

„Die Regierung macht Politik für die Großen“

→ chilli-Interview mit badenova-Vorstandssprecher Thorsten Radensleben

60 Millionen Euro Gewinn, das war das Ziel bei der Fusion von sechs kommunalen Stadtwerken zu badenova im Jahre 2001. Für das vergangene Jahr legte das Unternehmen mit einem Gewinn von 60,4 Millionen Euro eine Punktlandung hin. 2005 waren es noch 64,3 Millionen Euro. Das Freiburger Rathaus profitiert als größter kommunaler Anteilseigner (32,8 Prozent) mit knapp 20 Millionen Euro. chilli-Chef-Redakteur Lars Bargmann hat sich mit badenova-Chef Dr. Thorsten Radensleben über die Bilanz, seine Kritik an der Bundesregierung, ein neues Stromprodukt und den Sportclub Freiburg unterhalten.

chilli: Wie erklären Sie vier Millionen Euro weniger Gewinn?

Radensleben: Wir haben einen geringeren Erdgas-Absatz wegen des warmen Winters und wie beim Strom gibt es nun auch beim Erdgas einen zunehmenden Konkurrenzkampf. Dann sind unsere Netznutzungsentgelte von der Bundesnetzagentur deutlich nach unten gedrückt worden. Außerdem hatten wir im vergangenen Jahr auch Sondereffekte. Alles zusammen hat dazu geführt, dass wir zwar das gesteckte Ziel der Gesellschaft von 60 Millionen Euro Rendite erreicht haben, aber nicht mehr in so einer guten Situation sind wie 2006 und davor. Darauf werden wir uns auch dauerhaft einstellen müssen.

chilli: Wie macht sich mehr Konkurrenz konkret bemerkbar?

Radensleben: Wir können gestiegene Bezugspreise nicht voll weitergeben, weil sonst Kunden wechseln würden.

chilli: Deswegen senken Sie zum 1. Juli die Erdgaspreise?

Radensleben: Ja, und zwar für alle Kunden. Die Verbraucher wechseln durchaus ihren Anbieter, deswegen sind wettbewerbsfähige Preise das A und O. Auch Haushaltskunden wechseln heute leicht,

solche, die nur auf den Preis schauen und andere, die reinen ökologischen Strom aus der Steckdose wollen.

chilli: badenova bietet Regiostrom, bei dem jeder der 11.300 Kunden mit seinem Verbrauch dafür sorgt, dass der Stromsee insgesamt um exakt diese Menge sauberer wird und zudem, dass neue, umweltfreundliche Anlagen gefördert werden ...

Radensleben: Regiostrom ist ein sehr glaubwürdiges Produkt, aber die Kommunikation des Produkts und des dahinter stehenden Fondsmodells ist schwierig und wird nicht von allen verstanden.

chilli: Deswegen platzieren Sie noch in diesem Jahr ein neues Ökostrom-Produkt.

Radensleben: ...das den Regiostrom nicht ablösen, sondern ergänzen soll.

chilli: Wie viel Prozent der 1,3 Milliarden kWh Strom, die 2006 verkauft wurden, kommen aus den erneuerbaren Energien?

Radensleben: 17,2 Prozent, deutschlandweit sind es übrigens nur elf. Wir legen aber auf etwas anderes besonderen Wert. Wir erzeugen fast 50 Prozent mit durch Erdgas erzeugter Kraft-Wärme-Kopplung, bei der pro kWh nur 49 Gramm Kohlendioxid freigesetzt werden. Das ist unser großes Thema, das ist hinsichtlich des Klimaschutzes besser als der Wert für Photovoltaik. Die geförderte Braunkohle erzeugt pro kWh übrigens 1,1 Kilogramm.

chilli: Auch deswegen üben Sie jetzt offenen Kritik am Gesetzgeber, weil er dieses Engagement nicht genug würdige, sondern die vier Energieriesen Eon, RWE, Vattenfall und EnBW, die mehr als 80 Prozent der Stromerzeugung unter sich aufteilen, gegenüber den regionalen Konkurrenten benachteiligt?

