

Starker Mittelstand



Interview:

People First – gevekom zeigt's allen

mit Roman Molch, CEO der gevekom GmbH, Seite 04

Porträts:

- › **LSA GmbH Leischnig Schaltschrankbau Automatisierungstechnik**, Seite 14
- › **Next2Sun Technology GmbH**, Seite 20

Starker Mittelstand

04



Roman Molch,
CEO der gevekom GmbH

06



Berkan Denkci,
VP of Sales Central Europe der Enghouse AG

08



Markus Schnüpke,
Geschäftsführer der BISS Gesellschaft für Büroinformationssysteme mbH

10



Anna-Lena Schulte-Angels, Geschäftsführerin und **Raphael Heinold**, Geschäftsführer
sowie **Mairin Wehage**, Marketing & PR Manager
der R.Brand Group GmbH

12



Jörg Baumgart,
Geschäftsführer der Kaffee Partner GmbH

14



Dr.-Ing. Steffen Leischnig,
CEO der LSA GmbH Leischnig Schaltschrankbau Automatisierungstechnik

29

Kontaktdaten

Starker Mittelstand

16



Ing. Jan-Philipp Birgels,

Prokurist, Teamleiter Projektabwicklung der Birgels Prima Kälte Klima GmbH & Co. KG

18



Jörg de la Motte,

CEO HIMA Group

20



Sascha Krause-Tünker,

Geschäftsführer der Next2Sun Technology GmbH

22



Hauke Lattmann,

Geschäftsführer HABAU Deutschland

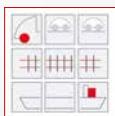
24



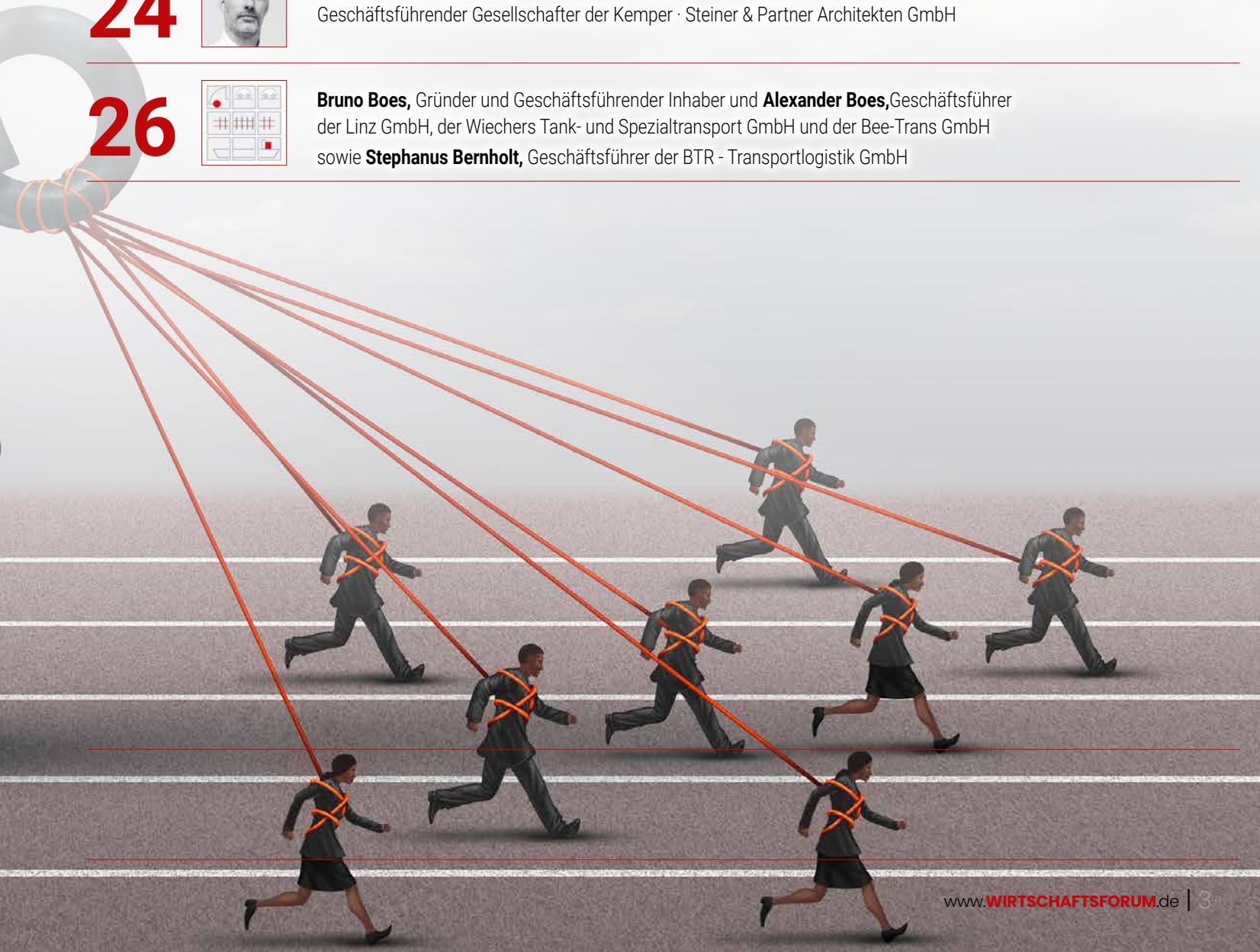
Dipl.-Ing. Johannes Klein,

Geschäftsführender Gesellschafter der Kemper · Steiner & Partner Architekten GmbH

26



Bruno Boes, Gründer und Geschäftsführender Inhaber und **Alexander Boes**, Geschäftsführer der Linz GmbH, der Wiechers Tank- und Spezialtransport GmbH und der Bee-Trans GmbH sowie **Stephanus Bernholt**, Geschäftsführer der BTR - Transportlogistik GmbH



People First – gevekom zeigt's allen

Der Fachkräftemangel ist aktuell und auch in der kommenden Zeit eine 'der' großen Herausforderungen für Unternehmen. Roman Molch ist CEO der gevekom GmbH, einem der größten inhabergeführten Callcenter Deutschlands. Er setzt aus aufrichtiger Überzeugung auf eine menschenzentrierte Unternehmensphilosophie. Mit seinem Credo 'Happy employees – happy customers' hat er sich zu einem Pionier der Branche entwickelt.

Wirtschaftsforum: Herr Molch, wir waren vor rund acht Jahren bereits einmal im Gespräch. Was hat sich seitdem bei gevekom geändert?

Roman Molch: Der Markt hat in den vergangenen Jahren zunehmend Dienstleister gesucht, die in Deutschland, aber auch im Nearshore-Bereich aufgestellt sind. Wir arbeiten für sehr große Unternehmen, die unter enormem Kostendruck stehen. Sie möchten ihren Kundenservice, der in der Regel ein Non-Profit-Bereich ist, möglichst kostengünstig darstellen. Wir sind deshalb heute in Deutschland nach wie vor mit mehreren Niederlassungen vertreten, haben uns aber um Standorte in Serbien, Spanien, Bulgarien, Bosnien und Nordmazedonien vergrößert. Unser Arbeitgeberkonzept 'People, Family, Employer First' hat in den neuen Ländern genauso gut gewirkt wie hier in Deutschland. Entsprechend hatten und haben wir dort einen starken Zulauf an Mitarbeitern.

Wirtschaftsforum: Nearshoring ist sicherlich ein Weg, dem Fachkräftemangel zu begegnen.



gevekom hat ein Event-Work-Office-Konzept entwickelt; hier ein Open Meeting Space am Hauptsitz des Unternehmens

Welche Maßnahmen ergreifen Sie darüber hinaus?

Roman Molch: Bei uns sind diese weniger Maßnahmen als eine zu Grunde liegende Philosophie. Von Anfang an war 'People First' mein Leitmotiv. Dieses Konzept verfolgte ich mit Herzblut und ich bin überzeugt, dass wir deshalb eine so starke Marke in einem Markt geworden sind, der immer noch mit Imageproblemen zu kämpfen hat. In vielen Unternehmen ist 'Der Mensch im Mittelpunkt' ein Marketingslogan. Bei uns ist dies täglich gelebte Realität. Wir stellen aufrichtig den Menschen in den Fokus. Was den Mangel

an Fachkräften angeht, haben wir ein internes Karrieremodell entwickelt, mit dem wir aus Callcenter Agents später Callcenter Experts

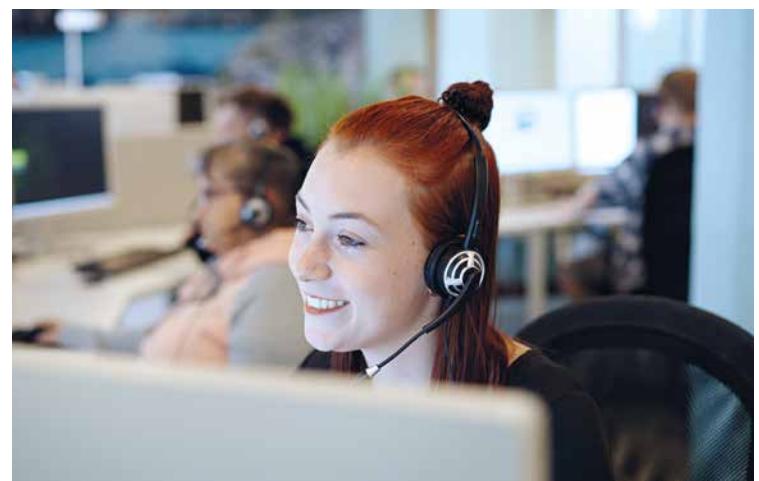
Interview mit



Roman Molch,
CEO
der gevekom GmbH

und dann Führungskräfte, wie zum Beispiel Teamleiter, Projektmanager, Trainer und Workforce Manager bis hin zu operativen Heads entwickeln. Natürlich stellen wir auch vom Markt ein, aber am liebsten treiben wir intern Karrieren voran. Das zeichnet uns aus.

Wirtschaftsforum: Bitte geben Sie uns doch einige Beispiele für Maßnahmen, mit denen Sie 'People First' täglich in Ihrem Unternehmen sichtbar machen.



Das Credo von gevekom ist: Happy employee – happy customer; hier eine Customer Service-Agentin



Arbeit soll sich nicht wie Arbeit anfühlen: Besprechungen werden beispielsweise schaukelnd abgehalten



Durchatmen in der Pause können die gevekom-Mitarbeiter zum Beispiel in der Green Zone

Roman Molch: Der Job unserer Mitarbeiter ist herausfordernd. Die Prozesse werden immer komplexer, die Gespräche immer schwieriger. Wir möchten sie deshalb so gut es geht unterstützen und ihr Arbeitsumfeld so angenehm wie möglich machen. Wir haben ein Event Office-Konzept gebaut, die Arbeitsplätze 'entlüftet' und Raum geschaffen, Schaukeln, Wasserfälle und Massagestudios integriert. Eine Etage heißt zum Beispiel Ibiza Holiday Floor. Die ist eingerichtet wie eine karibische Insel. Es gibt außerdem eine Green Zone mit sehr vielen Pflanzen, die zum Entspannen einlädt. An allen Standorten haben wir CO₂-Messgeräte und überall riecht es gut. Mit Callcentern

verbindet man normalerweise unpersönliche Großraumbüros. Wir bieten selbstverständlich flexible Arbeitszeiten und Homeoffice. Es gibt eine Kita, kostenloses Essen in der Kantine und Englischkurse während der Arbeitszeit. Vor Kurzem habe ich drei Ferienhäuser am Scharmützelsee erworben, in denen unsere Mitarbeiter zu vergünstigten Preisen Urlaub machen können. Dieses Jahr werden wir das Jobrad einführen. Wir haben für unser soziales Konzept den CCV Quality Award gewonnen. Das ist die renommierteste Auszeichnung in unserer Branche und eine schöne Bestätigung für unsere Strategie. Ich werde diese Callcenter-Branche nicht verändern können, aber ich habe den

Wunsch, sie ein kleines bisschen besser zu machen.

Wirtschaftsforum: Wo geht Ihre Reise mit gevekom in den kommenden Jahren hin?

