Erfolgsgeschichten aus dem Mittelstand

Die Nominierten des sechsten Unternehmerpreises der Region 38

Hart wie Stahl, eine digitale Heimat für Schulen, Handel rund um den Globus und mehr als 150 Jahre Buchgeschichte: Die Nominierten diesjährigen des Unternehmerpreises der Region 38 sind ein Ausdruck der Vielfalt des Mittelstandes zwischen Harz und Heide. Sie unterscheiden sich in Größe, Alter, Branche, ihren Herausforderungen und den dafür gefundenen ganz individuellen Lösungen – geeint sind sie dagegen im unternehmerischen Erfolg.

Den zeichnen am 14. September zum nunmehr sechsten Mal der Verband der Familienunternehmer e.V., die Braunschweiger Privatbank und die Wirtschaftsredaktionen von Funke Medien Niedersachsen mit dem regionalen Wirtschaftspreis aus. Die Initiatoren schenken unternehmerischen Leistungen die seltene Bühne, welche sie nicht zuletzt aufgrund ihrer gesellschaftlichen Bedeutung verdient haben: mit ihren innovativen Ideen, vorbildlicher Unternehmensführung, nachhaltigem Wirtschaften und dem Bekenntnis zu unserer Region.

Auf den folgenden Seiten finden Sie die Unternehmerpersönlichkeiten, die es ins Finale geschafft haben, gleich zweifach portraitiert: Textlich durch die Wirtschaftsredaktion der Braunschweiger Zeitung und außerdem wie gewohnt in Pastelltechnik illustriert vom Braunschweiger Künstler Magnus Kleine-Tebbe. Diesen haben wir außerdem in seinem Atelier besucht, aber schauen Sie selbst ...

Illustration: Magnus Kleine-Tebbe

Löwenhärterei macht ernst beim Klimaschutz

Der kleine Metall-Betrieb aus Salzgitter ist „Climate Partner“. Geschäftsführer Knieza sagt: „Wir brauchen uns nicht zu verstecken.“

Von Hannah Schmitz

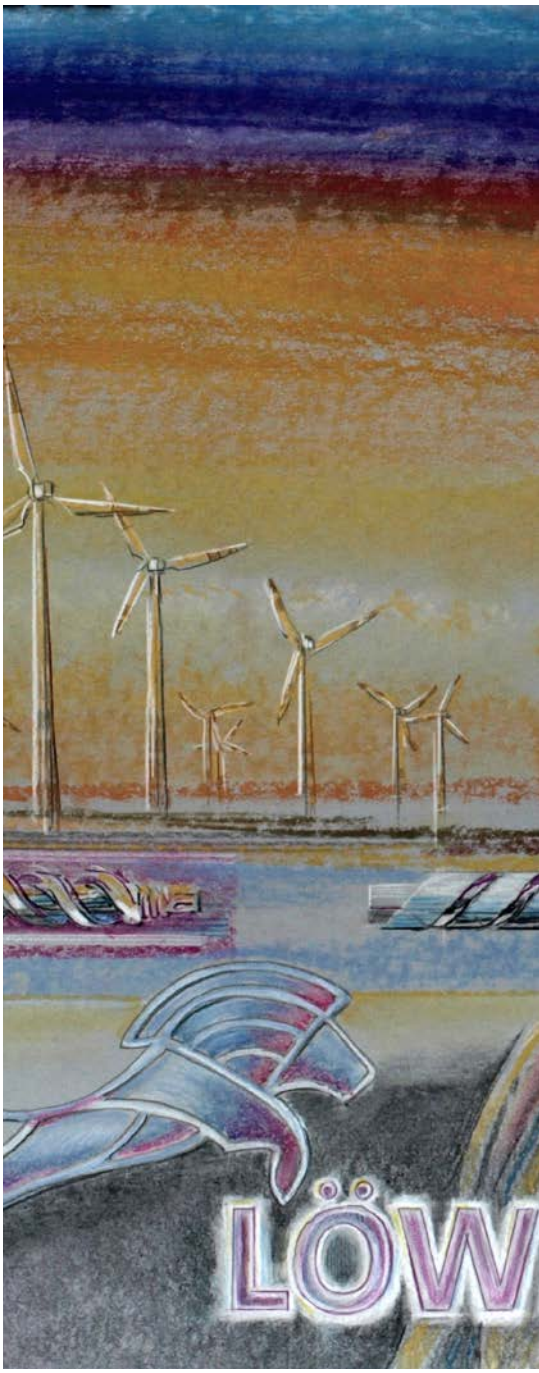
Insgesamt 185 Härtereien gibt es in Deutschland, eine davon ist der zehnköpfige Betrieb Löwenhärterei in Salzgitter. Er härtet für Kunden aus dem Anlagen- und Maschinenbau Schrauben, Zahnräder oder Antriebswellen, so dass sie gegen Verschleiß geschützt sind und verbaut werden können. Die Härtung erfolgt durch eine Wärmebehandlung der Bauteile, die sehr energieintensiv ist.
Geschäftsführer Marcus Knieza sagt: „Im Moment ist die Auftragslage gut. Wir sind zufrieden und kommen gut über die Runden.“ Sorgen hat der 54-Jährige dennoch: Wie geht es weiter, wenn der Strompreisdeckel ausläuft, oder wenn große Kunden anfangen, zu schwächeln? „Wir wissen nicht, wo die Reise hingeht“, sagt Knieza. Das entmutigt den gebürtigen Bochumer aber nicht, sein Geschäft zukunftsgerecht und klimafreundlich aufzustellen. „Ich bin felsenfest davon überzeugt, dass wir das früher oder später alle tun müssen.“ Er macht es lieber früher.

