-, Büro- und Testflächen stärkt Trips laut Unternehmensmeldung seine Kompetenzen in den Bereichen Automatisierung, Energietechnik und Digitalisierung und schafft die Grundlage für weiteres Wachstum. Zur Einweihungsfeier kam auch der bayerische Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger nach Grafenrheinfeld. Bei einem Rundgang durch die Fertigungsbereiche und die neue Halle 10 informierte er sich über die Entwicklung des Unternehmens, aktuelle Projekte und die erweiterten Möglichkeiten am Standort Grafenrheinfeld.

Im Anschluss standen Kunden, Lieferanten und Partner im Mittelpunkt des Programms. In drei Fachworkshops präsentierte Trips aktuelle Entwicklungen aus dem Unternehmen und gab Einblicke in Technologien, die die Zukunft der Branche prägen werden. Themen wie Cybersecurity, Backup & Recovery, Künstliche Intelligenz,



Zur Eröffnung der neuen Halle begrüßten Caroline (links) und Christian Trips (rechts) unter anderem Bayerns Wirtschaftsminister Hubert Aiwanger (Mitte).

Bilder: Daniel Peter, Fabio Klenk



Rund sieben Millionen Euro hat die Trips GmbH in die neue Halle investiert.

Agentic Coding, digitale Dokumentation sowie moderne Engineering-Prozesse zeigten, wie sich industrielle Wertschöpfung und Energieversorgung zunehmend digitalisieren und vernetzen.

Energieversorgung im Wandel

Nach den Workshops setzte sich das Veranstaltungsprogramm in der Kulturhalle Grafenrheinfeld fort. Dort bot sich den Gästen die Gelegenheit, die im Tagesverlauf begonnenen Gespräche zu vertiefen und neue Impulse für zukünftige Projekte auszutauschen. Ein Höhepunkt des Abends war die Panel-Diskussion zur Transformation der Energieversorgung und den damit verbundenen Herausforderungen. Gemeinsam diskutierten Hauke Jürgensen (Siemens Energy), Ulrich Martin (Martin Umwelt GmbH), Michael Franke (Everllence) und Julian Jansen (Fluence Energy) über technologische Entwicklungen, die Zukunft der Energieinfrastruktur und die Bedeutung partnerschaftlicher Zusammenarbeit für das Gelingen der Energiewende.

»Mit Halle 10 schaffen wir nicht nur zusätzliche Kapazitäten, sondern investieren gezielt in die Zukunft unseres Unternehmens und die unserer Kunden.«

Caroline Trips, Geschäftsführerin der Trips GmbH

„Mit Halle 10 schaffen wir nicht nur zusätzliche Kapazitäten, sondern investieren gezielt in die Zukunft unseres Unternehmens und unserer Kunden. Die neuen Flächen ermöglichen es uns, innovative Technologien weiterzuentwickeln, Projekte effizient umzusetzen und unsere hohe Qualitätsorientierung konsequent auszubauen“, sagte Caroline Trips, Geschäftsführerin der Trips GmbH und amtierende IHK-Präsidentin. Auch Christian Trips, Geschäftsführer der Trips GmbH, betonte die Bedeutung des Neubaus: „Die Transformation von Industrie und Energieversorgung erfordert neue Denkweisen, moderne Technologien und starke Partnerschaften. Genau dafür schaffen wir mit Halle 10 die richtigen Rahmenbedingungen. Unser Ziel ist es, mit unseren Kunden und Partnern die Technologien von morgen erfolgreich in die Praxis zu bringen.“

Michael Roßkopf leitet DACH-Gipsgeschäft

Iphofen. Michael Roßkopf übernimmt zum 1. Januar 2027 die Leitung des Knauf-Gipsgeschäfts in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Er folgt in dieser Funktion auf Jan Ellringmann, der die Region DACH seit seiner Berufung zum Leiter des Geschäftsbereichs Gips für Europa, Naher Osten und Afrika zusätzlich kommissarisch geführt hatte und sich künftig auf seine übergeordnete Aufgabe konzentriert.

Roßkopf ist seit 2012 bei Knauf tätig und hat in verschiedenen nationalen und internationalen Führungsfunktionen umfassende Erfahrung gesammelt, zuletzt als Geschäftsführer von Knauf Insulation Systems, Teil der global aufgestellten Dämmstoffsparte von Knauf.

„Deutschland, Österreich und die Schweiz sind für Knauf wichtige Märkte – mit starken Teams, engen Kundenbeziehungen und hohen Anforderungen. Ich freue mich darauf, die Ärmel hochzukrempeln und gemeinsam mit Jan Ellringmann, dem Führungsteam und allen Mitarbeitenden unser Geschäft in einem herausfordernden Umfeld weiterzuentwickeln“, so Roßkopf.

Michael Roßkopf (links) leitet für Knauf das Gipsgeschäft in der DACH-Region.



Bilder: Knauf

Aus dem Labor auf den Markt: Mainfrankens Start-up-Power

Gründungen. Die KI sortiert Akkus, künstliche Blutgefäße verbessern die Forschung, und Sonnenlicht soll auf einmal Dünger produzieren. Drei Beispiele zeigen, was in der regionalen Start-up-Szene gerade passiert.



Die beiden Gründer von WeSort.AI, Johannes (links) und Nathanael Laier, an einer neuen Anlage, die sich in der Entwicklung befindet.

Bild: Daniel Peter

Die Maschine ist acht Meter lang, wiegt rund zehn Tonnen und kommt auf einem Tieflader. Ein Kran hebt sie an ihren Platz. Dann beginnt sie, das zu tun, was in deutschen Sortieranlagen immer dringender gebraucht wird: Sie schaut in den Müll hinein.

Bei WeSort.AI in Würzburg geht es nicht um die nächste App und auch nicht um eine Idee, die sich in wenigen Wochen programmieren lässt. Die Gründer Nathanael und Johannes Laier entwickeln Sortiertechnik für Abfallströme. Ihre Kombination aus Röntgentechnologie und Künstlicher Intelligenz erkennt Batterien, Elektrogeräte und andere Störstoffe, bevor sie in den mechanischen Abläufen großer Anlagen beschädigt werden können. Ein Akku im Gelben Sack kann im schlimmsten Fall einen Brand auslösen. Und der kann eine ganze Halle treffen. Die Schäden liegen allein in Deutschland jährlich im Milliardenbereich.

Die Anlage steht für eine Entwicklung, die Start-ups häufig auszeichnet. Nicht das bequemer machen, was bereits funktioniert, sondern große Probleme lösen. Wie lassen sich kritische Rohstoffe zurückgewinnen? Wie können Medikamente besser getestet werden? Und wie wird Dünger hergestellt, ohne große Mengen fossiler Energie zu verbrennen?

WeSort.AI: Wenn KI in den Abfall schaut

„Man hat nicht diesen einen genialen Gedanken und erkennt in dem Moment sicher: Das ist jetzt genial“, sagt Nathanael Laier über ihren Start. „Genialität entsteht eher im Prozess: anfangen, verbessern, iterieren und sich Schritt für Schritt an das herantasten, was Kundinnen und Kunden wirklich brauchen.“

Am Anfang sei vieles „ein Stück weit würfeln“. Erst später zeige sich, ob ein Produkt wirklich trägt. Bei WeSort.AI ist dieser Nachweis inzwischen vorhanden: Das Unternehmen verkauft Anlagen teils für Summen im Bereich einer halben Million Euro. Sein Bruder Johannes freut sich: „Wir haben Kunden und ein Produkt, das gekauft wird. Das ist dann ein anderer Nachweis als nur eine Idee.“



Bild: Daniel Peter



»Genialität entsteht eher im Prozess: anfangen, verbessern, iterieren.«

Nathanael Laier

Die Sortieranlagen verarbeiten große Mengen. Rund 100.000 Tonnen Abfall können im Jahr durch eine große Anlage laufen, je nach Auslegung auch mehr. Förderbänder bewegen das Material mit zwei bis vier Metern pro Sekunde. Klassische Technik arbeitet seit Jahrzehnten mit Sieben, Magneten, Luftströmen und Nahinfrarot. Damit lassen sich Oberflächen unterscheiden, etwa Papier von Kunststoff oder verschiedene Kunststofftypen voneinander.

WeSort.AI will mehr erkennen. „Wir können hineinschauen und nicht nur Material, sondern Objekte erkennen“, erklärt Johannes Laier. Das System erkennt also nicht nur Kunststoff und Metall, sondern im Idealfall: Das ist eine Batterie. Oder: In diesem Akkuschrauber steckt eine Batterie.

Gerade bei Lithium-Akkus ist das entscheidend. Werden sie in einer Sortieranlage beschädigt, können sie brennen. Leichtverpackungen liefern dann reichlich Material für eine schnelle Ausbreitung. „In der Vergangenheit sind dadurch schon Hallenteile oder ganze Anlagen abgebrannt“, sagen die Gründer. Angesichts von Schäden, Produktionsausfällen und dem organisatorischen Aufwand wirke die Investition in Sortiertechnik im Vergleich oft überschaubar.

Doch es geht nicht nur um Brandschutz. Akkus und Elektrogeräte enthalten Kupfer, Aluminium, Stahl und zunehmend strategisch relevante Rohstoffe. Über die Hälfte dieser Geräte müsste eigentlich an Rücknahmestellen landen, landet aber häufig in falschen Abfallströmen. Damit geht kritisches Material verloren, das Europa selbst kaum abbaut. Nathanael Laier sieht die große Chance darin, „diese Rohstoffe aus dem vorhandenen Abfall wieder zurückzugewinnen“.

WeSort.AI beginnt bei Batterien und Elektrogeräten, denkt aber weiter. Bauschutt, Altfahrzeuge und unterschiedliche Schrotte könnten folgen. In



Das Team von Vasc-on-Demand ermöglicht die Integration von Blutgefäßen in Gewebemodelle. Ideengeber Dr. Matthias Ryma (hinten links) und Alexander Radüchel (hinten rechts) wollen daraus ein Unternehmen formen.

Würzburg entsteht deshalb gerade eine Spezialmaschine mit längerem Förderband für einen anderen Anwendungsfall. Die Idee wächst mit jedem Datensatz und jeder neuen Materialprobe.

Künstliche Blutgefäße für bessere Medikamententests

Während WeSort.AI mit seinen 20 Mitarbeitenden schon große Maschinen ausliefert, steht das Würzburger Vorhaben Vasc-on-Demand noch an einem früheren Punkt. Das Team entwickelt eine Plattform, mit der Forschende Blutgefäße in künstliche Gewebemodelle integrieren können. Was abstrakt klingt, hat sehr konkrete Folgen für die Medikamentenentwicklung.

„Wir ermöglichen Wissenschaftlern weltweit, Blutgefäße in ihre Gewebemodelle zu integrieren“, erklärt Alexander Radüchel von Vasc-on-Demand. Dadurch könnten größere, präzisere und langlebigere Modelle von Haut, Organen oder Tumoren entstehen. Sie kommen dem menschlichen Körper näher als bisherige Laborverfahren.

Der Kern des Problems: Medikamente wandern im Körper nicht einfach direkt an ihr Ziel. Blutgefäße und Barrieren entscheiden mit, ob Wirkstoffe ankommen, wie sie sich verteilen und welche Nebenwirkungen entstehen. Gewebemodelle ohne Gefäßstruktur bilden diese Realität bislang nur begrenzt ab.

Vasc-on-Demand will deshalb eine Lücke schließen, die auch den Umgang mit Tierversuchen verändern könnte. „Heute funktionieren noch 90 Prozent der Wirkstoffkandidaten, die im Tier funktioniert haben, in den klinischen Studien beim Menschen nicht mehr“, sagt Mitgründer Dr. Matthias Ryma. Etwa die Hälfte scheitere daran, dass beim Menschen keine ausreichende Wirksamkeit vorhanden sei. Die Modelle aus Würzburg sollen Tierversuche nicht sofort ersetzen, aber helfen, Wirkstoffe früher und besser auszusortieren.

Die Idee stammt aus Rymas Doktorarbeit im Jahr 2015. Der Gedanke an eine Ausgründung kam erst später. Inzwischen verfügt das Team über eine EU-Förderung von 2,5 Millionen Euro und versendet Prototypen an mehr als 25 Partner weltweit, unter anderem nach Südkorea, Japan, Nordamerika und in europäische Länder. „Unser Produkt existiert“, sagt Radüchel. „Jetzt geht es darum, in die echte Serienfertigung zu kommen.“

Der Weg dorthin war allerdings anspruchsvoll. „Die größte Hürde war wirklich, eine substanzielle öffentliche Förderung zu bekommen“, erinnert sich Ryma. Gerade bei hochkompetitiven europäischen Förderprogrammen ist der Wettbewerb groß und der Weg bis zur Förderzusage entsprechend anspruchsvoll. Für das Team bedeutete das vor allem, über einen längeren Zeitraum konsequent an der Weiterentwicklung des Projekts und seiner Finanzierung zu arbeiten.

Wenn es optimal läuft, soll die Anwendung weit über eine Nische hinausgehen. „Dann werden wirklich alle Gewebesysteme basierend auf unseren Adern funktionieren“, sagt Ryma. Für ihn ist auch der Standortgedanke wichtig: Würzburg habe starke Biotechnologieforschung, aber vergleichsweise wenig Industrie in diesem Bereich. „Wir wollen dazu beitragen, dass wir nicht nur Spitzenforschung haben, sondern auch Unternehmen hier.“

»Die größte Hürde war wirklich, eine substanzielle öffentliche Förderung zu bekommen.«

Dr. Matthias Ryma

Class F²: Dünger aus Luft, Wasser und Licht

Wer in einer Unternehmenshistorie noch weiter zurückspulen will, kann bei dem Projekt von Dr. Thorsten Feichtner und Class F² landen. Der Nanooptik-Forscher der Universität Würzburg arbeitet an einer Weiterentwicklung: Ammoniak, Grundlage vieler Düngemittel, soll künftig ohne Erdgas und extreme Temperaturen hergestellt werden, dafür aber mit Sonnenlicht. Lichtgetriebene Ammoniaksynthese wurde im Labor zwar schon gezeigt,

Bild: Michael Bartolf-Kopp

bisher aber nur mit sehr geringer Ausbeute. Feichtner will das mit maßgeschneiderten Nanostrukturen so effizient machen, dass es sich praktisch lohnt.

Heute wird Ammoniak überwiegend über den Haber-Bosch-Prozess produziert. „Dafür braucht es Temperaturen von rund 450 Grad und den 150- bis 300-fachen Atmosphärendruck, dazu Wasserstoff, der meist bei rund 800 Grad aus Erdgas gewonnen wird“, erklärt Feichtner. Das Verfahren ist für die Welternährung von enormer Bedeutung, aber energieintensiv und fossil geprägt.

Feichtners Ansatz orientiert sich an der Natur. Winzige Nanostrukturen sollen Licht bündeln und chemische Prozesse antreiben. Stickstoff aus der Luft und Wasser werden in einem kleinen Reaktionssystem zusammengeführt. Am Ende könnte Ammoniak entstehen. „Mein Konzept basiert auf derselben Idee, wie es Pflanzen machen: Licht treibt Chemie“, sagt Feichtner. Viele kleine Chips sollen später dann wie Blätter in einem größeren System arbeiten.

Aktuell ist die aktive Fläche noch zehn mal zehn Mikrometer groß. Der nächste Schritt ist ein Chip, in den Wasser und Stickstoff geleitet werden und aus dem im besten Fall Ammoniak austritt. Bis daraus ein Start-up werden kann, müssen Effizienz, Herstellbarkeit und Wirtschaftlichkeit stimmen. „Die Effizienz muss hoch genug sein“, sagt Feichtner. „Das ist wahrscheinlich der größte Knackpunkt.“

Der Forscher rechnet in Jahren, nicht in Quartalen. Für die Weiterentwicklung benötigt er neue Hardware, Gasanalyse und möglicherweise einen Doktoranden. Allein Geräte für den ersten Schritt könnten mindestens 250.000 Euro kosten.

„Ich bin lang genug im Forschungsgeschäft“, erklärt Feichtner die Geduld, die er noch aufbringen muss, und verweist auf einen bekannten Witz aus der Physik: Der erste Fusionsreaktor sei angeblich immer 20 Jahre entfernt. Er selbst möchte seine Idee in fünf Jahren zur Ausgründung bringen.

Krisen auch als Katalysator für Gründungen

Für Larissa Vogel, Referentin Existenzgründung bei der IHK Würzburg-Schweinfurt, sind diese Beispiele Ausdruck einer Szene, die trotz schwieriger Wirtschaftslage nicht stillsteht. „Ich würde nicht sagen, dass es einen Stimmungsdämpfer gibt. Im Gegenteil: Aus einer Krise können sich immer Chancen ergeben.“

Start-ups seien oft besonders aufmerksam, wenn Märkte unter Druck geraten. Sie suchten nach Schwächen, Problemen und offenen Fragen. „Start-ups können Impulse geben, die etablierte Unternehmen brauchen, um aus Krisen herauszukommen“, sagt Vogel. Besonders sichtbar sei das in Bereichen wie Künstliche Intelligenz, Robotik, Gesundheitswirtschaft, Labor- und Medizinthemen, Luft- und Raumfahrt sowie der Automatisierung von Unternehmensprozessen.

Das Bild vom Start-up als junger Mensch mit einer App sei dabei überholt. „Der App-Trend ist etwas abgeflacht“, sagt Vogel. Spannender seien häufig konkrete Probleme aus der Praxis: Wo lässt sich ein Prozess automatisieren? Wo entstehen Materialverluste? Welche Technologie fehlt einem mittelständischen Betrieb?

Würzburg profitiert aus ihrer Sicht von der Nähe der Hochschulen. Gleichzeitig verändert sich die Gründungslandschaft auch durch den Strukturwandel in der Industrie. Gerade in Schweinfurt würden Fach-

„Mein Konzept basiert auf derselben Idee, wie es Pflanzen machen: Licht treibt Chemie.“



Dr. Thorsten Feichtner möchte in fünf Jahren seine Idee zur Ausgründung bringen.

Bild: Thorsten Feichtner

> „Wenn auf dem Weg ein passendes Fördermittel liegt, sollte man es mitnehmen.“



Larissa Vogel begleitet in der IHK Würzburg-Schweinfurt Start-ups und hilft, diese zu vernetzen.

kräfte freigesetzt, die eigene Ideen weiterverfolgen möchten. „Das können auch Industriemeister oder Fachkräfte aus der Metallbranche sein, die mit ihren Ideen auf den Markt gehen.“

Der Verlust von Arbeitsplätzen in großen Strukturen bleibe schmerzhaft. Doch wenn Wissen in neuen Unternehmen weiterlebt, könne daraus etwas Positives entstehen. „Es geht darum, Know-how am Standort zu sichern und es in kleineren Unternehmen wiederzufinden.“

Die regionalen Zahlen sind besser, als die allgemeine Krisenstimmung vermuten lässt. Laut Vogel gab es zuletzt rund 1.200 mehr Anmeldungen als Abmeldungen. Viele davon seien allerdings Nebenerwerbsgründungen. Nicht jede Gründung sei ein Start-up. Aber jede könne Teil einer lebendigen Wirtschaftsstruktur sein.

Und in einem Punkt ähneln sich viele Start-up-Geschichten: Geld ist wichtig, aber nicht alles. Förderungen, Preisgelder und Investoren helfen. Sie ersetzen aber nicht die Frage, ob jemand das Produkt wirklich braucht.

Vogel sagt: „Wenn auf dem Weg ein passendes Fördermittel liegt, sollte man es mitnehmen. Aber man sollte keinen Marathon laufen, nur um an ein Fördermittel zu kommen.“ Wer Produkt und Geschäftsmodell allein auf Fördervorgaben ausrichte, verliere Zeit und möglicherweise die Nähe zum Markt.

Gerade deshalb sei frühes Feedback entscheidend. „Wer seine Idee im stillen Kämmerchen bis zur vermeintlichen Perfektion entwickelt und dann erst auf den Markt geht, kann schnell feststellen, dass das Produkt eigentlich niemand braucht.“ Die WeSort-Gründer formulieren es ähnlich: Erst im Prozess, mit Kunden und echten Anwendungen, zeigt sich, ob eine Idee wirklich trägt. Die Risiken verschwinden nicht, Menschen arbeiten aber an Lösungen, deren Ausgang offen ist. Vielleicht entsteht genau so gerade einmal mehr die Wirtschaft von morgen.

Manuel Scholze

Gründungsmesse und Gründungswoche Mainfranken 2026

Gründungsmesse Mainfranken 2026
Gründen. Vernetzen. Durchstarten.
TERMIN: 17. November 2026, 10 bis 17 Uhr
ORT: IHK Würzburg-Schweinfurt, Haus A
Teilnahme: kostenfrei

Anmeldung:

Die Messe bringt Gründerinnen, Gründer, Unternehmen, Beratungsstellen und das regionale Gründungsökosystem zusammen.

Gründungswoche Mainfranken 2026
Im Rahmen der Gründungswoche Deutschland gibt es Seminare, Webinare, Sprechtage und Netzwerkveranstaltungen.

Informationen:

www.wuerzburg.ihk.de/gruendungswoche/

Bild: Marcel Gränz

WSR SCHULTE HUMM & PARTNER

WIRTSCHAFT STEUERN RECHT



Wirtschaft Steuern Recht
Nur im Team gelingt die umfassende Betreuung der Mandanten

Die Kanzlei WSR **Schulte Humm & Partner** ist spezialisiert auf die Beratung und Betreuung mittelständischer Unternehmen unterschiedlicher Branchen, Größe und Rechtsformen. Auch freiberufliche Praxen und vermögende Privatpersonen zählen zu unseren Mandanten.

Wir unterstützen und begleiten den Mandanten in den klassischen Tätigkeitsbereichen der Steuerberatung und bieten eine persönliche Beratung in betriebswirtschaftlichen, steuerlichen und rechtlichen Fragestellungen aus einer Hand.

Bei der Gestaltung der Unternehmens- und Vermögensnachfolge oder des Unternehmenskaufs und -verkaufs sowie bei Umstrukturierungen können wir Sie mit unserem erfahrenen Beraterteam umfassend unterstützen. Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir steuerlich und rechtlich tragfähige Lösungen.

Unsere Leistungen für Sie

- Steuerberatung/-gestaltung
- Finanz- und Lohnbuchhaltung
- Jahresabschlusserstellung

- Rechtliche Beratung/Vertragsrecht
- Handels- und Gesellschaftsrecht
- Wirtschaftsprüfung

- Unternehmenskauf und -verkauf
- Unternehmensnachfolge
- Erben und Verschenken

WSR Schulte Humm & Partner
Wirtschaftsprüfer
Steuerberater
Rechtsanwälte
www.schulte-humm.de

STANDORT IN WÜRZBURG
Schürerstraße 3, 97080 Würzburg

09 31/3 21 05-0
office@schulte-humm.de

STANDORT IN SUHL
Gothaer Straße 151, 98528 Suhl

0 36 81/30 37 78
office@schulte-humm.de

Die neue Währung heißt Aufmerksamkeit

NEUE MEDIEN. In den sozialen Medien müssen Unternehmen einerseits Vertrauen schaffen und andererseits entscheiden, ob sie ihre eigene Reichweite aufbauen oder auf bestehende Influencer-Communities setzen möchten.



Sebastian Spitzhüttl, Inhaber des gleichnamigen Möbelhauses im Landkreis Würzburg, ist nicht nur Unternehmer, sondern auch als Influencer aktiv.

Bild: Spitzhüttl/PR

Ein Mann läuft durchs Bild, hält seinem Kollegen ein Mikro unter die Nase und fragt: „Manah Mannah?“ Ein kurzes Zögern, der Kollege antwortet fragend: „Manah ... Mannah?“ Der Mann mit dem Mikro schüttelt den Kopf. „Das war falsch.“ Das gleiche Spiel auch bei anderen Kolleginnen und Kollegen; alle liegen sie daneben. Erst der Chef höchstselbst löst das Rätsel und flötet die passende Melodie ins Mikro: „Manah Mannah?“ „Di-di-di-didi, Manah Mannah, dididi-di.“

Von seinem erfolgreichsten Video auf Social Media dachte Sebastian Spitzhüttl zuerst, dass es inhaltlich totaler Blödsinn sei. Rund elf Millionen Aufrufe auf Instagram später hat Spitzhüttl seine Meinung revidiert, es ist der mit Abstand meistgeklickte Beitrag seines Unternehmens, der Spitzhüttl Home Company aus Neubrunn im Landkreis Würzburg. Rund 800.000 Leute haben ihn gelikt, über 12.000 kommentiert. Was nach dem Traum eines Marketingprofis klingt, war keineswegs geplant. Spitzhüttl selbst spricht von „einer gewissen Portion Glück“, die für solche Reichweiten mitschwingen müsse.

Bei jedem erfolgreichen Unternehmensauftritt ist Social-Media-Marketing mittlerweile nicht mehr wegzudenken. Es ist Teil der regulären Unternehmenskommunikation geworden. „Egal, ob ein aufwendig geschnittenes Video oder eine schnell gedrehte Story – Unternehmen sollten selbst produzieren und aktiv werden, anstatt sich auf klassische Werbemittel zu verlassen“, sagt IHK-Kommunikationsreferentin Lisa Sommermeyer. Sie verantwortet bei der mainfränkischen IHK die Social-Media-Kanäle. In einer Gesellschaft, in der Informationen immer schneller verbreitet und konsumiert werden, müsse man um die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden regelrecht kämpfen.

63 Prozent nutzen Social Media

Was bei Spitzhüttl bereits 2009 mit einer Facebook-Seite begann, ist inzwischen Teil eines größeren Systems aus Plattformen, Creators und Communities. Heute arbeitet der Geschäftsführer sowohl mit einer internen Content-Creatorin als auch mit einer externen Agentur. Auf den verschiedensten Plattformen hat sich das Möbelhaus mittlerweile eine beachtliche Reichweite aufgebaut.



Ein Drehtag in der „Home Company“: Spitzhüttl arbeitet sowohl mit einer internen Content-Creatorin als auch mit einer externen Agentur zusammen.