Roman Molch: Digitale Prozesse werden ein wichtiges Cluster für uns. Wir haben in den letzten Jahren verstärkt in unsere IT investiert und ein interdisziplinäres Team zusammengestellt, das sich mit Zukunftsthemen beschäftigt. Unter anderem arbeiten wir an der Unterstützung durch KI. Digitale Tools werden zunehmend einfache Cases übernehmen. Es wird aber immer auch die persönliche Beratung geben, spätestens, wenn etwas

schiefläuft. Deshalb werden wir unsere Customer Service Agents in Zukunft noch besser ausbilden und uns noch intensiver um sie kümmern. Ich sehe in Zukunft eine Fusion aus Menschen und Digitalisierung. Aber Customer Service wird bleiben.



KONTAKTDATEN

gevekom GmbH
Altplauen 19
01187 Dresden
Deutschland
+49 351 213240
info@gevekom.de
www.gevekom.de



Interview mit



Berkan Denkci,
VP of Sales Central Europe
der Enghouse AG

„Die Migration in die Cloud ist meist einfacher als gedacht!“

„Unsere zentrale Vision besteht darin, in unserem Segment stets die aktuellsten Lösungen anzubieten, die dem Marktstandard entsprechen“, fasst Berkan Denkci, VP of Sales Central Europe der Enghouse AG, die Mission seines Unternehmens zusammen, das weltweit vielfältige Contact Center-Services anbietet. Welche Themen seine Kunden derzeit besonders intensiv beschäftigen und warum die Migration in die Cloud viele Chancen eröffnet, erläuterte er im Interview mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr Denkci, seit über 35 Jahren engagiert sich Enghouse als versierter Anbieter von Contact Center-Lösungen im Markt. An welcher Stelle unterstützen Sie Ihre Kunden genau?

Berkan Denkci: Dank unseres starken Wachstums und zahlreicher Akquisitionen, durch die wir uns in den letzten Jahren weltweit neue Tools und Software-Umgebungen erschließen konnten, bieten wir inzwischen ein sehr umfassendes Portfolio im Markt an, das vom klassischen On-Premise-Bereich über hybride Implemen-

tierungen bis hin zu vollständigen Cloud-Lösungen reicht. Um auch bei der fortlaufenden Optimierung der Gespräche im jeweiligen Contact Center unterstützen zu können, stellen wir zudem entsprechende Quality Management Suites sowie Reporting-Instrumente und übersichtliche Dashboards zur Verfügung, aus denen sich schnell wirkmächtige Handlungsempfehlungen ableiten lassen. Natürlich spielt auch die KI bei all diesen Themen inzwischen eine zentrale Rolle und setzt hierbei wichtige Impulse für weitere Innovationen.



Durch den holistischen Blick dank den übersichtlichen Dashboards von Enghouse werden Contact Center leichter steuerbar



Keine One-Size-Fits-All-Lösung: Die individuelle Ausgestaltung des jeweiligen Contact Centers wird in enger Abstimmung mit den Kunden festgelegt

Wirtschaftsforum: Gerade die Migration von On-Premise-Lösungen in die Cloud steht derzeit bei vielen Unternehmen weit oben auf der Agenda – auch wenn dieser Schritt ob des damit verbundenen Aufwands bisweilen weiterhin gescheut wird.

Berkan Denkci: Unsere Erfahrung zeigt: Es geht meist viel einfacher, als man zunächst gedacht hat. Wir erleben in unserem Tagesgeschäft immer wieder, dass die Heads of Contact Center ange- sichts der anstehenden Verän-

derung etwas beunruhigt sind – durch eine fundierte Beratung, in die wir unsere gesamte Expertise einfließen lassen, können wir die entsprechenden Bedenken jedoch meist schnell und zielgerichtet zerstreuen. Die Vorteile, die sich für die meisten Anwendungsfelder aus der Migration in die Cloud ergeben, sind schließlich sehr wirkmächtig und vereinfachen die Abläufe an vielen Stellen. Gerade im E-Commerce-Segment werden beispielsweise Omnichannel-Lösungen immer wichtiger, in denen die verschiedenen Inbound- und

Outbound-Kanäle sowie die Anbindungen in die sozialen Netzwerke, etwa zu Facebook, Instagram, X und TikTok, stringent in einer umfassenden Umgebung gebündelt werden – das lässt sich in der Cloud beispielsweise viel simpler implementieren.

Wirtschaftsforum: Worin liegen weitere Vorteile der Cloud?

Berkan Denkci: Auch das Thema Schulungen spielt in diesem Kontext eine wichtige Rolle, nicht zuletzt aufgrund der massiven Veränderungen, die die Pandemie mit sich brachte, als Remote Work-Lösungen bei nahezu allen Unternehmen mit höchster Priorität umgesetzt und anschließend in einer großen Breite beibehalten wurden. Heute müssen die Mitarbeiter also nicht mehr zur Fortbildung in ein Schulungszenrum einbestellt werden, sondern können in ihrer gewohnten Umgebung auf niedrigschwelliger Ebene ihre Trainings durchlaufen – darin liegt gerade vor dem Hintergrund rasanter weiterer Innovationsschritte ein großer Vorteil.

All diese Ansätze eint dabei der Umstand, dass es für sie keine One-Size-Fits-All-Lösung gibt – was für den einen Kunden eine praktikable Lösung darstellt, kann für ein anderes Unternehmen deutlich über- oder unterdimensioniert sein.

Wirtschaftsforum: Wie finden Sie dabei die richtige Balance?

Berkan Denkci: Das Schlüsselwort lautet Customization. Wir begleiten unsere Kunden von der Analyse ihrer bestehenden Umgebung über die Ausgestaltung einer holistischen Lösung samt ihrer konsequenten Implementierung bis hin zum Go Live und selbstverständlich auch darüber hinaus im Rahmen der dauerhaften Maintenance sowie der Umsetzung weiterer iterativer Verbesserungen, wenn sich hierbei ein entsprechender Bedarf ergibt. Neben großen, global agierenden Konzernen mit einer sehr komplexen Contact Center-Infrastruktur arbeiten wir auch viel mit Start-ups sowie kleineren und mittelständischen Unternehmen zusammen, die gar



Der DACH-Markt wird vom Sitz in Leipzig aus bedient



KONTAKTDATEN

Enghouse AG
Neumarkt 29-33
04109 Leipzig
Deutschland
+49 341 33975530
marketing-dach@enghouse.com
www.enghouseinteractive.de



jedoch grundsätzlich auf eine weltweite Implementierung ausgelegt. Gerade in Europa spielt natürlich auch das Thema DSGVO eine wichtige Rolle, in dessen Rahmen unsere kompromisslose Rechtskonformität ein schlagkräftiges Argument im Markt ist: Unsere Nodes bleiben grundsätzlich lokal. Gleichzeitig entfalten gerade die besonders strengen regulatorischen Bestimmungen aus Deutschland auch über den DACH-Raum hinaus eine starke normative Wirkung: Denn eine Lösung, die hierzulande rechtskonform ist, wird es mit hoher Wahrscheinlichkeit auch in den meisten anderen Märkten sein.



Enghouse betreut seine Kunden auch über den Go-Live-Termin hinaus und bietet weitreichende Wartungs- und Schulungsmaßnahmen an

Wirtschaftsforum: Dabei betreut Enghouse mit seinen globalen Operations Kunden auf der ganzen Welt. Wie stark fallen die lokalen Unterschiede im gelebten Alltag tatsächlich aus?

Berkan Denkci: Die einzelnen Schwerpunkte können durchaus über verschiedene Länder hinweg variieren – im DACH-Raum liegt ein wichtiger Fokus beispielsweise auf unserem Outbound-Dialer ELSBETH. Unsere Cloud-Lösungen CCAAS und CxENGAGE sind

IT – der Innovation und Nachhaltigkeit verpflichtet

Die Digitalisierung von Prozessen ist für Unternehmen aller Branchen schon an sich eine große Herausforderung. Darüber hinaus ergeben sich durch die ESG-Anforderungen auf nationaler und EU-Ebene neue Themen, die mitgedacht und integriert werden müssen. Die BISS Gesellschaft für Büroinformationssysteme mbH, ein Entwickler innovativer Softwarelösungen und eine Benchmark für IT-Prozesslösungen in der Versicherungsbranche, hat eine Lösung entwickelt, die explizit Themen rund um Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und Umweltschutz fokussiert.

Wirtschaftsforum: Herr Schnüpke, als IT-Partner von Unternehmen, was ist die Kernkompetenz von BISS?

Markus Schnüpke: Begonnen haben wir bereits 1988 als Hersteller von damals innovativen Software-Werkzeugen und fachlichen Open-Source-Komponenten. Heute konzentrieren wir uns dabei auf zwei große Bereiche. Das ist zum einen die Unterstützung der Versicherungsbranche, mit Fokus auf den Vertrieb, sowie zum anderen die branchenübergreifende Unterstützung von Unternehmen rund um ESG-Themen.

Wirtschaftsforum: ESG ist ein vielschichtiges Thema. Was genau bieten Sie Ihren Kunden hier an?

Markus Schnüpke: Unsere Lösung heißt BISS/CAIGO. CAIGO ist chinesisch und heißt „Lieferkette“. Sie deckt Themen rund um Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und Umweltschutz ab.

Interview mit



Markus Schnüpke,
Geschäftsführer
der BISS Gesellschaft für
Büroinformationssysteme mbH

CAIGO unterstützt Unternehmen unterschiedlichster Branchen bei der Implementierung und Verwaltung von Risikoanalyse- und Berichterstattungsprozessen. Sie werden damit in die Lage versetzt, gesetzliche Anforderungen, wie das Lieferkettensorgfaltsgesetz (LkSG), die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) oder die Corporate Sustainability Due Diligence Directive (CSDDD)

effizient umzusetzen. Der USP unserer Lösung ist ein zentraler Risiko-Hub, über den wir von außen Risikoanalysen, zum Beispiel von UNICEF oder der Weltbank, verarbeiten und skalierbar machen. Seit dem 1. Januar dieses Jahres sind Unternehmen ab 1.000 Mitarbeiter meldepflichtig. Hinzu kommt jetzt noch die EU-Erweiterung. Der Markt ist riesig, das Thema komplex und für viele

Unternehmen eine große Herausforderung. Das Thema ESG liegt uns sehr am Herzen. Wir sind ein Wirtschaftsunternehmen, aber bei uns geht es nicht nur um Profit. Wir möchten mit unserer Lösung die Welt an einigen Stellen ein bisschen besser machen.

Wirtschaftsforum: An wen richten Sie sich mit BISS/CAIGO?



BISS/CAIGO dreht sich um Themen rund um Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung und Umweltschutz; hier ein Screenshot über Regionen und Länder



Der Hauptsitz des Unternehmens in Oldenburg, Deutschland



KONTAKTDATEN

BISS Gesellschaft für Büroinformationssysteme mbH
Marie-Curie-Straße 4
26129 Oldenburg
Deutschland
+49 441 3610760
info@biss-net.com
www.biss-net.com

Markus Schnüpke: Im Grunde ist die Lösung branchenübergreifend für alle Unternehmen interessant, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit, mit Lieferketten und CO₂-Bilanzen auseinandersetzen. BISS/CAIGO ist für kleinere, mittelständische und Großunternehmen geeignet. Aktuell sind wir in Gesprächen mit zwei großen Fashion-Labels, mit Herstellern von Nutzmaschinen und mit Unternehmen aus dem Bereich der Nutzfahrzeuge. Noch konzentrie-

ren wir uns auf Deutschland, aber wir haben auch erste Anfragen aus der Schweiz und den Niederlanden. Durch die EU-Vorgaben bekommt das Thema eine internationale Komponente.

Wirtschaftsforum: Was ist der Schwerpunkt Ihrer Lösung für die Versicherungsbranche?

