

KOPF DER WOCHE

Imposante Wohnarena



Unternehmer Franz Rieger.

Franz Rieger, Göppinger Unternehmer in der Möbelbranche, ist unser Kopf der Woche. Aus gutem Grund: Das Unternehmen Rieger eröffnete vor wenigen Tagen in Esslingen-Sirnau die Rieger Wohnarena. Das neue Möbelhaus – von der Bundesstraße 10 aus deutlich zu sehen, setzt neue Maßstäbe in der Branche und beschäftigt rund 350 Mitarbeiter. Das neue Haus, das für Rieger den Großraum Stuttgart erschließen soll, hat eine Ausstellungsfläche von rund 36 000 Quadratmetern, auf denen die Ware im Shop-in-Shop-System angeboten wird. Abgedeckt wird das komplette Spektrum zum Thema Wohnen. Allein 4000 Quadratmeter sind dem Thema Küchen gewidmet. Gastronomie und Kinderland – Rieger bietet als einzigstes Möbelhaus auch einen eigenen Zirkus – breiten sich auf 4000 Quadratmetern aus.

ZAHLEN & FAKTEN

Statistisch betrachtet sind die Einwohner im Landkreis Esslingen am wohlhabendsten in der Region Stuttgart mit einer Kaufkraft von 6073 Euro pro Kopf – dicht gefolgt von Böblingen und Ludwigsburg. Im Schnitt geben die Einwohner dieser Kreise pro Kopf 600 Euro mehr aus als im Bundesdurchschnitt. Mit 5686 Euro pro Kopf liegt Göppingen an letzter Stelle in der Region.

Semle verschafft den Durchblick

Der Wäschenbeurener Personalcoach vermittelt die „klare Sicht der Dinge“

Ulrich Semle verschafft den Durchblick: „Die klare Sicht der Dinge“ will der erfahrene Persönlichkeitscoach seinen Seminarteilnehmern näherbringen. Er arbeitet inzwischen mit Kunden aus ganz Europa.

CONSTANTIN FETZER

Wäschenbeuren. Ulrich Semle lebt und arbeitet im Wäschenbeuren. Hier hat der Persönlichkeitscoach sein Büro – und er hat die Natur rund um den Hohenstaufen. „Bevor ich beginne, mit meinem Kunden richtig zu arbeiten, laufe ich mit ihm ein Stück“, sagt der 47-Jährige, der lange Zeit im Vertrieb gearbeitet

Schnelle Lösungen für Probleme der Mitmenschen

und dabei entdeckt hat, dass er für viele Probleme seiner Mitmenschen schnell Lösungen findet, auf sie eingehen kann.

Er hat viel Erfahrung, ist Autor eines eigenen Persönlichkeitskonzepts und arbeitet für und mit Kunden in ganz Europa.

Da wandert er nun mit einer Schauspielerin auf den Hohenstaufen oder „Semle zieht ein“, wie er es nennt – dann fährt er direkt zum Kunden und nimmt eine gewisse Zeit an dessen Leben teil und analysiert vor Ort. Oder er fliegt: Ulrich Semle ist leidenschaftlicher Helikopterpilot. Das spart Zeit, man kommt schnell voran. „Die klare Sicht der Dinge“, das ist Ulrich Semles Motto.

Denn „Ich habe erkannt, dass wir Menschen uns erst dann verändern können, wenn wir klar sehen, in welchem Film wir eigentlich unterwegs sind, auf welche Lebensbühne wir uns eingelassen haben.“ Darum wolle er einem Teilnehmer in seinen Seminaren aufzeigen, was in



Der Wäschenbeurener Personalcoach Ulrich Semle verschafft seinen Schützlingen den Durchblick und vermittelt die klare Sicht der Dinge. Foto: Constantin Fetzer

seinem Leben ständig wiederholend abgeht und wie Stärken hervorheben und Schwächen kontrolliert werden können.

Die Themen der Einzel- oder Kleingruppenseminare sind verschieden. Das ist ein sehr breites Spektrum und geht von Entspannung und Entschleunigung, über das Thema glückliche Partnerschaft und Familie. Auch um gesundheitliche Themen, wie finde ich meine Lebensaufgabe und meinen Traumberuf, wie vertraue ich mehr

auf meine Intuition bei privaten und geschäftlichen Entscheidungen. Ebenso kümmert sich Ulrich Semle um Persönlichkeitsstärken wie Selbstvertrauen, Selbstmotivation, Ausdauer und Lebensfreude – und vieles mehr. „Also alles was die Menschen privat und geschäftlich umtreibt ist mein tägliches Arbeitsfeld“, sagt Ulrich Semle.

