

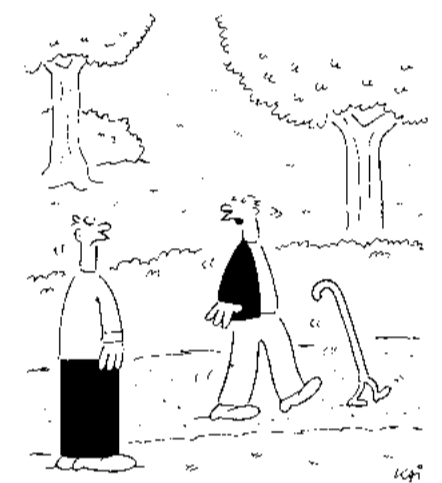
Schüler schreiben: Ein Projekt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und des Bundesverbandes deutscher Banken

Die Wessis gehen am Stock – der Osis

Lindewerra in Thüringen ist das Mekka der Stockhersteller

Nicht nur für Alte, Kranke und Gebrechliche ist eine Gehhilfe von unschätzbarem Wert, auch dem wackeren Wanderer dient sie sowohl zum Abstützen als auch zum Schutz vor Wegelagerern. Wo aber werden die nützlichen Begleiter hergestellt? Im thüringischen Lindewerra befindet sich der letzte Betrieb in Deutschland, der Wanderstöcke noch auf traditionelle Art anfertigt: die Stockmacherei Wolfgang Geyer, die dieses Handwerk bereits in der fünften Generation ausübt. Begonnen hatte alles 1836, als der Stockmacher Wilhelm Ludwig Wagner das Stockmachergewerbe in den kleinen Ort brachte und dem Dorf so zu außergewöhnlicher Bekanntheit verhalf. Lindewerra, das ist kein Zufall. „Zu Beginn des 19. Jahrhunderts gab es hier viele Lohwälder, in denen junge Eichenhösslinge wuchsen, die zur Stockherstellung das ideale Material waren“, sagt Geyer. Deshalb habe sich das Handwerk nur in dieser Region so stark entwickelt.

Zur Jahrhundertwende gab es in dem 220 Einwohner zählenden Ort etwa 30 Familien, die in das Stockmacher-Handwerk eingebunden waren. In DDR-Zeiten existierten noch acht Privatbetriebe, die als Hauptberuf Stöcke produzierten und keinem Kombinat ange-



„Wohl noch nie nen echten Wanderstock gesehen?!...“

geschlossen waren. Heute gibt es nur noch die Stockmanufaktur Geyer, deren Angebot sich von Wander- und Spazierstöcken bis zu Kranken- und Metallstöcken erstreckt. Auch exklusive Stöcke werden gefertigt: Besondere Griffformen ergeben ein ausgefallenes Design, neue Formen und Farben setzen Akzente, die ins Auge fallen. Jedoch: Stock ist nicht gleich Stock. Wanderstöcke können sowohl gerade als auch gebogen sein, sind rustikal und haben eine Metallspitze. Spazierstöcke hingegen sind eher zierlich, schlank und edel, wohingegen Gehhilfen stabil sein müssen, einen Gummifuß haben und unterschiedliche Griffformen bieten.

In dem kleinen Betrieb, der von einem ausgebildeten Stockmachermeister geleitet wird, sind vier Mitarbeiter beschäftigt; im Winter nur zwei, da je nach Nachfrage produziert wird. Jeder muss alle 32 Arbeitsgänge beherrschen, die für die traditionell gefertigten Stöcke erforderlich sind. Die Kunst des Stockbiegens verlangt, das Holz in die entsprechende Form zu biegen, den Stock geradezurichten und alles haltbar zu machen.

Bis vor etwa zehn Jahren war der Stockmacher noch in der Handwerksrolle als Ausbildungsberuf eingetragene. Heutzutage ist eine abgeschlossene Leh-

re in einem verwandten Beruf wünschenswert. Allerdings, meint Geyer, könne auch eine ungelernete Kraft eingestellt werden, wenn diese „holzmäßig etwas auf dem Kasten hat“.