Radensleben: Ja. Die vier Großen haben ihr Geld schon verdient, bevor der Strom bei uns ankommt. Die machen mit Bundeskanzlerin Angela Merkel den Energiegipfel, die kleinen sind da nicht wirklich vertreten. Da werden die Richtlinien erarbeitet, wie etwa aktuell die Ver-



Foto: © Bargmann

schärfung der Wettbewerbsbeschränkungen, und die treffen die Kleinen am Ende der Kette und setzen nicht bei der Erzeugung an.

chilli: Wenn die Hoffnung auf bessere Rahmenbedingungen so groß nicht ist, was machen Sie dann, um auch 2007 das Ziel zu erreichen?

Radensleben: Wir müssen weiter konsequent Kosten senken ...

chilli: ...also unter anderem bis 2010 weitere rund 170 Stellen einsparen ...

Radensleben: ...aber nur durch Altersteilzeit und natürliche Fluktuation. Auf der anderen Seite müssen wir unsere Stärken hier in der Region nutzen. Wir haben ein sehr ausgeprägtes ökologisches Profil, sind regional organisiert und können auf die regionalen Besonderheiten des Marktes eingehen. Diese Stärke wollen wir weiter ausbauen.

chilli: Zuletzt ein Wort zum SC. Störten Sie als Premium-Sponsor die vielen negativen Schlagzeilen abseits der sportlichen Rückrunde?

Radensleben: Das einzige, was mir wirklich aufgestoßen ist, waren rassistische Äußerungen von Zuschauern gegenüber einigen Spielern. Ansonsten ist bei allen Beteiligten der Wunsch, das besondere Modell SC Freiburg aufrechtzuerhalten, die Triebfeder des Handelns. Der SC hat nach wie vor ein positives Image. Für uns stand die Partnerschaft mit dem SC zu keiner Zeit in Frage.

Breitband-Internet für alle

→ Kabel auf dem Vormarsch

Wir schreiben das Jahr 2007. Ganz Baden-Württemberg surft mit 25-facher DSL 1000 Geschwindigkeit durch das Internet. Ganz Baden-Württemberg? Halt, bestimmt ist nur Friedrichshafen gemeint, neuerdings „T-City“ genannt, das den Städtewettbewerb der Deutschen Telekom gewann und dafür mit dem V-DSL-Hochgeschwindigkeitsnetz belohnt wurde, oder? Nein, ganz Baden-Württemberg! Zumindest, wenn es nach dem beharrlichen Kabelnetzbetreiber KABEL BW geht, der nicht ruht, kleinste Gemeinden im Ländle mit ultraschnellen Internetzugängen zu versorgen.



Foto: © Photocase

Was vor einigen Jahren noch als Gipfel der Geschwindigkeit galt, inzwischen jämmerlich veraltet und hoffnungslos langsam, ist in vielen ländlichen Gegenden Baden-Württembergs noch immer traurige Realität: Internet-Surfen per analogem Modem oder ISDN-Leitung. Deutlich schnellere DSL-Anschlüsse sind technisch vielerorts nicht verfügbar und meist nur dort möglich, wo Haushalte

mittels Kupferkabel an das Netz der Telekom angeschlossen sind. Jeder zweite Bürger im Ländle lebt jedoch in Gemeinden mit weniger als 20.000 Einwohnern: Breitband-Diaspora! Bisher.

Nun wagt sich KABEL BW (Hauptsitz: Heidelberg) hervor und verspricht Highspeed-Internet für alle! „CleverKabel“ nennt sich das kluge Produkt, das eine Bandbreite von bis zu 25 Megabits pro Sekunde (MBit/s) – 25-mal schneller als DSL 1000 – verspricht und mit Telefonie ausgestattet ist, was den konventionellen Telefonanschluss entbehrlich macht.

So werden große Downloads oder das Versenden von Urlaubsvideos zum Kinderspiel – wenn man im modernisierten Gebiet von KABEL BW liegt. Deren Pressesprecher Axel Dürr versichert im Gespräch mit chilli, dass die Netzmodernisierung 2008 abgeschlossen sein wird. „Von unseren derzeitigen 2,3 Millionen Kunden in Baden-Württemberg wurden bereits 1,5 Millionen an das neue Netz angeschlossen, Ende 2007 werden es 2 Millionen sein.“ Auch im Großraum Freiburg sind die meisten Kommunen bereits an die schnelle Datenautobahn angeschlossen.