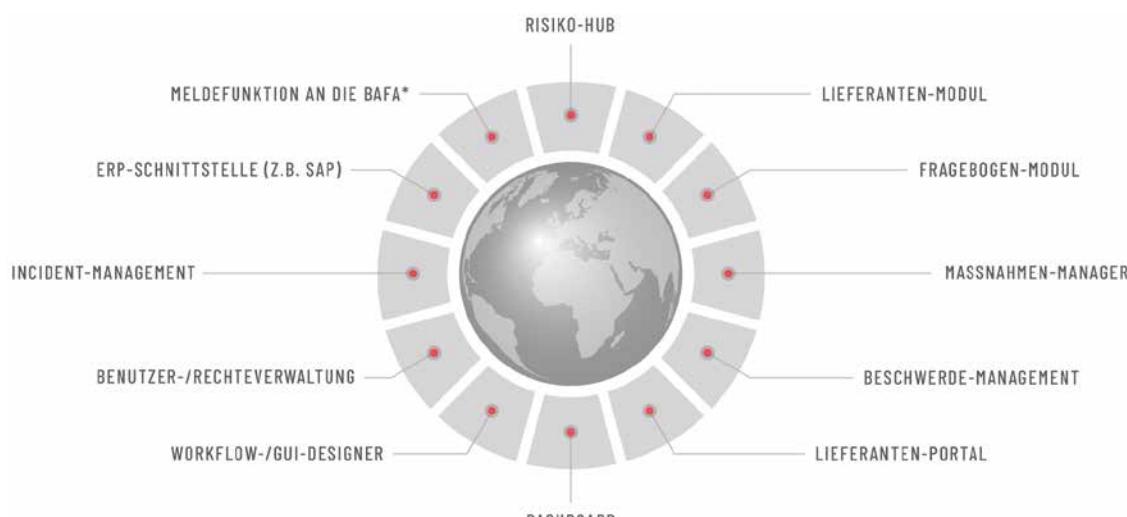
Markus Schnüpke: Hier bieten wir zwei Lösungen an, BISS/INDIGO und BISS/XALEO. Damit sind

wir in der Versicherungsbranche inzwischen fest etabliert. Beide Produkte fokussieren Prozesse rund um Beratung, Tarife, die Erstellung von Angeboten und die Bearbeitung von Anträgen. Sie unterstützen umfangreich eine fachliche und Prozessoptimierung und die Kommunikation zwischen Organisationen sowie Maklern und Versicherern. Während BISS/INDIGO ein großes Sortiment an Funktionen für die effiziente Implementierung von Vertriebssys-

temen bietet, basiert BISS/XALEO auf etablierten BiPRO-Normen für eine standardisierte Datenübertragung und -verarbeitung.

Wirtschaftsforum: Was haben Sie sich für die nächsten Jahre vorgenommen?

Markus Schnüpke: Wir werden unsere Softwarelösungen weiterhin ausbauen und uns im Bereich der Nachhaltigkeit engagieren. Bei der Optimierung unserer Softwarelösungen sind die Integration von künstlicher Intelligenz, Benutzerfreundlichkeit und Effizienz wichtige Stichworte. Wir möchten unser Engagement für Nachhaltigkeitsthemen branchenübergreifend vorantreiben und uns hier als Vorreiter positionieren. Dabei wollen wir mit unserem Ansatz nicht nur zur Differenzierung im Markt beitragen, sondern auch einen echten Mehrwert für unsere Gesellschaft und unsere Umwelt schaffen. Wir sehen uns als Unternehmen in der Verantwortung, einen positiven ökologischen und sozialen Beitrag zu leisten.



Eine Funktionsübersicht zu BISS/CAIGO

Starke Modemarken unter einem Dach



Die Modebranche ist ein faszinierendes Universum, das nicht nur Kleidung und Accessoires umfasst, sondern auch Trends, Kreativität und Identität verkörpert. Seit Jahrhunderten hat Mode die Art und Weise, wie Menschen sich ausdrücken und präsentieren, maßgeblich beeinflusst. Doch hinter den glamourösen Kulissen verbirgt sich eine komplexe Industrie, die von Kreativität, Innovation und unternehmerischem Geschick geprägt ist. Die R.Brand Group GmbH mit Sitz in Herford vereint die Marken BALDESSARINI, pierre cardin, PIONEER JEANS und Pionier Workwear unter einem Dach.

In einer sich ständig wandelnden Branche strebt die 2023 gegründete R.Brand Group nach Innovation und Flexibilität, um schnell auf die Bedürfnisse der Märkte und Kunden zu reagieren. „Nach einer Phase der Neuausrichtung fokussieren wir uns nun ausschließlich auf den Großhandel und optimieren unsere Prozesse, um bestmögliche Ergebnisse zu erzielen“, so Geschäftsführerin Anna-Lena Schulte-Angels. „Wir wollen Synergien zwischen den Marken nutzen und sie entsprechend den Marktbedürfnissen weiterentwickeln.“

Neue Strategie

Die R.Brand Group wurde 2023 neu gegründet, als Michael Röther

das insolvente Vorgängerunternehmen Ahlers übernahm und das Potenzial im umfangreichen Markenportfolio erkannte. Hintergründe der Insolvenz waren unter anderem die Schwierigkeiten

einiger großer Kunden wie Galeria und Peek & Cloppenburg sowie interne Herausforderungen, da zu viele Vertriebskanäle gleichzeitig bedient wurden. Unter der Leitung des ehemaligen Esprit-



Im Showroom der R.Brand Group in Düsseldorf können die neuesten Kollektionen begutachtet werden

Interview mit



Anna-Lena Schulte-Angels,
Geschäftsführerin
und



Raphael Heinold,
Geschäftsführer
sowie



Mairin Wehage,
Marketing & PR Manager
der R.Brand Group GmbH

Managers Raphael Heinold hat die R.Brand Group begonnen, sich zu modernisieren und sich stärker am Endkonsumenten und am Markt auszurichten. „Unsere Marken haben unterschiedliche Entwicklungsstufen, aber alle teilen sie ein hohes Maß an Qualität, Stil und Verlässlichkeit“, erläutert Geschäftsführer Raphael Heinold. „Wir arbeiten kontinuierlich an der Stilistik und Markenbildung, um unsere Zielgruppen zu erweitern und unsere Markenpräsenz zu stärken.“

Die Marke PIONEER JEANS profitiert bereits von einer guten Distri-



Die R.Brand Group GmbH mit Sitz in Herford vereint die Marken BALDESSARINI, pierre cardin, PIONEER JEANS und Pionier Workwear unter einem Dach.



Vier komplett unabhängige Marken positionieren sich unter dem Dach der R.Brand Group als eine Gruppe

bution und sehr loyalen Kunden. Dieser Kundenkreis soll erweitert werden, indem die Marke, die heute vor allem für Jeans und Hosen bekannt ist, ihr Angebot noch deutlich in Richtung eines kompletten Outfits ausbaut. pierre cardin ist die Marke für den modischen Mann, die mit ihrem Smart Casual Stil für die verschiedensten Anlässe geeignet ist. BALDESSARINI steht als Marke im Premiumsegment für einen modernen, modischen und etwas extrovertierten Look und ist bewusst auch progressiver als andere Brands. In Zukunft soll die Marke mit einer gewissen Kommerzialisität und Konsumbarkeit ausgestattet werden, um ihr Potenzial noch besser ausschöpfen zu können.

Fokus auf Großhandel

Eine der Stärken der R.Brand Group ist das Wholesale-Geschäft, das den Kern der Unternehmens-DNA bilden soll. „Unser Ziel ist es, eine engere Verbindung zwischen Brand, Produkt und Marketing zu schaffen, um die jeweilige DNA der einzelnen Marken zu stärken“, bemerkt

Mairin Wehage, Marketing & PR Manager. Raphael Heinold ergänzt: „Aktuell sind wir noch sehr stark im Push-Modell. Wir wollen aber mehr Pull kreieren, also den Händler ein Stück weit in die Richtung bewegen, sich mit der Marke zu beschäftigen.“ Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Stärkung der internationalen Präsenz und einer zunehmenden Digitalisierung. Das Unternehmen strebt danach, seinen Markteintritt in neuen Regionen zu erweitern und die Marken auf globaler Ebene zu etablieren.

Die Mitarbeiter der R.Brand Group sind über zwei Standorte verteilt, wobei der Hauptstandort etwa 180 Mitarbeiter und das zweite Hauptquartier in Opole etwa 150 Mitarbeiter umfasst. Zusätzlich betreibt das Unternehmen eine große Produktion in Sri Lanka. Die Unternehmenskultur der R.Brand Group wird stark vom Wandel beeinflusst. „Nach der Insolvenz haben wir verschiedene Maßnahmen ergriffen, um uns als Gruppe zu positionieren und unsere Mitarbeiter aktiv einzubinden“, sagt Anna-Lena Schulte-Angels. „Wir sind mit vier komplett unab-

hängigen Marken gestartet und haben verschiedene Maßnahmen in die Wege geleitet, um uns als eine Gruppe zu positionieren, uns auszutauschen und voneinander zu lernen. Dabei setzen wir auf Transparenz, Offenheit und eine moderne, agile Arbeitsweise. Für die Zukunft streben wir ehrgeizige Umsatzziele an und arbeiten kontinuierlich daran, unsere Kollektionen und unser Angebot für den Handel zu verbessern. Mit einer starken Eigentümerstruktur und einem klaren Fokus auf Innovation und Qualität sind wir zuversichtlich, dass die R.Brand Group weiterhin erfolgreich wachsen und sich als führender Akteur in der Modebranche etablieren wird.



KONTAKTDATEN

R.Brand Group GmbH
Elverdisser Straße 313
32052 Herford
Deutschland
+49 5221 9790
kontakt@rbrand.group
www.rbrand.group



Die Kollektionen der Marken verfolgen den Ansatz, die Kunden von Work to Weekend zu begleiten

„Wenn unsere Maschine nicht läuft, sinkt im Unternehmen die Stimmung!“

Kaffee ist ein unverzichtbarer Treibstoff für kreative Ideen und gehaltvolle Meetings in deutschen Büros. Seit über 50 Jahren bietet die Kaffee Partner GmbH ihren B2B-Kunden im DACH-Raum zielgerichtete Lösungen an, die von den Geräten über ihre Wartung bis hin zur automatisierten Nachbestellung von Kaffeebohnen und Zusatzprodukten reichen. Mit Wirtschaftsforum sprach CEO Jörg Baumgart über das umfassende Leistungsspektrum seines Unternehmens.



Am Kaffeeautomat kommt man ungezwungen ins Gespräch – und kann sich über kreative neue Ideen austauschen

Wirtschaftsforum: Herr Baumgart, die Kaffee Partner GmbH verspricht seit 1973 frischen Kaffeegenuss für den Arbeitsplatz – wo genau unterstützen Sie Ihre Kunden?

Jörg Baumgart: Auch wenn wir unser Produkt- und Service-Segment mit den Jahren natürlich erweitert und abgerundet haben, ist unser Unternehmensname stets Programm geblieben: Mit unseren Kaffeevollautomaten in sieben verschiedenen Produktvarianten

ermöglichen wir es unseren B2B-Partnern, ihre Mitarbeitenden mit hochwertigen Kaffeeprodukten vom klassischen Café Crema über den Espresso bis hin zum Cappuccino oder Latte Macchiato zu versorgen. Inzwischen bieten wir auch vegane Toppings und Kakao-Varianten an. Um unser Qualitätsversprechen auch nachhaltig einlösen zu können, setzen wir zudem konsequent auf Beans-to-Cup-Geräte, bei denen der Kaffee bei jeder Bestellung frisch gemahlen und das Endprodukt

bedarfsweise mit Frischmilch oder Milchpulver angereichert wird. Die Wasserversorgung kann dabei entweder über nachfüllbare Tanks oder einen Direktanschluss an die Trinkwasserleitung erfolgen. Darüber hinaus bieten wir seit etlichen Jahren auch verschiedene Wasserspendersysteme an, die ebenfalls direkt an die Trinkwasserversorgung vor Ort angeschlossen werden – dies hat Vorteile hinsichtlich Hygiene und Wartung. So kann dann zwischen stillem und sprudelndem Wasser sowie verschiedenen leicht aromatisierten Varianten gewählt werden.

Wirtschaftsforum: Zudem halten Ihre Geräte zahlreiche individuelle Einstellungsmöglichkeiten bereit.