Die Kunden, Schauspielerin Olga Kolb zum Beispiel, Top-Manager und Spitzenpolitiker, aber auch Privatiers gehören zum Kundenkreis.

„Meine Zielgruppe ist nicht berufs- oder standesabhängig, es kommen zu mir genauso Schüler und Angestellte, die gemobbt werden oder Familiengeschäftsführerinnen – also Mütter, die als Hausfrauen ihre täglichen Arbeiten bewältigen“, sagt Ulrich Semle. Die Kunden erkennen, dass die persönliche Innovation und Persönlichkeitspflege ausschlaggebend sind für Glück und Erfolg, „und nicht das Wetter, die Umwelt, die Branche, der Staat oder gar der Zufall“, unterstreicht Ulrich

Semle seine Thesen. Für sich, aber auch für seine Kunden hat er ein Zeitmanagement-System entwickelt. Das „LBS“-System. Das hat freilich nichts mit einer Bausparkasse zu tun, sondern ist die in der Flugwelt übliche Abkürzung für Landebahn.

So wie ein Lotse im Flughafentower eine Maschine nach der anderen planmäßig auf die Landebahn bestellt, so sollen auch die täglichen Aufgaben der Reihe nach wohl sortiert erledigt werden.

Ulrich Semle ist ein Macher, er packt an und kann begeistern. Nicht nur bei seinen Kunden ist er engagiert bei der Sache, auch karitative Projekte werden von ihm regelmäßig unterstützt.

Er fördert ein Kinderdorf in Unterriethingen, sowie die BRH-Rettungshundestaffel in Schlierbach, die ihre angenehme Arbeit allerdings weitgehend ohne staatliche Zuschüsse machen muss. Hier steht er mit Rat, aber auch mit Einsatz und finanziellem Engagement zur Seite.

Ein weiteres Projekt soll nun dazu kommen: Die Förderung von Schülern, Schulen und Familien, die mit einem Coaching-Seminar eine neue Perspektive sehen könnten – gerade in sozial schwierigen Situationen.

Das Erfolgsrezept

Ulrich Semle lebt das, was er seinen Kunden nahebringt. Er lebt mit seiner Frau Petra und seinen beiden Töchtern in Wäschenbeuren – die Ruhe der Natur gibt ihm und seinen Seminarteilnehmern Kraft für seine Arbeit. Mit viel Erfahrung und fachlicher Kompetenz hilft er heute Top-Managern, Schauspielern, Politikern und Privatiers bei ihrer Persönlichkeitsentwicklung und gibt sowohl im privaten als auch beruflichen Bereich praktische Lebenshilfe.

Mein Arbeitsplatz



Seit sage und schreibe 40 Jahren arbeitet Karl Nagel bereits bei „Banzhaf Bau“ in Steinenkirch. Als Baggerfahrer gefällt dem 62-Jährigen vor allem die Tätigkeit im Freien. Foto: Claudia Burst

INTERVIEW • FRANCESCO FARANNA

Wir produzieren Bilder, die es bisher nicht gab

Der junge Salacher entwickelt dreidimensionale Bilder und Industriefilme am Computer

Die Salacher FVM Productions entwickelt dreidimensionale Bilder und Industriefilme am Computer. Dadurch verringern Kunden ihre Ausgaben oder erhalten neue Verkaufsargumente.

JENS GIESELER

Herr Faranna, was macht FVM Productions?

FARANNA: Wir produzieren seit zwei Jahren dreidimensionale Bilder, Industriefilme und visuelle Effekte für Filme. Alles das wird am Computer entwickelt. Ich arbeite bisher mit zwei Mitarbeitern und je nach Auftragslage mit weiteren Freelancern. Weil aber das Geschäft im vergangenen halben Jahr angezogen hat, kommt jetzt ein neuer Mitarbeiter in die Firma.

Wer braucht Ihre Dienstleistungen?