Hohe Investitionen – modernstes Netz
Dafür nehmen die Herren aus Heidelberg viel Geld in die Hand: 100 Millionen Euro werden in die Modernisierung gesteckt. Investitionen, die sich langfristig auszahlen, da ist sich Dürr sicher: „Die Hälfte des Breitbandmarktes ist noch gar nicht verteilt. Unsere hohe Investition gibt uns die Möglichkeit, sehr schnell sehr viele neue Kunden zu erreichen.“

Die wird es freuen, zumal es nicht beim Breitband-Internet bleibt, zum bemerkenswerten Produktangebot zählt auch Telefonie und im ureigensten Metier – Kabel BW war der erste Großanbieter von Kabelfernsehen, auch in digitaler Qualität – werden inzwischen über 80 analoge und mehr als 600 digitale Programme (auch HDTV) angeboten – alles aus einer

Info

KABEL BW

Kabel Baden-Württemberg GmbH & Co. KG (Kabel BW): mit über 2,3 Millionen Kunden einer der größten Kabelnetzbetreiber Europas. Rund 650 Festangestellte und 1000 indirekte Mitarbeiter (Installateure, Call-Agents, Vertriebsmitarbeiter) arbeiten für das Unternehmen, das über 80 analoge und mehr als 600 digitale Fernsehprogramme, schnelles Internet bis 25 MBit/s und Telefon aus einer Hand („triple play“) anbietet.

Umsatz 2006: rund 280 Millionen Euro.
www.kabelbw.de

Hand! Die Konkurrenz zittert gegenwärtig schon, denn neben der zukunftsträchtigen Technologie hat das Unternehmen noch ein weiteres Ass im Ärmel: „Wir sind einfach unschlagbar günstig“, sagt Dürr. Etliche Preisvergleiche unabhängiger Anbieter, wie verivox.de, oder onlinekosten.de, bestätigen Dürr.

„Mehr als 30 Euro sind zuviel“, lautet das Motto, deswegen gibt es für 29,90 Euro monatlich bereits eine echte Telefon- und Internet-Flatrate mit bis zu 10 MBit/s Downstream. Highspeed-Surfen mit 25 MBit/s, endlos Telefonieren und beliebig digital Fernsehen – auch alle Spiele der Fußball-Bundesliga, „arena“ gehört mit zum Paket – gibt es für unschlagbare 49,90 Euro monatlich. Die Installation aller Pakete erfolgt kostenlos durch einen Service-Techniker. Voraussetzung für alle Angebote ist ein bestehender Kabel-TV-Anschluss von KABEL BW.

„Wir können diese knallharten Preise fahren, da wir dank unseres eigenen Netzes Entgeltkosten sparen, dafür aber dem Kunden attraktive Angebote bereitstellen“, erklärt Dürr. Eindrucksvoll gelungen! Scheint, als müsse man dem Slogan „Baden-Württemberg, wir können alles...“ nachträglich ein „Kabel“ voranstellen.

Kai Hockenjos

GLOSSAR:

Breitband-Internetzugang: Oberbegriff für Kabel-, DSL- und andere schnelle Internet-Zugänge.

DSL (Digital Subscriber Line): Breitbandige digitale Internetverbindung über Standard-Kupferleitungen mit hohen Übertragungsraten (bis zu 100 Mbit/s).

Download: Herunterladen von Daten von einer Gegenstelle (Netzrechner, Internet) zum Rechner. Gegenstück zum Upload bzw. Hochladen.

Mbit/s (Megabits pro Sekunde): Maß für die Datenübertragungsrate. Bezeichnet das Verhältnis einer Datenmenge zu einer Zeit. 1 Mbit/s entspricht 125 Kilobyte pro Sekunde.

schöne zahlen für den feierabend

→ chilli-interview mit Heiner Müller, geschäftsführer der Fürstenberg Brauerei



Foto: © Fürstenberg-Brauerei

„Mach den Abend zum Feierabend“ heißt es in der Werbung der Fürstlich Fürstenbergischen Brauerei (FFB) in Donaueschingen. Auf einen solchen konnten sich auch die beiden Geschäftsführer Dr. Friedrich Georg Hoepfner und Heiner Müller am Freitag, den 13. April freuen, denn da legten sie bei der Bilanz-Presskonferenz gute Zahlen vor. Unser Redakteur Lars Bargmann hat sich am Rande der Präsentation des neuen Riegeler-Bieres „Neun Linden“ wenige Tage danach in Vogtsburg mit Heiner Müller über das vergangene Jahr und die aktuellen Pläne unterhalten.

chilli: Die Zahlen sprechen für sich: Der Nettoumsatz stieg um gut elf Prozent auf 70 Millionen Euro, das Personal wurde – vor allem durch die Übernahme der Schmucker-Brauerei – um 69 auf nun 374 Stellen aufgestockt, zudem wurden 12,2 Millionen Euro investiert (4,6 mehr als im Vorjahr) und nebenbei auch noch neue Biere platziert. Worauf gründet sich der Erfolg 2006?

