

„Unternehmer als Lehrer“ am Beispiel der Firma Seeberger

Ein Bericht zum Vortrag von Herrn Keller am 26.10.2015 am HGU

Das Projekt „Unternehmer als Lehrer / Unternehmerin als Lehrerin“ hat das Ziel, den Schülerinnen und Schülern das Thema Unternehmertum am praktischen Beispiel und persönlichem Vorbild zu verdeutlichen. So sollen durch einen Vortrag eines Unternehmers oder einer Unternehmerin die betriebliche Realität und die Anforderungen an einen Unternehmer deutlich werden. Auch die seitens der Wirtschaft an die Jugendlichen gestellten Anforderungen können thematisiert werden. Den Schülern soll ein authentisches Unternehmerbild vermittelt werden.

Am Montag den 26. Oktober erhielten die Wirtschaftskurse des Humboldt-Gymnasiums Ulm Besuch vom Geschäftsführer der Seeberger GmbH, Herr Keller. Die Seeberger GmbH ist ein mittelständisches Unternehmen und ansässig in Ulm. Ziel des Besuches war es, die Herausforderungen und Chancen eines global agierenden Unternehmens dazustellen.

Zunächst stellte Herr Keller Ausbildungsmöglichkeiten im Unternehmen Seeberger vor. Hierzu wurde uns ein eigens für potenzielle Interessenten produzierter Werbefilm gezeigt. Jedoch schien es kein besonders großes Interesse an einer Ausbildung allgemein zu geben. „Unternehmen in der Region“, so Herr Keller, „haben es immer schwerer, qualifizierte Fachkräfte zu finden.“ Vor einem Jahrzehnt sei dieses Problem noch nicht so eklatant gewesen wie heute.



Nachdem sich Herr Keller dann persönlich vorgestellt und uns seine Laufbahn bis hin zu einem der Geschäftsführer der Firma Seeberger aufgezeigt hatte, ging er auf das Unternehmen selbst ein. Seeberger ist seit der Gründung vor 171 Jahren in Familienbesitz und soll dies auch weiterhin bleiben, wobei Herr Keller erst seit 15 Jahren Teil des Unternehmens ist. Die zwei großen Hauptbereiche des Exports des Unternehmens, Trockenfrüchte/Nüsse und Kaffee, werden in über 65 Länder, hauptsächlich europäische oder nordamerikanische, verkauft, wobei der stärkste Markt sich immer noch in Europa befindet: in Frankreich.

Auch werden Expansionsräume wie China und auch die USA angedacht, da dort ein sehr großes Marktpotenzial besteht. Die genannten Märkte sollen mithilfe einer neuen Produktlinie, die speziell an die Kultur und Geschmäcker der Länder angepasst ist, nacheinander erschlossen werden. Herr Keller betonte hier, dass Ruhe bewahrt werden muss und nichts überstürzt wird, damit im Falle von Miesen in diesen Ländern „die Notbremse gezogen werden könnte“.

Weil Seeberger langfristig auch in den USA Produkte anbieten will, unterstützt Herr Keller das transatlantische Freihandelsabkommen TTIP. Seeberger würde profitieren, da Importzölle im Zuge dieses Abkommens entfallen würden. Auf die Frage, ob er denn nicht auch Probleme sehe, in Bezug auf mögliche Klagen penibler amerikanischer Konsumenten, erwiderte er, dass Seeberger sich im Falle einer Expansion auf den nordamerikanischen Markt rechtlich absichern müsste.

Nach dieser kleinen Übersicht erklärte Herr Keller uns ein sehr großes Problem, welches aktuell vor allem in Deutschland, aber auch in anderen europäischen Ländern, auftritt: Das Motto „billig, aber gut“. Hier herrscht ein großes Risiko für ein Mittelstands-Unternehmen wie Seeberger, da dieses mit den Preisen der Discounter mithalten muss. Der Verkauf der Produkte wird dabei durch eine große Einkommensspanne für die Supermärkte garantiert, mit bis zu 50% Verdienst des Händlers an einem Seeberger-Produkt. Dadurch herrscht eine gewisse Abhängigkeit auf beiden Seiten, wie uns Herr Keller erklärte, was das Problem zumindest mindert.

Beim Bereich „Kaffee“ wird hingegen auf die gute Bindung zu über 7000 Einzelkunden Wert gelegt, welche durch Boni wie Beratungen oder Schulungen unterstützt wird.

Als Überleitung zu den Megatrends, zeigte uns Herr Keller zwei Statistiken, welche den steigenden Umsatz, mit 210 Mio. Euro (2014), und die steigende Mitarbeiterrate, mit 520 Mitarbeitern (2014), zeigte und somit die Aktualität des Megatrends „Healthy Snacking“.

Auch Marketingstrategien, wie die Verpackung als sogenannter Eye-Catcher, sind von großer Bedeutung für den Verkauf der Produkte, erzählte uns Herr Keller, deshalb die neue einheitliche „Seeberger-Farbe“.

Im nächsten Teil seines Vortrages, sprach er die für unsere Konsumgeneration wichtigen Faktoren an, worunter Nachhaltigkeit, Klimawandel, Gesundheit aber auch gute Arbeitsbedingungen zählen. Die Firma Seeberger legt hier, laut Herrn Keller, sehr viel Wert auf ein positives Image durch Fairness, Vertrauen, gewissenhaftes und soziales Handeln gegenüber den Lieferanten und Arbeitern. Es werden „Projekte im Ursprung“ umgesetzt, wie ein Brunnenbau in Ghana. Auch versucht das Unternehmen die CO₂ – Emissionen jedes Jahr zu verringern. Das Ganze spielt sich dann auf die Qualität (und den Preis) ab.

Gegen Ende bekam jeder Schüler noch ein Produkt aus dem Hause Seeberger gestellt.

Abschließend kann gesagt werden, dass Herr Keller es schaffte, uns einen guten Eindruck in die Unternehmensführung zu geben. Der Vortrag war sehr informativ und interessant gestaltet. Allerdings konnte die von Herrn Keller stets betonte Nachhaltigkeit des Unternehmens am Beispiel Kaffee nicht überzeugen. Für ein Kilogramm Kaffee werden 10.000 Liter Wasser benötigt. Gerade die Agrarwirtschaft benötigt große Mengen an Wasser. Einer der Hauptlieferantenstandorte von Seeberger befindet sich in Kalifornien, USA. Dieser Bundesstaat wird seit Jahren von einer sich immer verschärfenden Wasserkrise geplagt. Mit ca. 80 % des Wasserverbrauches ist die Agrarwirtschaft der größte Wasserverbraucher Kaliforniens und liefert die Rohstoffe für das Unternehmen Seeberger.

Wir danken Herrn Keller für seinen Besuch.

Die Wirtschaftskurse der JS I / JS II des Humboldt-Gymnasiums Ulm