FARANNA: 60 Prozent unseres Umsatzes machen wir mit Industriefilmen. Beispielsweise will ein Unternehmen erklären, was in einem Kasten passiert. Doch während des Betriebes kann der nicht geöffnet werden. Durch computergenerierte Bilder kann man zeigen, was bisher nicht zu sehen war. Solche Filme dienen als Lehrfilm für die Techniker. Vor allem unterstützen sie den Vertrieb bei der Kundengewinnung. Denn: Die Bilder bleiben länger im Kopf und überzeugen eher als rationale Argumente oder geben zumindest den emotionalen Kick zum Kauf. Besonders spannend sind Bilder und Filme von Prototypen. Es gibt nur ein Modell der ganzen Welt, aber die Datei kann man um den ganzen Globus schicken. Bei 3D-Bildern kann sich jeder das Modell von allen Seiten anschauen.

Eine weitere Anwendungsmöglichkeit der 3D-Technik?

FARANNA: Dr. Scheller Cosmetics aus Eislingen hat Shop-Theken für die Marke Manhattan, die in allen 10 000 Drogerien europaweit identisch sind. Zweimal pro Jahr werden

diese Theken umgestaltet: Neue Produkte und Farben kommen rein, andere heraus. Kleine Container werden verschoben. Früher musste ein Fotograf mit hohem technischen Aufwand alles komplett neu fotografieren. Viele Detailaufnahmen waren notwendig. Dagegen müssen wir nur die Innovationen am Computer neu generieren.

Was spart ein Unternehmen dadurch?

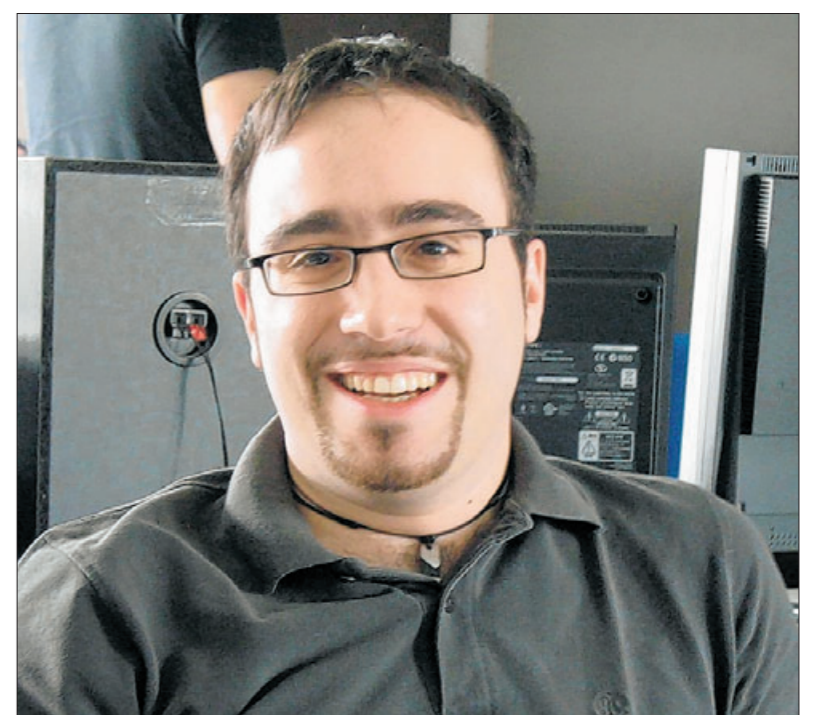
FARANNA: Das würde ich auch gerne wissen, um meine Preise anzupassen. Im Ernst: Scheller könnte das sicher genau beziffern. Aber wie will man den Wert von Bildern und Filmen einschätzen, die bisher nicht möglich waren? Wer für einen Werbefilm unbedingt ein Gewitter am Strand benötigt – wie viele Tage muss eine mehrköpfige Crew darauf warten? So was stand früher in keinem Drehbuch für Werbefilme, weil es nicht kalkulierbar war. Heute entwickelt man solche Bilder am PC.

Wie lange benötigen Sie, einen 60-sekündlichen Industriefilm zu machen?

