

Starker Mittelstand



Interview:

Für die Zukunft perfekt verkabelt

mit Sascha Abendroth, Geschäftsführer der Kabelwerke Rhenania GmbH,
Seite 10

Porträts:

› **Radiologische Allianz GbR**, Seite 14

› **TARGUS Management Consulting AG**, Seite 18

Gemeinsam gestalten wir Zukunft - für unsere Kunden und unser Team.

FÜR BEWERBER

Möglichmacher gesucht!

Gestalten Sie Ihre berufliche Zukunft mit uns -
wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

- Bauüberwacher Bahn (BÜB / alle Gewerke) (m/w/d)
- Fachbauüberwacher (FBÜ / alle Gewerke) (m/w/d)
- Bauingenieur (m/w/d)
- Bautechniker (m/w/d)

**Straßen, Schienen, Brücken und Plätze –
Verbindungen schaffen für eine mobile Zukunft!**

FÜR KUNDEN

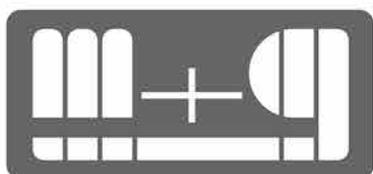
Wir leisten:

- Planung
- Bauüberwachung
- Projektmanagement

in den Bereichen:

- Gleisbau
- Straßenbau
- Konstruktiver Ingenieurbau

Gemeinsam realisieren wir Ihre Projekte -
wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.



mund + ganz GmbH

mund + ganz GmbH
Wieblinger Weg 17
69123 Heidelberg



LinkedIn



Instagram



Xing



facebook

+49 (0)6221 872860
info@mund-ganz.de
www.mund-ganz.de



Starker Mittelstand

04



Uwe Streit,
Geschäftsführer der INDAMED EDV Entwicklung und Vertrieb GmbH

06



Franziska Seibel, Geschäftsführerin und
Michael Fischer, Geschäftsführer der Josef Seibel Schuhfabrik GmbH

08



Jörg Anderl, Prokurist, Technischer Leiter und
Herbert Bender, Geschäftsführer der Selectrona GmbH

10



Sascha Abendroth,
Geschäftsführer der Kabelwerk Rhenania GmbH

12



Frank Schenk,
General Manager Sales der Mutoh Deutschland GmbH

14



Dr. med. Martin Simon, stellv. Geschäftsführer und
Prof. Dr. med. Jörn Sandstede, Geschäftsführer der Radiologische Allianz GbR

16



Christian Schwanz,
Geschäftsführer der Ingenieurbüro Rüdiger Jockwer GmbH

18



Andreas Sans,
Vorstand der TARGUS Management Consulting AG

20



Alexander Wolff,
Strategic Management der Norevo GmbH

22



Christian Kümmel,
Geschäftsführer der Kümmel Fahrzeugteile GmbH & Co. KG

25

Kontaktdaten

Medizin-IT im Dienst der Praxis

Technologische Anforderungen und gesetzliche Vorgaben prägen den medizinischen IT-Bereich. Uwe Streit, einer der beiden Geschäftsführer der INDAMED EDV Entwicklung und Vertrieb GmbH mit Hauptsitz in Schwerin, betont die Bedeutung des Unternehmens als Innovator im Gesundheitswesen. Mit über zwei Jahrzehnten Erfahrung entwickelt INDAMED innovative Lösungen, insbesondere die vielseitige Ärztesoftware MEDICAL OFFICE zur Unterstützung von Ärzten und medizinischen Einrichtungen im Praxismanagement.

Wirtschaftsforum: Herr Streit, mit welchen aktuellen Herausforderungen sehen Sie sich als Geschäftsführer der INDAMED konfrontiert?

Uwe Streit: Aktuell stehen wir vor technischen Herausforderungen, die sowohl durch gesetzliche Vorgaben als auch durch die rasante Entwicklung von Webtechnologien und künstlicher Intelligenz bedingt sind. Diese Aspekte beschäftigen derzeit praktisch jedes IT-Unternehmen. Bei INDAMED haben wir uns über zwei Jahrzehnte hinweg auf kundenorientierte Arbeit konzentriert. Auf dieser Grundlage arbeiten wir nun daran, neue Dienste zu entwickeln, Möglichkeiten zu erweitern und bestehende Prozesse zu optimieren.

Wirtschaftsforum: Das klingt nach einem spannenden Weg. INDAMED wurde mit der Vision gegründet, Ärzten die Verwaltungsarbeit zu erleichtern und den Fokus auf die Patientenversor-

gung zu lenken. Können Sie uns sagen, wie sich das Unternehmen entwickelt hat?

Uwe Streit: Alles begann mit dem Ziel, den Verwaltungsaufwand für Ärzte zu reduzieren, um mehr Zeit für die Behandlung der Patienten zu gewinnen. Im Laufe der Jahre haben wir uns einen ausgezeichneten Ruf als verlässlicher Part-

ner der Ärzteschaft aufgebaut. Zu einer Zeit, in der viele Ärzte in den Ruhestand treten und Praxiszentren entstehen, sind unsere Lösungen mehr denn je gefragt. Besonders stolz sind wir auf eine Standortvernetzung, die auch bei langsamer Internetverbindung einwandfrei funktioniert – eine Lösung, die einzigartig in unserer Branche ist.

Interview mit



*Uwe Streit,
Geschäftsführer
der INDAMED EDV Entwicklung
und Vertrieb GmbH*

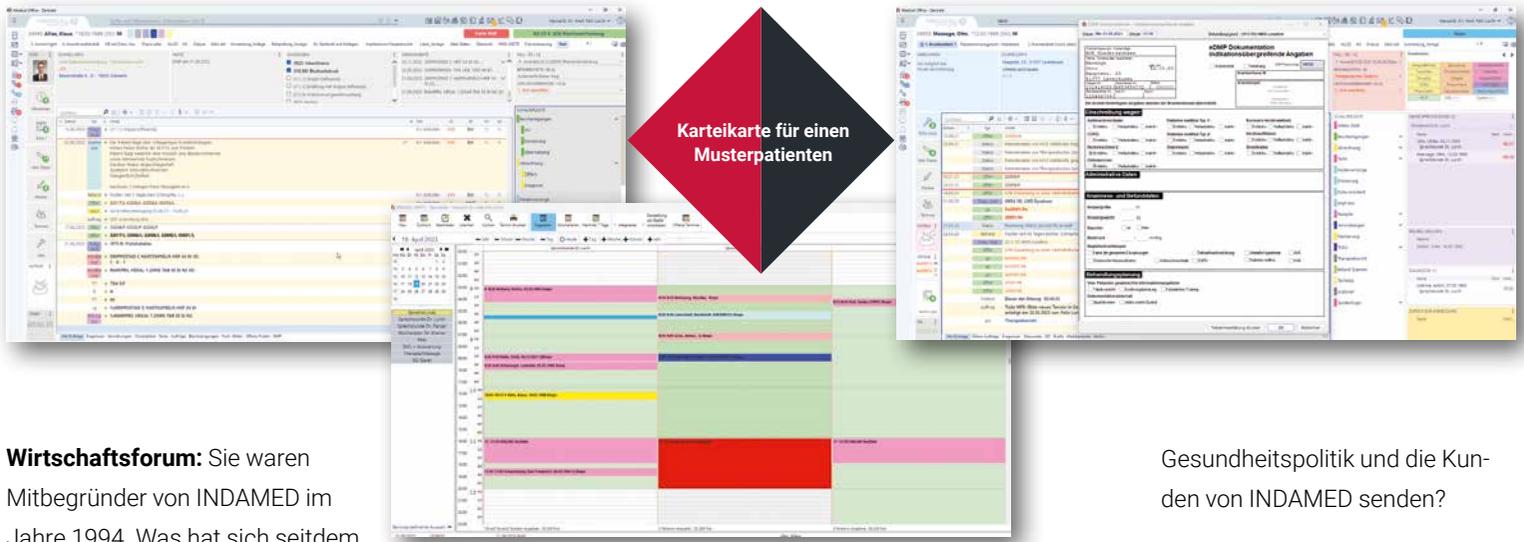


KONTAKTDATEN

INDAMED EDV Entwicklung und Vertrieb GmbH
Gadebuscher Straße 126
19057 Schwerin
Deutschland
☎ +49 385 77094
✉ +49 385 77094010
info@indamed.de
www.indamed.de



Auf Messen wie der Stuttgarter Medizinmesse präsentiert INDAMED seine vielseitige Software, die Ärzte hervorragend im Praxismanagement unterstützt, mit verschiedenen Modulen zur individuellen Erweiterung



Wirtschaftsforum: Sie waren Mitbegründer von INDAMED im Jahre 1994. Was hat sich seitdem verändert?

Uwe Streit: Wir haben damals mit zwei Entwicklern angefangen. Heute sind die Maßstäbe ganz andere. Die Leitung des Unternehmens erfordert eine umfassende Planung und Organisation, da wir mittlerweile an drei Standorten 45 Mitarbeiter beschäftigen und 3.000 bis 4.000 Kunden betreuen. Um nah am Kunden zu sein, setzen wir im Vertrieb auf ein Partnernetzwerk, das Vor-Ort-Service gewährleistet. Jüngere Ärzte sind in der Regel versierter im Umgang mit Informationstechnologie, daher haben wir ein Onlineforum eingerichtet, um den Austausch im technischen Bereich zu fördern.

Wirtschaftsforum: Könnten Sie uns bitte einen Einblick in das Leistungsspektrum von INDAMED geben?

Uwe Streit: INDAMED bietet eine vielseitige Arztsoftware namens MEDICAL OFFICE, die Ärzte und medizinische Einrichtungen im Praxismanagement umfassend unterstützt. Unsere Software ist

äußerst flexibel und kann für verschiedene Arztpraxen, Gemeinschaftspraxen, Medizinische Versorgungszentren, therapeutische Praxen und Krankenhausambulanzen maßgeschneidert werden. Unsere Stärken liegen auch in der elektronischen Kommunikation, insbesondere in der Umstellung auf die verpflichtende Telematikinfrastruktur (TI) für Ärzte.

Wirtschaftsforum: Das klingt nach einem breiten Spektrum an Lösungen. Wie sehen Ihre Visionen für die Zukunft aus? Welche neuen Entwicklungen und Herausforderungen erwarten Sie?

Uwe Streit: Unsere Vision für die Zukunft ist es, unserer Linie treu zu bleiben und gesund weiterzuwachsen. Dabei möchten wir uns neuen technischen Herausforderungen stellen und unser Produkt kontinuierlich perfektionieren. Uns gehen die Ideen nicht aus. In Bezug auf Herausforderungen wünsche ich mir von der Politik eine klare Botschaft: Bürokratieabbau und Entscheidungen, die nicht

nur die Krankenkassen entlasten, sondern auch die Ärzteschaft einbeziehen.

