



Unsere Heimat – eine starke Region

Passauer Neue Presse
mit ihren Lokalausgaben

Sonderveröffentlichung am 28. Mai 2011



Für die **Bluenergy-Gesellschafter** Wolfgang Straubinger (links) und Jürgen Löblein ist die Energiewende längst Realität: Die Solar-Module auf dem Firmengebäude leisten als Kraftwerke bei Sonnenschein ganze Arbeit. – Foto: Bernhard Furtner

Der Sonne entgegen

Bluenergy praktiziert Unabhängigkeit von Atomstrom

Von Bernhard Furtner

„Strom bewegt uns“, sagt Wolfgang Straubinger, Prokurist der Rösler GmbH und Mitgesellschafter der Blue-Solargroup. Und das ist kein inhaltsleerer Slogan. Längst bewegt sich das Traditionsunternehmen aus Burghausen (Landkreis Altötting) in Richtung Unabhängigkeit von Atomstrom.

Schon lange vor Fukushima war die Zielrichtung klar. Jüngstes Beispiel dafür, dass es anders auch laufen kann, ist ein vor wenigen Tagen angekauftes Elektro-Auto, das erste seiner Art im Fuhrpark der Firma. Langfristig werden 40 Fahrzeuge auf abgas- und geräuschfreie Flitzer umgestellt, die sich per Steckdose aufladen lassen.

Die Energie kommt von den Dächern

Und woher kommt er wohl, der Strom? „Er entsteht auf den Dächern der Firmengebäude. Der mit Modulen erzeugte Solarstrom wird ausreichen, die Flotte zu bewegen“, ist die Firmenleitung überzeugt.

Und diese bahnbrechende Technik lässt sich langfristig übertragen auf die mobile Gesellschaft. Mit dem Solarstrom, der beispielsweise auf einem Einfamilienhaus pro Jahr erzeugt wird, kann ein E-Mobil 10 000 Kilometer weit fahren – ausreichend für die meisten Haushalte. Die Technik und das Wissen sind da. Für die Umsetzung sind Zukunftsfirmen wie die Burghäuser Bluenergy zuständig. Burghausen, Pionierstadt des Reinsiliziums (bei Wacker wurde der erste Einkristall der Welt gezogen), ist wieder einmal ganz vorne mit dabei.

Dabei war Elektro Rösler lange Zeit, seit 1952, ein ganz normaler bodenständiger Elektro-Installationsbetrieb mit Elektrogeschäft. Als Hans Peter Botz 1988 als Gesellschafter die GmbH übernahm und Dienstleistungen in Sachen Mess- und Regel-, Analysen- und Reinraum-Technik in der Industrie in den Mittelpunkt rückten, wuchs der Kleinbetrieb zu einem Unternehmen mit 150 Mitarbeitern heran.

2004, als das neue Energieeinsparungsgesetz in Kraft trat, tat sich als zusätzlicher Geschäftszweig die Photovoltaik auf, was zur Neugründung der „Bluenergy solar business group“ mit mehreren Gesellschaftern führte – der Beginn

einer Erfolgsstory. Rösler und Blue beschäftigen mittlerweile 225 Mitarbeiter, Tendenz steigend. Und auch als Ausbildungsbetrieb – derzeit mit 26 Lehrlingen – spielt die Firma eine unverzichtbare Rolle in der Region.

Um bei Bluenergy zu bleiben: Die Firma installiert Solarmodule, die aus Deutschland und Fernost bezogen werden, überwiegend auf Dächern. „Wir legen Wert darauf, dass die Module von Firmen kommen, die Wacker-Silizium verwendet haben. Die Hälfte aller Modul-Hersteller beziehen das Polysilizium von Wacker Burghausen. Das ist für uns ein wichtiges Argument. Dadurch schließt sich der Kreis“, sagt Blue-Gesellschafter und Rösler-Geschäftsführer Jürgen Löblein.

Die Einspeisung von Solarstrom ins Netz ist bisher Hauptaufgabe. Doch auch das unmittelbare „Betanken“ von E-Mobilen mit Solarstrom beschäftigt die Firmen-Verantwortlichen zusehends. „Es ist ein Umdenken da. Wir sehen ganz klar neue Möglichkeiten“, sagt Löblein. Die Vision von Löblein und Straubinger geht mittlerweile in Richtung Solar-Tankstellen zum Beispiel auf Firmen-Parkplätzen. Während der Parkzeit zapfen die Fahrzeuge der Zukunft quasi die Sonne an. Da erwiesenermaßen 70 Prozent aller Fahrten unter 40 Kilometer weit sind, ist diese Art der umweltschonenden Mobilität durchaus praktikabel.

