



Starker Mittelstand

Interview:

Ein neuer, starker Auftritt

mit Stefan Becker, Geschäftsführer
der Abeba Spezialschuh-Ausstatter GmbH, Seite 04

Porträts:

- › **KNAPP Smart Solutions GmbH**, Seite 08
- › **W.AG Funktion + Design GmbH**, Seite 16



STARK IN EUROPA

VISIONEN WERDEN WIRKLICHKEIT

**Kofferlösungen komplett aus
einer Hand – Made in Germany**

- Seit 1992 in Geisa/Rhön
- 200 Mitarbeiter, 7 Auszubildende
- 3,5 Mio. Koffer & Boxen p. a.
- Nahezu 100 Spritzgusskoffertypen
in 6 Baureihen
- Einzigartiges Rundum-Paket an
Inhouse-Kompetenzen
- Alles aus einer Hand

Starker Mittelstand

04



Stefan Becker, Geschäftsführer
der Abeba Spezialschuh-Ausstatter GmbH

06



Dirk Bernhard, Site Director/COO
der Gustav Berning GmbH & Co. KG und der Prinsen Berning

08



Christopher Thielen, Geschäftsführer
der KNAPP Smart Solutions GmbH

10



Alexander Wachter, Geschäftsführer
der Triton Water GmbH

12



Dirk Breitzkreuz, Vorstand
der Virtimo AG

14



Sebastian Adams, jun. Geschäftsführer und **Reinhard Adams**, sen. Geschäftsführer
der ADAMS Holzbau - Fertigung GmbH

16



Bertram Göb, Geschäftsführender Gesellschafter
der W.AG Funktion + Design GmbH

18



Sandra Dax, Co-CEO
der AUTODOC SE

20



Thomas Himmighofen, Director
der KAWASAKI Gas Turbine Europe GmbH

22



Christina Daume, Geschäftsführerin und **Janina Nipkow**, Ass. der Geschäftsführung und Qualitätssicherung
der Daume Stanztechnik GmbH

25

Kontaktdaten

Ein neuer, starker Auftritt



Interview mit
Stefan Becker,
Geschäftsführer
der Abeba Spezialschuh-
Ausstatter GmbH

Protector – zuverlässig, wenn Sicherheit gefragt ist



Dank innovativer Technologien und hochwertiger Materialien entstehen Sicherheitsschuhe, auf die man sich verlassen kann

Manche Schuhe sind Schuhe. Und manche sind mehr als 'nur' Schuhe. Sie verkörpern einen bestimmten Lifestyle, lösen Emotionen aus. Schuhe der Marke Abeba sollen genau das sein – mehr als 'nur' eine bekannte, etablierte Marke auf dem ESD-Markt, eine moderne Marke, mit der Offenheit, Mut und Umweltbewusstsein assoziiert werden.

Wirtschaftsforum: Herr Becker, Sie sind seit gut zwei Jahren Geschäftsführer der Firma Abeba Spezialschuhe und haben vorher viele Jahre für verschiedene internationale Branchenplayer gear-

beitet. Wo lag für Sie der Reiz, zu Abeba zu gehen?

Stefan Becker: Abeba ist eine bekannte Marke für Berufs- und Sicherheitsschuhe, die überall dort

eingesetzt werden, wo Sicherheit und Hygiene wichtig sind. Das sind Bereiche wie die Lebensmittelindustrie, Horeca, Pflege oder Bauindustrie. Die Marke war bekannt, aber in die Jahre gekom-

men. Meine Aufgabe war, frischen Wind in das Unternehmen zu bringen, es zu modernisieren und fit für die Zukunft zu machen. Man sollte sehen, dass Abeba mehr als bequeme Krankenhausschuhe ist.



Leicht, komfortabel, langlebig – Militärstiefel der Marke Grom



Abeba – rutschfeste medizinische Clogs

Ich habe das Potenzial des Unternehmens gesehen und die Aufgabe sehr gern angenommen.

Wirtschaftsforum: Abeba ist Teil einer Gruppe. Wie sieht diese aus?

Stefan Becker: Abeba ist in Deutschland eine eigenständige GmbH, gehört aber zu einem polnischen Mutterkonzern. 2007 wurde Abeba von der polnischen Firma Protektor übernommen. Im Oktober 2021 entstand die Abeba Group mit den Marken Abeba, Protektor und Grom. Protektor steht für Sicherheitsschuhe, Grom für Militärstiefel, Abeba für den Bereich ESD. Agierte vorher jede Marke für sich, kam es fortan zu einer Bündelung, einem gemeinsamen Auftritt mit dem Ziel, einen Wiedererkennungswert zu schaffen. Durch die Symbiose von Mutter und Tochter ergeben sich für uns ganz neue Möglichkeiten zu agieren. Mit einem breiteren Portfolio können wir sämtliche Branchen bedienen.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen stellten sich bei der Neuausrichtung?

Stefan Becker: Wir haben ein komplettes Rebranding angestoßen, inklusive neuem Logo und Schriftzug. In einer coronabedingt schwierigen Zeit haben wir investiert, um die Strahlkraft der Marke mutig nach außen zu tragen. Dazu zählte auch, eine neue Marketingabteilung zu etablieren, durch einen stärkeren Fokus auf Social Media jüngere Kunden anzusprechen oder mit Influencern zusammenzuarbeiten. Weil die Branche dennoch relativ konservativ bleibt, setzen wir nach wie vor auf den klassischen Vertrieb, der Kunden vor Ort besucht. Mit der Neuausrichtung ging auch ein kultureller Wandel einher. Ab 2020 haben wir uns den verschiedenen Kulturen und Denkweisen angenähert, uns ausgetauscht und ergänzt. Anfangs waren die Leute wenig offen, es gab eine große Distanz zur Geschäftsführung. Ich selbst bin ein absolut offener Mensch mit großem Respekt für jeden Mitarbeiter; genau das

erwarte ich von jedem anderen. Heute herrscht ein ganz anderes Klima und Mindset. Wir sind zu einer Gruppe zusammengewachsen und sehr stolz darauf.

Wirtschaftsforum: Wie ist die Gruppe aufgestellt?

Stefan Becker: In St. Ingbert sind 50 Mitarbeiter tätig; wir sind für die komplette Logistik verantwortlich und versenden in die ganze Welt. Die Produktion findet in Polen und an zwei Standorten in Moldawien statt. Zudem gibt es mit Abeba France eine Vertriebsniederlassung in Frankreich. Insgesamt sind um die 400 Mitarbeiter bei der Abeba-Gruppe beschäftigt, der Umsatz liegt bei 28 Millionen EUR und hat sich in den vergangenen Jahren konstant positiv entwickelt.

Wirtschaftsforum: Abeba ist das Zugpferd innerhalb der Gruppe. Was macht die Schuhe so besonders?

Stefan Becker: Abeba ist Inbegriff für Qualität. Wir verarbeiten

gute Materialien, die Schuhe sind langlebig, man kann sich auf sie verlassen. Das stärkt das Vertrauen der Verbraucher in die Marke. Letztlich kann man das Rad nicht neu erfinden, ein Schuh bleibt immer ein Schuh, dennoch arbeiten wir konstant an Verbesserungen. Ein Thema sind intelligente Schuhe, die mit einem Mikrochip versehen sind, um den Träger im Notfall orten zu können. Es sind jedoch nicht allein die Schuhe, die uns erfolgreich machen. Es sind vor allem die motivierten, leistungsbereiten Mitarbeiter in jeder Abteilung, die verstanden haben, dass Veränderungen notwendig sind.



KONTAKTDATEN

Abeba Spezialschuh-Ausstatter GmbH
Schlackenbergstraße 5
66386 St. Ingbert
Deutschland
☎ +49 6894 3103100
✉ +49 6894 3074
abeba@abeba.de
www.abeba.de

Himbeer-Joghurt-Riegel: Proteinreicher Riegel mit einer Karamellschicht, gespickt mit Crispies. Hoher Proteingehalt, niedriger Zuckergehalt



Eiweißreiche Ernährung für Aktive

Die Gustav Berning GmbH & Co. KG aus Georgsmarienhütte ist der Inbegriff eines Hidden Champion. Als einer der drei größten Entwickler und Hersteller von Proteinriegeln in Deutschland sind ihre Produkte in den Regalen von Drogerien, Supermärkten und Fitnessstudios im In- und Ausland zu finden – nur nicht unter dem eigenen Markennamen. Stattdessen beliefert das Unternehmen als Co-Manufacturing-Partner Kunden in mehr als 60 Ländern der Welt. Als Teil der deutsch-niederländischen Prinsen Berning-Gruppe hat sich das Unternehmen weiteres Wachstum auf die Fahne geschrieben.

Der Markt für eiweißhaltige Nahrungsmittel boomt mit einem zweistelligen Wachstum, das die wachsende Begeisterung der Verbraucher für den praktischen Nutzen und die gesundheitlichen Vorteile insbesondere von Proteinriegeln widerspiegelt. Was ursprünglich den Bodybuildern in den Fitnessstudios vorbehalten war, hat den Mainstream erreicht und setzt sich mit einer ständig wachsenden Vielfalt von Produkten durch, die sich an ein immer breiteres Zielpublikum richten.

