Alpakas, Blumenwiesen und Gratisschorle

RHEIN-MAIN Ein neues Buch zeigt, dass sich auch in kleinen Betrieben ökologisch und sozial wirtschaften lässt

Ohne all die Zertifikate, nach denen er die Wäsche seiner Kunden nicht nur sauber, sondern auch so ressourcenschonend wie möglich wäscht, könnte Udo König keine Ausschreibung mehr gewinnen. „Das müssen Sie vorweisen können“, sagt der Inhaber des Wäschereibetriebs Wäschekönig in Groß-Umstadt. Aber es sei längst nicht nur der Druck der Kundschaft, der ihn dazu bringt, seinen Betrieb mit 57 Mitarbeitern immer weiter zu optimieren, den Wasser- und Energieverbrauch zu senken, weniger Waschmittel und andere Chemikalien einzusetzen. „Als Unternehmer sollte man doch gewisse Werte haben“, sagt König. Bei den Kunden – die Wäscherei reinigt vor allem Hotelwäsche und Berufsbekleidung – käme die ökologisch-soziale Ausrichtung des Unternehmens gut an. Und umso schneller zahlten sich die Investitionen in modernere Maschinen für ihn aus.

Wie stark er dem Anspruch, nachhaltig zu wirtschaften, tatsächlich genügt, das ist Udo König erst klargeworden, als er von dem Buchprojekt des in Alsbach ansässigen Europäischen Instituts für Arbeitsbeziehungen erfahren hat. Das Institut hat sich seit einigen Jahren dem Thema Nachhaltigkeit in der Wirtschaft angenommen und bildet beispielsweise Nachhaltigkeitsbeauftragte für Betriebe aus. Aus der Vielzahl der so entstandenen Kontakte, erzählt Vereinsvorstand und Mitautor Lutz Michael Büchner, sei die Idee entstanden aufzuzeigen, dass gerade kleine und mittelständische Unternehmen in Hessen die Latte für ihre ökonomischen, sozialen und ökologischen Standards häufig höher setzen als viele vermuten. Heraus kam das kürzlich erschienene Buch „Wir tragen Verantwortung für morgen“, das 37 Unternehmen vorstellt, die soziale, gesellschaftliche und ökologische Faktoren besonders beachten.

„Nachhaltigkeit ist ein Prozess, natürlich müssen Unternehmer dafür auch den ein oder anderen Euro in die Hand nehmen“, sagt Büchner. Im häufig bemühten Begriff der Nachhaltigkeit steckt laut Büchner mehr als eine CO_2-Minderung für den Klimaschutz. Soziale und gesellschaftliche Aspekte zählen mindestens so viel wie ökologische. Udo König etwa schult seine aus vielen Ländern stammenden Mitarbeiter fachlich und bietet Deutschkurse an.

Über den Hotelier Georg Röder, der im südhessischen Groß-Bieberau das Gasthaus und Hotel „Blaue Hand“ betreibt, wird im Buch berichtet, wie er als „Öko-Phantast“ belacht worden sei, als er eine große Solaranlage für sein Haus installierte. Zudem verrät Röder, wie er es in seiner sonst von Fluktuation geprägten Branche schafft, seine Mitarbeiter Jahrzehnte zu halten. Etwa durch die Möglichkeit, die Kinder mit auf die Arbeit zu bringen. Statt strenger Blicke vom Chef gäbe es für die kleinen Besucher eine Gratisschorle.

Beim Schleifmittelhersteller Jöst aus Wald-Michelbach an der Bergstraße sind ebenfalls Gäste willkommen, die man in einem Industriebetrieb nicht erwartet: Sieben Alpakas grasen auf dem Firmengelände, auch eine Blumenwiese speziell für Insekten pflegt das Unternehmen. Mit seinen zwei Mitgesellschaftern denkt Inhaber Peter Jöst durchaus auch in größeren Dimensionen. Das Unternehmen hat seine Produktion auf höchste Umweltstandards ausgerichtet und ein Bindemittel entwickelt, um die sonst in der Schleifmittelproduktion verwendeten, krebserregenden Harze zu ersetzen. Es betreibt ein eigenes Blockheizkraftwerk und hat viel Geld in die Umrüstung der Beleuchtung auf LED-Technik gesteckt.

Das ist beispielhaft, aber kein Einzelfall, wie das Buch zeigt. „Es ist ein klarer Wettbewerbsvorteil, sich nachhaltig aufzustellen“, sagt Mitautor Büchner. Das gelte für den Umgang mit Kunden, aber auch für das eigene Abschneiden im Wettbewerb um gute Arbeitnehmer, und es sichere Familienunternehmen für die nächste Generation. Am Ende, sagt Büchner, „geht es nicht darum, dass Unternehmen Geld verdienen, sondern wie sie es verdienen“. INGA JANOVIĆ

Outdoor-Fan: *Manfred Bachmann übergibt sein Lebenswerk.* Foto Marcus Kaufhold

Aus Ergo wird Globetrotter

WIESBADEN Manfred Bachmann hat sich mit seinem Outdoor-Markt in Wiesbaden einen Namen gemacht. Nun übergibt er den Laden.