Müller: Dazu beigetragen haben mehrere Faktoren: So haben wir durch Neuakquisitionen und den Start des Projekts „Gastro-Check“ eine gute Absatzentwicklung in der Gastronomie zu verzeichnen. Des Weiteren trägt unsere neue Werbekampagne, die erstklassige Testergebnisse erzielt hat, die ersten Früchte und wir konnten unsere Kosten in verschiedenen Bereichen weiter optimieren. Im Lebensmittelhandel und den

Getränkemärkten haben wir zudem unsere Distribution ausgebaut.

chilli: ...was verbirgt sich hinter Gastro-Check?

Müller: Das bedeutet, dass wir bestehende Gastronomiekunden analysieren und mit den Betreibern Pläne entwickeln, mit denen sie ihren Umsatz steigern können, wovon letztlich auch wir profitieren. Aktuell haben wir 150 Objekte im Gastro-Check-Programm und aufgrund der hervorragenden Resonanz werden wir in diesem Jahr noch einmal 200 draufschaufen.

chilli: Die großen Zahlen macht weiter das Pils.

Müller: Ja, für das Pils steht auch unser Name und es macht über 60 Prozent unseres Bier-Ausstoßes aus. Dennoch sind wir auch mit unseren neuen Produkten gewachsen, sei es mit unserem vitaminhaltigen Radler oder dem Riegeler Landbier in der kultigen Bügelverschlussflasche.

chilli: Das gute Gastronomie-Ergebnis gründet sich auch auf 300 neue Partner im Jahr 2006. Welche zählen dazu in Freiburg?

Müller: Zu nennen sind beispielsweise die Freiburg Bar, das Bar-Restaurant E-Werk, das Kommunale Kino und das Dreisam-Ufercafé, das sicher das prominenteste ist und von Anfang an ein Riesenerfolg war.

chilli: Nach einem starken Akzent in den regionalen Markt soll in diesem Jahr ein Schwerpunkt im nationalen und internationalen Markt gesetzt werden. Wie?

Müller: International haben wir ein stabiles Wachstum, das wir gezielt ausbauen wollen. National konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf Baden-Württemberg, aber wir haben jetzt eine Ver-

triebskooperation mit unserer Schwesterbrauerei Paulaner geschlossen ...

chilli: ...die wie die FFB zur Brau Holding International zählt ...

Müller: ...und ein nationales Vertriebsnetz hat. Paulaner wird mit einem nationalen Außendienst zukünftig außerhalb Baden-Württembergs den Vertrieb mit allen Facetten übernehmen. Davon versprechen wir uns auch neue Gastronomiebetriebe.

chilli: Was hat Paulaner davon?

Müller: Paulaner bekommt mit Fürstenberg eine Pilsmarke mit hoher Kompetenz. Das ist deren Vorteil. Paulaner hat eine solche für Weißbier und für das sogenannte Münchner Hellbier, doch es fehlte eine Spitzenmarke im wichtigsten Biermarkt Pils. Mit Fürstenberg Premium Pilsener kann der Paulaner-Vertrieb nun ein komplettes Sortiment an Spitzenmarken in den wichtigsten Biermarkt-Segmenten anbieten.

chilli: Die Riegeler-Brauerei wurde an die Freiburger Gisinger-Gruppe verkauft, nach unseren Informationen wollen Sie dort jetzt ein altes Brauhaus wieder aktivieren ...

Müller: Wir sind mit dem Fürsten in Verhandlung, den Teil des Grundstücks, auf dem das Gasthaus steht, zu kaufen und wollen dort eine Gasthaus-Brauerei errichten, sodass in Riegel wieder Bier gebraut wird. Das soll noch in diesem Jahr passieren.

chilli: Im vergangenen Jahr haben Sie die Brauerei Schmucker gekauft, planen Sie auch 2007 einen Zukauf?

