

ANZEIGE

Richtige Wahl ist wichtig!

KARLSRUHE: Leckerer Menüdienst „apetito zuhaus“

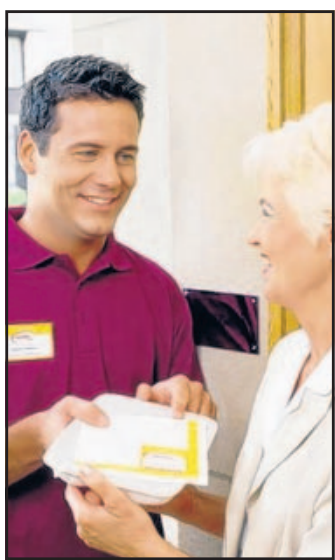
Wer darüber nachdenkt, sein Essen von einem Menüdienst bringen zu lassen statt selbst zu kochen, sollte sich über die verschiedenen Möglichkeiten informieren, denn die Unterschiede liegen wie so oft im Detail: Ein unabhängiges Institut hat eine „Checkliste Essen auf Rädern“ erstellt, die Verbrauchern bei der Suche nach einem geeigneten Menübringdienst helfen soll.

Nach verschiedenen Kriterien sind Fragen formuliert, anhand derer Interessierte die Menüdienste vergleichen und auf den Prüfstand stellen können. Gibt es die Möglichkeit, ein Menü unverbindlich zu bestellen? Bietet der Menüdienst eine Kunden- und Ernährungsberatung an? Aus welchem Menüangebot kann der Kunde wählen? Wie ist die Qualität der Speisen?

„Wir achten sehr darauf, dass die Kriterien bei uns erfüllt und wir den Wünschen der Tischgäste gerecht werden“, so Chefkoch Robert Weber von „apetito zuhaus“.

Leckere Menüs

Der private Menübringdienst bietet seinen Kunden an, für sie aus hochwertigen Zutaten leckere Menüs zu kochen und zur Mittagszeit täglich ins Haus zu bringen. Den Kunden steht eine wöchentlich wechselnde Speisekarte zur Verfügung, aus der sie täglich aus sieben verschiedenen Menüs wählen können. Für besondere Ernährungssituationen bietet „apetito zuhaus“ Diabetiker geeignete Menüs und Schonkost an. Alle, die lieber spontan entscheiden, wann und welches



Das ausgewählte Menü wird natürlich gebracht!

FOTO: PS

Menü sie essen möchten, können aus über 200 tiefkühlfrischen Menüs ihr Lieblingsessen aussuchen. Zur gewünschten Zeit kann das Essen durch Erhitzen in der Mikrowelle oder im Backofen zu Ende gekocht werden. Die kostenlose Ernährungsberatung unterstützt bei speziellen Lebensmittel- und Ernährungsfragen. (ps/jow)

WEITERE INFORMATIONEN

Für eine individuelle Beratung oder eine unverbindliche Menübestellung stehen die freundlichen Mitarbeiterinnen von „apetito zuhaus“ gerne zur Verfügung: Montag bis Freitag von 8 bis 18 Uhr, Telefon 0721 9863715, online unter www.apetito-zuhaus.de.

„Sparkasse“ erwies sich als krisensicher

KARLSRUHE: Hohes Vertrauen der Kunden in das Unternehmen / Steigerung in vielen Bereichen

VON MITARBEITER VOLKER KNOPF

Mit einem positiven Ergebnis hat die „Sparkasse Karlsruhe“ das Geschäftsjahr 2008 abgeschlossen. So habe sich die Bilanzsumme im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht und kletterte um 201 Millionen Euro auf 5,274 Milliarden Euro, wie Karlsruhes Sparkassendirektor Michael Huber vergangene Woche bei der Bilanzpressekonferenz betonte: „Mit dem Ergebnis sind wir zufrieden. Es schafft Sicherheit für die Zukunft.“

Gerade in Zeiten der Finanzkrise habe sich bewährt, dass man weder auf „Lehmann“-Papiere noch auf ein Island-Engagement gesetzt habe. „Wir bekennen uns zu unserem traditionellen Unternehmerprofil, das heißt, wir unterhalten auch weiterhin ein flächendeckendes Filialnetz, bilden Spezialisten vor Ort aus und zahlen unsere Steuern vor Ort. Mancher der so genannten Experten hielt unser Konzept nicht mehr für zeitgemäß. Nicht nur die Finanzkrise hat gezeigt – das Gegenteil ist der Fall: Wir sind unserer Zeit voraus und sind stark genug, mit unseren Kunden die Krisenzeiten durchzustehen“, so Huber.