Von Petra Kirchhoff

Begeisterter Kletterer und Bergsteiger, auf dem Rad unterwegs von Budapest nach Istanbul, mit dem Motorrad einmal quer durch die Sahara – Manfred Bachmann war in jungen Jahren das, was man einen Outdoor-Freak nennt. Seine Leidenschaft machte er später zum Beruf, als er in der Wiesbadener Innenstadt ein Geschäft für Bergsport, Wandern, Fernreisen und Laufen eröffnete. Mit 130 Quadratmetern ist Bachmann 1986 an der Adelheidstraße gestartet. Heute betreibt er an derselben Stelle eine Fläche, die 15 Mal so groß ist, mit Herzblut, wie er sagt. In Wiesbaden sei er eine Institution, der „klare Marktführer“ für Outdoor-Artikel.

Bereits im vergangenen Jahr hat sich Bachmann, der jetzt 65 Jahre alt ist und keinen passenden Nachfolger in den eigenen Reihen hat, auf die Suche nach jemandem gemacht, der den Laden übernehmen kann. Dass es die Outdoor-Kette Globetrotter geworden ist, hält er für eine „gute Lösung“. Zumal das Unternehmen zugesagt habe, alle Mitarbeiter zu übernehmen. Das sei ihm wichtig.

Globetrotter wird die Fläche zum 1. Februar übernehmen und dann zu einer sogenannten City-Filiale umbauen, von denen Globetrotter inzwischen acht in deutschen Innenstädten betreibt. Zusammen mit den großen Häusern sind es 17 Standorte mit 1100 Mitarbeitern. Erst im vergangenen Jahr hatte der Outdoor-Spezialist, der auch mit einem großen Markt in Frankfurt vertreten ist, fünf neue Geschäfte nach dem neuen City-Format in mittelgroßen Städten eröffnet. Boote wie in den großen Erlebnisfilialen, die mit Tauchbecken und Kältekammern aufwarten, gibt es in den Stadtfilialen üblicherweise nicht, auch nur ein ausgedünntes Angebot an Zelten. Dafür wird es in Wiesbaden eine Extrafläche für Veranstaltungen wie Vorträge und Lesungen geben und eine Werkstatt für Reparaturen.

Die Globetrotter Ausrüstung GmbH wurde 1979 in Hamburg als erstes Spezialgeschäft für Expeditionen und Trekking gegründet und gehört inzwischen zur Fenix Outdoor International AG, die schwedische Wurzeln hat, seit sechs Jahren aber in der Schweiz ansässig ist. Zum Konzern, der an der Stockholmer Börse gelistet ist, gehören unter anderem die Hersteller Fjällräven und Hanwag. Die Schweden hatten Globetrotter vor vier Jahren einen strengen Sparkurs verordnet und das Geschäft aus den roten Zahlen geholt.

Zur aktuellen Umsatzentwicklung macht Globetrotter keine Angaben. In den vergangenen Monaten sei die Entwicklung je nach Sortiment sehr unterschiedlich gewesen. So hätten einige Segmente – etwa Camping-Equipment, Zelte und Boote – signifikant zugelegt, andere wiederum stark verloren. „In der Summe hat sich dies fast ausgeglichen“, heißt es auf Anfrage.

Bei Ergo beginnt in der nächsten Woche der Ausverkauf für Ware und Einrichtung. Bachmann will nach Möglichkeit einen leeren Laden übergeben, um sich dann neuen Aufgaben zu widmen. Die Firma Ergo wird er als Reiseunternehmen für kleinere Touren und Outdoor-Unternehmungen weiterführen.

Abschied mit Abfindung

FRANKFURT Der Flughafenbetreiber Fraport kommt beim sozialverträglichen Stellenabbau voran. Rund 1600 Beschäftigte haben einen Antrag gestellt, das Unternehmen mit einer Abfindung zu verlassen, berichtete ein Sprecher. Das Unternehmen prüft, ob es die Antragsteller auch gehen lassen will. Dabei spielten betriebliche und wirtschaftliche Erwägungen eine Rolle. Der Konzern will zwischen 3000 und 4000 der rund 22 000 Stellen abbauen, weil in der Corona-Krise der Flugverkehr nachhaltig zurückgegangen ist.