Der Markt boomt weiter

„Die Verbraucher im Sportsegment bevorzugen den Kauf von Proteinriegeln für verschiedene Zwecke, wie zum Beispiel Gewichtsmanagement, Aufbau von Muskelmasse und Steigerung

der Energie“, so Site Director der Gustav Berning GmbH & Co. KG und der Prinsen Berning-Gruppe Dirk Bernhard, der seit Anfang 2019 im Unternehmen ist und zuvor leitende Stellen in der Produktion bei großen Unternehmen wie Mondelez und Kraft innehatte. „Außerdem haben Marketingkampagnen von Fitnessclubs für Proteinriegel als Ersatz für Mahlzeiten den Absatz dieser Produkte in die Höhe schnellen lassen.“ Mit der zunehmenden Zahl von Fitnessclubs und dem steigenden Bewusstsein für Proteinriegel wird erwartet, dass der Markt in den kommenden Jahren einen weiteren Anstieg der Nachfrage verzeichnen wird. Bedeutend ist jedoch das erwartete Wachstum bei gesundheitsbe-



wussten Verbrauchern aller Altersgruppen, für die eiweißangereicherte Lebensmittel interessant sind. „Der Trend geht eindeutig hin zu Convenience“, bestätigt Dirk Bernhard. „Hier können wir ein sehr interessantes Produktportfolio für den Retail-Bereich anbieten.“

Entstehung eines Hidden Champion

Die Firma Gustav Berning wurde vor mehr als 100 Jahren als Prali-

Interview mit



Dirk Bernhard,
Site Director/COO
der Gustav Berning GmbH
& Co. KG und der Prinsen
Berning

nenhersteller gegründet. In den frühen 1980er-Jahren erkannte das Unternehmen das Potenzial des Fitnessstudio-Trends und begann mit der Herstellung von Proteinriegeln. Schon bald wurden die Produktionskapazitäten ausschließlich für die Herstellung von Eiweißriegeln genutzt. Im Jahr 2017 fusionierte das Unternehmen mit den niederländischen Unternehmen Prinsen B.V., einem Turnkey-Hersteller pulverförmiger

Instant Food-Lösungen und eiweißreiche Snacks für die aktive Ernährung



PRINSEN BERNING

Active Nutrition

KONTAKTDATEN

Gustav Berning GmbH & Co. KG
Alte Heerstraße 1
49124 Georgsmarienhütte
Deutschland
☎ +49 5401 86400
✉ +49 5401 45544
contact@prinsenberning.com
www.prinsenberning.com

Nahrungsprodukte, und Royal Buisman B.V., einem Hersteller natürlicher Karamellbestandteile, zur Prinsen Berning-Gruppe. „Wir verfolgen eine One-Stop-Shop-Strategie“, erklärt Dirk Bernhard. „Viele unsere Kunden beziehen sowohl Proteinriegel als auch Proteinpulver von der Gruppe.“

Breites Produktspektrum

Dank seiner langjährigen Erfahrung ist das Unternehmen zu einem führenden Hersteller in dieser Nische avanciert. „Wir entwickeln die Riegel selbst und haben inzwischen mehr als 360 verschiedene Rezepturen“, berichtet Dirk Bernhard. „Oft können Kundenwünsche bereits mit kleinen Änderungen an bestehenden Rezepten erfüllt werden. Die Entwicklung eines neuen Riegels dauert abhängig von der Produkttechnologie dagegen mindestens sechs Monate.“

Geschmack geht vor

Die Nachfrage nach besonderen Nährwertprofilen in einem schmackhaften, sättigenden Riegel stellt das neunköpfige Entwicklungsteam insbesondere bei

Mahlzeitenersatzprodukten vor besondere Herausforderungen. „Da ein Trend hin zu veganen Riegeln zu beobachten ist, experimentieren wir mit pflanzlichen Proteinen“, erklärt Dirk Bernhard. „Einer der größten kommenden Trends sind zuckerarme Riegel. Hier suchen wir nach Alternativen wie Maltit-Schokolade, die weniger Zucker enthält. Auch die Textur ist wichtig, weshalb wir mehrschichtige Riegel anbieten, die zum Beispiel eine Kirschkaramellschicht mit gepufften Crispies kombinieren.“ Darüber hinaus beeinflussen Geschmacksvorlieben in verschiedenen Ländern die Produktentwicklung. „In Großbritannien und Skandinavien sind die Geschmackskombinationen zum Beispiel etwas gewagter“, weiß Dirk Bernhard. „In der Produktentwicklung wird es nie langweilig.“

Flexible Produktion

Mit fünf separaten Produktionslinien in drei Gebäuden und einem Drei-Schicht-Betrieb rund um die Uhr laufen jedes Jahr Millionen von Proteinriegeln vom Band. Nachhaltigkeit ist in der Produktion ein zentrales Thema. „Unser

Karton ist FSC-zertifiziert und unsere Schokolade ist von der Rainforest Alliance zertifiziert“, sagt Dirk Bernhard. „Qualität und Umweltschutz sind Teil unserer DNA. Unser Hauptangriffspunkt ist die Verpackungsfolie. Es laufen zurzeit Tests, um die Haltbarkeit von Riegeln, die in Papier verpackt sind, zu messen.“

Globaler Markt

Rund 70% des Jahresumsatzes von über 100 Millionen EUR werden im Auslandsgeschäft erzielt. „Wir liefern in 60 Länder der Welt“, bestätigt Dirk Bernhard. „Historisch gesehen sind Großbritannien und die Beneluxländer wichtige Märkte. Im Kommen sind Deutschland und Skandinavien. Wichtige Märkte für die Zukunft sind die USA, der Nahe Osten und Asien. Wir gehen dorthin, wo unsere Kunden hingehen.“ Ohne eigene Marke ist das Unternehmen stark von den Kunden abhängig. „Wir sehen unseren Status eines Hidden Champion als Stärke“, sagt Dirk Bernhard. „Ein bisschen mehr Bekanntheit würde uns aber bei der Nachwuchsgewinnung helfen.“



In der modernen Produktionsstätte in Georgsmarienhütte laufen jedes Jahr Millionen von Proteinriegeln vom Band

Smarte Lösungen mit Hirn und Herz

Apotheken standen in der Coronapandemie vor großen Herausforderungen. Sie mussten Schutzmasken, Desinfektionsmittel, Schnelltests und Impfstoffe liefern, neue gesetzliche Vorgaben erfüllen, Menschen in Quarantäne sicher mit Medikamenten versorgen und hatten gleichzeitig mit Personal- und Lieferengpässen zu tun. Mit der KNAPP Smart Solutions GmbH konnten sie dabei auf einen verlässlichen Partner bauen.



Wirtschaftsforum: Herr Thielen, die KNAPP Smart Solutions GmbH hat sich mit technologisch ausgereiften Kommissionierautomaten bei niedergelassenen Apotheken und Großhändlern einen Namen gemacht. Sie sind seit Oktober 2019 für das Unternehmen

tätig und haben Anfang 2020 die Geschäftsführung übernommen. Wie haben Sie die vergangenen Jahre mit Pandemie und Krieg in der Ukraine erlebt?

Christopher Thielen: Corona war für KNAPP Smart Solutions sehr

herausfordernd. Apotheken, unsere wichtigste Zielgruppe, waren zunächst in einer Art Ausnahmezustand, wurden dann aber sehr kreativ. Wir konnten unsere Kunden rund zwei Monate nicht besuchen, wurden dann aber Teil der kritischen Infrastruktur. Weil wir

Stores immer ganzheitlich, das heißt aus verschiedenen Perspektiven betrachten, haben wir in der Zeit mit Apotheken vor allem darüber gesprochen, dass Kunden sich bei ihnen wohl und sicher fühlen sollen. Viele haben den Bedarf an Kommissionierautomaten



Interview mit



*Christopher Thielen,
Geschäftsführer
der KNAPP Smart Solutions
GmbH*



KONTAKTDATEN

KNAPP Smart Solutions GmbH
Uferstraße 10
45881 Gelsenkirchen
Deutschland
☎ +49 209 941170
✉ +49 209 9411717
kso.marketing@knapp.com
www.apostore.com



24/7
Terminal
– Synonym
für eine verlässliche
Versorgung
zu jeder Zeit



A
1000
– hier stimmen
Preis und
Leistung; ideal
für deutschsprachige
Apotheken

gespürt, die Nachfrage zog an und wir konnten in den bestehenden Märkten wachsen. Was den Krieg betrifft, ist die Materialverfügbarkeit das zentrale Thema. Weil es viele kritische Komponenten einfach nicht gab, haben wir in der Konstruktion und Entwicklung rund um die Uhr nach alternativen Lösungen gesucht. Heute stehen wir vor der Aufgabe, einen riesigen Auftragsbestand schnell und gut abzarbeiten. Material ist inzwischen besser verfügbar, allerdings teurer. Zudem fehlt heute das Personal.

Wirtschaftsforum: KNAPP Smart Solutions hat über 140 Mitarbeiter, der Umsatz ist in den vergangenen Jahren von 33 auf 40 Millionen EUR gestiegen. Wie sieht das Produktportfolio aus, das für dieses Wachstum mitverantwortlich ist?

Christopher Thielen: Flaggschiffprodukte sind zum Beispiel die meist in Kliniken und dem Pharmagroßhandel eingesetzten Automaten A 2000 und A 3000. Sie sind 22 m

lang, 3,60 m hoch und haben zwei Greifarme mit einer Geschwindigkeit von 3,5 m pro Sekunde. Die Hälfte aller Verkäufe entfällt auf den A 1000, der perfekt die Bedürfnisse deutschsprachiger Apotheken erfüllt. Preis und Leistung stimmen, zudem ist der Automat flexibel anpassbar. Flexibilität ist auch bei dem modularen Automaten Cube das wichtigste Charakteristikum; Cube eignet sich insbesondere für kleine Apotheken.

Wirtschaftsforum: Gibt es bestimmte Trends, die momentan die Produktentwicklung beeinflussen?

Christopher Thielen: Ein wichtiger Treiber der Branche ist das elektronische Rezept, das großen Einfluss auf die Rezeptbestellkommissionierung nimmt. Bestellungen können ganz anders geplant und vorbereitet werden. In der Pandemie sind digitale Lösungen verstärkt in den Vordergrund getreten. Wir haben mit dem 24/7-Terminal eine Lösung entwickelt, die es dem Patienten ermöglicht, rund um die Uhr Rezep-

te oder Ware abzuholen. Für frei verkäufliche Ware kann ein Webshop integriert werden. Selbst für Beratungen via Videokonferenzen eignet sich das Terminal.

