

# *special* Anlagen- und Maschinenbau

**Wirtschaftsforum:**  
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



Interview:

## **Maschinen mit Mehrwert**

mit Frank Reschke, Geschäftsführer der Masa GmbH

**Weitere Themen ab** Seite 14

Neue Rubrik auf **Wirtschaftsforum**:

# PRODUKTINTERVIEWS

Lassen Sie uns über das sprechen, was Sie besonders macht! Sprechen wir über Ihre Produkte! In unserer neuen Rubrik 'Produktinterviews' legen wir den Fokus auf die Flaggschiffprodukte unserer Kunden.

**air up** Duft-Luft für das Leitungswasser



## Unser Herzstück

Im ringförmigen Duft-Pod findet der ganze Zauber statt. Wenn du an unserer Flasche saugst, bekommst du nicht nur klares Wasser, sondern gleichzeitig auch beduftete Luft in deinen Mund. Der Duft entsteht automatisch,

wenn du an unserer Flasche saugst. Dabei strömt Luft von außen in den Duft-Pod und dort nimmt die Luft unsere natürlichen Aromen auf. Der Pod ist mit der besten Auswahl an natürlichen Aromen gefüllt, die aus echten Früchten, Pflanzen und Gewürzen gewonnen werden.

Jeder unserer Pods aromatisiert mindestens fünf Liter Wasser und ist dadurch 50-mal nachhaltiger als die meisten herkömmlichen Erfrischungsgetränke. Außerdem ist er natürlich voll recyclebar und kann einfach im gelben Sack entsorgt werden.

Quelle: [www.air-up.com](http://www.air-up.com)

Derzeit gibt es fünf verschiedene Pods:



Orange-Maracuja

Pfirsich



Limette



Apfel



Zitrone-Hopfen

Quelle: [www.air-up.com](http://www.air-up.com)

## Wie funktioniert's?

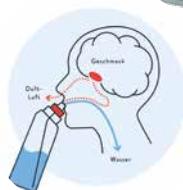
### Retronasales Riechen

Die Fähigkeit, durch den Mund Geruch wahrzunehmen, ist in der Wissenschaft unter dem Fachbegriff „retronasales Riechen“ bekannt. Gerüche werden über den Rachenraum zum Riechzentrum in der Nase transportiert und dann vom Gehirn als Geschmack wahrgenommen.

### Wie schmeckt der Mensch wirklich?

Du kennst das bestimmt: Wenn du Schnupfen hast und deine Nase zu ist, schmeckt das Essen meistens eintönig. Das liegt daran, dass bis zu 80% unseres Geschmacks durch Geruch beziehungsweise unser Riechzentrum entstehen. Es stellt also eine Schlüsselrolle für unseren vielfältigen Geschmack dar.

Quelle: [www.air-up.com](http://www.air-up.com)



## Unser Dreamteam

Fabian, Tim, Lena, Simon und Jannis haben air up entwickelt, weil sie immer wieder enttäuscht davon waren, dass gesunde und nachhaltige Produkte, vor allem Getränke, immer mit Verzicht und hohen Kosten einhergehen. Sie finden, das muss nicht so sein und wünschen sich, dass die nachhaltigste und gesündeste Getränkeoption gleichzeitig auch die attraktivste Wahl ist.

Mit dieser Philosophie und diesen Worten konnte das Gründerteam bereits viele, weitere Talente und Charaktere für das Produkt und die Idee hinter der air up Trinkflasche begeistern.

Quelle: [www.air-up.com](http://www.air-up.com)

Sie möchte wissen, wie das aussehen könnte?

Hier ist unser Beitrag zu 'air up'.



Lesen Sie online mehr  
webcode: 63649



  
**Manfred Brinkmann**  
Chefredakteur

### Liebe Leserin, lieber Leser,

Der Anlagen- und Maschinenbau hält regelmäßig besonders spannende Entwicklungen bereit. Immer wieder beeindruckt die Branche mit Innovationen und Ideen, die das Leben erleichtern und verbessern. Wir stellen Ihnen in der vorliegenden Ausgabe Unternehmen und die dahinterstehenden Köpfe vor, die es schaffen, den Anlagen- und Maschinenbau nicht nur als spannende Branche zu etablieren, sondern auch mit Leben zu füllen.

Für die Baustoffindustrie sind sie die, ohne die nichts geht: Entwicklungs- und Produktionspartner wie die Masa GmbH. Das Unternehmen mit Sitz in Andernach ist einer der führenden Anbieter von Maschinen für die Herstellung von Beton- und Kalksandsteinprodukten. Geschäftsführer Frank Reschke verrät uns, warum auch in dieser stark technologiegeprägten Branche Digitalisierung den Menschen nicht ersetzen kann und welche Strategien er verfolgt, um Mitarbeiter zu finden – und zu halten. (Ab S. 6).

A propos Digitalisierung: Große Sprünge macht in dieser Hinsicht auch der Bereich der Elektroinstallation – Stichwort Smart Home. Die M. u. W. Schlecker Elektrische Anlagen GmbH aus Ulm ist auf diesem Gebiet buchstäblich bestens „vernetzt“, denn das Unternehmen ist seit 30 Jahren kompetenter Ansprechpartner auf dem Gebiet der Elektroinstallation und der Gebäude- und Netzwerktechnik. Wie er die Herausforderungen angeht, die Themen wie Digitalisierung und erneuerbare Energien an die Branche stellen, erzählte uns Geschäftsführer Marcus Dodel. (S. 9)

World Class Manufacturing zu bieten – nicht weniger als das ist der Anspruch der Kostwein Maschinenbau GmbH aus dem österreichischen Klagenfurt. Doch das Unternehmen zeichnet sich nicht nur dadurch aus, dass es diesen Anspruch perfekt in die Realität umsetzt, sondern auch durch eine ungewöhnliche Firmenkultur: Für Geschäftsführer Peter Schlagbauer ist jeder der 1.100 Mitarbeiter ein kleiner Unternehmer im Unternehmen. Was 1.100 Köpfe und ebenso viele Ideen leisten können und warum das alles perfekt zum Unternehmen passt, berichtet er im Gespräch mit Wirtschaftsforum. (Ab S. 10)

Viel Spaß bei der Lektüre

# 06

Frank Reschke,  
Geschäftsführer der Masa GmbH

## Maschinen mit Mehrwert



### Buchtitel im Fokus



#### VIKTORIA SCHÜTZ

Viktoria Schütz ist Expertin für das Marketing von Maschinenbau-Unternehmen. Nach Ihrem Masterstudium im Fach Marketing-Management und Stationen im Marketing und Business Development verschiedener Unternehmen aus dem Metall- und Maschinenbau sowie der Konsumgüterindustrie, hat sie sich auf den Bereich Maschinenbau spezialisiert. Sie ist heute selbst Geschäftsführerin und Marketing-Verantwortliche eines mittelständischen Maschinenbau-Unternehmens. Über ihre mehrjährige Erfahrung auf diesem Gebiet berichtet sie regelmäßig und hat ihr Wissen nun in dem vorliegenden Buch zusammengefasst.

#### Marketing für den Maschinenbau

Das Buch „Marketing für den Maschinenbau – Ein praktischer Leitfaden für mittelständische Unternehmen“ stammt aus der Praxis für die Praxis.

Inhaltlich bietet das Werk viele Hilfestellungen, Beispiele aus der Praxis, Aufgaben und Checklisten sowie Marketing-Grundlagen zu Ist-, SWOT- und Wettbewerbs-Analysen, der Zielgruppendefinition bis hin zu den Marketinginstrumenten. Zudem werden Themenbereiche und Instrumentarium im klassischen Marketing von der Telefonakquise über die PR bis zum Messeauftritt, der Werbung oder auch des Sponsoring eingeschlossen. Weitere Themen sind SEO, Content-Marketing, E-Mail-Marketing,

Social Media und Online-Werbung sowie das Erstellen des Marketingbudgets in Bezug auf die Maschinenbaubranche.

