

Fondsdepot Bank gewinnt neue Kunden

Hof/Frankfurt – Nur wenige Monate nach dem Kauf der Fonds-ServiceBank (bisher DAB Bank) schließt die Fondsdepot Bank erneut einen strategisch bedeutsamen Vertrag ab: SEB Bank und SEB Asset Management übertragen zu Beginn dieses Geschäftsjahres der in Hof ansässigen Bank die Administration ihres Business-to-Business-(B2B)-Anlagekonten-geschäfts. Wie die Fondsdepotbank, eine Unternehmens-Partnerschaft von Xchanging und der Allianz Global Investors, weiter mitteilt, soll die Verwaltung der Investmentkonten bis 31. Dezember 2010 von der bisherigen Plattform der SEB Investmentsservice (SEB ISG) auf die IT-Plattform des Hofer Instituts übertragen werden. Im Zuge des Outsourcing-Vertrages zur Übernahme der Fondsdepot-Administration geht die in Frankfurt ansässige SEB ISG laut dem Schreiben in den Xchanging Unternehmensver-bund ein. Xchanging sei jetzt mit insgesamt rund 1,5 Millionen verwalteten Investmentkonten die größte unabhängige Plattform zur Abwicklung von Investment-



Matthias Sohler, Europa-Chef von Xchanging und Geschäftsführer der Fondsdepot Bank: „Mit dem Abschluss dieses Servicevertrags für die SEB sind wir klar die Nummer 1 der unabhängigen Fondsplattformen in Deutschland. Wir sind keiner Bank oder Kapitalanlage-gesellschaft verpflichtet, sondern nur den Interessen unserer Kunden nach höchstmöglicher Prozesseffizienz.“ Hier stünden die Zeichen bei seinem Unternehmen europaweit auf Wachstum. „In der Marktkon-solidierung wird Xchanging weiterhin ganz vorne mitspielen“, wird Sohler zitiert.

Druckgussbranche beklagt Preisdruck

Nürnberg – Die deutschen Druckgießereien sind im vergangenen Jahr von der Krise der Automobilindustrie voll er-wischt worden. Zwischen Januar und Oktober 2009 seien die Aufträge um rund 35 Prozent eingebrochen, berichteten Branchenvertreter am Dienstag zum Auftakt der Fachmesse Euroguss in Nürnberg. In diesem Jahr werde jedoch wieder ein Zuwachs um etwa 10 Prozent erwartet. 2008 hatte die mittel-ständisch geprägte Branche mit 290 Betrieben und 17.000 Mit-arbeitern einen Gesamtumsatz von 2,5 Milliarden Euro erzielt. Für das Gesamtjahr 2009 gab es noch keine genauen Zahlen. Die Druckguss-Industrie macht etwa drei Viertel ihres Umsatzes mit den Fahrzeugherstellern. „Deren Schwäche schlägt auf unsere Branche voll durch“, sagte Gerhard Eder, Vorsitzen-der des Verbands Deutscher Druckgießereien. Es gebe je-doch auch Chancen, da in Fahrzeugen immer mehr Leichtbau-Werkstoffe verwen-det würden. Druckguss-Produkte aus Aluminium oder Magne-sium finden sich etwa im Mo-torblock, im Fahrwerk, in der Bremsanlage und im Innen-raum von Autos. Eder beklagte aber einen wachsenden Preis-druck durch die Autohersteller.

Der direkte Draht

Der direkte Draht zur Redaktion der regionalen Wirtschaftsseite:

Dieter Weigel
Telefon 09281/816239

Matthias Will
Telefon 09281/816207

E-Mail:
wirtschaft@frankenpost.de



Produktionsbeginn: Seit Kurzem werden die innovativen Schutzmasken im Hofer Gründerzentrum gefertigt. Take-Cair-Geschäftsführer Dieter Küster (Mitte) und seine Mitarbeiter Ulrich Mergner und Bärbel Luding sind vom weltweit einzigartigen Wirkungskonzept überzeugt.

Foto: haj

Von Harald Jäckel

Hof – In der Fachwelt sollen sie bald in aller Munde sein und vor den Mündern und Nasen ihrer Nutzer wahre Wunder wirken: Innovative Mund- und Atemschutzmasken der Köditzer Firma „Take Cair“. Kein Druckfehler übrigens: „Cair“ ist ein Kunstwort, zusammengesetzt aus den englischen Begriffen „Care“ für Schutz und „Air“ für Luft. „Cair“ beschreibt damit auch die Wirkungsweise der Weltneuheiten: Sie schützen vor gefährlichen Erregern in der Luft.