E-Mobil noch verbesserungswürdig

Das soeben angekaufte E-Mobil hat bis zu 150 Kilometer Reichweite. Ein Tankvorgang benötigt sechs Stunden. Durch Schnell-Ladung kann ein Akku zu 80 Prozent in einer halben Stunde mit reiner Solarenergie aufgeladen werden. Klar ist für die Firmenleitung, dass die E-Mobile noch erheblich günstiger werden müssen, wie auch die Module schon sehr im Preis gefallen sind. „Doch da bewegt sich etwas“, meint Straubinger, der überdies wie Löblein an eine Energiespar-Revolution in allen Bereichen glaubt: „Es werden Maschinen entwickelt, die nur noch Energie verbrauchen, wenn sie günstig zur Verfügung steht“.

Bluenergy kann also mit Optimismus in die Zukunft gehen – immer der Sonne entgegen.

„Baby, das erst laufen lernt“

Bayerische Jungunternehmer stopfen Marktlücke – Taschen weltweit nachgefragt

Von Toni Wöfl

Drei junge Männer mischen mit ihrem Unternehmen „Carry Unique“ die Frauenwelt auf: Mit einzigartigen Shopping-Bags und Handtaschen bieten sie modebewussten Damen eine trendige Alternative zu schäbigen Plastiktüten – mit großem Erfolg, wie Markus Senftl, einer von drei Geschäftsführern des Start-up-Unternehmens, verrät.

Für den Gesprächstermin wählt Senftl das Regensburger „Café Felix“ aus. Eine Entscheidung, die passt, wenn man weiß, dass „felix“ im Lateinischen „glücklich“ heißt. Denn er hält sich für „sehr glücklich, wegen des Erfolgs und der Freude über den großen Zuspruch“. Diese beiden Komponenten motivierten den Versicherungsexperten sowie die zwei Jurastudenten Mathias Fromberger und Matthias Oberbauer, ihre Geschäftsidee professionell umzusetzen. Bei einem Einkaufsbummel mit Freundinnen bemerkten sie viele modebewusste Mädels, die neben edlen Designer-taschen auch einfalllose Plastiktaschen trugen. Nachdem die Freundinnen erzählten, dass es keine schönen Shopping-Bags gebe, machten sich die drei Herren auf, diese Marktlücke zu schließen.

Tasche mit Passau-Motiv sehr beliebt

Das war vor rund zwölf Monaten. Bewusst ohne finanzielle Unterstützung der Eltern fertigten sie daraufhin im kleinen Kreis die ersten Polyester-taschen, die alle per Hand mit Swarovski-Steinen besetzt sind. Jede Tasche ist ein Unikat, die Anordnung der Steine variiert.

Das nächtelange Durcharbeiten hat sich gelohnt: Inzwischen tanzen die Visionäre auf internationalem Parkett. Die sogenannte Mini-GmbH verkauft ihre Produkte in 17 Länder und beschäftigt mehrere Mitarbeiter. Seit zwei Monaten wird eine eigene PR-Beraterin beschäftigt, demnächst wird eine Vertriebsabteilung in Hongkong eingerichtet werden. Es gibt unter anderem eine Taschenkollektion, die bekannte Skylines der großen Weltstädte zieren. Paris, New York, London, Moskau – auf vielfachen Wunsch findet sich jetzt auch Passau in dieser Reihe, wobei das Motiv für Passau dem befreundeten Grafiker anfangs einige Probleme bereitet hat. Eine einprägsame Skyline sei sehr schwierig zu finden gewesen, offenbart Markus Senftl. Das Modell findet heute in Passau reißenden Absatz und wird im Epoxy-Boardershop am Ludwigsplatz und bei Casper in der Stadtgalerie verkauft.

Im Laufe der rasanten Entwicklung wurde zudem die Produktpalette erweitert. Mittlerweile finden sich auch T-Shirts im Angebot. Besonders freuen dürften sich bayerische Mädels über eine Wiesn-Handtasche im modernen Trachtenstil, die neben dem wichtigsten Einzelhandelspartner, dem bayerischen Filialisten Trachten Moser, auch im Onlineshop zum Verkauf steht.

Das Internet hat ohnehin einen hohen Stellenwert für den Verkauf und vor allem für die Interaktion mit den Kunden. So entscheiden die User selbst in Designfragen mit, indem sie online potenzielle Motive für Taschen auswählen. Es gibt auch spielerische Aktionen, wie zum Beispiel den Aufruf, Bilder von sich und seiner Carry-Unique-Tasche im Netz zu posten. „Wir haben Zuschriften aus aller Welt erhalten. Unsere Taschen sind auf alpinen Berggipfeln, bei Flitterwochen auf den Malediven und in Schwarzafrika im Einsatz“, erzählt Markus Senftl.