Wirtschaftsforum: Sind es allein die technologisch ausgereiften, immer smarter werdenden Produkte, die den Unternehmenserfolg ausmachen, oder gibt es mehr?

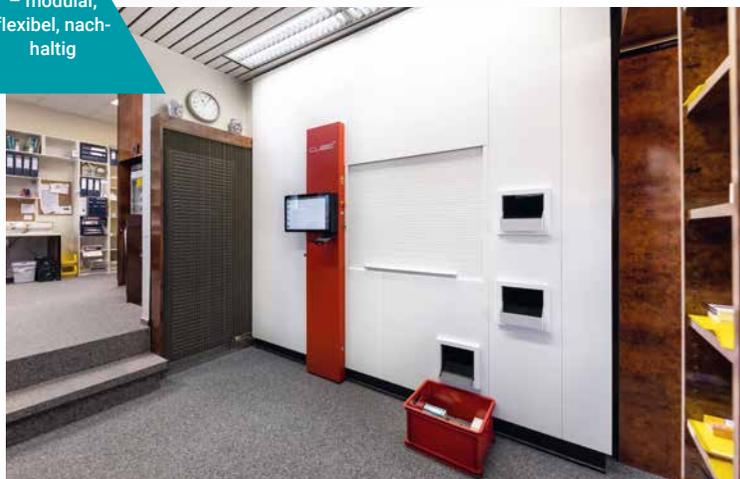
Christopher Thielen: Unsere Lösungen sind bis zum Ende durchdacht. Unsere Kommissionierautomaten sind beispielsweise so konzipiert, dass keine Klimalage notwendig ist. Die Abwärme gelangt nicht in Innenräume, wo Medikamente gelagert werden. Nachhaltigkeit ist ein weiteres Asset. Der Cube kann an verschiedenen Orten eingesetzt werden, die Hülle ist langlebig und geht nicht kaputt. Die hochwertigen Materialien verlängern die Betriebsdauer auf Jahrzehnte. Wir bieten Überholungen und Updates an, die nachts erfolgen, sodass die Apotheken tagsüber normal arbeiten können. Nach einer Woche sind die Auto-

maten technisch wieder up to date und bereit für die nächsten zehn oder mehr Jahre. Auch das Energiemanagement ist sehr nachhaltig. Nicht zuletzt setzen wir uns mit unserem Beratungsansatz, der sehr persönlich ist, vom Markt ab. Für uns stehen immer die Menschen im Vordergrund.

Wirtschaftsforum: Zeichnen sich besondere Herausforderungen für die Zukunft ab?

Christopher Thielen: Der Hauptfokus liegt auf der Digitalisierung; unsere Lösungen müssen noch smarter werden, für Kunden Daten bereitstellen und daraus Maßnahmen ableiten. Unsere Automaten sind immer mit dem Warenwirtschaftssystem der Kunden verbunden. In ihnen steckt das Hirn, wir sind das Herz. Zusammen muss man funktionieren, damit die beste Lösung für Kunden entsteht. Da wir in Zukunft internationaler aufgestellt sein wollen, werden wir hier unsere Strategie weiter vorbereiten und aufgleisen.

Cube
– modular,
flexibel, nach-
haltig



Zwei
Greifar-
me arbeiten
mit Geschwin-
digkeiten von 3,5 m
pro Sekunde

A
3000
– leis-
tungsstarke
Komplettlösung mit
Kapazitäten von bis zu
40.000 Packungen



„Wasserverfügbarkeit wird die Unternehmen beschäftigen“

Interview mit
Alexander Wachter,
Geschäftsführer
der Triton Water GmbH



Produzierenden Unternehmen, die Wasser zu Kühl- oder Heizzwecken benötigen, steht die Triton Water GmbH mit Chemikalien, Serviceleistungen und Anlagentechnik zur Seite. Der Wasserbehandler aus Norderstedt verhilft ihnen damit nicht nur zur richtigen Wasserqualität, sondern auch zur Ressourceneinsparung – ein Thema, mit dem sich alle produzierenden Unternehmen schon heute auseinandersetzen sollten, findet Geschäftsführer Alexander Wachter. Mit Wirtschaftsforum sprach er darüber, warum das Thema Wasserverfügbarkeit in Zukunft alle betreffen wird.

Wirtschaftsforum: Herr Wachter, wie hat sich Ihr Unternehmen in jüngster Zeit entwickelt?

Alexander Wachter: Aktuell befinden wir uns im Wandel von einem Lieferanten von Spezialchemikalien und Service zu einem Unternehmen, das seinen Kunden Mehrwert bietet, indem es ihnen hilft, Energie, Wasser und Chemikalien zu sparen. Dabei setzen wir auch viel stärker auf Digitalisierung. Bisher sind wir noch nicht im gesamtdeutschen Raum vertreten, das möchten wir aber in den nächsten Jahren ändern. Dafür planen wir einen weiteren Standort und erweitern unsere Teamstärke.

Wirtschaftsforum: Wie verändert sich Ihr Produktportfolio? Gibt es beispielsweise neue Produkte?

Alexander Wachter: Wir setzen stärker auf Digitalisierung und

Mess- und Regeltechnik. Da die Regulierungen für Chemikalien immer mehr zunehmen, wird das Chemikalienportfolio eher ausgedünnt als erweitert. Wir haben dennoch ein wesentlich breiteres

Produktportfolio als die meisten Marktbegleiter. Was uns hauptsächlich unterscheidet, ist unsere Kompetenz beim Einsatz von Chemikalien und der Kontrolle der Ergebnisse. Das Messen von Wasserparametern, der Service als Reaktion darauf und die Optimierung sind Themen, die heute bereits stark nachgefragt sind. Auf sie fokussieren wir uns. Beratungsleistungen und Service werden in Zukunft immer wichtiger.

Wirtschaftsforum: Was macht Ihrer Meinung nach Triton Water so erfolgreich?

Alexander Wachter: Wir sind sehr kundenorientiert und haben eine



Service wird bei Triton Water großgeschrieben



TRITON® WATER

KONTAKTDATEN

Triton Water GmbH
Werkstraße 2b
22844 Norderstedt
Deutschland

☎ +49 40 41361550

✉ +49 40 413615520

info@triton-water.de

www.triton-water.de

Chemikalien zur Wasserbehandlung optimal eingesetzt: Triton Water bietet Mehrwert

hervorragende Kundenbetreuung. Zudem sind wir sehr schnell und flexibel in der Auftragsannahme und in der Produktion. Entsprechend hoch ist die Zufriedenheit unserer Kunden, die uns in unseren Umfragen fast immer Bestnoten geben. Sie ist die Basis für unser Wachstum, denn darauf können wir aufbauen.

Wirtschaftsforum: Wie beurteilen Sie die aktuelle Marktentwicklung der Branche?

Alexander Wachter: Der Industriestandort Deutschland ist rückläufig, Investitionen und Neubauten gehen zurück. Das sehe ich mit Sorge. Die Krisen der vergangenen Jahre haben nicht gerade für Aufbruchstimmung gesorgt. Die Unsicherheiten sind spürbar.

Wirtschaftsforum: Welche Themen treiben Sie persönlich besonders um?

Alexander Wachter: Wassereinsparung und der Mehrwert, den wir bieten können, sind Themen, die mich sehr beschäftigen und auf die wir das Unternehmen ausrichten wollen. Wasser ist immer weniger verfügbar. Selbst in Deutschland haben wir inzwischen Dürreregionen. Es ist eine Frage der Zeit, bis Industrie und Landwirtschaft Wassernutzungsaufgaben bekommen werden, das wird schneller als gedacht kommen. Denn die Klimaentwicklung verläuft exponentiell. Viele Gemeinden haben schon Auflagen für Privatleute erlassen. Am Ende trägt der Staat die Verantwortung dafür, dass Wasser in Deutschland in ausreichender Menge zur Verfügung steht. Bei den Unter-

nehmen, die sich schon heute hohe Wassereinsparziele gesetzt haben, rennen wir bereits offene Türen ein. Die anderen wollen wir noch überzeugen.

Wirtschaftsforum: Welche weiteren Pläne und Ziele haben Sie für Triton Water?

Alexander Wachter: Mein Ziel ist, das Thema Mehrwert stärker als Triton-Water-Kultur zu etablieren, die im gesamten Unternehmen umgesetzt wird. Zum anderen möchte ich das Unternehmen stärker im gesamtdeutschen und längerfristig im gesamten deutschsprachigen Raum sehen. Ein wichtiger Aspekt ist dabei, ein zufriedenes Team zu haben, das an einem Strang zieht. Unser Team besteht aus sehr erfahrenen, bestens geschulten Mitarbeitern und aus neuen jungen

Kollegen, die von der Erfahrung profitieren, die Kultur von Triton Water weitertragen, aber auch um neue eigene Impulse bereichern.

Wirtschaftsforum: Verraten Sie uns zum Schluss noch, was Ihr persönlicher Antrieb für Ihre Arbeit ist?

Alexander Wachter: Stillstand bedeutet in den meisten Fällen Rückschritt. Ich möchte Dinge entwickeln und damit Geld verdienen, das fair verteilt wird. Mein Wunsch ist deshalb, ein wirtschaftlich starkes und agiles Unternehmen zu schaffen, das der Belegschaft auch viel zurückgibt.

„Wir bieten unseren Kunden erlebbaren Mehrwert!“

Die Referenzliste der Virtimo AG liest sich wie ein Who's who von Spitzenunternehmen. Bosch, Siemens und Thyssengas finden sich dort ebenso wie Hagebau, Obi und Edeka. Obwohl aus unterschiedlichen Branchen, nutzen sie auf ihrem Weg in die digitale Transformation doch alle die Kompetenz und langjährige Erfahrung des Berliner IT-Unternehmens. Dabei stehen die individuellen Anforderungen der Kunden ebenso im Fokus wie sichere und bedienerfreundliche Lösungen.