Das Besondere an der patentierten und zertifizierten Erfindung – unter anderem geprüft vom renommierten Fresenius-Institut – erklärt Take-Cair-Geschäftsführer Dieter Küster: „Wir verwenden in den Stoff der Masken eingewebte Fasern mit Silberionen. Diese zerstören auftretende Bakterien oder Viren noch vor dem Einatmen und verhindern bei längerer Tragedauer die Vermehrung der Krankheitserreger.“

Zehn Monate lang geschützt

Apropos Tragedauer: Nicht nur die innovative Silberionen-Technik lässt die Produzenten in der Region auf einen weltweiten Siegeszug der Maske hoffen. Es ist auch die massive Kostenersparnis, die die auf den ersten Blick hochpreisigen Masken zum Marktrenner machen soll. Denn die Take-Cair-Produkte sind wasch- und wiederverwendbar. Bis zu zehn Monate lang. Denn das für den

High-Tech-Produkte | Der Bio-Atemschutz der Köditzer Firma Take Cair macht dank Fasern mit eingewebten Silberionen gefährliche Erreger noch vor dem Einatmen unschädlich. Hohe Kostenersparnis durch Wasch- und Wiederverwendbarkeit.

Bio-Atemschutz notwendige Silber befindet sich im Vliesstoff der Maske und bleibt lange funktionsfähig. Das unterscheidet laut Küster die Masken von allen vergleichbaren Produkten. Auch, weil herkömmliche Masken Wegwerfprodukte sind, die die Umwelt stark belasten und hohe Entsorgungskosten verursachen.

Sechs-Stunden-Dauertest

Die verwendeten weichen Spezial-Textilien bei „Take Cair“ sind besonders weich. Das Material verhindert somit Druckstellen. Die Maske muss nicht mehr so häufig abgenommen werden wie bei anderen Produkten und senkt dadurch weiter das Infektionsrisiko.

Neben den erfolgreichen Beurteilungen durch die wissenschaftlichen Prüfinstitute bestand das Produkt kurz vor der jetzigen Markteinführung einen ganz besonderen Praxistest: Bei den Aufnahmen für das Werbefoto, das auf jeder Maskenpackung prangt, musste das Profi-Model (nebenstehendes Bild) die Maske geschlagene sechs Stunden tragen. „Danach hatte die Frau keine einzige Druckstelle im Gesicht“, freut sich Dieter Küster, der auch auf die Dichtigkeit der Maske setzt: „Da kommt keine Außenluft

rein.“ Damit die Masken möglichst bald in den umkämpften Mundschutz-Markt kommen, hat Küster bereits ein fünfköpfiges Außendienst-Team rekrutiert. Apotheken und Sanitäts-sowie Pharmagroßhändler haben die Masken ganz aktuell im Programm. Dieter Küster, der stolz die nagelneue Produktionsmaschine im Hofer Gründungszentrum zeigt, nennt nur einige der Zielgruppen für das

Monopolprodukt, das schon bald schwarze Zahlen schreiben und für neue Arbeitsplätze in der Region sorgen soll: „Krankenhäuser, Altenheime, Lebensmittelindustrie.“ Ganz allgemein setzt man bei „Take Cair“ auf Arbeitsschutzzwecke und – bekannt aus Schweine- und Vogelgrippe-Berichten in den Medien – den Einsatz als Mundschutz bei der Bevölkerung in künftigen Epidemiege-



Model mit Maske: Begleitet von professioneller Werbung soll der Atemschutz den Weltmarkt erobern.

Foto: Take Cair

bieten. Weltweit. Die weltweite Aufmerksamkeit der Fachwelt hat „Take Cair“ bereits erreicht. Und ein dickes Lob der heimischen Industrie- und Handelskammer als perfekt vorbereiteter Start-Up-Betrieb erhalten. Trotzdem ist es schwer – so Dieter Küster – in den umkämpften Märkten vor allem auf dem Gesundheitssektor Fuß zu fassen. Eine prominenter Referenzkunde wäre perfekt. Nicht nur deshalb wünscht sich Küster mehr Offenheit für innovative Produkte und Erfolgshun-ger bei seinen potenziellen Geschäftspartnern. Sondern auch, weil die Mundschutz-Maschine täglich bis zu 7000 Stück produzieren kann.

