

Wirtschaft

MITTWOCH, 11. FEBRUAR 2015

7

Cottbus wirbt um Schweizer Investoren

Marketingkampagne gestartet / TIP als Hauptanker

Cottbus. Die Stadt Cottbus will Unternehmer der deutschsprachigen Schweiz gezielt für eine Ansiedlung in der Lausitz interessieren. Neben einer Marketingkampagne in Schweizer Fach- und Wirtschaftsmedien sowie direkten Gesprächen mit potenziellen Investoren nutzt die Stadt dafür eine Internetseite www.vorteil-fachkraefte.ch.

Geworben wird unter anderem mit den Vorteilen gut ausgebildeter und motivierter Fachkräfte im gewerblichen und akademischen Bereich sowie mit freien Gewerbe- und Industrieflächen an der Schnittstelle zu Osteuropa.

„Unsere Stadt hat Vorteile gegenüber den Metropolen Berlin und Dresden, die auch Unternehmer zu schätzen wissen: Man baut sehr einfache Netzwerke auf und hat immer kurze Wege und das, ohne auf die Vorteile einer Großstadt zu verzichten“, sagt der Cottbuser Oberbürgermeister Holger Kelch (CDU). „Man hat es hier mit bodenständigen, ehrlichen Leuten zu tun, die vielleicht nicht sofort zugänglich, dann aber offen und verlässlich sind“, spricht Stefan Kannewischer, Chef der Burger Spreewald-Therme und selbst Schweizer, Investoren aus seiner Heimat an.

Während ausreichend Ansiedlungsflächen in der Schweiz schon seit längerem ein Problem sind, hat sich der Mangel an Fachkräften seit einigen Monaten besonders verschärft. Der Erfolg der eidgenössischen Volksinitiative „Gegen Masseneinwanderung“ im Februar vergangenen Jahres schränkte auch den Zuzug von Fachkräften in das Alpenland stark ein. Das bietet für die Angebote der Lausitz neue Chancen.

Als Botschafter der Lausitz in der Schweiz agiert hierbei der ehemalige BTU-Präsident Prof. Walther Zimmerli, gebürtiger Schweizer. Bereits im vergangenen Jahr hatten die Cottbuser Stadtverordneten ein neues Honorarmodell beschlossen. Danach will sich die Kommune neue Industriearbeitsplätze einiges kosten lassen. Für zehn Jobs im produzierenden Gewerbe werden

demnach 75 000 Euro bezahlt. Für 30 Arbeitsplätze werden 130 000 Euro in Aussicht gestellt. Bei 100 Arbeitsplätzen und mehr kann ein Honorar von bis zu 360 000 Euro kassiert werden. Konkret geht es um Firmen, die überregional ihre Produkte, Waren oder Dienstleistungen absetzen. Zimmerli soll dabei als Vermittler fungieren. Die bisherigen Ansiedlungserfolge der Entwicklungsgesellschaft Cottbus (EGC) hätten die Erwartungen nicht erfüllt. Deshalb gehe die EGC nun neue Wege, hieß es zur Begründung.

Das ist auch dringend notwendig. Denn beim produzierenden Gewerbe ist die Stadt Cottbus stark unterrepräsentiert. Derzeit liegt die Zahl der Arbeitsplätze bei etwa 1600. Üblich für eine Stadt der Größenordnung von Cottbus sind 15 000 bis 20 000 Jobs.

Mit dem Technologie- und Industriepark TIP hält die Stadt eine gut 300 Hektar große Fläche bereit. Die Erschließung soll vorangetrieben werden, kündigte Oberbürgermeister Holger Kelch vor wenigen Tagen vor Unternehmern an. Dazu gehöre auch ein möglicher Autobahnanschluss des Cottbuser Nordens und der Umlandgemeinden. Diese Idee wurde im Rahmen einer Gesamtstudie der IHK und der Energie-region Lausitz erarbeitet. „Wir müssen es schaffen, mit diesem Projekt in den Bundesverkehrswegeplan aufgenommen zu werden“, sagt Holger Kelch.

Neben der Marketingkampagne ist für Mitte Juni ein Kongress zum Thema „Innovativ zu Fachkräften“ an der BTU geplant. Der Stadtmarketingverband koordiniert das Projekt „Die Vorteilsregion“ gemeinsam mit der Entwicklungsgesellschaft Cottbus (EGC) und kooperiert dabei mit dem Regionalen Wachstumskern (RWK) Spremberg, dem Swiss German Club, dem Wirtschaftsverband Swissem, der Industrie- und Handelskammer Cottbus und dem Medienhaus LAUSITZER RUNDSCHAU. sh

Brandenburger Mittelstand hält sich bei Investitionen zurück

Potsdam. Die Brandenburger Bürgerschaftsbank verzeichnet eine sinkende Nachfrage nach Bürgschaften beim Mittelstand. Wegen der erfolgreichen Entwicklung der vergangenen Jahre sei mehr Eigenkapital angehäuft worden, weniger Bürgschaften würden benötigt, sagte der Geschäftsführer der Bürgerschaftsbank, Milos Stefanovic, am Diens-

tag bei der Bilanzpressekonferenz in Potsdam.