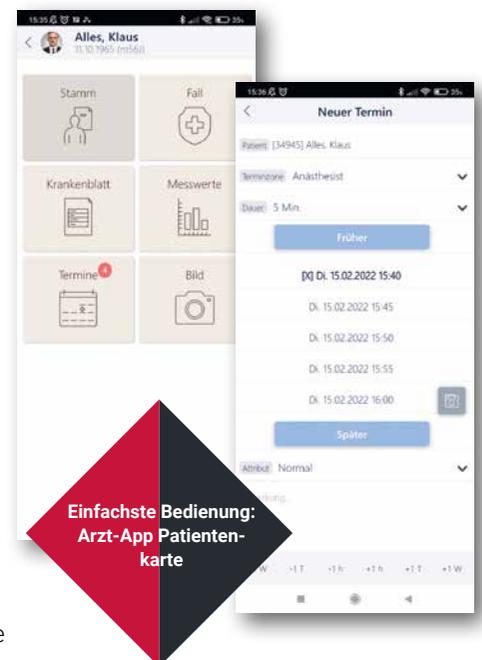
Wirtschaftsforum: Ihre Unternehmenskultur und Ihre Ansätze zur Mitarbeitermotivation sind beeindruckend. Wie halten Sie in Zeiten des Fachkräftemangels Ihr Team motiviert und engagiert?

Uwe Streit: Wir legen großen Wert auf eine familiäre Arbeitsatmosphäre und bieten unseren Mitarbeitern attraktive Anreize wie Firmenwagen, Fitnesstraining am Arbeitsplatz, Altersvorsorge und Entwicklermeetings an interessanten Orten. Unsere jährlichen Entwicklermeetings im Ausland sind seit über einem Jahrzehnt äußerst beliebt und effektiv. Ein starker Teamgeist ist der Schlüssel.

Wirtschaftsforum: Zum Abschluss, welche Botschaft möchten Sie an die

Gesundheitspolitik und die Kunden von INDAMED senden?

Uwe Streit: An die Gesundheitspolitik möchte ich appellieren, die Bedürfnisse der Fachleute und der Praxis stärker bei Entscheidungen zu berücksichtigen. Für unsere Kunden, die Ärzteschaft, möchte ich betonen, dass wir Produkte für sie entwickeln und nicht nur nach Umsatzrendite streben. Unsere Kundenzufriedenheit und Empfehlungen sind unser Antrieb. Wir werden weiterhin mutig neue Wege gehen, um MEDICAL OFFICE zu einem führenden Praxisverwaltungssystem zu machen.



Wohlfühlen im Schuh: Der Komfort liegt im Detail



Interview mit



*Franziska Seibel,
Geschäftsführerin
und*



*Michael Fischer,
Geschäftsführer
der Josef Seibel Schuhfabrik
GmbH*

Um 137 Jahre am Markt zu sein, muss ein Familienunternehmen vieles richtig gemacht haben. Bei der Josef Seibel Schuhfabrik GmbH ist das der Fall. Auch wenn der Standort in Hauenstein eher klein ist, ist das Unternehmen ein internationaler Player. Inzwischen hat die 5. Generation Führungsverantwortung übernommen – und setzt auch weiterhin auf die bewährte Handwerkskunst, gepaart mit neuen Ideen.

Es war im Jahr 1886, als die Brüder Carl-August und Anton Seibel ihre erste Stanzmaschine kauften und sie in der Scheune ihres Elternhauses aufstellten. Sie

legten damit den Grundstein für die erste Schuhfabrik in Hauenstein. Nachdem diese zwei Weltkriege und die Wirtschaftskrise überstanden hatte, übernahm

Josef Seibel Junior die Firma und leitete maßgebliche Veränderungen ein. Seine Enkelin Franziska Seibel, die sich heute mit ihrem Mann Michael Fischer und ihrem

Vater Carl-August Seibel die Geschäftsführung teilt, erzählt: „Er begann in den 1960er-Jahren mit der Internationalisierung, sowohl in der Produktion als auch in der



Die Produktion am Firmensitz in Hauenstein



Das Leder stammt größtenteils aus zertifizierten Gerbereien

Beschaffung, und ließ in Ungarn produzieren. Dann folgte die Globalisierung mit der Ausweitung des Vertriebsnetzes.“ Heute produziert Josef Seibel in Hauenstein Muster und Kleinserien, darüber hinaus in Ungarn, Indien und China. Eine weitere Fabrik in Kenia wird als Sozialprojekt betrieben, wie Michael Fischer berichtet: „Dort werden Schuhe aus Materialien aus der Region für die Menschen in der Region produziert, und auch die Gewinne bleiben vollständig im Land. Dieses Projekt ist für uns eine Herzensangelegenheit.“ In Hauenstein, wo einst über 30 Schuhfabriken ansässig waren, ist Josef Seibel heute das letzte Unternehmen seiner Art. 210 Mitarbeiter sind in der Zentrale beschäftigt, weltweit sind es rund 500. Josef Seibel erwirtschaftet einen Jahresumsatz von circa 100 Millionen EUR.

Komfortschuh mit Extras

Das Produktportfolio ist breit gefächert. Es reicht von Langschaftstiefeln über Sandalen bis zu Sneakern. Verwendet wird neben etwas Textil ausschließlich Leder. „Wir fertigen eher ein Nischenprodukt, mit Handnaht und handwerklichen Details“, so Michael Fischer. „Unser Portfolio ist sehr viel jünger und moderner geworden, wir haben viele Schuhe im Bereich Freizeit und Trekking“, ergänzt Franziska Seibel. Dabei wird stets Wert auf Bequemlichkeit gelegt. Fast alle Schuhe sind mit auswechselbarem Fußbett ausgestattet. Auch Überweiten und Übergrößen sind erhältlich. „Gekauft werden unsere Schuhe in der Regel von Menschen zwischen 40 und 65 Jahren“, berichtet Franziska Seibel. Neben dem Schuhfachhandel als größtem Absatzkanal erfolgt der Vertrieb über eigene Filialen und den Webshop sowie über fremde Plattformen. Josef Seibel liefert in über 40 Länder, darunter die USA und Kanada. In den USA, Kanada und



UK erfolgt der Verkauf über eigene Vertriebsgesellschaften, sonst meist über Partner.

Bekennnis zum Standort

Seit 137 Jahren befindet sich der Unternehmenssitz am gleichen Standort – wo im Sinne der Nachhaltigkeit geplant und produziert wird. Neben den Produkten, die in Hauenstein schon jetzt 'made in Germany' hergestellt werden, wird es dort in Kürze eine weitere Linie geben, eine Tieffußbett-Sandale, von der sich Michael Fischer viel verspricht. „Ich befürchte, dass sie so erfolgreich wird, dass die Nachfrage größer sein wird als unsere Kapazitäten“, sagt er etwas scherzhaft, aber aus gutem Grund. Denn in Hauenstein – wo umweltfreundlich mit Solarstrom und kurzen Wegen produziert wird – sind lediglich 30 Mitarbeiter in der Produktion tätig. Das neue Produkt ist auch als Bekennnis zum Standort zu verstehen. Den beiden Geschäftsführern ist es wichtig zu betonen, dass das Schuhleder ein Abfall-

JOSEF SEIBEL

KONTAKTDATEN

Josef Seibel Schuhfabrik GmbH
Gebrüder-Seibel-Straße 7-9
76846 Hauenstein
Deutschland

+49 6392 9221300

+49 6392 9221255

shop@josef-seibel.de

www.josef-seibel.de

produkt aus der Fleischproduktion ist. Zudem kommt es fast ausschließlich aus Leather Working Group-zertifizierten Gerbereien.

Bewährte Handwerkskunst

Im Familienunternehmen ist man froh, dass Entscheidungen schnell und ohne einen Investor getroffen werden können. Nahbarkeit ist der Familie wichtig. „Wir und auch mein Vater als Eigentümer sind immer ansprechbar“, betont Franziska Seibel. Einen wesentlichen Grund dafür, dass Josef Seibel schon seit fast 140 Jahren erfolgreich am Markt ist, sieht sie in der traditionellen Handwerkskunst, mit der die Schuhe bis heute und auch zukünftig gefertigt werden.



Der JOSEF SEIBEL 1886 kann individuell konfiguriert werden



Schuhproduktion bei Josef Seibel ist Handarbeit



„Wir haben die richtigen Leute und wir haben das Know-how!“



Es gibt kaum eine Branche, die ohne sie auskommt: Kunststoff und Metall-Kunststoff-Komponenten sind die beste Lösung für zahlreiche technische Anwendungen. Ein Entwickler und Produzent, der seinen Kunden passgenau das liefert, was sie brauchen, ist die Selectrona GmbH. Das Unternehmen aus Dippoldiswalde-Reinholdshain in der Ost-sächsischen Schweiz/Osterzgebirge verfügt über ein erfahrenes und motiviertes Team sowie einen umfassenden Maschinenpark.

Interview mit

Jörg Anderl,
Prokurist, Technischer Leiter
und
Herbert Bender,
Geschäftsführer
der Selectrona GmbH

„Wir haben die richtigen Leute, denn kein Geld kann Menschen ersetzen, und wir haben das Know-how“, freut sich Herbert Bender, Geschäftsführer der Selectrona GmbH. „In unserer Region leben Menschen, die sich gerne in komplexen Themen engagieren. Das kommt uns zugute.“ Engagement und Wissen sind auch nötig, denn Selectrona liefert zu 90% Teile für die Automobil-

industrie. Die TIER-1-Kunden bekommen von Selectrona kunststoffumspritzte Leiterbahnen, Kunststoff-Metall-Verbindungen sowie 2K- und 3K-Kunststoffverbindungen, Stator/Rotor-Umspritzungen, Gehäuse mit mehrfachen Inserts, freifallende Kunststoffteile und Kabelumspritzungen. Neben der Automobilindustrie bedient das Unternehmen aber auch andere Branchen wie allgemeine

Industrie und Haushaltsindustrie sowie Hersteller von Hausgeräten und Haustechnik. „Grundsätzlich liefern wir jedoch vor allem in Märkte, wo die Automobilindustrie zu Hause ist“, verdeutlicht Prokurist und Technischer Leiter Jörg Anderl.