Bild: Spitzhüttl/PR

Und damit ist die Spitzhüttl Home Company kein Einzelfall, sondern Teil eines größeren Trends in der Unternehmenskommunikation. Laut der ARD/ZDF-Medienstudie nutzen 63 Prozent der über 14-Jährigen in Deutschland regelmäßig Social Media. Der Branchenverband Bitkom fand heraus, dass die Wer-





Der Würzburger Immobilienmakler Franz-Josef Distler ist als Influencer in eigener Sache auf Social Media unterwegs.

beausgaben für digitale Werbung allein 2024 bei rund 31 Milliarden Euro lagen – das sind rund 20 Prozent mehr als zwei Jahre zuvor. „Die Chancen sind immens“, sagt Sommermeyer. Aufmerksamkeit im Netz sei längst zu einem relevanten Wirtschaftsfaktor geworden. Ob Unternehmen jedoch selbst Reichweite aufbauen oder die bestehende Community externer Influencer nutzen sollten, hängt stark von Zielgruppen, Ressourcen und dem Kommunikationsziel ab. Die eigentliche Herausforderung besteht dabei vor allem darin, regelmäßig interessante Inhalte zu produzieren. Besonders relevant ist dabei vor allem der Zugang zu Aufmerksamkeit und Vertrauen.

Spitzhüttl setzt bewusst auf die Menschen vor der Kamera. „Das Authentische kommt auf jeden Fall gut an“, erklärt er. Im Mittelpunkt stehen echte Mitarbeitende anstelle klassischer Werbegesichter. „Sie brauchen jemand Authentisches vor der Kamera, der das auch wirklich will.“ Die Präsenz einer Person allein baue noch längst kein Vertrauen zur Marke auf. Entscheidend sei vielmehr, ob deren Auftritt natürlich wirkt und zum Unternehmen passt. Authentizität allein reicht jedoch nicht aus. Hinter den scheinbar spontanen Videos des Geschäftsführers und seiner Beschäftigten versteckt sich ein sorgfältig ausgearbeiteter Redaktionsplan mit festen Drehzeiten. Entscheidend sei aber trotzdem, dass die geplante Struktur das Video nicht künstlich wirken lässt.

»Follower-Zahlen allein sagen noch nichts über den Erfolg einer Kooperation aus.«

IHK-Referentin Lisa Sommermeyer

Der persönliche Ansatz Spitzhüttls beschränkt sich nicht nur auf die Videos des Unternehmenskanals. Der Unternehmer bastelt parallel zum Unternehmensaccount an seinem eigenen Auftritt. Als Corporate Influencer berichtet er auf diesem Kanal hauptsächlich von Themen, die mit seinem Unternehmen zusammenhängen. Spitzhüttl zeigt nicht nur seinen Alltag als Geschäftsführer, sondern gibt auch einen flüchtigen Blick hinter die Kulissen: seine Liebe zum Espresso oder den normalen Familienalltag – man lernt die Person kennen. Die Reichweite soll nicht nur über den Unternehmenskanal entstehen, sondern auch über eine Person, deren Gesicht dauerhaft mit der Marke verbunden wird. Der große Vorteil: Spitzhüttl und sein Möbelhaus teilen sich den Namen. „Im Idealfall bin ich künftig der Influencer für die Marke und muss es nicht bezahlen.“ Statt nur die Reichweite externer Influencer zu nutzen, will Spitzhüttl sie selbst aufbauen – über seine Person, seine Themen und die Nähe zum Unternehmen.

Auch der Würzburger Immobilienmakler Franz-Josef Distler setzt seit mehreren Jahren auf eine starke persönliche Präsenz mit eigenen Social-Media-Kanälen und steht sprichwörtlich „mit seinem Kopf“ für das eigene Unternehmen:

Für ihn sei Social Media „vor allem eine Möglichkeit, Vertrauen aufzubauen, lange bevor ein persönliches Gespräch stattfindet“, sagt Distler. In der Immobilienbranche gehe es schließlich nicht nur um Häuser und Wohnungen, sondern um Menschen und oft um sehr persönliche Entscheidungen. „Deshalb stehe ich bewusst selbst vor der Kamera und habe unter anderem einen eigenen YouTube-Kanal aufgebaut, auf dem ich Einblicke in die Immobilienwelt gebe, Wissen vermittle und auch einmal Themen aufgreife, die man von einem klassischen Immobilienmakler vielleicht nicht erwartet“, meint der Immobilienmakler. Dabei dürfe es gerne ehrlich, verständlich und mit einem Augenzwinkern zugehen. „Immer wieder sprechen mich Kunden darauf an, dass sie mich bereits aus meinen Videos kennen – und genau darin liegt für mich die große Stärke von Social Media: Aus digitaler Sichtbarkeit und kontinuierlicher Präsenz kann über die Zeit echtes persönliches Vertrauen entstehen.“

Der Erfolg gibt Distler und vor allem Sebastian Spitzhüttl recht: Sowohl die Zahlen der Accounts als auch das Feedback der Zielgruppe könnten sich sehen lassen. Laut Spitzhüttl kommen immer mehr Kunden ins Möbelhaus, die über die Social-Media-Kanäle auf das Unternehmen aufmerksam geworden sind. Damit ist Social Media für Spitzhüttl mehr als ein zusätzlicher Werbekanal. Die aufgebaute Community wird selbst zu einer Ressource: Wer seine Reichweite langfristig selbst aufbaut, muss Aufmerksamkeit nicht für jede Kampagne neu einkaufen.

Nicht jedes Unternehmen muss diesen Weg gehen. Wer schneller Reichweite braucht, kann auf bereits bestehende Communities zurückgreifen. Genau hier setzt das klassische Influencer-Marketing an: Unternehmen kooperieren mit externen Creators, die sich bereits Reichweite und Vertrauen aufgebaut haben. Somit erreichen sie besonders schnell ein bestehendes Publikum. „Besonders wichtig sind hier jedoch die Nähe

Bild: PR



FRANKEN-TREUHAND

GANZHEITLICHE MANDANTEN-BETREUUNG

seit über 45 Jahren

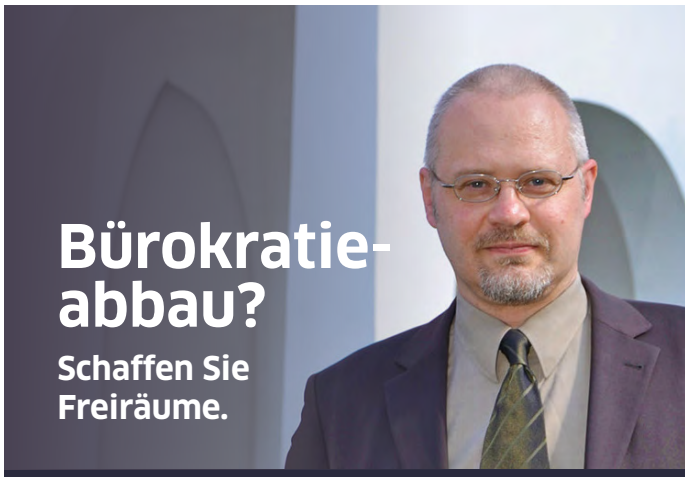
Wir sind seit über 45 Jahren eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften der Region. Unsere Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Rechtsanwälte bieten höchste Beratungsqualität und legen Wert auf eine persönliche Beratungskontinuität. Die Vernetzung aller relevanten Bereiche ist ein großer Vorteil für unsere Mandanten.
Rufen Sie uns doch einfach einmal an, wir sind gerne für Sie da!

- Wirtschaftsprüfung
- Steuerberatung
- Betriebswirtschaftliche Beratung
- Begleitung bei Schlüsselentscheidungen
- Gutachterliche Tätigkeit
- Rechtliche Beratung im Verbund

Deutschlands beste Wirtschaftsprüfer 2024/25 Mittelstand manager magazin beste-wirtschaftspruefer.de

Deutschlands beste Wirtschaftsprüfer 2026/27 Mittelstand manager magazin beste-wirtschaftspruefer.de

Schweinfurter Straße 7 ■ 97080 Würzburg ■ Telefon 0931 908 300 ■ www.franken-treuhand.de



Bürokratie-abbau?
Schaffen Sie Freiräume.

Anwaltskanzlei Wanke

Vertragsrecht
| AGB
| IT-Verträge
| Softwarelizenzierung
| Vertriebsverträge

Wettbewerbsrecht
| Abmahnungen
| einstweiliger Rechtsschutz
| Vollstreckung

Datenschutz
| ext. Datenschutzbeauftragter
| Geheimhaltungsvereinbarungen

Bürokratieabbau
| Dokumentations- und Berichtspflichten nehmen zu – nicht ab. Viele Unternehmen verlieren wertvolle Ressourcen durch rechtliche Unsicherheiten, die sich mit der richtigen Beratung lösen lassen.

Seit über 20 Jahren unterstütze ich Unternehmen dabei, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren – mit kompetenter und lösungsorientierter Beratung in den Bereichen Vertragsrecht, Datenschutz, Marketing- und Vertriebsrecht



Anwaltskanzlei Wanke
Mönchsondheimerstr. 27
97346 Iphofen
mail@ra-wanke.de
09326 97 94 50

Erfahren Sie mehr unter:
www.ra-wanke.de

zur Marke, die Übereinstimmung der Zielgruppe und die Glaubwürdigkeit der Kooperation“, so IHK-Referentin Lisa Sommermeyer. Es müssten nicht gleich enorme Follower-Zahlen sein. Viel wichtiger sei, dass der Influencer zum beworbenen Unternehmen passt. Kleinere Accounts könnten bei Nischenthemen sogar von größerem Nutzen sein, da sie ausgewählte Zielgruppen ansprechen. Im Mittelpunkt steht nicht die maximale Reichweite, sondern die relevante Reichweite. Gerade für regionale Firmen könne das interessant sein. Häufig würden die Communities kleinerer Influencer deutlich besser mit der gewünschten Zielgruppe übereinstimmen. „Follower-Zahlen allein sagen noch lange nichts über den Erfolg einer Kooperation aus“, meint Sommermeyer.

Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigt auch ein Blick über die Möbelbranche hinaus. Für eine 4,5 Millionen Euro teure Villa im Würzburger Steinbachtal setzte das Immobilienbüro Grethe Schellmann nicht allein auf die klassische Vermarktung. Der Creator „Mr. Unreal Estate“ nahm das Anwesen für eine ausführliche Roomtour vor die Kamera und präsentierte es damit seinem eigenen Publikum. Die Immobilie wurde so nicht nur zum Verkaufsobjekt, sondern gleichzeitig zum Inhalt eines erfolgreichen Social-Media-Formats. Darin liegt der Vorteil solcher Kooperationen: Grethe Schellmann musste sich keine eigene Reichweite aufbauen, sondern konnte auf eine schon bestehende Community zurückgreifen.

Auch Spitzhüttl machte sich das bereits zunutze. In einem Video der Influencerin Taylor Brätz, die besonders für Lifestyle und das Leben rund um Würzburg steht, zeigt sie ihren Shopping-Tag im Möbelhaus. Wichtig war dem Geschäftsführer, Brätz dabei den größtmöglichen Freiraum zu bieten. „Da geben wir gar nichts vor, sonst würden wir die Kreativität einschränken.“ Auch hier zeigt sich sein Authentizitätskonzept. Taylor Brätz integriert die Werbung in ihren eigenen, alltäglichen Content, statt daraus einen klassischen Werbespot zu machen. Gerade dadurch bleibt ihre persönliche Handschrift erhalten.

Auch dieses Beispiel zeigt, wie klassisches Influencer-Marketing funktionieren kann. Vor der Kamera steht eine authentische Figur, die bereits eine eigene Zielgruppe mitbringt. Das Vertrauen in den Influencer kann dabei auch auf die Marke übergehen – und im besten Fall profitieren sowohl Unternehmen als auch Influencer.

Vertrauen statt voller Kontrolle

Influencer-Marketing kann also ein effektives Werkzeug sein, um ein Unternehmen effizient zu vermarkten. Doch geht dies mit einem gewissen Maß an Kontrollverlust einher. Die kreative Freiheit der Creator ist ein wesentlicher Bestandteil ihrer Glaubwürdigkeit. Gleichzeitig können Unternehmen dadurch nicht vollständig bestimmen, wie ihre Marke präsentiert wird. Was auf der einen Seite zu authentischem Content wird, kann auf der anderen Seite zum Risiko werden.

Beide Wege des Social-Media-Marketings haben ihre Stärken und Schwächen: Wer seinen eigenen Unternehmensaccount aufbaut,

opfert mehr Zeit und Ressourcen, schafft dafür aber langfristig eine Community, die der Marke Vertrauen schenkt. Influencer-Marketing hingegen bietet einen schnellen Zugang zu bereits bestehenden Zielgruppen. Und zugleich muss man sich darauf verlassen, dass andere die Marke im richtigen Licht darstellen.

Am Ende bleibt eine Erkenntnis: Erfolg lässt sich fast nie planen und noch seltener wirklich messen. Selbst elf Millionen Aufrufe sind keine Garantie für den nächsten viralen Hit. Kontinuität, Authentizität und Realismus bilden die Grundlage für erfolgreiches Social-Media-Marketing. Oft sind es die unerwarteten Videos, die zu den größten Hits werden. *Luisa Flehmer*



Bild: Nick Eichler

Sebastian Spitzhüttls Tipps für einen erfolgreichen Social-Media-Auftritt

1) AUTHENTISCH BLEIBEN. Es sollten echte Menschen vor der Kamera stehen, die sich dort auch wohlfühlen. Ein aufgesetzter Auftritt wirkt schnell unglaubwürdig.
2) KREATIVE FREIHEIT LASSEN. Gerade bei Kooperationen können zu enge Vorgaben die Glaubwürdigkeit des Contents stark einschränken.
3) KONTINUITÄT STATT EINZELAKTIONEN. Spitzhüttl setzt auf regelmäßige Inhalte wie Formate und feste Drehzeiten.
4) MUT ZUM AUSPROBIEREN. Nicht jeder Erfolg lässt sich vorhersehen. Die Bereitschaft, neue Dinge auszuprobieren, ist ausschlaggebend.
5) SOCIAL MEDIA MUSS NICHT PERFEKT PRODUZIERT SEIN, um Aufmerksamkeit zu generieren.



Carbon aus Mainfranken

Best Practice. Ein Fahrradlaufrad soll leicht, steif, haltbar und sicher sein. Dahinter stehen präzise Berechnungen, sorgfältig ausgerichtete Fasern und Fertigungsprozesse, die bis ins Detail beherrscht werden müssen. Aus diesem Anspruch hat die All ahead composites GmbH in Veitshöchheim ein Geschäftsmodell entwickelt.





Bei Carbonbauteilen entscheiden Faserverlauf, Schichtaufbau und Fertigungsprozess über Gewicht, Steifigkeit und Haltbarkeit.



Bike Ahead Composites entwickelt und produziert anspruchsvolle Carbon-Komponenten direkt am Standort Veitshöchheim.

Ein Fahrradlaufrad soll leicht sein, steif, haltbar und sicher. Hinter diesem Anspruch steckt weit mehr als eine gefällige Form. Fasern müssen richtig ausgerichtet, Belastungen berechnet und Fertigungsprozesse präzise beherrscht werden. Genau daraus hat die all ahead composites GmbH in Veitshöchheim ein Geschäftsmodell gemacht. Was vor 15 Jahren mit der Idee für ein Carbon-Laufrad begann, ist heute ein Entwicklungs- und Produktionsunternehmen für Faserverbundbauteile. Mit der Marke Bike ahead composites zeigt die Firma, wie sich Spezialisierung, Innovation und Fertigung in Deutschland verbinden lassen.

Der Anfang liegt im Radsport. Gründer Christian Gemperlein kam in den 1990er-Jahren über das Mountainbike zur Fahrradtechnik und begeisterte sich früh für Carbon. Er studierte Kunststoff- und Elastomertechnik an der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg. In seiner Diplomarbeit entwickelte, konstruierte und berechnete er ein CFK-Verbundlaufrad für Mountainbikes. Aus diesem Projekt entstand die Grundlage für das damalige ac biturbo und später für All ahead composites.

Die Idee war von Beginn an größer als ein einzelnes Produkt. Gemperlein wollte Carbon nicht bloß verarbeiten, sondern die Möglichkeiten des Werkstoffs konsequent nutzen. Das Unternehmen entstand als Spin-off aus dem Umfeld der Würzburger Kunststofftechnik und konzentrierte sich auf Entwicklung und Herstellung von Bauteilen aus faserverstärkten Kunststoffen.

Die Nische bewusst besetzen

Der Fahrradmarkt ist ein globales Geschäft mit hohem Preisdruck. Viele Anbieter setzen auf große Mengen und eine Produktion weit entfernt von Entwicklung und Vertrieb. Bike ahead composites hat sich bewusst anders positioniert. Die Marke richtet sich mit Laufrädern, Rahmen, Cockpits, Sattelstützen und Sätteln an Kunden, die bei Gewicht, Steifigkeit, Haltbarkeit und Gestaltung keine Standardware suchen.

Das ist eine Nische, aber keine kleine Idee. Wer im Premiumsegment bestehen will, muss technische Vorteile nachvollziehbar machen und Qualität dauerhaft liefern. Sichtcarbon gehört bei Bike ahead deshalb nicht nur zur Optik. Es steht auch für die unmittelbare Verbindung von Material, Konstruktion und handwerklich anspruchsvoller Fertigung.

„Wir müssen nicht für jeden alles anbieten“, sagt Chaloupka. „Entscheidend ist, dass wir in unserem Feld besser werden und Produkte entwickeln, die eine klare eigene Handschrift haben.“

Das Unternehmen setzt nicht auf den schnellsten Weg zur großen Stückzahl. Es setzt auf Tiefe. Die Nähe zwischen Entwicklung und Produktion hilft dabei, Produkte laufend weiterzuentwickeln und auf anspruchsvolle Anforderungen zu reagieren. Gerade im Fahrradbereich ist das wichtig. Komponenten müssen hohen dynamischen Belastungen standhalten und zugleich möglichst wenig wiegen.

Vom digitalen Modell bis zur Serie

Bei All ahead composites greifen Konstruktion, Berechnung und Fertigung ineinander. CAD und FEM-Berechnungen gehören ebenso zum Alltag wie Prototypenbau und Serienproduktion. Das Unternehmen verfügt über verschiedene Verfahren, darunter Autoklavtechnik, RTM, RIM, VA-RIM und Handlamination. Welches Verfahren zum Einsatz

Bilder: all ahead composites GmbH



Gründer Christian Gemperlein (links) und Geschäftsführer Dr. Alexander Chaloupka wollen die Kompetenzen von All Ahead Composites in der Fahrradbranche und Industrie weiter ausbauen.

kommt, hängt vom Bauteil, der Stückzahl und den geforderten Eigenschaften ab.

Das unterscheidet Faserverbundwerkstoffe von vielen klassischen Materialien. Nicht nur die äußere Form bestimmt das Ergebnis. Auch die Anordnung der Fasern, die Schichtfolge und die Verarbeitung entscheiden darüber, ob ein Bauteil die gewünschten Eigenschaften erreicht. Wer diese Zusammenhänge beherrscht, kann gezielt leichte und belastbare Strukturen entwickeln.

„Bei Carbon liegt ein großer Teil der Konstruktion im Inneren des Bauteils“, sagt Chaloupka. „Genau deshalb ist es so wertvoll, dass wir Entwicklung und Fertigung bei uns eng miteinander verbinden.“

Diese Kompetenz nutzt das Unternehmen nicht nur für die eigene Marke. All ahead composites arbeitet auch mit Partnern aus Forschung und Industrie zusammen und entwickelt für sie anspruchsvolle CFK-Bauteile und Prototypen. Das Fahrradgeschäft ist der sichtbarste Teil des Unternehmens, zugleich aber auch ein Beweis dafür, was technologisch möglich ist.

Made in Germany als Anspruch

Die Produkte von Bike ahead entstehen in Deutschland. Das ist bei Carbon-Komponenten keine Selbstverständlichkeit. Viele Marken konzentrieren sich auf Design und Vertrieb, während die Produktion in anderen Teilen der Welt stattfindet. In Veitshöchheim bleibt der Prozess eng beisammen. Das schafft kurze Wege, direkte Qualitätskontrolle und schnelle Rückkopplung zwischen den Teams.

„Made in Germany ist für uns keine bloße Herkunftsangabe“, sagt Chaloupka. „Es bedeutet, dass wir die Qualität und die Details im Prozess selbst verantworten können.“

Diese Fertigungstiefe ist ein Standortvorteil, auch wenn sie Aufwand bedeutet. Sie verlangt qualifizierte Fachkräfte, moderne Anlagen und einen hohen Qualitätsanspruch. Dafür kann das Unternehmen flexibel auf neue Ideen reagieren und seine Kompetenz sichtbar machen. Für Kunden im Premiumsegment ist diese Nachvollziehbarkeit ein wichtiger Teil des Produkts.

Nach Angaben des Unternehmens beschäftigt all ahead composites inzwischen mehr als 40 Mitarbeiter. Aus dem einstigen Fahrradprojekt ist ein international tätiger Spezialist für Faserverbundtechnologie geworden. Die Entwicklung zeigt, dass industrielle Wertschöpfung in Mainfranken nicht nur in großen Serien stattfindet. Auch hoch spezialisierte Unternehmen können von einem regionalen Standort aus weltweit Kunden erreichen.

Neuer Impuls zum Jubiläum

Im Jubiläumsjahr 2026 erweitert All ahead composites die Geschäftsführung. Im Mai ist Dr. Alexander Chaloupka an die Seite des Gründers Christian Gemperlein getreten. Der Physiker bringt mehr als 15 Jahre Erfahrung mit Faserverbundwerkstoffen sowie Stationen in Forschung, Entwicklung, Vertrieb, Marketing und Unternehmensführung mit.

Chaloupka arbeitete zunächst am Fraunhofer-Institut für Chemische Technologie im Bereich Materialanalyse und Rheologie. Anschließend wechselte er zur Netzsch-Gruppe. Dort war er unter anderem Geschäftsführer der Netzsch Process Intelligence GmbH und am Aufbau des Corporate Ventures sensXPERT beteiligt. Seine Verbindung zu all ahead composites entstand über das Composite-Netzwerk.

Für den neuen Geschäftsführer treffen in Veitshöchheim Technologie und Unternehmertum besonders direkt zusammen. Auch seine Vergangenheit als Leistungssportler im Eishockey passt zu einem Unternehmen, dessen bekannteste Produkte aus dem Radsport stammen.

„Hier gibt es ein sehr klares technisches Fundament und zugleich den Willen, daraus etwas Eigenes zu machen“, sagt Chaloupka.

Das Fahrrad bleibt ein zentraler Teil der Strategie. Gleichzeitig soll das vorhandene Know-how auch in weiteren Industrien genutzt werden. Leichte, komplexe und belastbare Carbonstrukturen sind in vielen Anwendungen gefragt. Das

Bilder all ahead composites GmbH

Unternehmen will seine Kompetenzen deshalb ausbauen, ohne die Wurzeln der Marke zu verlieren.

„Wir wollen auf dem aufbauen, was Christian Gemperlein und das Team in 15 Jahren geschaffen haben", sagt Chaloupka. „Das Fahrradgeschäft bleibt wichtig, und gleichzeitig eröffnet uns unsere Technologie neue Möglichkeiten."

15 Jahre als Ausgangspunkt

Zum Jubiläum hat Bike ahead composites 15 exklusive Laufradsätze als Anniversary Edition aufgelegt. Die limitierte Serie ist ein Rückblick auf die Anfänge und zugleich ein Zeichen für den Anspruch des Unternehmens. Aus einer Diplomarbeit über ein Carbon-Laufrad ist eine Marke entstanden, die für kompromisslosen Leichtbau und eigenständige Fertigung steht.

Die Geschichte von All ahead composites ist ein Beispiel für Mut zur Nische. Das Unternehmen hat nicht versucht, möglichst schnell möglichst groß zu werden. Es hat Wissen aufgebaut, Prozesse im Haus gehalten und aus einer persönlichen Begeisterung technische Kompetenz entwickelt.

„Fünfzehn Jahre Erfahrung sind kein Schlusspunkt", sagt Chaloupka. „Sie sind die Grundlage dafür, die nächsten Schritte mit noch mehr Klarheit zu gehen."

Gerade darin liegt die Basis für den nächsten Schritt. Aus einer Idee für ein Fahrradbauteil ist in Veitshöchheim ein Unternehmen entstanden, das zeigt, wie Innovationskraft, Spezialisierung und Made in Germany zusammenwirken können.

Marco Karaschinski

„Bei Carbon liegt ein großer Teil der Konstruktion im Inneren des Bauteils. Genau deshalb ist es so wertvoll, dass wir Entwicklung und Fertigung bei uns eng miteinander verbinden."

Dr. Alexander Chaloupka





Ihr mobiles Kartenlesegerät

Der S-POS Cube ist ein kompaktes und handliches Kartenlesegerät, mit dem Sie Zahlungen überall, unkompliziert, sicher und kontaktlos annehmen können.

sparkasse-mainfranken.de/s-pos-cube

Weil´s um mehr als Geld geht.

Sparkasse Mainfranken Würzburg

„Genießen, egal, wie die Weltlage ist“

INTERVIEW. Seit Juni steht mit Barbara Becker erstmals eine Frau an der Spitze des Fränkischen Weinbauverbands. Sie übernimmt das Amt in bewegten Zeiten: Veränderte Trinkgewohnheiten und der Klimawandel stellen die Weinwirtschaft vor Herausforderungen. Im WiM-Interview spricht Becker über die Zukunft des Frankenweins.

WiM: *Frau Becker, Sie stehen seit Juni an der Spitze des fränkischen Weinbauverbands, als erste Frau in dessen Geschichte. Wie lautet Ihre Bestandsaufnahme, wo steht der Frankenwein heute?*

Becker: Der Frankenwein steht heute qualitativ sehr gut da. Nachhaltigkeit und biologischer Weinbau sind gang und gäbe. Bei aktuellen Trends der Weinwelt, wie trockenen Weißweinen, Spätburgunder, Winzersekt oder Natur- und Orangeweinen, sind wir vorne dabei. Das zeigt sich auch bei Wettbewerben wie Best of Franken, wo wir seit Jahren beeindruckende Frankenweine verkosten dürfen und ein positives Feedback einer internationalen Jury erhalten. Gleichzeitig stehen wir vor echten Herausforderungen: In Deutschland ist der Wettbewerb mit günstigeren Weinen aus dem Ausland groß, die Produktionskosten sind immens gestiegen, international sind wir mit Frankenwein noch nicht so sichtbar. Zugleich sehe ich aber auch Chancen: Die Nachfrage nach regionalen, authentischen Produkten wächst, und genau da liegt ja die Stärke des Frankenweins. Unsere Aufgabe ist es nun, diese Qualität sichtbarer zu machen und in wirtschaftlichen Erfolg zu übersetzen.