Wie bereits 2013 wurden 291 Bürgschaften vereinbart. Jedoch sei das Volumen um zehn auf 73 Millionen Euro gesunken, da die Firmen meist nur kleinere Beträge benötigten. Investitionen von 131 Millionen Euro wurden ermöglicht, jedoch 29 Prozent weniger als 2013. dpa/sm



Aldi konzentriert sich auf seine Filialen, für einen Online-Shop sei die Zeit noch nicht reif, heißt es. Foto: dpa

Warum große Händler sich Online-Shops verweigern

Aldi, Primark und dm lehnen Verkauf übers Internet ab - noch

Um den Internet-Handel machen Aldi und Primark bislang einen großen Bogen. Sie eröffnen lieber neue Filialen im In- und Ausland. Doch das muss noch nicht das letzte Wort sein.

Von Erich Reimann

Düsseldorf. Der Online-Handel boomt in Deutschland. Fast alle Handelsunternehmen, die Rang und Namen haben, sind längst mit eigenen Internet-Shops im World Wide Web vertreten. Aber eben nur fast alle. Drei Online-Verweigerer stemmen sich bislang noch gegen den Trend: Bei Aldi, Primark und dm suchen die Kunden vergeblich nach einem „Kaufen“-Button im Netz. Allerdings bröckelt die Ablehnungsfront.

Aldi Süd winkt auf die Frage nach einem eigenen Online-Shop erst einmal ab. Ziel des Discount-Marktführers sei es, bestmögliche Qualität zu konstant niedrigen Preisen anzubieten. „Wir sind der Auffassung, dass dieses Ziel mit einem Online-Shop im Moment nicht erfüllbar ist“, erklärt eine Unternehmenssprecherin.

Schließlich seien mit dem Aufbau und dem Betrieb einer E-Commerce-Plattform gerade im Lebensmittel-Geschäft hohe Kosten und Unsicherheiten verbunden. Doch schließt der Konzern einen Kurswechsel nicht

aus, wenn sich die Voraussetzungen verändern sollten. Das Schwesterunternehmen Aldi Nord schweigt zum Thema Online-Präsenz.

Die irische Modekette Primark hat nach eigenen Angaben ebenfalls derzeit keine Pläne für einen Online-Store. Ein Sprecher erklärt auf Anfrage selbstbewusst, die Geschäfte lägen schließlich gut erreichbar in den Innenstädten und böten dort das beste Preis-Leistungs-Verhältnis. Das Internet nutzt das Unternehmen lediglich als Werbefläche. So bietet es Primark-Kunden die Möglichkeit, auf der Firmen-Website Bilder zu posten, auf denen sie in ihren Neuerwerbungen posieren.

„Als Hardcore-Discounter sind beide Unternehmen nicht unbedingt prädestiniert für das Online-Geschäft“, urteilt der Handelsexperte Gerrit Heinemann von der Hochschule Niederrhein. Aldi erobere gerade die Märkte im Ausland - etwa in Großbritannien und den USA: „Die haben gar nicht den Kopf frei, um sich mit anderen Dingen zu beschäftigen.“ Aldi könne sich das auch leisten, weil es bei Lebensmitteln wohl noch einige Jahre dauern werde, bis der Online-Handel Fahrt aufnehme, sagt der E-Commerce-Experte.

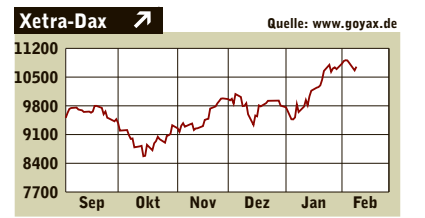
Und auch für Primark wäre der Einstieg in den Online-Handel nach Einschätzung von Kai Hudetz, Geschäftsführer des Insti-

tuts für Handelsforschung in Köln, eine hohe Hürde. „Bei Primark wäre der logistische Aufwand viel zu hoch: Die Sendungen zu verpacken, auf den Weg zu bringen und dann noch die Abwicklung der Retouren - das ist bei diesen Preisen nicht rentabel zu machen“, so der Branchenkenner.