In Zeiten der Krise brächten die Kunden den „Sparkassen“ ein hohes Maß an Vertrauen entgegen. Einer Studie der „Gesellschaft für Konsumforschung“ (GfK) in Nürnberg zu folge, lägen die „Sparkassen“, was den Faktor Vertrauen betrifft, ganz vorne. Die gesamten



Karlsruhes Sparkassendirektor Michael Huber (Mitte) präsentierte die Zahlen des Jahres 2008. FOTO: VK

Kundeneinlagen seien im Bilanzjahr um rund 142 Millionen Euro gewachsen. Die Geldvermögensbildung der Privatpersonen habe mit rund 145 Millionen Euro das hohe Vorjahresniveau noch übertroffen.

Die Umsätze im Wertpapiergeschäft seien dagegen zurückgegangen und beliefen sich auf rund 869 Millionen Euro (2007: 1.191 Millionen Euro). Einen deutlichen Wachstumsschub habe der Sektor Bausparprodukte der „LBS“ erfahren. Das Volumen der abgeschlossenen Bausparverträge sei um 33,5 Prozent gestiegen. In Sachen Wohnungsbau freue sich die „Sparkasse Karlsruhe“ über das zweitbeste Ergebnis überhaupt. Auch der Bereich Lebensversicherung inklusive betrieblicher Altersvorsorge habe mit einem Plus von rund 58 Prozent ein sehr gutes Ergebnis erzielt. Im Bereich Online-Banking seien die Zahlen um rund zehn Prozent angestie-

gen. „Ich denke, die ‚Sparkasse‘ hat sich als wahre Festung in den Stürmen der Finanzkrise bestätigt. Die solide Geschäftspolitik des Hauses zeigt sich als absolut krisenfest“, hielt der Karlsruher Sparkassendirektor bei der Bilanzpressekonferenz resümierend fest.

Einen Rekordbetrag von rund vier Millionen Euro investierte das Unternehmen zudem in Spenden und Sponsoring für soziale und gesellschaftliche Zwecke. Insbesondere in der Jugend-, der Kultur- und der Umweltstiftung der „Sparkasse“ wurden zahlreiche Projekte gefördert. „Ohne finanzielle Unterstützung wären viele wohlgeleitete Aktionen zum Scheitern verurteilt. Deshalb sehen wir unsere Aufgabe darin, Aktivitäten die das kulturelle, soziale und sportliche Umfeld und den Umweltschutz bereichern, zu unterstützen“, betonte Huber.

Auch die Fertigstellung des Kun-

denzentrums liege im Kosten- und Zeitplan. Im November soll die Einweihung des Kundenzentrums am Karlsruher Europaplatz gefeiert werden. Dann könnten in dem Neubau auf 15.000 Quadratmetern auch die 200 von 400 Beschäftigten, die zuvor auf andere Arbeitsplätze ausgewichen, wieder an ihre Arbeitsstätte zurückkehren.

Die Gesamtzahl der Beschäftigten belaufe sich im Berichtsjahr auf 1.364 Mitarbeiter und habe sich um 44 Beschäftigte im Vergleich zum Vorjahr reduziert. 74 Azubis lernen derzeit bei der „Sparkasse Karlsruhe“. Viel Wert legt Sparkassendirektor Huber auch auf das Thema Ausbildung im Unternehmen: „Wir freuen uns, dass wir von der IHK für unsere hohe Qualität der betrieblichen Ausbildung ausgezeichnet worden sind. Uns liegt die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter sehr am Herzen!“

Innovationspreis 2009

REGION: 25. Ausschreibung läuft bis 29. Mai

Wie das Wirtschaftsministerium mitteilt, ist der Dr.-Rudolf-Eberle-Preis 2009 ausgeschrieben. Ab sofort können sich kleinere Unternehmen aus Industrie, Handwerk und technologischen Dienstleistungen wieder mit beispielhaften innovativen Produkten, Verfahren und technologischen Dienstleistungen um den Innovationspreis des Landes Baden-Württemberg bewerben. Der Dr.-Rudolf-Eberle-Preis ist einer der ersten Preise, die in Deutschland für Innovationen vergeben wurden.