Erfolgreich restrukturiert

Gegründet wurde die heutige Selectrona GmbH im Jahr 1992

und entwickelte sich mit der Fertigung umspritzter Kontaktteile für die Automobilindustrie schnell zu einem bedeutenden Arbeitgeber der Region. Durch das Elbe-beziehungsweise Müg-litztal-Jahrhunderthochwasser 2002 in Schlottwitz wurden große Teile der Produktion zerstört und anschließend an den Standorten Schlottwitz und Dippoldiswalde-Reinholdshain wiederaufgebaut,

Ein großer Arbeitgeber der Region: Werk in Dippoldiswalde-Reinholdshain





Kompetenz und Erfahrung: Blick in die Fertigung



Hochmoderner Maschinenpark: Vollautomatische Bereitstellung für das Spritzgießen

ein weiterer Fertigungsstandort in Tschechien kam 2013 dazu. Die folgenden Jahre waren bis zur Planinsolvenz 2018 von weiterem Wachstum geprägt. Nach erfolgreicher Restrukturierung kaufte Firmengründer Walter Söhner das Unternehmen 2020 wieder zurück. „Wir haben aus den damaligen Fehlern gelernt und unsere Hausaufgaben gemacht, was auch zahlreiche neue Aufträge belegen“, betont Geschäftsführer Herbert Bender. Heute beschäftigt Selectrona in Deutschland 320 Mitarbeiter, zusätzlich 30 Auszubildende im technischen und kaufmännischen Bereich sowie weitere 50 Mitarbeiter in Tschechien. Der aktuelle Umsatz liegt bei 65 Millionen EUR.

Maximal nachhaltig

„Unsere Vertriebsabteilung mit fünf Mitarbeitern betreut unsere Kunden“, erläutert Jörg Anderl. „Außerdem sind wir als Aussteller und Besucher auf verschiedenen Messen der Automobilzulieferer.“ Social Media als Marketingkanal nutzt Selectrona unter anderem zur Anwerbung neuen Personals.

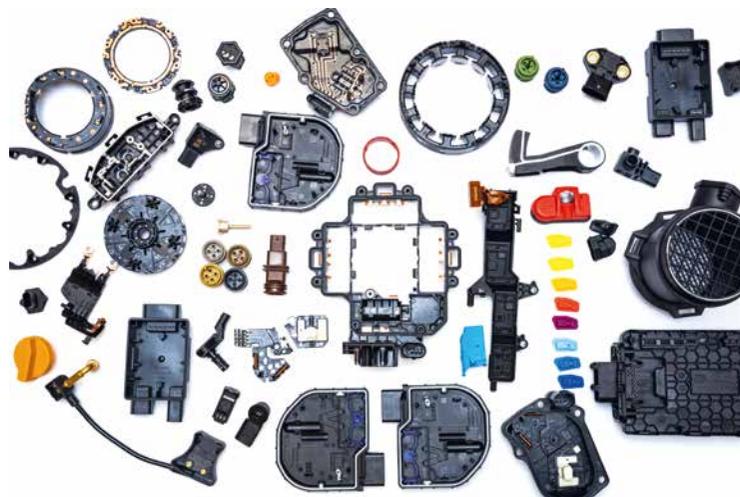
Längst hat Industrie 4.0 in dem innovativen Unternehmen Einzug gehalten. So ermöglicht das moderne ERP-System die Rückverfolgung von Chargen, die eingesetzten Maschinen informieren über Qualität und eventuelle Fehler. Als Zulieferer der Automobilindustrie ist der Betrieb auch in punkto Nachhaltigkeit auf dem neuesten Stand. „Wir haben ein Umwelt- und Energiemanagement und arbeiten ständig an diesen Themen“, versichert Herbert Bender. „In einem Großprojekt haben wir unsere Stromerzeugung durch Photovoltaik auf 1.800 kWp ge-

steigert sowie die Beleuchtung auf LEDs umgestellt. Im Werk setzen wir auf nachhaltige Wertstoffe im Kreislauf, nutzen Gas nur noch als kleine Reserve für Notfälle und heizen unsere Büros mit Abwärme von den Kompressoren.“

Gemeinsam Lösungen finden

„Bei uns arbeitet ein relativ junges Team mit einem guten Mix aus erfahrenen und jüngeren Beschäftigten“, sagt Jörg Anderl. „Die Kooperation und die Suche nach gemeinsamen Lösungen stehen bei uns im Vordergrund. Die Zeit

der Patriarchen gehört der Vergangenheit an.“ Dazu passt auch, dass viele Mitarbeiter des mittleren Managements Eigengewächse sind. „In Deutschland müssen wir unsere Kunden teamorientiert begleiten“, weiß Geschäftsführer Herbert Bender. „Dabei wollen wir unsere technische Kompetenz auch in Nischen zeigen. Deshalb streben wir einen gesunden Branchenmix an, zum Beispiel auch mit Gebäude- und Elektrotechnik. Wer nicht bereit ist, das Gute zu zerstören, kann nicht besser werden. Ein weiteres Zukunftsthema für uns ist der Wasserstoff.“



Große Bandbreite: Einige Teile aus dem Fertigungsprogramm



KONTAKTDATEN

Selectrona GmbH
 Industriering 19 + 21
 01744 Dippoldiswalde-Reinholdshain
 Deutschland
 ☎ +49 3504 69440
 📠 +49 3504 6944340
 info@selectrona.com
 www.selectrona.com



Für die Zukunft perfekt verkabelt

Interview mit
Sascha Abendroth,
Geschäftsführer
der Kabelwerk Rhenania GmbH

Die Zukunft beginnt heute. Mit Visionen, Ideen, Technologien und Unternehmen wie der Kabelwerk Rhenania GmbH aus Aachen. Das Unternehmen hat sich dem Slogan 'Gemacht für die Zukunft' verschrieben; die Rhenania produziert Glasfaserkabel, die Inbegriff für Highspeed und Verlässlichkeit sind. Und nicht zuletzt 'Qualität – Made in Germany'.

Wirtschaftsforum: Herr Abendroth, Rhenania blickt auf eine über 100-jährige Geschichte zurück und steht für Produkte, die den Anforderungen von morgen entsprechen. Wie lässt sich das Portfolio umschreiben?

Sascha Abendroth: Wir stellen Lichtwellenleiterkabel für den Ausbau der Breitbandinfrastruktur her, Glasfaserkabel, 'die Adern der Digitalisierung'. Die Kabel stehen für Funktionalität und Ausfallsicherheit und wer-



Kabelwerk Rhenania repräsentiert deutsche Ingenieurskunst – und findet dafür in Aachen perfekte Standortbedingungen vor

den in der kritischen Infrastruktur eingesetzt.

Wirtschaftsforum: Rhenania hat heute 53 Mitarbeiter, einen Jahresumsatz von rund 20 Millionen EUR und ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Was steckt hinter diesem Wachstum und welchen Einfluss hatte die Coronakrise auf die Entwicklung?

Sascha Abendroth: COVID-19 hat die positive Nachfrage nicht ne-

gativ beeinflusst. Natürlich hatten wir mit Lieferkettenproblematiken zu tun. Wir haben in der Situation auf einen verstärkten Einsatz unseres Einkaufs gesetzt und Lagerbestände hochgefahren. Von Vorteil war, dass wir seit jeher versuchen, regional zu sourcen, das heißt, Komponenten aus Deutschland und Europa zu beziehen und nur in bestimmten Fällen aus Übersee. Diesen Weg werden wir auch künftig weiterverfolgen.

Wirtschaftsforum: Sie sind seit Februar 2020 Geschäftsführer des Unternehmens. Wo lagen für Sie in dieser Zeit die Prioritäten?

Sascha Abendroth: Wir haben in den vergangenen Jahren verschiedene Dinge angestoßen, an der Optimierung von Prozessen und der Organisationsstruktur gearbeitet. Beispielhaft ist, dass wir Mitarbeitern mehr Verantwortung übergeben haben, was eine positive Eigendynamik nach sich gezogen hat. Teamarbeit wird heute großgeschrieben, um noch stärker gemeinsam am Erfolg mitzuwirken. Auch im Bereich Marketing haben wir neue Impulse gesetzt, unsere Social Media-Aktivitäten verstärkt, an der Marke gefeilt und neue Mitarbeiter mit kreativen Ideen und Inspirationen eingestellt. In diesem Zuge entstand der Slogan ‚Gemacht für die Zukunft‘.

Wirtschaftsforum: Was genau signalisiert dieser Slogan?

Sascha Abendroth: Wir möchten mit unseren Produkten sicherstellen, dass wir die Zukunft in Deutschland, für den Bereich der Breitbandinfrastruktur (FTTX) aktiv mitgestalten.

Wirtschaftsforum: Rhenania agiert mit den Produkten auf einem Zukunftsmarkt. Wie würden Sie die Marktposition aktuell definieren?

Sascha Abendroth: Wir sind der größte noch verbliebene Glasfaserkabelhersteller für den FTTX-Bereich in Deutschland. Auch wenn die Konkurrenz aus Billiglohnländern groß ist, blicken wir optimistisch nach vorn. In Deutschland wird auch in den nächsten Jahren Nachholbedarf im Bereich des Breitbandausbaus herrschen. Angesichts immer höherer Datenübertragungsraten wird der Bereich Glasfaserkabel in Zukunft für unterschiedlichste Bereiche des Lebens kontinuierlich an Bedeutung gewinnen. Unser Ziel ist es, die Rhenania in diesem dynamischen Markt als feste Größe zu positionieren.

Wirtschaftsforum: Gibt es neben diesen zukunftsorientierten Produkten etwas, das Rhenania vom Markt absetzt?



Rhenania ist der größte noch verbliebene Glasfaserkabelhersteller für den FTTX-Bereich in Deutschland

Sascha Abendroth: Anders als große Konzerne haben wir als traditionsreiches Familienunternehmen Zeit zu wachsen und eine starke Familie als Eigentümer, die bereit ist, das Unternehmen in allen Situationen zu unterstützen. Diese langfristige Perspektive ist sehr wertvoll. Hinzu kommen Eigenschaften wie Flexibilität, Reaktionsschnelligkeit, Kundenorientierung und Kompetenz in der Beratung. Nicht zuletzt stehen Rhenania-Kabel für ‚Qualität Made in Germany‘, auch das wird von Kunden geschätzt.

Wirtschaftsforum: Gibt es konkrete Pläne für die Zukunft?

Sascha Abendroth: Wir führen momentan ein neues Warenwirtschaftsprogramm ein, wollen fortlaufend Prozesse optimieren, die Digitalisierung voranbringen und Lean Management-Methoden weiter im Unternehmen etablieren. Vor allem aber wollen wir weiterhin als größter verlässlicher Hersteller von Glasfaserkabeln in Deutschland wahrgenommen werden.

