

Rekordumsatz erwartet: Wie Zeiss in Jena 300 Millionen Euro verbauen will

Carl-Zeiss-Vorstandschef Michael Kaschke spricht über den neuen Campus, verteidigt Einkommensunterschiede zwischen Ost und West und lehnt Fußballsponsorship ab.



Carl Zeiss Jena bündelt alle Jenaer Standorte auf dem ehemaligen Schott-Gelände (vorn Mitte) am Westbahnhof. Bislang ist der Bau 6/70 (oben links) der Hauptsitz. Foto: Tino Zippel

Jena. Die Carl Zeiss AG plant einen Neubau für über 300 Millionen Euro auf dem Schott-Gelände im Jenaer Südviertel. Wir sprachen mit dem Vorstandsvorsitzenden Michael Kaschke über das Großprojekt.



Michael Kaschke, promovierter Physiker, ist Vorstandschef der Carl Zeiss AG. Foto: Carl Zeiss AG

Wann rücken die ersten Baufahrzeuge an, um den neuen Zeiss-Campus zu errichten?

Sobald unser Plan mit allen Beteiligten abgesprochen ist. Derzeit wird das Gelände beräumt, um die Baufreiheit für unser Vorhaben zu schaffen. Der Architektenwettbewerb geht in die finale Phase, und im Oktober wollen wir den ausgewählten Entwurf der Öffentlichkeit vorstellen. Wir schauen in der Planungsphase lieber dreimal mit Sorgfalt hin, als später nachbessern zu müssen, wie man es oft bei anderen großen Bauprojekten sieht.

Welche Anforderungen stellen Sie an die neuen Gebäude?

In dem neuen, integrierten Hightech-Zentrum sollen alle Zeiss-Bereiche, die in Jena ansässig sind, ihre neue Heimat finden: von der Medizintechnik bis zur Mikroskopie, von der Forschung über die Produktion bis zur Verwaltung. Gleichzeitig soll es offen stehen für die Wissenschaft, für die Stadt und für unsere Partner. Zudem bieten wir Platz für Start-ups, eigene Ausgründungen sowie Räume für Kongresse, Veranstaltungen und generell zur Begegnung von Menschen.

Womit werden denn die Zeissianer zum neuen Campus kommen?

Wir wollen sowohl die Gebäude nachhaltig bauen, als auch ein zukunftsweisendes Verkehrskonzept gemeinsam mit der Stadt Jena entwickeln, das ökologisch ist und auch Anwohner möglichst wenig belastet. Der öffentliche Nahverkehr und der benachbarte Westbahnhof spielen dabei eine zentrale

Rolle in unseren Planungen. Wir werden daher auch Themen wie Elektromobilität, E-Bikes, Fahrrad und Car-Pooling berücksichtigen.

Spüren Sie Auswirkungen, dass die Deutsche Bahn die Zahl der ICE-Halte in Jena drastisch reduziert hat?

Die Nahverkehrszüge sind für unsere Mitarbeiter wichtig, um zur Arbeit zu kommen. Hier hat sich die Situation meines Erachtens eher verbessert. Im Fernverkehr ist uns vor allem ein guter Anschluss zu den Flughäfen wichtig – die Anbindung ist leider wie sie ist. Wir kennen das Problem auch aus anderen Standorten wie zum Beispiel Oberkochen.

Haben sich schon Firmenchefs bei Ihnen beschwert, weil sie mit ihren Unternehmen wegen des Zeiss-Neubaus umziehen müssen?

Beschwert ist das falsche Wort. Wir hatten Einzelfälle zu lösen, die so beim Kauf des Grundstücks nicht bekannt waren, die wir aber mit einem hohen Maß an Kulanz und für alle Seiten fair geklärt haben.

Sie planen den Umzug im Jahr 2023. Ist dieses Ziel realistisch zu erreichen?