Jörg Baumgart: Als Full Service-Anbieter sind wir bestrebt, sämtlichen Kundenbedürfnissen möglichst stringent zu entsprechen. Um das jeweilige Heißgetränk zu perfektionieren, lassen sich deshalb vielfältige Parameter wie die

Interview mit



Jörg Baumgart,
Geschäftsführer
der Kaffee Partner GmbH

Durchlaufzeit, die Wassertemperatur und der Mahlgrad einstellen. Auch der Härtegrad des Wassers wirkt sich auf den Geschmack aus – das können unsere Geräte ebenfalls berücksichtigen.

Wirtschaftsforum: Mit der Anschaffung und Aufstellung des Geräts ist es für Ihre Kunden noch nicht getan. Wie engagiert sich Kaffee Partner im weiteren Produktlebenszyklus?

Jörg Baumgart: Das hängt ganz von den Bedürfnissen unseres jeweiligen Partners ab. Gerne treten wir dabei als Product-, System- und Service Business auf und bieten ein entsprechendes Rundum-sorglos-Paket an, angefangen bei der Wartung: Unsere Geräte sind mit feingliedrigen Telemetriesystemen ausgestattet, die im Störungsfall entsprechende Daten an uns senden, sodass wir über einen Remote-Zugang eine Fehlerbehebung durchführen können. Wenn das wider Erwartungen fehlschlagen sollte, kommen wir persönlich vorbei – dafür sind in unserem Verbreitungsgebiet im gesamten DACH-Raum über 150 Techniker aktiv. Natürlich betrei-

ben wir auch eine technische Hotline, damit wir unseren Kunden stets auch auf niedrigschwelliger Ebene zielführend weiterhelfen können.

Wirtschaftsforum: Auch über die Wartung hinaus?

Jörg Baumgart: Ein zentrales Element unserer Mission besteht darin, unseren Kunden so viel Komplexität wie möglich abzunehmen, damit sie sich bei ihren Kaffeevollautomaten idealerweise um überhaupt nichts kümmern müssen. Dazu haben wir im Wege der weiteren Digitalisierung unserer Maschinen auch einen automatischen Produktbezug eingerichtet, bei dem der Kunde keine manuelle Nachbestellung der Kaffeebohnen und Zusatzprodukte auslösen muss, sondern unser Gerät auf Basis der Verbrauchsdaten automatisch eine hinreichend weitsichtige

Wirtschaftsforum: In der Corona-krise wurden Büros naturgemäß deutlich weniger frequentiert als zuvor. Inzwischen möchten viele Arbeitgeber wieder auf mehr Präsenz setzen. Können Ihre Kaffeeautomaten dabei einen kleinen Anreiz setzen?

Jörg Baumgart: Ich glaube, dass ein ansprechendes Zusatzangebot, wie es Kaffee Partner zur Verfügung stellt, in diesem Kontext durchaus einen attraktiven Mosaikstein darstellen kann. Kaffeeautomat und Wasserspender gelten nicht umsonst auch im allgemeinen Sprachgebrauch als ein guter Ort, um sich in ungezwungener Atmosphäre über kreative Ideen auszutauschen. Das merken wir auch in unserem eigenen Unternehmen, wenn wir an neuen Innovationen arbeiten. Die Erfolge der letzten 50 Jahre sind uns dabei ein wichtiger Ansporn: Denn vom Red Dot Award über



Kaffee Partner 

KONTAKTDATEN

Kaffee Partner GmbH
Kaffee-Partner-Allee 1
49090 Osnabrück
Deutschland
+49 541 750450
info@kaffee-partner.de
www.kaffee-partner.de

Bedarfswise wird auch ein nahtloses Bezahlsystem zur Verfügung gestellt

Jörg Baumgart: Auf Basis intensiver Workshops und Onlinebefragungen unter unseren 600 Mitarbeitenden haben wir sechs übergeordnete Werte definiert, die uns auch im gelebten Alltag auszeichnen: Partnerschaft, Wertschätzung, Lösungsorientierung, Teamgeist, Leidenschaft und Offenheit. Diese Haltung erstreckt sich dabei sowohl auf unser Auftreten gegenüber unseren Kunden und Lieferanten als auch auf unser betriebsinternes Miteinander. Aus dieser Kultur ergeben sich flache Hierarchien, ein Umgang auf Augenhöhe, flexible Arbeitszeiten durch individuelle Absprachen samt Homeoffice-Möglichkeiten – und demzufolge auch eine nachhaltige Attraktivität für entsprechend kompetente und engagierte Fachkräfte, die das Fundament für unsere weitere Zukunft bilden.

Wirtschaftsforum: Welche Themen stehen derzeit im Zentrum Ihrer Aufmerksamkeit?

Jörg Baumgart: Mit unserem Executive Leadership Team ha-

ben wir letztes Jahr eine Strategie entwickelt, die unser weiteres perspektivisches Handeln bestimmen wird und auf drei Säulen aufbaut: Wir möchten unsere Sales Performance optimieren, mithilfe digitaler Unterstützung unsere Operation Excellence weiter ausbauen und zudem die Kundenzufriedenheit auf ein neues Level bringen. Das sind durchweg ambitionierte Ziele; doch wir können hierbei nicht nur auf entsprechende Synergieeffekte und Economies of Scale setzen, sondern zudem auf eine erstklassige Grundlage verweisen: denn schon heute nehmen wir im Hinblick auf die digitalen Möglichkeiten unserer Geräte eine führende Rolle im Markt ein und zeichnen uns zudem durch unsere besondere Nähe zum Kunden aus, dem wir nicht nur ein Gerät verkaufen, sondern den wir über den gesamten Servicezyklus hinweg begleiten, um ihm einen möglichst umfassenden Mehrwert zu bieten. Darin wird auch künftig unser zentrales Wertversprechen liegen.



“

„Am Kaffeeautomat kann man sich perfekt über kreative Ideen austauschen!“

*Jörg Baumgart,
Geschäftsführer*

Bevorratung anstößt – sofern der Kunde mit unserer Maschine natürlich auch unsere Kaffeeprodukte nutzen möchte, denn das ist selbstverständlich kein Muss! Unternehmen, bei denen sich die Mitarbeitenden mit einem kleinen Obolus an den Unkosten beteiligen sollen, bieten wir zudem verschiedene Bezahloptionen an, zum Beispiel auch per Handy.

die Auszeichnung als Top-Arbeitgeber bis hin zum Eco-Zertifikat von Creditreform wurden unsere Geräte wie unsere nachhaltigen wirtschaftlichen Ansätze schon mehrfach von ausgewiesenen Branchenexperten prämiert.

Wirtschaftsforum: Was zeichnet indes die Unternehmenskultur von Kaffee Partner aus?

Im Dienste des Fortschritts immer am Puls der Technologie



Interview mit

Dr.-Ing. Steffen Leischnig,
CEO
der LSA GmbH Leischnig
Schaltschrankbau
Automatisierungstechnik

„Die Begeisterung für Technologie ist unser stärkster Treiber und ist in dieser Region fest verankert“, bestätigt Dr. Steffen Leischnig.

„Das Erzgebirge ist für seine Tüftler, die hartnäckig nach Lösungen zu den kniffligsten Problemen suchen, bekannt. Das ist auch mein Ansporn.“

Das Lösen kniffliger Probleme liegt in der DNA der Firma LSA GmbH Leischnig Schaltschrankbau und Automatisierungstechnik aus Wolkenstein. Das Unternehmen ist im Erzgebirge zu Hause – einer Region, die für ihre Tüftler und Bastler bekannt ist. Dazu zählt sicherlich Dr.-Ing. Steffen Leischnig, CEO, der das Familienunternehmen in 2. Generation leitet. Der promovierte Maschinenbau- und Software-Spezialist liebt vor allem die technischen Herausforderungen, die mit seiner Aufgabe einhergehen.

Vom Schaltschrankbau zum Sonderanlagenbau

LSA wurde im Jahr 1990 vom Vater des heutigen CEO gegründet. Ursprünglich auf den Schaltschrankbau spezialisiert, wurde das Unternehmen im Laufe der Zeit zu einem vollständigen Anbieter von Sonderanlagen, der hochkomplexe Gesamtlösungen aus einer Hand bietet. Der Sonderanlagenbau kam mit dem Einstieg von Dr. Steffen Leischnig in das Unternehmen hinzu. „Als ich 2009 ins Familienunternehmen eintrat, war mein Ziel klar: Wir mussten



Der Tüftler-Geist prägt das Tun bei der LSA GmbH

uns weiterentwickeln, um den Anforderungen der Industrie gerecht zu werden. Die Einführung des Bereichs Sondermaschinenbau war ein wichtiger Schritt in diese Richtung“, erklärt der CEO. „Jede Anlage ist anders und erfordert ein besonderes Know-how. Oft kommen Kunden zu uns, weil ihnen kein anderer helfen konnte.“

Breite Expertise

Ein Blick auf die lange Referenzliste zeigt eine sehr breit gefächerte Expertise. Neben Abgleich-, Beschichtungs-, Mess- und Lackieranlagen reicht die Palette der aktuellen Projekte von E-Motoren-

prüfständen, Schraubstationen und Autofettageanlagen bis hin zu Universal-Tribometern. „Der Kern unserer Arbeit ist es, unsere Automatisierungsanlagen mit 'Augen und Händen' auszustatten“, erklärt Dr. Steffen Leischnig. „So können wir fast alle physikalischen, aber auch chemischen Prozesse automatisieren.“

Bewährte Herangehensweise

Die Herausforderungen mögen bei jedem Projekt anders sein, aber die Herangehensweise ist ähnlich. „Wir haben bestimmte Standardabläufe, anhand derer jedes einzelne Projekt abgewi-



Roboter bedienen eine Laserschweißanlage

ckelt wird", erklärt Dr. Steffen Leischnig. „Es hängt jedes Mal von der Komplexität ab, die jedes einzelne Projekt mit sich bringt. Bei größeren Projekten sind oft viele externe Schnittstellen zu koordinieren. Wichtig dabei sind die Prüfpunkte oder Meilensteine, die so ernst zu nehmen sind, dass der Kunde oder zukünftige Betreiber der Anlage wirklich abgeholt wird und mit der Lösung komplett zufrieden ist.“

Eigene Produkte entwickeln

Neben dem Sonderanlagenbau entwickelt LSA eigene Produkte in Kleinstserie, die für die hoch spezialisierte Vakuum-Bewegungsautomation gedacht sind. Die hochpräzisen Bewegungs- und Positioniersysteme finden Anwendungen höchster Ansprüche in Reinraum-Herstellungsprozessen wie zum Beispiel in der Halbleiterindustrie. „Diese Anlagen genügen den besonderen Anforderungen der Elektroindustrie und stellen ein Alleinstellungsmerkmal für

das Unternehmen dar“, so Dr. Steffen Leischnig. „Sie sind für besonders hohe Qualitätsanforderungen gedacht wie beispielsweise bei Atomic Layer Deposition-Beschichtungen für Augmented Reality-Brillen.“

Die nächste Generation Tüftler

In Zeiten des Fachkräftemangels vor allem in technischen und handwerklichen Berufen ist es ein Anliegen des Unternehmens, Nachwuchstechniker früh für die Tüftelei zu begeistern. „Wir begrüßen regelmäßig Schulkinder in unserer Produktion und tun unser Bestes, unsere Begeisterung für die Technik mit ihnen zu teilen“, sagt Dr. Steffen Leischnig. „Das ist uns in den letzten Jahren sehr gut gelungen. Wir arbeiten auch in enger Kooperation mit den technischen Hochschulen der Region.“

Eine zukunftsträchtige Branche

Die Jahre nach Corona waren einige der erfolgreichsten in der Geschichte des Unternehmens.