Somit bietet das Fachbuch einen praktischen Rundum-Einblick für Ingenieure, Techniker, Führungskräfte oder Inhaber eines mittelständischen Maschinenbau-Unternehmens.

Mehr Informationen unter: [www.marketing-maschinenbau.de](http://www.marketing-maschinenbau.de)



---

## Special Anlagen- und Maschinenbau

---

# 09



**Marcus Dodel,**  
Geschäftsführer  
der M. u. W. Schlecker  
Elektrische Anlagen GmbH

# 10



**Peter Schlagbauer,**  
Geschäftsführer  
der Kostwein Maschinenbau  
GmbH

---

## Interview mit ...

---

# 12



**Kristian Kläger,**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter  
der VEMA Industrie-  
Verpackung GmbH & Co. KG

# 14



**Jörg Müller,**  
Geschäftsführer  
der Restaurant Jörg Müller  
GmbH

# 16



**Petra Debus,**  
Geschäftsführerin  
der LadySet Schüssler +  
Zachmann GmbH

# 18



**Bernd Schneckeburger,**  
Inhaber  
der Stoff Palette  
Bernd Schneckeburger  
e. K.

---

## Service

---

# 21

**Kontakte**

# Maschinen mit Mehrwert



SPECIAL ANLAGEN- UND MASCHINENBAU

Weltweiter Partner der Baustoffindustrie: Die Masa GmbH zählt zu den führenden Anbietern von Anlagen und Maschinen für die Herstellung von Betonsteinen und -platten sowie Porenbeton- und Kalksandsteinprodukten. Das erfolgreiche mittelständische Unternehmen bietet seinen Kunden Maschinen mit Mehrwert. Wirtschaftsforum sprach mit Frank Reschke, der als Geschäftsführer gemeinsam mit Volker Zurheide die Geschicke der Masa GmbH seit August 2018 lenkt, über gute Mitarbeiter und guten Service.

**WF:** Herr Reschke, das Unternehmen Masa existiert bereits seit 1905. Was waren seitdem die wichtigsten Meilensteine?

**Frank Reschke:** Der bemerkenswerte Aufstieg der Masa begann eigentlich erst nach dem 2. Welt-

krieg. Das Unternehmen ergriff damals die Chance und entwickelte geeignete Maschinen, mit denen der riesige Bedarf an Baustoffen gedeckt werden konnte. Die Entscheidung, in den 1960er-Jahren international zu expandieren, stellte sich rückblickend als der zweite bedeutende Meilenstein heraus.

Damals wurde die erste Anlage in die USA verschifft.

**WF:** Wie steht Masa heute da?

**Frank Reschke:** Heute zählen wir zu den führenden Entwicklungs- und Produktionspartnern der internationalen Baustoffindustrie. Unser Hauptsitz in Andernach ist auf Anlagen und Maschinen für die Betonsteinfertigung spezialisiert. Unser zweites Kompetenzzentrum

in Porta Westfalica konzentriert sich auf Anlagen und Maschinen zur Herstellung von Betonplatten sowie Porenbeton- und Kalksandsteinprodukten. Außerdem haben wir Vertriebs- und Serviceniederlassungen in den USA, China, Dubai, Indien, Russland und Thailand. Weltweit beschäftigen wir knapp 500 Mitarbeiter.

**WF:** Wie viele Anlagen und Maschinen gehen ins Ausland?

**Frank Reschke:** 90% unseres Gesamtumsatzes von rund 100 Millionen EUR erzielen wir im Exportgeschäft. Vor der Wirtschaftskrise 2008 gab es einen Boom. Die Krise haben wir dann recht gut überstanden, auch wenn wir

**Neben dem Hauptsitz in Andernach (Foto) verfügt Masa über einen zweiten Standort in Porta Westfalica**





**Die neue Masa Premium Steinfertigungsmaschine XL-R sorgt für großes Interesse**

danach deutlich weniger Aufträge hatten. Seit 2012 ist jedoch wieder eine stetige positive Entwicklung zu verzeichnen.

**WF:** Welche Rolle spielt in Ihrer Branche die zunehmende Digitalisierung?

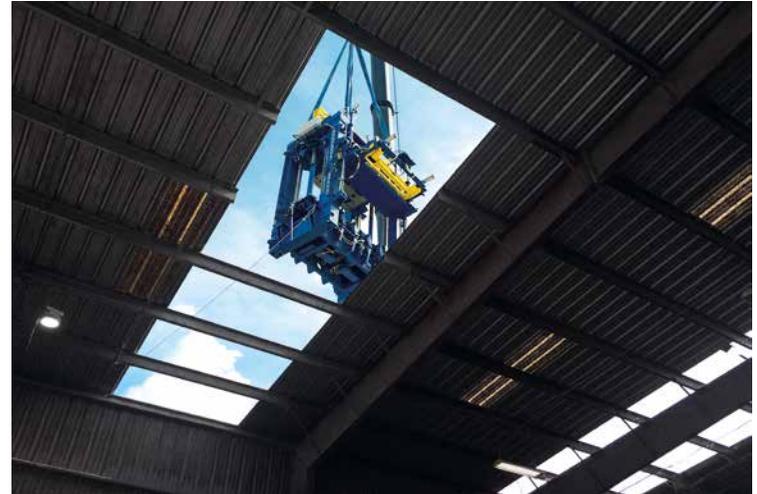
**Frank Reschke:** Die Zukunft ist digital, das steht außer Frage. Wir sind führend in unserer Branche und tun einiges, um unsere technologische Vorreiterrolle auch in Zukunft zu behaupten. Deshalb investieren wir verstärkt in Forschung und Entwicklung und erweitern laufend unser Portfolio. Der Masa Smart Service ist beispielsweise eine effektive Möglichkeit, live mit dem Kunden vor Ort eine adäquate und schnelle Lösungsfindung zu betreiben. Durchaus erwähnenswert ist an dieser Stelle auch der Masa Health Check, die smarte Inspektion einer Masa Steinfertigungsmaschine.

**WF:** Viele Unternehmen klagen über zunehmenden Fachkräftemangel. Wie gehen Sie bei Masa damit um?

**Frank Reschke:** Zum einen nimmt bei uns die Ausbildung der Fachkräfte im eigenen Haus einen sehr hohen Stellenwert ein. Das gilt sowohl für den kaufmännischen als auch den technischen Bereich. Zudem investieren wir stets in eine moderne Infrastruktur. Geeignete Büroräume, ergonomische Arbeitsplätze, neue Werkzeuge, Maschinen und eine komplett neue Ersatzteilhalle mit entsprechender Logistik zahlen sich aus und machen uns als Arbeitgeber interessant. Wir wissen, dass der Unternehmenserfolg ganz entscheidend von unseren Mitarbeitern abhängt.



**Masa auf der bauma 2019 in München, der Weltleitmesse für die Bau- und Baustoffindustrie**



**Masa unterstützt und begleitet bedarfsgerechte Modernisierungs- und Umbaumaßnahmen**

**WF:** Inwiefern kann Ihrer Meinung nach auch die Digitalisierung eine passende Antwort auf diese Herausforderung sein?

**Frank Reschke:** Bedingt vielleicht ja. Das unterstützt natürlich, aber die Digitalisierung ersetzt keine guten Mitarbeiter. Gerade in Führungspositionen ist es unabdingbar, dass man Mitarbeiter hat, die flexibel sind und die richtige Sicht der Dinge haben. Wir sind trotz unserer Größe immer noch ein Familienunternehmen mit vielen langjährig Beschäftigten. Wenn irgendwo etwas brennt, muss man

auch sonntags raus, das ist kein Problem für die Mitarbeiter.