Wir bleiben dabei: Der Plan steht. Auch wenn wir uns schon bewusst sind, dass die Topografie des Geländes und die notwendige Beseitigung von Altlasten einige Herausforderungen für den Bau mit sich bringen, ebenso wie die knappen Ressourcen in der Bauwirtschaft. Aber wir haben ein hervorragendes, hoch motiviertes und erfahrenes Team, das solche Großprojekte bewältigen kann.

Auf welche Mitarbeiterzahl kalkulieren Sie den Neubau?

Die Gebäude sind auf mindestens 2500 Beschäftigte ausgelegt. Und was uns sehr wichtig ist: Sie sind auf die Erfordernisse der künftigen Arbeitswelt ausgerichtet.

Beginnen Sie bereits, neue Mitarbeiter einzustellen?

Unabhängig vom neuen Standort bauen wir die Belegschaft bereits Schritt für Schritt auf. Wir wollen mit unserem Hightech-Zentrum attraktive Arbeitsplätze am Standort Jena bieten und ein Stück dazu beitragen, dass Studenten nach ihrem Abschluss in der Stadt bleiben. Thüringen und Jena brauchen den Zuzug und Wachstum.

Wie wirken sich die Ereignisse von Chemnitz aus: Ist es schwerer, Fachkräfte für Jena oder für Oberkochen zu begeistern?

Fachkräfte zu gewinnen, ist generell schwierig geworden. Aber wir als Unternehmen haben eine zugkräftige Marke, und auch Jena hat in den letzten Jahren viel Positives getan, um die Stadt attraktiver zu machen, gerade nachdem Radikale aus Jena den Ruf in Mitleidenschaft gezogen hatten. Wichtig ist, dass die Unternehmen und die Region an einem Strang ziehen und eine gute Umgebung für Menschen und deren Zukunft schaffen. Fachkräfte begeistert man, wenn die berufliche und die private Perspektive sowie die Sicherheit miteinander im Einklang stehen.

Bei einer deutschlandweiten Einkommensstatistik landet Thüringen auf dem letzten Platz. Wie hält es Zeiss: Zahlen Sie gleiche Löhne für gleiche Arbeit an verschiedenen Standorten?

Ich kenne diese Statistik nicht und kann sie auch nicht nachvollziehen. Natürlich orientiert sich das Tarifrecht in Deutschland an den regionalen Gegebenheiten. Ein Unternehmen steht in unterschiedlichen Regionen in einem unterschiedlichen Wettbewerbsumfeld. Bei uns gibt es deshalb auch regionale Unterschiede, nicht nur zwischen Oberkochen und Jena, sondern auch zwischen Wetzlar und München. Neben der Entlohnung sind aber auch Arbeitsplatzsicherheit und Zusatzleistungen wichtige Kriterien für die Mitarbeiter. Und diese Sonderleistungen, wie zum Beispiel die jährliche Erfolgsbeteiligung und die Pensionsregelung, sind bei Zeiss deutschlandweit einheitlich geregelt.

Wie gestaltet sich die wirtschaftliche Lage bei Zeiss?

Wir schließen in Kürze unser Geschäftsjahr ab. Wir erwarten ein Rekordjahr beim Umsatz – das neunte Mal in Folge. Ob wir auch einen Rekordgewinn verbuchen können, wird von Währungseffekten auf den letzten Metern abhängen. In jedem Fall setzen wir unseren Wachstumskurs in den Sparten, die für

Zukunft stehen, weiter fort, und auf den für uns so wichtigen Feldern Digitalisierung, Gesundheit und Miniaturisierung kommen wir weiter voran.

Welche Risiken sehen Sie für die Zukunft? Wird Zeiss unter den sich auftürmenden Schutzzöllen und Handelsschranken leiden?