Der Firmensitz in Wolkenstein im Erzgebirge: Die Produktionsfläche wurde in den letzten Jahren verdoppelt – eine Erweiterung auf einem benachbarten Grundstück steht an

Inzwischen hat sich der Mitarbeiterstamm versechsfacht und die Produktionsfläche verdoppelt. Die Auftragslage ist sehr zufriedenstellend und der Umsatz steigt weiter an. „Die Gründe für eine Automatisierung verschieben sich“, erklärt Dr. Steffen Leischnig. „Heute geht es nicht nur darum, effizienter oder schneller zu sein, sondern auch ein Stück weit dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Deshalb erleben wir eine enorme Nachfrage auf einem sehr vielfältigen Spielfeld. Dieser gestiegene Bedarf schafft Raum für ganz clevere, aber auch schöne Ansätze, Mensch und Maschine in Einklang zu bringen. Dabei steht der Mensch immer im Mittelpunkt.“

Gemeinsam weiterwachsen

Mit einem starken Fundament an Werten und einem klaren Blick auf die Zukunft bleibt LSA bestrebt, gemeinsam mit seinen Mitarbeitern, Kunden und Partnern weiter zu wachsen und innovative Lösungen zu schaffen, die die Welt der Technologie vorantreiben. „Denn in einer sich



KONTAKTDATEN

LSA GmbH Leischnig
Schaltschrankbau
Automatisierungstechnik
Äußerer Hofring 11
09429 Wolkenstein
Deutschland
+49 37369 1720
info@lsa-gmbh.de
www.lsa-gmbh.de

stetig entwickelnden Welt ist die Begeisterung für Technologie der Treibstoff, der uns antreibt und verbindet“, so der Geschäftsführer.



Vollautomatische Präzisionsschweißanlage

„Unsere Monteure sind das Aushängeschild der Firma!“

Die Monteure der Birgels Prima Kälte Klima GmbH & Co. KG sind ganz nah bei den Kunden und haben deshalb für Jan-Philipp Birgels eine sehr wichtige Funktion. Sie repräsentieren das Familienunternehmen aus dem rheinländischen Meerbusch, dessen Kompetenzen neben der Kälte- und Klimatechnik auch moderne Luft-Wasser-Wärmepumpen sowie sämtliche Service- und Wartungsleistungen sind.



Rund um die Uhr im Einsatz: Monteur bei der Inspektion einer Anlage

„Unser Anspruch ist es, immer jeden Kunden zu gewinnen und top zu bedienen“, beschreibt Ing. Jan-Philipp Birgels, Prokurist und Teamleiter der Projektabwicklung der Birgels Prima Kälte Klima GmbH & Co. KG, den Anspruch des Familienunternehmens.

„Dabei sind unsere Monteure das Aushängeschild der Firma. Der Kunde ist König und dafür setzen wir uns alle ein!“

Schub für Wärmepumpen

In der Klimatechnik plant und realisiert Birgels Prima Kälte Klima Klimaanlagen sowie individuelle Einbaulösungen. „Wenn es um eine Klimaanlage geht, dann bedienen wir Privatleute ebenso wie Gewerbebetriebe“, verdeutlicht Jan-Philipp Birgels.

„In größeren Büroeinheiten haben wir zum Beispiel eine Klima-Außeneinheit, die dann bis zu 40 bis 50 Inneneinheiten speist.“ Bei der Kältetechnik kümmern sich die drei Abteilungen Bau, Service und Wartung um die Planung und Realisierung von Großkühlhallen, die Lieferung und den Einbau von Kühlzellen sowie um Kühl-

systeme mit Glasentnahmetüren für Tankstellen und Supermärkte. Thekenbau und Schankanlagen sind weitere Kompetenzen. „In den vergangenen Jahren haben Luft-Wasser-Wärmepumpen immer mehr an Bedeutung gewonnen“, beobachtet Jan-Philipp Birgels. „Solche Systeme bauen wir schon seit Jahrzehnten, aber durch politische Entscheidungen hat die Nachfrage noch einmal

einen richtigen Schub bekommen. Das gilt gleichermaßen für Privathaushalte wie für Unternehmen.“

In der Scheune gestartet

Die Historie der Birgels Prima Kälte Klima GmbH & Co. KG beginnt am 1. Dezember 1997, als Geschäftsführer Friedrich Birgels – der Vater von Jan-Philipp – das

Interview mit



Ing. Jan-Philipp Birgels,
Prokurist, Teamleiter
Projektabwicklung
der Birgels Prima Kälte Klima
GmbH & Co. KG

Unternehmen gründete. Sein erster Mitarbeiter war Carsten Clever, der seit Jahren als Prokurist und Kundenserviceleiter die Firma vertritt. Der Start erfolgte in einer kleinen Scheune in Meerbusch-Nierst, die schon bald zu klein wurde und einen Umzug nach Düsseldorf-Heerdt nötig machte. 2012 erfolgte der erneute Umzug des mittlerweile auf 30 Beschäftigte angewachsenen Betriebes nach Meerbusch. Hier wurde direkt neben dem Elternhaus von Friedrich Birgels eine Halle mitsamt Bürogebäude errichtet. Ein weiterer Meilenstein war 2017 die Eröffnung eines zweiten Standortes für das Rhein-Main-Gebiet in Griesheim, der durch den Betriebsleiter und Prokuristen



Interessanter Beruf: Auf den Kältemechatroniker warten spannende Aufgaben



Auch für Privathaushalte interessant: Luft-Wasser-Wärmepumpe

© STIEBEL ELTRON

Benedikt Maas, der ebenfalls schon 20 Jahre dabei ist, geführt wird. Heute beschäftigt Birgels 61 Mitarbeiter.

Qualifizierte Beratung

Neben privaten Auftraggebern bedient Birgels ganz unterschiedliche Gewerbekunden. Hier reicht die Bandbreite von der Systemgastronomie – zum Beispiel Five Guys und KFC – über Lebensmittel-, Molkerei- und Schlachtbetriebe, Pharmazie und Tankstellen bis hin zu Brauerei Schumacher und Schlüssel. „Bei den Privatkunden sind unsere Einzugsgebiete das Rheinland, das Ruhrgebiet und der Niederrhein“, erläutert der Prokurist. „Für unsere Gewerbekunden sind wir auch bundesweit im Einsatz.“ Ganz besonders wichtig ist dem Juniorchef die individuelle

und fachlich qualifizierte Beratung der Kunden: „Wir arbeiten herstellerunabhängig und schauen immer danach, was energetisch das Beste ist. Wir beziehen das Budget des Kunden und seine Vorstellungen jedoch immer mit ein.“ Neben dem Neu- und Umbau von Anlagen bietet Birgels natürlich auch umfassende Service- und Wartungsleistungen sowie einen Notdienst, der rund um die Uhr erreichbar ist.

Autos mit dem Pinguin

Eine der auffälligsten Marketingaktivitäten von Birgels ist der auf den Servicefahrzeugen – blau für Kälte/Klima, grün für Wärmepumpen – abgebildete Pinguin mit Rastalocken. Darüber hinaus ist Birgels mit einer detaillierten und modernen Seite im Internet

vertreten und auch in sozialen Netzwerken wie Instagram und Facebook präsent. Digital sind bei Birgels nicht nur die firmeninternen Strukturen organisiert. Mit verschiedenen Kunden ist das Unternehmen durch elektronische Temperaturüberwachungssysteme verbunden und bekommt automatisch eine Meldung, wenn die Temperaturen von den Sollwerten abweichen.

Systemrelevante Arbeit

Lange Betriebszugehörigkeiten von bis zu 26 Jahren sprechen für die gute Atmosphäre bei Birgels. Unabdingbar sind auch der Respekt und die gegenseitige Wertschätzung der bunten Belegschaft mit Menschen aus acht verschiedenen Nationen. „Was das Team bei uns zusammenhält, sind Leidenschaft und die Begeisterung für den Beruf“, beobachtet die für Büromanagement und Personal zuständige Alina Bergmann. „Wir sorgen für den Betrieb systemrelevanter Anlagen. Und das macht unsere Mitarbeiter stolz.“ Auch Jan-Philipp Birgels bricht eine Lanze für den interessanten Nischenberuf des Kältemechatronikers: „Ich brenne für den Beruf und würde

ihn gerne populärer machen. Die Vielseitigkeit liegt auch in den unterschiedlichen Einsatzgebieten.“ Das Wohl der Beschäftigten in dem Familienbetrieb haben er und sein Vater Friedrich immer im Blick: „Großgeschrieben wird auch die Digitalisierung. Neben dem digitalen Büro sind unsere Mitarbeiter mit einem Tablet und Smartphone ausgestattet. Das erleichtert die Organisation und Kommunikation unter den Mitarbeitern. Ein weiteres Anliegen für die Zukunft ist ihm die komplette Umrüstung von Anlagen auf CO₂-neutrale Kältemittel.



Nicht zu übersehen: Logo mit Pinguin auf einem Servicefahrzeug



KONTAKTDATEN

Birgels Prima Kälte Klima GmbH & Co. KG
An St. Cyriakus 6
40668 Meerbusch
Deutschland
+49 211 5833580
info@birgels.de
www.birgels.de

„Unser Purpose? Wir schützen Menschen, Anlagen und die Umwelt!“

Mit ihren Smart Safety-Lösungen für die Prozess- und Bahntechnik unterstützt die HIMA Group ihre Kunden seit vielen Jahrzehnten in neuralgischen, sicherheitsrelevanten Anwendungen. Welche weiteren Nutzengewinne dabei im Zuge der Digitalisierung möglich wurden und warum das gewachsene Familienunternehmen von einer externen Geschäftsführung geführt wird, erläuterte Jörg de la Motte im Interview mit Wirtschaftsforum.

Interview mit



Jörg de la Motte,
CEO HIMA Group



Die Gesellschafter und Geschäftsführer von HIMA und der kürzlich akquirierten Origo Solutions. Der Leitgedanke dabei: „Wir integrieren das Unternehmen für immer!“



Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer am International Sales Meeting der HIMA Group in Manchester 2024

Wirtschaftsforum: Herr de la Motte, seit vielen Jahrzehnten steht die HIMA Group für 'Smart Safety'. Wo genau sorgen Sie für Sicherheit?

Jörg de la Motte: Safety ist sicherlich der unverrückbare Kern unserer DNA, und unsere Produkte, Lösungen und Dienstleistungen sollen im Grundsatz die funktionale Sicherheit bei kritischen Verfahren sicherstellen. Dabei engagieren wir uns vorwiegend in der Prozesstechnik und in der Bahntechnik, wobei wir unseren

Kunden mit über 20 Landesgesellschaften in den meisten relevanten Märkten in Europa, Nord- und Südamerika, Middle East sowie in Asien und im Pazifikraum zur Verfügung stehen – in Indien werden wir noch in diesem Jahr eine neue Niederlassung eröffnen.

Wirtschaftsforum: Wie hebt sich HIMA dabei von anderen Marktteilnehmern ab?

Jörg de la Motte: Mit unserem ausschließlichen Fokus auf die sicherheitsrelevante Automati-

on können wir nicht nur durch eine besonders tiefgreifende Expertise in diesem Themenfeld, sondern auch durch eine umfassende und offene sichere Automatisierungsplattform mit den entsprechenden Produktionskapazitäten sowie einer eigenen Programmiersoftware und umfassenden ergänzenden Dienstleistungen überzeugen. Die meisten unserer Wettbewerber sind deutlich größere, weltweit operierende Konzerne, die jedoch als Generalisten in der Automatisierungstechnik im Ver-

gleich mit dem Leistungsspektrum von HIMA jeweils nur eine relativ kleine Sparte betreiben. Diese besonders starke thematische Fokussierung unseres Unternehmens setzt demzufolge auch eine große Offenheit unserer Systeme gegenüber der holistischen Automatisierungs-umgebung bei unseren Kunden voraus, in deren Kontext unsere Lösungen eingebettet sind.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung?

Jörg de la Motte: Mit unserer Kampagne 'Safety Goes Digital' unterstreichen wir viele Aspekte, bei denen die Digitalisierung im Hinblick auf die funktionale Sicherheit über den gesamten Lebenszyklus der jeweiligen Anlagen hinweg einen wichtigen Mehrwert für unsere Kunden bereithält. Besonders deutlich wird dies etwa im Kontext der hohen regulatorischen Dokumentationsanforderungen, die für unsere Kunden im Wege der Enduring Compliance einen bisweilen beachtlichen Auf-

Jörg de la Motte: Der Entwicklungsaufwand für unsere eigene Programmierumgebung SILworX hat in den letzten Jahren sicherlich deutlich zugenommen, um die vielfältigen Möglichkeiten, die sich aus der digitalen Exzellenz inzwischen ergeben, zielführend abzubilden und neue Funktionalitäten immer schneller bereitzustellen. Ein wichtiges Anwendungsfeld liegt dabei etwa in der automatisierten Wiederholungsprüfung, wo über die Sicherheitssteuerung automatisch ein Test initiiert und vor

felder, in die wir unsere digitale Expertise einfließen lassen. So ist in Großbritannien inzwischen eine automatische Geschwindigkeitsbegrenzung im Straßenbahnverkehr vorgeschrieben – hier konnten wir etwa in Manchester ein entsprechendes System erfolgreich implementieren.