KONTAKTDATEN

Kabelwerk Rhenania GmbH
Karl-Kuck-Straße 3
52078 Aachen
Deutschland
☎ +49 241 928310
info@rhenania-lwl.de
www.rhenania-lwl.de



Glasfaserkabel von Rhenania sind ein wichtiger Baustein für Technologien von morgen



Kabelwerk

RHENANIA GmbH
fibre optic cable

Neue Maßstäbe in der Drucktechnologie



Der 162 cm (64") breite XpertJet 1682SR Pro Sign- und Displaydrucker erfüllt alle Anforderungen eines Großformatdruckers

Die Drucktechnik hat sich in den vergangenen Jahren extrem weiterentwickelt. Bessere Qualität bei geringeren Kosten sorgt für lebhaftere Druckergebnisse, die mittlerweile in ganz unterschiedlichen Bereichen zum Einsatz kommen, vom Objektdruck über Fahrzeuggrafiken und Textildruck bis hin zur Verkehrsbeschilderung. Mutoh ist einer der weltweit führenden Hersteller hochwertiger Großformatdrucker und Schneideplotter und setzt seit mehr als 70 Jahren einen hohen Standard für Innovation, Qualität und lokalen Support, der unter anderem durch die Mutoh Deutschland GmbH sichergestellt wird.

Schnelligkeit, Zuverlässigkeit, Ökonomie und Effizienz sind die Maßstäbe, nach denen Mutoh seine Technologien stetig weiterentwickelt und immer wieder für neue Innovationen sorgt. Zu den wichtigsten Entwicklungen aus dem Hause Mutoh gehören zum Beispiel die wegweisende Technologie Intelligent Interweaving (i²) für hohe Druckqualität zu geringstmöglichen Kosten oder die neue XpertJet Pro-Serie mit GREENGUARD-Gold-zertifizierten Tinten der Serien MS31/MS41/

MS51, mit denen der Spezialist für Großformatdrucker wieder Kunden rund um den Globus überzeugen konnte.

Mehr als 70 Jahre Erfahrung

Die Mutoh Deutschland GmbH ist ein Tochterunternehmen von Mutoh aus Japan. Dort sitzt auch heute noch das Herz der Firma, deren Geschichte im Jahr 1952 begann. „Ursprünglich hat das Unternehmen Zeichentische gebaut“, erläutert Frank Schenk, General Manager Sales, der für den Ver-

trieb im gesamten EMEA-Raum zuständig ist. „Über die Jahre hat die Digitalisierung Einzug gehalten. Zunächst kamen Stiftplotter, später dann Schneideplotter und schließlich ganze Cutting-Systeme zum Portfolio hinzu. Schließlich kamen die Inkjet-Technologie und die Großformatdrucker auf den Markt. Diese Großformatdrucker sind noch heute unser Kernbusiness und allein in Europa haben wir im Laufe der Jahre mehr als 20.000 Mutoh-Großformatdrucker und mehr als 25.000

Interview mit



Frank Schenk,
General Manager Sales
der Mutoh Deutschland GmbH

MUTOH



KONTAKTDATEN

Mutoh Deutschland GmbH
Schiebsstraße 52
40549 Düsseldorf
Deutschland
☎ +49 211 3854740
vertrieb@mutoh.de
www.mutoh.eu



Die Designgestaltung von Fahrzeugen in hoher Qualität ist ein Leichtes für die Drucker der Mutoh XPJ-SR-P Serie

Mutoh-Schneideplotter installiert. Alle Produkte sind made in Japan und damit sehr robust und zuverlässig. Diese hohe Qualitätsorientierung in Verbindung mit der langjährigen Erfahrung und Qualität durch unsere Struktur sind wichtige Stärken von Mutoh.“ Verschiedene Trends und Anwendungen bestimmten die Entwick-



Kompakt und leistungsstark: Mutoh-XpertJet461UF und Mutoh-XpertJet661UF

lung neuer Drucktechnologien und die Menschen nehmen häufig nicht mehr wahr, was mittlerweile alles bedruckt ist. Symbole auf Schaltungen im Automobilbereich oder Smart-Bedienpanels in den Hotels werden zum Beispiel gedruckt und der UV-Druck wird beim Gestalten von Spielzeugen immer relevanter. Auch die Werbetechnik hat sich stark entwickelt und die Möglichkeiten gehen bis hin zum Interior Design zum Bedrucken von Tapeten.

„Da ist sicherlich noch sehr viel Potenzial, insbesondere wenn es darum geht, im industriellen Produktionsprozess etwas zu beschriften“, so Frank Schenk. „Der Textilmarkt boomt, durch Bedrucken können sie Produktionsprozesse zurückholen und Prototyping sowie kleinere Auflagen realisieren.“



Die MS51-Tinten tragen keine Gefahren- oder Risikosymbole, sind GBL-frei und ermöglichen ozonfreies Drucken

Ständige Innovation

Mutoh ist in vier Geschäftsbereichen aktiv: Sign & Display, Specialty/Industrial, Indoor & Digital Transfer sowie Direct Textile. Dabei setzt das Unternehmen auf die Anpassung seiner Produkte an die Anforderungen des Marktes sowie eine vertikale Ausrichtung mit Speziallösungen für die unterschiedlichen Bereiche. Eine der wichtigsten technischen Entwicklungen ist Intelligent Interweaving (i²), die 2006 von Mutoh entwickelt wurde und stetig optimiert wird. Mithilfe von Intelligent Interweaving kann mühelos die richtige Druckqualität zu geringstmöglichen Kosten produziert werden. „Statt die Tintentropfen in den üblichen geraden Linien zu drucken, sorgt i² im Drucker dafür, dass die Tinte in einer Wellenform gedruckt wird“, beschreibt Frank

Schenk das Verfahren. „Abhängig vom Anwendungsbereich und dem Medium reduziert oder eliminiert dies einige der spezifischen Probleme des Inkjet-Drucks, beispielsweise Streifenbildung, fehlende oder abgelenkte schießende Düsen und Fleckenbildung. Da die revolutionäre neue Art des Druckens mit Tinte von Mutoh entwickelt wurde, ist sie nur bei unseren Druckern verfügbar. Sie wird mittlerweile in all unsere Drucksysteme integriert.“ Intelligent Interweaving ist aber nicht die einzige Innovation aus dem Hause Mutoh. Seit 1999 arbeitet das Unternehmen mit der Piezo-Drop-on-Demand-Tintenstrahlkopf-Technologie, die in alle Großformatdrucker auf Wasserbasis, Solvent- und UV-Digital-Tintenstrahl drucker integriert ist. Dafür wurden von der eigenen Forschungs- und Entwicklungsabteilung spezielle Tinten entwickelt, die auf die Piezoköpfe abgestimmt sind und spezifische Anwendungen abdecken. Eine weitere Innovation auf dem Gebiet der Tinten sind die MS51-Tinten, die mit marktführenden Gesundheits- und Sicherheitsmerkmalen überzeugen. Sie tragen keine Gefahren- oder Risikosymbole, sind GBL-frei und ermöglichen ozonfreies Drucken. Daher können sie in normalen Büros, Heimbüros oder kleinen Einzelhandelsgeschäften eingesetzt werden. „Mitte der 1990er-Jahre kamen die ersten Großformatdrucker auf den Markt, da hat sich bis heute viel getan“, bemerkt Frank Schenk. „Mittlerweile haben wir ein Level erreicht, das alle

Bedingungen erfüllt. Aus diesem Grund kann man heute eher über die Weiterentwicklung der Tintenpunkten. Das ist für uns ein wichtiges Differenzierungsthema. Vor allem der Bedarf nach Nachhaltigkeit wird immer wichtiger. Dem kommen wir zum Beispiel mit unseren GREENGUARD-Gold-zertifizierten Tinten der Serien MS31/MS41/MS51 nach. Ein weiteres Thema in der Druckindustrie ist die Produktivität, gerade bei



Fotorealistische Qualität und lebendige Farben ermöglicht der XpertJet-DTO

Dienstleistern, die wir immer weiter zu verbessern versuchen. Dabei spielt die Automatisierung ebenfalls eine wichtige Rolle.“

Neue Marktsegmente

Mit Technik-, Fertigungs- und Distributionszentren in Asien, dem asiatisch-pazifischen Raum, Europa und den USA ist Mutoh einer der weltweit führenden Hersteller von hochwertigen Großformat-Piezo-Drop-on-Demand-Inkjet-Druckern und Schilder-Schneideplottern. In Zukunft sollen noch weitere Marktsegmente der Mutoh-Technologie bedient werden.

„Unser Anspruch: Kompetenz entscheidet“

Geballte radiologische Kompetenz in einem Netzwerk ausgewiesener Spezialisten – das ist die Radiologische Allianz GbR. Dabei deckt der medizinische Verbund aus Hamburg sowohl die klassische Radiologie als auch Nuklearmedizin und Strahlentherapie ab. So profitieren überweisende Ärzte und Patienten von modernster Technologie, die auch im weiten Umfeld der Hansestadt oft gar nicht oder nur sporadisch zu finden ist.

„Wir bieten Basisdiagnostik und Spezialdiagnostik an und haben die Fachleute“, beschreibt Prof. Dr. med. Jörn Sandstede, Geschäftsführer der Radiologische Allianz GbR, wesentliche Stärken. „Wir bedienen den kompletten Prozess von der Zuweisung bis zur digitalen Übermittlung von Bildern und Befunden. Zudem praktizieren wir auf universitärem Niveau und haben mit unserem quantenzählenden CT-Scanner NAEOTOM Alpha ein absolutes Alleinstellungsmerkmal.“ Weitere Gründe, die für die Radiologische Allianz sprechen, nennt der stellvertretende Geschäftsführer Dr. med. Martin Simon: „Auch bei steigendem Kostendruck haben wir weiterhin eine hohe Investitionsbereitschaft. In allen Prozessen legen wir größten Wert auf Qualität. Deshalb liegen unsere Leistungen auch weit über dem üblichen Standard.“

Umfassende Leistungen

„Unser Leistungsspektrum umfasst mit MRT, CT und Röntgendiagnostik sämtliche radiologische Verfahren“, erläutert Prof. Dr. Jörn

Sandstede. „Dabei liegen unsere Schwerpunkte auf Muskeln, Gelenken, Onkologie, Herz- und Lungendiagnostik. Vor Kurzem ist noch ein auf Neuroradiologie spezialisiertes Zentrum hinzugekommen.“ An einem weiteren Standort bündelt die Radiologische Allianz ihre nuklearmedizinischen Leistungen mit verschiedenen Szintigraphieverfahren sowie PET/CT, der Kombination aus Positronen-Emissions-Tomographie (PET) und Computertomographie (CT). Last but not least gehört die Strahlentherapie zum Leistungsspektrum. Hier werden Linearbe-

schleuniger mit stereotaktischen und adaptierenden Bestrahlungstechniken sowie Verfahren wie Radiochirurgie mittels Gamma Knife eingesetzt. Ein weiteres Gebiet ist die Mamma-Diagnostik, die über digitale Mammografie einschließlich Tomosynthese, MR-Mammografie, Sonografie oder Biopsie erfolgt.