**WF:** Zurück zu den Anlagen und Maschinen. Gibt es hier aktuelle Neuentwicklungen?

**Frank Reschke:** Unsere Innovationen werden regelmäßig auf der bauma in München, der weltweit größten Messe für Bau-, Baustoff- und Bergbaumaschinen, präsentiert. Aktuell konnten wir dort das neue Premium-Modell, die Masa Steinfertigungsmaschine XL-R, vorstellen. Neben technischen Neuentwicklungen wird jedoch das Gesamtpaket aus Technologie und Service immer wichtiger. Masa versteht sich nicht nur als Maschinen- und Anlagenlieferant, sondern vielmehr als Partner und bietet einen umfassenden Support und Lifetime-Service. Das wissen unsere Kunden durchaus zu schätzen.

**WF:** Worauf führen Sie den weltweiten Erfolg von Masa zurück?

**Frank Reschke:** Ohne die Erfahrung und Kompetenz unserer Mitarbei-



Schnelle Lösungsfindung per Datenbrille: Masa Smart Service



Hydraulische Masa-Kalksandsteinpresse mit Steinsetzautomat für Rohlinge

## In Kürze Kernkompetenz

Entwicklung und Produktion von Maschinen und Anlagen für die Baustoffindustrie

## Zahlen & Fakten

- Gegründet: 1905 von Alois Smaritschnik
- Struktur: mittelständisches Familienunternehmen
- Niederlassungen: in Andernach und Porta Westfalica sowie Vertriebs- und Servicegesellschaften weltweit
- Mitarbeiter: 500
- Umsatz: 100 Millionen EUR
- Export: 90% weltweit

## Leistungsspektrum

- Anlagen und Maschinen für die Betonstein-, Porenbeton-, Kalksandstein- und Betonplattenfertigung
- Umfangreiche Services: Installation & Inbetriebnahme, Inspektion & Wartung, Retrofit & Umbau, Analysen & Support, Ersatzteile, Kundens Schulungen

## Zielgruppe

Baustoffproduzenten

## Messen und Ausstellungen

bauma München und weitere Messen weltweit

## Philosophie

Maschinen mit Mehrwert für den Kunden

## Zukunft

Fortsetzung des erfolgreichen Wachstumskurses

ter würden wir heute nicht dort stehen, wo wir sind. Darüber hinaus ist unser Erfolg eng mit dem Erfolg unserer Kunden verknüpft. Wir haben sowohl bei technischen Entwicklungen als auch beim Service unser Ohr stets ganz nah am Kunden. Unser technischer Support und Ersatzteilservice sind beispielsweise rund um die Uhr, an sieben Tagen in der Woche, erreichbar.

**WF:** Wie beurteilen Sie die weitere Entwicklung in der Baustoffbranche?

**Frank Reschke:** Der Trend der letzten Jahre setzt sich fort: Statt der normalen, grauen Betonsteine bevorzugen die Endkunden oftmals Steine mit origineller Optik

und Haptik. Wir unterstützen unsere Partner mit Lösungen, die es ermöglichen, sich von der Konkurrenz abzugrenzen. Dabei spielt die Individualität der Produkte eine ebenso wichtige Rolle wie eine herausragende Qualität.

**WF:** Welche Ziele haben Sie für die kommenden Jahre?

**Frank Reschke:** Wir wollen den Weg, den wir in den letzten Jahren erfolgreich beschritten haben, weitergehen. Mit zufriedenen Mitarbeitern und einer gesunden, nachhaltigen Umsatzentwicklung.



Masa GmbH  
Masa-Straße 2  
56626 Andernach  
Deutschland

+49 2632 92920  
+49 2632 929211

info@masa-group.com  
www.masa-group.com

**masa**  
Milestone to your success.



© Fa. Codex



© Atrium Werbeagentur

Eines der Schlecker-Referenzprojekte: das Gebäude der Firma Codex

Marcus Dodel setzt auf integrierte technologische Lösungen aus einer Hand

# Ein Unternehmen unter Strom

Die Digitalisierung revolutioniert, schafft neue Möglichkeiten und weckt neue Bedürfnisse. Im Bereich der Elektroinstallation ist 'Smart Home' zum geflügelten Wort geworden. Marcus Dodel, Geschäftsführer und Vertreter der dritten Familiengeneration der M. u. W. Schlecker Elektrische Anlagen GmbH aus Ulm, setzt auf ganzheitliche und vernetzte Lösungen.

„Alle reden heute von 'Smart Home', erklärt er. „Dabei machen wir bereits seit 30 Jahren BUS-Installationen in der Gebäude- und Netzwerktechnik. Jetzt gibt es endlich einen anderen Begriff dafür. Heute setzen wir unterschiedlichste BUS-Systeme ein, die online angebunden sind.“

## ALLES AUS EINER HAND

In der Region um Ulm gilt Schlecker als kompetenter Ansprechpartner rund um die Themen Elektroinstallation, Gebäudesteuerung, Sicherheitstechnik und Einbruchmeldung sowie Kommunikationstechnik und regenerative Energien. Auf der Referenzliste des Unternehmens stehen zahlreiche renommierte Projekte wie zum Beispiel der Umbau einer ehema-

ligen Chirurgie in 120 gehobene Wohneinheiten oder die Komplettausstattung einer Fabrik zum Abfüllen von Trockenmörtel.

„Unsere Stärke ist, dass wir das komplette Technologiefeld in unserem Unternehmen selbst abbilden

---

Wenn unsere Kunden zufrieden sind, sind wir auch zufrieden.

---

können“, so Marcus Dodel. „Wir können komplexe Anlagen beim Kunden selbst installieren, klassische Installationen vornehmen, BUS-Systeme einrichten und zudem Einbruchmeldetechnik und Netzwerksysteme anbieten, bauen,

betreiben und warten. Wir wissen über die jeweiligen Schnittstellen Bescheid – ein entscheidender Vorteil für den Kunden. Zudem hat der Kunde nur einen Ansprechpartner und muss nicht verschiedene Gewerke koordinieren.“

Marcus Dodel hat sich viel vorgenommen für die Zukunft. „Ständige Weiterbildung ist ein Muss, wenn man langfristig erfolgreich bleiben will“, erklärt er. „Deshalb bin ich in verschiedenen Netzwerken aktiv. Wir werden auch in den kommenden Jahren die Elektrifizierung und Digitalisierung im Betrieb weiter vorantreiben. Installationen von Ladeinfrastrukturen, die erneuerbaren Energien und PV-Speichersysteme werden große Themen der nächsten Jahre sein – hier ist das Elektrohandwerk gefordert. Wir werden diese Heraus-

forderungen mit unserer ganzen Innovationskraft angehen.“



M. u. W. Schlecker  
Elektrische Anlagen  
GmbH

Scheffeltgasse 3/1  
89077 Ulm  
Deutschland

+49 731 30437  
+49 731 34632

info@elektro-schlecker.de

www.elektro-schlecker.de

# 1.100 Köpfe mit vielen Ideen

World Class Manufacturing hat sich die Kostwein Maschinenbau GmbH aus dem österreichischen Klagenfurt auf ihre Fahnen geschrieben. Der in dritter Generation als Familienunternehmen geführte Betrieb hat sich als Komplett-Maschinenanbieter für weltweit führende OEMs einen Namen gemacht. In der offenen Firmenkultur stehen die Mitarbeiter im Mittelpunkt und tragen gemeinsam mit den Geschäftsführern die Verantwortung.