„Verbindlichkeit, Vertrauen und Innovationsfähigkeit gehören ebenso zu uns wie menschliches Miteinander, ein hoher Eigenanspruch sowie Sicherheit“, sagt Dirk Breitkreuz, Vorstand der Virtimo AG. „Wir bieten unseren Kunden einen erlebbaren Mehrwert.“ Dieser Mehrwert für den Kunden basiert auf zwei Hauptsäulen: zum einen der beim Kunden vor Ort implementierten Digitalization Suite zur Umsetzung digitaler

Lösungen. Die zweite Säule bildet die Digitalization Cloud, bei der Virtimo die komplette Softwareplattform in der Cloud bereitstellt und betreibt. Darauf aufbauend gibt es individuelle digitale Lösungen für einzelne Unternehmen wie etwa eine Energiesicherheitsplattform oder auch Portale für große deutsche Handelsunternehmen. Hier kombiniert Virtimo als Manufaktur gewissermaßen eigene, vorge-

fertigte Produkte mit individuellen Entwicklungen gemäß den speziellen Kundenbedürfnissen. Einen anderen Ansatz verfolgt der Virtimo Communication Service [VICOS]. Als skalierbarer Shared Service zur kompletten Abbildung der Marktkommunikation für die Energiewirtschaft konzipiert, wird dieser mittlerweile von einer zweistelligen Anzahl von Kunden genutzt. Virtimo bietet branchenübergreifend Lösungen an, neben

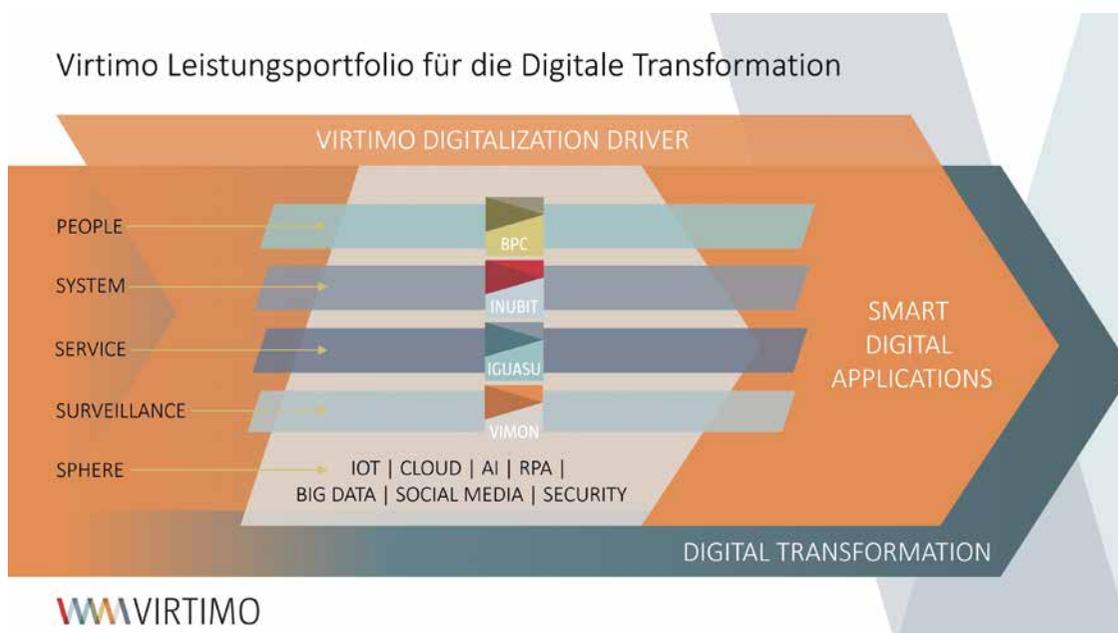


Interview mit
Dirk Breitkreuz,
Vorstand
der Virtimo AG

dem Energiesektor kommen die Kunden hauptsächlich aus der Automobilindustrie, Technik und Logistik, Handelsunternehmen sowie Versicherungen.

Als digitale Plattform gestartet

Das 2010 von Vorstand Christoph Fuchß gegründete Unternehmen startete als digitale Plattform und Anbieter von Services. Erste Produkte waren ein Content Management System sowie eine digitale Pressemappe als Online-tool. In der zweiten Phase wurden digitale B2B-Lösungen für Industrieunternehmen entwickelt. Vor drei Jahren startete mit der Übernahme des Produkts INUBIT von Bosch die dritte Phase. INUBIT ist heute Part der Virtimo Digitalization Suite. Virtimo hat seinen Sitz in Berlin, etliche der 60 Mitarbeiter arbeiten jedoch auch von zu Hause aus. Hinzu kommen 50 Beschäftigte von Bosch in Indien, die ausschließlich für Virtimo tätig



WIRTSCHAFTSFORUM VIRTIMO

KONTAKTDATEN

Virtimo AG
Behrenstraße 18
10117 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 55574400
✉ +49 30 555744099
hello@virtimo.de
www.virtimo.de

sind. Eigentümer von Virtimo sind Firmengründer Christoph Fuchß sowie private Anteilseigner.

Umfassend nachhaltig

Mit einem Anteil von 95% ist die DACH-Region der wichtigste Markt. „Unsere Bestandskunden betreuen wir sehr intensiv“, beschreibt Dirk Breitkreuz. „Das geschieht unter anderem durch Workshops, Onlinekonferenzen sowie Präsenz- und Digitalveranstaltungen, zum Beispiel unsere Virtimo Visions, die einmal jährlich stattfindet und immer einen schönen Austausch ermöglicht.“ Zudem präsentiert sich Virtimo auf Messen wie der E-world für Energieversorger in Essen. Vom Tag der Gründung an war Virtimo immer mit einem hohen Digitalisierungsgrad unterwegs. Dieser umfasst auch die Produktentwicklung, bei der eine Vielzahl von digitalen Services genutzt wird. „Dabei hat natürlich die Sicherheit oberste Priorität, was wir auch durch unsere Zertifizierung nach ISO 27001 ausdrücken.“ Nicht minder bedeutsam als die Digi-

talisierung ist das Thema Nachhaltigkeit. Das gilt sowohl für die Umwelt als auch im Hinblick auf unternehmerische Nachhaltigkeit. So werden Kunden fast ausschließlich mit der Bahn besucht und viele Projekte sind langfristig ausgerichtet. „Alles, was wir angehen, zieht sich über viele Jahre“, betont der Vorstand. „Von unserer DNA her haben wir viele Merkmale eines Familienunternehmens.“ Das zeigt sich auch – ebenso wie bei den Kunden – innerhalb der Firma, wo das menschliche Miteinander eine ganz wichtige Rolle spielt. Dabei legen die Führungskräfte großen Wert darauf, dass auch sie Mitarbeiter sind und gerne im Team mit den anderen zusammenwirken. Was die kommenden Jahre betrifft, so möchte Virtimo seine Cloud-Lösungen sowie Software as a Service weiter ausbauen, neue Kunden gewinnen und auch weiter innovativ unterwegs sein.

Jetzt anrufen!
(+49) 5971 92164-0
Wir informieren Sie gerne.

NUMMER 1

Interviews mit Geschäftsführern und Managern

Jeden Monat mehr als
10 Millionen
Einblendungen bei GOOGLE
(Quelle: GOOGLE - Stand: September 20)

W

Folgen Sie
uns auf
Facebook

[hier klicken](#)

Bauen mit Holz: Nachhaltiger geht es nicht!

Am Anfang stand eine Zimmerei: Holz bestimmt Leben und Arbeit der Familie Adams seit über 125 Jahren. Auch heute noch ist das Unternehmen seinen Wurzeln treu, hat sich aber mit der Fertigung von Holzrahmenbauelementen für eine große Bandbreite an Einsatzgebieten ein Feld erschlossen, das zunehmend wichtig wird. Mit den Geschäftsführern Reinhard und Sebastian Adams sprachen wir über eine rasante Entwicklung und des Handwerks goldenen Boden.

Wirtschaftsforum: Herr Adams, Ihr Familienunternehmen besteht inzwischen in 5. Generation – wie kam Familie Adams zum Holzbau und was hat sich im Unternehmen über diesen langen Zeitraum getan?

Sebastian Adams: 2021 hatten wir unser 125-jähriges Firmenjubiläum – die ältesten Unterlagen belegen 1896 als Gründungsjahr. Die Geschichte unseres Standortes hier in Niederzissen begann mit einem Grundstück, das mein Großvater in den 1960er-Jahren erwarb. Entgegen dem ursprünglichen Plan, die Zimmerei im Ortskern zu etablieren, siedelte er den Betrieb auf dem etwas außerhalb liegenden Grundstück an. Damit legte er den Grundstein dafür, dass wir uns bis heute auch flächenmäßig weiterentwickeln können, da genügend Platz für Erweiterung zur Verfügung steht. Bereits zu einem recht frühen Zeitpunkt, als sich die Holzrahmenbauweise in Deutschland zu etablieren begann, stiegen wir in den Bau von Holzrahmenelementen ein. Das betreiben wir bis heute und bauen Ein- und Mehrfa-



Zwei Köpfe, ein Team: Reinhard Adams als Senior Chef und sein Sohn Sebastian Adams verkörpern im Familienunternehmen die 4. und 5. Generation. Seit mehr als 125 Jahren ist das Unternehmen dem Holzbau treu

milienhäuser sowie Gewerbe- und Industriegebäude oder kommunale Objekte.

Reinhard Adams: Die Vorfertigung von Holzrahmenelementen war Mitte der 1990er-Jahre tatsächlich ein wichtiger Schritt für uns: Schon Anfang der 2000er-Jahre gingen die Zimmereiaufträge aus der klassischen Bauwirtschaft – Holzkonstruktionen für Hallen, Dachkonstruktionen für Wohnhäuser – zurück, sodass der Holzrahmenbau unser wichtigstes Standbein wurde.