Wirtschaftsforum: In der über 100-jährigen Geschichte von HIMA wurde im Jahr 2021 eine Geschäftsführung, deren Mitglieder nicht aus der Gesellschafter-



KONTAKTDATEN

HIMA Paul Hildebrandt GmbH
Albert-Bassermann-Straße 28
68782 Brühl (Baden)
Deutschland
+49 6202 7090
info@hima.com
www.hima.com



Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an der HIMA User Conference im HIMA Customer Solutions Center in Brühl (Baden)



Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Niederlassung in China veranstalteten kürzlich ein nachhaltiges Event

wand bedeuten. Dank digitaler Lösungen müssen die einzelnen Prüfungen nun nicht mehr mühsam auf Papier erfasst und archiviert werden. Stattdessen lässt sich bei einer Auditierung inzwischen mit einem einzigen Knopfdruck der Nachweis über die vollständige Compliance erbringen – das ist ein großer und wichtiger Schritt hin zu schlankeren Prozessen.

Wirtschaftsforum: Welcher Einfluss geht von der Digitalisierung zudem für Ihre Lösungen und Systeme selbst aus?

allem auch dokumentiert werden kann, ohne dass physisch im Feld am jeweiligen Gerät Messungen vorgenommen werden müssen. Gleichzeitig ist es uns heute möglich, die ohnehin von unseren Systemen erhobenen Daten viel effektiver zu nutzen – so kann ein Anlagenbetreiber in seinem Cockpit inzwischen leicht überblicken, ob Rückstände im Bereich der wiederkehrenden Prüfungen erkannt wurden und kann diese dann leicht kompensieren. Darüber hinaus ergeben sich zahlreiche fallspezifische Anwendungs-

familie stammen, bestellt – eine Zäsur?

Jörg de la Motte: Das war damals eine sehr bewusste Entscheidung der Gesellschafter, um die HIMA Group bereit für die nächste Stufe ihrer Entwicklung zu machen, einschließlich der Fähigkeit, Unternehmen zu akquisieren und zu integrieren. Unverändert sind dabei unser Purpose und unsere Haltung geblieben: Mit unseren Lösungen schützen wir Menschen, Anlagen und die Umwelt. Die ökologische Nachhaltig-

keit war dabei schon immer sehr präsent in unserem Unternehmen, auch wenn entsprechende Ansätze in den letzten Jahren vielleicht noch intensiver verfolgt wurden. So haben die Mitarbeiter unserer chinesischen Niederlassung im Zuge einer Spendenkampagne für den Erhalt der örtlichen Feuchtbiotope kürzlich ein nachhaltiges Event organisiert – ein derartiges Engagement unterstützen wir inzwischen ganz gezielt!

Der vertikale Weg: Zukunft der Energiewende



Entweder landwirtschaftlicher Anbau oder Photovoltaik – so lautet bis heute meist das Credo, wo es um die Nutzung von Freiflächen geht. Dass es sich jedoch lohnt, buchstäblich auch einmal 'in die andere Richtung' zu denken, zeigt die Next2Sun Technology GmbH mit ihrem Konzept der vertikalen Anordnung bifazialer Solarmodule: So kann Photovoltaik auf einer Fläche betrieben werden, die der landwirtschaftlichen Nutzung erhalten bleibt – und den Strombedarf zu Tageszeiten decken, die der Mittagspeak nicht erreicht.

Interview mit



Sascha Krause-Tünker,
Geschäftsführer
der Next2Sun Technology GmbH

Landwirtschaftliche Nutzfläche erhalten und gleichzeitig PV zur Stromerzeugung antizyklisch nutzen: das Agri-Photovoltaik-Konzept

Wirtschaftsforum: Herr Krause-Tünker, gegründet 2015 ist die Next2Sun Technology GmbH schon fast ein Jahrzehnt am Markt. Als Solaranbieter gehört sie daher zu den Pionieren in diesem Bereich – mit einem nicht alltäglichen Konzept. Was war die zündende Idee dahinter?

Sascha Krause-Tünker: Wir sind heute sehr bekannt für unser Konzept der Agri-Photovoltaik. Dabei geht es um die Doppel-

nutzung von Agrarflächen durch Landwirtschaft und Photovoltaik: Die Fläche dient einerseits dem Anbau landwirtschaftlicher Erzeugnisse, andererseits durch die in breiten Reihen senkrecht aufgestellten Solarmodule aber auch der Solarstromerzeugung. Die Idee dazu hatte unser CEO Heiko Hildebrand. Zur Zeit der Gründung von Next2Sun trieb ihn allerdings ein anderes Thema noch mehr um, das erst heute wirklich aktuell ist, nämlich die Verfügbarkeit von

erneuerbarem Strom zu allen Tages- und Nachtzeiten. Um die Sonnenenergie auch morgens und spätnachmittags nutzen zu können, stellte er Solarmodule zunächst senkrecht an Wänden auf. 2015/2016 wurde der erste Prototyp eines bifazialen, also von beiden Seiten nutzbaren Moduls gebaut – die Ergebnisse waren so beeindruckend, dass wir das Vertikal-Thema weiterverfolgt haben und die bifazialen, senkrecht aufzustellenden Module heute die

Grundlage unserer Agri-PV- und Solarzaun-Konzepte sind.

Wirtschaftsforum: Der Weg, den Sie mit dieser neuen Technologie beschritten haben, unterscheidet sich sehr von dem, was der Markt gemeinhin kennt. Müssen Sie hier nicht sehr viel Aufklärungsarbeit leisten?

Sascha Krause-Tünker: Das schon, aber die Vorteile liegen auf der Hand: Mit unserem Konzept



Die vertikale Anordnung der Solarpaneele ermöglicht die Nutzung der Sonnenenergie am Vormittag und am Spätnachmittag



Aus dem Vertikal-Konzept von Next2Sun abgeleitet: Der Solarzaun wurde 2019 mit dem Österreichischen Solarpreis ausgezeichnet

bedienen wir beides, sowohl die antizyklische Stromproduktion, die den morgendlichen und abendlichen Strombedarf deckt, und den Erhalt der Fläche zur landwirtschaftlichen Primärnutzung. Allerdings haben wir zwar einen besseren PV-Ertrag und wir erhalten fast die gesamte landwirtschaftlich nutzbare Fläche, aber wir haben auch nur die Hälfte der PV-Belegungsdichte. Das Problem ist dabei die finanzielle Gewichtung, weil die monetäre Wertschöpfung von Landwirtschaft im Verhältnis zu der von PV relativ gering ist. Die Energiewirtschaft reagiert daher bislang recht verhalten. Hier müssen wir Überzeugungsarbeit leisten, dass unser Weg derjenige ist, mit dem sich die Zukunft der Energiewenden gestalten lässt.

Wirtschaftsforum: Sie sagten, die Ergebnisse der vertikalen Anlagen seien beeindruckend – heißt das im Hinblick auf Effizienz und Ertrag?

Sascha Krause-Tünker: Genau. Tatsächlich gibt es eine wissenschaftliche Studie von 2013, die zeigt, dass die Anlagen, je weiter sie vom Äquator entfernt sind,

sogar mehr Ertrag liefern als konventionelle Südananlagen. Tendenziell liefern wir nördlich der Alpen mit einer Ost-West ausgerichteten vertikalen Anlage sogar bessere Erträge als mit einer konventionellen Südananlage.

Wirtschaftsforum: Wie Sie mit einem weiteren Produkt zeigen, bietet sich das Vertikal-Konzept nicht nur für PV-Anlagen an.

Sascha Krause-Tünker: Wir haben einen Solarzaun entwickelt, der als Retail-Produkt aus dem Vertikal-Konzept abgeleitet ist. Der Solarzaun deckt ein breites Anwendungsspektrum ab: von der Einfriedung von Eigenheim oder Ferienhaus bis in den öffentlichen Raum, etwa für Parkplätze. Für dieses Produkt haben wir 2019 den Österreichischen So-

larpreis erhalten. Grundsätzlich lässt sich das Ganze auch auf Verkehrsinfrastruktur ausweiten: Hier haben wir gerade ein sehr sichtbares Projekt mit dem Frankfurter Flughafen, wo wir entlang der Startbahn 18 West die mit 14,4 MW größte PV-Anlage im Rhein-Main-Gebiet bauen.

Wirtschaftsforum: Wo kommen Sie mit Ihren Kunden ins Gespräch?

Sascha Krause-Tünker: Wir sind auf etlichen Messen vor Ort, etwa der Intersolar, der Agritechnica, den DLG Feldtagen, den Öko-Feldtagen und in den USA auf der AgriVoltaics Conference, der Key in Rimini, Italien, und in Wels in Österreich.



KONTAKTDATEN

Next2Sun Technology GmbH
Franz-Meguin-Straße 10a
66763 Dillingen
Deutschland
+49 3222 18090
info@next2sun.de
www.next2sun.com



Wirtschaftsforum: Next2Sun hat einen Weg gefunden, Energiegewinnung und Bewahrung landwirtschaftlicher Flächen miteinander zu verbinden. Das geht über reines Geldverdienen weit hinaus. Was ist Ihr persönlicher Drive bei Ihrer Arbeit für das Unternehmen?

Sascha Krause-Tünker: Für mich ist das die Tatsache, dass die Energiewende uns braucht. Die letzten Jahre standen im Zeichen der Entwicklung neuer Produkte und Technologien und der Erschließung neuer Märkte – kein einfacher Weg, aber ich bin überzeugt, dass wir so einen gesellschaftlichen Fortschritt schaffen können.



Ein Solarzaun aus bifazialen (von beiden Seiten nutzbaren) Modulen liefert nicht nur einen hohen Ertrag, sondern ist auch ein Blickfang



Der Solarzaun eignet sich sowohl für die Nutzung auf privaten Grundstücken als auch im öffentlichen Raum, etwa auf Parkplätzen

Modulare Effizienz vom Rohbau bis zum Hochbau

Seit seiner Gründung hat sich HABAU Deutschland mit Sitz in Heringen als ein führender Akteur in der deutschen Bauindustrie etabliert. Seine Geschichte ist geprägt von Innovation, Qualität und einem starken Engagement für Nachhaltigkeit. Im Gespräch mit Dipl.-Ing. Hauke Lattmann, Geschäftsführer, erfahren wir mehr über ein Unternehmen, das kontinuierlich die Grenzen des Möglichen neu definiert und dabei auf langfristige Partnerschaften und erstklassige Lösungen im Industrie-, Logistik- und Wohnungsbau setzt.

Wirtschaftsforum: Herr Lattmann, vor 17 Jahren haben Sie Ihre Karriere bei HABAU Deutschland als Projektleiter begonnen, heute sind Sie Geschäftsführer. Sie sind nicht nur durch verschiedene Positionen im Unternehmen gewachsen, Sie haben auch seine Entwicklung begleitet.

Hauke Lattmann: Die Geschichte von HABAU begann 1905 mit der Gründung des Betonwerk Heringen. Das Unternehmen entwickelte sich stetig weiter und wurde 2020 durch die Fusion der HABAU Hoch- und Tiefbau mit Universalbeton zur heutigen HABAU Deutschland. Dies war ein bedeutender Schritt, der es uns ermöglicht hat, unsere Position in der deutschen Bauindustrie weiter zu stärken.

Wirtschaftsforum: HABAU Deutschland ist Teil der in Österreich ansässigen HABAU GROUP, die für langjährige Expertise und Qualität steht. Was ist charakteristisch für Ihr Unternehmen?