17 Standorte und Zentren

2009 erfolgte die Gründung der radiologischen Allianz mit sechs Standorten. Im Laufe der Zeit wurden weitere radiologische Praxen integriert sowie Kooperati-



© Martin Zitzlaff
Diagnostik und Bestrahlung auf höchstem Niveau

Interview mit



*Dr. med. Martin Simon,
stellv. Geschäftsführer
und*



*Prof. Dr. med.
Jörn Sandstede,
Geschäftsführer
der Radiologische Allianz GbR*

onen mit Kliniken wie dem Diakonieklinikum, der ENDO-Klinik, dem St. Adolf Stift, oder der Lungen-Clinic Grosshansdorf begonnen. In der Privatpraxis Radiologie am Rathausmarkt werden hochmoderne Flagship-Geräte als Erstes eingesetzt. Bis dato unterhält die Radiologische Allianz 17 medizinische Standorte in Hamburg sowie einen Verwaltungssitz. Die Gesellschafter der als GbR organisierten Allianz mit insgesamt 300 Beschäftigten sind allesamt ausschließlich Ärztinnen und Ärzte und innerhalb des Verbundes tätig.

Großes Einzugsgebiet

„Mit unseren unterschiedlichen Kooperationsformen stellen wir die Versorgung der Radiologie in



Höchste Bildqualität dank PhotonCounter CT – einmalig in einer Praxis in Deutschland



Immer gut beraten: Modernste Techniken, aber der Patient steht im Mittelpunkt

den uns angeschlossenen Kliniken sicher“, verdeutlicht Dr. Martin Simon. „Unser wesentliches Versorgungsgebiet ist jedoch die ambulante Tätigkeit. Hier erreichen uns Patienten durch Zuweisungen niedergelassener Kollegen – zu meist aus Hamburg.“ Geht es jedoch um spezielle diagnostische Verfahren, reicht das Einzugsgebiet bis nach Sylt, zur Lüneburger Heide oder bis vor Rostock.

„Für uns ist die Mund-zu-Mund-Propaganda ganz wichtig“, sagt Prof. Dr. Jörn Sandstede. „Außerdem stehen unsere ärztlichen Leitungen an den verschiedenen Standorten in engem Kontakt mit den niedergelassenen Ärzten.“

Grundsätzlich lautet

unser Anspruch ‘Kompetenz entscheidet“. Darauf weist die Radiologische Allianz auch durch ihre Präsenz in sozialen Netzwerken wie LinkedIn oder Facebook hin. Doch auch durch Fortbildungsveranstaltungen und den Anspruch, Leuchtturmmedizin zu praktizieren, macht der Verbund auf sich aufmerksam.

Hoher digitaler Standard

Was die Digitalisierung betrifft, sieht Prof. Dr. Jörn Sandstede die Radiologische Allianz im Vergleich zu anderen medizinischen Fachdisziplinen ganz weit vorn: „Für uns ist es völlig normal, Daten zwischen allen Standorten auszutauschen. Unsere Schnittstellen mit den zuweisenden Ärzten verbessern wir kontinuierlich. In unserem digitalen Portal

hat jeder Teilnehmer in Echtzeit Zugriff auf Bilder und Befunde. Dabei gewährleistet unsere eigene IT mit über zehn Mitarbeitern höchste Sicherheitsstandards mittels zertifizierter Software.“ Als energieintensives Unternehmen achtet die Radiologische Allianz auf möglichst stromsparende Geräte. Nachhaltig ist auch die digitale Datenübermittlung, die im Laufe der Jahre große Mengen an Papier sowie Hunderttausende von CD-Rohlingen eingespart hat. „Weitere Digitalisierung, Personalgewinnung und Expansion stehen für uns in den kommenden Jahren auf der Agenda“, skizziert der Geschäftsführer. „So wollen wir uns bei der Ausbildung des medizinischen Fachpersonals engagieren sowie Komplettversorgung und Spezialmedizin weiter ausbauen und bekanntmachen.“



RADIOLOGISCHE ALLIANZ

Radiologie · Nuklearmedizin · Strahlentherapie

KONTAKTDATEN

Radiologische Allianz GbR

Schäferkampsallee 5-7

20357 Hamburg

Deutschland

☎ +49 40 325552100

✉ +49 40 325552222

info@radiologische-allianz.de

www.radiologische-allianz.de



Von Wandel und Werten

Volle Auftragsbücher in Zeiten, in denen bei vielen Mitbewerbern Flaute herrscht. Ein erfolgreicher Generationenwechsel, der für Kontinuität sorgt. Ein Gründer, der mit 78 Jahren noch immer mit Herzblut und Kompetenz für die Firma tätig ist. Bei der Ingenieurbüro Rüdiger Jockwer GmbH aus Berlin ist vieles anders als bei anderen.

Der Name Rüdiger Jockwer ist in Berlin und darüber hinaus ein Begriff für Statik. Rüdiger Jockwer gründete 1992 gemeinsam mit Rolf Schulte-Spechtel das Ingenieurbüro, das bis heute für schnelle, wirtschaftliche und pragmatische statische Konstruktionen steht. Seit 1992 ist viel geschehen – Rolf Schulte-Spechtel ist inzwischen nicht mehr im Unternehmen tätig, 2022 wurde der Geschäftsführungskreis um Robert Hecke, Christian Schwanz, Daniel Johnson und Lars Grede erweitert, die Mitarbeiterzahl beläuft sich inzwischen auf knapp 80 Kräfte. Das Büro ist gewachsen, hat sich neu aufgestellt, ohne traditionelle Werte wie Kontinuität, Zuverlässigkeit und Engagement aus den Augen zu verlieren. „Herr Jockwer ist auch heute noch immer für seine Kunden da“, betont Geschäftsführer Christian Schwanz. „Er hat dafür gesorgt, dass das Büro einen exzellenten Ruf genießt. Das war auch der Grund, warum ich nach dem Studium hierhergekommen bin. Ich habe hier von Beginn an eine sehr familiäre Atmosphäre erlebt. Das Büro von Herrn Jockwer hat den Charme eines Wohnzimmers mit vielen persönlichen Dingen. Er ist ein sehr sozialer und gerechter Mensch, hat immer ein offenes Ohr und ist für seine pragmati-

schen Lösungen bekannt. All das spiegelt sich im Unternehmen wider.“

Schnelle, pragmatische Lösungen

Kernkompetenz des Unternehmens ist seit jeher die Tragwerksplanung für größere und kleinere Neubauten und Umbauten im Hochbau. Auch für Umbauten und Sanierungen von denkmalgeschützten Gebäuden ist es ein kompetenter Partner, der bei Bedarf schnell vor Ort ist, um nicht nur mit Professionalität und Erfahrung, sondern auch mit gesundem Menschenverstand nach Lösungen zu suchen, die allen Beteiligten entgegenkommen. „Pro Woche machen wir 20 bis 30 schnelle, kurze Vor-Ort-Termine“, so Christian Schwanz. „Wir sind dafür bekannt, Bauherren kompetent zu beraten und auch nach links und rechts zu schauen. Auch die Zusammenarbeit mit den Architekten ist uns wichtig; meist werden wir sehr früh in ein Projekt miteinbezogen. Sehr gute Erfahrungen machen wir mit dem räumlichen Zeichnen und Rechnen. Schon während der Planungsphase können so mögliche Probleme im Herstellungsprozess identifiziert und Optimierungen vorgenommen werden. Dank dieses intelligenten Gebäudedaten-

modells können wir die Planung frühzeitig für den Bauherren visualisieren. Das Building Information Modeling (kurz BIM) wird in der Zukunft die Arbeitsweise der Architektur- und Ingenieurbüros bestimmen. BIM ist ein digitaler und integrativer Ansatz für die Bearbeitung von Projekten in der Baubranche. Zukünftig werden Architektur, das Tragwerk, die haustechnischen Anlagen und die bauphysikalischen Daten in den Modellen digital visualisiert. Das Ergebnis ist ein intelligentes Gebäudedatenmodell – das sogenannte BIM-Modell. Die Vorteile

Interview mit



*Christian Schwanz,
Geschäftsführer
der Ingenieurbüro
Rüdiger Jockwer GmbH*

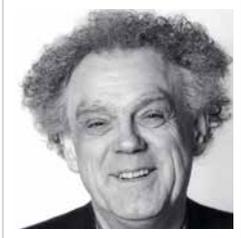
dieser Arbeitsmethode im reinen Planungsprozess sind bedeutend. Darüber hinaus sind sie ebenso wichtig in der Kalkulation, in der Bauausführung, im Innenausbau, in der Vermarktung des Objekts und sogar im späteren Facility Management. Somit können nahezu alle Phasen im Projektlebenszyklus in diesem Modell betrachtet werden, bis hin zum Umbau beziehungsweise Abriss. Auch die Energieberatung, die bis-



Das Ingenieurbüro Rüdiger Jockwer sorgt dafür, dass bei Neubauten die Statik stimmt, wenn es hoch hinaus geht



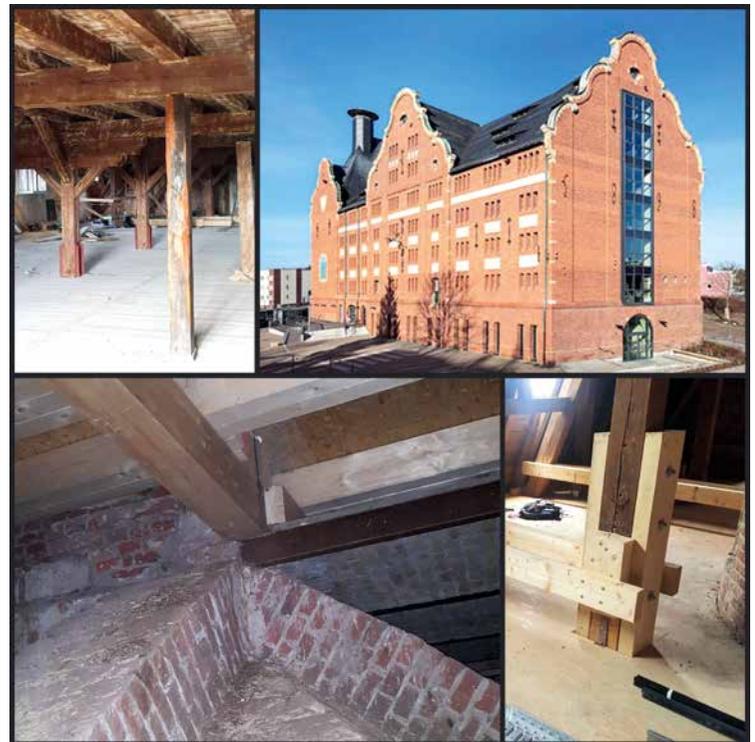
INGENIEURBÜRO
Rüdiger Jockwer



Rüdiger Jockwer,
Gründer des Ingenieurbüros

KONTAKTDATEN

Ingenieurbüro Rüdiger Jockwer GmbH
Pfeulstraße 5, Aufgang 4
10997 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 6177650
✉ +49 30 61776540
info@jockwer-gmbh.de
www.jockwer-gmbh.de