Vom Werkleiter zum Geschäftsführer

Knieza hat in Bochum eine Ausbildung zum Universalhärter gemacht. 2005 ist er in einen Hannoveraner Familienbetrieb gewechselt und hat es dort bis zum Produktionsleiter gebracht. 2011 kam er in die Firma nach Salzgitter, damals noch Oerlikon Metaplas, als Leiter eines Werks. 1970 gegründet, hatte der Betrieb bis dahin schon einige Umfirmierungen hinter sich. Irgendwann, berichtet Knieza, habe er „spitz gekriegt“, dass das Unternehmen den Standort Salzgitter verkaufen wollte. „Ich kannte die Interna und Zahlen und wollte nicht, dass das ganze Know-how hier flöten geht. Außerdem hingen auch ein paar Arbeitsplätze daran.“
Gemeinsam mit einem Berater habe er dann ein Geschäftskonzept entwickelt und den Betrieb schließlich übernommen – mit finanzieller Hilfe von Familie, Freunden, der mittelständischen Beteiligungsgesellschaft Niedersachsen sowie der Wirtschaftsförderung Salzgitter. Seit 2018 ist Knieza nun Chef der neu benannten Löwenhärterei. Und nach rund zehn Jahren Pendelei zwischen Hannover und Salzgitter wohnt er inzwischen auch in der Stahlstadt.
„Was wir machen, ist wie Suppe kochen“, erklärte der Geschäftsführer seine Branche. Man habe einen Ofen, einen Topf, „Gewürze“ wie CO_2 oder Ammoniak und brauche eben Zeit zu „köcheln“. „Es gibt viele Härtereien, aber jede hat ihr Geheimrezept. Die eine macht eine Behandlung fünf Grad wärmer, die andere dreht an der Zeit“, sagt Knieza. Sein Betrieb mit 24 Anlagen könne jedenfalls Teile von bis zu acht Tonnen Gewicht und 13 Meter Länge härten. Das könne längst nicht jeder der „Marktbegleiter“. Unter anderem hat der Betrieb Knieza zufolge schon Bauteile für die Flutschutzanlage in Venedig gehärtet, die die Lagunenstadt vor Hochwasser schützen soll. Die meisten Kunden sitzen aber in Deutschland, einige auch in Polen. Sie bringen dem Betrieb rund zwei Millionen Euro Umsatz im Jahr ein. „Rein von den Kapazitäten her könnten wir den Umsatz verdoppeln. Aber der Markt gibt das im Moment nicht her.“
Vor der Corona-Pandemie beschäftigte die Härterei noch 13 Mitarbeitende, dann konnten auslaufende Zeitverträge nicht verlängert werden, erklärt Knieza.

Null Emissionen? Unmöglich

Der 54-Jährige ist überzeugt, dass Klimschutzbemühungen eine Währung sind, die in Zukunft immer mehr zählen wird. „Noch ist alles frewillig, aber bald wird das auch für Banken ein Thema bei der Kreditvergabe werden“, prognostiziert der Unternehmer. Die Härterei ist bei dem Siegel-Anbie-



ter „Climate Partner“ zertifiziert und hat über ihn beispielsweise ihren CO_2-Fußabdruck berechnen lassen. Im Jahr 2022 lag dieser bei rund 201.000 Kilogramm, was dem Fußabdruck von 23 Europäerinnen und Europäern entspreche. Ein Jahr zuvor hatte das Unternehmen einen Abdruck von knapp 237.000 Tonnen. „Wir werden nie auf Null kommen, weil wir Wärme und Gase brauchen“, sagt Knieza. „Aber unser Ziel ist es, so stark wie möglich zu reduzieren.“ Deshalb bezieht die Löwenhärterei beispielsweise Ökostrom, mit dem sie 80 Prozent ihrer Anlagen betreibt. Ein Kompressor für Drucklufterzeugung laufe jetzt nur noch, wenn er gebraucht werde. Außerdem sei der Betrieb Anfang des Jahres auf „papierlos“ umgestiegen – auch wenn sich das nicht in aller Konsequenz durchziehen lasse. „Arbeitspapiere müssen wir noch ausdrucken, aber Rechnungen zum Beispiel verschicken wir digital“, berichtet der Geschäftsführer. Auch der kleine Firmenlieferwagen ist ein E-Auto, wie ihn auch die Deutsche Post fährt. Und die Hochtemperatur-Anlage, die auf mehr als 800 Grad Celsius mir Erdgas lief, hat Knieza kurzerhand außer Betrieb genommen. Allerdings nicht nur aus Klimaschutzbemühungen, sondern auch, weil die Energiepreise durch die Decke gingen.

Kompensation: Bäume pflanzen im Harz

Seine übrigen Treibhausgas-Emissionen kompensiert der Betrieb zum Beispiel über Baum-Pflanzungen im Harz. „Letztes Jahr haben wir da zu dritt 500 Bäume gepflanzt“, erinnert sich Knieza. Seit März 2022 hat das Unternehmen laut „Climate Partner“ bereits den Ausstoß von rund 485.000 Kilogramm CO_2 kompensiert. Das sei alles mit Investitionen verbunden. „Deswegen muss das jeder Betrieb für sich entscheiden“, sagt der Geschäftsführer. Die Löwenhärterei brauche sich jedenfalls nicht zu verstecken.

Wie er zum Klimaschutz kam? Knieza berichtet, dass er sich vor vier Jahren ein Elektro-Auto, einen Tesla, gekauft habe. „Und dann beschäftigt man sich damit, es wird fast zur Sucht“, sagt er. Bei einem Industrieverband hat der 54-Jährige schon eine Präsentation zum Klimaschutz gehalten und den Unterschied zwischen Wetter und Klima erklärt, sowie Ursachen und Folgen des Wandels. Bei der Feier zum fünfjährigen Bestehen der Firma setzte er seinen Mitarbeitern einen per Video zugeschalteten Mark Bennecke vor. Der bekannte Kriminalbiologe (Spezialität: Insekten auf Leichen) hielt den Beschäftigten 45 Minuten lang einen Vortrag über die Veränderung des Klimas. Knieza sagt: „Ich will jetzt auch kein Vegetarier werden“, aber die Gesellschaft müsse weg von fossilen Brennstoffen. Als nächstes will Knieza den Gabelstapler austauschen und einen elektrisch betriebenen Stapler anschaffen.

Seine Beschäftigten seien nicht alle so klima-engagiert wie er, aber trügen den Weg mit. Er ist überzeugt: „Unternehmen wie VW werden sich Zulieferer wie uns suchen.“

Illustration: Magnus Kleine-Tebbe

Marcus Knieza, Geschäftsführer des Metallverarbeiters Löwenhärterei mit Sitz in Salzgitter. Er ist einer von vier Finalisten des Unternehmerpreises der Region 38.

I-Serv-Chef: Wir wollen Schule besser machen

Das Unternehmen aus Braunschweig ist während der Corona-Pandemie massiv gewachsen. Nun will der Marktführer noch mehr Schulen von sich überzeugen.