Jedes Jahr werden rund 70000 Stöcke in dem Thüringer Betrieb produziert, davon sind 70 Prozent Wanderstöcke, 25 Prozent Gehhilfen und 5 Prozent Spazierstöcke. Die eine Hälfte der Stöcke findet Abnehmer in Deutschland, die andere Hälfte wird in die Schweiz, nach Österreich, Norditalien und vor allem nach Großbritannien exportiert. Die Stockherstellung erfolgt überwiegend in Handarbeit und konzentriert sich hierzulande auf Lindewerra.

Bei Geyer kostet das günstigste Exemplar, ein Kinderstock mit Glöckchen, 3,10 Euro. Der Liebhaber zahlt für einen individuell gestalteten Stock mit Ebenholzunterteil und ziseliertem Silbergriff 384 Euro. Der Durchschnittspreis der Stöcke liegt im Einzelhandel bei ungefähr 8 Euro, an den Großhandel abgegeben werden sie natürlich deutlich günstiger. An besondere Aufträge und Kunden erinnert sich Geyer gern: So war der längste Stock, den er gefertigt hat, ein vier Meter langer Ski-stock, und zu seinen Kunden zählten Otto Graf Lambsdorff, Dieter Althaus oder Karl Eduard von Schnitzler.

Während anfänglich die jungen Eichen um Lindewerra zu Stöcken verarbeitet wurden, erkannte man bald, dass sich Kastanienholz (und zwar nur das bruchfestere der Marone oder Esskastanie), das auf spanischen und südeuropäischen Plantagen angebaut wird, viel besser zur Verarbeitung eignet. „Der Kontakt zum spanischen Zulieferer besteht bereits seit fast 45 Jahren“, betont Geyer. Und die Verbindung zum englischen Lieferanten sei durch Messebesuche entstanden. Darüber hinaus werde Pfeffer- und Manillarholz von den Philippinen importiert.

Ein wichtiger Faktor für die Stockmacherei ist die Kundentreue. „Wir haben Kunden, deren Großväter bereits Wanderstöcke bei uns kauften“, freut sich Geyer. Darüber hinaus wird jährlich ein Katalog mit den lieferbaren Produkten erstellt und an Stammkunden geschickt. Geyer erläutert, dass er von 2007 bis 2009 bei den Wanderstöcken ein Absatzplus von 10 bis 15 Prozent verzeichnen konnte, allerdings habe es einen kräftigen Einbruch um 50 Prozent beim Absatz der anderen Stockarten gegeben. China dränge mit billigen Produkten auf den deutschen Markt. Und der Absatz von Wanderstöcken sei deshalb nicht eingebrochen, weil die Chinesen die Kunst des Stockbiegens nicht beherrschen. So konnte Geyer seinen Umsatz auf jährlich 170000 Euro stabilisieren. Er liefert 75 Prozent seiner Produkte an Großhändler und 24,5 Prozent an den Einzelhandel und nur 0,5 Prozent an Privatkunden. Geyers Wunsch für die Zukunft: „Es wäre schön, wenn alles so bliebe und in zehn Jahren noch so viel Bedarf an Stöcken ist wie heute.“

Wenn aber Lindewerra in der Stockherstellung so einzigartig ist, wie wurde dann der Stockbedarf in Westdeutschland zu DDR-Zeiten gedeckt? „In Westdeutschland gab es zwei Firmen, die Stöcke verkauft und teilweise selbst produziert haben. Die Inhaber dieser Firmen stammten aus Lindewerra und wurden in den sechziger Jahren aus der DDR ausgesiedelt. Diese zwei Firmen bezogen ihre Stöcke aus Lindewerra. Das heißt, die Westdeutschen bekamen ihre Stöcke aus der ehemaligen DDR“, erklärt Geyer.