Müller: Vielleicht!

chilli: Welchen?

Müller: Kein Kommentar!

chilli: Trotzdem danke für dieses Gespräch.

Info

Fürstenberg-gruppe in zahlen

	2005	2006
Mitarbeiter	305	374 (plus 22,6 %)
Nettoumsatz	62,9 Mio. Euro	70 Mio. (plus 11,3 %)
Investitionen	7,6 Mio. Euro	12,2 Mio. (plus 60,5 %)
Bilanzsumme	50 Mio. Euro	67,3 Mio. (plus 34,6 %)



Tüftler, Träumer, Trendsetter

→ Bernd Wolf macht erfolgreich in Sachen Schmuck, dabei ist er eigentlich Maschinenbau-Ingenieur

Schwarzwald-Idylle pur. „Schauen Sie sich um. Das ist wie im Paradies“, sagt der Unternehmer und Schmuckdesigner Bernd Wolf, 48, und deutet auf seinen Garten und die Hügel hinter dem Stegener Ortsteil Wittental. Kaum vorstellbar, dass hier 40 Menschen arbeiten, dass dies der Stammsitz eines renommierten Schmuckherstellers mit insgesamt 80 Beschäftigten ist, der mit Freiburg, Karlsruhe, Stuttgart und Peking vier Shops unterhält und der neben dem Hauptabsatzmarkt Deutschland in die europäischen Nachbarländer, die USA, nach China, nach Mittelamerika und anderswohin exportiert.

Details, die mich interessierten, ich wollte verstehen, wie etwas funktioniert.“ Der Prototyp eines schwäbischen Tüftlers.

Nach dem Maschinenbau kam das Aufbaustudium Energietechnik. Für eine akademische Karriere war Wolf zu neugierig, seine Interessen zu vielfältig. Da war zum einen die Beschäftigung mit alternativen Energieformen. Nach dem Studium Mitte der 80er Jahre leistete Wolf seinen Zivildienst beim Bund für Umwelt und Naturschutz in Karlsruhe, später führte er zusammen mit einem Partner ein Ingenieurbüro für Energieberatung mit Niederlassungen in Karlsruhe und Stegen und war unter anderem sieben Jahre als Energieberater für die Gemeinde Denzlingen tätig.

Doch die „harte“ Wissenschaft war nicht alles. Schon während des Studiums

das? „Während des Studiums habe ich als Ausgleich gerne handwerklich gearbeitet und mich auch am Schmuck ausprobiert. Aber das war in den Anfängen ein reines Hobby, ich war weiterhin davon überzeugt, als Ingenieur meinen Weg zu gehen“, erinnert er sich. Er verkaufte nebenher seine Armreifen, Ringe und Ketten auf Kunsthandwerksmärkten. Und er verkaufte mit der Zeit immer mehr und immer erfolgreicher. „Irgendwann trat der Schmuck in den Vordergrund, der Erfolg gab mir die notwendige Motivation.“

Er lernte seine Frau kennen, die heute für die Entwicklung und das Design mitverantwortlich zeichnet. Das erste Geschäft von Bernd Wolf wurde 1993 in der Schusterstraße in Freiburg eröffnet, hier wurde Ende März die aktuelle Kollektion „Ro-



Fotos: © dob

→ Weit gereist und detailversessen: Maschinenbau-Ingenieur und Schmuckdesigner Bernd Wolf.

Freiburg war für den gebürtigen Stuttgarter Wolf schnell beschlossene Sache. „Die Entscheidung fiel schon mit 14 Jahren, als ich mit der Schule einen Ausflug hierher machte. Hier will ich einmal leben, dachte ich mir damals.“ Dass seine Frau Yvonne eine Freiburgerin ist, musste dann wohl so sein. Weniger vorgezeichnet war hingegen die Karriere des dreifachen Familienvaters. Trotz anfänglicher Widerstände trat er in die Fußstapfen seines Vaters und begann mit dem Studium als Maschinenbau-Ingenieur. Nichts besonders Abseitiges, schließlich wuchs Wolf neben den Porsche-Werken auf und spielte, wie fast alle Jungs, leidenschaftlich gerne mit Lego – wenn er nicht gerade Radios oder andere mechanische Dinge reparierte. „Es waren immer die