Von Hannah Schmitz

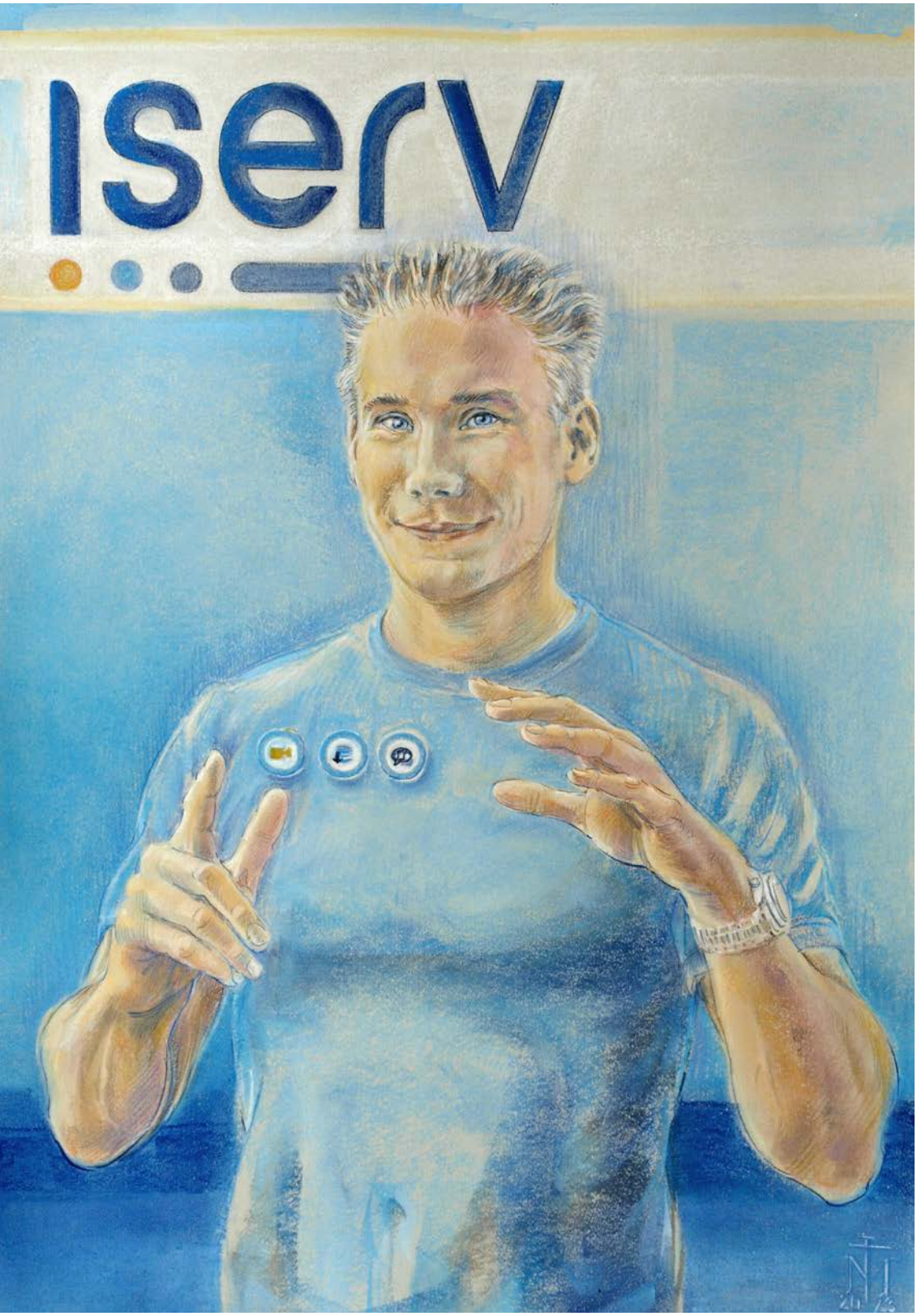
Die Gründungsgeschichte von I-Serv könnte aus einem Start-up-Bilderbuch kommen: Schon in der Schule hat Gründer Jörg Ludwig mit Mitschülern in einem Kellerraum an Computern herumgewerkelt. Angeleitet wurden sie zunächst von einem Lehrer, der die Vision des ortsunabhängigen Lernens vor Augen hatte. „Er sah sich an einem Strand liegen und von dort aus Unterricht geben", erinnert sich Ludwig. Davon inspiriert entwickelten die Schüler um die Jahrtausendwende herum einen Chat sowie ein E-Mail- und Nachrichtensystem. 2001 sind die Funktionen online gegangen – und sprachen sich herum. „Andere Schulen wollten das auch. So kamen von ganz allein mit der Zeit erst 500, später 1.000 Schulen in Niedersachsen zusammen", berichtet Ludwig.
Das Unternehmen I-Serv, ein Anbieter von digitalen Plattformen für Schulen, war geboren. „Wir konnten langsam und aus eigenem Antrieb wachsen, weil wir unserer Zeit voraus waren", sagt Ludwig. Parallel hat Ludwig später Informatik auf Diplom in Braunschweig studiert. 2008 kam dann Benjamin Heindl zu I-Serv dazu, gemeinsam gründeten sie 2009 eine GmbH. Heindl verantwortet seitdem alles Kaufmännische.

Homeschooling gibt Schub

Einen enormen Schub gab dem IT-Unternehmen schließlich die Corona-Pandemie. 2.500 Schulen von bundesweit rund 40.000 Schulen arbeiteten vor der Pandemie bereits mit der Schulplattform aus Braunschweig. Innerhalb weniger Monate verdoppelte sich die Zahl 2020 auf 5.000 Schulen. Denn I-Serv unterbreitete den Bildungseinrichtungen eine unschlagbare Offerte: „Wir haben ihnen per E-Mail angeboten, I-Serv sechs Monate kostenlos zu testen. Wir dachten, dann wäre die Pandemie auch vorbei." Damit irrten sich die Gründer ordentlich. Ihr Coup ging trotzdem auf: Die meisten Schulen blieben bei I-Serv – und zahlten nach sechs Monaten für die Nutzung der Plattform. Dort können sie via Videokonferenzen, E-Mails oder Messenger miteinander kommunizieren, Vertretungsstundenpläne pflegen oder zum Beispiel digitale Hausaufgaben aufgeben.
Gestemmt hat die Firma den Ansturm während der Pandemie mit 50 Mitarbeitenden. „Das war eine krasse Zeit. Wir haben nachts durchgearbeitet", erinnert sich Ludwig. Inzwischen blickt der 40-Jährige auch recht gelassen auf einen betrieblichen Super-GAU zurück. Als im Januar 2021 kurzfristig ein erneuter Lockdown beschlossen und Schüler und Schülerinnen ins Homeschooling geschickt wurden, streikte die Plattform wegen Überlastung. „Das war ein Schock-Moment", sagt Ludwig. Aber innerhalb weniger Stunden habe das Unternehmen die Probleme in den Griff bekommen. Das Interesse an dem Ausfall war damals bundesweit groß. „Ich habe in der Woche nur telefoniert und jetzt viele Nummern von Presseleuten", sagte Ludwig und lacht.
Heute ist I-Serv Marktführer in Deutschland und erreicht mit rund drei Millionen Schülerinnen und Schülern nach eigenen Angaben etwa 25 Prozent der Schülerschaft. Wettbewerber sind zum Beispiel Microsoft und Google oder andere mittelständische Plattform-Anbieter aus Deutschland. Manche Bundesländer haben sogar eigene Programme für Schulen entwickelt.