Steht für eine offene Firmenkultur:  
Geschäftsführer Peter Schlagbauer



Herzstück der Produktion: Blick in die Montagehalle

**WF:** Herr Schlagbauer, Sie haben den Anspruch, World Class Manufacturing anzubieten. Was verstehen Sie darunter?

**Peter Schlagbauer:** Seit der Jahrtausendwende richten wir unseren Fokus auf World Class Manufacturing. Das erreichen wir durch Lean Management sowie die intensive Vernetzung von Unternehmensprozessen. Durch die enge Verzahnung von Fertigung, Montage und Logistik haben wir eine sehr effiziente Produktion etabliert und damit starkes Wachstum erzielen können. Unseren Umsatz von heute 170 Millionen EUR konnten wir seit dem Jahr 2000 mehr als verdreifachen. Das war nur mög-

lich, weil jeder Mitarbeiter unsere World-Class-Manufacturing-Philosophie verinnerlicht hat.

**WF:** Stichwort Mitarbeiter. Welchen Stellenwert haben Ihre Beschäftigten im Unternehmen?

**Peter Schlagbauer:** Unsere Mitarbeiter sind die Basis unseres Erfolgs. 1.100 Beschäftigte stehen auch für 1.100 Familien. Dafür tragen wir die Verantwortung. Wir wollen gemeinsam wachsen und dieses Ziel ist für alle ein sehr starker Antrieb. Social Responsibility spielt eine wichtige Rolle und bildet das Fundament des Unternehmens. Wir sehen uns als große Familie, zu der alle Mitarbeiter ihren

Teil beitragen. 1.100 Beschäftigte sind auch 1.100 Köpfe mit sehr vielen Ideen. Wir kümmern uns intensiv um den Nachwuchs und bilden aktuell mehr als 80 Lehrlinge aus. Jeder im Unternehmen agiert auch als kleiner Unternehmer im Unternehmen. Wir pflegen eine offene und transparente Kommunikation und informieren die Belegschaft umfassend. Dazu gehören unsere Management Reviews mit allen Fakten – auch zur finanziellen Entwicklung. Wir machen das, um alle Mitarbeiter mit ins Boot zu nehmen.

**WF:** Das hört sich beeindruckend an. Sind alle Mitarbeiter in Klagenfurt beschäftigt?

**Peter Schlagbauer:** Nein. Klagenfurt ist unser Hauptsitz. Insgesamt verfügen wir über neun Standorte, davon sechs in Österreich. Zwei weitere Niederlassungen befinden sich in Kroatien und eine in Indien. Zurzeit bauen wir einen weiteren Standort in den USA auf. Wir sind global aufgestellt, weil unsere Kundenstruktur global ist. Maschinen gehen in die ganze Welt und wir wollen unsere Auftraggeber lokal bedienen. Unser Exportanteil beträgt über 90%, wobei der Schwerpunkt in Europa liegt.

**WF:** Apropos Auftraggeber. Für welche Branchen arbeiten Sie vornehmlich?

**Peter Schlagbauer:** Unsere Kunden sind Weltmarktführer und OEMs verschiedener Branchen. So fertigen wir als Industrielieferer unter anderem Verpackungsmaschinen für die Lebensmittelindustrie. Wir fertigen aber auch Maschinen für die Druckindustrie für Karton- und Metalldruck, Inspektionsmaschinen für die Pharmaindustrie, Werkzeug-, Textil- und Bahnbau-maschinen sowie Maschinen für die Solarindustrie und die Automatisierungstechnik, aber auch mechanisch bearbeitete Einzelteile als reiner Lohnfertiger. Wir werden in den Entwicklungsprozess der Maschinen eingebunden, angefangen beim Design über Fertigung und Montage bis hin zu Logistik und Service. Anschließend bauen wir die Maschinen und nehmen sie in Betrieb, bis hin zum Reconditioning-Business und Refurbishment. Dabei geht es immer um Auftragsarbeiten für OEMs, denn wir stellen keine Produkte unter unserem Namen her.

**WF:** Kostwein wird in dritter Generation als Familienunternehmen geführt. Erzählen Sie uns doch bitte etwas über die Historie.

**Peter Schlagbauer:** Sie beginnt mit der Gründung des Unternehmens als Schlosserei 1921 durch Johann und Adolfine Kostwein. Zunächst wurden Kühlkompressoren gebaut, nach dem Krieg verlagerte sich der Schwerpunkt auf Maschinen zur Bearbeitung von Holz. Nach dem Tod ihres Mannes 1948 führte Adolfine Kostwein die Firma zusammen mit ihren Söhnen Hermann und Wilhelm weiter. Seit Mitte der 1960er-Jahre sind wir ausschließlich als Zulieferer für die Industrie tätig. 1974 kam die dritte Generation ins Unternehmen. Neben CEO Hans Kostwein sind heute auch zwei weitere Familienmitglieder im Management und führen die Tradition der Gründer fort.

**WF:** Was sind nach Ihrer Auffassung die Gründe für die sehr positive Entwicklung von Kostwein?

## Kostwein Maschinenbau GmbH

Berthold-Schwarz-Straße 51  
9020 Klagenfurt  
Österreich

+43 463 43204

+43 463 432044185

office.klagenfurt@kostwein.at

www.kostwein.at



**KOSTWEIN**  
MASCHINENBAU GMBH

**Peter Schlagbauer:** Einer der Gründe ist sicherlich die starke Einbindung unserer Mitarbeiter. Zudem unterhalten wir langfristige, strategische Partnerschaften. Unsere Partnerschaften mit Kunden und Lieferanten gehen weit über reine Kunden-Lieferanten-Beziehungen hinaus. Außerdem sind wir immer ein bisschen schneller als unsere Mitbewerber und als Lieferant für unter anderem Verpackungs-, Druckmaschinen-, Verarbeitungs-, Pharma-, Medizin- und Tabakindustrie sehr breit aufgestellt.

**WF:** Welchen Anspruch hat Kostwein für die Zukunft?

**Peter Schlagbauer:** Wir wollen der wichtigste Partner über die gesamte Wertschöpfungskette unserer Kunden – allesamt Weltmarktführer im Maschinenbau – sein. Als Familienunternehmen wollen wir Verantwortung übernehmen, nicht nur ökonomisch, sondern auch ökologisch, und einen wesentlichen Beitrag in dieser Welt leisten.



Mehrere Standorte in Europa und der Welt: Montagestandort in Unterbergen bei Ferlach



Einer von vielen Arbeitsschritten: Fräsen von Großteilen bis 25 t Gewicht

# Innovation versprühen

Jeden Tag nehmen wir Sprühdosen und Schaumprodukte in die Hand. Die VEMA Industrie-Verpackung GmbH & Co. KG mit Sitz in Neusäss bringt nicht nur den Schaum und das Spray in die Dose, sondern ist zugleich Experte für den Inhalt: Nach der Überzeugung 'Alles aus einer Hand' entwickelt und produziert das Familienunternehmen seit 70 Jahren Aerosole mit innovativen Rezepturen.

Kristian Kläger, Geschäftsführender Gesellschafter von VEMA, ist stolz auf das, was sein Großvater Karl und sein Vater Karlheinz Kläger seit 1949 aufgebaut haben: ein Unternehmen mit Innovationskraft und Leidenschaft, das es vermag, den Kunden zu begeistern. „Diese Tradition und Historie weiterzuführen, ist meine Motivation und mein Antrieb“, sagt der Diplom-Betriebswirt, der 2011 in die Fußstapfen seines Vaters im Familienunternehmen getreten ist.