Hauke Lattmann: Mit unserem breiten Leistungsspektrum, das vom Rohbau bis zum schlüsselfertigen Hochbau reicht, bieten wir unseren Kunden maßgeschneiderte Lösungen aus einer Hand. Besonders stolz sind wir auf unsere Fertigteilproduktion, die zu den leistungsfähigsten in Deutschland gehört. Wir setzen verstärkt auf modulares Bauen und Vorteile wie Wirtschaftlichkeit und schnellen Baufortschritt bei höchster Qualität. Zugleich ermöglicht unser modulares Bau- system die unterschiedlichsten

Gebäudekonfigurationen, um die Bedürfnisse unserer Kunden optimal zu erfüllen.

Wirtschaftsforum: Nachhaltigkeit spielt eine immer größere Rolle in der Baubranche. Wie geht HABAU Deutschland mit diesem Thema um?

Hauke Lattmann: Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir setzen auf vorgefertigte Teile, recyceln abgebrochene Beton- teile und verwenden innovative

Interview mit



Hauke Lattmann,
Geschäftsführer
HABAU Deutschland

Baustoffe, um unsere Umweltauswirkungen zu minimieren. Wir engagieren uns aktiv für Nachhaltigkeit und sind Mitglied beim DGNB. Unsere Gebäude entsprechen nicht nur höchsten Standards, sondern übertreffen sie zum Teil sogar.

Wirtschaftsforum: Herr Lattmann, geben Sie uns einen kleinen Einblick, wer Ihre Kunden sind und welche Referenzen eine besondere Bedeutung für Sie haben?



Eines von vielen Referenzprojekten: die schlüsselfertig hergestellte Frachthalle am Flughafen Köln-Bonn für den Umschlag von Luftfracht im Land-/Airsidbetrieb



© Markus Löffelhardt

Die Erweiterung der SchuleEins in Berlin-Pankow war ein besonderes Projekt der HABAU Deutschland GmbH getreu ihrem Motto 'Wir bauen heute für morgen'

Hauke Lattmann: Wir haben eine breite Palette von Kunden, darunter Unternehmen aus der Logistik- und produzierenden Industrie sowie öffentliche Einrichtungen wie Flughäfen und Stadien. Unsere zahlreichen Referenzprojekte umfassen den Bau von Logistikhallen, Flughäfen, Wohnanlagen und Industriebauwerken. Bei einem Millionenprojekt für die DHL am Luftfrachtdrehkreuz Leipzig zum Beispiel kam es besonders auf eine kurze Vorlauf- und Bauzeit an, hier konnten wir einen schnellen und effizienten Bauabschluss

erreichen. Die Bauzeit spielt auch bei einem Projekt in Dresden-Nickern eine Rolle. Hier entsteht ein Shopping Center, bei dem wir die Krieger Gruppe unterstützen und zwei Bauabschnitte innerhalb kürzester Zeit, jeweils sechs und fünf Monate, übernehmen. Derzeit arbeiten wir an einem Projekt in Berlin-Neukölln. Hier entstehen nicht nur Gewerbenutzungen, sondern auch fast 230 neue Wohnungen, ein Viertel davon preisgebunden. Wir verwenden hier erstmals Fertigteile, die in Abstimmung mit dem Denkmalschutz farbig und

strukturiert produziert werden. Ein weiteres Projekt ist die Erweiterung der SchuleEins in Berlin-Pankow. Getreu unserem Motto 'Wir bauen heute für morgen' entstanden hier in einem Neubau 16 Fachräume für verschiedene Bereiche. Neben einem Hörsaal und einer Cafeteria wurde auch eine Sporthalle mit 630 m² erstellt. Um nur einige Projekte, die uns am Herzen liegen, zu nennen.

Wirtschaftsforum: Können Sie uns etwas zu den Zahlen von HABAU Deutschland sagen?

Hauke Lattmann: Natürlich. HABAU Deutschland beschäftigt derzeit etwa 300 Mitarbeiter, die HABAU GROUP insgesamt rund 6.500 Mitarbeiter bei 1,92 Milliarden EUR Bauleistung. Aktuell betreuen wir 22 Forschungsprojekte mit sieben Partnerhochschulen und sind der fünftgrößte Hersteller von konstruktiven Fertigteilen in Deutschland.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele und Visionen verfolgt HABAU Deutschland für die Zukunft?

Hauke Lattmann: Unser Ziel ist es, unsere Position als führendes Unternehmen in der deutschen Bauindustrie auszubauen und weiterhin als verlässlicher Partner am Markt bekannt zu sein. Dabei setzen wir auf Innovation, Handschlagqualität und Nachhaltigkeit, um unseren Kunden die besten Lösungen anzubieten und einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten.



© DNA photographers

Die Kunden von HABAU kommen aus den verschiedensten Bereichen. Für den Automobilzulieferer Schaeffler baute HABAU bei Halle das Europa-Logistikzentrum mit

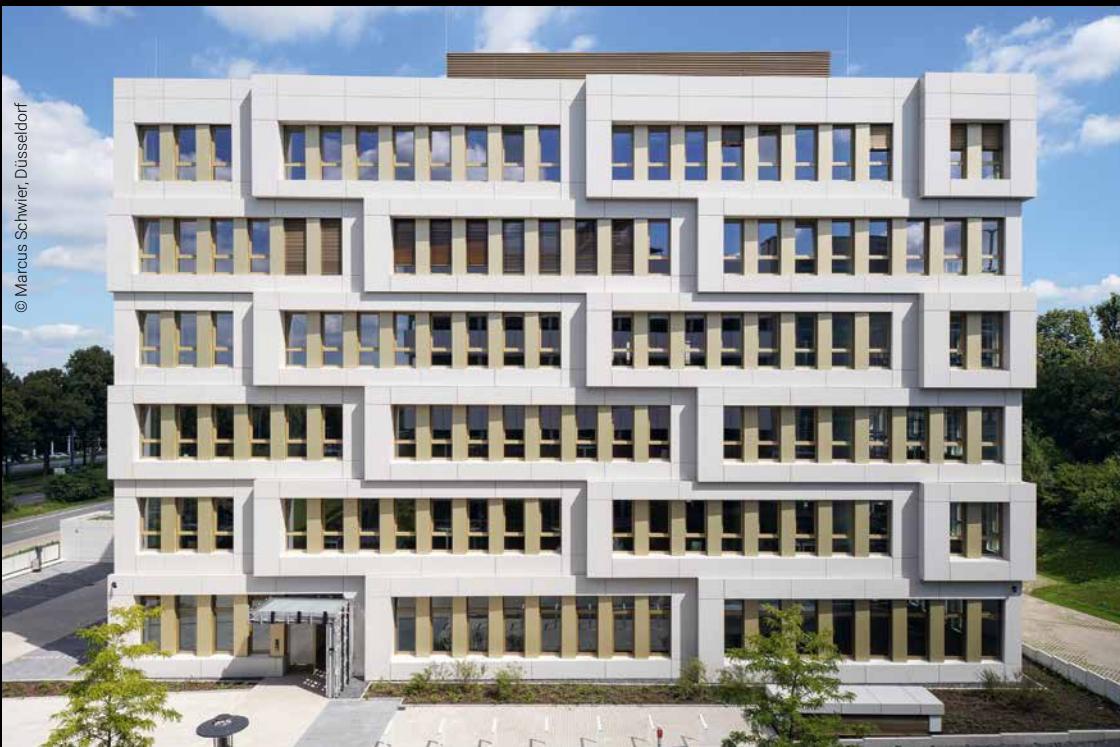


HABAU

KONTAKTDATEN

HABAU Deutschland GmbH
Nordhäuser Straße 2
99765 Heringen
Deutschland
📞 +49 36333 650
📠 +49 36333 65267
office.habau.de@habau.com
habau-deutschland.de

Projekte aus Liebe zur Gestaltung



© Marcus Schweiß, Düsseldorf

Interview mit



Dipl.-Ing. Johannes Klein,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der Kemper · Steiner & Partner
Architekten GmbH

Die Kemper · Steiner & Partner Architekten GmbH hat eine große Bandbreite an Projekten, deren gemeinsamer Nenner die Liebe zur Gestaltung ist

Architekten sind die Visi-
onäre unserer gebauten
Umgebung, die Künstler des
Raumes und die Ingenieure
der Ästhetik. Durch ihre
kreativen Köpfe und ihre
technische Expertise for-
men sie unsere Städte und
Landschaften, gestalten
Lebensräume und schaffen
Orte, die inspirieren und be-
rühren. Mit ihren Entwürfen
verbindet die Kemper · Stei-
ner & Partner Architekten
GmbH Funktionalität und
Schönheit sowie Tradition
und Innovation, um zeitlose
Meisterwerke zu erschaf-
fen, die das Erbe vergange-
ner Generationen ehren und
die Zukunft prägen.



Das Portfolio des Architekturbüros umfasst nahezu sämtliche
Felder des Hochbaus in allen Leistungsphasen



Die Kemper · Steiner & Partner Architekten GmbH findet für jede
Bauaufgabe die beste Lösung

Vom Universitätsklinikum über
das Stadtquartier bis hin zum
Tiergehege hat die Kemper · Stei-
ner & Partner Architekten GmbH
in den vergangen 44 Jahren zahl-
reiche Projekte realisiert. „Jede
Bauaufgabe hat ihre besonderen
Rahmenbedingungen, für die wir
die beste Lösung finden wollen“,
sagt Dipl.-Ing. Johannes Klein, Ge-
schäftsführender Gesellschafter.
Wir haben eine große Bandbreite,
aber der gemeinsame Nenner der

Projekte ist die Liebe zur Gestal-
tung.“

Neue Ausrichtung

Im Jahr 1980 wurde das Archi-
tektenbüro durch Dipl.-Ing. Rainer
Kemper und Dipl.-Ing. Volker
Steiner gegründet. Im Laufe der
Jahre kamen immer wieder neue
Partner hinzu und das Team
wuchs auf heute 40 Mitarbeiter.
Der letzte große Meilenstein für
die Kemper · Steiner & Partner

Architekten GmbH war der Bezug
des aktuellen Firmengebäudes
am Gerard-Mortier-Platz in
Bochum. „Damit kam auch der
Generationswechsel und eine
andere Ausrichtung auf New
Work“, bemerkt Johannes Klein,
der 2007 in das Unternehmen ge-
kommen und seit 2016 einer der
Gesellschafter ist. „Wir arbeiten
heute mit halboffenen Strukturen
oder Räumen für Besprechungen,
sodass wir uns noch viel mehr un-

tereinander austauschen können. Die Arbeitsweise und Anforderungen der Mitarbeiter haben sich geändert. Deshalb haben wir eine volle Flexibilisierung der Mitarbeiter eingeführt. Trotzdem haben die Menschen das Bedürfnis nach Teamarbeit. Mit der neuen Ausrichtung können wir unterschiedliche Bedürfnisse erfüllen.“

University Games 2025 sowie ein Gebäude für die Stiftung Auszeit in Bochum, wo Kinder mit starken Behinderungen betreut werden, damit ihre Familien eine Auszeit machen können. „Es ist schön, sich mit diesen ganz unterschiedlichen Themen beschäftigen zu können“, so Johannes Klein. „Wir beraten zum Beispiel auch Unternehmen in der Umsetzung

Verschiedene Generationen: das Team der Kemper · Steiner & Partner Architekten GmbH



Kemper · Steiner & Partner Architekten arbeitet nach dem Prinzip der New Work mit halboffenen Strukturen oder Räumen für Besprechungen, sodass sich die Mitarbeiter noch viel mehr untereinander austauschen können



Breites Portfolio

Zu den Aufgabengebieten der Kemper · Steiner & Partner Architekten GmbH gehören Krankenhausbau, Büro- und Verwaltungsbau, Wohnungsbau, Schulbau, kulturelle Bauten, zoologische Projekte, städtebauliche Planungen, Machbarkeitsstudien, Projektentwicklungen und Wettbewerbe. Damit umfasst das Portfolio des Architekturbüros nahezu sämtliche Felder des Hochbaus in allen Leistungsphasen. Dank fester Partner für die unterschiedlichen Fachdisziplinen ist das Unternehmen ein zuverlässiger Partner in der Generalplanung. Zu den aktuellen Projekten gehören zum Beispiel die neue Robbenanlage im Zoo Dortmund, der Neubau der Regatta in Duisburg für die FISU World

neuer Arbeitswelten. In den letzten Jahren sind wir viel mehr in den Bereich öffentliche Projekte gekommen. Aktuell sind wir unter anderem für die Sanierung des Bochumer Rathauses beauftragt worden.“ Bei diesem Projekt kann die Kemper · Steiner & Partner Architekten GmbH auf die Erfahrung zurückgreifen, die bei der Sanierung des Rathauses in Witten gewonnen wurde. Seit über 30 Jahren ist das Architekturbüro außerdem im Krankenhausbau aktiv und hat in zahlreichen Krankenhäusern vielfältige Stationen und OP- Säle geplant. Darüber hinaus nimmt der Bau von Schulen und Bildungsbauten einen immer größeren Anteil im Projektportfolio ein.

geht um die Schaffung von Orten, die Menschen inspirieren, verbinden und unterstützen. Architekten müssen nicht nur ästhetische Gesichtspunkte berücksichtigen, sondern auch Aspekte wie Nachhaltigkeit, Nutzung von Raum und soziale Verantwortung in ihre Entwürfe integrieren. „Das Thema Nachhaltigkeit wird bei uns ernst genommen. Wir fördern den Einsatz zertifizierter Baustoffe, versuchen Materialien ein zweites Leben zu geben und setzen auf nachwachsende Baustoffe. Außerdem planen wir durchgängig Gründächer, planen Wärmepumpen oder Versickerungsanlagen für Regenwasser und verwenden Rohstoffe wieder. Dafür müssen wir aber auch Werbung bei den Auftraggebern machen und sie davon überzeugen, dass Dinge

vielleicht notwendig sind, auch wenn sie mehr kosten“, sagt Johannes Klein.