Tischtennisplatte und Sprudel aus dem Wasserhahn

I-Serv sieht dennoch noch Wachstumspotenzial für sich und hat dafür eigens eine zehnköpfige Marketing-Abteilung aufgebaut, die das Produkt bekannter machen soll. „Meistens verbreitet sich I-Serv über ein Pilotprojekt an einer Schule in einer Stadt", berichtet der Geschäftsführer. Weiße Flecken gebe es heute beispielsweise noch in den ostdeutschen Bundesländern. Ludwig selbst versucht außerdem, sich verstärkt mit der Politik zu vernetzen. „Aber im Prinzip müsste man immer mit 16 verschiedenen Kultusministerien sprechen", sagt er. Das sei mühselig, komme aber voran. Außerdem soll die Plattform auch in die Breite wachsen. „Wir binden jetzt zum Beispiel auch die Eltern mit ein", berichtet Ludwig.
Sein Anspruch sei es, Schulen besser zu machen, so der Unternehmensgründer. Digitalisierung könne gerade in Zeiten von Lehrermangel einiges dazu beitragen. Alleine dadurch, dass seine Firma etwa die Netzwerk-Verwaltung für die Schulen übernimmt, also beispielsweise Rechner und Drucker einrichtet, würden Kapazitäten bei den Lehrkräften freiwerden, die diese wieder anders nutzen könnten. Ihm gehe es nicht darum, Lehrkräfte zu ersetzen. „Ich bin ein Freund des persönlichen Unterrichts", sagt er. Das Zwischenmenschliche könne nicht durch eine KI ersetzt werden, ist er überzeugt.
Inzwischen beschäftigt das Unternehmen 150 Mitarbeitende. Erst vergangenes Jahr zog I-Serv, das zuletzt rund 15 Millionen Euro Umsatz im Jahr machte, in ein neues Gebäude am Gliesmaroder Bahnhof in Braunschweig. Knapp 18 Millionen Euro investierte der Plattform-Anbieter in das siebenstöckige Gebäude mit Photovoltaik-Anlage auf dem Dach. „Das ist auf 25 Jahre finanziert und zeigt: Wir glauben an unser Projekt", sagt Ludwig. Der Geschäftsführer ließ sich bei der Ausstattung nicht lumpen: Aus den Wasserhähnen in den Küchen sprudelt auch Mineralwasser, selbst kochendes Wasser können sich die Mitarbeitenden hier am Hahn zapfen. Es gibt mehrere moderne Besprechungsräume, eine Dachterrasse, die für Start-ups wohl obligatorische Tischtennisplatte und morgens dürfen sich die Angestellten ihr Müsli mixen – das Frühstück wird gestellt.
„Wenn man gute Leute haben will, muss



Jörg Ludwig, Geschäftsführer der Schulplattform I-Serv, ist 2023 für den „Unternehmerpreis der Region 38“ vorgeschlagen und gehört zu den vier Finalisten des Wettbewerbs.

Illustration: Magnus Kleine-Tebbe

man etwas bieten“, weiß Ludwig. Das Durchschnittsalter der I-Serv-Belegschaft liege bei Mitte Dreißig. Die Entwickler, Vertriebler und Co. dürfen auch im Home-Office arbeiten, auf reine Remote-Jobs hat das Unternehmen aber keine Lust. Es sei ihm schon immer um Spaß an und bei der Arbeit gegangen, sagt Ludwig.

Ein wenig stolz sei er auch, dass Mitarbeitende, die vorher beruflich nicht glücklich geworden seien, jetzt bei I-Serv eine Heimat gefunden hätten. „Wir haben wenig Fluktuation“, sagt Ludwig. Sein Motto sei: Wenig Druck machen, Rücksicht nehmen. Das zahle sich auch wirtschaftlich aus, weil die Leute dann gerne arbeiteten. Der Männeranteil überwiegt bei I-Serv mit Zweidrittel aber eindeutig. Ludwig würde sich wünschen, dass mehr Frauen zum Beispiel Informatik studieren. „Und dann müssen sie sich auch bei uns bewerben“, fordert er. Traumberuf Informatiker.

Lieblingsstadt Braunschweig

Ein Lehrer ist an Ludwig übrigens nicht verloren gegangen. Der Sohn einer studierten Mathematikerin, die bei VW in der IT arbeitete, und eines Musikers, der Trompete im Staatsorchester spielte, erklärt: „Ich bin aus gutem Grund Informatiker geworden und möchte mit Lehrern nicht tauschen.“ Der Beruf des Lehrers sei „super herausfordernd“. Eine Schulung, die der 40-Jährige für Lehrerinnen und Lehrer einmal selbst gegeben habe, sei ziemlich anstrengend gewesen. „Sie haben teilweise überhaupt nicht zugehört und quatschten die ganze Zeit.“ Ludwig ist gebürtiger Braunschweiger und auch nie weggekommen aus der Löwenstadt. „Ich habe mich hier immer extrem wohl gefühlt“, erzählt der Geschäftsführer. Es sei auch nie sein Plan gewesen, mit I-Serv reich zu werden. „Jetzt kann ich aber gut davon leben“, so Ludwig. Allerdings finde er kaum Zeit, sich etwas zu kaufen – und wenn, dann wäre es Urlaub, sagt er und lacht wieder. Der sei in den vergangenen zehn Jahren etwas kurz gekommen. Inzwischen delegiere er aber viel mehr und versuche auch so gut wie möglich, eine 40-Stunden-Woche einzuhalten. Das klappe häufig, aber längst nicht immer.

Wentronic: aus Braunschweig in die Welt

Das Familienunternehmen handelt seit mehr als 30 Jahren mit Elektronik-Zubehör. Jetzt kauft es den australischen Marktführer Cellnet.

Von Hannah Schmitz

Die Brüder Marcus (links) und Michael Wendt haben das Unternehmen Wentronic 2010 von ihrem Vater Dietmar übernommen. Sie expandierten den Handel nach Australien und Neuseeland – und sind in diesem Jahr für den Unternehmerpreis der Region 38 nominiert.

Illustration: Magnus Kleine-Tebbe

Was macht einen Menschen zum Unternehmer? „Man muss einfach machen, egal ob man weiß, wie es geht oder nicht", sagt Michael Wendt, Geschäftsführer des Elektronik-Händlers Wentronic in Braunschweig. Er und sein Bruder Marcus leiten die Firma, die ihr Vater 1992 gründete, seit 2010 gemeinsam. Michael Wendt als CEO, Marcus Wendt in zweiter Reihe. Beide erklären, von Hause aus „echt neugierig" zu sein, und schieben nach: „Man könnte auch sagen naiv". Viele unternehmerische Entscheidungen seien nicht von langer Hand geplant gewesen, gingen bislang aber auf.
So etwa auch der Einstieg in den weit entfernten australischen und neuseeländischen Markt im Jahr 2017, als sie sich beim australischen Marktführer Cellnet einkauften. Wentronic wandelt die Mehrheitsbeteiligung nun in eine Übernahme um. Dadurch erschließe sich das Unternehmen die Märkte ‚down under' weiter und biete den eigenen Lieferanten „ganz besondere Chancen". Insgesamt kostete die Beteiligung und Komplettübernahme von Cellnet das Braunschweiger Familienunternehmen ein hohen einstelligen Millionenbetrag. Beim Umsatz rechnen die Wendt-Brüder mit einer Verdopplung auf mehr als 100 Millionen Euro.