Sina Gebert
Gymnasium Lütjenburg

Eine lukrative Knochenarbeit

Ein Skelett besteht nicht unbedingt aus Knochen. Zu Anschauungszwecken gibt es anatomische Modelle von Mensch und Tier aus Kunststoff. Skelett Stan ist bei den Kunden der Renner.

Stan ist für viele Schüler und Studenten ein guter Freund, kaum wegzudenken aus Universität, Schule, Krankenhaus oder Arztpraxis. Er ist zwar wenig kommunikativ, aber er mischt sich auch nicht ungefragt ein oder stört gar den Unterricht. Seine stille Präsenz gibt der Situation erst die Bedeutung. Er symbolisiert den Tod und regt dennoch immer wieder zum Umgang an: mit weißem Kittel bekleidet, mit Hut oder Zigarette zwischen den Zähnen.

Stan ist ein Kunststoffmodell eines menschlichen Skeletts und der Klassiker des Weltmarktführers für anatomische Modelle 3B Scientific GmbH in Hamburg. Marketingmanager Ingo Knifka schätzt den Marktanteil auf 25 Prozent. Stan wird seit rund 50 Jahren produziert, und seine 100 000 Duplikate haben in mehr als 100 Ländern ein neues Zuhause gefunden.

Früher wachten noch echte menschliche Überreste über die Sammlungen der Biologieräume und Arztpraxen. In der Nachkriegszeit stieg der Bedarf an solchem Unterrichtsmaterial, während gleichzeitig die Skrupel zunahm, echte menschliche Skelette zu verwenden, weil nicht ausgeschlossen werden konnte, dass einige von dubioser Herkunft waren. Also wurden den mitunter etwas klapperigen Gerippen haltbarere Plastikkollegen an die Seite gestellt.

Stan und seine Kollegen sind im Spritzguss hergestellte originalgetreue Naturabgüsse und so von echten menschlichen Skeletten kaum zu unterscheiden. Wenn Stan für 236 Euro zu teuer ist, der kann auch ein Einsteiger-Gehirn für knapp 60 Euro erwerben. Die Skelette werden in Deutschland hergestellt. Die Endmontage und Nummerierung der aus extrem langlebigen Kunststoffen – die genaue Zusammensetzung ist Firmengeheimnis – bestehenden Einzelteile erfolgt von Hand, mitunter wird sogar das eine oder andere Teil von Hand bemalt. Insgesamt ist der Handarbeitsanteil relativ hoch, wie etwa beim Skelett Max, dem Muskelansatz aufgemalt werden und das 516 Euro kostet, oder beim Luxusmodell Sam für 594 Euro, der mit seinen Gelenkbändern, Muskeln und anderen 600 medizinischen Details auch ganz gut beisammen



Passi, wackelt und hat Luft.

Foto Laif

ist. Die Produkte aus der Knochenreihe Bonelike setzen noch eins obendrauf: Sie sehen nicht nur aus wie echte Knochen, sie fühlen sich auch so an und haben das selbe Gewicht. Ein sechsteiliger Bonelike-Schädel kostet 475 Euro.

Stan ist nur einer von 8000 Artikeln, die die Palette des Unternehmens umfasst. Allein die Hälfte stellen die anatomischen Modelle. Von A wie Auge bis Z wie Zähne ist jeder Teil des menschlichen Körpers in jeglicher Ausführung zu haben. Kleinere Organe, wie die Nase, gibt es auch in der anschaulicheren, vergrößerten Variante, oder Mägen mit und ohne Geschwür und vieles mehr. Hinzu kommen anatomische Lehr- und Wandtafeln, Lehr- und Lernsoftware, Pflegeübungsgruppen, medizinische Simulatoren für vaginal operative Entbindungsmethoden entwickelt hat, der knapp 36 000 Euro kostet. Doch am meisten verkaufen sich die Skelette (rund 20 000 Stück im Jahr) und Schädel (15 000 Stück). Tier-skelette von Pferden oder Schafen gehen nicht so gut, davon verkauft man etwa 10

im Jahr. Auf die Frage, ob 3-D-Animationen am Computer eine Gefahr für das Unternehmen seien, lautet die Antwort: „Animationen kann man nicht anfassen, und sie sind zurzeit mit den üblichen Bildschirmen auch nur scheinbar dreidimensional. Echtes ‚Begreifen‘ geht nur mit Modellen.“