Auch bei Umbauten oder Sanierungen sind Jockwers Kompetenz und Pragmatismus gefragt

her nur für Wohngebäude erstellt werden kann, soll perspektivisch mit Hilfe von BIM auch für Nichtwohngebäude und Denkmäler möglich werden. Die pragmatische Vorgehensweise sorgt dafür, dass unsere Auftragsbücher voll sind. In der Branche weiß man, dass Jockwer statische Dinge irgendwie möglich macht.“

Eine Zukunft im Zeichen von Werten

Das Berliner Ingenieurbüro hat volle Auftragsbücher, während der Markt insgesamt eher zurückhaltend ist. Auch wenn einige Stammkunden Projekte gestoppt haben, muss Jockwer jeden Tag Anfragen absagen, wie Christi-

an Schwanz sagt. Es fehle an Personal, um die Aufträge in der bewährten Qualität abzuarbeiten. „Der Fachkräftemangel ist auch für uns herausfordernd“, betont Christian Schwanz. „Oft stellen Bewerber Forderungen, die wir nicht erfüllen können oder wollen.“ Wer die Chance hat, bei Jockwer zu arbeiten, profitiert nicht nur von der fachlichen Kompetenz des Büros. Ein familiäres Arbeitsklima, ein freundschaftlich-kollegiales Miteinander und faire Entlohnung haben dafür gesorgt, dass viele Mitarbeiter Jockwer seit Langem treu sind, sich mit dem Unternehmen identifizieren und sich dafür einsetzen, es weiter nach vorn zu bringen. In regelmä-

ßig stattfindenden Arbeitskreisen diskutieren Mitarbeiter Änderungen und Neuerungen – und erhalten vonseiten der Geschäftsführung die volle Unterstützung bei der Umsetzung der Ideen. Mit dem Generationenwechsel wurde zudem die Voraussetzung geschaffen, das Unternehmen für die Zukunft bestmöglich aufzustellen. „Mein Wunsch wäre, dass

wir in 30 Jahren zurückblicken und einen ähnlich gelungenen Wandel in der Geschäftsführung sehen“, so Christian Schwanz. „Voraussetzung dafür ist, gesund zu wachsen, die Werte von Herrn Jockwer weiter hochzuhalten und auch für kleinere Aufträge zur Verfügung zu stehen.“

„TARGUS works.“

Lösungen, die wirklich funktionieren: Die Unternehmensberatung TARGUS Management Consulting AG aus Ratingen bringt das wichtige Ziel ihrer Arbeit prägnant auf den Punkt. Kundenbefragungen und wissenschaftliche Beratertests bestätigen die Unternehmensphilosophie. Was macht TARGUS besser als die anderen? Wir haben nachgefragt.



60 Berater sind für TARGUS tätig – sie schätzen den ausgeprägten Teamgeist und einen kollegialen, familiären Umgang

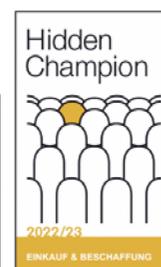
Wirtschaftsforum: Herr Sans, Sie haben in Aachen Bergbau studiert, waren in einer großen, angesehenen Beratung tätig und sind vor 20 Jahren zu TARGUS gewechselt. Was ist für Sie das Besondere an diesem Beratungsunternehmen?

Andreas Sans: TARGUS wurde 2001 von drei Personen gegründet, die ein klares Ziel vor Augen hatten: methodische Exzellenz zu verbinden mit Umsetzungsfähigkeit. Diese Kombination aus Industrieerfahrung und Methodenkompetenz, dazu die Praxishäufigkeit und die schnelle Umsetzung unterscheidet TARGUS von anderen Managementberatungen.

Wirtschaftsforum: Wie sieht das Angebots-Portfolio genau aus?

Andreas Sans: Wir konzentrieren uns rein auf Operations, arbeiten für produzierende Unternehmen, vor allem aus den Bereichen Maschinenbau, Elektrotechnik, Pharma, Medizintechnik, Automotive und Unternehmen im Projektgeschäft, also nicht für Banken oder Versicherungen. Bei den Kunden arbeiten wir entlang der gesamten operativen Wertschöpfungskette, beginnend bei Forschung und Entwicklung, über Einkauf, Produktion und Logistik bis hin zum technischen Vertrieb, um neue Arbeitsweisen zu etablieren oder Effizienz und Produktivität zu steigern. Unsere Erfahrung zeigt, dass es gerade an den Schnittstellen zwischen einzelnen Fachbereichen oft zu Reibungsverlusten kommt. Wir haben uns den Ruf erarbeitet, bei derartigen Fragestellungen passende Lösungen

zu entwickeln und dabei die Menschen im Unternehmen mitzunehmen. Dieser praxisorientierte, fachbereichsübergreifende Ansatz drückt sich im Know-how unseres Teams aus, das zu 90% aus Ingenieuren und Naturwissenschaftlern besteht. Rund 50% unserer Mitarbeiter waren vorher außerhalb der Beratung tätig. Zudem hat unser Team im Durchschnitt zehn Jahre Berufserfahrung, was für eine Managementberatung außergewöhnlich viel ist. Unsere Berater wissen



TARGUS works. – und liefert ausgezeichnete Ergebnisse

Interview mit



Andreas Sans,
Vorstand
der TARGUS Management
Consulting AG

also, worauf es in der Industrie wirklich ankommt. Diese Erfahrung und dieses Know-how sind wichtig, um Unternehmen messbaren Nutzen durch die Beratung zu liefern. Kunden wollen nicht ein Konzept kaufen, sie wollen Lösungen. Wir bieten Lösungen, die in der Praxis funktionieren, weil wir die Organisation 'challenge' und die Mitarbeiter des Kunden dann nicht nur einbinden, sondern auch unterstützen.

Wirtschaftsforum: Folgt TARGUS bei den Projekten einem bestimmten Ansatz?

Andreas Sans: In der Regel führen wir ein sogenanntes Vorprojekt durch. Dafür besprechen wir im Vorfeld mit dem Kunden Ziele und Herausforderungen, fragen erste Daten an und analysieren



Das Engagement der gesamten Mannschaft kennzeichnet TARGUS

diese Workshops und Interviews beim Kunden vor Ort bilden schließlich die Grundlage für einen maßgeschneiderten Projektvorschlag. Damit ist ein Projekt für Kunden faktisch risikolos.

Wirtschaftsforum: Um welche spezifischen Themen geht es bei den Projekten?

Andreas Sans: Im Engineering geht es um neue Arbeitsweisen wie agile Entwicklung; wir schaffen aber auch systematische Strukturen im Entwicklungsprozess, um diesen messbarer und sicherer zu machen. Im Zusammenspiel von Entwicklung und Einkauf ist die Produktkostenoptimierung und die Verankerung entsprechender Arbeitsweisen beim Kunden ein Schwerpunkt. Im Einkauf sind die Weiterentwick-

lung der Einkaufsorganisation sowie Materialkostenoptimierung oder die Absicherung der Supply Chain typische Themen. Beispielfür den Bereich Produktion ist die Steigerung von Ausbringungsmengen, Produktivität und Qualität, für die oft ein Umdenken beim Kunden notwendig ist. In der Logistik beschäftigen wir uns regelmäßig mit der Optimierung von Fertigungsnetzwerken: Wie findet man das Optimum zwischen Kunden und Märkten, Logistik und Fertigungskosten?

In Großprojekten (zum Beispiel Schienenfahrzeuge, Schiffe oder spezielle Landfahrzeuge) unterstützen wir oft bei der Optimierung der Beschaffungskosten sowie im Projektmanagement, um den Zieltermin abzuschließen. Letztendlich geht es darum, den Kunden den größtmöglichen

Nutzen je Projekt zu bringen. Das zeigt auch unsere Roadmap to Success. Hier geht es um die Optimierung in allen Wertschöpfungsstufen für ganze Standorte oder Unternehmen.

Wirtschaftsforum: Welche Struktur und wie viel Mitarbeiter stehen hinter diesem Ansatz?

Andreas Sans: Wir beschäftigen 60 Berater und Beraterinnen in Deutschland und in den USA, wo wir eine Niederlassung haben. Ein wichtiges Charakteristikum unserer Arbeit ist, dass wir in Branchenteams unser Know-how spezifisch auf bestimmte Herausforderungen ausrichten. Hier entstehen auch neue Produkte, wie industriespezifische Screenings (beispielsweise für die Kunststoffverarbeitende Industrie) und Lösungsansätze. Um entsprechende Expertise aufseiten der Mitarbeiter zu garantieren, suchen wir vor allem Personen mit Berufserfahrung im industriellen Bereich oder mit Promotion an einem Lehrstuhl mit Fokus auf Industrieprojekte.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele oder Vision für die Zukunft hat TARGUS?

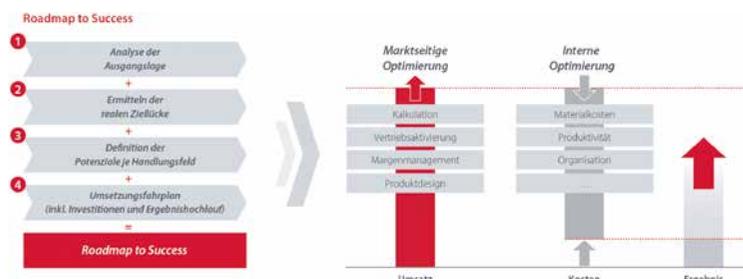
Andreas Sans: Wir wollen weiterhin unternehmerisch im Sinne der Kunden denken und handeln. Das ist ein wichtiger Erfolgsfaktor und soll auch in Zukunft unser Leitfaden sein. Unsere umsetzungsorientierte Art zu arbeiten, bei der wir die Mitarbeiter der Kunden im Team mitnehmen und gemeinsam Lösungen erarbeiten,

TARGUS
Management Consulting

KONTAKTDATEN

TARGUS Management Consulting AG
Dechenstraße 7
40878 Ratingen
Deutschland
☎ +49 2102 942266
info@targusmc.de
www.targusmc.com

hilft dem Management, Veränderungen voranzutreiben und sich im internationalen Wettbewerb erfolgreich zu positionieren. In der Vergangenheit waren wir damit sehr erfolgreich – das zeigt nicht allein das jährliche Wachstum, sondern auch Auszeichnungen wie 'Hidden Champion' und 'Best of Consulting', die wir schon mehrfach gewonnen haben – Letztere fünf Jahre in Folge. Der wichtigste Erfolgsmaßstab sind aber die Treue und das Vertrauen unserer Kunden. Für die Zukunft ist es wichtig, dass wir weiter die richtigen Talente für uns gewinnen können, die sich engagieren und Dinge voranbringen wollen. Dabei ist die Arbeit bei TARGUS auch eine Investition in sich selbst. Wenige wollen auf Dauer als Berater arbeiten – mit dem Fokus auf Industrie und Umsetzungsorientierung entwickeln die Kollegen aber gerade auch die Fähigkeiten weiter, die später Fundament einer anderen Karriere sind. Insgesamt werden wir auch in Zukunft wachsen und dabei unserem Slogan 'TARGUS works.' treu bleiben.