Stolz präsentiert das Model **Andrea Löll** die Wiesn-Kollektion. Sie hält die erste Handtasche aus dem Hause Carry Unique in Händen. – Fotos: Carry Unique



Tracht ist Trend, meinen Mathias Fromberger (21, von links), Matthias Oberbauer (21) und Markus Senftl (27).

Nach knapp einem Jahr ist das Unternehmen voll auf dem Markt angekommen – mit allen Auswirkungen. So gab es bereits Angebote, die Taschen in China produzieren zu lassen. Die drei heimatverbundenen Burschen fertigen jedoch lieber in Deutschland, mit ausgewählten Materialien, Handarbeit im kollegialen Team und einer persönlichen Endkontrolle im Werk in Ampfing (Landkreis Mühldorf am Inn).

Ein großer deutscher Taschenhersteller wollte das komplett eigenfinanzierte Unternehmen gar aufkaufen und als integrierte Tochterfirma betreiben. Daran denkt aber keiner der Gründer.

Dafür klingt es viel zu optimistisch und liebevoll, wie Markus Senftl über sein Erfolgsprodukt spricht: Als „kleines Baby, das gerade erst laufen lernt“ beschreibt er Carry Unique. Jetzt werde erstmal ein Businessplan erstellt, der das Unternehmen

auf Dauer am globalen Markt platzieren soll. Im August werde das amerikanische Absatzgebiet in Angriff genommen – mit Hilfe von prominenten Gesichtern. An wen speziell gedacht wird, wisse man noch nicht.

Bereits in Europa ging dieses Prinzip des spitzbübschen, frechen Zugehens auf Prominente einwandfrei auf. So zeigten sich zum Beispiel Wolfgang Joop, Nina Hagen, Magdalena Neuner und Stephanie zu Guttenberg mit Taschen von Carry Unique. Auftritte bei der After-Show-Party von „Wetten, dass...?“ oder dem Hahnenkamm-Rennen in Kitzbühel taten ihr Übriges, um den Terminkalender der drei erfolgreichen Freunde gut zu füllen.

Zielgruppe: modebewusste Frauen

Das Leben habe sich gewaltig verändert, sagt Markus Senftl. Für seinen FC Töging hat der Hobby-Fußballer keine Zeit mehr. Mit seinen zwei Kollegen steht er hauptsächlich über SMS und Mail in Kontakt, da für persönliche Treffen in seinem straffen Zeitplan kaum mehr Raum bleibt. Gestern wurde in München ein wichtiger Vertrag mit dem Einzelhandel unterzeichnet, morgen geht es wieder weiter nach Hamburg.

Wie aber fühlt man sich privat, wenn man den Frauen ihre wahren Wünsche erfüllt? Wie lebt es sich mit der anspruchsvollen Zielgruppe der modebewussten Frauen? „Die anderen zwei Geschäftsführer sind Vollzeitstudenten, sie führen das normale Studentenleben.“ So diplomatisch antwortet der Mann, der darauf sein Handy und das Vorzeigexemplar der neuen Kollektion einsteckt, die Rechnung bezahlt und sich wieder aufmacht, seine Taschen in die Welt hinaus zu tragen.

Die Blondine am Tisch nebenan wirft einen letzten sehnsüchtigen Blick auf die Wiesn-Handtasche und leert danach in einem Zug ihren Cappuccino.

WWW.HANDWERK.DE

Ein Sonnenstrahl legt 150.000.000 km zur Erde zurück. Dank uns hat sich der Weg gelohnt.



Das Handwerk ist mit mehr als 4,3 Millionen Beschäftigten einer der größten Wirtschaftsbereiche Deutschlands. Ohne die Fertigkeiten der Handwerkerinnen und Handwerker könnten viele Maßnahmen zur Förderung von Energieeffizienz und Klimaschutz gar nicht umgesetzt werden. Keine Frage, das Handwerk ist grün, nur nicht hinter den Ohren. Überzeugen Sie sich selbst: www.handwerk.de

DAS HANDWERK
DIE WIRTSCHAFTSMACHT VON NEBENAN.



Betten zum Träumen und Kraft tanken.

Mühldorfer

Fabrikverkauf:
Haidmühle, Tel. 08556 / 96000
Webshop: www.muehldorfer.com

STARK
auf jedem Gebiet!

IHK Niederbayern

Wir machen uns stark für Ihren Erfolg

Unser Serviceangebot im Internet: www.ihk-niederbayern.de