In seinem Buch „Die heimlichen Gewinner: die Erfolgsstrategien unbekannter Weltmarktführer“ aus dem Jahr 1996 zählt Hermann Simon das Unternehmen 3B Scientific zu den „Hidden Champions“. Am ältesten Standort, in Budapest, wird bereits seit 1819 produziert. Das heute als 3B Scientific bekannte Mutterunternehmen wurde aber erst 1948 durch die drei Bs – Paul Binhold, seine Frau Hedwig und deren Tochter Marion Binhold (heute Kurland) – in Hamburg gegründet. Mittlerweile ist man auf der ganzen Welt mit 800 Mitarbeitern aktiv, davon arbeiten etwa 230 in Deutschland. „Wiederverkäufer, also Händler, haben wir weltweit etwa 4000, Endkunden 150 000, wobei viele nicht regelmäßig kaufen, da Modelle und Experimente sehr haltbar sind“, sagt Knifka. Der Kundenkreis teile sich in 30 Prozent Schulen und Universitäten, 40 Prozent Krankenhäuser und 30 Prozent Arztpraxen auf. Privatkunden seien eher selten. Der Ver-

trieb erfolgt über Internetportale und Fachhändler. Da man weltweit aktiv ist, gibt es auch je nach Kulturkreis Sondereditionen, wie etwa geschlechtslose Torsi für arabische Länder oder Torsi mit dunklerer Hautfarbe für Afrika sowie Körper mit asiatischen Gesichtszügen. Zu den eher ungewöhnlichen Aufträgen zählte eine Bestellung mehrerer tausend Scheidenkonkondom-Übungsmodelle für Afrika, da das Thema Aidsprävention dort von den Männern mehr oder weniger ignoriert wird und man über eine Aufklärungskampagne bei den Frauen mehr Einsicht erwartete.

Laut Knifka veröffentlicht das Unternehmen keine genauen Angaben zum Gewinn, es strebt aber 10 Prozent Umsatzrendite an. Der Umsatz liege zurzeit bei rund 40 Millionen Euro, im Jahr 2005 waren es 42 Millionen. 3B spürt zunehmend die Billigkonkurrenz aus Fernost, die aber nach Ansicht des Unternehmens in der Regel erhebliche Qualitätsdefizite aufweist und nicht selten bedenkliche Materialien verwendet. Knifka redet sogar von Plagiaten, gegen die man immer erfolgreicher auch gerichtlich vorgehe, sowohl gegen deren Hersteller als auch gegen die Importeure.

Katharina Köhler
Wentzinger-Gymnasium, Freiburg

Hier gucken die Kunden gern in die Röhre

Bäckereiföfen sind heiß begehrt

Der Duft von frisch Gebackenem an der Bäckertheke spricht die Sinne an und verführt zum Kauf. Das 1971 eingeführte Sicht- und Duftbacken, bei dem der Ofen im Verkaufsbereich steht, hat die Branche revolutioniert. Es soll das Kaufverhalten der Kunden positiv beeinflussen. Zudem verbessert diese Technologie die Frische der Backwaren und schafft Flexibilität, da in jeder Filiale ein mehrfaches Backen am Tag möglich wird. „Bei diesem Konzept handelt es sich um eine Innovation des Hauses Miwe“, erklärt Klaus-Peter Burk, Kaufmännischer Leiter der Miwe Michael Wenz GmbH in Arnstein, die vor allem Produktionsbacköfen herstellt.

von der Unternehmenskommunikation. Die von Miwe hergestellten Produkte finden sich „überall dort, wo die deutsche Backkultur geschätzt wird“, in traditionellen Bäckereien und in der industriellen Produktion, in Supermärkten, Tankstellen oder Hotels.