Das Motto: Keine Spielchen zwischen uns

Michael, 54, und Marcus, 51, Wendt sind nach eigenen Angaben schon „von der Pike auf" dabei gewesen, als ihr Vater das Handelsunternehmen aufbaute. Dietmar Wendt machte sich demnach spät, mit 49 Jahren, nach einer Kündigung selbstständig. Aus seiner Arbeit bei einer Braunschweiger Vertriebsgesellschaft brachte er Kontakte und Erfahrung mit. „Wir haben ihn ermutigt und tiefes Vertrauen in ihn gehabt", erinnert sich Michael Wendt. Die zwei Söhne, beide in verschiedenen Braunschweiger Unternehmen zu Groß- und Außenhandelskaufmännern ausgebildet, packten mit an: gestalteten Logos, bauten Regale ein und fuhren mit auf Geschäftsreisen. Wentronic erweiterte in den folgenden Jahren seine Büro- und Lagerflächen in Braunschweig (1999) und gründete seine Asien-Tochter (2005).
Mit 69 Jahren verabschiedete sich der Vater schließlich in den Ruhestand, die Brüder übernahmen. Von Anfang an galt das Motto: Keine Spielchen zwischen uns. Aber sie stellten auch fest: Unter Brüdern geht es emotionaler zu, Konflikte kommen schneller zustande als mit Kollegen ohne Familienbande. „Dafür vertragen wir uns auch schnell", sagt Michael Wendt und lacht. Einige lehrreiche Coachings führten dann dazu, dass sie nun mit einer Stimme sprechen würden. „Wir haben unseren Weg gefunden", erklärt er. Die Rollen wurden klar aufgeteilt, genauso das Monetäre. Fair sollte es sein. Im Führungsteam sitzen sie insgesamt zu fünft mit drei weiteren Kollegen.

Betriebsrestaurant mit Fleisch aus der Region

Eine Leidenschaft teilen die Brüder: Gutes Essen. In Braunschweig haben sie für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein Betriebsrestaurant gegründet, das „Benny's". Der Name geht auf einen Spitznamen ihres Vaters zurück. Das Wort „Kantine" ist hier verpönt. „Man soll sich hier so wohlfühlen wie in einem Restaurant", sagen sie. Für kleines Geld gibt es Mittagessen in den Varianten mit Fleisch, vegetarisch und vegan. Das Fleisch kommt aus regionalen Betrieben, auf Zusatzstoffe und Chemie würde in der Küche komplett verzichtet. Wirtschaftlich rechne sich das Angebot nicht unbedingt, „aber es rechnet sich in anderer Weise", sagt Marcus Wendt.
Die Mitarbeitenden wüssten das Restaurant zu schätzen, im Schnitt nutzten es rund 80 Prozent der Belegschaft. Durchschnittlich liege die Anwesenheit in Kantinen bei 40 Prozent. Kulinarisch soll das Restaurant die Mitarbeitenden rund um den Globus führen. Schließlich haben die Wendt-Brüder auch schon dutzende Länder bereist. Das ungewöhnlichste, was Marcus Wendt einmal gegessen habe, sei Schlange gewesen. Ihnen seien aber auch schon Larven in heißer Brühe angeboten worden. Michael Wendt sagt, er sei inzwischen Vegetarier.
Nachhaltigkeit spielt für Wentronic nicht nur bei der Ernährung eine Rolle, berichten sie. Vor wenigen Jahren hätte die Firma auf 100 Prozent Ökostrom umgestellt, außerdem produziert sie mit Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach selbst grünen Strom. „Wir haben einen großen Drang, alles zu überprüfen", erklärt Michael Wendt.
Das Unternehmen wolle gern auf Plastik verzichten und verwende zum Beispiel im Versand biologisch abbaubares Füllmaterial. Der Fuhrpark sei zu 95 Prozent auf Elektromobilität umgestellt. Das Ziel sei, den Hauptsitz in Braunschweig bis 2025 klimaneutral aufzustellen. „Das Richtige zu tun, ist wichtig", sagt Michael Wendt. Er wolle später nicht von nachfolgenden Generationen gefragt werden, was er gegen den Klimawandel getan hätte.
Wentronic stellt zum einen in Asien eigene Elektronik-Produkte her und vertreibt zum anderen Elektronik-Zubehör verschiedenster Anbieter an andere Wiederverkäufer. Die Firma hat rund 8.000 Artikel im Sortiment, zu den Bestsellern gehören Laptop-Rucksäcke und Netzwerkkabel. Manches davon ist weniger als 24 Stunden im Lager in Braunschweig, durchschnittlich beträgt die Lagerzeit rund drei Monate.
40 Prozent seines Umsatzes macht Wentronic derzeit in Deutschland, 60 Prozent im europäischen Ausland. 95 Prozent der Ware, die das Familienunternehmen vertreibt, kommt aus Asien. Dort unterhält das Unternehmen drei Niederlassungen, zwei in China, eine in Hongkong. Das sei mit Blick auf die Wettbewerbsfähigkeit unerlässlich, sagt Michael Wendt. Wentronic beschäftigt dort rund 30 Mitarbeitende, in Braunschweig etwa 180. In Australien und Neuseeland arbeiten noch einmal 70 Beschäftigte für den Händler.

Projektgeschäft mit der Auto-Branche

Vor wenigen Jahren hat die Firma zudem die „Wentronic Solutions" gegründet, die sich auf das Projektgeschäft konzentriert. Geschäftsführer ist hier Marcus Wendt. In dem Geschäftsbereich entwickelt und produziert Wentronic Elektronikkomponenten nach Kundenanforderung, vor allem für die Automobilwirtschaft – zum Beispiel einen BMW Motorrad Dual USB Charger. Die Wentronic Gruppe sei immer offen für Neues und schaue rechts und links, wo sich neue Geschäftsfelder eröffneten. Dafür braucht es auch Personal. Das zu rekrutieren sei „sportlich", sagt Marcus Wendt. Michael Wendt erklärt: „Auch deswegen müssen wir ein tolles Unternehmen sein."
Coronabedingt sei die Fluktuation in den vergangenen Jahren gestiegen, „reichlich" Kollegen arbeiteten aber auch schon seit mehr als 20 Jahren im Unternehmen. Man duzt sich bei Wentronic, einen Betriebsrat gibt es allerdings nicht, dafür ein Mitarbeiter-Gremium. Und jedes Jahr fragt die Geschäftsführung die Belegschaft: Wie zufrieden seid ihr? „Wir schauen uns jede Antwort an", sagt Michael Wendt. Daraus entstanden sei etwa ein Bike-Leasing und ein Unterstand für Räder.