WiM: *Wein ist in Mainfranken weit mehr als ein landwirtschaftliches Produkt. Welche Bedeutung hat die Weinwirtschaft für Gastronomie, Hotellerie und den Handel? Hat sich die Bedeutung in den vergangenen Jahren gewandelt?*

Becker: Der Frankenwein prägt die Region Mainfranken. Kulturell, wirtschaftlich, touristisch wie auch gastronomisch. Franken wird von außen als eine Genussregion wahrgenommen, und diese Bedeutung möchten wir weiter ausbauen. Die Zahl der Unternehmen, die sich Weinfranken als Standort für Konferenzen und Tagungen aussuchen, steigt kontinuierlich. Einerseits aufgrund der Lage, aber auch durch ein attraktives und vinophiles Nebenprogramm. Denken Sie allein an die Anziehungskraft des Brückenschoppens auf der Würzburger Alten Mainbrücke. Ein Glas Frankenwein, Aussicht auf Main, Festung und Weinberge. Den Gang durch historische Weinkeller im Kerzenlicht. Oder ein Picknick an einem Terroir-f-Punkt mit Ausblick auf die Weinkulturlandschaft. Einfach herrlich.

WiM: *Weintourismus gilt als Wachstumstreiber für die Region. Wie können Winzer, Gastgeber, Kommunen und Unternehmen noch enger zusammenarbeiten, damit mehr Wertschöpfung vor Ort ankommt?*

> „Unsere Aufgabe ist es, diese Qualität in wirtschaftlichen Erfolg zu übersetzen.“
>
> Barbara Becker, Präsidentin des Fränkischen Weinbauverbands



Becker: Insgesamt schaffen Wein und Weintourismus in unserer Region über 170.000 Arbeitsplätze.

Die fränkischen Winzerinnen und Winzer arbeiten Hand in Hand mit den verschiedenen Akteuren der Region. Das müssen wir stärken. Ein Restaurant ohne Frankenwein? Gibt es nicht – da vermitteln wir den passenden Winzer. Ein Wochenende in Franken? Da bieten wir eine Übernachtung, eine Weinwanderung und abends ein Menü mit Weinbegleitung oder den Besuch eines Festivals an. Diese Erlebnisse können wir gemeinsam aus einem Guss anbieten, mit lokalen Produkten, kurzen Lieferketten und einer Wertschöpfung, die in der Region bleibt. Da geht noch mehr!

WiM: *Die Menschen trinken bewusster und diversifizierter, viele ausländische Weine gewinnen hierzulande Marktanteile. Wie gut ist Franken für diese Entwicklung aufgestellt?*

Becker: Deutschland ist ein Weinanbauland und trotzdem das größte Weinimportland der Welt. Die deutschen Winzerinnen und Winzer stehen im Wettbewerb mit vielen anderen Weinbauländern. Wir sind gut aufgestellt, aber wir müssen jetzt schnell sein. Touristische Angebote noch besser vernetzen. Die Marke Silvanerheimat weiterentwickeln, mehr Innenmarketing. Wir wollen den bayerischen und deutschen Markt besser durchdringen.

WiM: *Mit alkoholfreien Produkten erschließt der Frankenwein neue Märkte. Welche Innovationen halten Sie für besonders vielversprechend?*

Becker: Der Umsatz mit alkoholfreien Weinen steigt, und insbesondere jüngere Konsumenten wünschen sich vermehrt alkoholfreie Weine. In Franken werden zum Ende dieses Jahres zwei Entalkoholisierungsanlagen stehen. Die Anlagen setzen dabei auf modernste Standards, mit denen die Aromen der Weine erhalten bleiben. Das ist gut für alle Weingenießer. Gleichzeitig eröffnet sich für die fränkischen Winzerinnen und Winzer die Möglichkeit, in der Region ihren Wein zu entalkoholisieren und die Wertschöpfung in der Region zu halten.

WiM: *Vor allem Hitze und Trockenheit prägen inzwischen die Anbaugebiete in Franken. Welche Anpassungsstrategien halten Sie für zielführend?*

Becker: Frankens Leitrebsorte, der Silvaner, zeigt sich erstaunlich robust gegen den Klimawandel. Die aktuellen Jungweine lassen aus dem aktuellen Weinjahrgang wirklich Top-Silvaner erwarten. Unsere Winzerinnen und Winzer passen sich an den Klimawandel an. Wir begrünen unseren Boden und bearbeiten ihn so, dass er mehr Wasser speichern kann. Für ganz junge Pflanzen benötigen wir Wasser in Form von Tröpfchenbewässerung. Ihre Wurzeln reichen noch nicht tief, und sie sollen doch Jahrzehnte überleben können.

WiM: *Der Freistaat bietet Winzern, die Flächen aufgeben möchten, künftig eine Rodungsprämie von 5.000 Euro pro Hektar an und erhöht gleichzeitig die Steillagenförderung. Wie bewerten Sie diese Kombination aus Rückbau und Erhalt? Wie lässt sich sicherstellen, dass dabei die landschaftsprägenden Lagen erhalten bleiben, die für den Weintourismus so wichtig sind?*

Becker: Unser Ziel ist, dass die richtigen Flächen erhalten bleiben. Beide Instrumente dienen dazu. Wir gehen aber noch weiter: Der Fränkische Weinbauverband hat gemeinsam mit Weinbaugemeinden und Landschaftsarchitekten ein Pilotprojekt zur Gestaltung und Stärkung der Fränkischen Kulturlandschaft Wein angestoßen. Ziel ist es, die bedeutenden Weinbauflächen zu erhalten und gleichzeitig die landschaftsprägende, für den Tourismus wichtige Weinkulturlandschaft zu sichern. Wir gehen sozusagen von einer Flurbereinigung hin zu einer Flurbereicherung.

Eine Initiative unseres Ehrenpräsidenten Artur Steinmann bringt Unternehmen und Weingüter zusammen. Durch eine Patenschaft werden die Kosten der Bewirtschaftung der Steillagenfläche und der Ausbau der Weine durch ein Unternehmen übernommen – im Gegenzug bekommt das Unternehmen die fertigen Weine. Wir reden hier von einem Patenbeitrag von rund 4.000 Euro für einen Hektar Steillage, der Gegenwert in Frankenwein beträgt rund 7.000 bis 10.000 Euro. So können Unternehmen sich regional einbringen, die heimische Weinkulturlandschaft erhalten und die Biodiversität fördern. Und am Ende auch den regionalen Wein im eigenen Unternehmen einsetzen.

WiM: *Sie bringen Erfahrung als Unternehmensberaterin, Abgeordnete und Winzerin mit. Wie wollen Sie diese Perspektiven für den Verband nutzen? Wo sehen Sie den Frankenwein in zehn Jahren?*

Becker: Franken steht für echte Menschen, echten Wein. Das zu vermitteln, ist mir ein echtes Herzensanliegen. Meine Erfahrungen aus der Unternehmensberatung bringe ich für den Frankenwein ein. Damit der Frankenwein ein Symbol für Regionalität und Charakter ist, das sich klar von anderen Weinregionen abhebt. In zehn Jahren haben wir unsere internationale Sichtbarkeit verbessert. Silvaner ist jetzt schon einer der Lieblinge der Sommeliers. Das werden wir nutzen. In zehn Jahren haben wir unsere Marke so entwickelt, dass jeder weiß, welches Lebensgefühl wir mit unserem Wein vermitteln. Hier kannst du genießen, entspannen mit Freunden, egal, wie die Weltlage ist.

Bilder: Rudi Merkl; Garteneidechse/stock.adobe.com

IHK lädt zur Gründungsmesse Mainfranken 2026

TERMIN. Die eigene Geschäftsidee umsetzen oder ein bestehendes Unternehmen übernehmen? Unter dem Motto „Mutig. Gemeinsam. Machen." lädt die IHK Würzburg-Schweinfurt am 17. November zur Gründungsmesse Mainfranken 2026 nach Würzburg ein.



Die Messe ist wieder das Highlight der diesjährigen Gründungswoche Mainfranken. Mit ihr verfolgt die IHK ein klares Ziel: Sie will Menschen für die Selbstständigkeit begeistern und zusammenbringen, ob als Neugründung oder als Unternehmensnachfolge. „Wer eine Gründung plant, steht vor vielen Fragen. Welche Fördermöglichkeiten gibt es? Wie lässt sich das Vorhaben finanzieren? Was gehört in einen tragfähigen Businessplan? Die Gründungsmesse bündelt die Antworten an einem Ort", erklärt IHK-Gründungsreferentin Larissa Vogel. Besucherinnen und Besucher erhalten einen kompakten Überblick über alle wichtigen Themen der Existenzgründung, von der ersten Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung. Im Mittelpunkt stehen die persönliche Beratung und der Netzwerkaufbau. Expertinnen und Experten der IHK sowie zahlreicher Netzwerkpartner stehen für Gespräche bereit.

Neu in diesem Jahr: Erstmals präsentieren sich auf der Gründungsmesse auch zahlreiche Netzwerke und Unterstützungsangebote direkt vor Ort. Besucherinnen und Besucher haben so die Möglichkeit, nicht nur Informationen zu sammeln, sondern auch das Netzwerk kennenzulernen, das am besten zu ihrer Geschäftsidee, Branche oder persönlichen Situation passt. Denn erfolgreich gründen bedeutet mehr, als Veranstaltungen zu besuchen: Netzwerke schaffen Kontakt zu Gleichgesinnten, bieten wertvolle Erfahrungen, geben Orientierung und stärken gerade in herausfordernden Phasen den Rückhalt. So entstehen aus ersten Begegnungen oft langfristige Partnerschaften, Mentoring-Beziehungen und ein starkes Fundament für den eigenen Weg in die Selbstständigkeit.

Kontakte, Know-how und Kapital

„Für den Gründungserfolg sind drei Faktoren entscheidend: Kontakte, Know-how und Kapital", so Vogel. Gute Verbindungen zu Kunden, Lieferanten und anderen Gründern seien für ein junges Unternehmen lebenswichtig. Ausreichendes Kapital ermögliche Wachstum. Fundiertes Wissen helfe, typische Gründungsfehler zu vermeiden. „Die Messe setzt genau hier an. Gäste können mit Beratungsstellen direkt ins Gespräch kommen und Kontakte zu wichtigen Anlaufstellen knüpfen. Dabei treffen sie auf regionale Ansprechpartner aus Mainfranken, die auch nach der Messe weiterhelfen."

Zu diesem regionalen Netzwerk gehören unter anderem die Gründerzentren in Mainfranken. Dazu zählen das Technologie- und Gründerzentrum sowie das Innovations- und Gründerzentrum in Würzburg, das GRIBS in Schweinfurt, das RSG in Bad Kissingen, das

Bild: deagreez/stock.adobe.com

Starthouse Spessart, die GSN Main-Spessart, das ZDI Mainfranken und die Startbahn27.

Für wen sich der Besuch lohnt

Die Messe richtet sich an Gründungsinteressierte, angehende Unternehmerinnen und Unternehmer, Freiberuflerinnen und Freiberufler sowie Nachfolgeinteressierte. Wer noch in der Ideenphase steckt, findet Orientierung. Wer bereits konkret plant, nimmt wertvolle Impulse für die nächsten Schritte mit. Die Teilnahme ist kostenfrei. Um eine Anmeldung wird gebeten. Wer einen ersten Eindruck gewinnen möchte, findet auf der Website der IHK ein Video mit Impressionen der Gründungsmesse.

Das Programm und weitere Veranstaltungen innerhalb der Gründungswoche finden Interessierte online unter: **www.wuerzburg.ihk.de/gruendungswoche**

Anmeldung:

Larissa Vogel
0931 4194-302
larissa.vogel@wuerzburg.ihk.de

Wie erleben Aussteller die Gründungsmesse? Wir haben zwei von ihnen gefragt:



MONIKA WASCHIK VON DER 360-GRAD-BASE DER SPARKASSE MAINFRANKEN

WIM: *KI-Transformation, ausufernde Bürokratie, hohe Steuern und Abgaben: Warum sollte man Ihrer Meinung nach im Jahr 2026 ein Start-up gründen?*
WASCHIK: Ganz ehrlich: Gute Ideen hängen nicht von perfekten Rahmenbedingungen ab. Gründen bedeutet vor allem, autonom zu sein und die eigene Idee umzusetzen. Gleichzeitig bietet die aktuelle Situation am Arbeitsmarkt für viele einen guten Anlass, über die eigene Gründung nachzudenken. Innovation ist gefragt und wird in der Entwicklung und Umsetzung in der 360° BASE unterstützt. Gerade soziale Innovationen werden für unsere Gesellschaft immer wichtiger.

Was zeichnet eine erfolgreiche Gründung aus?
Entscheidend ist zunächst, dass das Team wirklich hinter seinem Herzensprojekt steht. Zudem müssen die unterschiedlichen Kompetenzen zusammengebracht werden, die ein Unternehmen braucht. Am Ende zählt aber vor allem, ob ein echtes Problem gelöst wird und es Menschen gibt, die für diese Lösung bezahlen. Dann entsteht aus einer guten Idee ein tragfähiges Geschäftsmodell.

Was ist das Besondere an der Gründungsmesse Mainfranken?
Die Gründungsmesse ist für mich ein großes Klassentreffen. Für nahezu jede Frage findet sich hier der passende Ansprechpartner. Besonders wertvoll ist meiner Meinung nach der Ausstellerflur für Start-ups. Man kommt schnell ins Gespräch, bekommt direktes Feedback und kann neue Kontakte knüpfen. Auch wird sichtbar, wie vielfältig die Unterstützung für Gründerinnen und Gründer in Mainfranken ist.

Welches Gadget darf auf der Gründungsmesse keinesfalls fehlen?
Für mich ganz klar das Versorgungszimmer, welches Ruheraum, Treffpunkt sowie Durst- und Hungerstiller in einem ist. Das gehört einfach dazu. Schön wären außerdem kleine Networking-Inseln mit Loungecharakter, an denen man unkompliziert ins Gespräch kommen kann. Ein übersichtlicher Terminplan und eine Ansprechpartnerliste zum Mitnehmen wären ebenfalls praktisch.



NICO HILDMANN VOM GRIBS AUS SCHWEINFURT

WIM: *KI-Transformation, ausufernde Bürokratie, hohe Steuern und Abgaben: Warum sollte man Ihrer Meinung nach im Jahr 2026 ein Start-up gründen?*
HILDMANN: Den perfekten Zeitpunkt gibt es in den seltensten Fällen – und wenn doch, gehört auch ein bisschen Glück dazu. Natürlich gibt es 2026 einige Hürden, genauso wie in den Jahren zuvor. Das sollte uns aber nicht davon abhalten, gute Ideen umzusetzen und unsere wirtschaftliche Zukunft aktiv mitzugestalten. Wer ein relevantes Problem angeht und damit einen echten Mehrwert schafft, hat auch 2026 gute Chancen, daraus ein erfolgreiches Unternehmen zu entwickeln.

Was zeichnet eine erfolgreiche Gründung aus?
Was „erfolgreich" bedeutet, ist zunächst sehr subjektiv. Klar ist aber: Es geht darum, die eigene Zielgruppe zu verstehen, Kundengespräche zu suchen, die Idee zu testen und sie immer wieder anzupassen. Am Ende muss eine Lösung entstehen, die einen so großen Mehrwert bietet, dass Menschen auch dafür zahlen. Dafür braucht es Durchhaltevermögen. Für mich bedeutet eine erfolgreiche Gründung vor allem, langfristig einen echten Mehrwert zu schaffen.

Was ist das Besondere an der Gründungsmesse Mainfranken?
Für mich fühlt es sich ein bisschen wie ein großes Klassentreffen an. Genau dieser persönliche und unkomplizierte Austausch macht die Messe besonders. Gleichzeitig zeigt die Messe, wie vielfältig die Gründungslandschaft in Mainfranken ist – und auch, dass niemand diesen Weg alleine gehen muss.

Welches Gadget darf auf der Gründungsmesse keinesfalls fehlen?
So oldschool es vielleicht klingt: Stift und Papier. Auf der Messe bekommt man so viele Informationen und hat wahrscheinlich mindestens genauso viele neue Gedanken und Ideen im Kopf. Die direkt aufzuschreiben, bevor sie wieder verschwinden, ist für mich immer noch unschlagbar.

Bilder: privat

„Ideen sind nicht mehr das Problem“

INTERVIEW. Geld allein treibt Gründerinnen und Gründer selten an, sagt THWS-Professor Harald Bolsinger. Er hat das Gründungsbuch von MIT-Dozent Paul Cheek ins Deutsche geholt. Darin führen 15 praxiserprobte Start-up-Taktiken durch alle Phasen der Gründung. Im WiM-Gespräch erklärt Bolsinger, warum persönliche Werte das stärkste Fundament eines Start-ups sind und warum im Zeitalter der KI nicht die Idee zählt, sondern die Umsetzung.



WiM: *Herr Bolsinger, beginnen wir mit einem Vorurteil. Wer heute gründet, will reich werden, oder?*
Bolsinger: Das könnte man oft meinen, aber meiner Erfahrung nach ist dieses Teilmotiv für Gründungen viel zu kurz gedacht. In der Regel wollen Menschen etwas bewegen, etwas verändern – in eine Richtung, die sie als sinnvoll erachten. Und da sind wir schon beim Sinn einer Gründung. Wenn man Gründungsüberlegungen mit dem Impact beginnt – also mit den Auswirkungen, die man mit einem Produkt oder einer neuen Lösung erzielen will –, wird man den Menschen viel eher gerecht. Deswegen starten wir in unserer Start-up-Lehre mit den Menschen, ihren Wünschen, Träumen und persönlichen Werten, die eine langfristige intrinsische Motivation sicherstellen. Ist dieses Fundament stark genug, kommen automatisch die notwendige Glaubwürdigkeit und Antriebskraft ins Spiel, jenseits des extrinsisch motivierten Strebens nach Reichtum. Das hilft, im Sturm der Unternehmensentwicklung und des Lean-Start-up-Prozesses festzustehen.

WiM: *Wo bleibt denn da die Digitalisierung?*
Bolsinger: Die ist eine Selbstverständlichkeit! Niemand kann in einen Wettbewerb einsteigen, ohne State-of-the-Art-Werkzeuge mit hoher Kompetenz einzusetzen. Geschwindigkeit und Qualität bei Marktforschung und internationaler Skalierung sind durch digitale Hilfsmittel wesentlich höher als zu meiner Studienzeit. Umso wichtiger werden die Kompetenzen rund um das echte Verständnis potenzieller Zielmärkte und tatsächlicher Kundenbedürfnisse. Die „Execution“ macht einen enorm hohen Anteil an einer erfolgreichen

Bild: privat



Harald Bolsinger (rechts) zusammen mit IHK-Hauptgeschäftsführer Dr. Sascha Genders auf der THWS-Dachterrasse.

»Das A und O ist, möglichst früh die eigenen Vorhaben zu erproben.«

Harald Bolsinger

Strategieumsetzung aus. Wenn jeder zu Hause mit einem KI-Agentensystem selbst eine ähnliche Lösung bauen kann, wäre ein isoliertes Produkt, das allein darauf basiert, von vornherein ein Luftschloss. Es gilt, in Netzwerken und Partnerschaften sowie mithilfe von KI in Skalierungsoptionen zu denken und Möglichkeiten zu verwirklichen, die weit jenseits kleiner Effizienzgewinne liegen. Aus diesem Grund haben wir die Ideen unseres Kollegen Paul Cheek vom MIT fest in unsere Lehre eingebaut und mit einem ethischen Fundament versehen. Paul weiß, was mit KI wirklich möglich ist, und hat den Gründungsprozess von Beginn an für jedermann verständlich und marktbezogen aufgesetzt. Das ist es, was heutzutage erfolgskritisch ist.

WiM: *Okay, aber ist eine Gründung aus Mainfranken denn mit einer Idee aus dem MIT-Umfeld zu vergleichen?*

Bolsinger: Ich meine, ja. Ideen sind nicht mehr das Problem – selbst die kann man mit KI ganz schnell entwickeln. Was heute zählt, ist die echte Umsetzung jenseits von Sandkastenspielen und Pitching-Slideshows. Fach-Communities für neue Ideen haben wir auch hier in der Region einige, sei es im Medizinbereich, in der Materialforschung, der Robotik oder in weiteren Feldern. Wir haben fast alles, was es in Boston gibt. Besser werden sollten wir meiner Meinung nach aber noch in zwei Punkten, die Bostons Erfolg wohl wesentlich prägen: einerseits bei großen Finanzierungssummen und Risikokapital, die Skalierung erst ermöglichen; andererseits bei der Kultur. In den besten Fällen gründen Studierende erfolgreich in einem sozialen Netzwerk Gleichgesinnter aus dem Studium. Hier müssen wir noch mehr in den Netzwerkeffekt investieren, also in die Verbindung echter Menschen mit ihren Persönlichkeiten und Visionen, und dabei auch das Scheitern von Projekten in Kauf nehmen oder es sogar fördern.

WiM: *Nun sind Sie an der THWS tätig. Was ist aus Ihrer Sicht gerade für Studierende wichtig, wenn sie gründen wollen?*

Bolsinger: Dass sie aus der persönlichen Erkenntnis heraus gründen, mit einem selbst mitgestalteten Business einen großen Hebel für die Veränderung der Welt in der Hand zu haben. Niemand muss BWL studieren, aber man sollte die wichtigsten Schritte für Traktion, Wachstum und Skalierung kennenlernen und ausprobieren, und zwar ausgehend von echten Kundenbedürfnissen. Das ist keine Raketenwissenschaft. Das A und O ist, möglichst früh in die echte Welt einzusteigen und sich selbst und die eigenen Vorhaben zu erproben. Dazu gehört auch schon das Gespräch mit Dritten, die es zu begeistern gilt.



Ein KI-Rechenzentrum in Waltham Cross, England. Auch mainfränkische Unternehmen nutzen KI – aber anders als oft gedacht.

IHK veröffentlicht Stimmungsbild zur Nutzung von KI

UMFRAGE. Eine gemeinsame Befragung der IHK Würzburg-Schweinfurt und der Universität Würzburg zur Nutzung von Künstlicher Intelligenz in Unternehmen zeigt: Die Werkzeuge sind im Arbeitsalltag angekommen, in den automatisierten Prozessen jedoch noch nicht. Die wichtigste Fähigkeit ist das kritische Nachprüfen der KI-Ergebnisse.

Wenn in Mainfranken von Künstlicher Intelligenz die Rede ist, geht es selten um Roboter und fast immer um den Schreibtisch“, fasst Professorin Carolin Wienrich von der Universität Würzburg das Bild zusammen, das eine gemeinsame Umfrage der IHK Würzburg-Schweinfurt und der Julius-Maximilians-Universität zeichnet. KI ist in den Firmen längst verbreitet, im Schnitt sind 3,7 verschiedene Werkzeuge im Einsatz. Am häufigsten wird ChatGPT mit rund 62 Prozent genannt, gefolgt von Claude und Microsoft Copilot mit jeweils 45 Prozent sowie dem Übersetzungsdienst DeepL mit 36 Prozent. Rund ein Drittel der Befragten nutzt eine unternehmenseigene KI-Lösung.

Die Anwendungen sind weniger spektakulär, als die Debatte vermuten lässt. Mit je 91 Prozent stehen gleichauf an erster Stelle die Recherche und das Verfassen von Textentwürfen, dahinter folgt das Zusammenfassen von Informationen mit 66 Prozent. Sobald es tiefer in die betrieblichen Abläufe geht, wird es dünn: Nur 19 Prozent nennen Prozessautomatisierung. „KI ist am Arbeitsplatz angekommen, in den Prozessen hingegen noch nicht“, bilanziert IHK-Digitalisierungsreferentin Julia Holleber.

Dazu passt auch, welche Rolle die Befragten der Technik zuschreiben. Am häufigsten wurde das Bild der persönlichen Assistenz gewählt, die bei Organisation und Routineaufgaben hilft (32 Prozent). Auf den weiteren Plätzen folgen der Sachbearbeiter, der klar definierte Aufgaben selbstständig erledigt, mit 17 Prozent und der Projektpartner mit 15 Prozent. Nur 13 Prozent sehen KI auf Augenhöhe oder darüber. Auffällig dabei ist, dass diejenigen, die der KI die Rolle eines eigenständigen Partners oder Kollegen zutrau-

Bild: Sepia00/stockadobe.com

en, ihre eigenen Kenntnisse auch höher einschätzen als diejenigen, die in ihr vor allem eine Assistenz sehen.

Die Skepsis ist keine Wissenslücke

In der Gesamtschau überwiegt unter den Firmen beim Thema KI die Zuversicht. Auf einer Skala von 1 („großes Risiko“) bis 10 („große Chance“) liegt der Durchschnitt bei 6,8, wobei gut jeder Zweite (43 Prozent) acht Punkte oder mehr vergibt. 30 Prozent der Befragten sehen in KI für die eigene berufliche Entwicklung eher Risiken. Diese Gruppe unterscheidet sich in ihren KI-Kenntnissen kaum vom Rest, sodass sich die Zurückhaltung nicht mit fehlendem Wissen erklären lässt.

Das spiegelt sich auch in der Frage wider, welche Fähigkeiten künftig zählen. Gut die Hälfte der Befragten nennt die Kompetenz, KI-Ergebnisse kritisch zu prüfen und einzuordnen. Datenschutz, rechtliche Fragen und ethische Verantwortung folgen, rein technische Fertigkeiten landen dahinter.

Fast die Hälfte der Firmen hat Regeln

Beim betrieblichen Regelwerk sind die Unternehmen weiter, als man erwarten würde: Fast die Hälfte (49 Prozent) verfügt über eine schriftliche Richtlinie oder Betriebsvereinbarung, 30 Prozent untersagen den Einsatz privater KI-Anwendungen ausdrücklich. Zugleich arbeitet rund ein Viertel der Befragten (23 Prozent) bislang ohne jede Regelung. Der Unterschied verläuft entlang der Betriebsgröße: Bei den Unternehmen mit mehr als 50 Beschäftigten haben gut 70 Prozent eine Richtlinie, bei den Unternehmen mit weniger als zehn Beschäftigten ist es keines. Dabei zeigen die Daten, dass klare Regeln den Einsatz nicht ausbremsen, denn Betriebe mit Richtlinie nutzen KI im Schnitt breiter und intensiver als solche ohne Richtlinie.

Entsprechend gefragt ist praktische Orientierung. So wünschen sich 70 Prozent Anwendungsbeispiele aus der Praxis, 53 Prozent Veränderungen von Arbeitsprozessen und 47 Prozent rechtliche Rahmenbedingungen. Grundlagenwissen zur Funktionsweise von KI steht mit 38 Prozent am Ende der Liste.

