



# Magazin > **Wirtschaft**

Ein Service der IHK für Unternehmen in der Region Stuttgart



## Inklusion im Betrieb

Seite 6

**Konjunktur:  
Wirtschaft braucht  
mehr Luft zum Atmen**

Seite 27

**So helfen Ihnen zufriedene  
Kunden beim Marketing**

Seite 20





### Gold für Kalender

Die Werbeagentur **Traffic Thomas Krug** aus Winnenden wurde beim Gregor International Calendar Award 2015 mit „Gold“ ausgezeichnet. Die Jury würdigte die Kombination aus künstlerischen Serigrafien und kommunikativem Anspruch des Kalenders „Landschaft mit Werkspuren“. Das Erscheinungsbild bleibe trotz der Nähe zur freien Arbeit immer repräsentativ, spannend und schaffe eine Verbindung mit dem Betrachter.

[www.trafficweb.de](http://www.trafficweb.de)

### Sparda digitalisiert sich

Für den erwarteten Digitalisierungsschub im Finanzgewerbe sieht sich die **Sparda-Bank Baden-Württemberg eG** (Stuttgart) gut gerüstet. Schon jetzt könnten die Sparda-Kunden ihre Bankgeschäfte mit Internet, Telefon, Smartphone und in der Filiale abwickeln, erklärte Sparda-Chef Martin Hettich bei der Vorstel-

lung der Jahresbilanz 2014. In Vorbereitung habe das Institut eine Smart-TV-App, die es ermöglicht, Online-Transaktionen am heimischen Fernsehgerät durchzuführen. Im vergangenen Jahr hat die Genossenschaftsbank den Jahresüberschuss um 3,5 Prozent auf 38 Millionen Euro gesteigert.

[www.sparda-bw.de](http://www.sparda-bw.de)

### Erster Spatenstich für Gebrauchtwagenzentrum



Foto: Audi

Neben dem 2013 neu gebauten Terminal der **Audi AG** in Stuttgart-Feuerbach entsteht nun im zweiten Bauabschnitt ein Audi Gebrauchtwagen-Zentrum. Der Neubau an der Heilbronner Straße wird ein zweigeschossiges Gebäude, das auf einer Ausstellungsfläche von 11 000 Quadratmetern Platz für rund 80 Gebrauchtwagen bieten wird. Die Fertigstellung ist für Frühjahr 2016 geplant; die Investitionssumme beträgt rund sechs Millionen Euro.

[www.audi.de](http://www.audi.de)

### Rekordumsatz vor dem Jubiläumsjahr

Mit einem erneuten Rekordumsatz hat die **Andreas Maier GmbH & Co. KG** (AMF) das Geschäftsjahr 2014 abgeschlossen und blickt mit Optimismus ins Jubiläumsjahr. Trotz eines schwierigen Marktumfeldes hat das Fellbacher Familienunternehmen mit 125 Jahren Geschichte die Umsatzerwartungen mit rund 40

Millionen Euro sogar übertroffen. Erneut legten die innovativen Produkte im Bereich Automatisierung zweistellig zu. Von den Märkten entwickelten sich Asien weiterhin sehr gut, gefolgt von Osteuropa und Nordamerika. In Europa erholt sich Spanien sehr erfreulich.

[www.amf.de](http://www.amf.de)

### Briefmarke zum Variété-Neustart

Die **Bwpost GmbH & Co. KG** bringt zum Neustart des Friedrichsbau Variétés auf dem Stuttgarter Pragstättel eine neue Briefmarkenserie auf den Markt. Auf den fünf verschiedenen



Foto: BWPost

Marken sind Artisten aus der aktuellen Show abgebildet. Die BWPOST mit Hauptsitz in Stuttgart ist seit 2005 auf dem Markt für private Postdienstleistung in Baden-Württemberg tätig und seitdem dynamisch gewachsen. Jährlich stellt sie rund 80 Millionen adressierte

Sendungen für ungefähr 2500 Kunden zu.

[www.bwpost.net](http://www.bwpost.net)

### Smarte Idee soll Nachwuchs werben

Die **Rauschenberger Catering & Restaurants GmbH & Co. KG** geht neue Wege bei der Nachwuchssuche in der Gastronomie. Die Fellbacher sponsorn allen ihren Auszubildenden, die Köche oder Restaurant-

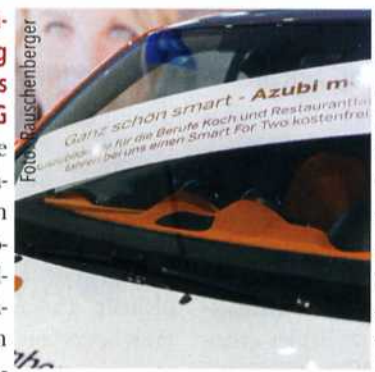


Foto: Rauschenberger

fachleute werden wollen, bei Ausbildungsbeginn einen neuen Smart Fortwo. Bis zu sechs dieser neuen Kleinwagen stehen dem Nachwuchs zur Verfügung.

[www.rauschenberger-catering.de](http://www.rauschenberger-catering.de)

### Neun Prozent mehr Umsatz

Der Ludwigsburger Werkzeug-Dienstleister und Systemlieferant **Hahn+Kolb GmbH** erzielte 2014 einen Gesamtumsatz von 218 Millionen Euro. Dies entspricht einer Steigerung von mehr als neun Prozent gegenüber dem Vorjahr. Hauptumsatztreiber waren die Produktbereiche Betriebseinrichtungen sowie Mess- und Prüftechnik. Die Mitarbeiterzahl

stieg um rund 50 auf aktuell 850 weltweit. 2015 strebt Hahn+Kolb ein vergleichbares Wachstum an und investiert vor allem in Personal, in den Ausbau des internationalen Vertriebsnetzes sowie in die gezielte Weiterentwicklung der Produktbereiche. Zum 1. Januar startete bereits die neue Tochter H+K Benelux.

[www.hahn-kolb.de](http://www.hahn-kolb.de)