Mit der 'Roadmap to Success' werden systematisch alle Stellhebel zum Erfolg genutzt

Natürliche Rohstoffe für die süßen Dinge des Lebens



Ohne sie weder Kaubonbon noch Fruchtgummi: Confectionery Performers geben Süßwaren ihre Textur und verbessern Geschmack, Aussehen und Haltbarkeit. Diese Spezialprodukte sind für Norevo ein wichtiger Geschäftsbereich

Glänzende Schokoladendragees, würzige Lakritze, knackige Kaubonbons oder Puder, Pasten und Pillen: All diese Produkte enthalten Zutaten aus dem Sortiment der Norevo GmbH. Das global aufgestellte Hamburger Unternehmen ist auf den Handel und die Veredlung natürlicher Rohstoffe spezialisiert und liefert eine Vielzahl innovativer Produkte für die Süßwaren- und Kosmetikindustrie. Chefstrategie Alexander Wolff sprach mit uns über langfristigen Erfolg durch weitsichtige Entscheidungen und anhaltendes Wachstum.

Wirtschaftsforum: Herr Wolff, Ihr Unternehmen kann auf 120 Jahre im Handel mit natürlichen Rohstoffen zurückblicken. Welche Schritte waren aus Ihrer Sicht wichtig für die Entwicklung von Norevo?

Alexander Wolff: Vor allem in den 1980er-Jahren wurden die Weichen für die weitere Unternehmensentwicklung gestellt, denn in diese Zeit fallen zwei wesentliche Veränderungen. Zum einen begann eine Phase der Internationalisierung, indem man weitere Standorte nicht nur außerhalb Deutschlands, son-

dern auch außerhalb Europas gründete. Zum anderen wurde gleichzeitig ein Produktionsstandort in Deutschland aufgebaut, an dem die Rohstoffe, mit denen das Unternehmen bislang ausschließlich gehandelt hatte, nun auch aufbereitet und veredelt wurden. Der nächste größere Entwicklungsschritt folgte 2010 mit einem Management-Buy-out und der Gründung der Norevo GmbH. Zuvor waren wir als Food-Einheit Teil eines Konzerns gewesen, aus dem wir uns dann herauskauften. Dass unser heutiger Erfolg die Richtigkeit unserer damaligen Strategie bestätigt, ist unsere

Erfolgsgeschichte der letzten 13 Jahre. Wir sind sehr zufrieden, dass wir heute dort stehen, wo wir sind.

Wirtschaftsforum: Wo stehen Sie denn heute mit Norevo, sowohl strukturell als auch in Zahlen?

Alexander Wolff: Wir haben hier in Hamburg unser Headquarter – traditionell, sozusagen, denn hier sind wir seit jeher ansässig. Auslandsstandorte haben wir in Ungarn, China, Singapur, Mexiko und Argentinien. Wir sind, wenn man so will, ein globaler Mittelständler. Weltweit haben wir circa

Interview mit



Alexander Wolff,
Strategic Management
der Norevo GmbH

230 Mitarbeitende, davon etwas weniger als die Hälfte in Deutschland, und setzen jährlich etwa 85 Millionen EUR um. Seit der Gründung von Norevo in 2010 sind wir kontinuierlich gewachsen und gehen davon aus, dass dieses Wachstum anhalten wird. Ob sich das auch in den Umsatzzahlen widerspiegeln wird, hängt von den Preisen und der Verfügbarkeit der einzelnen Rohstoffe in unserem Sortiment ab, denn dieser Markt ist sehr volatil. Prinzipiell sind wir aber in allen Bereichen auf weiteres Wachstum eingestellt.

Wirtschaftsforum: Sie sprachen ja eben davon, dass die Strategie, die seit dem Management-Buy-out verfolgt wurde, aufgegangen ist. Was genau verbirgt sich dahinter?

Alexander Wolff: Die strategischen Weichen haben wir erfolgreich gestellt, indem wir das Unternehmen einerseits extrem auf Transparenz ausgerichtet haben. Das muss auch so sein, eben weil wir mit natürlichen Rohstoffen arbeiten und es weltweit so viele Faktoren gibt, die in die Gesamtsituation am Markt einbezogen

werden müssen: Ernteauffälle, Preis- und Währungsschwankungen, die jeweilige politische Situation. Andererseits haben wir Ende der 2000er-Jahre unser Portfolio gestrafft und uns auf die Bereiche fokussiert, in denen wir eine gute Position am Markt haben. Auch als Norevo GmbH haben wir diese Strategie ab 2010 weiterverfolgt und 2012/13 noch einmal Schwerpunkte innerhalb des Portfolios gesetzt – mit den Confectionery Performers, unseren Spezialprodukten für die Süßwarenindustrie. Vor fünf Jahren haben wir mit der Etablierung eines neuen Geschäftsbereiches, der natürlichen Wachse, eine weitere strategische Entscheidung getroffen, von der wir glauben, dass sie sich zukünftig als wichtig erweisen wird – denn damit können wir außer dem Lebensmittelbereich, unserer Kernindustrie, auch die Kosmetikbranche und die technische Industrie ansprechen.

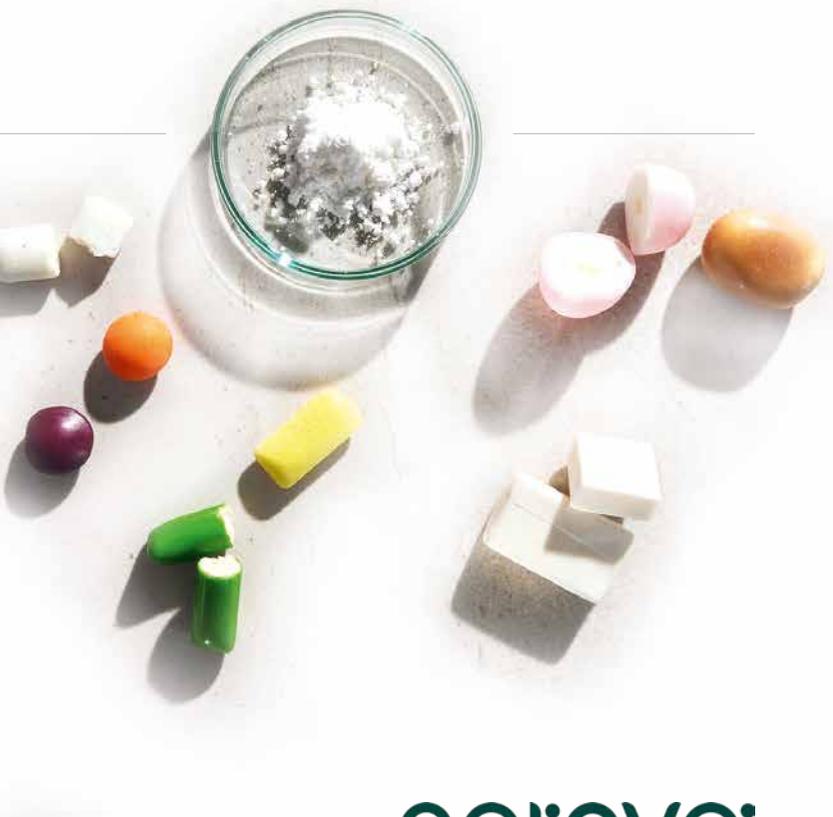
Wirtschaftsforum: Welche Produkte des Portfolios haben für Norevo die größte Bedeutung?

Alexander Wolff: Der gesamte Bereich der Confectionery Perfor-

mers ist wie gesagt für uns strategisch sehr wichtig, weil wir hier unseren Kunden auch sehr viel Wertschöpfung weitergeben können. In diesem Bereich sind wir auch am innovativsten mit immer wieder neuen Produktentwicklungen. Dabei geht es um funktionale Produkte für die Süßwarenindustrie, die die Produkte der Kunden besser machen hinsichtlich Geschmack, Aussehen, Haltbarkeit, Produzierbarkeit etc. Hier gibt es einen großen Markt, in dem man mit Innovation wirklich punkten kann. Wir versuchen die Bedürfnisse unserer Kunden sowie auch Trends rechtzeitig zu erkennen, um immer neue Produktentwicklungen anzustoßen.

Wirtschaftsforum: Welche Stellenwert hat Nachhaltigkeit für Norevo?

Alexander Wolff: Alle unsere Produkte haben eines gemeinsam: Sie wachsen nach und sind damit nachhaltig. In den Anbauländern bestehen Lieferbeziehungen teilweise schon über Generationen. Wir mussten seit jeher nachhaltig arbeiten, um langfristig in diesem Geschäft zu bleiben. Vor drei Jah-



ren haben wir zudem eine Sustainability Managerin eingestellt. Sie kümmert sich um Maßnahmen, die wir umsetzen können, um unseren CO₂-Footprint zu reduzieren, sowie um ESG-Themen. Nachhaltigkeit ist tief in all unseren Prozessen verankert. Entlang unserer Wertschöpfungskette haben wir zudem etliche soziale Projekte initiiert, um die Menschen aus unseren Einkaufsländern zu unterstützen und soziale Verantwortung zu übernehmen.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihre Zukunftsvision für Norevo?

norevo

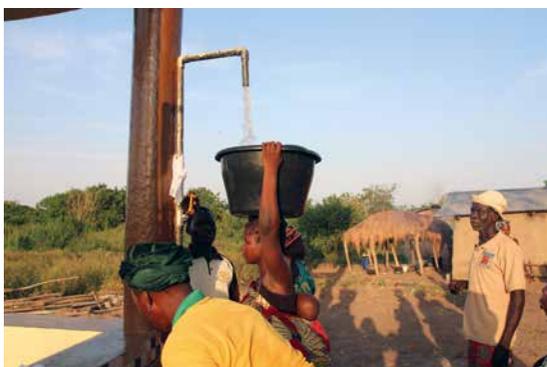
KONTAKTDATEN

Norevo GmbH
Völkersstraße 14-20
22765 Hamburg
Deutschland
☎ +49 40 5379790
✉ +49 537979100
contact@norevo.de
www.norevo.de

Alexander Wolff: Wir möchten gern weiter qualitativ nachhaltig und organisch wachsen und innovative Produkte an den Markt bringen. Uns geht es darum, uns innerhalb unserer Nischen weiteres Marktpotenzial zu erarbeiten.

Wirtschaftsforum: Eine persönliche Frage zum Schluss: Was ist Ihr Drive bei Ihrer Arbeit?