Einsendeschluss für die Bewerbungsunterlagen ist der 29. Mai. Vergeben werden Preise in Höhe von 50.000 Euro. Das Regierungs-

präsidium Stuttgart organisiert im Auftrag des Wirtschaftsministeriums den nach dem früheren Wirtschaftsminister Dr. Rudolf Eberle benannten Wettbewerb. Beteiligen können sich im Land ansässige Unternehmen mit maximal 500 Beschäftigten und einem Jahresumsatz von nicht mehr als 100 Millionen Euro.

Infos und Bewerbungsunterlagen gibt es bei den Industrie- und Handelskammern, den Handwerkskammern im Landesverband der Baden-Württembergischen Industrie. Die Unterlagen können online unter www.innovationspreis-bw.de heruntergeladen werden. (ps)

„Gefunden werden“ statt Kunden suchen

KARLSRUHE/REGION: Gewerbetreibende nutzen gezielt das Online-Branchenbuch „auskunft.wobla.de“

Im Internet möchte man nicht nur suchen, viele wollen natürlich gefunden werden. In der vergangenen Woche ging es rund um die einfache aber sehr gezielte lokale Suche im Online-Branchenbuch „auskunft.wobla.de“ vom „Wochenblatt“. Hier finden Suchende in bundesweit über fünf Millionen Firmeneinträgen den passenden Anbieter – eben in der näheren Umgebung.

Was der Nutzer, der so genannte User, schon von „google“ kennt, ist auch im lokalen Bereich Alltag: In der Regel interessieren sich Suchende für einen der ersten Treffer in der Liste – wer will sich schon durch hunderte Treffer scrollen? Wer



nicht unter den „Top-Ten“ der Suchergebnisse landet, wird meist gar nicht erst (an-)gesehen. Doch um eine vordere Position zu erlangen, bedarf es einiges an technischem Knowhow und Verständnis bei der Optimierung einer Webseite für Suchmaschinen. Voraussetzung ist zudem eine eigene Homepage. Insbesondere kleineren und mittleren Unternehmen fehlen hierfür häufig die Zeit und das nötige Wissen.

Unter „auskunft.wobla.de“ sichert das „Wochenblatt“ einen lokalen Standortvorteil im Internet und bietet Werbekunden die Möglichkeit, im Netz gefunden zu werden – auch ohne eigene Webseite. Schließlich nutzt, laut einer aktuellen Studie des VDAV „Verbands Deutscher Auskunft- und Verzeichnismedien“ („VDAV“), nahezu jeder Deutsche (91 Prozent) Verzeichnismedien auf der Suche nach Adressen und Firmen.

Obwohl die meisten Suchenden noch bevorzugt zu gedruckten Adressbüchern greifen (74 Prozent), durchsucht bereits mehr als ein Viertel (26 Prozent) das Internet auf der Suche nach Dienstleistern und Personen. Eine aktuelle Online-Umfrage der „GfK“ ergab zudem, dass bereits drei Viertel der Internetnutzer (73 Prozent) das Internet hauptsächlich zur gewerblichen Suche nutzen. Nur 23 Prozent der Nutzer verwenden noch gedruckte Telefon- und Branchenbücher, zwei Prozent eine Telefonauskunft. Im Ergebnis beider Untersuchungen stellt das Internet eine der wichtigsten Informationsquellen dar, den Arzt, Steuerberater oder Tischler in der Nähe zu finden. Und so steht der Handwerker von nebenan vor der Herausforderung, aus der Masse an Angeboten hervorstechen.

Ein Internetauftritt kostet zunächst nicht viel. Die Frage, die sich

vielmehr stellt ist: „Wie wird meine Webseite und somit meine Dienstleistung gefunden?“ Mit einem Online-Eintrag beim „Wochenblatt“ können Unternehmen ein Kurzprofil anlegen und so Interessenten über das eigene Leistungsangebot informieren. Eine Vorsortierung der Einträge sowie farbliche Hervorhebung im Gegensatz zu Grundeinträgen erhöht zudem die Chancen, gefunden zu werden. „Werbetreibende werden zudem nicht nur unter ‚auskunft.wobla.de‘ gefunden, sondern zusätzlich im gesamten Marketing-Netzwerk von unserem Partner ‚YellowMap‘“, erklärt Wolfgang Schwalm, Verkaufsleiter beim „Wochenblatt“. „Einträge erscheinen sowohl regional als auch bundesweit, was die Reichweite enorm steigert!“

