

Lebensmittel, die es künftig schwer haben könnten

Köln. Schmalz, Sauerkraut, Kondensmilch, Kaffeefilter – einige Produkte im Supermarkt könnten in den nächsten Jahren einer Studie zufolge deutlich an Bedeutung verlieren. Grund dafür seien veränderte Ernährungsgewohnheiten – und die Tatsache, dass die vor 1952 geborene Generation der Wiederaufbauer langsam ausstirbt. So heißt es in einem Bericht der zu Yougov gehörenden Consumer Panel Services GfK.

Darin werden verschiedene Beispiele aufgeführt, etwa tierische Speisefette wie Schmalz. Dies ist bei älteren Verbrauchern nach wie vor beliebt, wird von Jüngeren jedoch kaum gekauft. 41 Prozent des Umsatzes mit Schmalz entfallen demnach auf Wiederaufbauer, mehr als 36 Prozent auf Babyboomer (57 bis 71) und knapp 17 Prozent auf die Generation X (42 bis 56). Nur 6 Prozent des Umsatzes stammt von Millennials (27 bis 41) und der noch jüngeren iBrains (12 bis 26). Wegen des Trends zur pflanzlichen Ernährung und dem Alter der entsprechenden Konsumentengruppe, werde Schmalz weiter an Bedeutung verlieren, prognostiziert der Handelsexperte und Studienautor Robert Kecskes.

Im Jahr 2024 lag der Umsatzanteil der Wiederaufbauer bei Gütern des täglichen Bedarfs bei 14 Prozent. Die beiden jüngeren Generationen – Millennials und iBrains – kommen zusammen auf 29 Prozent. Sie greifen bei Trinkmilch und Milchgetränken, Sahne-Erzeugnissen, Joghurt, Quark und Desserts deutlich häufiger zu pflanzlichen Alternativen von. Menschen unter 42 Jahren stehen bei diesen Produkten für fast die Hälfte des Umsatzes, Babyboomer lediglich für 6 Prozent.

Schwer haben könnten es künftig auch Artikel wie Kondensmilch und Kaffeesahne sowie Kaffeefiltertüten. Jeweils zwei Drittel des Umsatzes entfallen laut auf Wiederaufbauer und Babyboomer, aber nur gut 10 Prozent auf Millennials und iBrains. Filterkaffee wird der Studie zufolge in jüngeren Haushalten deutlich seltener aufgebracht. *dpa*

Stimmung der Verbraucher gesunken

Berlin. Die Stimmung der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland hat sich nach Darstellung des Einzelhandels verschlechtert. Das vom Handelsverband Deutschland (HDE) monatlich erhobene Konsumbarometer ist im September erneut gesunken. Der Umfrage zufolge sind die Konsumenten mit Blick auf die konjunkturelle Entwicklung und das eigene Einkommen wieder pessimistischer und planen in den kommenden Monaten deshalb weniger Anschaffungen.

„Das gegenwärtige gesamtwirtschaftliche Umfeld ist nicht förderlich für den privaten Konsum“, teile der HDE weiter mit. Angesichts dieser Entwicklung sei nicht davon auszugehen, dass in diesem Jahr eine Erholung beim privaten Konsum gelingen werde. Es sei kein Wachstumsimpuls für den Einzelhandel in Sicht.

„Ohne den privaten Konsum als Wachstumstreiber verdüstert sich zudem der weitere konjunkturelle Ausblick“, hieß es. Auch ein Rückgang des Bruttoinlandsprodukts sei deshalb möglich. *dpa*



Andreas Halle (rechts), geschäftsführender Gesellschafter der Seilflechter Tauwerk GmbH, und sein Sohn Tobias Halle.

DARIUS SIMKA/REGIOS24

Das Unternehmen Seilflechter wird in neunter Generation geführt und gehört zu den vier Finalisten im Wettbewerb um den Unternehmerpreis.

Britta Ziegfeld

Braunschweig. „Es wird gleich sehr laut.“ Andreas Halle bietet für den Gang durch die Produktionshallen der Seilflechter Tauwerk GmbH freundlicherweise Ohrstöpsel an. Und in der Tat: Die Maschinen machen einen ordentlichen Lärm. Zahlreiche Spulen drehen sich in Windeseile und verflechten die sich darauf befindlichen Fäden zu ganz unterschiedlichen Seilen. Mal dicker, mal dünner, manche farbig, andere schwarz oder weiß. Die Vielfalt ist groß. Das muss sie auch sein, schließlich bedient das Unternehmen die unterschiedlichsten Branchen.