Graff setzt auf Büchersignierungen

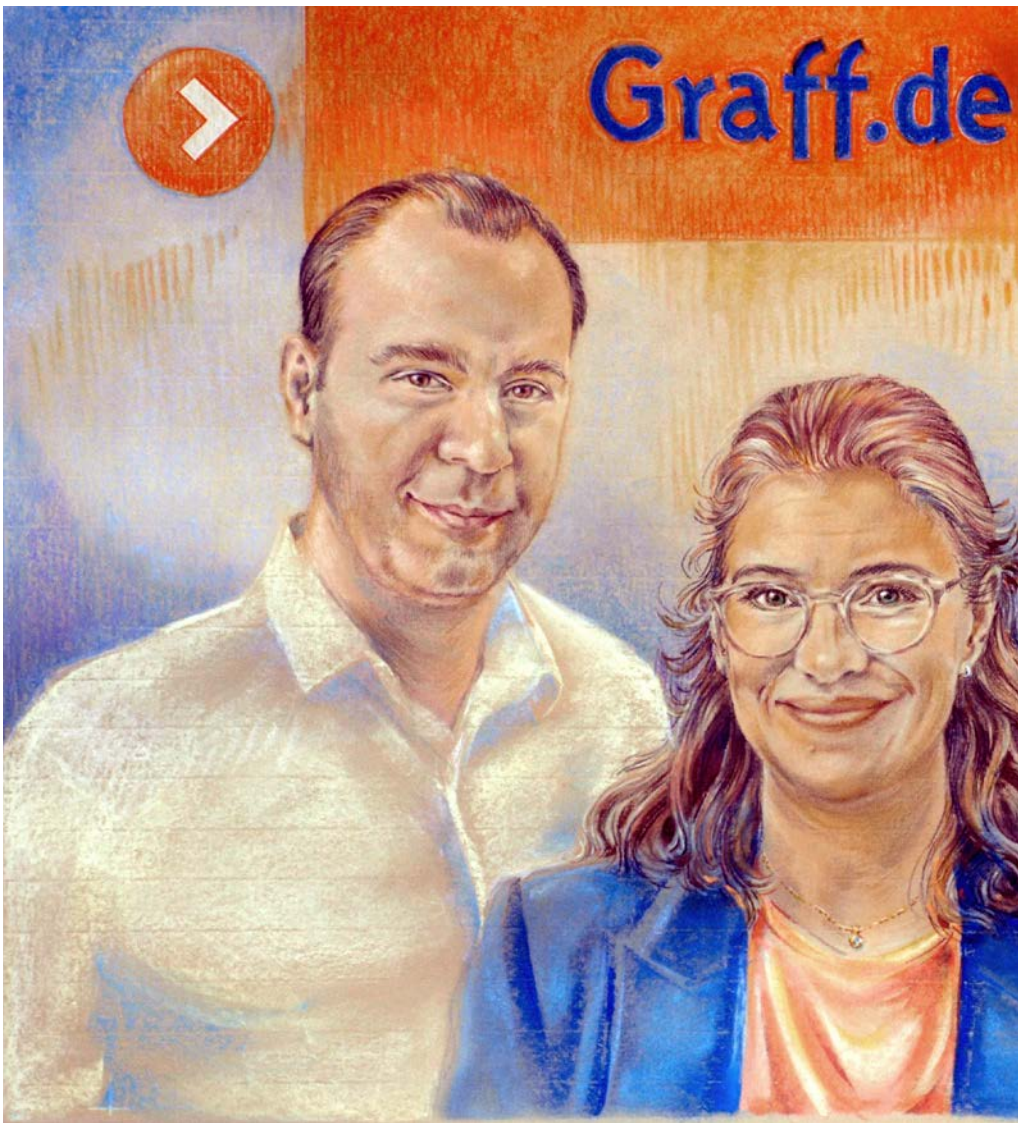
Joachim Wrensch übergibt den Staffelstab bald an Tochter Maria Meibohm und Neffe Frederick Wrensch. Beide haben viele Geschäftsideen.

Von Hannah Schmitz

Manche Kunden sagen stolz: „Ich kenne den Herrn Graff persönlich." Aber das stimmt gar nicht – was nicht schlimm ist. Geschäftsführend in dritter Generation leitet Joachim Wrensch die Buchhandlung Graff in der Innenstadt Braunschweigs. „Davor waren es drei Generationen Graff", erzählt Wrensch, 63 Jahre alt. Längst haben die Wrenschs also der Buchhandlung, 1867 gegründet, ihren Stempel aufgedrückt, wenn auch nicht namentlich. Senior Wrensch will bis Ende nächsten Jahres in den Ruhestand gegangen sein, sein Neffe Frederick Wrensch – 36 und Sohn des ehemaligen Geschäftsführers Thomas Wrensch – ist schon seit 2019 als Geschäftsführer mit an Bord. Wrenschs Tochter Maria Meibohm kam letztes Jahr ins Unternehmen. Davor lebte die 34-Jährige in Hamburg und sammelte reichlich Buchhandels- und Verlagserfahrung. Bald haben beide zu zweit das Sagen in Braunschweigs größter Buchhandlung und führen sie dann in vierter Generation.

„Kaum Zeit zum Lesen"

Bevor wir zu ihren Plänen und der Geschäftsentwicklung des Buchhandels kommen, stellt sich aber erst einmal die Frage: Was lesen Buchhändler eigentlich selbst am liebsten? Joachim Wrensch sagt: „Da ich die Veranstaltungen bei uns mache, will ich das aktuelle Buch der Lesung kennen." Ein Schnellleser sei er aber nicht, aktuell bereite er sich auf das im Herbst anstehende 16. Braunschweiger Krimifestival vor. „Und ich höre viel Hörbuch", sagt Wrensch.
Frederick Wrensch hingegen kommt kaum zum Lesen. „Wenn ich in den Urlaub fahre, lese ich gerne einen Krimi und vertraue da auf die Empfehlungen unserer Mitarbeiter", sagt er. Auch Maria Meibohm schätzt die Empfehlungen der Mitarbeiter: „Wir haben die Expertise im Haus", sagt sie. Momentan sei sie vor allem im Kinderbuch-Segment unterwegs, weil sie ihren beiden Kindern viel vorlese, zum Beispiel Geschichten von Astrid Lindgren.
Die Nachfolger erzählen, dass sie schon wie ihre Väter Joachim und Thomas Wrensch in den Buchhandel hineingeboren wurden. „Es war einfach klar, dass ich einsteige, warum, kann ich gar nicht bennen", sagt Frederick Wrensch. Schon mit 14 Jahren habe er an der Kasse gestanden oder Schulbücher mit gepackt. Auch Meibohm fühlte sich dem Geschäft immer eng verbunden, „auch wenn ich noch andere Hobbies hatte".