Schließlich hat der Internetnutzer selten Zeit (und Lust), auf der Suche nach einem Handwerker sämtliche Angebote – meist mehrere Hundert – anzusehen. Vorteilhaft, wenn dann ein Anbieter aus der Liste hervorsticht und auf einen Klick auch seine Leistungen preis gibt. So haben auch kleine und mittelständische Unternehmen ohne Programmierkenntnisse oder Werbeabteilung gute Aussichten, sich im Wettbewerb wirkungsvoll zu positionieren. (ps/jow)

WEITERE INFORMATIONEN

Natürlich online unter „auskunft.wobla.de“ oder telefonisch unter 0721 97848-0.

ANZEIGE

ANZEIGE

Erlebniswelten im Möbelhaus

Leonberg/Region: „Hofmeister“ jetzt auch in Leonberg / Größte Auswahl



Manfred Hofmeister, GF Frank Hofmeister und Erwin Staudt bei der Eröffnungsfeier.

FOTO: (2) WOLFGANG LIST

Zwölf Wochen dauerte der zehn Millionen Euro teure Komplettumbau. Entstanden ist mit dem „Hofmeister“ Erlebnis-Wohnzentrum in Leonberg ein modernes, attraktives Möbelhaus, das den traditionellen Gestaltungsmerkmalen des Möbelhandels den Rücken gekehrt hat. Statt monotoner Endlosreihen von „Wohnkojen“ erwarten den Besucher auf 30.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche inszenierte Erlebniswelten.

Mit viel Liebe zum Detail präsentiert das Einrichtungshaus „Hofmeister“ alles rund um das Thema „schöner Wohnen“. Liebhaber des „konventionellen Wohnens“ finden neben bekannten Marken wie „Rolf Benz“, „Hülsta“ und „Musterring“ auf einer Loftfläche auch exklusive Polstermöbel der Marke „De Sede“. Ein Rund-um-Service für höchste

Kundenzufriedenheit versteht sich bei dem Familienunternehmen von selbst. Wer dagegen moderne Möbel trends direkt zum Mitnehmen bevorzugt, sollte sich in der Abteilung „Trendy bei Hofmeister“ umsehen, wo Marken wie „Now bei Hülsta“ oder „Brinkmann“ nicht fehlen. Auch die Fachsortimente Haushaltswaren, Boutique- und Geschenkartikel, Heimtextilien, Leuchten, Bilder, Spiegel, Teppiche und Babyausstattung sind mit einer Ausstellungsfläche von über 5.000 Quadratmetern und starken Marken sehr stark vertreten.

Neben spannenden Wohnwelten locken auch bezaubernde Dekorationen, ein großes Restaurant und eine Kinderbetreuung, damit das Einkaufen für Groß und Klein zum entspannten Erlebnis wird. Wie auch im Bietigheimer Wohnzen-

trum wartet „Hofmeister“ zudem mit interessanten Angeboten, Einkaufsvorteilen und tollen Aktionen auf. So können Besucher etwa jeden Samstag einem Schaukoch über die Schulter schauen. Beim großen Eröffnungsspiel gibt es attraktive Preise zu gewinnen.

Mit der Neueröffnung in Leonberg, wo rund hundert Mitarbeiter beschäftigt sind, will das Bietigheimer Familienunternehmen nach eigenen Angaben seine Position als Marktführer im Großraum Stuttgart festigen und die Gebiete im Stuttgarter Süden weiter erschließen. Geschäftsführer Frank Hofmeister ist davon überzeugt, dass durch diesen neuen zweiten Standort eine positive und erfolgreiche Weiterentwicklung des Traditionsunternehmens Hofmeister als selbständiger Familienbetrieb geschaffen wird.

Das Traditions-Möbelhaus Hofmeister geht aus einer Möbelschreinerei in Kirchheim am Neckar hervor, die 1892 von Karl Hofmeister gegründet wurde.

1972 zog die Firma nach Bietigheim um und eröffnete dort ein Einrichtungshaus. Heute hat das schwäbische Familienunternehmen Hofmeister rund 1.000 Mitarbeiter. Die Ausstellungsfläche in Bietigheim umfasst 50.000 Quadratmeter. Damit ist Hofmeister die größte Wohnschau unter einem Dach in Baden-Württemberg.