Firmengeschichte, dass es für ein kleines Museum reicht

Dass hier in den Hallen des Unternehmens rund 500 Maschinen stehen, die mit moderner Technik Seile verflechten, war nicht immer so. Andreas Halle führt das Unterneh-

140.000 Meter Seil gehen täglich von Braunschweig aus hinaus in die Welt



men mittlerweile in neunter Generation. Der 63-Jährige zeigt stolz die Bildergalerie vergangener Jahrhunderte.

Sein Vater Wolfgang, der sich vor Jahren aus der Geschäftsführung zurückgezogen hat, kümmert sich um dieses kleine firmeneigene Museum. „Er erfreut sich Gott sei Dank noch bester Gesundheit. Hier hat er eine tolle Aufgabe gefunden, der er mit großer Freude nachgeht“, erzählt Andreas Halle. Es ist eine Reise in die Vergangenheit, die bis ins Jahr 1745 zurückreicht. Dem Jahr, in David Halle die Firma gründete.

Die Firma Seilflechter hat in den vergangenen Jahrzehnten eine enorme Entwicklung hingelegt. Noch Anfang bis Mitte des 20. Jahrhunderts war die Seilflechterei zwar Teil des Konzepts, aber nicht die alleinige Einnahmequelle. Auf alten schwarz-weiß-Fotografien sieht

man einen Laden, in dem Modelleisenbahnen und Stofftiere aufgereiht sind. Ein Spielwarenladen, in dem in einer Ecke Seile geflochten wurden.

Die Konzentration auf das Seileisengeschäft begann für Familie Halle in den 60er Jahren. Im nach dem Zweiten Weltkrieg geteilten Deutschland wurden Pakete vom Westen in den Osten geschickt. „Damit die Zollbeamten der DDR die Pakete gut öffnen konnten, um den Inhalt zu durchsuchen, durften diese nicht mit Klebeband verschlossen werden, sie wurden zugebunden“, erzählt Andreas Halle. Und so verschickte die Firma Paketseile in die ganze Bundesrepublik.

Mittlerweile sind Naturmaterialien wie Hanf bei Seilflechter längst durch moderne Kunstfasern ersetzt worden. 115 Menschen sind laut Halle derzeit in der Firma beschäftigt, darunter zwei Auszubildende. Vor 20 Jahren waren es noch etwa die Hälfte Mitarbeitende. Das Erfolgsrezept? „Wir sind sehr breit aufgestellt, bedienen viele verschiedene Branchen“, sagt Halle. „Es ist gefährlich, sich auf wenige große Kun-

den zu konzentrieren. Man macht sich abhängig.“ Etwa 140.000 Meter Seil würden nach Firmenangaben jeden Tag in Braunschweig produziert. Die Ware wird europaweit verkauft. Andreas Halle ist nicht nur stolz auf die lange Familiengeschichte des Unternehmens, sondern auch darauf, dass die Firma schon immer in Braunschweig produziert hat. „Das bleibt auch so“, sagt er entschlossen, auch wenn die Produktionskosten im Ausland teilweise deutlich niedriger wären. Eine Verlegung des Firmensitzes kommt für ihn nicht infrage.

Seit vielen Jahren arbeitet die Seilflechter Tauwerk GmbH mit der Lebenshilfe zusammen. Etwa 150 Werkstätten in der Region arbeiten für das Familienunternehmen. Einige Mitarbeiter der Lebenshilfe sogar in Bienrode auf dem Firmengelände. „Es ist wichtig, dass diese Menschen integriert werden“, sagt er und er ist stolz auf die Tatsache, dass er im Laufe der Jahre drei Mitarbeiter der Lebenshilfe fest einstellen konnte.