In ihren Anfängen übernahm die Firma für Kunden die Abfüllung von Haarsprays und Pflanzenschutzmitteln. In den 1970er- und 1980er-Jahren begann man neben der Lohnabfüllung nach dem Umzug an den heutigen Firmensitz in Neusäss bei Augsburg Schritt für Schritt mit der Entwicklung und Herstellung von eigenen Kunststoffflaschen und Sprühsystemen. Heute sind beide Zweige wirtschaftlich unabhängige Unternehmen unter derselben Leitung. Beide gehören zur Firmengruppe Kläger, ebenso wie das Kläger Plastik Werk in Sachsen, das technische Präzisionsteile aus Kunststoff für die Automobilbranche fertigt. Die Gruppe steuert auf einen Jahresumsatz von 40 Millionen EUR zu und beschäftigt 300 Mitarbeiter, von denen 50 bei VEMA tätig sind.

## NACHHALTIGE REZEPTUREN UND ATTRAKTIVE PRODUKT-KONZEPTE

Als familiengeführtes, kleines und agiles Unternehmen nimmt VEMA mit seinem Angebot der Entwicklung, Herstellung und Abfüllung von Aerosolen eine Sonderstellung auf dem Markt ein. „Wir sind



**Geschäftsführung, Entwicklung, Herstellung und Vertrieb an einem Tisch: Kristian Kläger (Zweiter von rechts) mit seinem Führungsteam der VEMA**

schnell und flexibel, haben sehr viel durchlebt, umfangreiche Erfahrungen in der Kosmetik- und Medizinindustrie gesammelt und

großen Handelskette, von A bis Z betreut zu werden. „Wir sind der Full Service-Partner, der den Kunden von der ersten Idee bis hin zur

---

**Unser Anspruch ist es, die Produkte und Rezepturen so weit wie möglich nachhaltig mit qualitativ hochwertigen Inhaltsstoffen aufzubauen.**

**Das legen wir unseren Kunden ans Herz.**

---

ein riesiges Zukunftspotenzial. Das Unternehmen ist wie ein wertvoller Rohdiamant, den wir aktuell präzise weiterschleifen“, so Kristian Kläger. VEMA entspricht dem Wunsch der Kunden, vom kleinen Start-up oder Social Media-Star bis hin zur namhaften Marke oder

Auslieferung und darüber hinaus begleitet“, erklärt der Geschäftsführer. Durch solch eine Partnerschaft wurde der Aerosolabfüller auch zum Fußpflegeexperten. „Mit einem unserer strategisch wichtigsten Kunden sind wir zum Markt- und Innovationsführer



**Alles, was sprüht: VEMA entwickelt und produziert Aerosolsprays und Schäume**

im Bereich der Cremeschaum-technologie und medizinischen Fußpflege geworden“, berichtet Kristian Kläger. Maßgebend dabei ist die enge Zusammenarbeit der promovierten Chemiker im eigenen Entwicklungslabor gemeinsam mit den Kunden an neuen Konzepten. Eine große Auswahl an Rezepturen steht bereits zur Verfügung. Das Angebot reicht von Duschschäumen über Haarpflege und -styling bis hin zu Sonnenschutz. Ein neuer Trockenshampoo-Schaum, der keine Pulverrückstände hinterlässt, oder Sonnenschutzschäume und -sprays mit unterschiedlichen Lichtschutzfaktoren und Claims sind einige der innovativen Neuentwicklungen. Kristian Kläger sieht die Firma als Hidden Champion. „Jeder hatte schon Produkte von uns in der Hand: im Bad, im Haushalt oder beim Podologen“, ist er überzeugt. Alle Rezepturen werden ohne Tierversuche und ohne Parabene hergestellt und können sowohl ohne Silikone als auch Mineralöle wie auch vegan ausgelegt werden. „Unsere Philosophie ist es, unsere Produkte und Rezepturen so weit wie möglich nachhaltig mit qualitativ hochwertigen Inhaltsstoffen aufzubauen. Das legen wir unseren Kunden ans Herz, um am Markt einen Vorsprung zu erlangen“, betont Kristian Kläger. Das Unternehmen bekennt sich außerdem zum Standort Deutschland. „‘Made in Germany’ ist den Kunden wichtig und steht für unseren Premium-Anspruch und unser Verständnis

unter anderem in den Bereichen Produktsicherheit, Betriebshygiene und auch Liefertreue“, erklärt er. Als erster Aerosolabfüller Deutschlands konnte VEMA bereits 2013 die Zertifizierung IFS HPC vorweisen, die im Handel immer wichtiger wird. „Darauf sind wir sehr stolz. Die Erstzertifizierung war mit großen Herausforderungen und Umbaumaßnahmen aufgrund der Schwerpunkte Produktsicherheit, Rückverfolgbarkeit und Risikobe-

wertung verbunden. Erst kürzlich, im Oktober 2019, hat man wieder das Zertifikat mit dem Ergebnis Higher Level erneuern können“, erzählt er.

### JETZT AUCH PARTNER FÜR DIE EIGENMARKEN DER HANDELSKETTEN ALS ZWEITES STANDBEIN

Das Hauptgeschäftsfeld bildet die DACH-Region, doch die Anfragen

werden internationaler, berichtet der Geschäftsführer. Auch in anderer Hinsicht wird sich VEMA breiter aufstellen: „Bis ins Jahr 2018 haben wir ausschließlich für Markenkunden gearbeitet. Nun wollen wir uns auch im Bereich der Eigenmarken – dem mitunter am stärksten wachsenden Kosmetikmarkt – als Aerosolabfüller einen Namen machen.“ Dazu wurde eigens ein Vertriebsexperte aus der Schweiz geholt: „Bernhard Kurzbach ist bei Handelsketten und Brands bereits gut vernetzt. Wir freuen uns sehr, dass wir ihn gewinnen konnten und es ihm ermöglichen können, auch beruflich in seine Heimat zurückzukehren“, sagt Kristian Kläger. Mit einer namhaften Handelskette hat VEMA bereits Mitte 2019 eine erste Fußpflegelinie, bestehend aus drei Sprays, auf den Markt gebracht. „Dort stehen wir zum ersten Mal selbst auf der Dose – viel Verantwortung und ein großer Meilenstein für uns. Parallel bleiben wir unserer jahrzehntelangen Philosophie treu, exklusiv im Kundenauftrag zu arbeiten und keine eigene Vema-Marke zu entwickeln“, betont er.



**Neue Führungskraft für den Vertrieb: Bernhard Kurzbach startet ab Januar 2020 als Key Account Private Label und New Business**



VEMA Industrie-Verpackung GmbH & Co. KG

Portnerstraße 84  
86356 Neusäss  
Deutschland

☎ +49 821 4605300

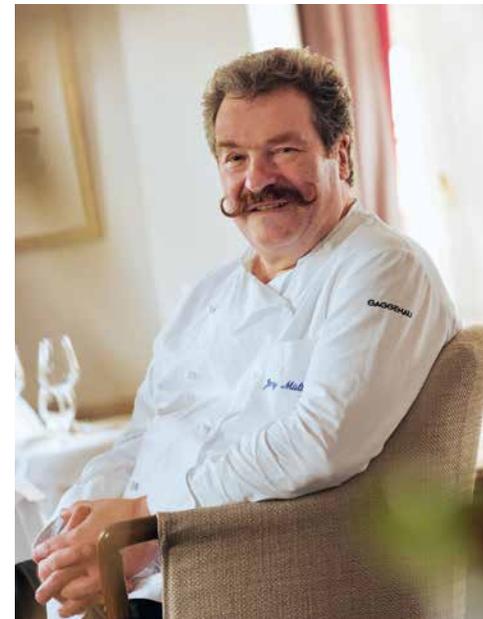
📠 +49 821 4605339

✉ info@vema-industrieverpackung.de

🌐 www.vema-industrieverpackung.de

# Urlauben im Sylter Hotspot

Wer auf Sylt Urlaub macht, hat hohe Ansprüche. Doch Schickimicki ist nicht das, was die Gäste des Hotels und Restaurants Jörg Müller in Westerland suchen. Der Familienbetrieb setzt auf friesische Gemütlichkeit in gehobenem Ambiente. Jörg Müller, Geschäftsführer der Restaurant Jörg Müller GmbH, hat schon früh die Weichen für einen langfristigen Erfolg gestellt. Längst hat er sich nicht nur mit seiner Küche, sondern auch als Hotelier einen Namen gemacht.