Das neue Verkaufshaus Leonberg wird vom Hofmeister Logistikbereich in Bietigheim mit betreut, um entsprechende Synergien erzielen zu können. (ps/sud)

Weitere Informationen

Hofmeister Erlebnis-Wohnzentrum Leonberg, Poststraße 70, Öffnungszeiten Montag bis Samstag von 9.30 bis 19.30 Uhr, www.hofmeister.de.

Der Handel will mit ins Boot

REGION: Das Konjunkturpaket 2 war Gesprächsthema bei MIT

Die Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung (MIT) und CDU informierte sich unlängst bei Wirtschafts- und Finanzbürgermeisterin Margret Mergen über die aktuelle Haushaltslage, Projekte und das Konjunkturpaket 2. Die aktuelle Haushaltslage und ihre Perspektive sei derzeit schwierig, so Bürgermeisterin Mergen, gleichwohl habe man in den letzten zehn Jahren stetig erhebliche Schulden abgebaut.

Die Kombilösung sei nun endlich durch und es werde ab Januar 2010 an diesem Jahrhundertwerk für Karlsruhe mit überwiegender Kostenbeteiligung durch Bund und Land gebaut. Fußgängerzone und Marktplatz würden dann endlich den Charakter einer Flanierzone bekommen. Die Arbeiten an der Kombilösung seien eine lokale Binnenmarktbelebung. Und ist die Kombilösung erst realisiert, so würden noch mehr Gäste und Kunden nach Karlsruhe kommen, ist sich Margret Mergen sicher.

Gregor Wick unterstrich in die-



Gregor Wick überreicht Margret Mergen ein Blumenbouquet.

FOTO: PS

sem Gespräch auch den Investitions- und Modernisierungsschub für die Stadt, denn Arbeitsplätze würden dadurch nicht nur erhalten, sondern neue Arbeitsplätze geschaffen. Den Sprung aus den Schlagzei-

Medienpartnerschaft mit dem
WOCHENBLATT
Baden/Pfalz

KMY IDEEN VERBINDEN.
Karlsruhe – Messen und Kongresse

KSC

BG
BG KARLSRUHE

Internationaler FIDELITAS
Nachtlauf über 80 km
... der Ultra-Klassiker
www.fidelitas-nachtlauf.de

1864/98 e.V.
SVK
SPORTVEREIN KARLSRUHE-BIEERTHEIM

SCHLOSS
FESTSPIELE
ETTLINGEN

City Initiative
Karlsruhe

Post Galerie
Einkaufen Genießen Leben
Am Europaplatz in Karlsruhe

Attraktives
Mühlburg

Verkehrsverein Karlsruhe
Tourismusbüro Karlsruhe e.V.

die neue
welle

ka-news.de

Einmal kochen, dreimal essen

BRUCHSAL: Workshop am 26.3.

Wenig Zeit zum Kochen und doch der Familie eine vollständige Mahlzeit bieten? Hierfür haben die Mitarbeiterinnen des Ernährungszentrums im Landkreis Karlsruhe den neuen Workshop „Einmal kochen, dreimal essen“ mit Küchenpraxis konzipiert. Der Workshop gibt den Teilnehmern wertvolle Tipps und Rezepte um größere Mengen zeitsparend herzustellen, Vorräte für die Tiefkühltruhe vorzubereiten und wieder richtig aufzubereiten.

Die Veranstaltung findet am 26. März, um 16 Uhr im Ernährungszentrum, Am Viehmarkt 1 in Bruchsal statt. Anmeldung vorab erforderlich unter 07251 74-1700. (ps)

Preis ausgelobt

REGION: Familienfreundlichkeit

Die Wirtschaftsunioren Karlsruhe loben erneut den mit Preisgeldern in Höhe von insgesamt 5.000 Euro dotierten „BFamily Award“ aus. Gesucht wird das familienfreundlichste mittelständische Unternehmen der „TechnologieRegion“. Unternehmen müssen sich darauf einstellen, dass Fachkräfte knapp werden und dass sie um Mitarbeiter durch familienfreundliche Angebote werben müssen. Unter www.bfamilyaward.de kann der Fragebogen zur Ausschreibung ausgefüllt oder heruntergeladen werden. Einreichungsfrist ist der 27. März. (ps)



Ein großzügiges und vielfältiges Angebot erwartet die Kunden.