Gründer, Erfinder

Mehrheitsgesellschafter und Gründer der Firma „Take Cair“ ist der Köditzer Unternehmer Karlheinz Fischer. Fischer selbst führt bereits einen höchst innovativen Familienbetrieb: Die „Fischer Systemübergreifende Automatisierungstechnik-GmbH“. Der Maschinenbauer hat sich auf High-Tech-Lösungen hauptsächlich für die Textilindustrie spezialisiert. Erfinder der patentierten Bio-Atemschutzmasken ist der Mecklenburger Wissenschaftler Dr. Siegfried Langhain. Geschäftsführer der Gesellschaft bei Take Cair ist der Vertriebsprofi Dieter Küster.

Leoni will in Japan wachsen

Nürnberg – Der Nürnberger Automobilzulieferer Leoni will sein Japan-Engagement verstärken und bündelt dazu sein japanisches Geschäft in einer neuen Gesellschaft. „Wir sind zuversichtlich, dass wir unser Geschäft im japanischen Markt mit Hilfe der örtlichen Niederlassung voranbringen“, sagte Leoni-Chef Klaus Probst am Dienstag. „Darüber hinaus bildet Japan für uns einen strategischen Brückenkopf für den gesamten asiatischen Kontinent.“ Die neue Vertriebsgesellschaft gehört zur Kabelsparte von Leoni und hat ihren Sitz im zentraljapanischen Nagoya. Das Japan-Geschäft umfasst nach Firmenangaben ein Volumen im niedrigen einstelligen Millionenbereich. Von dem neuen Standort verspricht sich Leoni laut Mitteilung auch bessere Geschäftsbeziehungen zu japanischen Unternehmen. Die Nürnberger hatten Ende Oktober erstmals einen japanischen Automobilhersteller als Kunden gewonnen. Ab Ende 2010 soll Leoni Kabelsysteme an Nissan für die Produktion in Russland liefern. Das im MDax gelistete Unternehmen will sich zunehmend unabhängiger von der Automobilindustrie machen und dringt verstärkt in andere Branchen wie Gesundheit, Maschinenbau und Solar vor. 2008 erzielte Leoni einen Konzernumsatz von 2,9 Milliarden Euro.

Grundig Sat peilt Umsatzplus an

Nürnberg – Im hochauflösenden Fernsehen HDTV und in der Digitalisierung der Übertragungswege sieht die Grundig Sat Systems GmbH (GSS) neue Wachstumschancen. Der Hersteller von Kopfstationen für den Fernsehempfang peilt für 2010 ein zweistelliges Umsatzwachstum an, wie der geschäftsführende Gesellschafter Fred Hübner am Dienstag in Nürnberg erklärte. Hübner hatte den früheren Bereich 2004 nach der Insolvenz des Elektronik-Herstellers Grundig gemeinsam mit zwei weiteren Managern übernommen. GSS entwickelt und produziert mit 89 Mitarbeitern Kopfstations-technik, Satelliten-Empfangsantennen sowie Set-Top-Boxen für den TV-Empfang. Das Unternehmen ist damit die einzige Fertigungseinheit, die vom ehemaligen Grundig-Produktionsstandort in Nürnberg übriggeblieben ist. Knapp sechs Jahre nach der Ausgründung zog Hübner ein positives Fazit. Mittlerweile habe sich Grundig Sat Systems mit einem Anteil von 28 Prozent zum europäischen Marktführer für Kopfstationen entwickelt. Rund 45.000 GSS-Kopfstationen seien im Markt und versorgten Wohneinheiten mit TV- und Radiosignalen. Der Umsatz ist laut Hübner jedes Jahr zweistellig gewachsen. Im vergangenen Jahr lag er bei 16 Millionen Euro, das war eine Steigerung um elf Prozent. Der Exportanteil betrug 50 Prozent. Zum Gewinn gab es keine Angaben.