Der Bedarf entsteht im Betrieb

Die Umfrage liefert eine überraschend klare Antwort auf die Frage, wann genau eine KI-Weiterbildung benötigt wird: nämlich bei der Einführung neuer digitaler oder KI-gestützter Prozesse im Unternehmen. Die klassischen Stationen einer Berufsbiografie – Einstieg, Rückkehr nach einer Pause oder Übernahme einer neuen Position – landen dagegen allesamt im Mittelfeld.

Den hohen Bedarf sehen Einsteiger und Fortgeschrittene gleichermaßen. Mehr als die Hälfte der Befragten sieht sich in ihrer persönlichen Weiterentwicklung weiter als das eigene Unternehmen. Es hapert weniger an den Menschen als an der Umsetzung im Betrieb. Bei den Formaten werden die Wünsche sehr konkret: Rund vier Fünftel wollen Angebote von höchstens einem halben Tag, am liebsten online mit Trainerin oder Trainer oder als begleitetes Selbstlernen.

Zur Umfrage

An der Online-Befragung im Sommer 2026 haben sich 53 Unternehmen aus Mainfranken beteiligt, überwiegend aus den Bereichen Industrie, IT und Handel. Aufgrund der Teilnehmerzahl und der freiwilligen Teilnahme handelt es sich um eine qualitative Erhebung, die Tendenzen aufzeigt, jedoch keine repräsentativen Werte für die regionale Wirtschaft liefert.

Julia Holleber
0931 4194-317
julia.holleber@wuerzburg.ihk.de



Save the Date: 42. Mainfränkischer Ausbildertag

Wie gelingt jungen Menschen der Start in die Ausbildung? Welche Erwartungen bringen sie mit und was können Betriebe tun, damit der Einstieg erfolgreich gelingt? Beim 42. Mainfränkischen Ausbildertag am 19. November 2026 ab 13 Uhr in der IHK Würzburg-Schweinfurt dreht sich alles um den Übergang von der Schule in die Ausbildung.

Teilnehmer erwarten spannende Impulse, Praxisbeispiele und den Austausch mit regionalen Akteuren.

Information und Anmeldung unter:
https://events.wuerzburg.ihk.de/b?p=42ausbildertag2026

Sarah Schmidt
0931 4194-367
sarah.schmidt@wuerzburg.ihk.de



Am 19. November findet der diesjährige Ausbildertag statt. Im Foto: Referenten und Organisatoren des letztjährigen Ausbildertags 2025.

Bilder: Konstantin Winter; deagreez/stock.adobe.com

Kommunikation als Kompass

ÜBERGABE. Eine Unternehmensnachfolge ohne klare Kommunikation ist wie eine Reise ohne gemeinsame Landkarte. Alle Beteiligten kennen das Ziel, doch jeder interpretiert den Weg dorthin anders. Deshalb lohnt es sich, frühzeitig Kommunikationsregeln zu vereinbaren, wie IHK-Nachfolgeexpertin Sonja Weigel meint.

Missverständnisse, unausgesprochene Erwartungen, keine klar definierten Rollen oder fehlende Informationen können schnell zu Konflikten führen. Im schlimmsten Fall scheitert die Nachfolge nicht an Finanzierung, Verträgen oder Steuern, sondern am Miteinander. Dabei steht der Mittelstand vor einer enormen Herausforderung. Tausende Unternehmen suchen einen Nachfolger. Hinter jeder dieser Übergaben stehen Menschen, Familien, Mitarbeitende und Geschäftspartner mit unterschiedlichen Erwartungen und Interessen.

Die fachlichen und rechtlichen Fragen einer Nachfolge lassen sich meist mit Unterstützung von Steuerberatern, Rechtsanwälten oder Finanzierungspartnern beantworten. Deutlich schwieriger sind oft die zwischenmenschlichen Themen. Wann wird die Belegschaft informiert? Welche Rolle übernimmt die bisherige Unternehmergeneration? Welche Erwartungen hat die Nachfolge an das Unternehmen und welche Erwartungen hat das Unternehmen an die Nachfolge?

Gerade dort entstehen häufig Reibungspunkte. Der Übergeber beschäftigt sich vielleicht seit Jahren mit dem Gedanken des Loslassens, während der Nachfolger erst am Anfang dieses Prozesses steht. Was für die eine Seite selbstverständlich erscheint, wurde von der anderen möglicherweise nie ausgesprochen. Ein Vergleich aus der Navigation verdeutlicht dies: Wer gemeinsam zu einem Ziel segeln möchte, braucht einen klaren Kurs, regelmäßige Standortbestimmungen und eine funktionierende Kommunikation an Bord. Werden wichtige Informationen nicht weitergegeben, drohen Fehlentscheidungen oder Kursabweichungen. Bei einer Unternehmensnachfolge ist es ähnlich. Offene Gespräche schaffen Orientierung und Vertrauen.

»Offene Gespräche schaffen Orientierung und Vertrauen.«
Sonja Weigel

Deshalb lohnt es sich, frühzeitig Kommunikationsregeln zu vereinbaren. Regelmäßige Gesprächstermine, klar definierte Ansprechpartner und trans-



Bild: Lomb/stockadobe.com

Im Gespräch zur Lösung

Nutzen Sie den geschützten Raum des IHK-Netzwerks „ChangeMakers“. Hier treffen sich Unternehmer bewusst außerhalb ihrer gewohnten Umgebung. Der Austausch mit Menschen, die sich im Nachfolgeprozess befinden oder dafür interessieren, eröffnet neue Perspektiven und hilft, eigene Herausforderungen besser einzuordnen. Oft entsteht gerade im offenen Gespräch mit Gleichgesinnten die Lösung für eine Fragestellung, die zuvor unüberwindbar erschien.

Weitere Informationen und Anmeldung unter: **www.wuerzburg.ihk.de/termine-nachfolge**

parente Informationen helfen dabei, Unsicherheiten zu vermeiden. Besonders wichtig ist es, auch schwierige Themen anzusprechen. Dazu gehören die zukünftige Rollenverteilung, Entscheidungsbefugnisse oder persönliche Erwartungen an die Zusammenarbeit. Nicht nur innerhalb der Unternehmerfamilie, sondern auch gegenüber Mitarbeitenden, Kunden und Geschäftspartnern spielt Kommunikation eine entscheidende Rolle. Werden diese Gruppen rechtzeitig eingebunden, entsteht Sicherheit. Die Nachfolge wird nicht als Risiko wahrgenommen, sondern als Zukunftsperspektive.

Die gute Nachricht: Kommunikation ist lernbar. Niemand muss den Nachfolgeprozess allein gestalten. Netzwerke, Experten und das Beratungsangebot der IHK unterstützen dabei, sensible Themen anzusprechen und tragfähige Lösungen zu entwickeln.

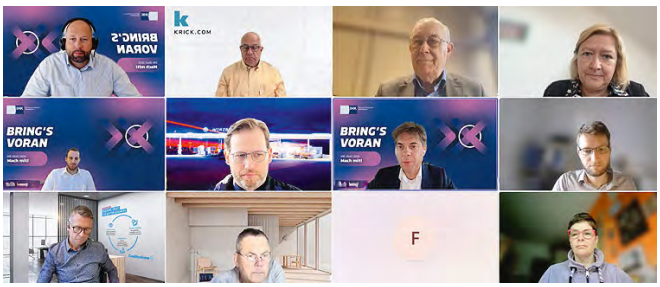
Eine erfolgreiche Unternehmensnachfolge beginnt daher nicht erst mit Verträgen oder Finanzierungsgesprächen. Sie beginnt mit einem offenen Dialog. Wer frühzeitig miteinander spricht, Erwartungen klärt und Vertrauen aufbaut, schafft die besten Voraussetzungen für eine gelungene Übergabe und einen erfolgreichen Neustart. Denn eine klare Kommunikation weist allen Beteiligten den Weg – wie ein verlässlicher Kompass auf einer gemeinsamen Reise in die Zukunft.

Sonja Weigel
0931 4194-322
sonja.weigel@wuerzburg.ihk.de

Bild: IHK

Bezirksausschuss Würzburg diskutiert Mobilitätsplan 2040

STRATEGIE. In einer Sondersitzung Ende September befasste sich der IHK-Bezirksausschuss Würzburg mit dem aktuellen Stand des Mobilitätsplans 2040 der Stadt Würzburg. Dr. Sandra Vorlová, zweite Bürgermeisterin und Referentin für Umwelt und Klima, stellte die Ziele, den Planungsstand und ausgewählte Maßnahmen vor.



Als Regiopole und wirtschaftliches Zentrum Mainfrankens ist Würzburg von zentraler Bedeutung für die Region. Stadt und Umland sind eng miteinander verbunden. Rund 60.400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte sind als Einpendler registriert. Hinzu kommen Kunden-, Besucher-, Liefer- und Dienstleistungsverkehre. Veränderungen wirken weit über die Stadtgrenzen hinaus. Die Ausschussmitglieder um den Vorsitzenden Dr. Klaus D. Mapara machten deutlich, dass die Wirtschaft weiterhin Fragen zu den Auswirkungen einzelner Maßnahmen auf die Erreichbarkeit und die Standortattraktivität hat. Aus Sicht der Unternehmen ist ein funktionsfähiges Mobilitätssystem wichtig, das gemeinsam mit Landkreis und regionalen Akteuren gestaltet wird.

Erst Alternativen, dann Einschränkungen

„Die Weiterentwicklung des Verkehrssystems der Stadt ist dringend notwendig. Genauso wichtig ist aber auch die Erreichbarkeit“, erklärte der Ausschussvorsitzende Dr. Klaus D. Mapara. Mit Blick auf den Mobilitätsplan 2040 sei aus Sicht der Wirtschaft ein Grundsatz besonders wichtig: Erst Alternativen schaffen, dann Einschränkungen vornehmen. Konkret bedeutet das: Zunächst sollten leistungsfähige Alternativen wie die Bündelung von Besucherverkehren in Parkhäusern, ein attraktiver öffentlicher Personennahverkehr sowie leistungsfähige Park-and-Ride-Angebote bereitstehen, bevor bestehende Verkehrsangebote eingeschränkt werden. Auch die B26n könnte für eine Entlastung der Verkehrsströme sorgen, weshalb deren Realisierung nach wie vor hohe Priorität hat. „Veränderungen brauchen Akzeptanz. Deshalb müssen zuerst funktionierende Alternativen vorhanden sein, bevor bestehende Verkehrsangebote reduziert werden. Die Mobilitätswende braucht Verlässlichkeit und Planungssicherheit“, so Mapara.

Die Ausschussmitglieder diskutierten insbesondere die Verkehrsachsen im Umfeld der Innenstadt und des Hauptbahnhofs. Die Unternehmer wiesen auf die aus ihrer Sicht hohe Belastung der Veitshöchheimer Straße, der Friedensbrücke, des Haugerrings und des Röntgenrings hin. Veränderungen an Fahrspuren, Verkehrsführungen und Parkraumangeboten müssten deshalb sorgfältig auf ihre Auswirkungen auf die Innenstadt, das Parkhaus Hauptbahnhof und die Wirtschaftsstandorte untersucht werden.

Der Ausschuss sprach sich zudem dafür aus, die im Planungsprozess eingesetzte Verkehrsmodellierung konsequent zu nutzen. Da Eingriffe Verlagerungseffekte im Gesamtnetz auslösen könnten, dürften einzelne Maßnahmen nicht isoliert betrachtet werden. Die Auswirkungen auf Pendler-, Kunden-, Liefer- und Dienstleistungsverkehre sollten transparent dargestellt, nachvollziehbar bewertet und bei Bedarf vertieft untersucht werden. Nebst Modellierung wurde über weitere Potenziale der Digitalisierung gesprochen, bspw. bei der aktiven Lenkung von Verkehrsströmen in der Innenstadt und darüber hinaus.

Regionale Wirtschaft kämpft sich aus dem Konjunkturtief

UMFRAGE. Trotz anhaltender wirtschaftlicher Herausforderungen hat sich die Stimmung in der mainfränkischen Wirtschaft deutlich aufgehellt. Der IHK-Konjunkturklimaindikator, das Stimmungsbarometer der regionalen Wirtschaft, klettert auf 105 Punkte und erreicht damit den höchsten Stand seit dem Frühjahr 2023. Von einer nachhaltigen Trendwende kann dennoch keine Rede sein.

Die mainfränkische Wirtschaft arbeitet sich Schritt für Schritt aus dem Konjunkturtief heraus. Die Unternehmen bewerten sowohl ihre aktuelle Geschäftslage als auch ihre Perspektiven deutlich positiver als noch im Frühjahr. Das ist ein ermutigendes Signal, zumal sich die Stimmung in allen Branchen verbessert hat", erläutert IHK-Konjunkturreferentin Elena Fürst das zentrale Ergebnis der Herbstkonjunktur-Umfrage. Allerdings verlaufe die Erholung nicht überall gleich: Während sich das Dienstleistungsgewerbe erneut als konjunkturelles Zugpferd erweise und auch die Industrie positive Signale sende, stehe der Handel trotz spürbarer Verbesserungen weiterhin unter Druck. „Zudem bleiben die strukturellen Herausforderungen für den Wirtschaftsstandort erheblich", so Fürst.

Ein Blick ins Detail: Mit einem Saldo von elf Punkten erreicht die aktuelle Geschäftslage den höchsten Stand seit zweieinhalb Jahren. Gut jedes dritte Unternehmen (29 Prozent) berichtet von guten Geschäften, etwas mehr als die Hälfte (53 Prozent) von befriedigenden und knapp jeder Fünfte (18 Prozent) von schlechten. Sowohl die Inlands- als auch die Auslandsnachfrage haben sich zuletzt weitgehend stabilisiert.

Erholung gewinnt an Breite, aber verhalten

Auch mit Blick auf die kommenden zwölf Monate schwindet der Pessimismus zunehmend: Zwei Drittel der Unternehmen rechnen mit einer gleichbleibenden Geschäftsentwicklung, 16 Prozent erwarten eine Verbesserung



Mainfränkische Unternehmen zeigen Mut: Der Investitionssaldo erreicht den höchsten Stand seit mehr als drei Jahren.

Bild: Andreas Gruhl/stock.adobe.com

und 17 Prozent eine Verschlechterung. Der Erwartungssaldo verbessert sich damit um elf Zähler auf minus einen Punkt. Dabei setzen die Unternehmen auf eine stabile Inlandsnachfrage und leicht positive Impulse aus dem Exportgeschäft.

Die mainfränkischen Unternehmen blicken wieder etwas zuversichtlicher in die Zukunft, was sich auch in ihren Investitionsplänen zeigt. Der Investitionssaldo steigt auf einen Punkt und erreicht damit den höchsten Stand seit mehr als drei Jahren. „Das ist ein positives Signal. Für eine nachhaltige konjunkturelle Belebung reicht es jedoch noch nicht aus. Investitionen sind ein wichtiger Gradmesser für die wirtschaftliche Dynamik. Solange die Unternehmen größere Investitionsvorhaben nur zögerlich angehen, bleibt die wirtschaftliche Erholung anfällig“, meint Fürst. Die Beschäftigungspläne zeigen, dass die Unternehmen trotz der verbesserten Stimmung weiterhin vorsichtig agieren: Mit einem Saldo von minus 19 Punkten bleiben diese deutlich im negativen Bereich.

Die Unternehmen nennen die Energie- und Rohstoffpreise (66 Prozent), die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen sowie die Inlandsnachfrage (je 63 Prozent) als größte Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung. Letztere könnte durch steigende Verbraucherpreise und eine damit verbundene Konsumzurückhaltung zusätzlich geschwächt werden.

Wettbewerbsfähigkeit stärken

Für Fürst steht fest: „Die wirtschaftliche Erholung in Mainfranken ist zwar erfreulich, aber sie trägt noch nicht nachhaltig. Fiskalische Impulse sorgen derzeit für Rückenwind. Gleichzeitig kämpfen viele Unternehmen weiterhin mit schwacher Nachfrage, hohen Kosten, geopolitischen Unsicherheiten und strukturellen Herausforderungen. Um die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft nachhaltig zu stärken, braucht es verlässliche wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen und entschlossene Reformen, die Unternehmen spürbar entlasten.“



Die Befragung wurde vom 15. bis zum 25. September 2026 durchgeführt. Von den 805 befragten Unternehmen haben sich 230 beteiligt. Die vollständigen Ergebnisse der IHK-Konjunkturumfrage mit einer ausführlichen Branchenauswertung stehen online unter: **www.wuerzburg.ihk.de/konjunktur**

Elena Fürst
0931 4194-320
elena.fuerst@wuerzburg.ihk.de

DAS REGIONALE MAGAZIN DER IHK WÜRZBURG-SCHWEINFURT

Wirtschaft
IN MAINFRANKEN

Vorschau Schwerpunkt Dezember:

Internationales Mainfranken

Anzeigenschluss: 23.11.2026
Erscheinungstermin: 04.12.2026

Ihre Ansprechpartnerin:
Daniela Obst · 0931 7809970-1
d.obst@vmm-medien.de
www.vmm-medien.de



IHK-Standortreport: Mainfranken erhält die Note 2,7

UMFRAGE. Nach 2016 und 2021 hat die IHK Würzburg-Schweinfurt den Standortreport Mainfranken neu aufgelegt. Zwischen März und Juli wurden 2.500 Mitgliedsunternehmen zu 64 Einzelindikatoren aus sechs Themenfeldern befragt. Die regionale Wirtschaft benotet ihren Standort mit der Schulnote 2,7.

Bemerkenswert ist vor allem eine Zahl: Fast drei Viertel der Betriebe würden sich heute wieder für einen Standort in Mainfranken entscheiden. „Sieben von zehn Unternehmen sagen Ja zu dieser Region – und das nach drei Krisenjahren, nach Energiepreissprüngen und gerissenen Lieferketten“, sagt IHK-Präsidentin Caroline Trips. „Das ist ein klares Bekenntnis für Mainfranken, das wir nicht kleinreden sollten.“

Wo Mainfranken punktet

Jedes zweite Unternehmen vergibt für seinen Standort die Note „gut“ oder „sehr gut“. In Verkehr und Logistik sind es sogar zwei Drittel. Insgesamt weist die Studie 20 klare Standortstärken aus. Gelobt werden beispielsweise die Lebensqualität, die Umwelt und Natur, die Anbindung ans Fernstraßennetz, die Erreichbarkeit für den Zu- und Ablieferverkehr, die Energieversorgung und -versorgungssicherheit, die medizinische Versorgung sowie das Kultur-, Sport- und Freizeitangebot.

„Das klingt weich, ist es aber nicht“, so Trips. „Im Wettbewerb um Fachkräfte ist Lebensqualität eine harte Währung. Wer eine Ingenieurin oder einen Facharbeiter gewinnen will, konkurriert nicht nur über das Gehalt, sondern auch über die Frage, ob ihre Familie hier gut leben kann. Auf diese Frage hat Mainfranken eine gute Antwort.“



Bild: Scanrail/stockadobe.com

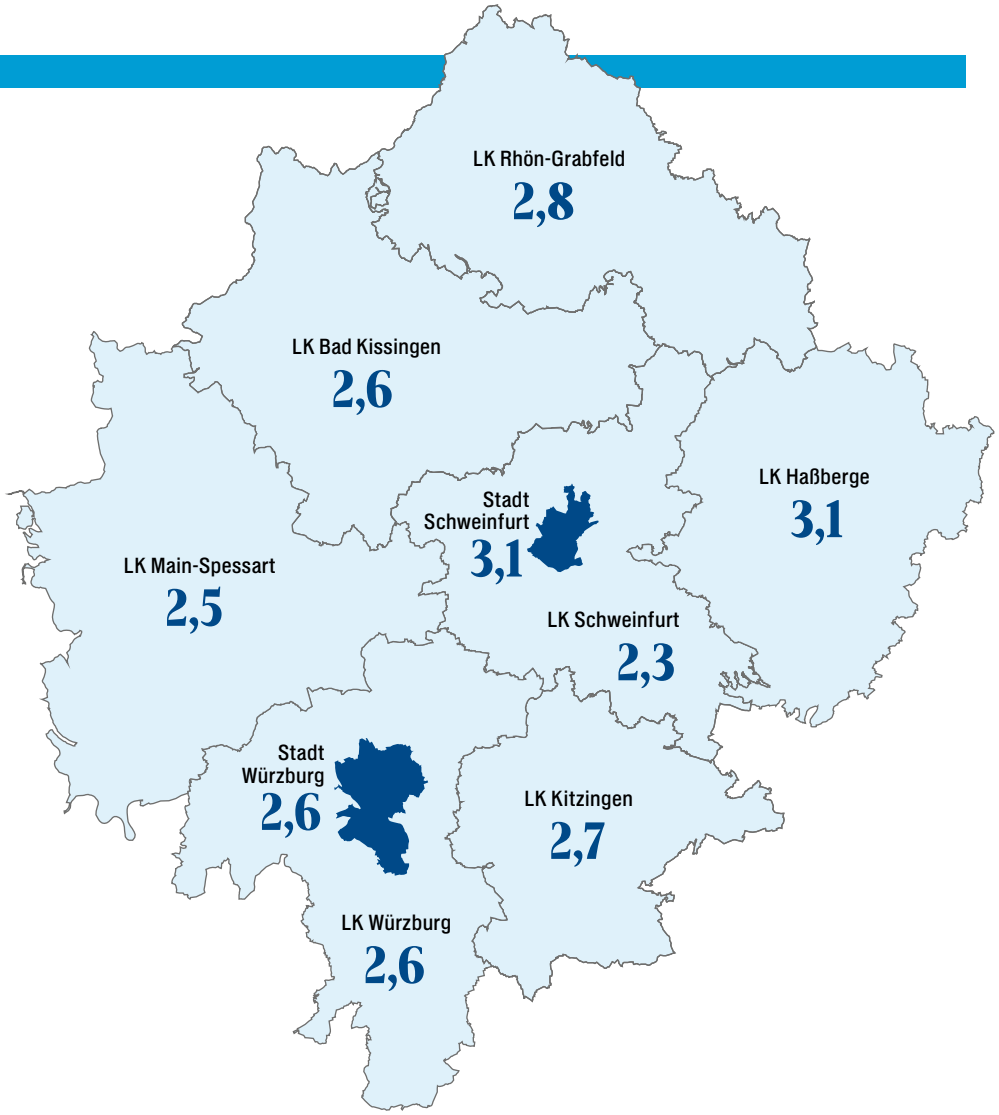
Die IHK-Präsidentin hebt besonders den Zehnjahresvergleich hervor: Am stärksten haben sich seit 2016 die Breitbandinfrastruktur, die Mobilfunkanbindung und die Praxisnähe der Schulen verbessert. „Vor zehn Jahren haben wir noch über Funklöcher gesprochen. Heute gilt die Mobilfunkanbindung hingegen als klare Stärke der Region. Das ist der Beweis, dass Standortpolitik wirkt, wenn man ein paar Jahre lang dranbleibt."

Standortreport benennt klare Handlungsfelder

Bei allen positiven Entwicklungen weist die Studie jedoch auch auf Problemfelder hin. Fünf Themen stechen als dringlichster Handlungsbedarf heraus: die Dauer von Genehmigungsverfahren, die Erreichbarkeit und Serviceorientierung der Behörden samt fehlender digitaler Verwaltungsverfahren, die Attraktivität der Innenstädte, der Zustand der Straßen und das Wohnraumangebot. Die lange Dauer von Genehmigungsverfahren zieht sich als gemeinsamer Nenner durch nahezu alle Branchen und Landkreise.

„Ich lese diese Liste nicht als Anklage, sondern als Tagesordnung für die kommenden Gespräche mit den Verantwortlichen aus Politik und Verwaltung", sagt Trips. Vier der fünf Punkte lägen in kommunaler und regionaler Hand. Das sei die gute Nachricht: „Wir müssen nicht auf Berlin warten." Über zehn Jahre eingetrübt haben sich zudem die Bewertungen der Energiekosten, der Verfügbarkeit gewerblicher Flächen, der Lohn- und Arbeitskosten sowie der Widerstandsfähigkeit der Region in Wirtschaftskrisen.

Mit 2,7 ist die Gesamtnote schlechter als bei früheren Befragungen: 2021 lag sie bei 2,5 und 2016 bei 2,4. Knapp zehn Prozent der Betriebe ziehen eine Standortaufgabe in Betracht. 2016 waren es gut zwei Prozent. „Diese Zahl nehme ich sehr ernst", so Trips. „Aber ich lese sie im richtigen Verhältnis: Zwei Drittel planen keine Veränderung und jedes fünfte Unternehmen will sogar erweitern. Der Standort wird nicht abgeschrieben, sondern kritisch begleitet. Und das ist auch gut so."



Mainfrankens Wirtschaft im regionalen Vergleich. Wie Regionen abschneiden, hängt auch von den lokalen Rahmenbedingungen ab.

Große Unterschiede zwischen den Regionen

An der Spitze der Skala liegt der Landkreis Schweinfurt mit der Note 2,3, gefolgt von Main-Spessart mit 2,5. Am kritischsten fällt das Urteil in der Stadt Schweinfurt und im Landkreis Haßberge aus. Es gebe in Mainfranken keinen Automatismus nach unten, betont Trips. „Wo Verwaltung, Politik und Betriebe eng zusammenarbeiten, kommt das in der Bewertung an. Genau deshalb haben wir so tief ausgewertet – damit die Regionen voneinander lernen können."

Die Ergebnisse gehen nun an alle Landräte, Oberbürgermeister, Bürgermeister und Wirtschaftsförderer der Region sowie an die Abgeordneten. Vorgesehen sind Diskussionen in allen IHK-Gremialausschüssen sowie regionale Dialoggespräche vor Ort. Die Note 2,7 sei keine Bilanz, sondern, wie in den Vorjahren auch, eine Zwischenmessung, so Trips abschließend. „Mainfranken hat schon einmal bewiesen, dass es Schwächen in Stärken verwandeln kann. Machen wir das jetzt bei den Genehmigungsverfahren, bei den Gewerbeflächen und in unseren Innenstädten. Die Zahlen liegen auf dem Tisch."

Elena Fürst
0931 4194-320
elena.fuerst@wuerzburg.ihk.de

Sonderauswertungen aller mainfränkischen Teilregionen



Würzburg bleibt attraktiv – doch der Standort gerät im Alltag unter Druck.