Miwe hat Produktionsbacköfen, Backstationen, Bäckerkälteanlagen sowie Beschickungs- und Automatisierungstechnik im Sortiment. Große Wachstumsmöglichkeiten sieht man im Snackmarkt, für den das Unternehmen spezielle Backstationen entwickelt. „Wir versuchen so, auf neue Verzehrsgewohnheiten der Verbraucher einzugehen“, erklärt Steinheuer. Die variable Backstation Miwe cube

kostet 7115 Euro“, erläutert Steinheuer. Die Entwicklung solcher Backstationen ist auch im Kontext einer zunehmenden Filialisierung der Bäckereien zu sehen. „Denn entgegen der subjektiven Wahrnehmung vieler Verbraucher gibt es immer weniger Bäckereien, jedoch eine zunehmende Anzahl an Filialen“, ergänzt Steinheuer.

Angesichts steigender Energiepreise spielt auch die Energieeffizienz bei den Öfen eine immer größere Rolle. In diesem Zusammenhang arbeitet Miwe nicht nur an der Optimierung der Backöfen mit Blick auf einen größtmöglichen Wirkungsgrad, man bietet den Kunden auch eine Energieberatung an. „Dabei analysieren wir den Gesamtenergieverbrauch von Backstuben oder Produktionsstätten und erstellen für diese Energiekonzept“, erklärt Burk. Der im vergangenen Jahr auf den Markt gebrachte Stikkenbackofen Miwe roll in e+ zählt zu den energieeffizientesten seiner Art. Bei den Stikkenbacköfen handelt es sich um Backschränke, die mit rollenden Stikkenwagen beladen werden, in denen sich die Backbleche befinden. Miwe hat diese Öfen 1969 auf dem europäischen Markt eingeführt. Der Preis für einen solchen Stikkenbackofen liegt um die 30 000 Euro. „Da der Miwe roll in e+ erst 2009 auf den Markt gekommen ist, befinden wir uns noch in der Anlaufphase der Produktion, jedoch soll das Produkt langfristig jährlich in einer Stückzahl von 500 bis 600 Einheiten produziert werden“, erklärt Steinheuer.

Das mittelständische Unternehmen wird heute in dritter Generation von Sabine Michaela Wenz geleitet und hat in Deutschland einen Marktanteil von etwa 35 Prozent. Miwe produziert ausschließlich an drei deutschen Produktionsstandorten in Arnstein, Bräunlingen und Meiningen. In den vergangenen Jahren konnte man sich zunehmend auf den ausländischen Märkten etablieren. Dazu hat das Unternehmen mehrere Tochtergesellschaften unter anderem in den Vereinigten Staaten, in der Schweiz, in Kanada, Australien, Russland und Österreich sowie Handelsvertretungen in mehr als 40



Gebackenes lebt von heißer Luft und Liebe.

Foto Rainer Wohlfahrt

Das 1919 von Michael Wenz gegründete Unternehmen schaffte den Wandel vom Handwerksbetrieb in der Backofenherstellung zu einem international agierenden Unternehmen mit weltweit 720 Beschäftigten. „Zu unseren Kunden gehören Großbäckereien wie Kamps, Copenrath & Wiese oder Schnellrestaurants wie Subway“, sagt Charlotte Steinheuer

etwa besteht aus verschiedenen Backöfen und kann in den Verkaufsbereich integriert werden. Sie ermöglicht ein gleichzeitiges Backen von Broten und Plundern. „Diese Backstation wird jährlich in einer Stückzahl von 300 bis 400 Einheiten produziert. Eine häufig gewählte Variante mit zwei unterschiedlichen Backöfen und einem Ablagemodul

Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG IN DER SCHULE

Bankerverband
BUNDESVERBAND DEUTSCHER BANKEN

2000 – 2010
10 Jahre Jugend und Wirtschaft

Mehr zu den Projektpartnern im Internet unter
www.jugendundwirtschaft.de

Verantwortlicher Redakteur:
Dr. Lukas Weber

Ansprechpartner im Bankenverband:
Anke Papke

Pädagogische Betreuung:
IZOP-Institut zur Objektivierung von Lern- und
Prüfungsverfahren, Aachen
Ansprechpartner:
Dr. Titus Maria Horstschäfer

An dem Projekt

„Jugend und Wirtschaft“ nehmen teil:
Bad Homburg, Kaiserin-Friedrich-Gymnasium •
Bad Kötzing, Benedikt-Sattler-Gymnasium • Bad
Säckingen, Scheffel-Gymnasium • Bad Wurzach,
Gymnasium Salvatorkolleg • Berlin, Friedrich-Engels-
Gymnasium • Berlin, Katholische Schule
Liefbrauen • Böblingen, Lise-Meitner-Gymnasium •
Böblingen, Max-Planck-Gymnasium • Bonn,
Clara-Schumann-Gymnasium • Borken,
Gymnasium Remigianum • Bremen, Gymnasium

Horn • Coesfeld, Städt. Gymnasium Nepomucenum •
Cottbus, Humboldt-Gymnasium • Daun, Thomas-Morus-Gymnasium • Dortmund, Malinckrodt-Gymnasium • Dresden, Romain-Rolland-Gymnasium • Duderstadt, Eichsfeld-Gymnasium •
Düsseldorf, Erzbischoff. St. Ursula-Gymnasium •
Düsseldorf, Städt. Leibniz-Gymnasium • Elmshorn, Bismarckschule • Essen, Erich-Kästner-Gesamtschule • Frankenthal, Albert-Einstein-Gymnasium • Frankfurt/Main, Musterschule •
Freiburg i. Br., Wentzinger-Gymnasium • Fulda, Marienschule • Geisenheim, Internat Schloss Hansenberg • Geisenheim, St. Ursula-Schule •
Gießen, Landgraf-Ludwigs-Gymnasium • Grimmen, Gymnasium • Halle, KG5 „Wilhelm von Humboldt“ • Hamburg, Handelsschule Weidenstieg • Heubach, Rosenstein-Gymnasium • Ingelheim, Sebastian-Münster-Gymnasium • Kassel, Georg-Christoph-Lichtenberg-Schule • Kassel, Jacob-Grimm-Schule • Köln, Erzbischöfliche Ursulinschule • Langenhagen, Gymnasium • Leonberg, Johannes-Kepler-Gymnasium • Lüneburg, Gymnasium Oedeme • Lütjenburg, Gymnasium • Neuruppin, Karl-Friedrich-Schinkel-Gymnasium •
Niederkassel, Kopernikus-Gymnasium • Oldenburg, Neues Gymnasium • Ostringen, Leibniz-Gymnasium • Paderborn, Gymnasium Schloß Neuhaus • Pößneck, Gymnasium „Am Weißen Turm“ • Prien, Ludwig-Thoma-Gymnasium • Riedlingen, Kreisgymnasium • Rockenhausen, Integrierte Gesamtschule • Saarbrücken, Günther Wohe Gymnasium für Wirtschaft • Sasbach, Heimschule Lender • St. Wendel, Cusanus Gymnasium • Stadthorn, Geschwister-Scholl-Gymnasium • Straßburg, Goethe-Gymnasium • Stuttgart, Königin-Olga-Stift • Tausenstein, Gymnasium • Urdorf, Kantonschule Limmattal • Würzburg, Friedrich-Koenig-Gymnasium • Würzburg, St. Ursula-Schule • Zwickau, Käthe-Kollwitz-Gymnasium.