Wir haben es geschafft, das Unternehmen in den vergangenen zehn bis 15 Jahren international wesentlich breiter aufzustellen. Wir betreiben heute Produktions- und Entwicklungsstandorte sowohl in den USA als auch in China und Indien. Etwas mehr als die Hälfte aller Zeiss-Mitarbeiter sind im Ausland beschäftigt. Aber auch die Belegschaft in Deutschland ist deutlich gewachsen – in den letzten beiden Jahren um mehr als 1000 Mitarbeiter. Von dieser stabilen Aufstellung profitieren wir nun. Dennoch sehe ich den Protektionismus mit Sorge, weniger wegen der direkten finanziellen Belastung für Zeiss, sondern mehr, weil mit einer solchen Psychologie der Abschottung die für die Stabilität der Welt so wichtigen Bereiche Handel, Kooperation und Austausch erschwert werden.

Sie sind unter anderem mit Brillen im Endkundengeschäft aktiv. Wollen Sie diesen Bereich weiter ausbauen?

Es ist immer wieder wichtig zu betonen, dass wir 80 Prozent unseres Geschäfts mit Industriekunden tätigen, der kleinere Teil von 20 Prozent mit privaten Konsumenten. Diese Aufteilung der Geschäfte gefällt uns sehr gut. Das Industriegeschäft erlaubt uns, immer wieder Hightech-Entwicklungen voranzutreiben, beispielsweise für die Halbleiterindustrie, für die Automobilindustrie oder in der Medizintechnik. Gleichzeitig können diese Technologien auch Anwendung in den Lösungen der Konsumentengeschäfte finden und so die Marke Zeiss zu vielen Menschen tragen.

Wer nach Nachrichten über Carl Zeiss bei Google sucht, findet mehr über Fußball als über den Konzern. Lohnt es sich nicht, im Marketing auf den Fußball zu setzen?

Das stimmt nicht ganz. Wer nach Carl Zeiss googelt, findet als Erstes das Unternehmen und die Marke Zeiss. Wir haben dafür bewusst viele Maßnahmen ergriffen, um unsere Marke weiter zu stärken. Wir sehen dabei bereits gute Erfolge und wollen das weiter forcieren. Das Thema Profifußball spielt für uns in der Markenstrategie dabei keine Rolle.

Schmerzt es Sie als Vorstandschef, dass ausgerechnet im Zeiss-Planetarium in Jena neue Technik eines schwedischen Anbieters arbeitet?

Zeiss fühlt sich als Unternehmen verpflichtet, gerade in Jena Aushängeschilder der Technologie und der Marke Zeiss, auch wenn sie von anderen Institutionen betrieben werden, zu fördern und zu unterstützen. Wir werden uns anschauen, warum das in diesem Fall bei einer technischen Ergänzung des Planetariums nicht funktioniert hat.

Welche nächsten Schritte stehen beim Umbau des Optischen Museums an?

Die Stiftung Deutsches Optisches Museum ist froh, einen hoch engagierten und überaus kompetenten Museumsdirektor gefunden zu haben, der zugleich an der Universität als Professor lehrt. Im Moment laufen die Vorbereitungen für den Umbau: Beim derzeitigen Katalogisieren der Sammlungen treten echte Schätze zutage, was uns darin bestärkt, das Museum durch den Umbau zu einem Kleinod mit internationaler Ausstrahlung machen zu können.

In Jena entwickeln sich viele Bauvorhaben. Was braucht die Stadt noch, um top-attraktiv zu werden?

Aus meiner Sicht ist Jena bereits sehr attraktiv. Das belegen viele Umfragen. Die Themen Verkehrsfluss und weitere Gestaltung der Innenstadt stehen ja bereits auf der Tagesordnung der Stadtverwaltung. Es darf hier auch keinen Stillstand geben, wenn Jena die gute Position behalten will. Wir werden mit unserem Großprojekt einen Beitrag leisten, damit Jena eine weitere Aufwertung erfährt. Unser Zeiss-Hightech-Zentrum wird sicher das Jenaer Gesicht des 21. Jahrhunderts angemessen mitgestalten.