

Peters Backstube expandiert nach Karlsruhe

Bühl/Karlsruhe (kli) – Der Backwarenhersteller Peters gute Backstube mit Sitz in Bühl expandiert nach Karlsruhe. Das Unternehmen wird in den kommenden Wochen und Monaten drei Filialen in der Fächerstadt eröffnen und setzt damit seine Wachstumsstrategie fort. „Das ist keine strategische Neuausrichtung, aber wir haben bisher schon geschäftliche Beziehungen nach Karlsruhe und bauen diese aus“, sagte der Geschäftsführende Gesellschafter Bruno Ketterer auf BT-Anfrage. Bisher betreibt die Backstube 44 Filialen zwischen Offenburg und Malsch. Nun werden bis Januar 2009 drei Filialen in Karlsruher Lebensmittelgeschäften (in der Kriegsstraße, Neureuter Straße und Kaiserstraße) hinzukommen. Peters gute Backstube beschäftigt nach eigenen Angaben in der Region 570 Mitarbeiter. Am Stammhaus in Bühl baut das Unternehmen derzeit auf einer Fläche von 700 Quadratmetern eine neue Halle, in der künftig Snacks, belegte Brötchen und Mittagessen zubereitet werden sollen.

Stora schließt Werk nun doch

Baienfurt (ddp) – Die Papierfabrik des schwedisch-finnischen Konzerns Stora Enso in Baienfurt (Kreis Ravensburg) wird nun doch wie geplant zum Jahresende schließen. Das entschied der Aufsichtsrat des

Trend@dress Medien AG: Baden-Badener mit Produkt-Suchmaschine „itsbetter.de“ auf Expansionskurs / Mitarbeiter gesucht

Googles „kleiner Bruder“ aus der Kurstadt

VON THOMAS HAGENBUCHER

Baden-Baden – Es ist ein ungleiches Bruderpaar: Auf der einen Seite steht der Weltkonzern mit knapp 20 000 Mitarbeitern, einem Jahresumsatz von fast 13 Milliarden Euro und einem Bekanntheitsgrad von an die 100 Prozent, auf der anderen Seite ein familiengeführter Mittelständler aus Baden-Baden, den noch lange nicht jeder kennt, mit knapp 120 Mitarbeitern und einem noch bescheidenen Umsatz von gut 5,5 Millionen Euro. Aber Google und die Trend@dress Medien AG aus der Kurstadt haben eines gemeinsam – beide betreiben eine Internet-Suchmaschine, die offensichtlich besser zu sein scheint als die der Konkurrenz.

„itsbetter.de“ ist eigentlich keine Suchmaschine, sondern eine Findmaschine“, erläutert Dr. Ingo Reichardt, Pressesprecher der Trend@dress Medien AG, ganz unbescheiden. Und die Zahlen können sich durchaus sehen lassen: Mit 250 000 Besuchern und bis zu 500 000 Suchabfragen arbeitstäglich ist „itsbetter.de“ laut Reichardt Deutschlands größte Produkt- und Firmensuchmaschine im weltweiten Netz.

Firmenkunden können auf der Seite unter mehr als 800 000 Unternehmenseinträgen nach

Produkten und Dienstleistungen suchen. Das Besondere dabei ist, wie Trend@dress-Vorstandschef und „itsbetter.de“-Erfinder Norbert Goretzki im BT-Gespräch erläutert, dass Nutzer mithilfe Millionen hinterlegter Parameter – wie Größe, Form und Material, aber auch Firmentyp oder regionale Herkunft – „viel detaillierter“ als bei anderen Anbietern suchen könnten. Die in der Maschine gelisteten Unternehmen haben auf der anderen Seite die Möglichkeit, sich mit individuellen Werbebannern und Logos zu präsentieren, um so mehr Aufmerksamkeit zu bekommen und auch auf Sonderaktionen hinzuweisen. Dadurch gelingt es Angebot und Nachfrage schnell unter einen Hut zu bringen. Dieses Konzept hat Trend@dress nicht nur nach eigenen Angaben die Marktführerschaft im Geschäftskundenbereich eingebracht, sondern auch die Jury des Mittelstandsprogramms der CAS Software AG überzeugt, die den Kurstädtern 2008 einen Hauptpreis für „itsbetter.de“ verliehen hat.

Die Trend@dress Medien AG ist jedoch kein typisches Startup-Unternehmen aus Zeiten der Internet-Blase, sie kann vielmehr auf eine bereits 27-jährige Geschichte zurückblicken. Der mittelständische Betrieb wurde 1981 in Baden-Baden gegründet und hat sich in den ersten fünf



Hat noch weitere Projekte im Köcher: Trend@dress-Medien-Chef und „itsbetter.de“-Erfinder Norbert Goretzki.

Foto: tjh

Jahren auf dem Gebiet der Marktforschung getummelt. Schon bald baute Goretzki gemeinsam mit seiner Frau Monika Adam-Goretzki einen Adressverlag für personalisierte Daten auf. Dieser bildet noch heute das zweite Standbein des Betriebs. Die von Monika Adam-Goretzki geleitete Sparte verfügt über einen Datenbestand von 4,5 Millionen Führungskräften in 670 000 Unternehmen, die an Adressmakler und Agenturen verkauft werden. Auch Direktmarketing ge-

hört zum zweiten Standbein, mit dem Trend@dress Medien für 2008 einen Umsatz von 1,8 Millionen Euro anstrebt.

Doch das Hauptgeschäft mit einem Jahresumsatz von aktuell 3,7 Millionen Euro bildet mittlerweile die Suchmaschine – und die Zeichen stehen weiter auf Wachstum. „Wir haben in dem Bereich deutlich zweistellige Umsatz-Wachstumswachstum“, berichtet Goretzki zufrieden, der mittlerweile 120 Mitarbeiter beschäftigt, knapp 60 davon in der Firmenzentrale in Baden-

Baden, einer mondänen Villa in der Stadelhoferstraße.

Und in den altehrwürdigen Mauern herrscht Aufbruchstimmung. Neben den bereits vorhandenen Dependancen in Freiburg, Pforzheim, Neumünster, Polen und Tschechien sind demnächst weitere Vertriebsfilialen in Österreich und der Schweiz geplant. In „naher Zukunft“ sollen laut dem Firmenchef auch Spanien, Frankreich, England und die Türkei dazukommen. Bei aller Expansion soll die Schaltzentrale des „kleinen Bruders“ von Google in der Kurstadt bleiben.

Ein kleines Luxusproblem hat das Unternehmen dann aber doch. „Wir brauchen gute Mitarbeiter“, sagt Goretzki mit Verweis auf acht IT-Stellen, die derzeit nicht besetzt werden könnten. Aber auch im Vertrieb habe man Bedarf. Der Chef, der die Firma mittelfristig an Tochter Natascha Krziem, eine erfolgreiche Juristin, übergeben will, kann neue Kräfte dringend gebrauchen, denn er hat noch so einiges vor: Neben einer überarbeiteten Version von „itsbetter.de“ soll demnächst „adressen-online“ mit 2,6 Millionen Branchenadresse starten. Auch weitere Neuprodukte, über die die Verantwortlichen aber noch nichts sagen wollen, sind im Köcher. Vielleicht wird Google ja schon bald wissen, wo Baden-Baden liegt.