Und die nächste Halle-Generation? Sie steht mit Sohn Tobias Hal-

le und dessen Cousin Felix Halle nicht nur in den Startlöchern, sondern ist bereits fest im Unternehmen verankert. Beide verantworten eigene Bereiche. Auf die Frage, ob er eventuell eine Art Druck verspürte, das Traditionsunternehmen weiterführen zu müssen, schüttelt Tobias Halle energisch mit dem Kopf. Sein Vater ergänzt: „Mit Druck braucht man hier gar nicht anzufangen. Wenn man dazu keine Lust hat, dann hat das alles keinen Sinn.“

Unternehmerpreis

Der „Unternehmerpreis der Region 38“ wird vom Verband der Familienunternehmer, der Braunschweiger Privatbank sowie Funke Medien Niedersachsen verliehen. Der Preis würdigt unternehmerischen Erfolg, innovative Ideen, vorbildliche Führung, nachhaltiges Wirtschaften sowie das Bekenntnis zu dieser Region. Die Preisverleihung findet am 12. September statt.

Umfrage: Hälfte der Berufstätigen will weniger arbeiten

Work-Life-Balance ist nicht nur Sache der jüngeren Generationen. Offenbar hätte die Mehrheit der Arbeitnehmer lieber mehr freie Zeit.

Hamburg. Mehr als die Hälfte der Beschäftigten in Deutschland will nach einer Umfrage weniger arbeiten - und rund ein Drittel ist bereit, sich dafür freizukaufen. Für mehr Urlaubstage wären 34 Prozent der Befragten sogar bereit, weniger Geld zu bekommen, wie eine Umfrage im Auftrag des Karrierenetzwerks Xing ergab.

Viele Mitarbeiter spüren die Folgen unbesetzter Stellen in ihrem Unternehmen: Über 40 Prozent der Befragten gaben an, dass ihr Unternehmen Schwierigkeiten habe, geeignetes Personal zu finden, während 30 Prozent von einer erhöhten Arbeitsbelastung und einer schlechten Atmosphäre am Arbeitsplatz

sprachen. Allerdings lehnten sechs von zehn Befragten die Idee ab, mehr zu arbeiten, um diesen Problemen entgegenzuwirken. Während die älteren Generationen der „Babyboomer“ und „Gen X“ jeweils zu 63 Prozent sagten, dass Mehrarbeit nicht notwendig sei, hielten „Millennials“ und „Gen Z“ dies mit je-

weils knapp über 50 Prozent für etwas wichtiger.

Mit den richtigen finanziellen Anreizen könnten sich jedoch mehrere Befragte vorstellen, zusätzliche Stunden zu leisten: geeignet wären demnach Bonuszahlungen und Prämien, ein höheres Gehalt oder zusätzliche Urlaubstage.



Ein Mann sitzt zuhause im Garten und arbeitet am Laptop (gestellte Szene).

SILAS STEIN/DPA

„Diese Ergebnisse zeigen uns, dass Beschäftigte in Deutschland weniger denn je bereit sind, ihr Privatleben ihrem Job unterzuordnen, es sei denn, die Bedingungen stimmen“, sagt Xing-Geschäftsführer Thomas Kinder. Im Durchschnitt lag die Wochenarbeitszeit in Deutschland im Jahr 2023 bei 34,4 Stunden und damit unter dem europäischen Durchschnitt von 36,9 Stunden. Dennoch wollen generationsübergreifend 49 Prozent ihre Arbeitszeiten reduzieren - an der Spitze stehen die „Gen Z“ mit 53 Prozent, dicht gefolgt von der Hälfte der „Millennials“ und 48 Prozent der „Gen X“. Von der Generation der „Babyboomer“, die sich dem

Ruhestand nähert, gaben nur 37 Prozent an, dass sie ihre Arbeitszeiten reduzieren würden. Nur neun Prozent der Befragten würden gerne mehr arbeiten. Rund die Hälfte der Beschäftigten gab an, mit der eigenen Work-Life-Balance zufrieden oder sogar sehr zufrieden zu sein. Mit 49 Prozent sind Frauen aber weniger zufrieden mit dem Verhältnis zwischen Arbeits- und Privatleben als Männer (55 Prozent).

Den Angaben zufolge wurden Anfang Juli 3.500 Arbeitnehmer im Alter zwischen 18 und 65 Jahren in Deutschland, Österreich und der Schweiz vom Marktforschungsinstitut Appinio in einer repräsentativen Online-Umfrage befragt. *dpa*