Mit einem Pachtbetrieb in Morsum auf Sylt startete Jörg Müller 1983 in die Selbstständigkeit. Ein Jahr zuvor war der aus Baden stammende gelernte Koch auf die Insel gekommen, nachdem er bereits in der Schweiz, in Griechenland und in England gearbeitet hatte. So war er unter anderem in den 1970er-Jahren zweiter Küchenchef im Carlton in St. Moritz, anschließend erster Küchenchef in den Schweizer Stuben in Wertheim – wo er sich nach zwei Jahren den ersten und nach zwei weiteren den zweiten Michelin-Stern erkochte. Sein Restaurant in Morsum gab Jörg Müller 1988 zugunsten eines

neuen Standorts in Westerland auf, wo er zuvor ein Grundstück erworben hatte. Das dort eröffnete Restaurant 'JM' mit zunächst nur drei Zimmern entwickelte sich in den folgenden Jahren immer mehr zum Hotel: Neben zwei weiteren Hausteilen kaufte der Gastronom 1999 auch das Nachbargrundstück und baute dort zwei unterirdisch miteinander verbundene Häuser. Dadurch stehen den Gästen heute neben dem Restaurant

18 Zimmer und vier Suiten sowie ein Wellnessbereich und eine Bar zur Verfügung. 28 Mitarbeiter sorgen im Sommer, 18 im Winter dafür, dass der Betrieb läuft.

## ZWEI STERNE, 19 PUNKTE

Jörg Müller beschreibt die Situation auf Sylt damals und heute: „In den 1980er-Jahren war Sylt bereits ein Hotspot – unser Restaurant war bereits wenige Wochen nach

der Eröffnung für die gesamte Saison ausgebucht. Aber die Insel hat sich trotzdem verändert. Früher war hier alles sehr glamourös und die Leute haben sich in Schale geschmissen, um abends essen zu gehen. Heute ist alles viel legerer.“ Eines fiel ihm als Insel-Neuling besonders auf: „Das Thema Service wurde auf Sylt nicht besonders wertgeschätzt. Das Personal war extrem unfreundlich und die Preise schon damals sehr hoch. Ich wollte die Dinge besser machen.“ Der Plan ging auf – auch mit seinem Restaurant in Morsum

---

Früher war auf Sylt alles sehr glamourös und die Leute haben sich in Schale geschmissen, um abends essen zu gehen. Heute ist alles viel legerer.

---

INTERVIEW MIT ...



Stilvoll übernachten: Die Zimmer sind individuell gestaltet und lassen es an nichts fehlen



Noch einen Absacker? An der Bistro Bar kann der Urlaubstag in entspannter Atmosphäre ausklingen



Barbara Müller hat das Hotel und Restaurant gemeinsam mit ihrem Mann Jörg eröffnet



**Frisch auf den Tisch, mit besten Grüßen vom Chef: Jörg Müller bringt fast ausschließlich Zutaten aus der Region auf den Teller**

sammelte er Auszeichnungen: Als damals einzige Sylter Lokalität wurde es mit zwei Michelin-Sternen sowie 19 Punkten im Gault Millau bedacht. Inzwischen ist Jörg Müller froh, dass er „rechtzeitig die Weichen gestellt hat, um auf der Insel existieren zu können“. Denn heute sei es kaum noch möglich, dort Objekte zu fairen Preisen zu

meine Gänseleber und die Seezungenfilets.“

### BETRIEB IN FAMILIENHAND

Auch mit seinen 73 Jahren ist Jörg Müller offen für Veränderungen. So habe man sich mehr auf die Kernkompetenzen konzentriert. Das Restaurant bleibt nun über Mittag



**Entspannter kann Urlaub nicht sein: Die Hotelanlage bietet neben 22 Zimmern und Suiten auch einen Wellnessbereich – und viel Ruhe**

### Unser typischer Gast freut sich schon im Zug auf meine Gänseleber und die Seezungenfilets.

erwerben. Dass es mittlerweile viele gute Restaurants auf der Insel gibt, stört ihn gar nicht: „All meine Stammgäste kommen immer wieder zu mir, weil sie das schätzen, was wir bieten. Unser typischer Gast freut sich schon im Zug auf

geschlossen, um den Mitarbeitern bessere Arbeitsbedingungen zu bieten. Mit der Digitalisierung möchte er sich selbst nicht mehr beschäftigen. „Das hat meine Tochter übernommen. Das Thema ist wichtig, ob bei Reservierungen,

Buchungen oder Bewertungen. Wir müssen sichtbar sein“, sagt er. Der Betrieb ist fest in Familienhand: Sowohl seine Frau als auch seine beiden Kinder und deren Partner sind dort beschäftigt. Ein Highlight ist für den Chef sein abendlicher Rundgang durch das Restaurant. „Wenn alles serviert ist, spreche ich mit meinen Gästen. Um sie glücklich zu sehen,

stehe ich gern nach wie vor jeden Tag acht bis zehn Stunden in der Küche.“ 2,6 Millionen EUR Umsatz machen Hotel und Restaurant im Jahr. Jörg Müller wünscht sich, dass weiterhin alles so gut läuft wie bisher und er seinen Kindern einen gesunden Betrieb übergeben kann. „Und vielleicht kann ich ja einen von meinen Enkeln überzeugen, auch Koch zu werden.“



**Restaurant mit Authentizität: Willkommen im Pesel, der 'guten Stube' der Friesen**

**Hier treffen norddeutsche Gemütlichkeit und erlesene Küche zusammen**



**Restaurant Jörg Müller GmbH**

Süderstraße 8  
25980 Sylt  
Deutschland

+49 4651 27788  
+49 4651 201471

info@jmsylt.de

www.jmsylt.de



# Eine gute Kombination

Der Modemarkt ist ständig in Bewegung. Wer in diesem Bereich über lange Zeit erfolgreich sein will, muss Augen und Ohren offenhalten und Trends rechtzeitig erkennen – so wie die LadySet Schüssler + Zachmann GmbH aus Aschaffenburg. Das in dritter Generation geführte Familienunternehmen kreiert und produziert seit 81 Jahren Mode für anspruchsvolle Frauen jeden Alters und ist sowohl im Versand- als auch im Fachhandel zu Hause. In jeder Hinsicht eine gute Kombination.

INTERVIEW MIT ...

Mode war bei LadySet Schüssler + Zachmann immer Familiensache. Die beiden Gründer und Namensgeber führten ihre 1938 gegründete Firma nur kurze Zeit gemeinsam. „Herr Zachmann ist im Krieg gefallen und das Unternehmen ging auf die Familie Schüssler über“, berichtet Geschäftsführerin Petra Debus. Später übernahm Gislinde Scheiter, eine der vier Töchter, die Firma gemeinsam mit ihrem Mann. Schon zu dieser Zeit begann die Zusammenarbeit mit dem Versandhaus Quelle. Heute ist ihr Sohn Erich Scheiter Inhaber und Geschäftsführer in dritter Generation. Petra Debus, auch schon seit über 30 Jahren in der Firma,

kümmert sich als Geschäftsführerin um Produktmanagement und Vertrieb. „Die vierte Generation ist ebenfalls schon an Bord: Drei Kinder von Erich Scheiter sind bereits im Unternehmen beschäftigt“, erzählt sie. Mit seinen 80 Mitarbeitern erwirtschaftet LadySet Schüssler + Zachmann einen Jahresum-

individuelle Programme und Themen“, betont Petra Debus.