Wirtschaftsforum: Wo würden Sie sich vor diesem Hintergrund von einer 'klassischen' Zimmerei

Interview mit



Sebastian Adams,
jun. Geschäftsführer
und



Reinhard Adams,
sen. Geschäftsführer
der ADAMS Holzbau - Fertigung
GmbH

abgrenzen und was sind heute wichtige Leistungen in Ihrem Portfolio?

Reinhard Adams: Ich würde es so sagen: Wir haben uns vom klassischen Holzbau weiter- und in ein umfassenderes Gebiet hinein entwickelt. Wir bauen auf einen Neubau nicht mehr nur den Dach-



Der Schlüsselfertigbau ist ein wichtiges Geschäftsfeld für ADAMS Holzbau - Fertigung.



Im Industriebau (noch) eine Seltenheit: aus Holz gefertigte Produktionshallen, wie ADAMS sie unter anderem für einen namenhaften Wasserfilter-Hersteller in Bad Camberg und eine Firma in Bünde gebaut hat. Mehr Nachhaltigkeit geht nicht



KONTAKTDATEN

ADAMS Holzbau - Fertigbau GmbH
 Brohltalstraße 8-10
 56651 Niederrissen
 Deutschland
 ☎ +49 2636 93110
 ✉ +49 0 2636 931197
 info@adams-holzbau.de
 www.adams-holzbau.de

stuhl, sondern produzieren das gesamte Gebäude inklusive der Wände, Decken und Dächer. Dabei handelt es sich beispielsweise um Aufstockungen beziehungsweise Anbauten von Einfamilienhäusern oder den gesamten Neubau des Gebäudes. Wichtig ist auch das Thema mehrgeschossiges Wohnen im Bereich der Wohnungswirtschaft: Die Sanierung von Bestandsgebäuden zur Gewinnung hochwertigen Wohnraums in Städten, oft auch im Zuge der Nachverdichtung. Immer aktuell sind für uns Gewerbebauten. Für eine Firma in Bünde haben wir eine große Produktionshalle aus Holz gebaut – für uns ein Leucht-

turmprojekt in punkto nachhaltiges Bauen. Ein weiteres wichtiges Projekt in diesem Bereich ist eine Produktionshalle für einen namenhaften Wasserfilter-Hersteller in Bad Camberg. Im Schlüsselfertigbau bauen wir auch viele Kindergärten, Schulerweiterungen und andere Kommunalbauten. Bei unseren Bauprojekten stehen uns die Architekten Banz + Riecks mit Rat und Tat zur Seite.

Wirtschaftsforum: A propos Nachhaltigkeit: Das Bauen mit Holz ist ja schon an sich nachhaltig, aber auf welche Weise setzen Sie Nachhaltigkeit im Unternehmen noch um?

Sebastian Adams: Tatsächlich befinden wir uns gerade mit unserem Büroneubau 'in den letzten Zügen', den wir noch im März beziehen wollen. Er ist ganz nach ökologischen Kriterien gebaut, und zudem energieautark, das heißt alle Energie, die dort verbraucht wird, erzeugen wir auch selbst. Nicht zuletzt mit diesem Projekt wollen wir zeigen, was in punkto nachhaltiges Bauen möglich ist.

Wirtschaftsforum: Wie optimistisch blicken Sie in die Zukunft?

Sebastian Adams: Wir sind zuversichtlich, denn die Nachfrage

nach unseren Leistungen wird nach wie vor da sein. Wir haben ein sehr gutes, nachhaltiges Produkt, das auch in Zukunft bestehen wird. Hier weiterhin vorn dabei zu sein und es in dieser Qualität zu sichern, ist unser Anspruch.

Reinhard Adams: Für die Zukunft würde ich mir wünschen, dass wieder mehr junge Leute erkennen, was das Handwerk als berufliche Perspektive zu bieten hat. Gute Fachkräfte werden gesucht und die Möglichkeiten einer tollen Karriere sind vielfältig.



Ein Projekt mit Modellcharakter: das neue, energieautarke Bürogebäude, mit dem ADAMS zeigen will, wie nachhaltiger, ökologischer Holzbau auf höchstem Niveau aussehen kann



Hier ist gut arbeiten: Innenaufnahme des neuen Bürogebäudes

Ein Koffer voll Nachhaltigkeit

Kunststoff – das Multitalent unter den Materialien. Vielseitig einsetzbar, robust, langlebig, optisch attraktiv. Aber schlecht für die Umwelt? „Über Recycling und eine Kreislaufwirtschaft kann auch Kunststoff einen Beitrag zu einem ökologisch verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen leisten“, so Bertram Göb, Geschäftsführender Gesellschafter der W.AG Funktion + Design GmbH, Experte für funktionale Koffer.



Interview mit



Bertram Göb,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der W.AG Funktion +
Design GmbH



Wirtschaftsforum: Herr Göb, was sind zurzeit die wichtigsten Produkte Ihres Sortiments?

Bertram Göb: TEKNO und HEAVY sind unsere wichtigsten Koffer. TEKNO ist ein zeitloser, hochfunktionaler Kunststoffkoffer für emp-

findliche Produkte. HEAVY ist, wie der Name schon andeutet, ein robuster Koffer für schwere Lasten im Alltag. Der Koffer verfügt über eine einzigartige Doppelwandkonstruktion in einer umlaufenden Sandwichbauweise und bietet so höchste Stabilität. Darüber hinaus

haben wir noch Kofferinlays im Sortiment.

Wirtschaftsforum: Ihre Koffer sind aus Kunststoff. Lassen Sie uns über das Thema Nachhaltigkeit sprechen. Welche Innovationen gibt es dazu bei Ihnen?

Bertram Göb: Wir haben zu diesem Thema unsere Hausaufgaben gemacht. Wir verwenden ein Monomaterial, das problemlos recycelt werden kann, ohne dass die Anwender die Koffer auseinanderbauen müssen. Eines unserer Highlights ist ein



W.AG hat eine hohe Fertigungstiefe, verfügt unter anderem über einen eigenen Werkzeugbau



Die Verarbeitung von Inlay-Schaum für Koffer

pflanzenbasierter Kunststoff, der aus einer sieben Mal gewaschenen Zuckerpflanze hergestellt wird. Dafür haben wir den Green Brand Award 2022/2023 erhalten. Mit der Entwicklung dieseses Material shaben wir schon 2016 begonnen, noch bevor das Thema Nachhaltigkeit zum geflügelten Wort wurde. Wir haben zwei nachhaltige Produktlinien, die **ORGANICLINE** auf Zuckerbasis und die **PURELINE** aus Monomaterial. Für unsere Kofferinlays gehen wir unter anderem auf biobasierten Schaum. Auch hier ist das Thema Recycling wichtig. Die Kreislaufwirtschaft ist in unserem Bereich die Innovation der Zukunft. Sie ist wichtiger als neue Kofferformen. Natürlich wird es auch neue Ausführungen geben, aber der zentrale Innovationstreiber wird das Thema Nachhaltigkeit sein. Kunststoffe sind nicht schlecht für die Umwelt. Schlecht sind nur die, die nicht recycelt werden können.

Wirtschaftsforum: Abgesehen von Ihren Produkten, welche Maßnahmen ergreifen Sie im Unternehmen?

Bertram Göb: Wir realisieren jedes Jahr einen Green Invest-Baustein, tauschen zum Beispiel Maschinen oder Lampen aus, installieren eine eigene PV-Anlage oder eine Wärmerückgewinnung. Aktuell planen wir einen Neubau, selbstverständlich mit einer niedrigen CO₂-Bilanz.

Wirtschaftsforum: Die Digitalisierung ist auch ein wichtiger Treiber



Der TEKNO-Koffer, ein Multitalent für empfindliche Produkte, in verschiedenen Größen und Designs erhältlich

für Nachhaltigkeit. Wie digital ist die W.AG?

Bertram Göb: Unsere Kundenkommunikation ist digitaler, als sie es vor Corona war. Digitalisierung beschleunigt Prozesse und integriert sie. Es gibt immer weniger Insellösungen. Wir haben dieses Jahr eine Digitalisierungsoffensive begonnen, die vom Außendienst bis zum Versand reicht. Wir werden alle Systeme neu aufschalten, zum Beispiel unser ERP- und CRM-System. Unser Ziel ist es, unsere Schnittstellen zu verringern und zu optimieren und insgesamt eine Beschleunigung der Prozesse zu erreichen. Die Kunden können dann in Echtzeit verfolgen, wo ihre Koffer in der

Produktion gerade stehen. Auch 3-D-Druck setzen wir ein, über den wir bereits ganze Kofferschalen drucken können.

Wirtschaftsforum: An welche Branchen richten Sie sich hauptsächlich mit Ihren Produkten?

Bertram Göb: Wir sind bewusst breit aufgestellt. Früher haben wir uns ausschließlich auf den Werkzeugbereich konzentriert. Heute werden unsere Koffer in Schulen, in der Medizin, in der Sicherheitsbranche und auch der Messtechnik eingesetzt.

Wirtschaftsforum: Aus welchen Ländern kommen Ihre Kunden?



Zum Sortiment von W.AG gehören unterschiedlichste Koffertypen



KONTAKTDATEN

W.AG Funktion + Design GmbH
Wiesenweg 10
36419 Geisa
Deutschland
☎ +49 36967 6740
✉ +49 36967 674240
info@wag.de
www.wag.de

ORGANICLINE

Die ressourcenschonende Innovation.

Bertram Göb: Deutschland ist ein wichtiger Markt für uns mit rund 60% Anteil am Gesamtgeschäft. Darüber hinaus sind wir in Österreich, der Schweiz und in Norditalien aktiv. Auch die Beneluxländer werden immer wichtiger für uns, gefolgt von Skandinavien, Frankreich, aber auch Polen und Tschechien. Wir möchten in der nächsten Zeit über Händler auch in den USA aktiv werden.