Würzburg, Stadt

Die Würzburger Unternehmen benoten ihre Stadt mit 2,6 und liegen damit über dem mainfränkischen Schnitt. 58 Prozent vergeben „gut“ oder „sehr gut“, und mit 80 Prozent Standorttreue erreicht Würzburg einen der Spitzenwerte der Region. Als Stärken nennen die Betriebe beispielsweise die medizinische Versorgung, das Profil und die Qualität der Hochschulen, die Anbindung ans Fernstraßennetz, das Kultur- und Freizeitangebot sowie die Lebensqualität. Gegenüber 2016 hat sich die Note allerdings um 0,3 Punkte verschlechtert, 38 Prozent sehen die Standortqualität der letzten fünf Jahre eher oder stark rückläufig.

Der dringendste Handlungsbedarf liegt in Würzburg spürbar im Alltäglichen: Parkplatzsituation, Dauer von Genehmigungsverfahren, Erreichbarkeit der Behörden, Wohnraumangebot und Straßenzustand. Dazu kommen als weitere Risiken die Grund- und Gewerbesteuer, die Baustellenkoordination, gewerbliche Immobilienpreise und die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen. Das Muster ist typisch für eine wachsende Oberzentrumsstadt: Was Würzburg attraktiv macht, erzeugt Druck auf Flächen, Wohnraum und Verkehr. Ungenutztes Potenzial sehen die Betriebe beim Stellenwert des Wissenschaftsstandorts und bei Unternehmensnetzwerken.

Schweinfurt, Stadt

Schweinfurt erhält mit 3,1 die kritischste Bewertung der Region, und der Rückgang gegenüber 2016 und 2021 fällt mit jeweils 0,8 Notenpunkten am deutlichs-



Schweinfurt agiert zwischen Standorttreue und Veränderungsdrang.

Bilder: dina, Sina Ettmer/stockadobe.com



Bad Kissingen entwickelt sich positiv – mit Infrastrukturbedarf.

ten aus. Ein Viertel der Betriebe vergibt „gut“ oder „sehr gut“, zwei Drittel sehen die Standortqualität der letzten fünf Jahre verschlechtert. Zugleich würden zwei Drittel der Unternehmen die Stadt erneut als Standort wählen – das Fundament trägt also, aber es steht unter Belastung. Als Stärken benennen die Betriebe die Anbindung ans Fernstraßennetz, die Lebensqualität, das Kultur-, Sport- und Freizeitangebot, die Mobilfunkversorgung und die Praxisnähe der Berufsschulen.

Der Handlungsbedarf ist klar umrissen: Attraktivität der Innenstadt, Engagement der Politik für den Wirtschaftsstandort, Serviceorientierung und Erreichbarkeit der Behörden, Genehmigungsdauer sowie die Einschätzung der Zukunftsfähigkeit. Auffällig ist, dass mehrere dieser Punkte gleichzeitig zu den Faktoren mit der höchsten Bedeutung zählen – hier fallen Anspruch und Erfahrung besonders weit auseinander. Als Chancen weist die Studie den Stellenwert des Wissenschaftsstandorts, die Hochschulen, Unternehmensnetzwerke und die Akzeptanz von Wirtschaftsprojekten aus.

Bad Kissingen

Bad Kissingen ist der einzige Landkreis Mainfrankens, dessen Note gegenüber 2016 leicht besser ausfällt: 2,6 gegenüber 2,7 vor zehn Jahren. 53 Prozent der Betriebe bewerten den Landkreis mit „gut“ oder „sehr gut“, 74 Prozent würden sich erneut hier ansiedeln. Bemerkenswert ist die Entwicklungseinschätzung: 26 Prozent sehen eine Verbesserung der Standortqualität in den letzten fünf Jahren – ein Wert deutlich über dem mainfränkischen Durchschnitt.

Zu den Stärken zählen Umwelt und Natur, die Anbindung ans Fernstraßennetz, die Erreichbarkeit für Zu- und Ablieferverkehr, die Mobilfunkversorgung und die Energieversorgungssicherheit. Dringender Handlungsbedarf besteht bei der Genehmigungsdauer, der Breitbandinfrastruktur, den Energiekosten, dem Straßenzustand und der Verfügbarkeit von Auszubildenden. Beim ÖPNV, der Schienenanbindung und der öffentlichen Ladeinfrastruktur liegt die Zufriedenheit niedrig; hier zeigt sich der Mobilitätsnachteil des ländlichen Raums.



Bad Kissingen hat sich als einziger Landkreis gegenüber 2016 leicht verbessert.

Rhön-Grabfeld

Mit 2,8 liegt Rhön-Grabfeld leicht unter dem mainfränkischen Schnitt, hat sich gegenüber 2016 aber stabil gehalten. 43 Prozent der Betriebe vergeben „gut“ oder „sehr gut“, zwei von drei Unternehmen würden sich erneut für den Landkreis entscheiden. Die Stärken liegen dort, wo der ländliche Raum seine Karten ausspielt: Umwelt und Natur, medizinische Versorgung, Nahversorgung, Lebenshaltungskosten für Mitarbeitende und – ein in Mainfranken seltener Befund – das Wohnraumangebot.

Der Handlungsbedarf konzentriert sich auf zwei Blöcke. Erstens der Arbeitsmarkt: Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften sowie deren Qualifikation werden kritisch bewertet, ebenso die Lohn- und Arbeitskosten. Zweitens das Verhältnis zur Politik: Das Engagement zur



Rhön-Grabfeld punktet bei Lebensqualität und kämpft mit Fachkräftebedarf.

Bilder: Sina Ettmer, fotoping/stock.adobe.com



Haßfurt: Lebensqualität als Stärke, digitale Infrastruktur als Herausforderung.

Stärkung des Wirtschaftsstandorts steht ganz oben auf der Liste des dringenden Handlungsbedarfs, dazu kommen fehlende digitale Verwaltungsverfahren. Gerade weil Rhön-Grabfeld beim Wohnen und bei den Lebenshaltungskosten günstige Voraussetzungen bietet, könnte die Region beim Werben um Arbeitskräfte mehr aus ihren Stärken machen.

Haßberge

Der Landkreis Haßberge erhält mit 3,1 die schwächste Note der Region und verliert gegenüber 2021 0,7 Punkte. 38 Prozent bewerten den Standort mit „gut“ oder „sehr gut“, jedoch sieht rund die Hälfte der Betriebe die Standortqualität der letzten fünf Jahre als verschlechtert an. Mit 51 Prozent liegt auch die Standorttreue auf dem niedrigsten Wert Mainfrankens – hier besteht der deutlichste Handlungsdruck der gesamten Region.

In Kitzingen sehen Unternehmen häufiger Verbesserungen als Verschlechterungen.

Die Stärken sind dabei durchaus vorhanden: Umwelt und Natur, Lebensqualität, Nahversorgung, günstige Lebenshaltungskosten und eine gut bewertete Energieversorgungssicherheit. Der dringende Handlungsbedarf betrifft die Infrastruktur der Daseinsvorsorge und der Verwaltung: Breitband, digitale Verwaltungsverfahren, Betreuungs- und Pflegeangebote für Senioren, Erreichbarkeit der Behörden und die medizinische Versorgung. Auffällig ist, dass Breitband hier weiterhin als Schwäche erscheint, während es mainfrankenweit zu den größten Fortschritten der letzten zehn Jahre zählt. Der Ausbau ist offenbar ungleich in der Fläche angekommen.

Kitzingen

Kitzingen liefert eines der bemerkenswertesten Ergebnisse dieser Befragung: Als einer von zwei Landkreisen Mainfrankens sehen hier mehr Unternehmen eine Verbesserung der Standortqualität in den letzten fünf Jahren (32 Prozent) als eine Verschlechterung (23 Prozent). Die Note liegt mit 2,7 im regionalen Mittel, 52 Prozent vergeben „gut“ oder „sehr gut“. Mit 82 Prozent gehört die Standorttreue zu den höchsten Werten Mainfrankens.

Als Stärken nennen die Betriebe die Anbindung ans Fernstraßennetz, die Nähe zu Berufsschulen, das Angebot an Unternehmensnetzwerken, das Kinderbetreuungsangebot und die gewerblichen Immobilienpreise. Das ist ein bemerkenswertes Profil: Kitzingen punktet dort, wo Betriebe konkret planen – bei Flächenkosten, Ausbildung und Vereinbarkeit. Dringender Handlungsbedarf besteht bei der Genehmigungsdauer, der Verfügbarkeit von Fach- und Führungskräften, dem Wohnraumangebot, dem Straßenzustand sowie bei Integrations- und Sprachangeboten für internationale Arbeitskräfte. Letzteres passt zum Wachstumskurs des Landkreises: Wer Personal aus dem Ausland gewinnt, braucht die passende Infrastruktur dazu.

Main-Spessart

Main-Spessart erreicht mit 2,5 die zweitbeste Note der Region – und ist der einzige Landkreis, dessen Bewertung sich gegenüber 2021



Bilder: Sina Ettmer/stock.adobe.com



Main-Spessart (hier Karlstadt) erzielt eine der besten Standortbewertungen.

verbessert hat. Mit 83 Prozent erreicht die Standorttreue den höchsten Wert ganz Mainfrankens: Mehr als vier von fünf Unternehmen würden sich erneut hier niederlassen. 53 Prozent vergeben „gut“ oder „sehr gut“.

Die Stärken sind breit gestreut: Energieversorgungssicherheit, medizinische Versorgung, Weiterbildungsangebote, die Praxisnähe der Schulen und die Parkplatzsituation. Handlungsbedarf sehen die Betriebe bei der Genehmigungsdauer, dem ÖPNV, der Verfügbarkeit von Auszubildenden, dem Engagement der Politik für den Wirtschaftsstandort und der Attraktivität der Innenstädte. Kritisch bewertet wird zudem die Anbindung ans Schienennetz – ein wiederkehrendes Thema im westlichen Mainfranken.

83 Prozent Standorttreue

Der Anteil der Unternehmen, die sich in Main-Spessart erneut niederlassen würden.

Schweinfurt, Landkreis

Der Landkreis Schweinfurt führt das mainfränkische Feld an: 2,3 lautet die Durchschnittsnote, 68 Prozent der Betriebe vergeben „gut“ oder „sehr gut“ – der höchste Wert der Region. Die Note hat sich gegenüber 2016 und 2021 nahezu vollständig gehalten. Auch die Entwicklungsbilanz fällt positiv aus: 26 Prozent sehen eine Verbesserung, nur 19 Prozent eine Verschlechterung. Drei Viertel der Unternehmen würden sich erneut hier ansiedeln.

Gelobt werden die Anbindung ans Fernstraßennetz, die Nähe zu Berufsschulen, der Stellenwert des Wissenschaftsstandorts, Umwelt und Natur sowie die Nahversorgung. Der Handlungsbedarf ist stark kostengetrieben: Energiekosten, Lebenshaltungskosten für Mitarbeitende und Lohn- und Arbeitskosten stehen oben, dazu die Genehmigungsdauer und die Akzeptanz von Wirtschaftsprojekten in der Region. Beim Flächenthema zeigt sich der Preis des Erfolgs: Verfügbarkeit gewerblicher Flächen und Immobilienpreise werden als Risiken ausgewiesen. Wer wächst, braucht Platz.



Der Landkreis Schweinfurt führt den regionalen Vergleich an.

Würzburg, Landkreis

Der Landkreis Würzburg liegt mit 2,6 über dem Regionsschnitt, 58 Prozent der Betriebe vergeben „gut“ oder „sehr gut“, 71 Prozent würden erneut hier investieren. Die Entwicklungsbilanz ist nahezu ausgeglichen: 26 Prozent sehen eine Verbesserung, 29 Prozent eine Verschlechterung. Gegenüber 2021 hat die Note allerdings um 0,4 Punkte nachgegeben.

Die Stärken liegen im Umfeld: Lebensqualität, Nahversorgung, medizinische Versorgung, Mobilfunkanbindung und das gastronomische Angebot. Der Landkreis profitiert erkennbar von seiner Lage im Umland des Oberzentrums. Der dringende Handlungsbedarf ist dagegen deutlich wirtschaftspolitisch geprägt: Energiekosten, fehlende digitale Verwaltungsverfahren, Lohn- und Arbeitskosten, Straßenzustand und das Verständnis der Politik für betriebliche Belange. Hinzu kommen Arbeitsmarktthemen – Verfügbarkeit und Qualifikation von Arbeitskräften – sowie die Verfügbarkeit gewerblicher Flächen. Chancen sieht die Studie bei der Akzeptanz von Wirtschaftsprojekten und beim Weiterbildungsangebot.

Bilder: Sina Ettmer/stock.adobe.com

Segel werden zu Taschen

Bad Kissingen. Der Navigante Yacht- und Skipper-Service hat sich Ende September erstmals mit einem eigenen Stand auf der Interboot in Friedrichshafen präsentiert. Der Betrieb von Geschäftsführer Thomas Schlick ist seit einigen Jahren auf Yachten-Refits, also der Überholung, Modernisierung oder Restaurierung, spezialisiert. Auf der Messe stellte er erstmals eigene Produkte vor. Im Mittelpunkt standen Taschen aus ausgedientem Segeltuch und Planenmaterial, die in der Näherei der Lebenshilfe-Werkstätten in Neuburg an der Donau gefertigt werden. Kunden können sie zum Beispiel mit Segelzeichen, Bootsnamen oder Länderflaggen versehen lassen. Außerdem zeigte Navigante beleuchtete Ankerbojen, Bordwerkzeugtaschen, Löschdecken und Olivenholzbretter für die Bordküche. Die 65. Interboot zählte an fünf Messetagen rund 36.100 Besucher. Schwerpunkte waren Angebote für Einsteiger, Nachhaltigkeit, Elektromobilität und Frauen im Wassersport. Die Aussteller zogen trotz weniger Besucher überwiegend eine positive Bilanz.



Inhaber Thomas Schlick (l.) mit Kunden und ihrer Tasche am Navigante-Stand.



Von links: Martin Brown (Knauf), Brigitte Zypries (Schirmherrin des Deutschen Awards für Nachhaltigkeitsprojekte) und David Joergens (Knauf) bei der Verleihung des Deutschen Awards für Nachhaltigkeitsprojekte 2026 in Berlin.

Knauf will Gips im Kreislauf halten

IPHOFEN. Die Unternehmensgruppe ist Mitte September mit dem Deutschen Award für Nachhaltigkeitsprojekte 2026 ausgezeichnet worden. Gewürdigt wurde, wie sie Gipsabfälle aus Rückbau und Sanierung wieder als Rohstoff nutzbar macht.

Dafür investiert Knauf laut Unternehmensangaben in Recyclingkapazitäten, baut regionale Rohstoffnetzwerke auf und arbeitet mit Partnern entlang der Wertschöpfungskette zusammen. Den Vorsitz der Jury hatte Prof. Dr. Claudia Kemfert, Schirmherrin war die ehemalige Bundeswirtschaftsministerin Brigitte Zypries. Die Jury hob vor allem drei Punkte hervor: die kurze zirkuläre Lieferkette, die Skalierbarkeit des Ansatzes und das Potenzial, die Bauindustrie unabhängiger von Rohstofflieferketten zu machen.

„Recycling ist für uns weit mehr als Abfallverwertung. Es hilft uns, wertvolle Rohstoffe im Kreislauf zu halten und die Versorgung der Bauindustrie langfristig zu sichern“, sagte Dr. Uwe Knotzer, geschäftsführender Gesellschafter der Knauf Gruppe.

Rohstoffbasis im Wandel

Gips lässt sich technisch nahezu unbegrenzt recyceln. Gleichzeitig verändert sich die Rohstoffbasis der Branche grundlegend. Mit dem schrittweisen Ausstieg aus der Kohleverstromung fällt REA-Gips weg, der bislang als Nebenprodukt der Rauchgasentschwefelung in Kohlekraftwerken anfiel. Die Wiederverwertung von Gipsabfällen wird immer wichtiger. Knauf will Recycling als festen Bestandteil seiner Rohstoffstrategie etablieren. Regionale Netzwerke sollen Transportwege verkürzen und Materialströme effizienter steuern.

Ein wichtiger Baustein ist laut Meldung die Gipsrecyclinganlage, die gemeinsam mit dem Partner BSR in Neuhof an der Zenn entsteht. Ab 2027 soll sie jährlich rund 90.000 Tonnen Gipsabfälle aufbereiten und damit die Menge an recyceltem Gips in Deutschland verdoppeln. Das zurückgewonnene Material kann anschließend für die Herstellung von Gipsplatten genutzt werden. In Frankreich entsteht mit Partnern eine weitere Anlage bei Auneuil nördlich von Paris, die 150.000 Tonnen pro Jahr verarbeiten soll. In Japan stellen Unternehmen der Gruppe bereits Gipsplatten aus vollständig recyceltem Gips her. In Kanada läuft ein Pilotprojekt zur Wiederverwertung von Gipsabfällen aus Abrissprojekten.

Bilder: Navigante Yacht & Skipper; Thomas Ecke

MAZDA
CROSSOVER WOCHEN

ENTDECKEN SIE DIE PERFEKTEN TEAMPLAYER FÜR IHR BUSINESS – ZUM BEISPIEL DEN MAZDA CX-60.



382 € [1)]
netto mtl. Leasingrate für den Mazda CX-60 Diesel

0 € [2)]
Anzahlung für alle Mazda Crossover Modelle

6 JAHRE [3)]
Mazda Garantie inklusive

CRAFTED WITH JAPANESE SOUL

Energieverbrauch kombiniert für den Mazda CX-60 2026 e-Skyactiv D 200 Prime-Line: 5,1 l/100 km. CO_2-Emissionen kombiniert: 132 g/km. CO_2-Klasse: D. Weitere Informationen zur elektrischen Reichweite, Energiekosten, KFZ-Steuer und CO_2-Kosten finden Sie unter www.mazda.de/energieverbrauch

1) Monatliche Rate zzgl. Mehrwertsteuer für ein gewerbliches Leasingangebot (Kilometer-Leasing) der Mazda Finance – ein Service der Openbank Deutschland AG (Leasinggeber), Santander-Platz 1, 41061 Mönchengladbach – bei 0,00 € Leasing-Sonderzahlung, 36 Monaten Laufzeit und 30.000 km Gesamtfahrleistung für einen Mazda CX-60 2026 e-Skyactiv D 200 Prime-Line | 3,3l Diesel 147 (200) kW (PS). Inklusive einer GAP-Vereinbarung gemäß den Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Regelungen für Kilometerleasingverträge mit gewerblichen Kunden. Beinhaltet Kundenrabatt teilnehmender Mazda Vertragshändler. Das Angebot ist gültig für Gewerbekunden, Freiberufler oder Selbstständige und jeweils zzgl. Überführungs- und Zulassungskosten. Bei der gezeigten Abbildung handelt es sich um ein Beispielfoto eines Mazda CX-60 2026, die Ausstattungsmerkmale des abgebildeten Fahrzeuges sind nicht Bestandteil des Angebotes.
2) 0 € Leasing-Sonderzahlung.
3) 6 Jahre Garantie gemäß den Mazda Garantiebedingungen. Mehr Informationen finden Sie unter www.mazda.de/garantie

Innovation Day holt KI in die Praxis

WÜRZBURG. Rund 170 Teilnehmende aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft diskutierten an der Julius-Maximilians-Universität (JMU) über Künstliche Intelligenz und Automatisierung. Gastgeberin war die Region Mainfranken GmbH.



Von links: Dr. Stefan Möhringer (IHK Würzburg-Schweinfurt), Bettina Gardenne (Geschäftsführerin der Region Mainfranken GmbH), Prof. Dr. Jan Schmitt (THWS) und Prof. Dr. Matthias Bode (JMU).

Zum Auftakt sprachen Prof. Dr. Matthias Bode (JMU), Prof. Dr. Jan Schmitt (Technische Hochschule Würzburg-Schweinfurt, THWS), Dr. Stefan Möhringer (IHK Würzburg-Schweinfurt) und Bettina Gardenne, Geschäftsführerin der Region Mainfranken GmbH, über die wichtige Rolle der Hochschulen. Die JMU bringe jährlich rund 5.000 junge Menschen in die Region. Die THWS ist unter anderem über Technologietransferzentren in bislang sechs Landkreisen mit der regionalen Wirtschaft verbunden. Für Unternehmen sind Abschlussarbeiten, Praktika und gemeinsame Forschungsprojekte ein Weg, Fachkräfte zu gewinnen. „Gerade in turbulenten Zeiten braucht es starke Hochschulen, innovative Unternehmen und vor allem Zusammenarbeit“, betonte Gardenne.

Prozesse vor KI

Prof. Dr. Alicia von Schenk (JMU) befasste sich mit dem Verhältnis von Mensch und KI auf dem Arbeitsmarkt. Verhaltensökonomische Experimente zeigten, dass menschliche Intuition nicht automatisch überlegen ist. Untersucht wurden etwa Personalentscheidungen, an denen ein Algorithmus beteiligt war. „Wer KI sinnvoll einsetzen will, muss zunächst seine eigenen Abläufe verstehen“, sagte Prof. Dr.-Ing. Andreas Schiffler (THWS). Entscheidend seien dokumentierte Prozesse, klare Schnittstellen sowie Datenschutz und Datensouveränität. Prof. Dr. Christoph Flath (JMU) riet, nicht nur auf das KI-Modell zu schauen, sondern auf das ganze System aus Anweisungen, Schnittstellen und Prüfregeln: „Ohne diesen Rahmen bleibt KI schnell bei Strg+C und Strg+V stehen.“ Unternehmen sollten klein anfangen und sich zunächst eine häufige, klar umrissene und prüfbare Aufgabe vornehmen.

Nicht immer KI

Aus der Praxis berichtete Michael Rager von der F.S. Fehrer Automotive GmbH über Kooperationen mit Hochschulen. Dabei ging es etwa um Roboterlösungen für biegeschlaffe Bauteile und um die Ermittlung von Kapazitätsbedarfen. Eingesetzt wurden regelbasierte Verfahren ebenso wie maschinelles Lernen. Sein Fazit: Nicht jedes Problem braucht KI, und die Zusammenarbeit mit der Wissenschaft hilft, die passende Methode zu finden.

Am Nachmittag konnten die Teilnehmenden in sieben Workshops Themen wie Wissensmanagement, Forecasting, Robotik und Patentnutzung vertiefen. Bei der „Expedition Hubland“ ging es zu Stationen der Stadtentwicklung, der Gründerszene und zu den Innohubs für Technologieunternehmen.

Bild: PR



Wir begrüßen Fortschritt. Persönlich mit Handschlag.

Wir stärken Unternehmen aus der Region mit unserer Expertise und innovativen Finanzierungslösungen – als verlässlicher Partner an Ihrer Seite begleiten wir Sie langfristig und sind immer persönlich für Sie vor Ort. Denn wir sind eine Gemeinschaft. Und eine Bank.
Mehr Infos unter vr.de/firmenkunden

Wir machen den Weg frei.

Volksbanken
Raiffeisenbanken

Casaio gewinnt KNX Award



Veitshöchheim. Die Casaio GmbH hat Anfang Oktober den KNX Award 2026 in der Kategorie „Smart Home – Europe“ gewonnen. Die KNX Association vergibt den Preis alle zwei Jahre für Projekte aus aller Welt. Ausgezeichnet wurde die Gebäudetechnik einer Villa in Hamburg. Dort hat das Unternehmen 180 Kilometer Kabel, 25 Elektroverteiler und 21 KNX-Linien verbaut. In einem klassischen Einfamilienhaus sind es meist zwei bis drei Linien. Im Haus sind rund 30 Touchpanels verteilt, außerdem lässt es sich per App und Sprachassistent steuern. Das Haus dient zugleich als Forschungsprojekt zu Energiemanagement und Künstlicher Intelligenz. „Ein Smart Home wird nicht allein dadurch nützlich, dass viel Technik drinsteckt. Es muss für die Bewohner und auch für Gäste intuitiv zu bedienen sein“, sagte Gründer und Geschäftsführer Dr. Thomas Lübbeke. Er hat Casaio 2016 gegründet. Das Unternehmen plant Smart Homes für private Wohnhäuser und hatte den KNX Award schon 2018 gewonnen.



Medizin-Nobelpreis geht nach Würzburg

WÜRZBURG. Der Biophysiker Georg Nagel (73) hat gut 20 Jahre an der Julius-Maximilians-Universität (JMU) geforscht. Ausgezeichnet wird er gemeinsam mit zwei Kollegen für seine Entdeckungen zur Optogenetik.

Die Nachricht erreichte Nagel Anfang Oktober in Italien. Der Preis ist mit rund einer Million Euro dotiert. Nagel teilt ihn mit Karl Deisseroth (Stanford University) und Peter Hegemann (Humboldt-Universität Berlin), ausgezeichnet werden ihre Entdeckungen über lichtgesteuerte Ionenkanäle. Nagel war von 2004 bis 2021 Professor für Molekulare Pflanzenphysiologie am Biozentrum der JMU und danach bis Ende Juni 2026 Seniorprofessor am Physiologischen Institut.

„Im Namen der JMU gratuliere ich unserem 15. Nobelpreisträger von ganzem Herzen zu dieser Spitzen-Auszeichnung“, sagte Universitätspräsident Paul Pauli. Die Universität hatte Nagel bereits 2024 mit ihrer Röntgenmedaille geehrt.

Nervenzellen per Licht

Die Entdeckungen der drei Forscher ermöglichen es, einzelne Nervenzellen in einem lebenden Gehirn mit Licht an- oder abzuschalten. Die Methode werde inzwischen in Laboren weltweit eingesetzt, teilte das Nobel-Komitee mit. Sie habe das Wissen über das Gehirn grundlegend verändert. Außerdem helfe sie zum Beispiel dabei, Nervenzellen zu untersuchen, die an psychiatrischen und neurologischen Störungen beteiligt sind.

Ihre Ursprünge hat die Optogenetik in Algen. „Dass dieses System hilfreich für die Erforschung des menschlichen Gehirns sein dürfte, wurde sehr früh erkannt. Die Arbeiten von Georg Nagel und seinen Mitforschenden waren in dieser Hinsicht wirklich bahnbrechend“, erklärte Professor Dirk Becker vom Lehrstuhl für Botanik I. Er hat über 20 Jahre mit Nagel zusammengearbeitet.

Von Konstanz nach Würzburg

Nagel wurde 1953 in Weingarten geboren. Er studierte Biologie und Biophysik in Konstanz und arbeitete kurz als Lehrer an einem Schweizer Gymnasium. Nach der Promotion 1988 in Frankfurt forschte er fünf Jahre in den USA, unter anderem an der Yale University. 1993 kehrte er an das Max-Planck-Institut für Biophysik in Frankfurt zurück und habilitierte sich an der Goethe-Universität. 2004 folgte der Ruf nach Würzburg. Zu seinen bisherigen Auszeichnungen zählen unter anderem der Karl Heinz Beckurts-Preis (2010), der Brain Prize (2013) und der Shaw Prize (2020).