## MODE FÜR DEN FACHHANDEL

„Das Versandgeschäft ist seit Jahren rückläufig und die Käuferschicht wird immer älter. Deshalb haben wir uns vor vier Jahren

das Modeunternehmen seitdem eine Kollektion im Segment ‘Modern Woman’ an. „Wir wollten uns breiter aufstellen und von den Versendern unabhängiger machen“, erläutert die Geschäftsführerin und fügt hinzu: „Die Mode von BLUEBEERY ist alterslos. Diese Strategie geht bisher gut auf, wir gewinnen ständig neue Kunden hinzu und unsere Produkte werden von den Verbraucherinnen sehr gut angenommen.“ Die Marke überzeugt durch gute Passform, hochwertige Materialien, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und einen weiteren Punkt: „Wir setzen hauptsächlich europäische Stoffe ein und auch die Produktion erfolgt zum größten Teil in Europa, was den Anforderungen der Verbraucherinnen auf ein nachhaltiges Produkt entgegenkommt.“ Mit der zweiten Eigenmarke Adelina bietet LadySet Schüssler + Zachmann Hosen für die reifere Frau an.

---

Wir denken nicht nur in Kollektionen,  
sondern beherrschen unser Geschäft.

---

satz von circa 20 Millionen EUR. „Im Private Label-Segment sind wir echte Profis und entwickeln für unsere Kunden sehr erfolgreich

entschlossen, mit einer Fachhandelskollektion auf den Markt zu gehen“, sagt Petra Debus. Unter dem Namen BLUEBEERY bietet



Die Marke BLUEBEERY ist seit vier Jahren im Fachhandel erhältlich



Alterslos: Kollektionen für Frauen mit Anspruch



BLUEBEERY: Wertige Materialien und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis

## INTERNATIONALISIERUNG AUSBAUEN

„Unseren Kunden ist es wichtig, dass wir langjährige Erfahrungen haben. Wir sind ein verlässlicher Partner und haben eine sehr gute



**Kombinieren leicht gemacht: ein Teil passt zum anderen**



**Die Kollektionen sind so gestaltet, dass die Kundin mit mehreren Teilen ein komplettes Outfit hat**

Lieferperformance. Im Gegensatz zu vielen anderen können wir in acht bis zehn Wochen nachliefern“, hebt Petra Debus hervor. In Tunesien unterhält das Modeunternehmen eine eigene Näherei mit 180 Näherinnen. Die Kunden kommen aus Deutschland, der Schweiz und Österreich und auch in den Niederlanden und Belgien ist LadySet Schüssler + Zachmann mit Außendienst und Handelsvertretern aktiv. Osteuropa, insbesondere Russland, ist ein weiterer wichtiger Markt. Dass das Unternehmen seit Jahrzehnten

**Man muss Visionen haben und zukunftsorientiert denken. Es ist wichtig, immer den Markt zu beobachten, um rechtzeitig auf Veränderungen reagieren zu können.**

erfolgreich ist, habe auch strategische Gründe, sagt sie: „Man muss Visionen haben und zukunftsorientiert denken. Es ist wichtig, immer den Markt zu beobachten, um rechtzeitig auf Veränderungen reagieren zu können.“ Im Versandbereich ist der Kundenstamm stabil. „Man kennt uns“, sagt Petra Debus. Dem Fachhandel hat sich das Unternehmen erst kürzlich

mit Erfolg auf der Fashion-Messe PANORAMA BERLIN präsentiert. Fast überall in Deutschlands sind Handelsvertreter im Einsatz.

### SICHTBARER WERDEN

Viele Mitarbeiter sind dem Unternehmen seit langer Zeit treu, manche seit über 30 Jahren. Petra Debus kann sich erklären, warum:

„Die Arbeitsatmosphäre ist familiär, respektvoll und freundlich. Alle ziehen an einem Strang und wir haben kurze Wege.“ Bei der Personalsuche kamen der Firma besondere Umstände zugute: „In unserer Region haben einige Wettbewerber zugemacht. Von ihnen konnten wir Fachkräfte gewinnen“, erzählt die Geschäftsführerin. „Unser Ziel ist, mit BLUEBEERY zu wachsen. Die Marke soll sichtbarer werden.“

**BLUEBEERY**



**Schüssler + Zachmann GmbH**  
Tel. 06028-97250

LadySet Schüssler + Zachmann GmbH  
Ruchelheimstraße 20  
63743 Aschaffenburg  
Deutschland

+49 6028 97250

+49 6028 8088

info@ladysset.de

www.ladysset.de



**Die Sommerkollektionen von BLUEBEERY: Leichtigkeit meets Lässigkeit**



**Es darf gern farbig sein ...**



**... oder elegant und feminin**



Interview mit Bernd Schnekenburger, Inhaber  
der Stoff Palette Bernd Schnekenburger e. K.

# „Es ist wichtig, am Ball zu bleiben!“

Einen interessanten Schaufensterbummel veranstalten und dabei die Füße hochlegen? Das ist heute in Zeiten des boomenden Onlinehandels für viele Menschen Alltag. Freie Produktauswahl, rund um die Uhr, Lieferung frei Haus: die Kunden haben alles selbst in der Hand. Die Stoff Palette Bernd Schnekenburger e. K. hat bereits vor zehn Jahren den Sprung vom Einzelhandel in das Onlinegeschäft erfolgreich gemeistert und ist mit ihrem breiten Sortiment und hervorragenden Beratungsservices seitdem kontinuierlich auf Wachstumskurs. Inhaber und Geschäftsführer Bernd Schnekenburger sprach mit Wirtschaftsforum über seine Liebe zu Stoffen und das Geheimnis hinter dem Erfolg seines Unternehmens.

INTERVIEW MIT ...

**Stoff Palette Bernd Schnekenburger e. K.**

Schluchweg 2a  
78166 Donaueschingen  
Deutschland

☎ +49 771 15078737

☎ +49 771 92910802

✉ [service@stoff4you.de](mailto:service@stoff4you.de)

🌐 [www.stoff4you.de](http://www.stoff4you.de)



**WF:** Herr Schnekenburger, Sie handeln bereits in zweiter Generation mit Stoffen. Wie ist der Familienbetrieb entstanden?

**Bernd Schnekenburger:** Die Tradition, mit Stoffen zu handeln, reicht weit zurück. Mein Vater kam in der Wirtschaftskrise der 1930er-Jahre durch Zufall in eine Weberei. Er lernte 'von der Pike auf' alles über Stoffe und deren Herstellung. Innerhalb weniger Jahre übernahm er die

Leitung der Weberei. 1962 gründete er gemeinsam mit meiner Mutter die Stoff Palette; erst in der großen Textilkrise in den 1970er-Jahren schwenkte er von der Produktion auf den Handel um und betrieb mehrere Stoffgeschäfte im süddeutschen Raum. Die Liebe zu Stoffen wurde mir in die Wiege gelegt. 1985 begann ich meine Ausbildung zum Kaufmann und übernahm 1995 die Leitung unseres Geschäfts. Seit 2003 verkaufe ich Stoffe online, seit 2008 über unseren Onlineshop. Von dem Fachwissen meiner Eltern und deren langjährigen Erfahrungen und Geschäftsbeziehungen profitiere ich noch heute.

**WF:** Sie haben vor mehr als zehn Jahren den Sprung vom Einzelhandel zum Onlinegeschäft erfolgreich gemeistert. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?



**Bernd Schnekenburger:** Es kann nur derjenige Produkte in seinem Bereich erfolgreich verkaufen, der ein fundiertes Fachwissen hat. Das ist ein langjähriger Prozess. So ist eine erstklassige Produktdarstellung und Beratung gewährleistet und man kann gute Produkte zu

fairen Preisen bieten. Beim Kunden zählt letztlich die Zufriedenheit. Serviceleistungen stellen für Kunden einen Mehrwert dar. Am besten 'made in Germany'.