Alexander Wolff: Mir macht es jeden Tag Spaß, international mit vielen verschiedenen Menschen an spannenden Produkten zu arbeiten. Es ist schon toll, wenn man im Geschäft Lebensmittel sieht und weiß: Da ist unser Produkt drin.



Verantwortung übernehmen durch soziale Projekte: So verbessert Norevo die ökonomische Situation von Menschen in den Ländern, aus denen die Rohstoffe bezogen werden



Der Honig kommt unter anderem aus Südamerika: Imker in Mexiko bei der Arbeit

Wie man erfolgreich eine Nische in der Auto-industrie bedient

Interview mit

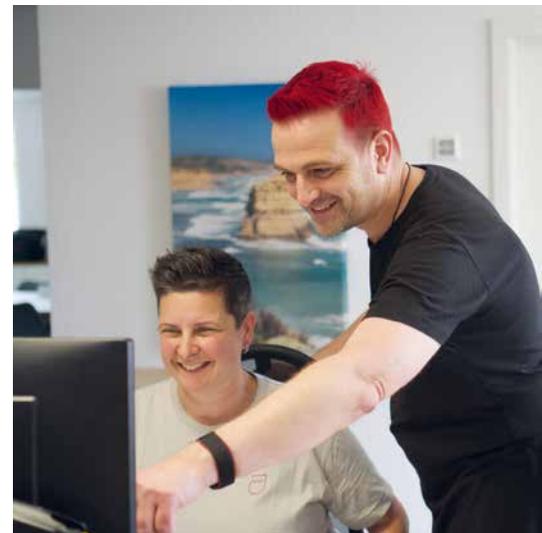


*Christian Kümmel,
Geschäftsführer
der Kümmel Fahrzeugteile
GmbH & Co. KG*

So vielfältig wie die Verarbeitungskompetenzen – Stanzen, Nähen, Polstern, Kaschieren, Perforieren, Front- und Hinterschäumen sowie die Herstellung von PUR-Formteilen – sind auch die Produkte: Türverkleidungen, Mittelkonsolen, Kopfstützen, Anbauteile für Instrumententafeln und viele weitere Auto-Innenausstattungen. Die Kümmel Fahrzeugteile GmbH & Co. KG ist seit fast 100 Jahren zuverlässiger Lieferant für die Automobilindustrie.

Die Kümmel Fahrzeugteile GmbH & Co. KG ist ein inhabergeführtes, mittelständisches Unternehmen, das sich auf die Produktion von Innenausstattung für Fahrzeuge spezialisiert hat. Der Familienbetrieb in 4. Generation ist Zulieferer von namhaften Tier-1- und Tier-2-Lieferanten für die Automobilindustrie. Die Kernkompetenzen von Kümmel Fahrzeugteile sind Stanzen, Nähen, Polstern, Kaschieren, Perforieren, Front- und Hinterschäumen sowie die Herstellung von PUR-Formteilen. „Wir produzieren Anbauteile für Türverkleidungen, Mittelkonsolen, Kopfstützen, Spaltabdeckungen, kaschierte Anbauteile für Instrumententafeln, Säulenverkleidungen und vieles mehr“, beschreibt Geschäftsführer Christian Kümmel das große Leistungsspektrum. Für die verschie-

denen Produkte werden zahlreiche unterschiedliche Materialien verarbeitet, wie Abstandsgewirke, Alcantara, Carbon, Folien, Leder und Kunstleder, Metallteile und Schweißgruppen, Naturfaserwerkstoffe, PUR-Schaum, Spritzgussteile, Teppich und andere Textilien. Gefragt nach den Gründen für den Erfolg, antwortet Christian Kümmel: „Es ist ein schnelllebiges Geschäft, in dem wir stets äußerst flexibel auf individuelle Kundenwünsche eingehen. Außerdem bieten wir unseren Kunden ein Rundum-sorglos-Paket. Unser Interesse ist immer, dass sich der Kunde keine Sorgen machen muss und ein perfektes Produkt erhält.“



Geschäftsführer Christian Kümmel und seine Frau Katrin führen das Familienunternehmen in 4. Generation

Neu gegründet nach der Wende

Kümmel Fahrzeugteile blickt auf nahezu ein volles Jahrhundert erfolgreicher Firmengeschichte zurück. Gegründet wurde das Unternehmen von Bruno Gräfendorf, dem Urgroßvater des aktuellen Geschäftsführers, und seinem Bruder Paul im Jahr 1925. Der Fokus lag damals auf der Herstellung von Seilerwaren und Netzen; später kamen Taschen und Beutel

Komplexe Ziernaht: Kümmel Fahrzeugteile ist spezialisiert auf hochwertige Innenausstattung für die Automobilindustrie

hinzu. Durch den technischen Fortschritt hätten sich Ende der 1950er-Jahre erste Verbindungen zum Automobilbau ergeben, so Christian Kümmel. „1960 haben wir die ersten Projekte für verschiedene Automarken entwickelt: Türtaschen, Sonnenblenden und Armauflagen.“ In den 1970er-Jahren kam die Verarbeitung von Polyurethanschaum mit eigenen Patenten dazu. Im Jahr 1972 wurde die Firma als Volkseigener Betrieb komplett verstaatlicht und an ein Kombinat angegliedert. „Nach der Wende haben meine Eltern das Unternehmen reprivatisiert“, erklärt Christian Kümmel. In der Folge wurde der Betrieb 1991 in den alten Räumen neu gegründet als Kümmel Fahrzeugteile. Neben der Übernahme von Aufträgen für die Fahrzeugmarken Wartburg und Trabant wurden im Anschluss erste Kontakte zu VW aufgebaut. Zugleich erfolgte der Einstieg in die Echtlederkaschierung und die Orientierung auf gehobene Innenausstattung. Wir haben damals für erste Kunden hinter der hessischen Grenze Echtlederverkleidungen für den Golf III gefertigt“, erläutert Christian Kümmel. Neben VW und Volvo habe man in der Zeit auch für die

MÖVE Fahrzeugsitze GmbH in Mühlhausen produziert. Heute beschäftigt Kümmel Fahrzeugteile 80 Mitarbeiter an mehreren Standorten im thüringischen Nottatal-Heilingen Höhen. Von hier werden heute Systemlieferanten der Automobilindustrie in ganz Deutschland sowie in Österreich, Polen, der Slowakei und Tschechien beliefert.

Alles im Autoinnenraum

Schwerpunkt der Firma Kümmel Fahrzeugteile ist die Kaschierung von Oberflächen in Fahrzeuginnenräumen. „Im Autoinnenraum können wir alles an Oberflächen veredeln, kaschieren und polstern, frontschäumen und hinterschäumen“, so Christian Kümmel. „Wir bilden alle notwendigen Prozesse komplett ab und können alles liefern, außer Holz und Metall.“ Das Teilespektrum reicht von Anbauteilen für Autotüren über Armlehnen, Ablagen und Kopfstützen bis zu Säulenverkleidungen. Verarbeitet werden auch neue Materialien wie veganes Leder. „Bei den Materialien gibt es oft Vorgaben der Kunden, wir schlagen aber auch selbst nachhaltige Materialien vor“, erklärt Christian Kümmel. Den Prozess für die

positionsgenaue Perforation von Lederzuschnitten mit rückseitiger Kaschierung, ohne dass Klebstoff in den Löchern zu sehen ist, hat man im Unternehmen selbst entwickelt. „Wir lieben es, Herausforderungen anzunehmen“, sagt Christian Kümmel. Der Vertrieb erfolgt über Key-Account-Manager; darüber hinaus erhalte man viele Direktanfragen, so Christian Kümmel. Kümmel Fahrzeugteile genießt in der Branche einen ausgezeichneten Ruf, Social Media-Kampagnen werden hauptsächlich durchgeführt, um neue Mitarbeiter zu gewinnen. „Wir sind wie eine Familie, jeder kennt jeden, jeder weiß Bescheid, was bei den anderen los ist“, beschreibt Christian Kümmel das familiäre Betriebsklima. Es gibt sogar eine eigene Mitarbeiter-App. „Wir sind offen für alle Mitarbeiter, egal wo sie herkommen. Nur die Qualifikation muss stimmen.“ Man sei eine stabile Familienfirma, die immer gut durch alle Krisen gekommen sei. „Ich kenne die Firma, seitdem ich laufen kann“, sagt Christian Kümmel.

Auf Wachstumskurs

In fünf Jahren wolle man den Mitarbeiterstamm von derzeit

Kümmel

Fahrzeugteile GmbH & Co. KG



In Werk 2 befindet sich neben Zuschnitt und Kaschierung die PUR-Fertigung mit zwei Hochdruck-Schäumenanlagen

KONTAKTDATEN

Kümmel Fahrzeugteile GmbH & Co. KG
An der Mühle 6
99994 Nottatal-Heilingen Höhen
Deutschland
☎ +49 36021 9160
✉ +49 36021 91630
info@kfzt.de
www.kuemmel-fahrzeugteile.de

80 auf 100 bis 120 ausgeweitet haben, um die stetig wachsende Nachfrage befriedigen zu können. Gleichzeitig wolle man verschiedene Prozessschritte stärker automatisieren. „Derzeit arbeiten wir noch viel manuell, da wir viele anspruchsvolle Projekte haben“, erläutert Christian Kümmel. „Wir konstruieren nicht selbst, können aber selbstverständlich Daten von unseren Kunden übernehmen.“



Ausgezeichnet mit dem Red Dot Design Award: Kaschierung mit 3-D-Echtholz furnier für Bürostuhl-Rückenlehnen



Die Kaschierung mit hochwertigen Materialien wie Echtleder oder Alcantara gehört zu den Kernkompetenzen



Perforation von Zuschnitten mit rückseitiger Kaschierung, ohne dass Klebstoff in den Löchern zu sehen ist

Die Software für Ärzte.

**MEDICAL
OFFICE**® 

MEDICAL OFFICE - Eine Praxissoftware mit vielen Möglichkeiten

Eine Vielfalt an Modulen für eine individuelle Einrichtung je Fachrichtung



MEDICAL OFFICE ist eine Arztsoftware, die sich optimal für den Einsatz in den verschiedensten Arztpraxen, überörtlichen Gemeinschaftspraxen, Medizinischen Versorgungszentren, Therapeutischen Praxen und Krankenhausambulanzen eignet. Mit 11 Modulen und 5 Fachmodulen lässt sich MEDICAL OFFICE Professional ganz nach Ihren individuellen Anforderungen erweitern. So können Sie Ihren Praxisablauf effizient gestalten.

**Maßgeschneiderte Arztsoftware für
Ihre Praxis, MVZ oder Ambulanz**

Testen Sie MEDICAL OFFICE jetzt ganz unverbindlich.

www.medical-office.de



**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.