Georg Nagel ist der fünfzehnte Nobelpreisträger der Universität Würzburg. Die Auszeichnung erhält er für seine Grundlagenforschung zur Optogenetik.

Bilder: Casaio; Rudi Merkl/Universität Würzburg; Arron Ckpmaneb/stock.adobe.com

Aiwanger besucht Jopp und Ganshorn

BAD NEUSTADT. Bayerns Wirtschaftsminister hat sich bei zwei mittelständischen Unternehmen über Robotik, Raumfahrt, Verteidigung und Medizintechnik informiert. Hubert Aiwanger wurde vom Ersten Bürgermeister Michael Werner und Landrätin Sonja Rahm begleitet.



Bei der Jopp Holding GmbH empfing Geschäftsführer Martin Büchs den Minister. Im Gespräch ging es um industrielle Transformation, Innovationsförderung und den Einstieg in neue Geschäftsfelder, vor allem Raumfahrt, Verteidigung und humanoide Robotik.

„Dass Unternehmen wie Jopp neue Geschäftsfelder in der Verteidigungsindustrie erschließen, ist angesichts der veränderten sicherheitspolitischen Lage nachvollziehbar und schafft neue Chancen für den Industriestandort Bayern“, sagte Aiwanger. Mittelständische Unternehmen brächten viel Know-how aus klassischen Industriebranchen mit, das sich auch für neue Anwendungen nutzen lasse. „Dabei geht es nicht um einen beliebigen Kurswechsel, sondern um die Weiterentwicklung vorhandener Kompetenzen in Bereichen wie Robotik, Automatisierung und Hightech.“

Neue Zentrale für Ganshorn

Danach besuchte Aiwanger die Ganshorn Medizin Electronic GmbH, wo ihn Geschäftsführer Dr. Stefan Ponto empfing. Der international tätige Medizintechnikhersteller entwickelt und produziert in Bad Neustadt und hat dort eine neue Firmenzentrale gebaut. Bei einem Rundgang informierte sich der Minister über das Unternehmen und seine Produkte.

„Ganshorn investiert am Standort Bad Neustadt und hat dort eine neue Firmenzentrale aufgebaut – das ist in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ein wichtiges Signal“, betonte Aiwanger. Das Unternehmen zeige, dass ein mittelständischer Hightech-Betrieb aus dem ländlichen Raum international erfolgreich sein und zugleich am heimischen Standort wachsen könne. „Politik kann dafür gute Rahmenbedingungen schaffen – unternehmerische Entscheidungen und Investitionen müssen aber aus den Unternehmen selbst kommen.“

Unterschiedliche Aufgaben

Die beiden Besuche zeigten, wie verschieden die Aufgaben der Unternehmen im Landkreis Rhön-Grabfeld sind: Es geht um den Umbau bestehender Geschäftsmodelle, den internationalen Wettbewerb und die Entwicklung neuer Technologien und Märkte. Der Freistaat wolle Investitionen und Innovationen erleichtern, Bürokratie abbauen und die Wettbewerbsfähigkeit der Regionen stärken, hieß es aus dem Wirtschaftsministerium.

Bild: StMWi/PR

BÜROGEBÄUDE UND
HALLEN
Stahlbau - Holzbau

PLANUNG
PRODUKTION
MONTAGE

wolf
Wolf System GmbH
94486 Osterhofen
09932 37-0
mail@wolfsystem.de
www.wolfsystem.de

B4B WIRTSCHAFTSLEBEN MAINFRANKEN
REGIONAL UND RELEVANT.
www.B4BMAINFRANKEN.de

IPM baut Förderanlagen für SKF



IPM-Geschäftsführer Stefan Meißner in seiner Fertigungshalle.

Donnersdorf. Die IPM Industrieprodukte Meißner GmbH hat für den Wälzlagerhersteller SKF zwei Förderanlagen für die Fertigung von Lagerringen in Schweinfurt gebaut. Bald sollen sie in Betrieb gehen. Das Unternehmen aus dem Landkreis Schweinfurt hat das ganze Projekt übernommen, von der Beratung über Konstruktion und Fertigung bis zur Montage. Den Auftrag erhielt IPM im Oktober 2025, im Juni 2026 folgte die erste Teillieferung. Die Anlagen aus Aluminium brauchen jeweils rund 100 Quadratmeter Fläche und transportieren Teile mit 60 bis 180 Millimetern Durchmesser. Rund zehn IPM-Beschäftigte waren beteiligt. „Das Projekt war technisch anspruchsvoll, weil wir unterschiedliche Bearbeitungsprozesse zuverlässig miteinander verbinden mussten“, sagte Geschäftsführer Stefan Meißner. Er führt den Familienbetrieb mit seinem Bruder Andreas. IPM wurde 1997 gegründet, hat 20 Mitarbeitende und fertigt Fördertechnik aus Edelstahl und Aluminium nach Kundenwunsch. Das bisher größte Projekt der Firma war übrigens eine Anlage, die gezuckerte Gummibärchen transportiert.

Mezger zählt zu „Bayerns Best 50“

Schweinfurt. Die Mezger SiKom & NTE GmbH hat Anfang August die Auszeichnung „Bayerns Best 50“ erhalten. Damit würdigt das Bayerische Wirtschaftsministerium jedes Jahr die mittelständischen Unternehmen im Freistaat, die am stärksten wachsen. Mezger ist seit mehr als 25 Jahren bundesweit in der Funk-, Sicherheits- und Kommunikationstechnik tätig. Das Unternehmen plant und baut unter anderem Funkanlagen für Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (BOS) in Gebäuden, außerdem Mobilfunkversorgungen für Gebäude sowie Einbruchmelde-, Video- und Zutrittskontrollsysteme. Laut Unternehmensangaben hat es rund zehn Prozent aller digitalen BOS-Gebäudefunkanlagen in Deutschland gebaut. Neben dem Hauptsitz in Schweinfurt gibt es Standorte in Frankfurt am Main, Remshalden bei Stuttgart und Leipzig. „Die Auszeichnung als Bayerns Best 50 macht uns sehr stolz. Sie ist vor allem eine Anerkennung für das Engagement unserer rund 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, sagte Geschäftsführer Markus Schüll.



Bilder: Manfred Spörl; Fotostudio SX Heuser; SKF/Holger Laschka

Mainfranken exklusiv

CONTENT IS THE KING!

Unsere thematischen Sonderthemen bieten Ihnen das passende Umfeld für z.B. Ihr Unternehmensporträt, Interview oder Fachbeitrag. Auch Ihre Veranstaltung oder Ihr Firmenjubiläum bekommt hier einen guten Platz.

Nutzen Sie für Ihre Kommunikation Ihr redaktionelles Content in den Sonderthemen „Mainfranken exklusiv“

Rufen Sie mich gerne an bei Fragen oder für Ihr persönliches Angebot.

Daniela Obst, Head of Sales
0931 7809970-1, d.obst@vmm-medien.de

B4B WIRTSCHAFTSLEBEN MAINFRANKEN

ONLINE-BRANCHENFÜHRER

30 Jahre Profis für Autoglas

www.autoglas-schweinfurt.de

junited AUTOGLAS
Autoglas Team GmbH

Im Kreuz 12
97076 Würzburg
Friedrichstrasse 6-8
97421 Schweinfurt
Tel. 09721/801060

Ausbildung zum Business Coach

www.wuerzburger-coach-akademie.de

Würzburger Akademie für Empowerment-Coaching

Würzburger Akademie für
Empowerment-Coaching
Würzburger Str. 27 b
97228 Rottendorf
Tel. 0931/2707595

Baumaschinen

www.becker-baumaschinen.de

Becker
BAUMASCHINEN GMBH

Becker Baumaschinen GmbH
Industriestraße 39-41
97437 Haßfurt
Tel. 09521 687-0

Firmenseminare und Weiterbildung

www.maintraining.de

MAINTRAINING

MAINTRAINING Gisela Lohrey
Schweinfurter Straße 28
97076 Würzburg
Tel. 0931/25024-0

Geldanlage

www.immo-LGZ.de

Immo LGZ
25 Jahre

TRADE & RESULT
Am Forst 1
97234 Reichenberg/Würzburg
Tel. 0931/68086686

IT & Bürotechnik

www.soremba.eu

soremba
IT & BÜROTECHNIK
Würzburg - Schweinfurt

soremba GmbH
Carl-Zeiß-Str. 13
97424, Schweinfurt
Tel. 09721/64639-0

Kartonagen und Verpackungsgroßhandel

www.horna.de

HORNA HV
Verpackungen

HORNA GmbH Verpackungen
Hohe Heide 11
97506 Grafenrheinfeld
Tel. 09723/9146-0

Kartonagen und Verpackungsgroßhandel

www.mainpack.eu

MAINPACK
Verpackungen GmbH

Ihr Partner für Verpackungen
Mainpack Verpackungen GmbH
Lindestr. 34
97469 Gochsheim
Tel. 09721/60528-0

Q partner

Marketing

www.medioton.de



Spezialisten für
Internetmarketing
Mergentheimer Str. 33
97232 Giebelstadt
Tel. 09334/9704-0

Wir machen die Etiketten

www.labelident.com

LABELIDENT

Etiketten und Drucker für
Logistik, Lager und Industrie
Parisstraße 5
97424 Schweinfurt
Tel. 09721/79398-11

REGIONAL UND RELEVANT.

Eintrag Online-Branchenführer
Monatlich 50,- €, buchbar ab 3 Monaten
Kombi-Spezial
+ 4 x 1 Woche TOP-Banner auf www.B4BMAINFRANKEN.de
Kontakt
branchenfuehrer@B4BMAINFRANKEN.de
oder Tel: 0931 7809970-0

200 JAHRE Schuhhaus Leininger

Marktheidenfeld. Das Schuhhaus Leininger feiert in diesem Jahr sein 200-jähriges Bestehen. Anlässlich dieses Jubiläums übergab Bereichsleiter Oliver Freitag die IHK-Ehrenurkunde an die Geschäftsführerin Stefanie Naun. Die Geschichte des Familienunternehmens reicht bis ins Jahr 1826 zurück und steht für zwei Jahrhunderte lokaler Handels- und Wirtschaftsgeschichte. Damit ist es vermutlich das älteste noch bestehende Geschäft der Stadt. Stefanie Naun hat den Traditionsbetrieb im Jahr 2022 von ihren Eltern übernommen und ist stolz darauf, das Unternehmen in der dritten Generation weiterführen zu dürfen. Heute konzentriert sich das Unternehmen als modernes Fachgeschäft auf Damen-, Herren- und Kinderschuhe und setzt dabei auf persönliche Beratung sowie hochwertige Marken. Stefanie Naun bekennt sich zum Standort im Herzen der Marktheidenfelder Altstadt. Das Schuhhaus Leininger ist dort ein fester Bestandteil des Einzelhandels und verbindet Tradition mit einem zeitgemäßen Angebot für die ganze Familie.



Anlässlich dieses Jubiläums übergab Bereichsleiter Oliver Freitag (rechts) bei der 200-Jahrfeier die IHK-Ehrenurkunde an die Geschäftsführerin Stefanie Naun (vorne, Mitte) in Anwesenheit des ersten Bürgermeisters Thomas Stamm (links) sowie der Familie Oetzel.

140 JAHRE Gasthaus „Zum Hirschen“



(v. l.) Luisa Schömig, Rainer Schömig, Oliver Freitag, Claudia Schömig.

Lengfeld. Das im Jahr 1886 gegründete Gasthaus „Zum Hirschen“ mit eigener Metzgerei wird inzwischen in fünfter Generation geführt. Unter dem Motto „140 Jahre, fünf Generationen, ein Hof“ würdigte die Familie gemeinsam mit Gästen, Freunden, Kunden und Wegbegleitern die lange Geschichte des Betriebs. Bereichsleiter Oliver Freitag überreichte die IHK-Ehrenurkunde für außergewöhnliche unternehmerische Leistung an die Inhaber Rainer und Claudia Schömig und würdigte damit die Beständigkeit des Familienbetriebs. Das Gasthaus „Zum Hirschen“ mit seiner handwerklich betriebenen Metzgerei nehme in Mainfranken eine besondere Stellung ein. Es sei das einzige Gasthaus der Region, das die traditionelle Verbindung von fränkischer Gastronomie, eigener Metzgerei und jahrzehntelanger Familientradition bis heute erfolgreich lebe, so Freitag in einer kurzen Ansprache. Die konsequente Ausrichtung auf Qualität, Regionalität und handwerkliches Können habe maßgeblich zum Erfolg des Betriebs beigetragen.

50 JAHRE THG GmbH

Marktheidenfeld. Anlässlich ihres 50-jährigen Bestehens und ihres Engagements für den Transport per Binnenschiff wurde die THG Transportvermittlungs- und Handelsgesellschaft mbH von Oliver Freitag, Bereichsleiter der IHK, mit einer Ehrenurkunde ausgezeichnet. Laut Unternehmensmeldung hat die THG eine lange Tradition. Die Familie wurde bereits im Jahr 1516 in den Geschichtsbüchern erwähnt. Die jüngere Geschichte begann mit Hermann Stapf, dem Großvater. Seine Tochter Wilma Hochbein-Stapf gründete schließlich im Jahr 1976 die THG Transportvermittlungs- und Handelsgesellschaft mbH mit Sitz im Altort von Marktheidenfeld. Seit 2001 ist Hermann Christian Hochbein Geschäftsführer und verantwortlich für 20 Mitarbeiter. Der Bereich Schiffsmakler der THG vermittelt den Kauf, Neubau, Umbau, Verkauf und die Finanzierung von Binnenschiffen, darunter Tankern, Frachtern und Passagierschiffen. Über den Bereich „Reederei“ organisiert sie Transportlösungen jeglicher Art mit dem Binnenschiff auf europäischen Flüssen.



IHK-Bereichsleiter Oliver Freitag (r.) übergab die Urkunde an den Geschäftsführer Hermann Christian Hochbein.

Bilder: PR, Linda Matthey; privat

35 JAHRE Fraukes Schuhmoden

Würzburg. Über den 35. Firmengeburtstag von Fraukes Schuhmoden freut sich Inhaberin Frauke Böpple. Im September 1991 eröffnete sie ihre Schuhboutique im Herzen der Marktgemeinde Höchberg. Das Fachgeschäft führt nicht nur aktuelle italienische Schuhmode, sondern auch eine Auswahl an besonderer Damenmode und Accessoires wie etwa Handtaschen, Gürtel und Modeschmuck. Bei der Zusammenstellung des Sortiments legt Böpple neben der Optik großen Wert auf Qualität, Beschaffenheit und Funktionalität. Mode soll aus ihrer Sicht nicht lediglich Trends folgen, sondern zum Wesen und zur Persönlichkeit der Trägerin passen. Frauke Böpple und ihr Team nehmen sich deshalb Zeit für die besonderen Wünsche und Vorstellungen der Kundinnen und stellen die individuelle und persönliche Beratung in den Mittelpunkt.



Frauke Böpple (rechts) freut sich über die Würdigung ihres Firmenjubiläums durch IHK-Referentin Maresa Brückner.

30 JAHRE M&P GmbH



Zum 30-jährigen Bestehen der M&P GmbH & Co. KG überreichte Jan-Markus Momberg (2. v. r.) eine IHK-Ehrenurkunde an Geschäftsführer Jürgen Markard (l.), Selina Stöber (r.) und Christian Metz (2. v. l.).

Bad Kissingen. Von M&P Druck zur breit aufgestellten M&P GmbH & Co. KG: 1996 von Jürgen Markard gegründet, entwickelte sich der Betrieb Schritt für Schritt weiter. Das Leistungsspektrum umfasst heute unter anderem Werbetechnik, Fahrzeug- und Objektbeklebungen, Printmedien, Textildruck sowie Sonnen- und Sichtschutzfolien. Erster Firmensitz war Münnerstadt, 1997 folgte der Umzug nach Bad Kissingen-Hausen und im Dezember 2019 schließlich in die heutigen Räume in der Winkelser Straße. Einen weiteren wichtigen Entwicklungsschritt vollzog M&P 2023 mit der Neuordnung der Gesellschaftsstruktur. Neben Jürgen Markard tragen heute Selina Stöber und Christian Metz unternehmerische Verantwortung. Markard engagiert sich zudem über den eigenen Betrieb hinaus für die regionale Wirtschaft und ist in diversen Unternehmernetzwerken aktiv.

25 JAHRE Kraemer in der Firmengruppe Göbel

Rimpar. Die Kraemer GmbH gehört zur Firmengruppe Göbel. Die Firma blickt auf mehr als 100 Jahre Unternehmensgeschichte zurück. Bereits vor der Übernahme durch die Firmengruppe Göbel im Jahr 2001 war Kraemer in den Bereichen Betontrenntechnik und Bausanierung tätig. Heute zählt die Sanierung und Instandsetzung von Beton- und Stahlbetonbauwerken ebenso zum Aufgabenbereich wie Bauwerksabdichtungen, Beschichtungen und Oberflächenschutz. Hinzu kommen Kernbohrungen und Betonschneidearbeiten sowie die Sanierung von Tiefgaragen und Parkdecks. Zu den zahlreichen realisierten Projekten in der Region zählen unter anderem die Sanierung der Stützmauern am Europastern in Würzburg, die Generalsanierung der Unterführung am Hauptbahnhof in Hanau sowie die Instandsetzung und Sanierung der Rippendecken der Festung Marienberg.



Anlässlich des besonderen Meilensteins wurde Kraemer mit einer Urkunde ausgezeichnet. Der stellvertretende IHK-Hauptgeschäftsführer Dr. Lukas Kagerbauer (Mitte) überreichte die Urkunde an Jochen Göbel und den langjährigen Bauleiter Bertram Mähler.

Bilder: privat; Brigitte Meyerdierks; PR

25 JAHRE Sepura GmbH

Veitshöchheim. Vom geografischen Mittelpunkt der Europäischen Union aus entwickelt und vertreibt die Sepura GmbH seit 25 Jahren Lösungen für Industrie und Landwirtschaft. Das Unternehmen hilft laut Meldung dabei, Roh- und Nährstoffe aus Nebenprodukten und Abfällen zurückzugewinnen und sie sinnvoll weiterzuverwenden. Mit regionalen Konzepten, individueller Beratung und einem klaren Fokus auf Umwelt- und Ressourcenschutz leiste Sepura einen wichtigen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft. Die Sepura-Geschäftsführer Dieter Leimkötter und Anja Möller erhielten die Ehrenurkunde von IHK-Bereichsleiter Oliver Freitag.



Von links: IHK-Bereichsleiter Oliver Freitag übermittelte die Glückwünsche der mainfränkischen Wirtschaft an die Sepura-Geschäftsführer Dieter Leimkötter und Anja Möller.

25 JAHRE FMA GmbH



FMA-Geschäftsführer Peter Dümig (2. v. l.) erhielt die Ehrenurkunde von IHK-Bereichsleiter Oliver Freitag (Mitte).

Marktheidenfeld. Die FMA Facility Management Anlagenservice GmbH aus Marktheidenfeld feierte bereits im Sommer ihr 25-jähriges Firmenbestehen. Zu diesem Anlass übergab IHK-Bereichsleiter Oliver Freitag dem Geschäftsführer Peter Dümig die Ehrenurkunde der IHK. Die FMA-Gruppe, zu der die FMA Facility Management Anlagenservice GmbH gehört, ist ein bundesweit tätiges Ingenieurunternehmen für Mobilfunk-, Digitalfunk- und Telekommunikationsprojekte. Sie unterstützt Netzbetreiber und öffentliche Auftraggeber bei der Standortsuche, Planung, Projektsteuerung und Bauüberwachung von Funkinfrastrukturen und verfügt laut Unternehmensmeldung über ausgezeichnete Branchenerfahrung. Zur Gruppe gehört ebenfalls die DLF Dienstleistungen-Lager/Logistik-Forstwirtschaft GmbH, die mit Hackschnitzeln ökologische Energie erzeugt.

25 JAHRE Falken-Apotheke

Hammelburg. Seit 25 Jahren steht die Falken-Apotheke für die Versorgung der Bevölkerung mit Arzneimitteln und medizinischen Produkten. Inhaberin der Apotheke ist Rita Schubert. Zum Leistungsspektrum gehören neben der klassischen Arzneimittelversorgung verschiedene Beratungs- und Serviceangebote. Schwerpunkte setzt die Falken-Apotheke unter anderem in den Bereichen Haut und Ernährung sowie Darmgesundheit. Darüber hinaus bietet sie Leistungen im Bereich der Krankenpflege, etwa zur Diabetikerversorgung sowie zu Kompressions- und Stützstrümpfen. Zugleich verbindet die Falken-Apotheke die persönliche Beratung vor Ort mit digitalen Angeboten: Rezepte können online vorbestellt und anschließend in der Apotheke abgeholt werden.



IHK-Vertreter Jan-Markus Momberg (r.) überreichte im Beisein der stellvertretenden Landrätin Brigitte Meyerdierks (l.) die Ehrenurkunde an Inhaberin Rita Schubert.

Bilder: sePura GmbH; Sandra Brell; PR

Mainfränkisch Wirtschaft

Informationen der Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt

Aus dem Inhalt



Bilder: natara, Phokin/stock.adobe.com



DIHT-Kongreß Bad Kissingen

Damit alles ein weites Echo finde

Pressefahrt dem Deutschen Industrie- und Handelstag vorgeschaltet

DIHT: Rezession noch nicht

Wolff von Amerongen fordert

Auftakt des DIHT-Kongresses

Präsident Schäfer: Herzlich willkommen in Bad Kissingen

Stellungnahmen zu zukünftigen Fragen der deutschen Politik erwartet / Tagung „mitten in einer Flächenkammer"

Bad Kissingen. Eine am Montag begonnene Fahrt von Vertretern der internationalen und der deutschen Presse nach Würzburg, Schweinfurt, Bad Neustadt, Meiningen, Bad Kissingen, und eine Vorstandssitzung des Deutschen Industrie- und Handelstages unter Vorsitz von Präsident Otto Wolff von Amerongen am Dienstagnachmittag in Bad Kissingen, die sich mit wirtschafts- und verkehrspolitischen Fragen befaßte, bildeten den Auftakt zum diesjährigen DIHT-Kongreß.

Treffpunkt der Wirtschaft

DIHT-Kongreß in Kissingen

Bad Kissingen. Vom 19. bis 21. Oktober wird Bad Kissingen zum Treffpunkt der deutschen Wirtschaft. Zum ersten Mal in der 130jährigen Geschichte der Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt und erstmalig auch in Form eines Kongresses tagt der Deutsche Industrie- und Handelstag (DIHT) in Mainfranken.

„Für Wachstum und Stabilität"

WÜRZBURG. (Eig. Ber.) „Alle großen Namen der deutschen Wirtschaft", so Ernst-Jörg Krutschnitt auf einer Presse-

Unterfranken zeigt, was es ist

schaftlichen Probleme eines Zonenrandgebietes behandelt, verdeutlichte Dr. Schäfer das Anliegen der Kammer, warum dieser

DIHT-Kongreß bietet Bonn einen »Burgfrieden« an

Bad Kissingen (dpa). Mit dem wiederholten Angebot eines »Burgfriedens« zwischen Bonner Politik und deutsche Wirtschaft durch DIHT-Präsident Otto Wolff von Amerongen ging am Donnerstag im unterfränkischen Bad Kissingen die »Öffentliche Vollversammlung« des deutschen Industrie- und Handelstages

Keine konkreten Forderungen des DIHT

BAD KISSINGEN. Seinen weitgehenden Verzicht auf konkrete wirtschaftspolitische Forderungen an die neue Bundesregierung hat am Mittwoch der Deutsche Industrie- und Handelstage

Die Marschroute

Der Herbstkongreß des Deutschen Industrie- und Handelstages (DIHT) in Bad Kissingen hat eine Standortbestimmung der Spitzenorganisation der gewerblichen Wirtschaft nach der Bundestagswahl vom 3. Oktober gebracht. Zwar verzichtete DIHT-Präsident Otto Wolff von Amerongen in seinem

zu verstehen, daß die Mehrheit der Wähler sich am 3. Oktober für eine nichtsozialistische Politik entschieden hätte.

An zweiter Stelle nannte der DIHT-Präsident eine Überprüfung der Wirtschaftspolitik. Dahinter steckt die Forderung, die Entwicklung in der Wirtschaft für die Unternehmer

Aufschwung durch mehr Investiti

Keine Detailforderungen

Hilfe für die Wirtschaft kann der Rotstift im konsumtiven Bereich

DIHT-Kongreß nimmt Rücksicht auf engen Manövrierspielraum der Regierung

Wolff von Amerongen bei der DIHT-Vollversammlung

Jetzt ist die Stunde des Sachverstandes

Otto Wolff für die Abschaffung der „Schlange"

Präsident Otto Wolff von Amerongen die Herbst- und Handelstages (DIHT) in Bad Kissingen

Das Urteil heißt Wachstum

Die neue Regierung steht vor den alten Problemen

VON FRANZ THOMA, ZUR ZEIT BAD KISSINGEN

Ob die Bundestagswahl eine neue — aufkommendes Modewort — spektive für die

NDELSBLATT, Mittwoch, 20. 10. 1976

Vor rund 50 Jahren trafen sich IHK-Vertreter aus dem ganzen Bundesgebiet zum ersten DIHT-Kongress in Bad Kissingen. Das Medienecho war groß.

A

All ahead composites 24

B

Bike ahead composites 24

C

Casaio 50
Class F² 14

F

Falken-Apotheke 56
FMA 56
Fraukes 55

G

Ganshorn 51
Göbel 55

I

IPM 52

J

Jopp 51

K

Knauf 11/46
Kneipp 8
Kraemer 55

L

Leininger 54

M

Mezger 52
MHKW 7
M&P 55

N

Navigante 46

R

Region Mainfranken 48

S

Sepura 56
Sparkasse Mainfranken 31
Spitzhüttl 18

T

THG 54
Trips 10

V

Vasc-on-Demand 14

W

WeSort.AI 12

Z

Zum Hirschen 54

2026

KOMPAKT - ÜBERSICHTLICH

Lesen Sie **Mainfranken exklusiv** mobil mit der App!