Wirtschaftsforum: Was steht auf Ihrer Agenda für das Jahr 2023?

Bertram Göb: Wir möchten auf jeden Fall wachsen. Das Thema Nachhaltigkeit werden wir konsequent weiterverfolgen und unsere **ORGANICLINE** stärker am Markt positionieren. Auch im Thema Recycling sehen wir noch viel Potenzial. Wir möchten langfristig ein nachhaltiges, zukunftssicheres Unternehmen werden, CO₂ einsparen und eine ordentliche Ökobilanz haben.

Einfach, günstig, nachhaltig

Interview mit
Sandra Dax,
Co-CEO
der AUTODOC SE

Reparieren statt neu kaufen – ein wichtiger Aspekt beim Thema Nachhaltigkeit, der in den verschiedensten Bereichen an Aktualität gewinnt. Auch im Automobilmarkt. Aber auch aus Kostengründen wechseln immer mehr Verbraucher Autoteile selbst aus. Hochwertige Kfz-Ersatzteile zu außergewöhnlich attraktiven Preisen bietet die AUTODOC SE an. Das Unternehmen setzt als Partner für nachhaltige Mobilität Benchmarks und ist eines der wachstumsstärksten seiner Branche.

Wirtschaftsforum: Frau Dax, seit Ende letzten Jahres sind Sie neue Co-CEO von AUTODOC. Zuvor waren Sie 20 Jahre lang in verschiedenen Managementpositionen bei BMW, verfügen damit über eine ausgewiesene Automobil-Expertise. Was ist für Sie das Besondere an AUTODOC?

Sandra Dax: AUTODOC ist in sehr kurzer Zeit zur Nummer 1 in Europa im Onlinehandel für Fahrzeuersatzteile und -zubehör avanciert. Das Unternehmen richtet sich konsequent an den Bedürfnissen der Verbraucher aus, ist sehr schnell, oft schneller als der Markt, und hat eine starke, attraktive Mission: 'We make mobility easy and sustainable'.

Wirtschaftsforum: Wie ist es zu dieser führenden Marktposition gekommen?

Sandra Dax: Anfangs war es vor allem die Leidenschaft für Autos und internetbasierte Geschäftsmodelle der drei Gründer Vitalij Kungel, Alexej Erdle und Max Wegner, die den Erfolg von AUTODOC gepusht hat. Die Idee, sich selbstständig zu machen, hatte einen sehr praktischen Grund.



Der neue Logistikhub M40 in Stettin, Polen – die Zeichen stehen auf Wachstum

Einer der Gründer war auf der Suche nach einem Ersatzteil für sein Auto und fand den Werkstattpreis für das gesuchte Teil übersteuert. So entstand 2008 die Idee, gemeinsam mit zwei Partnern ein Büro anzumieten und selbst mit Ersatzteilen zu handeln – ohne Zwischenhändler und dadurch zu deutlich günstigeren Preisen.

Durch die direkte Vermarktung konnte eine Preisersparnis von bis zu 70% erzielt werden. Die Gründer waren von der Idee überzeugt, brachten Unternehmergeist und eine Vision mit. 2008 ging der erste Shop online, 2009 wurden erste Mitarbeiter:innen eingestellt. Das Konzept kam schnell sehr gut an, sodass schon 2011 erste

Ölfilter, Luftfilter, Innenraumfilter, Zündkerzen, Glühkerzen – AUTODOC-Bestseller



Onlineshops in Österreich und der Schweiz eröffnet wurden. Seit 2013 wird das Produktangebot durch unsere Eigenmarken Stark (2013) und Ridex (2016) ergänzt.

Wirtschaftsforum: Diese Dynamik hält bis heute an. Wie ist AUTODOC heute aufgestellt und wie hat die Firma die Krisen der vergangenen drei Jahre bewältigt?

Sandra Dax: Heute sind wir mit unseren Onlineshops in 27 europäischen Ländern vertreten; wir haben rund 5.000 Mitarbeiter:innen in Warehouses und Büros und sieben internationale Standorte. Der Jahresumsatz liegt bei über einer Milliarde EUR. Die Coronapandemie war ein Booster für das Onlinegeschäft und auch für uns. Die Mobilität ging in der Zeit zwar zurück, die Kunden wurden aber digitaler. Wir haben in der Zeit gezielt investiert und unter anderem einen neuen Tech-Hub in

Portugal und ein Lager in Polen aufgebaut, das bisher größte unseres Unternehmens. AUTODOC hat im Osten Europas eine starke Präsenz, auch in der Ukraine. Bereits im November 2021 haben wir einen Krisenstab eingerichtet, um uns auf das Worst-Case-Szenario vorzubereiten. Dadurch konnten alle Hilfsmaßnahmen nach Kriegsausbruch schnell umgesetzt werden. Bis heute finden die Crisis Calls wöchentlich statt. Weil uns das Wohlbefinden und die mentale Gesundheit unserer Mitarbeiter:innen wichtig sind, arbeiten wir seit 2022 mit dem Fürstenberg Institut zusammen. Wir haben uns angesichts des Ukrainekrieges für diese Kooperation entschieden; das Angebot richtet sich an alle Mitarbeitenden und ihre Angehörigen und wird sehr geschätzt.

Wirtschaftsforum: Wie stellt sich das Portfolio dar?

Sandra Dax: Wir führen rund 5,2 Millionen Produkte – Zubehör und Ersatzteile für Pkw, Lkw und Motorräder. Das Angebot reicht von Bremsanlagen über Karosserieteile, Stoßdämpfer und Federn hin zu Auspuffanlagen, Innenraumelementen, Kupplungen, Klima-

anlagen, Heizungen und Motoröl. Besonders gefragt sind Ölfilter, Bremsscheiben, Bremsbeläge, Sets und Ersatzteile, die einfach einzubauen oder auszuwechseln sind. Es geht immer um das B2C-Geschäft; Kunden kaufen bei uns, weil das Angebot riesig ist und sie Geld sparen. Neben den Produkten unterstützen wir unsere Kunden mit Content, zum Beispiel YouTube-Videos zu Autoreparaturen.

Wirtschaftsforum: Ist das B2B-Geschäft damit keine Option?

Sandra Dax: Doch. In Frankreich haben wir erstmals direkt Werkstätten angesprochen. Bis 2024 wollen wir den B2B-Markt dort komplett erschließen.

Wirtschaftsforum: AUTODOC versteht sich als Partner für nachhaltige Mobilität. Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit im Unternehmenskonzept?

Sandra Dax: Nachhaltigkeit ist ein Grundgedanke des Unternehmens. Wir versuchen über spezifischen Content Kunden dabei zu unterstützen, ein Auto länger zu behalten; damit sehen wir

uns als Verlängerung der Mobilität. Man muss kein neues Auto kaufen, wenn der Lebenszyklus verlängert werden kann. Natürlich stellen wir uns auch auf die Bedürfnisse der Elektromobilität ein und führen Ersatzteile für E-Autos, auch wenn diese die Verbrennermotoren in nächster Zeit noch nicht überholen werden. Es bleibt abzuwarten, wie sich der Markt und vor allem wie sich Infrastruktur und Kaufverhalten entwickeln werden.

Wirtschaftsforum: AUTODOC hat sich nicht nur als Europas führende Onlineplattform für Autoersatzteile einen Namen gemacht, sondern ist auch für ein ausgeprägtes soziales Engagement bekannt. Was steckt hinter diesem Engagement?

Sandra Dax: Wir wollen der Gesellschaft etwas von unserem Erfolg zurückgeben. 2020 haben wir 50.000 EUR in die Erforschung des Coronavirus investiert. Das FAZ-Institut zeichnete AUTODOC für das Engagement zum 'Helden in der Krise' aus. Auch im Unternehmen selbst orientieren wir uns an einem starken Code of Conduct mit Werten, die wir intern und extern vertreten.

Wirtschaftsforum: Welche Werte sind das?

Sandra Dax: Bei uns arbeiten mehr als 50 verschiedene Nationalitäten in sieben Ländern, wir haben viele interkulturelle und mehrsprachige Teams über alle Bereiche und Standorte hinweg. Neben Kundenzentrierung spielen

für uns daher Unternehmenswerte wie Zusammenarbeit, Inklusion und Empowerment eine wichtige Rolle. Dazu zählt auch, dass sich jeder im Unternehmen einbringen, seinen Fähigkeiten entsprechend entwickeln und Verantwortung übernehmen kann. Es gibt keine festgefahrenen Strukturen, sondern ein angenehmes Miteinander. Wir sind offen für neue Ideen und honorieren diese entsprechend.

Wirtschaftsforum: Die Vergangenheit von AUTODOC ist durch konstantes Wachstum geprägt. Wird es so weitergehen?

Sandra Dax: AUTODOC war immer Vorreiter und hat oft Mut bewiesen, neue Wege zu gehen. Das wird sich künftig nicht ändern. Wir sehen im B2B-Markt großes Potenzial, werden weiter Innovationen einbringen und hoffen, weiterhin zweistellige Wachstumsraten abzubilden. Dazu brauchen wir Fachkräfte. Vor allem in Portugal, wo wir einen neuen Tech-Hub aufgebaut haben, möchten wir neue Talente gewinnen. Unsere Erfolgsgeschichte hilft uns bei der Suche; unsere Mission und Vision sind attraktiv, das Produkt spannend.