**WF:** Mittlerweile hat der Wettbewerb im Onlinehandel deutlich zugenom-



men. Wie schaffen Sie es, sich im Markt zu behaupten?

**Bernd Schnekenburger:** Dass etwas gestern noch funktioniert hat, ist keine Garantie dafür, dass es auch morgen noch funktioniert. Es ist wichtig, am Ball zu bleiben. Mehrmals im Jahr besuche ich Fachmessen für Stoffe, e-Commerce und Logistik. Wir haben auch starke und kompetente Partner, die uns Support geben, zum Beispiel im Marketing oder der Programmierung. Wichtig ist die ständige Pflege der zahlreichen Lieferquellen. Nur so können beste Einkaufspreise erzielt werden, die ich an meine Kunden weitergebe. Bei Stoffen gibt es heutzutage unglaublich viele Innovationen, die technischen Eigenschaften der Ware verbessern sich permanent. Wir sind



hier ständig nah am Markt, damit wir unsere Kunden optimale Lösungen liefern können.

**WF:** Sie haben ein breites Sortiment. Was sind Ihre wichtigsten Produktbereiche?

**Bernd Schnekenburger:** Bei uns wird nicht nur die klassische Hobby-schneiderin fündig, sondern auch Kunden aus dem geschäftlichen Bereich, die Spezialstoffe benötigen. Unsere wichtigsten Produkte sind Standardqualitäten wie zum Beispiel Baumwollstoffe, Satin oder Panne-

saat. Des Weiteren fokussieren wir uns auf Segeltuch, Beschattungstoffe sowie Markisenstoffe, Dekostoffe und Gardinestoffe, Leder und Kunstleder, schwer entflammbare Stoffe, Bekleidungsstoffe und technische Gewebe. Außerdem bieten wir einen Zuschneide- und Nähservice an.

**WF:** Welche Ziele und Visionen haben Sie für die Zukunft Ihres Unternehmens?

**Bernd Schnekenburger:** Das Internet wird sich die nächsten Jahre stark

weiterentwickeln und alle Lebensbereiche durchdringen. In diesem Umfeld bieten sich Chancen. Konkret planen wir die bessere Visualisierung von Stoffen mit 3-D-Produktfotos. Jahr für Jahr plane ich ein gesundes Wachstum für mein Unternehmen. Das sichert nicht nur mir, sondern auch meinen Mitarbeitern die berufliche Zukunft. Meine schönste Vision: Der Kunde liefert uns ein digitales Bild seiner Lebenswelt (Wohnung, Büro, Kleidung) und wir unterstützen ihn kreativ und interaktiv dabei, sein persönliches Umfeld optimal zu verwirklichen.



# TESTIMONIALS - ZEUGNISSE ERFOLGREICHER ZUSAMMENARBEIT

Lesen Sie, was Unternehmerinnen und Unternehmer über die Zusammenarbeit mit Wirtschaftsforum sagen, welche Erfahrungen sie mit uns gemacht haben:

“*„Ich habe das angenehme und persönliche Interview sehr geschätzt. Von der Vorbereitung bis zur Veröffentlichung zeichnete sich das Wirtschaftsforum durch eine professionelle journalistische Arbeit aus. Wir haben viele positive Resonanzen aus dem Markt erhalten.“*

**Eduard B. Wagner**

Geschäftsführender Gesellschafter der INSYS Microelectronics GmbH



“*„Das Wirtschaftsforum ist eine informative und fundierte Plattform, die mir täglich einen Überblick über diverse Sparten unserer Wirtschaft gibt. Die Artikel bestechen durch gut recherchierte und kompakt zusammengefasste Berichte. Für die angenehme Zusammenarbeit bedanke ich mich recht herzlich.“*

**Steve Schwenkglens**

Geschäftsführer der Anschutz Entertainment Group Arena Hamburg GmbH



## Kontakte

### Masa GmbH

Masa-Straße 2  
56626 Andernach  
Deutschland

☎ +49 2632 92920  
☎ +49 2632 929211  
✉ info@masa-group.com  
🌐 www.masa-group.com

### M. u. W. Schlecker Elektrische Anlagen GmbH

Scheffeltgasse 3/1  
89077 Ulm  
Deutschland

☎ +49 731 30437  
☎ +49 731 34632  
✉ info@elektro-schlecker.de  
🌐 www.elektro-schlecker.de

### Wilhelm Blessing GmbH & Co. KG

Hermann-Löns-Straße 17  
73760 Ostfildern  
Deutschland

☎ +49 711 348380  
☎ +49 711 3483899  
✉ info@wblessing.de  
🌐 www.wblessing.com

### Kostwein Maschinenbau GmbH

Berthold-Schwarz-Straße 51  
9020 Klagenfurt  
Österreich

☎ +43 463 43204  
☎ +43 463 432044185  
✉ office.klagenfurt@kostwein.at  
🌐 www.kostwein.at

### VEMA Industrie-Verpackung GmbH & Co. KG

Portnerstraße 84  
86356 Neusäss  
Deutschland

☎ +49 821 4605300  
☎ +49 821 4605339  
✉ info@vema-industrieverpackung.de  
🌐 www.vema-industrieverpackung.de

### Restaurant Jörg Müller GmbH

Süderstraße 8  
25980 Sylt  
Deutschland

☎ +49 4651 27788  
☎ +49 4651 201471  
✉ info@jmsylt.de  
🌐 www.jmsylt.de

### LadySet Schüssler + Zachmann GmbH

Ruchelnheimstraße 20  
63743 Aschaffenburg  
Deutschland

☎ +49 6028 97250  
☎ +49 6028 8088  
✉ info@ladyset.de  
🌐 www.ladyset.de

### Stoff Palette Bernd Schnekenburger e. K.

Schluchweg 2a  
78166 Donaueschingen  
Deutschland

☎ +49 771 15078737  
☎ +49 771 92910802  
✉ service@stoff4you.de  
🌐 www.stoff4you.de



**Was immer Sie bewegt – sprechen wir darüber!**

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Ideen in einem persönlichen Interview im nächsten Special-ePaper von Wirtschaftsforum.

**Erfahren Sie mehr über geplante Themen!**

**Ihr Ansprechpartner:**

Andreas Detert  
+49 5971 921640  
media@wirtschaftsforum.de

## IMPRESSUM

**Herausgeber:**

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

**Redaktion:**

Sassestraße 14  
48431 Rheine  
Deutschland  
Tel.: +49 5971 92164-0  
Fax: +49 5971 92164-838  
info@wirtschaftsforum.de  
www.wirtschaftsforum.de

**Chefredakteur:**

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann



# Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Wifo Audio | Sven L. Franzen



**//** *Ständige Erreichbarkeit gilt nur für den Notfall.*

SVEN L. FRANZEN



## Wifo | Audio

**Sven L. Franzen**

Erreichbarkeit als Unternehmer

Smartphone an oder aus? Und was ist mit dem Wann und dem Wo? Wir sprachen mit Sven L. Franzen, CEO der TIGER MARKETING Group, über seine Einstellung zur Erreichbarkeit als Unternehmen



## Wifo | App des Monats Audio

**7Mind: Die Meditations-App**

Entspannt in nur 7 Minuten? Und das per App? Mit 7Mind soll das möglich sein. Die Redaktion von Wirtschaftsforum hat die App zum Ommmm getestet



**Wifo** App des Monats

7Mind:  
Meditations-App



Wirtschaftsforum  
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



## Wifo | Produkttest

**Hokki: Der Bewegungssitz im Wifo-Test**

Besser gut gewackelt, als schlecht gegessen. Das Wifo-Team hat den Hokki auf seine Bürotauglichkeit geprüft.



**WiFo to go auf  YouTube**