Mainfranken exklusiv

INFORMATIV: FIRMENHIGHLIGHTS AUS UNSERER UND FÜR UNSERE WIRTSCHAFTSREGION

60 REGIONALSPECIAL SCHWEINFURT
IPM Industrieprodukte Meißner GmbH

61 ABFALLENTSORGUNG & RECYCLING
Willi Fuhren Steuerberater

62 JAHRESAUSKLANG 2026: FESTE FEIERN & GESCHENKE
Museum im Kulturspeicher (MiK) Würzburg
DIVINO eG

64 BAUGEWERBE
HSP Bau- und Immobiliensachverständige GmbH & Co. KG
Riedel Bau AG

66 ENERGIE, SOLAR & PHOTOVOLTAIK
Energiesteuerung Tina Bitterer e.K.

68 RUND UM MAINFRANKEN
Sparkasse Mainfranken Würzburg
RuheForst Maintal
atarax Consulting GmbH & Co. KG
Leeder GmbH

11

Ein Anzeigenkompendium des vmm wirtschaftsverlags



IPM-Geschäftsführer Stefan Meißner in seiner Fertigungshalle;

Bild: Manfred Spörl

IPM Industrieprodukte Meißner GmbH realisiert Großprojekt für Schweinfurter Wälzlagerhersteller

Die Optimierung zweier Fertigungsstraßen für Lagerringe durch den Donnersdorfer Fördertechnik-Spezialisten IPM Industrieprodukte Meißner GmbH steht kurz vor dem Abschluss.

Der Automatisierungsgrad industrieller Anlagen und deren Effizienz sind heute entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens. Um seine Produktion von Lagerringen zu optimieren und dadurch Kosten einzusparen, entschied sich der Wälzlagerhersteller SKF, in einem seiner Schweinfurter Werke neue Fertigungsstraßen konzipieren zu lassen. Den Zuschlag hierfür erhielt das Donnersdorfer Unternehmen IPM Industrieprodukte Meißner GmbH.

"Alles aus einer Hand"

Der Auftrag fällt unter die Rubrik „alles aus einer Hand“ und gliedert sich in mehrere Bausteine: zunächst Beratungsleistungen bis zur Erstellung des Angebots, nach der Bestellung die Konstruktion der gesamten Anlage mittels CAD, die Fertigung der Komponenten und schließlich Lieferung und Montage am Bestimmungsort. Die Anfrage erhielt Meißner im Mai 2025, die Beauftragung im Oktober 2025. Im Juni 2026 erfolgte die erste Teillieferung. Aktuell steht das Gesamtprojekt vor der Inbetriebnahme. "Zwei neue Förderanlagen von IPM verketten bei SKF in Schweinfurt mehrere Produktionsschritte und optimieren die Fertigung von Lagerringen. IPM verantwortet das Projekt komplett, von der Beratung und Konstruktion über die Fertigung bis zur Montage und Inbetriebnahme", erklärt Stefan Meißner, gemeinsam mit seinem Bruder Andreas Geschäftsführer des Donnersdorfer Betriebs. Die Anlagen bestehen aus Aluminiumfördertechnik mit Kunststoffketten, staufähigen Pufferspeichersystemen und beweglichen pneumatischen Zylindern. Jede Anlage wird in einem Bereich von ca. 100 qm aufgestellt. Es kommt Fördertechnik mit einer Nutzbreite von 100 mm zum Einsatz, um Produkte im Durchmesserbereich von 60 bis 180 mm zu transportieren. Die Gewichte bewegen sich dabei im Bereich von 0,1 bis 2,0 kg. Mit den pneumatischen Zylindern werden die Produkte vereinzelt, gestoppt oder auch auf die richtigen Spuren geleitet. Berücksichtigt wurden auch die leichte Reinigung und einfache Wartungs- und Reparaturmöglichkeit.

Große Zufriedenheit bei Auftraggeber wie -nehmer

Für SKF hat IPM bereits etliche Aufträge abgewickelt, man kennt sich gut. SKF-Projektleiter Thomas Geßner lobt den bisherigen reibungslosen Ablauf. Auch Stefan Meißner ist hochzufrieden: "Regionale Projekte sind für uns immer erstrebenswert, da wir vor der Haustür sind und so unsere Stärken hinsichtlich Kompetenz, Reaktionszeit und individueller Abstimmung besonders gut einbringen können", sagt er und ergänzt: "Das Projekt war technisch anspruchsvoll, weil wir unterschiedliche Bearbeitungsprozesse zuverlässig miteinander verbinden mussten. Genau solche Aufgaben sind unsere Stärke. Wir entwickeln keine Fördertechnik von der Stange, sondern Lösungen, die exakt auf den jeweiligen Produktionsprozess abgestimmt sind." Insgesamt waren etwa zehn IPM-Mitarbeiter – Projektierer, Konstrukteure und Monteure – in das "Alles aus einer Hand"-Projekt involviert.

Breites Produktspektrum mit Alleinstellungsmerkmal

Mit seinem breiten Produktspektrum – individuell angepasste Fördertechnik und Automatisierung, hohe Flexibilität und insbesondere die Förderanlagen aus Edelstahl oder Aluminium liefern zu können – besitzt Meißner zumindest in der Region ein Alleinstellungsmerkmal. Das vor dem Abschluss stehende Projekt bei SKF ist übrigens längst nicht das größte, das IPM bisher abgewickelt hat. Dieser Titel liegt bei einer Anlage zum Transport von gezuckerten Gummibärchen in Edelstahlbehältern. «

Stromspar-Checker starten am Heuchelhof

Kostenloses Beratungsangebot unterstützt Haushalte beim Stromsparen



Wie lässt sich im eigenen Haushalt Strom sparen und gleichzeitig die Haushaltskasse entlasten? Antworten darauf geben künftig die Stromspar-Checker am Heuchelhof. Das neue, kostenlose Beratungsangebot richtet sich insbesondere an Haushalte mit einem auffällig hohen Stromverbrauch.

Die Stromspar-Checker kommen aus der Nachbarschaft, wurden für ihre Aufgabe speziell geschult und sind im Auftrag der Stadt Würzburg tätig. Bei einem persönlichen Beratungstermin wird der individuelle Stromverbrauch gemeinsam betrachtet. Dabei zeigen die Stromspar-Checker konkrete und alltagstaugliche Möglichkeiten auf, wie sich unnötiger Energieverbrauch vermeiden und Stromkosten dauerhaft senken lassen. „Mit den Stromspar-Checkern schaffen wir ein niedrigschwelliges Angebot direkt vor Ort. Wer seinen Stromverbrauch reduzieren möchte, erhält unkomplizierte und kostenlose Unterstützung aus der eigenen Nachbarschaft“, erklärt Oberbürgermeister Martin Heilig. „Bei Bedarf wird vor Ort auch gerne mal kostenfrei eine alte Glühbirne gegen eine energieeffiziente LED-Leuchte ausgetauscht oder ein Kühlschrankthermometer zur Kontrolle der richtigen Kühlschranktemperatur übergeben“, ergänzt Clemens Galonska, Projektleiter der städtischen Stromspar-Check Initiative. Das Angebot richtet sich insbesondere an Haushalte, deren Stromverbrauch deutlich über dem üblichen Niveau liegt. Im Mittelpunkt steht eine individuelle Beratung, bei der gemeinsam nach passenden Einsparmöglichkeiten gesucht wird.

Die Stromspar-Checker kommen nicht ungefragt an die Haustür. Eine Beratung findet ausschließlich auf Anfrage statt. Interessierte Bewohnerinnen und Bewohner können sich an das Quartiersmanagement Heuchelhof wenden. Dieses vermittelt anschließend den Kontakt zu einem Stromspar-Checker aus der Nachbarschaft.

Auch für den Klimaschutz ist das Angebot von Bedeutung: Jede Kilowattstunde Strom, die eingespart wird, reduziert den Energieverbrauch und schont Ressourcen.

Wer das kostenlose Beratungsangebot der Stromspar-Checker nutzen möchte, kann sich an das Quartiersmanagement oder an die Stadt Würzburg wenden. «

Quartiersbüro
Altes Schwimmbad:
Hermine Seelmann
Tel. 20557070
Hermine.Seelmann@
stadt.wuerzburg.de

Stabsstelle Klima und
Nachhaltigkeit: Clemens Galonska
Tel. 372740
Clemens.Galonska@
stadt.wuerzburg.de

Die Beratung durch die Stromspar-Checker ist kostenlos.

FUHREN
STEUERBERATUNG
ABSCHLUSSPRÜFUNG
SEIT 40 JAHREN

Willi Fuhren
Diplom-Betriebswirt
» Steuerberater
» vereidigter Buchprüfer
» Fachberater für Internationales Steuerrecht

Unternehmensbewertung
» Ermittlung des Zugewinnausgleichs
» Kauf oder Verkauf eines Unternehmens
» Vererbung oder Schenkung von Unternehmensanteilen
» Auseinandersetzung von Gesellschaftern

Erstellung von Sachverständigengutachten

Erfahren Sie mehr über uns unter www.fuhren.de

Standort Würzburg: Berliner Platz 6, 97080 Würzburg, Telefon 0931-322100 | Standort Kitzingen: Glauberstrasse 42a, 97318 Kitzingen, Telefon 09321-13390



Ausschnitt aus Carl Grossberg, Brückenkopf an der Alten Mainbrücke, 1928, © MiK Würzburg, Foto: Andreas Bestle

Aktuelle Kunstausstellung im Museum im Kulturspeicher (MiK)

Mensch und Maschine: Carl Grossbergs Blick auf die Moderne

Wie verändert Technik den Menschen? Wo liegen die Grenzen des Fortschritts? Diese Fragen prägen Carl Grossbergs Maschinen- und Industriebilder. In Fabriken und Kraftwerken fertigte er Studien an und verdichtete komplexe Anlagen zu klaren, monumental wirkenden Kompositionen. Seine Bilder verbinden Faszination mit Verunsicherung angesichts gesellschaftlicher Umbrüche. Im Zeitalter von Automatisierung und künstlicher Intelligenz sind sie hochaktuell.

Bis 17. Januar 2027 zeigt das Museum im Kulturspeicher (MiK) Würzburg rund 50 Gemälde und etwa 100 Arbeiten auf Papier: Maschinenbilder, Stadt- und Dorfansichten aus Unterfranken sowie rätselhafte „Traumbilder", in denen Technik, Tiere und Pflanzen surreal aufeinandertreffen. Der ehemalige Bauhaus-Schüler lebte von 1921 bis zu seinem frühen Tod 1940 in Sommerhausen. Viele seiner Ortsansichten führen nach Eibelstadt, Kitzingen, Marktbreit und Würzburg. Die in Kooperation mit dem Von der Heydt-Museum Wuppertal entstandene Retrospektive ist die erste umfassende Grossberg-Schau in Würzburg seit 1979.

Das Begleitprogramm führt die Themen weiter: Charlie Chaplins „Modern Times" blickt am 4.11. auf den Menschen in der Maschinenwelt. Am 12.11. bringt Markus Grimm mit „Das Atelier" Grossbergs Biografie auf die Bühne. Am 19.11. folgen eine Kunstaperitif-Kurzführung und „STRESS?!", ein Gespräch mit dem DGB Unterfranken über beschleunigte Arbeit. Olaf Peters beleuchtet am 26.11. Kunst, Technik und Nationalsozialismus. Es folgen „Metropolis" (17.12.), die Grossberg-Werkstatt (3.1.), ein Bauhaus-Filmabend (12.1.) und die Finissage „Grossberg weiterdenken" mit Arbeiten von THWS-Studierenden (17.1.).

Öffnungszeiten:
Di. 13–18 Uhr, Mi.–So. 11–18 Uhr,
3. Do. im Monat bis 21 Uhr
Eintritt: 5 €, ermäßigt 3 €,
frei bis 18 Jahre,
1. So. im Monat frei für alle

Museum im Kulturspeicher (MiK) Würzburg, Oskar-Laredo-Platz 1, 97080 Würzburg, Tel. 0931 3 22 25-0, kulturspeicher.de

Fränkische Winzer ziehen Bilanz zur Weinlese 2026

Rund drei Wochen nach dem offiziellen Beginn der Weinlese in Franken ziehen die Winzerinnen und Winzer Bilanz. Im Weingut am Kreuzberg in der Weinbaugemeinde Nordheim am Main stellten Weinbaupräsidentin Barbara Becker, Beate Leopold vom Weinbauring Franken, Dr. Matthias Mend von der Bayerischen Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau (LWG) sowie Ralf Schwarz vom Bezirk Unterfranken aktuelle Daten rund um das Weinjahr vor.

Barbara Becker, Präsidentin des Fränkischen Weinbauverbands, blickt mit Vorfreude auf den Weinjahrgang 2026: „Dieses Jahr hatten wir gleich zwei Superlativen: die früheste und kürzeste Weinlese, die es je im Weinanbaugebiet Franken gegeben hat. Die fränkischen Winzerinnen und Winzer haben es in einer intensiven und arbeitsreichen Zeit geschafft, einen Top-Jahrgang einzufahren. Was in den Kellern blubbert, stimmt mich sehr zuversichtlich.


Ralf Schwarz vom Bezirk Unterfranken, Präsidentin des Fränkischen Weinbauverbands Barbara Becker, Beate Leopold vom Weinbauring Franken und Dr. Matthias Mend von der LWG (v.l.n.r.)

Foto: studio zudem/ Fränkischer Weinbauverband

Top-Jahrgang in den Kellern

Ich sehe vielversprechende Frankenweine, die schon jetzt mit Präsenz und Komplexität aufwarten." Barbara Becker erwartet sortentypische, aromatische Frankenweine des Jahrgangs 2026 mit klarer Struktur und Langlebigkeit.

Becker würdigte den ausgezeichneten Einsatz der fränkischen Winzerinnen und Winzer: „Es ist beeindruckend, wie unsere Winzerinnen und Winzer in Franken nicht nur herausragende Produkte erzeugen, sondern zugleich eine jahrhundertealte Weinkulturlandschaft bewahren und der Region ihr unverwechselbares Profil als Weinbau- und Tourismusgebiet verleihen." «

DIVINO

FRANKENS FEINE WEINE



VERSCHENKEN SIE WEINFREUDE

EDLE GESCHENKE, DIE BEGEISTERN.

Ob zu Weihnachten, zum Geburtstag, oder einfach als herzliches Dankeschön.
Mit ausgewählten Weinpräsenten von DIVINO schenken Sie nicht nur Genuss – Sie schenken Wertschätzung. Für Geschäftspartner, Kunden, Mitarbeitende, Familie und Freunde. Sie wählen aus, wir kümmern uns um den Rest. Liebevoll und stilvoll verpackt, versenden wir Ihre Geschenke auf Wunsch direkt an die gewünschten Adressen – gerne mit Ihrer persönlichen Grußkarte. So wird Schenken ganz einfach und die Freude umso größer.

Viel Freude beim Aussuchen und Verschenken!



Entdecken Sie unsere Geschenkideen und lassen Sie sich inspirieren unter: **www.divino-wein.de**, oder direkt im **Onlinemagazin:**

WWW.DIVINO-WEIN.DE

Sachverständigenleistungen rund um Ihre Immobilie

Als öffentlich bestellte und vereidigte Sachverständige sind wir insbesondere für Gewerbekunden tätig.

Bauschäden:
Unsere Sachverständigen für Schäden an Gebäuden bieten eine ganzheitliche Betreuung für Bauprojekte. Dadurch werden Ausführungsfehler und Baumängel vermieden, Zeitverzug minimiert und Schadensbeseitigungskosten reduziert. Unsere Bauqualitätsüberwachung (BQÜ) beginnt in der Planungsphase und erstreckt sich über alle Bauphasen bis zur Abnahme unter Einbindung aller Vertragspartner. Haustechnische Gewerke decken wir auf Wunsch durch unsere Kooperation mit weiteren qualifizierten Sachverständigen ab.

Immobilienbewertung:
Gutachten eines öffentlich bestellten und vereidigten Sachverständigen für Immobilienbewertung zur Kaufpreisaufteilung und zur steuerlichen Nutzungsdauer stellen den Steuerpflichtigen regelmäßig günstiger als die von der steuerlichen Beratung oder der Finanzbehörde häufig angewandte Arbeitshilfe des Bundesfinanzministeriums (BMF). Zum Nachweis des niedrigeren (gemeinen) Wertes unterstützen wir auch bei Übertragungen, Entnahmen aus dem Betriebsvermögen sowie in familien- und erbrechtlichen Auseinandersetzungen. «

Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme unter info@hsp-sachverstaendige.de



HSP Die Sachverständigen für Bau und Immobilien

IMMOBILIENBEWERTUNG und BAUGUTACHTEN
für steuerliche Anlässe und Gewerbegutachten

Martin-Luther-Str. 6
97072 Würzburg
Tel. 0931 7050 70-0

www.hsp-sachverstaendige.de

Förderprogramm LEADER - ein Gewinn für ländliche Regionen

Lokale Aktionsgruppen der unterfränkischen LEADER-Regionen trafen sich zum Erfahrungsaustausch

Am 14. Oktober trafen sich die Lokalen Aktionsgruppen (LAGn) mit dem unterfränkischen LEADER-Koordinator und der Bewilligungsstelle aus Bad Neustadt im Schloss Oberschwappach zu einem Austauschgespräch. Die Einladung erfolgte durch die LAG Haßberge e.V. Erörtert wurden aktuelle Themen rund um das europäische Förderprogramm LEADER, das ländliche Regionen nach dem Bottom-Up-Prinzip unterstützt. In Unterfranken gibt es 9 Lokale Aktionsgruppen, in Bayern 72. Der Landkreis Haßberge ist seit 2002 LEADER-Region. Seitdem konnten eine Vielzahl von Projekten umgesetzt werden, die die Attraktivität des Landkreises gestärkt und zur Vernetzung der Bevölkerung beigetragen haben.



Die Lokalen Aktionsgruppen der unterfränkischen LEADER-Regionen trafen sich im Schloss Oberschwappach zum Erfahrungsaustausch. Foto: Ferdinand Eckert

Nach der Sitzung besichtigten die Teilnehmer des Treffens zwei umgesetzte LEADER-Projekte. Schlosspark und Terrassengärten in Oberschwappach wurden in der vergangenen Förderperiode (2014-2022) nach historischem Vorbild umgestaltet und Inwert gesetzt. Besucher können die Anlagen kostenfrei besichtigen. In der aktuellen Förderperiode (2023-2027) wurde das Projekt Erlebnis-Kreuzweg Zeil am Main umgesetzt. Durch die LEADER-Förderung konnten die historischen Kreuzwegstationen saniert und erhalten werden. Saniert wurde auch der Weg selbst hinauf zum Käppele. Zudem wurden Informationselemente am Kreuzweg installiert und Bänke aufgestellt. Durch die Maßnahmen sollen nun neben den Pilgern auch Freizeitaktive eingeladen werden, den Weg zu nutzen und an den Stationen innezuhalten. «

DREILINDEN
WOHNENPLUS

MEHR VON ALLEM:
WOHNEN PLUS



NEUBAUPROJEKT WÜRZBURG
Jetzt Wohnung sichern!

PLUS FÜR KAPITALANLEGER
+ Sichere Kapitalanlage
+ Sehr gute Vermietbarkeit
+ Attraktive Renditechancen
+ Zinsgünstiges KfW-Darlehen

PLUS FÜR EIGENNUTZER
+ 83 moderne Eigentumswohnungen
+ Unverbaubare Aussichtslage
+ Barrierefreiheit von der Tiefgarage bis ins Penthaus
+ Professionelle Betreuungsleistungen der AWO auf Wunsch

PLUS FÜR VORSORGER
+ Bevorzugtes Belegungsrecht für einen Pflegeplatz in der AWO-Einrichtung.

www.3-linden.de

Riedel Bau

Exklusiver Vertriebspartner:
Sparkasse Mainfranken Würzburg
Telefon: 0931 382 6158
Ein Bauträgerprojekt der **Riedel Bau Gruppe**

Es ist Zeit, Haltung zu zeigen

Von Tina Bitterer, Unternehmerin und Inhaberin der Energiesteuerung Tina Bitterer, In dieser Ausgabe verzichte ich bewusst auf Werbung für mein Unternehmen, sondern werbe um mehr Menschlichkeit, Haltung und den Mut, für Gerechtigkeit einzustehen. Denn es ist an der Zeit, dass wir Unternehmer nicht nur wirtschaftlich Verantwortung übernehmen, sondern wieder als Menschen aufstehen, unsere Stimme erheben und für das einstehen, was wirklich zählt.

Gerechtigkeit ist nichts, worauf man hoffen sollte: Man muss bereit sein, für sie einzustehen! Mein beruflicher Weg hat mich eines gelehrt: Gerechtigkeit entsteht nicht von allein. Sie braucht Menschen, die hinschauen. Menschen, die Fragen stellen. Und vor allem Menschen, die bereit sind, aufzustehen, wenn andere lieber schweigen.

Als Inhaberin der Energiesteuerung Tina Bitterer beschäftige ich mich seit vielen Jahren mit einem Markt, der für Außenstehende oft schwer durchschaubar ist.



Wir analysieren Energieverträge und Preisstrukturen, beraten Unternehmen, Banken, Kommunen und Stadtwerke und begleiten unsere Kunden bei der strategischen Energiebeschaffung. Als Gutachterin, Profilerin und Dozentin befasse ich mich darüber hinaus mit Unstimmigkeiten und wirtschaftlichen Fehlentwicklungen in der Energiebranche. Doch hinter all diesen Tätigkeiten steht für mich eine viel größere Frage:

Was tun wir, wenn wir erkennen, dass etwas nicht gerecht ist?

Diese Frage begleitet mich nicht nur beruflich. Sie ist Teil meiner persönlichen Geschichte. Mein Weg war immer wieder davon geprägt, Dinge zu hinterfragen, Widerstände auszuhalten und für das einzustehen, was ich für richtig halte. Ich habe gelernt, dass es Mut kostet, unbequeme Fragen zu stellen. Dass man nicht immer Beifall bekommt, wenn man Missstände anspricht. Und dass Gerechtigkeit manchmal bedeutet, gerade dann stehen zu bleiben, wenn es einfacher wäre, einen Schritt zurückzugehen. Heute möchte ich diesen Gedanken weitertragen.

Wir brauchen wieder den Mut für soziale Gerechtigkeit.

Wir leben in einer Zeit, in der viele Menschen das Gefühl haben, allein wenig verändern zu können. Also ziehen sie sich zurück. Sie kümmern sich um ihr eigenes Leben, ihr eigenes Unternehmen, ihre eigene Familie. Das ist verständlich. Aber es reicht nicht mehr. Eine Gesellschaft lebt davon, dass Menschen füreinander einstehen. Dass diejenigen, die eine starke Stimme haben, sie auch für diejenigen einsetzen, deren Stimme kaum gehört wird. Dass wir nicht wegsehen, wenn Menschen ungerecht behandelt werden. Und dass wir uns nicht daran gewöhnen, dass Verantwortung immer jemand anderem gehört.

Wer etwas bewegen kann, trägt auch Verantwortung.

Das gilt aus meiner Sicht ganz besonders für uns Unternehmerinnen und Unternehmer. Wir haben Netzwerke. Wir haben Wissen. Wir haben Möglichkeiten. Wir beschäftigen Menschen, treffen Entscheidungen und gestalten jeden Tag ein Stück unserer Gesellschaft. Warum sollten wir diese Kraft nur für wirtschaftlichen Erfolg einsetzen?
Ich wünsche mir einen Zusammenschluss von Unternehmern und Unternehmerinnen, die positiv denken und bereit sind, Verantwortung zu übernehmen. Von Unternehmerinnen und Unternehmern, Selbstständigen, Führungskräften und engagierten Bürgerinnen und Bürgern, die nicht nur fragen: Was bringt mir das? – sondern auch: Was kann ich beitragen?

Nicht gegeneinander. Miteinander.

Nicht gegen bestimmte Gruppen, Institutionen oder Meinungen. Sondern für etwas: für Fairness, für Menschlichkeit, für Transparenz, für gegenseitigen Re-

spekt und für eine Gesellschaft, in der die Starken die Schwächeren nicht vergessen. Dabei müssen wir nicht alle dieselbe Meinung haben. Im Gegenteil. Demokratie und gesellschaftlicher Fortschritt brauchen unterschiedliche Sichtweisen. Aber wir sollten uns auf etwas einigen können: Unrecht darf uns nicht gleichgültig werden. Vielleicht können wir nicht die ganze Welt verändern. Aber wir können den Menschen neben uns unterstützen. Wir können widersprechen, wenn jemand unfair behandelt wird. Wir können unsere Unternehmen verantwortungsvoll führen. Wir können Zeit, Wissen, Kontakte und Möglichkeiten teilen. Wir können Haltung zeigen. Und wir können uns zusammenschließen.

Die Zeit des stillen Zuschauens sollte vorbei sein.

Ich möchte Menschen ermutigen, wieder Lust darauf zu bekommen, sich einzumischen. Nicht aus Wut, sondern aus Überzeugung. Nicht, um zu spalten, sondern um zusammenzuführen. Nicht, weil wir glauben, allein alle Antworten zu kennen, sondern weil wir wissen, dass Veränderung nur entsteht, wenn jemand beginnt.

Meine Geschichte hat mir gezeigt: Für Gerechtigkeit einzustehen ist nicht immer der bequemste Weg. Aber für mich ist es der richtige. Wir haben gelernt, Unternehmen zu führen. Aber viele haben verlernt, Mensch zu sein! Deshalb meine Botschaft an alle, die etwas bewegen können: Bleiben wir nicht leise. Schauen wir nicht weg. Stehen wir füreinander ein. Nutzen wir unsere Möglichkeiten. Und schließen wir uns zusammen – für eine Gesellschaft, in der wirtschaftlicher Erfolg und soziale Verantwortung keine Gegensätze sind. Denn vielleicht beginnt soziale Gerechtigkeit genau dort: Bei Menschen, die beschließen, nicht länger nur Zuschauer zu sein. «

Tina Bitterer
Inhaberin Energiesteuerung
Tina Bitterer e.K

zentrale@
energiesteuerung-bitterer.de
Tel. 0931-804 986 0
Max-Planck-Str. 7a
97082 Würzburg

Mo.-Fr. 08:00 – 17:00 Uhr.

Hilfekompass der Region und Uni Würzburg sensibilisieren für Stress durch digitale Medien

Ständig online, selten offline?

Ständige Erreichbarkeit gehört für viele Menschen zum Alltag, kann jedoch Stress verursachen und die Erholung beeinträchtigen. Dr. Andreas Petko, Sport- und Gesundheitswissenschaftler an der Universität Würzburg, sowie die Stadt und der Landkreis Würzburg machen deshalb auf die möglichen Belastungen durch häufige digitale Unterbrechungen aufmerksam und geben Tipps für einen bewussteren Umgang mit Smartphone, E-Mails und Social Media. Wer sich durch die permanente Erreichbarkeit belastet fühlt, findet im Hilfekompass der Region unter www.hilfekompass.wuerzburg.de passende Unterstützung. Der digitale Beratungsnavigator bündelt regionale Hilfs- und Beratungsangebote und ermöglicht einen schnellen und unkomplizierten Zugang zu Anlaufstellen, unter anderem bei Stress und psychischen Belastungen oder auch problematischer Mediennutzung.