Sie gehen immer – Stoßdämpfer, Federbeine, Bremsscheiben, Bremsbeläge

AUTODOC

KONTAKTDATEN

AUTODOC SE
 Josef-Orlopp-Straße 55
 10365 Berlin
 Deutschland
 ☎ +49 30 208478264
 info@autodoc.de
 www.autodoc.de



Mit uns in die Wasserstoff-Zukunft

Technologie aus Japan ist schon immer qualitativ richtungsweisend gewesen. Bei Gasturbinen und Gasmotoren hat sich der japanische Großkonzern KAWASAKI einen Namen am Weltmarkt gemacht. Das Tochterunternehmen KAWASAKI Gas Turbine Europe GmbH mit Sitz in Bad Homburg betreut das gesamte Gasturbinengeschäft für Europa. In letzter Zeit macht das Unternehmen mit der richtungsweisenden Forschung und Entwicklung von wasserstofffähigen Gasturbinen auf sich aufmerksam und hat bereits interessante Projekte initiiert.



Interview mit
Thomas Himmighofen,
Director
der KAWASAKI Gas
Turbine Europe GmbH

Zwar heißt es immer, dass Wasserstoff in Zeiten von Energieknappheit und der Umstellung auf umweltverträgliche Energien die Zukunft gehöre, aber beim Blick auf KAWASAKI Gas Turbine Europe sieht man, dass hier nicht nur von morgen geredet, sondern schon längst gehandelt wird. „Zusammen mit dem Energiekonzern RWE planen wir in Lingen die Errichtung und den Testbetrieb einer der weltweit ersten 100% wasserstofffähigen Gasturbinen“, so Director Thomas Himmighofen, der seit zwölf Jahren bei KAWASAKI Gas Turbine Europe ist, anfangs als Area Sales Manager, seit 2018 als Director. „Wir arbeiten zukunftsweisend und haben uns dem Packagen von Gasturbinenanlagen im Leistungsbereich von 2 bis 34 MW, hauptsächlich für den industriellen Einsatz, verschrieben.“

Vom Händler zum Packager

Angefangen hat bei KAWASAKI Gas Turbine Europe alles mit Gasturbinen. „Mit den Motorrädern

haben wir nichts zu tun, auch wenn das viele denken. KAWASAKI ist ein Schwerindustrie-Unternehmen, das weltweit aktiv ist. Wir gehören zum Bereich Energie. 1998 wurde die deutsche Tochter gegründet, die sich primär auf den europäischen Markt konzentriert. Davor gab es eine Kooperation mit den Motorenwerken Mannheim, um zusammen Gasturbinen auf den Markt zu bringen. Wir haben dann auch Gasturbinen-Packages geliefert, bei denen die Gasturbinen auf Grundrahmen geschraubt und mit Subsystemen wie Brennstoff, Schmieröl- und Verbrennungsluftsystemen sowie elektrischen Komponenten wie den Generatoren und den Schaltschränken ergänzt werden. So waren wir plötzlich nicht nur reiner Händler der in Japan gefertigten Produkte, sondern auch Packager“, erzählt Thomas Himmighofen von den ersten Jahren.

Der Fokus auf Aftersales

KAWASAKI Gas Turbine Europe betreute zu Beginn hauptsäch-

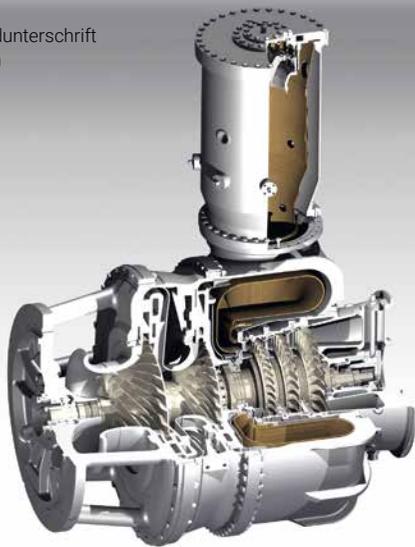
lich die kleinen Gasturbinen und machte sich allmählich einen Namen. Vor allem in Deutschland als größtem Industriestandort in Europa brummte das Geschäft und man belieferte hauptsächlich Industriekunden, die einen hohen Hochtemperaturwärmebedarf in ihrer Produktion haben. „Die Anzahl der Projekte stieg, auch begünstigt durch die KWK-Förderung, doch die zunehmende Diskussion, inwieweit sich auch Eigenstromerzeuger an der EEG-Umlage beteiligen sollen, beeinflusste die Gesamtlage maßgeblich. Die Förderung wurde ab 2014 ausgesetzt und viele unserer Anlagen wurden EEG-umlagepflichtig und das Geschäft in Deutschland kam damit fast zum Erliegen“, sagt Thomas Himmighofen. „Wir haben dann unseren Fokus verstärkt auf die Märkte außerhalb Deutschlands verschoben. Seit den letzten fünf Jahren liegt unser Hauptgeschäft in Italien. Allgemein lässt sich feststellen, dass sich der Fokus von Deutschland auf Europa und zum

Teil nun auch auf Nordafrika und den Mittleren Osten verlagert hat.“ Heute beschäftigt KAWASAKI Gas Turbine Europe am Standort Bad Homburg 70 Mitarbeiter und generiert einen Umsatz von 30 Millionen EUR. Besonders wichtig ist das Aftersales-Geschäft mit den entsprechenden Services. „Anfangs ist es für ein Unternehmen wie unseres natürlich wichtig, Anlagen ins Feld zu bringen. Doch dann brauchen die Kunden auch den Service, und zwar für die gesamte Lebensdauer des Produktes“, erklärt Thomas Himmighofen.

Attraktiv als Arbeitgeber

Dabei ist auch der Aspekt der Mitarbeitergewinnung nicht zu vernachlässigen, denn ohne diese wäre der Aftersales nicht zu gewährleisten. Es geht dem Unternehmen vor allem darum, neue gute Leute zu bekommen, zu halten und zu entwickeln. „Wir haben hier im Rhein-Main-Gebiet natürlich große Konkurrenz, aber KAWASAKI ist ein Hightechun-

Bitte Bildunterschrift einfügen



ternehmen, das aufgrund seiner guten Größe, seiner schlanken Struktur und seines attraktiven Portfolios auch potenzielle Mitarbeiter sehr anspricht. Wir sind zudem weltweit führend auf dem Gebiet Wasserstoff, was gerade in der angestrebten 'Wasserstoff-gesellschaft' eine große Rolle spielt“, unterstreicht Thomas Himmighofen.

Teil der Wasserstoff-Supply Chain

Wasserstoff ist für KAWASAKI Gas Turbine Europe 'das' Zukunftsthema, da wasserstoffbetriebene Gaskraftwerke künftig einen wichtigen Beitrag zu einer stabilen Stromversorgung leisten werden. Aber das ist im Unternehmen keine Zukunftsmusik mehr, denn in Japan gibt es bereits eine Pilotanlage, die im industriellen Maßstab mit 100% Wasserstoff betrieben wird. Aktuell plant Kawasaki im Rahmen einer Kooperation mit RWE im Emsland ab 2025 die Erprobung der Rückverstromung von Wasserstoff. „Wir sehen uns in einer wichtigen Position in dieser Supply Chain für

Wasserstoff. Hier sind wir heute schon stark involviert und durch den Krieg in der Ukraine und die damit einhergehende Energiekrise hat das Thema zusätzlich an Dynamik gewonnen. Die Gasturbine muss 'wasserstoff-ready' sein“, sagt Thomas Himmighofen. „Schon jetzt merken wir die gestiegene Nachfrage beim Wasserstoff-Thema. Wir sind auf dem richtigen Weg und begleiten und vertreiben die entsprechenden Technologien.“



Kawasaki Gas Turbine Europe GmbH

KONTAKTDATEN

KAWASAKI Gas Turbine Europe GmbH
 Nehringstraße 15
 61352 Bad Homburg
 Deutschland
 ☎ +49 6172 73630
 📠 +49 6172 736355
 info@kge-gmbh.com
 www.kawasaki-gasturbine.de



Daume(n) hoch!

Die Daume GmbH mit Sitz in Lüdenscheid hat wohl das geschrieben, was man eine Erfolgsgeschichte nennt: Stetiges Wachstum und zweistellige Umsatzsteigerungen begleiten ihren Weg. 2019 ist mit der Daume Stanztechnik GmbH ein zweites Unternehmen aus ihr hervorgegangen, das ebenso erfolgreich agiert: Familienunternehmen im besten Sinne, setzt es auf Kundenzufriedenheit, Mitarbeiterzufriedenheit und Herzblut.



Der Anfang war 1996 eine einzige Erodiermaschine. Heute verfügt das Unternehmen über einen umfangreichen Maschinenpark

Der Firmenhistorie der Daume GmbH liegt eine sehr dynamische Wachstumsgeschichte mit etlichen Meilensteinen zugrunde. Nachdem 1996 Michael Daume, der Vater der Geschäftsführerin Christina Daume, das Familienunternehmen zunächst als Daume Erodiertechnik gegründet hatte, brachten schon die darauffolgenden Jahre ein rasantes Wachstum, das zunehmend mit einer

Diversifizierung des Portfolios einherging, wie Christina Daume mit Blick auf die Anfangsjahre des Unternehmens berichtet: „Zur Zeit der Gründung hatten wir nur eine Erodiermaschine. Bereits 2000 übernahmen wir jedoch eine weitere Firma und hatten damit einen erheblich größeren Maschinenpark zur Verfügung.“ Mit dem Umzug an den Standort Lüdenscheid und dem Erwerb des ersten

Stanzautomaten wurden 2011 die Weichen für ein neues Geschäftsfeld gestellt, was sich Jahre später mit der Gründung der Daume Stanztechnik GmbH als bedeutsam erweisen sollte. 2015 stieg mit Christina Daume und ihrem Bruder Stephan die nächste Generation ins Unternehmen ein. „Wir haben dann eine GmbH gegründet, was das Fundament für die Weiterführung von Daume im Hin-

Interview mit



*Christina Daume,
Geschäftsführerin
und*



*Janina Nipkow,
Ass. der Geschäftsführung
und Qualitätssicherung
der Daume Stanztechnik GmbH*

blick auf den Kundenstamm und das Personal war“, berichtet sie. Nachdem 2018 ein zweiter Stanzautomat angeschafft worden war, gründeten Christina und Stephan Daume 2019 die Daume Stanztechnik GmbH. „Diese haben wir als eigenes Unternehmen aus der Daume GmbH ausgelagert und im selben Jahr einen weiteren Betrieb übernommen, sodass die Daume Stanztechnik sehr schnell gewachsen ist. Aus diesem Grund erfolgte auch der Umzug an einen separaten Standort in Halver“, erzählt Christina Daume.