Doch die Front der Online-Verweigerer bröckelt. Die Drogeriemarkt-Kette dm hat bereits angekündigt, ab dem Frühsommer fast ihr gesamtes Sortiment in einem eigenen Online-Shop im Netz verfügbar zu machen. „Die Nachfrage unserer Kunden wurde immer größer“, begründete dm-Chef Erich Harsch den Kurswechsel.

Bei Aldi und Primark ist das letzte Wort zum Thema Online-Handel wohl ebenfalls noch nicht gesprochen. Handelsexperte Heinemann ist sicher: „Aldi verfolgt das Thema Online-Handel sehr genau. Wenn sie glauben, dass der Zeitpunkt reif ist, werden sie klotzen, nicht nur kleckern.“ Auch Primark werde sein derzeitiges Nein vielleicht noch einmal überdenken: „Wenn sie in den Innenstädten alles abgegrast haben, dann springen sie vielleicht auf den Online-Zug auf.“

Für Hudetz ist die Entscheidung nur eine Frage des richtigen Zeitpunkts: „Starten sie zu früh mit dem Online-Handel, kostet es eine Menge Geld. Kommen sie zu spät, kostet es Umsatz.“



Schluss	10.02.2015	Vortag
Dax (Xetra)	10753,83	10663,51
Euro (\$)	1,1297	1,1275

NACHRICHTEN

Ikea baut neue Märkte in Deutschland auf

Essen. Der weltgrößte Möbeldhändler Ikea will in Deutschland wachsen. Am Dienstag kündigte das Unternehmen die Eröffnung von sechs neuen Möbelhäusern in Nordrhein-Westfalen an. Schwerpunkt dabei soll das Ruhrgebiet sein. Neben neuen Standorten in Wuppertal, Bottrop sowie in den Regionen Bochum/Herne und Castrop-Rauxel seien Ersatzbauten für vorhandene Häuser an den Standorten Essen und Kaarst geplant. Das Unternehmen bezifferte die Investitionen auf rund 400 Millionen Euro. dpa/sm

Opel kehrt nach Australien zurück

Rüsselsheim. Opel kehrt nach Australien und Neuseeland zurück - allerdings nicht mit dem Blitz, sondern unter dem Namen der australischen GM-Schwestermarke Holden. Mit einem 325 PS starken Insignia sei der erste Holden im Opel-Stammwerk Rüsselsheim vom Band gerollt, teilte die Opel-Gruppe am Dienstag mit. Die Holden-Modelle „made in Germany“ sollen die Auslastung der europäischen Werke verbessern. dpa/sm

Deutscher Bio-Markt wächst langsamer

Nürnberg. Der deutsche Markt für Bio-Produkte hat im vergangenen Jahr um knapp fünf Prozent auf einen Umsatz von 7,91 Milliarden Euro zugelegt. Damit verlangsamte sich das Wachstum nach Berechnungen des Arbeitskreises Bio-Markt etwas. Dennoch sei das Potenzial längst noch nicht ausgeschöpft. dpa/sm

@ MEHR IM DIGITALABO

Milliardendeal im Jubiläumsjahr: ZF wird 100 und kauft US-Zulieferer www.lr-online.de/wirtschaft

URLAUB FÜR SIE

URLAUBSSERVICE

Ja, ich nutze den Urlaubsservice der RUNDSCHAU:

vom _____ bis _____

Meine Wunschvariante

- Ich spende meine Zeitung während des Urlaubs.
- Ich möchte meine Zeitung verschenken.
- Bitte senden Sie die Zeitung an meinen Urlaubsort (bis zu 6 Wochen portofrei innerhalb Deutschlands).

Meine Anschrift

Name, Vorname Kundennummer

Straße, Nr. PLZ/Ort

Geburtsdatum Telefon E-Mail

Unterschrift Datum

Urlaubs- bzw. Geschenkschrift

Name Vorname

Straße, Nr. PLZ, Ort Telefon Schuhputzset

Spenden Sie Ihre Zeitung an eine gemeinnützige Einrichtung, überraschen Sie Verwandte oder Nachbarn für die Zeit Ihres Urlaubs mit der RUNDSCHAU oder lassen Sie Ihre Zeitung an Ihren Urlaubsort senden.

Als Dankeschön erhalten Sie ein Schuhputzset für die Reise.

Bitte Coupon bis spätestens 1 Woche vor Urlaubsbeginn an die unten genannte Anschrift senden.

LAUSITZER RUNDSCHAU

TÄGLICH. LESEN. INFORMIERT.

Medienhaus LAUSITZER RUNDSCHAU
Rundschau-Service-Direkt
Postfach 100 279, 03002 Cottbus

Telefon: (0355) 481 555
Fax: (0355) 481 111
Internet: www.lr-online.de/urlaub