reiste er um die Welt, um Kulturen kennenzulernen, seinen Wissensdrang nach den religiösen und spirituellen Erfahrungen zu befriedigen und den Hintergründen des Lebens nachzuspüren. Vielleicht wirkt er deswegen so ausgeglichen, bescheiden und zufrieden – trotz eines Jobs, der zu Stoßzeiten manchmal bis zu 70 Stunden in der Woche verschlingt. „Die Reise-Erfahrungen dienen mir noch heute als Inspiration für meine Arbeit mit dem Schmuck.“ Seine persönliche Erdung bekommt der Unternehmer seit über 20 Jahren durch tägliches Yoga, den Bewegungsdrang stillt er regelmäßig auf der Tanzfläche im Palladium im Freiburger Hauptbahnhof mit Salsa.

Vom Maschinenbau zum Entwerfen von feingliedrigen Schmuckstücken, wie geht

mantic Leaves“ vorgestellt. Diese steht wie die anderen Kollektionen für puristische Klarheit und verspielte Elemente, Wolf nahm die Leichtigkeit und Sinnlichkeit der Blätter als Inspirationsquelle – eine Synthese aus Rationalität und Spiritualität.

Wie hat der Designer seine Nische gefunden, wie hat er sich am Markt behauptet? „Wichtig ist, dass der Schmuck eine eigene Formensprache hat, wiedererkennbar und erschwinglich ist.“ Seine Marke ist mittlerweile ein Global Player, der Unternehmer reist auf Messen in aller Welt und besucht Zuliefererbetriebe. Da ist man dann froh, wenn man wieder nach Hause kommt in die Idylle, um die drei Bereiche Beruf, Familie und Freunde und „Mein Ich“ im Einklang zu halten.

Dominik Bloedner

Fünf-Sterne-Gastgeber

→ Das Luxushotel Colombi ist begehrter Ausbildungsbetrieb



Foto: © Colombi

Freiburg. (dob) **Tokio Hotel, Mel C, Jennifer Lopez, Rammstein, der FC Bayern München oder Mr. Bean höchstpersönlich ... Die Liste der illustren Gäste, die regelmäßig im Freiburger Fünf-Sterne-Hotel Colombi absteigen, ist lang. Und für die jungen Azubis ein zusätzlicher Kick, eine schöne Abwechslung. Aber die knapp 50 jungen Frauen und Männer, die derzeit am Rotteckring eine Ausbildung als Koch, Restaurantfachmann/-frau, Hotelfachmann/-frau oder auch als Konditor machen, kommen nicht in erster Linie wegen der Nähe zu den Stars. Das privat geführte Colombi, eines der „Leading Hotels of the World“, bietet ihnen vor allem eines: eine solide Ausbildung und damit das Erklimmen der ersten, wichtigen Stufe für eine spätere erfolgreiche Karriere in der Branche – nicht selten sogar in Führungspositionen.**

„Wir haben pro Jahr etwa 500 Bewerbungen aus dem In- und Ausland“, sagt der Vize-Direktor Michael-Stephan Sängler. Damit schwimmt das Colombi, das in diesem Jahr seinen 50. Geburtstag feiert, gegen den Trend. Im Gastronomiesektor der Region Freiburg bleiben Jahr für Jahr viele Lehrstellen unbesetzt. Wenige wollen Schicht- und Wochenenddienst machen. Zu viel Angebot, zu wenig Nachfrage, Nachwuchssorgen. Anders im ersten Haus am Platz.

Was muss man mitbringen, um eine der begehrten Stellen zu ergattern? „Fremdsprachen sind natürlich die Grundvoraussetzung, Englisch und Französisch sind bei Hotelfachleuten ein Muss“, sagt Sängler. Hinzu komme eine gute Ausstrahlung, ein sicheres, gepflegtes Auftreten und die Bereitschaft, auch dann zu arbeiten, wenn andere Feierabend haben und in der Disco sind. „Wir haben schließlich an 365 Ta-

gen im Jahr geöffnet“, so Sängler. Was bekommen sie dafür mit auf den Weg? Neben einer profunden Schulung, unter anderem in Sachen Wein, Cognac, Käse und Zigarren, gibt es durch regelmäßige Besuche bei regionalen Zulieferern einen Einblick in das Woher, Warum und Wie der Produkte. Der Wein steht seit jeher im Colombi hoch im Kurs, über 30.000 nationale wie ausländische edle Tropfen, um die der bekannte Sommelier Gerhard Mauerhan von vielen beneidet wird, lagern in den Kellern. Mauerhan führt die jungen Azubis mit vielen Tipps in die Geheimnisse der Weinsensorik ein.