Es sei klar gewesen, dass sie den Esprit dafür habe, außerdem seien ihr Werte wie eben ein familiär geführtes Unternehmen wichtig.
Joachim Wrensch sagt: „Es ist als Unternehmer wunderbar, wenn man eine Nachfolge hat." Er blicke mit Freude auf das eigene Schaffen zurück, aber auch mit Freude in die Zukunft. „Beide werden die Buchhandlung mit viel Herzblut fortführen." Maria Meibohm und Frederik Wrensch geben an, sich gut zu ergänzen. Sie wird sich vor allem um Personal und Veranstaltungen kümmern, er weiter um den Finanzbereich und das Geschäft mit Buchsignierungen, das er während der Corona-Zeit aufgebaut hat.
Das Auftun dieses Vertriebsfeldes war ein echter Glücksgriff für Graff: Sie haben nach eigenen Angaben ihren Kundenkreis damit enorm erweitert. Das Geschäft funktioniert wie folgt: Fantasy- und Romance-Autorinnen signieren bei Graff ihre Bücher, Graff verschickt sie an die zu 99 Prozent weiblichen Leserinnen im deutschsprachigen Raum. „Es ist ein reines Online-Geschäft, weniger als ein Prozent holt ein Buch vor Ort ab", erklärt Frederick Wrensch.
Beworben wird das alles über die Sozialen Medien, zum Beispiel bei Instagram oder Tiktok. Vor der Pandemie hatte Graff eigenen Angaben zufolge 2.500 Follower bei Instagram, jetzt sind es mehr als 30.000. „Wir profitieren vom Marketing der Buch-Influencerinnen", sagt Wrensch. Influencerinnen haben in den Sozialen Medien eine große Reichweite und regen andere zum Beispiel zum Kauf bestimmter Produkte – oder Bücher – an. Wrensch erklärt, Graff sei bei den Buch-Signierungen mit mehr als 100.000 Büchern pro Jahr bundesweiter Marktführer.
Maria Meibohm hat derweil einen zweiten Instagram-Kanal aufgebaut, der den Kunden einen „Blick hinter die Kulissen" gewähren soll. So war etwa die Anteilnahme beim Starkregen, der Graff flutete, groß, weil Meibohm mit der Handy-Videokamera das Ausmaß filmte. Generell sei das Feedback auf den Kanal toll. Unter anderem nimmt sie die Follower auch mit zu verschiedenen Messen. Aktuell bemühe sie sich zudem darum, erzählt Meibohm, die Wolfsburger Fußball-Nationalspielerin Alexandra Popp für eine Lesung zu gewinnen. Von Popp ist gerade die Autobiografie „Dann zeige ich es euch eben auf dem Platz" erschienen.
Mittelfristig wollen Wrensch und Meibohm die Prozesse bei Graff optimieren. Zwar lasse sich bei einem einzelnen unabhängigen Händler weniger an Kosten straffen als bei den großen Buchfilialisten. Aber Wrensch und Meibohm wollen schauen, wo sich Dinge zum Beispiel automatisieren lassen. Denn nicht nur Joachim Wrensch geht bald in den Ruhestand, sondern auch nach und nach eine größere Zahl an Mitarbeitenden.
Die Frage sei, ob man so viel neues Personal bekomme, sagt Frederick Wrensch. Graff hat nun schon die Zahl der Auszubildenden um eine auf sieben angehoben, um sich für den Weggang von Beschäftigten zu wappnen. „Wir haben einige Themen vor der Brust", sagt Wrensch. In Zeiten der Digitaliserung müsse Buchhandel neu gedacht werden. Bis zum Dezember dieses Jahres relauncht Graff schon einmal seine Webseite.
Der Händler macht eigenen Angaben zufolge einen Umsatz von 16 Millionen Euro im Jahr, nach Abschreibungen bliebe ein Gewinn von 0,6 Prozent. Die Buchpreisentwicklung sei zuletzt hinter der allgemeinen Teuerungsrate zurückgeblieben, sagt Joachim Wrensch. „Man muss viel tun, um wirtschaftlich tragfähig zu sein", erklärt der 63-Jährige.

Illustration: Magnus Kleine-Tebbe

Frederick Wrensch, Maria Meibohm und Joachim Wrensch. Letzterer ist dieses Jahr für den Unternehmerpreis der Region 38 nominiert.

Wettbewerber Thalia und treue Kunden

Er und sein Bruder sind 1985 in das Geschäft eingestiegen und haben es seitdem erfolgreich weiterentwickelt. Einschneidend war etwa der Umzug in die jetzigen Geschäftsräume in der Innenstadt. Manche Kunden hätten das enge und gemütliche der alten Geschäftsräume vermisst, viele sich aber über den neuen Platz und die Helligkeit gefreut. Auch Kundenkarten beispielsweise hat Graff früh herausgegeben. Heute steckten davon 28.000 in den Portemonnaies der Kunden. Überhaupt die Kunden: Sie hätten Graff immer die Treue gehalten, manche Stammkunden kämen fast täglich.
Als schwerste Zeit erinnert Joachim Wrensch jene, als der Filialist Thalia den Buchhändler Graff verdrängen wollte. „Das hat uns sehr geärgert und herausgefordert." Als Reaktion hoben Wrenschs das Krimifestival aus der Taufe – und gewannen letztlich den Kampf gegen den übermächtigen Gegner. Thalia zog sich nach wenigen Jahren zurück, ist heute aber mit einer Filiale in den Schlossarkaden vertreten. Die jüngste Corona-Zeit habe Graff ebenfalls gut gemanaget, sagt Wrensch. Der Händler fuhr mit Autos und Lastenrädern Bücher zu den Kunden aus.
Wrenschs Nachfolge ist geregelt, bald wird nicht mehr er um neun Uhr den Laden, sein „offenes Haus" für alle, aufschließen. Geplant ist aber schon eine sechswöchige Australienreise zur Cousine. „Dann habe ich auch wirklich Abstand", sagt der 63-Jährige. Aber mit Rat und Tat stehe er später seiner Tochter und seinem Neffen natürlich weiter gern zur Seite.