Für das Freiwilligenprogramm hatten sich zunächst rund 2300 Mitarbeiter interessiert. 1600 von ihnen haben sich nun mit den Bedingungen einverstanden erklärt, die Abfindungen zwischen 0,75 und 1,0 Brutto-Gehältern pro Beschäftigungsjahr vorsehen. Die Fristen für diesen Teil des Personalabbaus laufen bis Jahresende. lhe.

Fintech Giroxx geht neue Wege

FRANKFURT Der New Yorker Finanzdienstleister StoneX hat das Frankfurter Unternehmen Fintech Giroxx übernommen. Wie der Dienstleister mitteilt, wurde Giroxx bereits Anfang Oktober in die Unternehmensgruppe integriert und firmiert fortan unter dem Namen StoneX Financial GmbH. Damit will Giroxx, das 2015 gegründet wurde, um Auslandsüberweisungen zu erleichtern, seine Dienste im Bereich „Global Payments“ nun weltweit anbieten.

Die Giroxx-Gründer Klaus Hoffmann und Jörg Sonnenschein zeigten sich stolz darüber, „in eine solch erfolgreiche Finanzgruppe“ überzugehen. Das börsennotierte Unternehmen StoneX betreut mit rund 2000 Mitarbeitern mehr als 30 000 kommerzielle und institutionelle Kunden sowie mehr als 125 000 Privatkunden in mehr als 40 Niederlassungen auf fünf Kontinenten. ddt.

Anzeige

Goldfieber

Riesenandrang bei Juwelier Rubin am Roßmarkt 7 in Frankfurt

Seit Wochen erreichen die Goldpreise ständig neue Rekordhöhen. Das bringt immer mehr Menschen dazu, in ihren Schmuckschatullen zu kramen. Viele von ihnen entdecken dabei wahre Schätze, die sie schnell bei Juwelier Rubin in Geld umwandeln können. Ob Ringe, Broschen, Ketten, Uhren oder Zahnkronen – Gold zu versilbern liegt im Trend. Maria Fischer entdeckte beim Aufräumen in der Wohnung Goldschmuck, den sie von ihren Großeltern geerbt hatte. „Weil er damals für mich zu altmodisch wirkte, hatte ich ihn schnell vergessen“, erzählt sie. „Da ich in den letzten Tagen immer wieder von Rekordpreisen für Gold gelesen habe, entschied ich, jetzt zu handeln.“ Wert des Goldschatzes: rund 3.300 Euro. Auch beim Juwelier Rubin am Roßmarkt 7 in Frankfurt blüht das Goldgeschäft. „Ich glaube, die Marke von 50.000 Euro pro Kilo Feingold war für viele die magische Grenze“, sagt er, während ein Kunde bei ihm anfragt, wie viel er für die Goldzahnkronen bekommen würde. „Ich gebe Ihnen 26 Euro pro Gramm dafür“, antwortet er. 3.800 Euro blätterte Herr Rubin dem 70-jährigen Gerhardt Wagner für Zahngold, Armband, Kette und Uhr hin. „Das ist alter Familienschmuck, der im Schrank versauerte. Meine Frau trug ihn nicht – also verkaufen“, sagt Wagner. Gold habe in den letzten Jahren einen rasanten Preisanstieg hingelegt. Schon seit Wochen erreichen die Goldpreise bis dahin für unmöglich gehaltene Rekordstände. Derzeit steht der Preis bei ca. 2000 Doller je Feinunze (31,1 Gramm). Wer im Jahr 1970 ein italienisches Armband für 600 Mark gekauft hat, bekommt heute dafür möglicherweise 800 Euro angerechnet“, sagt Juwelier Rubin am Roßmarkt 7 in Frankfurt, der zurzeit mehr als doppelt so viele Kunden hat wie sonst. Auch Markenuhren wie Rolex, Cartier, Breitling, Patek-Philippe oder auch IWC werden bei uns angekauft. Denn für viele Menschen ist es die schnellste Möglichkeit, ihren nicht mehr tragenden Schmuck oder die alte Rolex zu verkaufen.

Karl Straub (60) kassierte bei Juwelier Rubin am Roßmarkt 7 in Frankfurt 3.800 Euro für den Familienschmuck.

Goldpreise expodieren. Das merkt auch Juwelier Rubin am Roßmarkt 7 in Frankfurt.

Uhrenfieber

Wir zahlen faire Preise für Ihre Markenuhr. Sofortige Barauszahlung!
Jetzt auch Hausbesuche möglich. Rufen Sie uns an!

ANKAUF VON MARKENUHREN UND IHREM GOLDSCHMUCK ZU HÖCHSTPREISEN!

RUBIN

Roßmarkt 7, 60311 Frankfurt • Telefon (069) 287325 • E-Mail: info@rubinjuwelier.de
Öffnungszeiten: Mo.–Fr. 10–18 Uhr • Sa. 10–16 Uhr

© Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Alle Rechte vorbehalten. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeine Archiv