Die Vermittlung von Theorie und Praxis ist die eine, die Entwicklung der sogenannten „soft skills“ die andere Seite der Ausbildung im Colombi. „Wichtig ist für uns, dass die jungen Leute den Service am Gast lernen. Jeder Azubi ist von der ersten Minute an ein Gastgeber, das wollen wir vermitteln“, sagt Sängler. „Buchhaltung und Verwaltungsarbeiten kann man jedem beibringen, aber die richtige Dienstleistung am Gast ist die Voraussetzung für späteren Erfolg“. Es sind die Nuancen zwischen Distanz und Nähe, zwischen Freundlichkeit und Aufdringlichkeit. Und wer dann nach einem harten Arbeitstag noch wie selbstverständlich lächeln kann, ohne dass dies aufgesetzt wirkt, der hat die Prüfung bestanden.

So wie viele im Colombi ausgebildete Gastronomen und Hotelfachleute, die in Freiburg und Umgebung und in der ganzen Welt ihrem Job nachgehen. Professionell und erfolgreich. Zu ihnen zählen unter anderem Verena Bräutigam von der Winzerstube in Ihringen, das Ehepaar Eschger vom Hotel zum Roten Bären in Freiburg oder Steffen Disch und seine Frau vom Raben in Horben.

Info: www.colombi.de

→ chilli-karrierebicker

Du studierst, wir zahlen

Die gewerkschaftliche Hans-Böckler-Stiftung wendet sich mit der „Böckler-Aktion Bildung“ an begabte junge Menschen aus Familien, die sich ein Studium ihrer Kinder nicht leisten können.

Bewerben können sich Abiturienten sowie Schülerinnen und Schüler, die einen anderen Hochschulzugang erwerben. Auswahlkriterien: soziale Bedürftigkeit und die Bereitschaft, sich gesellschaftspolitisch zu engagieren. Der Bewerbungsschluss ist der 31. Mai 2007.

Infos und Bewerbungsunterlagen unter www.hib-freiburg.de oder www.boeckler.de

Career Center stellt Berufsfelder vor

Das Career Center der Albert-Ludwigs-Universität bietet in diesem Sommersemester Einblicke in verschiedene Berufe. Im Rahmen der Vortragsreihe „Einblicke in die Praxis: Berufsfelder stellen sich vor“ geht es am Montag, 21. Mai, um 20.15 Uhr im Hörsaal 1221 um „Nachhaltigkeit: Voraussetzungen, Chancen und Praxisbeispiele für eine berufliche Entwicklung im Bereich Nachhaltige Entwicklung“. Referent ist der Diplom-Forstwissenschaftler Tobias Luthe. Am Montag, 11. Juni, geht es um 20.15 Uhr im Hörsaal 1221 um „Selbständigkeit: Von der Uni ins eigene Unternehmen“, Referentin ist Dorothea Bergmann. Eine Woche später, am 18. Juni steht um 20.15 Uhr im Hörsaal 1221 das Buch im Mittelpunkt: „Von der Idee zum Buch, vom Ladentisch zum Leser. Wege in die Verlagsbranche“. Referentin ist Ingrid Schindler vom Kölner Marzellen-Verlag.

Infos unter: www.ccenter.de

uni bei focus auf platz 3

Die Freiburger Albert-Ludwigs-Universität ist Spitze. Wie im Jahr 2005 landet sie beim aktuellen Hochschulranking der Illustrierten „Focus“ nach den beiden Münchner Unis auf Platz 3 in der Gesamtwertung. Rektor Jäger: „Wir freuen uns, dass wir wieder unter den besten drei und an der Spitze der sehr gut bewerteten baden-württembergischen Hochschulen sind.“ In den fachbezogenen Ranglisten erreichte die juristische Fakultät gar den ersten Platz bundesweit, VWL ist mit Platz 5 ebenfalls in der Spitzengruppe.

Infos zu Methodik und Ranking: www.focus.de/hochschulen