Thüringer Export büßt kräftig ein

Erfurt – Die Ausfuhren der Thüringer Wirtschaft sind im dritten Quartal 2009 auf das Niveau von 2006 zurückgefallen. Es wurden Waren im Wert von 2,2 Milliarden Euro exportiert, wie das Landesamt für Statistik am Dienstag mitteilte. Das war mehr als ein Fünftel (21,3 Prozent) weniger als im dritten Quartal 2008. Rückgänge gab es vor allem bei Fahrzeugen, Karosserien und Motoren für Kraftfahrzeuge sowie Kunststoffprodukten und Pharma-Artikeln. Die Einfuhren gingen ebenfalls um fast ein Viertel (24,5 Prozent) zurück. Die wichtigsten Abnehmerländer waren das Vereinigte Königreich, Frankreich und Italien; die meisten Einfuhren stammten aus Italien, China und Österreich.

Neue Studiengänge starten im April 2010

Von Kerstin Dolde

Hof – 44 feste Anmeldungen gibt es bereits, einige Interessenten haben sich für eine „Schnuppervorlesung“ interessiert: Die Zweigakademie Hof der Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie Nürnberg bereitet sich auf den Studienstart vor. „Der neue Studiengang beginnt im April 2010“, sagt Leo Reichel, bei dem in Hof die Fäden zusammenlaufen. Der Oberverwaltungsrat betreut im Hofer Rathaus die VWA-Geschäftsstelle.

Bei den früheren Studiengängen waren es stets rund 100 Absolventen, die die VWA in Hof mit dem Diplom in der Tasche verlassen haben. Das Diplom steht am Ende des erfolgreichen, siebensemestrigen und berufsbegleitenden Abendstudiums zum „Betriebswirt (VWA)“ und zum „Informatik-Betriebswirt (VWA)“. „Neu ist die Möglichkeit, auch einen international anerkannten Abschluss als

Abendstudium | Die Filiale Hof der Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie Nürnberg bildet nicht nur Betriebswirte aus.



„Erstmals gibt es einen international anerkannten Abschluss als ‚Bachelor of Business Administration‘“, erklärt Leo Reichel.

„Bachelor of Business Administration (BBA)“ zu erwerben“, erklärt Leo Reichel.

Da ein neuer Studiengang nur alle dreieinhalb Jahre beginnt, ist die Möglichkeit zur Teilnahme natürlich zeitlich

eingeschränkt. Für den neuen Studiengang 2010/2013 haben sich bereits zahlreiche Hörerinnen und Hörer vormerken lassen. Die Vorlesungen finden in der Hochschule Hof statt.

Die Akademie in Hof wendet

sich an Berufstätige aus vielfältigen Sparten, die sich nach abgeschlossener Berufsausbildung auf Hochschulniveau weiterbilden wollen. Leitgedanke ist eine wissenschaftlich orientierte Fortbildung auf dem Gebiet der funktionalen Betriebswirtschaft, der Organisations- und Führungslehre – speziell für das mittlere Management –, der Informatik, der Volkswirtschaft sowie des privaten und öffentlichen Rechts.

Doch das ist nicht alles: „Zusätzlich kann auch ein international anerkanntes Zertifikat ‚Wirtschaftsenglisch‘ erworben werden“, berichtet Reichel weiter. Voraussetzung für den Beginn des Abendstudiums ist jedoch eine qualifizierte Berufsausbildung – zum Beispiel Kaufmanns- oder Steuerprüfung, Meisterprüfung oder eine sonstige gleichwertige Fachprüfung – und eine mindestens einjährige praktische Tätigkeit im Beruf. Ein Abitur wird an der Akademie nicht zwingend

vorausgesetzt, obwohl ein Großteil der Hörerinnen und Hörer die Hochschulreife oder auch einen Hochschulabschluss besitzt.

Weitere Informationen und Termine für die Schnuppervorlesungen gibt es bei Leo Reichel unter der Rufnummer 09281/815-110.

Einzugsgebiet

Im derzeitigen Studiengang 2007/2010 unterziehen sich im Abschlusssemester rund 75 Hörerinnen und Hörer aus Bayern, Sachsen und Thüringen der Prüfung zum Betriebswirt oder zur Betriebswirtin. Die Studierenden kommen dabei aus einem breiten regionalen Einzugsgebiet: Von Hof und Marktredwitz über Bayreuth, Kronach, Schleiz, Plauen bis hin nach Auerbach/Vogtland und Bad Elster.