Abdrücke des Lebens

Zu Besuch im Bildhauer-Atelier von Magnus Kleine-Tebbe

Von Michèle Förster

Fotos: Stephanie Joedicke

Auf einem stillgelegten Betriebsgelände nahe des ehemaligen Nordbahnhofs sind wir mit dem Braunschweiger Bildhauer Magnus Kleine-Tebbe verabredet. Auf Schapers Hof im Gotenweg 10, wo früher Schornsteine gefertigt wurden, sind nun Steuerberater, Autohändler und Kreative ansässig. Auch Kleine-Tebbe hat Werkstatträume angemietet, mittlerweile ist er seit 23 Jahren hier.

Auf zehn Kubikmetern, abgeteilt nur durch eine Plane, kann Magnus Kleine-Tebbe am konzentriertesten Arbeiten. Er bezeichnet den Ort als seine kreative Wolke.

In zwei Hallen, sieben Überseecontainern und auf dem Hof stehen, liegen und hängen seine Werke in den verschiedensten Stadien der Entstehung. Manche passen in eine Hand, andere sind über zwei Meter hoch. „Mit meinem Arbeitsplatz bin ich sehr zufrieden", erzählt der Künstler begeistert. „Hier ist immer gutes Tageslicht, das ist ganz wichtig für einen Bildhauer."
Seit 1994 ist Kleine-Tebbe in Braunschweig tätig. Erst als Assistent des bekannten Bildhauers Jürgen Weber an der TU Braunschweig, später freiberuflich. Heute unterrichtet er zusätzlich in der Meisterschule für Steinmetze und Steinbildhauer in Königslutter. Mehr als 100 größere Werke hat Kleine-Tebbe in seiner Laufbahn bereits angefertigt, bei den kleineren hat er das Zählen aufgegeben, wie er sagt. „Ich würde mindestens drei Vortragsabende benötigen, um annähernd alles auflisten zu können."
Seine Skulpturen und Plastiken fertigt der 57-Jährige aus Holz, Gips, Stein oder Bronze. Auf ein Material festlegen möchte er sich nicht. „Diese Vielseitigkeit, die habe ich mir erarbeitet." An der Bildhauerei begeistere ihn, dass sie umschritten werden wolle, sowohl gedanklich als auch mit dem ganzen Körper. Dennoch nehmen nahezu alle Arbeiten Kleine-Tebbes' ihren Anfang auf Papier. Ein Vorgehen, das er von seinem Vater, einem Architekten, gelernt hat. „Das gestufte Entwerfen hat den Vorteil, dass ich stärker auf Kundenwünsche eingehen kann", erklärt er. „Es ist so, als würde man zum Schneider gehen." Dieses handwerkliche Selbstverständnis spiegelt sich auch in seiner Preisgestaltung wider: Kleine-Tebbe kalkuliere transparent die für die Anfertigung einer Skulptur oder eines Portraits benötigten Stunden. Angst vor seinen Preisen müsse niemand haben, betont er.
Kleine-Tebbes Werkstatt ist ein Zeugnis seiner Kreativität und Schaffenskraft – nahezu jede Oberfläche ist mit Figuren und Modellen bedeckt, die Wände zieren Skizzen, Studien und colorierte Zeichnungen. Manuelle und elektrische Werkzeuge lugen aus Werkbänken hervor, in der Mitte des Raums ist ein mit Staubwänden abgetrennter Bereich, in dem sich diffus das Tageslicht sammelt. „Hier herrscht eine ganz eigenwillige Stimmung", führt der Bildhauer aus. „In diesem kreativen Nebel sehe ich das Aufdringliche der vollen Regale nicht und kann besser arbeiten."
Inmitten von Engeln, betenden Händen, Tauben, Frauenkörpern, Jesus am Kreuz und Büsten unterschiedlicher Personen wird die künstlerische Wurzel des gebürtigen Bremers sichtbar: „Meine Begabung scheint es zu sein, mich Menschen oder Situationen figürlicher Art zu nähern und dabei auf die christliche Religion zu verweisen." Häufig seien es Beobachtungen aus dem Alltag mit seiner Familie in Zusammenspiel mit Inspiration aus der Bibel, die Kleine-Tebbe in abstrahierter Form in seine Statuen und Skulpturen einfließen lässt.

Seine Frau, Kinder und biblische Themen inspirieren Kleine-Tebbes Arbeiten.

Dafür modelliert er die Figur zuerst aus Ton oder Plastilin, überzieht sie mit einer Silikonschicht und füllt diese Negativform mit Gips. Das so entstandene 3D-Modell wird anschließend in Stein gehauen oder in Bronze gegossen – „also eine Wahnsinnsarbeit", fasst der Künstler zusammen. Und wenn im Prozess mal etwas schief geht? „Fehler sind nur Abwandlungen der ursprünglichen Idee", sagt er fröhlich. „Manchmal können sie auch Geschenke sein."

Als Geschenk betrachtet der Wahlbraunschweiger auch seine Arbeit: „Wenn ich mein Talent, mein Können zeigen kann – nicht aus Eitelkeit, sondern weil ich das Gefühl habe, wieder eine Grenze überwunden zu haben – freue ich mich darüber."

Sein Anspruch sei es, das, was wir schön finden und uns emotional teilweise überwältigt, kontrolliert zu reflektieren. Das gelingt ihm mit einer Mischung aus Liebe zur Kunst, Interesse an Form, Logik und Pragmatismus.

Zu seinen bedeutendsten Arbeiten zählt Magnus Kleine-Tebbe die „Laodizea", eine figürliche Marmorskulptur in Form einer liegenden Frauengestalt, die vor dem Braunschweiger Haus der Wissenschaft ausgestellt ist. Nicht nur, dass ihre Geburt 1.600 Stunden gedauert hat, die Statue ist obendrein „ein Hingucker", wie ihr Schöpfer sagt. Auch Restaurationsarbeiten im Kaiserdom Königslutter, die Krippenskulpturen auf dem Braunschweiger Weihnachtsmarkt oder der „Januskopf" im Querumer Forst – Kleine-Tebbe ist in der Region längst kein Unbekannter mehr.

Aktuell fertigt er vier Trophäen und die Portraits der Preisträger des diesjährigen Unternehmerpreises der Region 38 an, der am 14. September verliehen wird. „Manchmal gerate ich durch das Renommee in Zugzwang, weil solche Auftragsarbeiten häufig relativ zügig erledigt werden müssen", gibt er zu. „Man erwartet dann einfach, dass ich das schaffe." Das bedeute für die Familie, auch mal sonntags auf ihn zu verzichten. „Aber ich bin natürlich dankbar, dass ich in den letzten 30 Jahren stets sehenswerte Kunstwerke schaffen durfte."

Fotos: Stephanie Joedicke, Josef Temming

Die „Laodizea" fertigte Magnus Kleine-Tebbe 2000 als Auftragsarbeit für die Technische Universität Braunschweig an.

Magnus Kleine-Tebbe bearbeitet einen Stein, der später eine Grabstätte schmücken soll.