Eine Familie, zwei Unternehmen

Am Standort der Daume GmbH in Lüdenscheid arbeiten acht Mitarbeiter, am Standort der Daume Stanztechnik in Halver sind es zwölf. „Es sind zwei voneinander

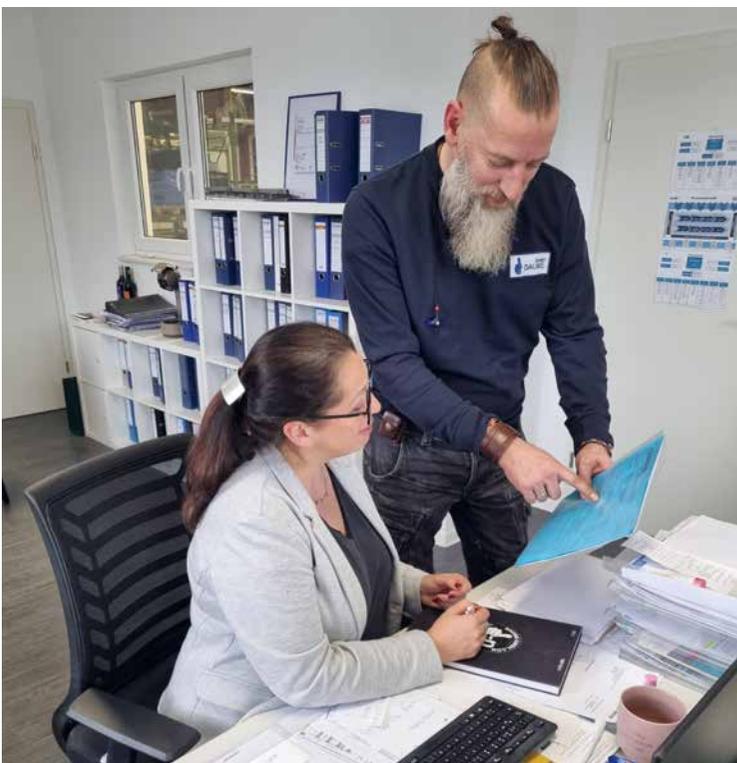


Zwei Generationen erfolgreiche Unternehmensführung: Geschäftsführerin Christina Daume, ihr Bruder Geschäftsführer Stephan Daume und Vater Michael Daume

unabhängige Unternehmen“, betont Christina Daume. „Die Daume GmbH ist für Ersatzteillieferung, Neuwerkzeugbau, Konstruktion und Entwicklung zuständig, während die Daume Stanztechnik als rein produzierendes Unternehmen davon losgelöst agiert. Für Kunden, die das wünschen, bieten wir natürlich auch alle Leistungen in einem Paket an – von der Planung und Entwicklung über die Konstruktion hin zum Werkzeug und zur Nullserie bis zur Serienfertigung

und mit der Ersatzteilbeschaffung auch für Verkaufswerkzeuge.“ Bei der Daume GmbH lag der Jahresumsatz im vergangenen Jahr bei 1,6 Millionen EUR, bei der Daume Stanztechnik waren es 1,45 Millionen. „In manchen Jahren konnten wir bis zu 13% Umsatzsteigerung verzeichnen“, so Christina Daume. „Wir haben einen großen Anteil der Gewinne aber auch immer wieder reinvestiert in Modernisierung und vor allem auch Digitalisierung. Angesichts der aktuellen

Geschäftsführerin Christina Daume ist in in alle Unternehmensbereiche eingebunden



Preissteigerungen hoffen wir, den Umsatz in diesem Jahr auf dem Niveau des Vorjahres halten zu können.“

Partner vieler Branchen

Vom Portfolio her äußerst vielseitig, sind Daume GmbH und Daume Stanztechnik in der glücklichen Lage, viele Branchen bedienen zu können. „Elektrotechnik ist ein großer Bereich für uns, aber auch Bauindustrie, Telekommunikation, moderne Haustechnik und zu einem kleinen Teil auch Automotive“, so die Geschäftsführerin. Hergestellt werden bei Daume Stanztechnik Stanzteile wie Kontakte, Buchsen, Laschen oder Steckerstifte, aber auch Stanzbänder von 0,035 bis 4 mm Dicke und bis zu 250 mm Breite. Die Basis des Unternehmenserfolges sieht Christina Daume in der Eigenschaft als Familienunternehmen, dem kleinen, agilen Team und der schnellen Reaktionszeit: „Bei uns stand immer das Unternehmen an erster Stelle“, erzählt sie. „Mein Vater hat das vorgelebt und wir haben es übernommen. Zudem sind alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt immer auf dem neuesten Informationsstand, jeder kann dem Kunden Rede und Antwort stehen. Wir haben viele langjährige Mitarbeiter mit einem großen Erfahrungsschatz. All dies trägt entscheidend zur Kundenzufriedenheit bei.“ „Außerdem unterstützt Michael Daume seine Kinder bei der Umsetzung ihrer Visionen“, ergänzt Janina Nipkow, Assistentin der Geschäftsführung und im Unternehmen außerdem für die Qualitätssicherung verantwortlich. „Obwohl nicht mehr aktiv



KONTAKTDATEN

Daume Stanztechnik GmbH
Kruppstraße 19-21
58553 Halver
Deutschland
☎ +49 2353 635910
✉ info@daume-gmbh.com
www.daume-gmbh.com



Wichtiger Bereich: Entwicklung, Konstruktion und Produktion von Bihler-Werkzeugen

im Unternehmen tätig, reißt er alle mit. Auch die Kunden, die hier zu uns ins Unternehmen kommen, spüren, dass wir das, was wir machen, mit Herzblut tun.“ Mittelfristig soll Daume Stanztechnik auch mit Blick auf den Fachkräftemangel noch bekannter werden. „Dafür setzen wir unter anderem auf Social Media wie Facebook und Berufsnetzwerke wie LinkedIn“, sagt Janina Nipkow. Für die Zukunft hat Christina Daume einen besonderen Wunsch: „Ich möchte das, was mein Vater aufgebaut hat, erfolgreich weiterführen.“

Destination **Zero**TM



Unsere Strategie: Null Emissionen erreichen
Unsere Mission: Antriebe für eine lebenswertere Welt

Cummins verfolgt mit seiner Destination Zero-Strategie das Ziel, bis zum Jahr 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Wir sind seit über 100 Jahren ein innovatives Unternehmen, und wir werden auch jetzt nicht aufhören. Die Bewältigung des Klimawandels erfordert Zusammenarbeit und Engagement von uns allen.



**FÜR
EINE WELT
DIE NIE
STILLSTEHT**

Kontakte

Abeba Spezialschuh-Ausstatter GmbH
Schlackenbergstraße 5
66386 St. Ingbert
Deutschland
☎ +49 6894 3103100
✉ +49 6894 3074
abeba@abeba.de
www.abeba.de

Triton Water GmbH
Werkstraße 2b
22844 Norderstedt
Deutschland
☎ +49 40 41361550
✉ +49 40 413615520
info@triton-water.de
www.triton-water.de

WAG Funktion + Design GmbH
Wiesenweg 10
36419 Geisa
Deutschland
☎ +49 36967 6740
✉ +49 36967 674240
info@wag.de
www.wag.de

Daume Stanztechnik GmbH
Kruppstraße 19-21
58553 Halver
Deutschland
☎ +49 2353 635910
info@daume-gmbh.com
www.daume-gmbh.com

Gustav Berning GmbH & Co. KG
Alte Heerstraße 1
49124 Georgsmarienhütte
Deutschland
☎ +49 5401 86400
✉ +49 5401 45544
contact@prinsenberning.com
www.prinsenberning.com

Virtimo AG
Behrenstraße 18
10117 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 55574400
✉ +49 30 555744099
hello@virtimo.de
www.virtimo.de

AUTODOC SE
Josef-Orlopp-Straße 55
10365 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 208478264
info@autodoc.de
www.autodoc.de

KNAPP Smart Solutions GmbH
Uferstraße 10
45881 Gelsenkirchen
Deutschland
☎ +49 209 941170
✉ +49 209 9411717
kso.marketing@knapp.com
www.apostore.com

ADAMS Holzbau - Fertigbau GmbH
Brohltalstraße 8-10
56651 Niederzissen
Deutschland
☎ +49 2636 93110
✉ +49 0 2636 931197
info@adams-holzbau.de
www.adams-holzbau.de

KAWASAKI Gas Turbine Europe GmbH
Nehringstraße 15
61352 Bad Homburg
Deutschland
☎ +49 6172 73630
✉ +49 6172 736355
info@kge-gmbh.com
www.kawasaki-gasturbine.de



Impressum

Verleger:

360 Grad Marketing GmbH

Adresse:

360 Grad Marketing GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0

✉ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann

**NEU IN IHREM
WIRTSCHAFTSFORUM
DASHBOARD**

WIRTSCHAFTSFORUM

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



SIE SUCHEN MITARBEITER?

In nur zwei Schritten zu Ihrer Stellenanzeige:

**1. Kostenlos
anmelden**

**2. Bis zu 10 Anzeigen
gleichzeitig schalten!**

JETZT DABEI SEIN!

Mit dem Eintrag Ihres Unternehmens profitieren Sie außerdem von der Reichweite unserer Plattform im Internet. Darüber hinaus erhalten Sie die Möglichkeit, Ihre Produkte und Unternehmensnews direkt auf wirtschaftsforum.de zu präsentieren.