Bewusste Auszeiten können entlasten

Eine kurze Nachricht hier, eine E-Mail dort: Was zunächst harmlos erscheint, kann sich über den Tag hinweg summieren. Häufige Unterbrechungen erschweren die Konzentration und können das Stressempfinden erhöhen. Besonders wichtig ist deshalb, auch nach der Arbeit oder anderen Verpflichtungen gedanklich abschalten zu können. „Schon kleine Veränderungen können helfen, die eigene Erreichbarkeit bewusster zu gestalten“, so Dr. Andreas Petko. Dazu gehören beispielsweise das Deaktivieren unnötiger Push-Benachrichtigungen, feste Zeiten zum Lesen von Nachrichten und E-Mails sowie bewusst eingeplante smartphonefreie Phasen. Entscheidend ist dabei nicht allein die Bildschirmzeit, sondern vor allem, wie sich die Nutzung auf das persönliche Wohlbefinden und die Erholung auswirkt.

Wie verbreitet das Gefühl permanenter Erreichbarkeit inzwischen ist, zeigt eine repräsentative Befragung der IU Internationalen Hochschule aus diesem Jahr. Demnach schauen 81 Prozent der Befragten mindestens ein- bis zweimal pro Stunde auf ein digitales Gerät, selbst wenn keine Benachrichtigung eingegangen ist. 44 Prozent beschreiben ihren Kopf als dauerhaft auf Stand-by, während sich 56 Prozent wünschen, häufiger offline zu sein.

Weitere Informationen zum Thema sowie praktische Tipps für einen bewussteren Umgang mit digitalen Medien bietet der Blogbeitrag „Ständig erreichbar: Warum unser Kopf Pausen von Nachrichten, Mails und Social Media braucht“ von Dr. Andreas Petko im Hilfekompass. Dieser ist unter folgendem Link abrufbar: hilfekompass.wuerzburg.de/wissenswertes «



Dr. Andreas Petko von der Universität Würzburg und der Hilfekompass der Region Würzburg sensibilisieren für Stress durch digitale Medien.

Foto: 3WM GmbH

Plötzlich Nachfolgerin: Wie Amelie Wahner ein 170 Jahre altes Unternehmen in die Zukunft führt

Mit gerade einmal 19 Jahren Verantwortung für ein Unternehmen zu übernehmen, ist ein großer Schritt. Für Amelie Wahner kam dieser schneller als erwartet. Nach dem plötzlichen Tod ihres Vaters und später auch des Großvaters stand die junge Frau gemeinsam mit ihrer Familie vor der Frage, wie es mit dem Familienunternehmen weitergehen sollte. Die Entscheidung fiel für die Nachfolge und damit für die Zukunft eines Gerüstbau-Unternehmens aus dem Landkreis Kitzingen mit mehr als 170 Jahren Geschichte.

Amelie ist mit dem Betrieb aufgewachsen und kennt viele der rund 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seit ihrer Kindheit. Was ihr vertraut war, bekam nach dem Tod ihres Vaters eine neue Bedeutung. Aus dem Familienbetrieb wurde ein Unternehmen, für dessen Zukunft sie nun selbst mitentscheiden sollte. „Am Anfang war natürlich vieles neu für mich. Ich wurde in kurzer Zeit mit sehr viele neuen Themen konfrontiert und musste auch schon Verantwortung übernehmen. Aber irgendwann habe ich gemerkt: Ich will das. Ich muss nicht versuchen, jemand anderes zu sein, sondern darf meinen eigenen Weg gehen.“, sagt sie.



Nachfolge ist ein Prozess

Eine familieninterne Nachfolge verändert nicht nur Zuständigkeiten. Auch die eigene Rolle muss sich entwickeln. Für eine junge Frau in einer männlich geprägten Branche kommt eine weitere Frage hinzu: Wie selbstverständlich wird ihr zugetraut, ein Unternehmen zu führen?

Unterstützung fand Amelie bei Monika Waschik. Über das Brückenstudium der Technischen Hochschule Würzburg-Schweinfurt, das Waschik leitet, kamen die beiden erstmals in Kontakt. Gleichzeitig begleitet Waschik als Gründungscoachin und Netzwerkerin bei der 360° BASE, dem Zentrum für Gründung und Nachfolge der Sparkasse Mainfranken Würzburg, Menschen bei Unternehmensgründungen und -übergaben. Für Amelie wurde daraus eine Begleitung, die Theorie in Projektmanagement, Persönlichkeitsbildung und praktische Nachfolge unternehmerisch miteinander verbindet.

Monika Waschik beschreibt, worauf es dabei aus ihrer Sicht ankommt: „Bei einer Nachfolge geht es nicht darum, dass man von heute auf morgen alles können muss. Es ist wichtig, Zutrauen in das eigene Können und Wirken zu haben und Fragen zu stellen. Herausforderungen in Einzelprojekten zu denken, die Lösungen in Projektschritten umzusetzen und sich ein unterstützendes Netzwerk aufzubauen sind dabei Aufgaben, die mit etwas Übung immer leichter fallen. All das praktizieren wir sowohl im Brückenstudium als auch in der Beratung in der 360° BASE gemeinsam.“
Dass weibliche Nachfolge noch längst keine Selbstverständlichkeit ist, zeigt auch der Blick auf die Zahlen. Laut Nachfolgereport 2025 der Deutschen Industrie- und Handelskammer sind nur rund 25 Prozent der Menschen, die sich für die Übernahme eines Unternehmens interessieren, Frauen. Bei Gründungen liegt ihr Anteil dagegen bereits bei mehr als 40 Prozent.

Für Amelie steht ihr Geschlecht dennoch nicht im Mittelpunkt. Sie will als Unternehmerin ernst genommen werden, Entscheidungen treffen und ihren eigenen Weg gehen.

Der finanzielle Rahmen für neue Ideen

Eine erfolgreiche Nachfolge braucht neben der persönlichen Entwicklung auch eine wirtschaftliche Grundlage. Amelie möchte den Betrieb modernisieren und insbesondere die Digitalisierung vorantreiben.



Dafür braucht es nicht nur Ideen, sondern auch einen realistischen finanziellen Rahmen.

Ein Vorteil der 360° BASE ist dabei die Verbindung verschiedener Kompetenzen unter einem Dach. Als Zentrum für Gründung und Nachfolge bietet sie Unterstützung bei der Entwicklung und Übergabe von Unternehmen. Gleichzeitig steht bei der Sparkasse Mainfranken Würzburg ein Expertenteam zur Verfügung, die Unternehmerinnen und Unternehmer in allen finanziellen Fragenstellungen begleiten.

Eine dieser Expertinnen ist Isabel Scheiner, Leiterin Firmenkunden Würzburg. Für sie beginnt eine gute Beratung damit, das Unternehmen und die Menschen dahinter wirklich zu verstehen: „Wir sind nicht nur Ansprechpartner für Finanzierungsfragen, sondern auch Denkpartner und Impulsgeber für alle finanziellen Themen. Wir wollen verstehen, wo das Unternehmen heute steht, welche Ziele verfolgt werden und wie sich der Betrieb künftig weiterentwickeln möchte."

Auf dieser Basis werden Chancen und Risiken gemeinsam betrachtet und passende Lösungen entwickelt. „Gerade bei einer Nachfolge geht es nicht darum, auf jede Frage sofort eine Antwort zu haben. Wichtig ist, eine klare Vorstellung von der Zukunft des Unternehmens zu entwickeln und Partner an der Seite zu haben, mit denen man die nächsten Schritte gemeinsam durchdenken und gehen kann", so Scheiner.

Das nächste Kapitel

„Nur gemeinsam" - dieser Gedanke prägt die Wahners seit Generationen. Er steht für den Zusammenhalt, der Familie und Unternehmen auch durch schwierige Zeiten getragen hat und der Amelie heute den Rückhalt gibt, ihren eigenen Weg zu gehen.

Mit der Nachfolge beginnt für sie ein neuer Abschnitt. Als Mitinhaberin des Familienunternehmens wächst sie Schritt für Schritt in ihre künftige Rolle hinein, sammelt Erfahrungen und entwickelt eigene Vorstellungen für die Zukunft. Dabei weiß sie Menschen an ihrer Seite, die diesen Weg mit ihr gestalten: ihren Bruder Leonard, mit dem sie gemeinsam die Verantwortung als Inhaber trägt, und die aktuelle Geschäftsführung mit Nicolas Howard, Sascha Roos und Sonja Wahner, die das operative Geschäft führen und die Entwicklung des Unternehmens mitgestalten.

So entsteht ein Zusammenspiel aus Erfahrung und neuen Impulsen, aus familiärer Verbundenheit und unternehmerischer Verantwortung. Für Amelie bedeutet das, auf einem starken Fundament aufzubauen und zugleich die Freiheit zu haben, ihre eigenen Ideen einzubringen und die Zukunft des Unternehmens mitzugestalten.

Sie möchten auch ein herausforderndes Projekt umsetzen, sich fachlich informieren, weiterentwickeln und Ihr Netzwerk ausbauen – dann entdecken Sie uns:

www.360gradbase.de/events
www.thws.de/brueckenstudium «

360° BASE

360° BASE
Zentrum für Gründung und Nachfolge
by Sparkasse Mainfranken Würzburg
Ingolstadter Hof 1
97070 Würzburg
Telefon: 0931 382-6684
www.360gradbase.de

Walk-In Zeiten - auch ohne Termin:
Dienstag & Donnerstag 10 – 16 Uhr

Sich selbstbestimmt und frei zu entscheiden, ist den meisten Menschen wichtig.

Im RuheForst Maintal in Theres gibt es diese Möglichkeit auch über den Tod hinaus, denn der Wunsch nach einer naturnahen Bestattung im Wald wird immer beliebter.



Da es sich um einen überregionalen Friedhof handelt, kommen Menschen unterschiedlichster Herkunft im geschichtsträchtigen Klosterwald zusammen. Der Baum kann zu einem Bezugspunkt im Leben und im Tod werden. Da die Laufzeit der Gräber bis in das Jahr 2114 reicht, entscheidet sich der deutliche Großteil Vorsorge zu treffen und schon bereits zu Lebzeiten einen Baum auszusuchen. Damit werden die Angehörigen im Sterbefall entlastet. Entweder entscheidet man sich für einen Gemeinschaftsbaum, an dem man Gräber einzeln erwerben kann oder wählt einen sogenannten Familien- bzw. Freundschaftsbaum, an dem im Laufe der nächsten Jahrzehnte Familienangehörige oder Freunde beigesetzt werden können. Ehrwürdige alte Buchen und Eichen, aber auch zarte junge Bäume, unterschiedlichster Art stehen als Ruhebiotope in diesem fränkischen Laubwald, der sich zu jeder Jahreszeit anders präsentiert, zur Verfügung.

Die Verabschiedung kann völlig individuell nach den Wünschen des Verstorbenen selbst oder der Hinterbliebenen gestaltet werden, entweder am wunderschönen Andachtsplatz oder auch direkt am Grab. Mit geistlichem Beistand, mit den tröstenden Worten eines Trauerredners oder von Familienmitgliedern gestaltet, hat ein jeder die Möglichkeit, den Abschied ganz persönlich zu halten.

Der Gesang der Vögel und der Duft des Waldes strahlen Ruhe aus, zugleich bietet der RuheForst den Raum, sich mit ihrer Trauer zurückzuziehen und dem geliebten Menschen nahe zu sein. Hierbei übernimmt die Natur die Grabpflege, kann aber gerne durch Moos und einige Blumenköpfe dekoriert werden. Bänke laden zum Verweilen ein und die gesamte Anlage wird liebevoll gepflegt und macht die Bestattung im Grünen zu einem wundervollen Ort der Erinnerung und Ruhe für die Hinterbliebenen. «

„Es liegt im Wald ein tiefer Zauber,
…der stärkt das Herz, wenn es Dir schwer“
aus einem Gedicht von Georg Graf zu Münster
aus dem 18. Jahrhundert, das von seiner Aktualität augenscheinlich nichts eingebüßt hat.





Waldbestattung im RuheForst® Maintal in Theres

Viele Menschen empfinden es als beruhigend im Wald zu trauern, sich **zu Lebzeiten** einen Grabplatz auszusuchen und damit **Vorsorge zu** treffen. Weiter besteht oft der Wunsch eine Trauerfeier **individuell** gestalten zu können. Lernen Sie unverbindlich dieses würdevolle Bestattungskonzept im naturbelassenen Wald, in dem die Grabpflege die Natur übernimmt, bei einer kostenlosen Führung kennen. Individuelle Führungstermine bieten wir gern auch nach Absprache an.

Ausfahrt A70 Haßfurt/Theres. Beschilderung folgen zwischen Obertheres und Buch. Nur 4km von der A70. Gelände sehr gut begehbar.

Winterführungen 2026/2027

8.11.26, 22.11.26, 6.12.26, 20.12.26, 3.1.27, 17.1.27, 31.1.27, 14.2.27, 28.2.27

Ab März zweiwöchentlich sonntags
(außer an gesetzlichen Feiertagen)

Die Führungen werden ab dem RuheForst-Parkplatz bei jedem Wetter jeweils um 14 Uhr durchgeführt. Weitere Informationen finden Sie hier:

Ruheforst

RuheForst Maintal
Klosterstr. 1
97531 Theres
Telefon: (09521) 618885
info@ruheforst-maintal.de
www.ruheforst-maintal.de

atarax – Compliance ohne Umwege

Compliance ist mehr als die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien. Sie schafft Vertrauen, reduziert Haftungsrisiken und stärkt die Widerstands- und Zukunftsfähigkeit Ihres Unternehmens. Entscheidend ist dabei, rechtliche Anforderungen so umzusetzen, dass Compliance im Unternehmensalltag tatsächlich funktioniert: verständlich, praxisnah und wirksam.

Genau hier setzt atarax an. Wir machen Compliance verständlich und praktikabel – mit Lösungen, die zu Ihrem Unternehmen und Ihren individuellen Anforderungen passen. Von der Identifikation und Bewertung von Compliance-Risiken über die Beratung und Sensibilisierung Ihrer Mitarbeitenden bis hin zur Übernahme der Funktion des Compliance-Beauftragten begleiten wir Sie mit fachlicher Expertise und einem klaren Blick für das Wesentliche.

Ein leistungsfähiges Hinweisgebersystem, professionelle interne Untersuchungen, die Umsetzung von Anforderungen aus dem Bereich der Supply Chain Compliance sowie die Einrichtung und Betreuung einer AGG-Beschwerdestelle sind dabei keine isolierten Einzellösungen. Gemeinsam bilden sie ein wirksames Compliance-Management-System, das Risiken frühzeitig erkennt und erfolgreich minimiert.

Seit über 30 Jahren unterstützen wir Unternehmen dabei, Compliance praxisnah und nachhaltig zu gestalten. Mit juristischem Know-how und langjähriger Beratungserfahrung entwickeln wir Lösungen, die nicht nur rechtliche Anforderungen berücksichtigen, sondern auch im Unternehmensalltag funktionieren: verständlich in der Umsetzung, praxisnah in der Anwendung und wirksam im Ergebnis. «

atarax
Strategie vor Organisation
Organisation vor Technik®

atarax Unternehmensgruppe
Würzburg/Herzogenaurach
Tel.: 0 91 32 / 7 98 00
info@atarax.de
www.atarax.de

IHR PARTNER FÜR STRATEGISCHES COMPLIANCE-MANAGEMENT



www.atarax.de | info@atarax.de | Tel. 0 91 32 / 7 98 00

Maßgeschneidert und anwenderfreundlich – der Onlineshop der Leeder GmbH

Die Leeder GmbH feiert in diesem Jahr ihr 40-jähriges Jubiläum. Das auf Präzisionswerkzeuge spezialisierte Unternehmen mit Sitz in Volkach will über den virtuellen Vertriebsweg seinen Bekanntheitsgrad steigern und neue Kundenpotenziale erschließen.

Nicht nur im Handel erfreut sich E-Commerce wachsender Beliebtheit. Auch bei Industriezulieferern wie der Leeder GmbH spielen Onlineshops als Bestellwege eine immer größere Rolle. Im Laufe der vier Jahrzehnte seit der GmbH-Gründung hat der unter dem Firmennamen Leeder Tools etablierte Betrieb einige Höhen und Tiefen erlebt, doch dank unternehmerischer Weitsicht alle gut überstanden. Heute präsentieren sich die Volkacher als innovatives Unternehmen mit einem weltweit aktiven Kundenstamm.

Andreas Haar sieht großes Potenzial im Vertriebsweg Onlineshop

Seit 2021 führt der Ingenieur Andreas Haar den Betrieb mit aktuell 16 Beschäftigten. Um Neu- und Bestandskunden die Möglichkeit zu geben, rund um die Uhr Werkzeuge zu bestellen, richtete er vor zwei Jahren auf der Leeder-Homepage den Onlineshop ein. "Unser Shop ist einzigartig, wenn es um die Suchfunktion der Werkzeuge geht", sagt Andreas Haar. Seine Begründung: "Es können Abmaße direkt in die bildliche Darstellung des Werkzeugs eingegeben werden. So weiß der Kunde gleich, welches Maß wo sitzt." Derzeit umfasst das bestellbare Sortiment etwa 5.000 Produktvarianten und wächst stetig weiter. Für die Shop-Pflege und Updates beschäftigt Haar eine Teilzeitkraft, programmiert hat die Software ein Startup aus Lübeck. Um die Bestellabwicklung kümmert sich das zweiköpfige Innendienstteam. Bei technischen Fragen steht zusätzlich der Außendienst mit seiner Fachkompetenz zur Verfügung. «


B4B WIRTSCHAFTSLEBEN MAINFRANKEN
PROFILE
Druckunterlagen-schluss: 25.11.2026
Erscheinungstermin: 04.12.2026
Die besten Unternehmen aus dem mainfränkischen Mittelstand
Gut, besser, TOP FIRMEN!
Gemeinsam Zukunft gestalten.
Jetzt buchen!
Hier geht es zu den Mediadaten
Content & Media:
Daniela Obst
d.obst@vmm-medien.de
0931 7809970-1
Rainer Meder
r.meder@vmm-medien.de
0931 7809970-2
B4BMAINFRANKEN.de

Anzeigenbeispiel

Größe: 45 x 125 mm
Preis: 400,- EUR

Hallen- und Gewerbebau



Gillig & Keller GmbH | Am Brünnlein 1 | 97215 Uffenheim | Tel. 09842-98280 | www.gilligundkeller.de

Datenträgervernichtung



Anzeigenbeispiel

Größe: 90 x 35 mm
Preis: 224,- EUR

Anzeigenbeispiel

Größe: 45 x 125 mm
Preis: 400,- EUR

REGIONAL UND RELEVANT.

www.B4BMAINFRANKEN.de

Inserentenverzeichnis

Andreas Nemeth Training + Coaching	19
Anwaltskanzlei Oliver Wanke	22
atarax Consulting GmbH & Co. KG	71
Autohaus Ehrlich GmbH	23
Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli GmbH	U4
Christoph Schalk - empowerment.zone	OBF
Dachser SE Logistikzentrum Würzburg	U2
DIVINO eG	63
Energiesteuerung Tina Bitterer e.K.	66, 67
Franken-Treuhand GmbH	21
Genossenschaftsverband Bayern e.V.	49
Gillig & Keller Stahlbau - Stahlhallen	73
HORNA GmbH	OBF
HSP Bau- und Immobiliensachverständige GmbH & Co. KG	64
junited AUTOGLAS Autoglas Team GmbH	OBF
Karl Fischer & Söhne GmbH & Co. KG	73
Labelident GmbH	OBF
Mainpack Verpackungen GmbH	OBF
MAINTRAINING	OBF
Mazda Motors Deutschland GmbH	47
Museum im Kulturspeicher (MiK) Würzburg	62
Riedel Bau AG	65
RuheForst Maintal	70
Sparkasse Mainfranken Würzburg	27, 68, 69
UHL GmbH & Co. Stahl- und Metallbau KG	9
Willi Fuhren Steuerberater	61
Wolf System GmbH	51
WSR Schulte Humm & Partner	17

Bitte beachten Sie die Beilagen Stiftung Bethel und Urlaub für Unternehmer.

Anzeige ist raus!



Wie im Jahr 1976 Werbung gemacht wurde.

TITELTHEMA 12/2026

Internationales Mainfranken



Redaktionsschluss:	**06.11.2026**
Anzeigenschluss:	**23.11.2026**
Druckunterlagenschluss:	**25.11.2026**
Erscheinungstermin:	**04.12.2026**

Erfolge 2026 · Perspektiven 2027
topFIRMEN in Mainfranken
Anzeigenkompendium des vmm wirtschaftsverlags



Lesen Sie die **„Wirtschaft in Mainfranken"** mobil mit der App

Herausgeber
Industrie- und Handelskammer Würzburg-Schweinfurt
Mainaustraße 33, 97082 Würzburg
Telefon 0931 4194-0
Telefax 0931 4194-100
www.wuerzburg.ihk.de
Redaktion
Radu Ferendino (Chefredakteur), Telefon 0931 4194-319, wim@wuerzburg.ihk.de
Marcel Gränz (CvD), marcel.graenz@wuerzburg.ihk.de
Melanie Krömer, melanie.kroemer@wuerzburg.ihk.de
Lisa Sommermeyer, lisa.sommermeyer@wuerzburg.ihk.de
ISSN 0946-7378
Freie Mitarbeiter der Redaktion
Sigismund von Dobschütz, Rudi Merkl, Steffen Eric Kramer

Die datenschutzrechtlichen Informationspflichten nach der DS-GVO finden Sie unter: www.wuerzburg.ihk.de/informationspflichten-dsgvo

Verlag
VMM MEDIENAGENTUR
VMM WIRTSCHAFTSVERLAG GmbH & Co. KG
Ursulinergasse 11, 97070 Würzburg
Telefon 0931 780 99 70-0
Telefax 0931 780 99 70-9
www.vmm-medien.de

Geschäftsführer
Andres Santiago, Matthias Schmid
Leiterin Mediasales
Regionalmarkt Mainfranken
Daniela Obst, Telefon 0931 780 99 70-1
d.obst@vmm-medien.de
Sales Area Manager
Rainer Meder, Telefon 0931 780 99 70-2
r.meder@vmm-medien.de
Layout Adnan Badnjević, Iris Cvetković
Bildnachweis Titelbild: Daniel Peter
Redaktion Angelo Arabia
Telefon 0821 4405-457
a.arabia@vmm-medien.de
Lektorat VMM MEDIENAGENTUR
Druck und Vertrieb
Vogel Druck & Medienservice, 97204 Höchberg, gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier
Erscheinungsweise monatlich
Heft 11.2026 erscheint am 05.11.2026
Verbreitete Auflage: 12.734 Exemplare (3. Quartal 2026)

Der Bezug der IHK-Zeitschrift erfolgt im Rahmen der grundsätzlichen Beitragspflicht als Mitglied der IHK. Wirtschaft in Mainfranken ist das offizielle Organ der IHK Würzburg-Schweinfurt und wird IHK-zugehörigen Unternehmen auf Wunsch im Rahmen ihrer Mitgliedschaft ohne besondere Bezugsgebühren geliefert. Mit Namen oder Zeichen versehene Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der IHK Würzburg-Schweinfurt wieder. Für unaufgefordert eingesandte Manuskripte besteht keine Gewähr auf Veröffentlichung. Haftung für Druckfehler ausgeschlossen, soweit dies nicht auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit beruht. Die in der Zeitschrift veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Genehmigung der Redaktion in irgendeiner Form reproduziert oder in Maschinen, insbesondere Datenverarbeitungsanlagen, übertragen werden. Auch die Rechte der Wiedergabe durch Vortrag, Funk- und Fernsehsendungen bleiben vorbehalten. Jede im Bereich eines gewerblichen Unternehmens hergestellte oder benützte Kopie dient gewerblichen Zwecken gemäß § 54 (2) UrhG und verpflichtet zur Gebührenzahlung an die VG Wort, Goethestraße 49, 80336 München.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichtet die IHK Würzburg-Schweinfurt auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für alle Geschlechter.

Bild: margs/stock.adobe.com

B4B WIRTSCHAFTSLEBEN MAINFRANKEN



Die Region Mainfranken GmbH bringt Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zusammen, um die Region gezielt voranzubringen.Mit den Schwerpunkten Innovation, Karriere und Standortmarketing fördert sie neue Ideen, verbindet Talente mit Unternehmen und macht Mainfrankens Stärken als Wirtschafts-, Arbeits- und Lebensraum sichtbar – unterstützt über das Portal von **B4BMAINFRANKEN.de**

REGIONAL UND RELEVANT.

Bettina Gardenne & Team
Region Mainfranken GmbH
Geschäftsführung

www.B4BMAINFRANKEN.de



Lindt

GESCHÄFTSKUNDEN SERVICE

DER LINDT GESCHENKSERVICE FÜR GESCHÄFTSKUNDEN

Unser Portfolio reicht von beliebten Lindt Klassikern, über exklusive Produkte für Geschäftskunden, bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen für jeden Anlass. Erobern Sie das Herz Ihrer Kunden und Mitarbeiter mit einer süßen Aufmerksamkeit für jede Gelegenheit.

LINDT KLASSIKER



Lieferung der Standardartikel innerhalb von 4 Werktagen

EXKLUSIVE ARTIKEL



Limitierte Auflage und nur solange der Vorrat reicht

KUNDENINDIVIDUELLE LÖSUNGEN



Individuell gestaltete Produkte ab einer Auflage von 1.000 Stück

Um zu unserem digitalen Geschäftskunden-Katalog zu gelangen, scannen Sie den **QR Code** ab oder bestellen Sie den Katalog unverbindlich per Mail:
salesb2b-de@lindt.com



IHRE ANSPRECHPARTNER



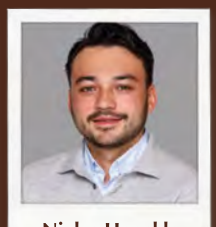
Luisa Beecken
Tel.: (0241) 88 81 - 221
LBeecken@lindt.com



Lena Locker
Tel.: (0241) 88-81-7812
LLocker@lindt.com



Esther Schlüter
Tel.: (0241) 88-81-6297
ESchlueter@lindt.com



Niclas Hoeckle
Tel.: (0241) 88-81-9817
NHoeckle@lindt.com



Paulina Stock
Tel.: (0241) 88 81 - 9548
PStock@lindt.com