FARANNA: Pauschal lässt sich das nicht sagen, weil es von Komplexität und Detailgenauigkeit abhängt. Wir haben kürzlich in einem Film über Rohrverbindungen Metalloberflächen bearbeitet und Schatten eingebaut. Allein dafür haben wir drei Wochen benötigt. Vielleicht als Faustregel: Wer einen Film für die Messe haben möchte, sollte sich drei Monate vorher melden. Viele Unternehmer können sich nicht vorstellen, was möglich ist. Andere denken, das seien nur ein paar Mausklicks, dann sei alles fertig. Einerseits ist also der Beratungsbedarf sehr hoch.

Wie hoch ist der technische Aufwand?

FARANNA: Wir zahlen allein für die Updates unserer Software 6500 Euro jährlich. Die Computer sind mit der höchsten Prozessorleistung



Francesco Faranna: „Wir haben uns in den ersten zwei Jahren den Ruf erworben, sehr schnell zu sein und hohe Qualität zu liefern.“ Foto: Jens Gieseler

ausgestattet, die gegenwärtig im Industriebereich für Workstations möglich ist – zehnmal leistungsfähiger als ein handelsüblicher PC. Trotzdem benötigen wir beispielsweise für die Berechnung der Shop-Theken zwischen drei bis sechs Stunden pro Bild, obwohl wir alle Rechner nutzen. Diese Computer sind für zwei Jahre geleast. Das hat zwei Vorteile. Als Existenzgründer habe ich die Investitionskosten deutlich gesenkt und über zwei Jahre verteilt. Und nach dieser Zeit bekommen wir wieder die schnellsten Modelle.

Wie gewinnen Sie Kunden?

FARANNA: Firmen kommen vor allem durch Empfehlung. 60 Prozent des Umsatzes machen wir im Landkreis Göppingen. Lediglich zwei weitere Firmen bieten ähnliche Dienstleistungen an. Wir investieren immer wieder viel Zeit in Akquisese-

sprache, um potenziellen Kunden den Nutzen und mittelfristigen Gewinn deutlich zu machen, den wir stiften können. Außerdem haben wir Kontakt zu Werbeagenturen in Stuttgart, Reutlingen und Göppingen, die bundesweit Kunden haben. Wir haben uns in den ersten zwei Jahren den Ruf erworben, sehr schnell zu sein und hohe Qualität zu liefern.

Zur Person

Francesco Faranna (26) gründete die Salacher FVM Productions im September 2006. Animierte von Star-Wars-Filmen gestaltete er in Göppingen gebürtige Italiener schon als Schüler virtuelle Realitäten. In Stuttgart studierte er Wirtschaftsinformatik.

Nur ideologische Ziele

Private Brauereien kontra Drogenrat

Kreis Göppingen. „Dem Drogen- und Suchtrat geht es nicht vornehmlich um eine Verhinderung von Alkoholmissbrauch, sondern um die Durchsetzung des ideologischen Ziels, den Konsum alkoholischer Getränke in Deutschland generell zu senken.“ Mit dieser zentralen Bewertung kommentiert der Präsident des Verbandes Private Brauereien Baden-Württemberg, der Geislinger Hans-Friedrich Kumpf, bei der Mitgliederversammlung des Verbandes die vor einigen Tagen vorgelegten Empfehlungen des Drogen- und Suchtrates für ein nationales Aktionsprogramm zur Alkoholprävention.

Hans-Friedrich Kumpf: „Wir lehnen das ab.“ Bier werde so durch Steuern verteuert und dem Konsum das Geld aus der Tasche gezogen. Eine Realisierung der Empfehlung würde nach Meinung von

Kumpf unweigerlich zur Zerstörung der mittelständischen Brauereistruktur in Deutschland und damit zum Verlust zehntausender Arbeits- und Ausbildungsplätze führen.

Der Verband Private Brauereien will sich nun mit einer Kampagne seiner Mitgliedsbetriebe unter dem Motto „Freiheit ist unser Bier“ entschieden gegen die Vorschläge des Drogen- und Suchtrates wenden. Kumpf: „Es kann nicht angehen, dass dem mündigen Bürger immer mehr Selbstverantwortung abgesprochen und ihm durch Steuererhöhungen immer mehr Geld genommen wird.“

Die Lage auf den Märkten für Braurohstoffe habe sich, so Verbandspräsident Hans-Friedrich Kumpf, derzeit wieder etwas entspannt. Dennoch blieben die Preise für Hopfen und Malz auf hohem Niveau. Das schaffe Kostendruck. stro