Das Thema Nachhaltigkeit spiegelt sich aber auch in der Unternehmensphilosophie wider. Bei der Kemper · Steiner & Partner Architekten GmbH arbeiten die verschiedenen Generationen sehr gut zusammen, vom Studenten bis zum erfahrenen Mitarbeiter, um sich auszutauschen und von einander zu lernen. Die Bildung bei den Mitarbeitern soll gezielt gefördert werden. Damit legt das Architekturbüro den Grundstein dafür, auch in Zukunft Gebäude und Umgebungen zu schaffen zu können, die das Leben der Menschen bereichern und inspirieren.

KEMPER · STEINER & PARTNER

ARCHITEKTEN GMBH

KONTAKTDATEN

Kemper · Steiner & Partner Architekten GmbH
Gerard-Mortier-Platz 2
44793 Bochum
Deutschland
+49 234 959910
info@kemper-steiner-partner.de
www.kemper-steiner-partner.de

Logistik- und Technikdienstleister mit Blick für das Ganze

Ein Firmengelände, größer als 350 Fußballfelder. 35.000 gelagerte Autos. 150 abgefertigte Lkw täglich. Es sind beeindruckende Zahlen, die die BTR - Transportlogistik GmbH aus Rehden kennzeichnen. Das Unternehmen ist Teil der Boes-Gruppe. Eine Gruppe, die 1979 mit einem Lkw begann, sich kontinuierlich weiterentwickelte und heute als Logistikdienstleister die komplette Wertschöpfungskette Transport über die Lagerung bis hin zu Automotive-Services abbildet und auf langfristige Partnerschaften mit renommierten deutschen Fahrzeugherstellern setzen kann.



In Spitzenzeiten lagern 35.000 Fahrzeuge in Rehden



Ein eigener Bahnanschluss mit drei Verladegleisen hebt das Unternehmen vom Markt ab



KV-Terminal: BTR steht ein Portalkran mit 50 t Traglast zur Verfügung

Als Bruno Boes das Unternehmen 1979 gründete, ahnte er nicht, welch dynamische Entwicklung es nehmen würde. Mit einem Lkw startete er im Nachbarort als klassische Spedition – heute steht der Name BTR für eine Gruppe mit den vier Unternehmen Linz GmbH, Bee-Trans GmbH, Wiechers Tank- und Spezialtransport GmbH und der BTR - Transportlogistik GmbH,

drei reine Speditionen sowie die BTR als Servicegesellschaft. Das Portfolio ruht auf den Säulen Fahrzeuglagerung, Automotive Services, Fahrzeugtransporte, KV-Umschlag, Güterlagerung und Gütertransport.

Das große Ganze im Blick

Entscheidend für die Entwicklung hin zur größten Logistikdrehzscheibe Niedersachsens war der

im Jahr 2000 erfolgte Erwerb eines ehemaligen Bundeswehrgeländes. 270 ha groß, komplett eingezäunt und nicht einsehbar, bietet es ideale Voraussetzungen für die Lagerung von Fahrzeugen; BTR ist einziger Nutzer des Geländes. Eine Hälfte der Fläche wird zur Lagerung genutzt, die andere zur Forstwirtschaft; Totholz wird zum Befeuern des eigenen Hackschnitzelkraftwerks

genutzt. „Wir sind als Spedition groß geworden und haben mit Erwerb des Geländes den Fokus stärker auf die Fahrzeuglagerung gerichtet“, so Bruno Boes. „Anfangs waren es 200 Autos, heute sind es zu Spitzenzeiten 35.000.“ Das Angebot wurde im Laufe der Zeit kontinuierlich ausgebaut und die Voraussetzungen für optimale Lagerungen und flankierende Services geschaffen. Das kom-



Auf 257 ha befindet sich in Rehden die größte Logistikdrehzscheibe Niedersachsens

Interview mit

Bruno Boes,
Gründer und
Geschäftsführender Inhaber
und

Alexander Boes,
Geschäftsführer
der Linz GmbH, der
Wiechers Tank- und Spezial-
transport GmbH und
der Bee-Trans GmbH
sowie

Stephanus Bernholt,
Geschäftsführer
der BTR - Transportlogistik
GmbH

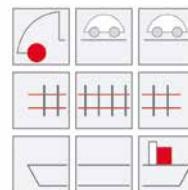
plette eingezäunte Gelände wurde asphaltiert, das Sicherheitskonzept angepasst; es gibt einen Perimeterschutz durch Wärmebildtechnik sowie eine flächendeckende Kameraüberwachung mit Bewegungssensoren. Jeden Tag fahren bis zu 200 Lkw auf das Gelände und verlassen es wieder; hinzu kommen Einzelabholungen und damit verbunden weitere 200 Personen am Tag.

einen der größten deutschen Fahrzeughersteller haben wir inzwischen mehr als 20.000 Fahrzeuge veredelt; auch weitere Premium-Automobilmarken zählen zu unseren Kunden.“ Für Autovermieter übernimmt BTR Übergabeinspektionen. Neuwagen werden aus den Werken in Rehden angeliefert, BTR übernimmt die Softwareaktualisierung, bringt Fahrzeuge auf den neuesten Stand, macht sie

mit unseren Mitarbeitern zu pflegen und diese gut zu versorgen“, unterstreicht Alexander Boes. „Es ist ein gegenseitiges Geben und Nehmen. Das gilt auch für unsere Kunden. Mit ihnen sind wir groß geworden, mit ihnen möchten wir nachhaltig zusammenarbeiten.“

Die Zukunft ist nachhaltig und unabhängig

Vor diesem Hintergrund fühlt sich BTR für die Zukunft gut aufgestellt



KONTAKTDATEN

BTR – Transportlogistik GmbH
Dickeler Straße 42
49453 Rehden
Deutschland
+49 5446 99460
info@btr-transportlogistik.de
www.btr-transportlogistik.de



Dank einer Ladeinfrastruktur von 1.150 kW können große Feld- und Gewährleistungskationen durchgeführt werden



Typische Services sind Softwareaktualisierungen oder die Diagnose von Softwaremodulen



Ein Holzhackschnitzelkraftwerk wird zu 100% mit Holz aus eigener Forstwirtschaft befeuert

Entwicklung hin zum Technikdienstleister

Auf dem riesigen Areal mit eigenem Bahnanschluss bietet die BTR eine Vielzahl von Automotive Services an. „Heute haben wir die notwendige Größe und Infrastruktur, um auch als Technikdienstleister unter anderem Übergabeinspektionen, Reifenmanagement, technische und optische Aufbereitungen, Fahrzeugreparaturen, Nacharbeits- und Flashaktionen und das Anfertigen von Verkaufsfotos anzubieten“, resümiert Stephanus Bernholt. „Mit Einzug der Elektromobilität ist ein weiteres Geschäftsfeld hinzugekommen, das an Bedeutung gewinnt. Zum Beispiel werden Neufahrzeuge durch das Aufspielen von Softwareupdates modifiziert. Für

ready-to-rent, meldet sie an und übergibt sie an Endkunden oder Achsüberführer.

Alles aus einer Hand

240 Mitarbeiter in der gesamten Gruppe stehen hinter diesem Angebot aus einer Hand. Ihr Know-how ist eines der wichtigsten Assets. „Dank unserer Infrastruktur und unseres Know-how konnten wir uns zum Technikdienstleister transformieren und damit einen Meilenstein setzen“, betont Alexander Boes. „Hinzu kommen kurze Entscheidungswege und damit verbunden eine hohe Flexibilität.“ Viele Mitarbeiter sind seit vielen Jahren für BTR tätig; Lkw-Fahrer zum Teil seit 40 Jahren. Ihr Wohl liegt dem Unternehmen am Herzen. „Wir sind sehr darauf bedacht, lange Partnerschaften

– auch wenn der bürokratische Aufwand zu- statt abnimmt und der Markt härter wird, wie Bruno Boes feststellt. Um Prozesse zu vereinfachen, wird das Thema Digitalisierung in Zukunft weiter in den Vordergrund rücken. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen eine neue Softwarelösung implementiert; noch befindet man sich im Umstellungsprozess. „Wir sind momentan dabei, ein Yard-Management einzuführen, um bestimmte Prozesse wie das Rechnungswesen weiter zu automatisieren“, sagt Alexander Boes. „20% wurden bereits umgestellt, noch testen wir und feilen an bestimmten Aspekten. Um von außen nicht angreifbar zu sein, spielt Sicherheit bei allem eine zentrale Rolle.“ Auch in Zukunft will BTR wachsen – nachhaltig

und aus eigener Kraft, so wie seit der ersten Stunde. „Um die Grundlage für weitere Innovationen zu schaffen, haben wir einen zweiten Standort mit einer Größe von 9 ha und 17.000 m² Hallenfläche in Stemwede NRW erworben. Wir sind ein gesund aufgestellter Betrieb und können Investitionen aus eigenen Mitteln finanzieren“, betont Bruno Boes. „Die finanzielle Unabhängigkeit war uns immer sehr wichtig. Ich habe das Unternehmen auf dieser Grundlage geführt, werde mich nun Schritt für Schritt zurückziehen und das Tagesgeschäft der nächsten Generation überlassen.“ Mit Sohn Alexander Boes und Stephanus Bernholt stehen dafür zwei engagierte Geschäftsführer bereit.

HIMASMART
SAFETY.

#safetygoesdigital

Sicherheit für die Welt kommt aus Deutschland!

Als Anbieter sicherheitsgerichteter Automatisierungslösungen für die Prozess- und Bahnindustrie schützen wir Menschen, Umwelt und Anlagen. Der Hauptsitz unseres Familienunternehmens ist in Brühl bei Mannheim, wo wir auch unsere Produkte produzieren. Weltweit beschäftigen wir 1050 Mitarbeitende und sind mit 22 Gruppenunternehmen auf allen Kontinenten vertreten.



Kontakte

gevekom GmbH
Altplauen 19
01187 Dresden
Deutschland
📞 +49 351 213240
info@gevekom.de
www.gevekom.de

Enghouse AG
Neumarkt 29-33
04109 Leipzig
Deutschland
📞 +49 341 33975530
marketing-dach@enghouse.com
www.enghouseinteractive.de

BISS Gesellschaft für
Büroinformationssysteme mbH
Marie-Curie-Straße 4
26129 Oldenburg
Deutschland
📞 +49 441 3610760
info@biss-net.com
www.biss-net.com

R.Brand Group GmbH
Elverdisser Straße 313
32052 Herford
Deutschland
📞 +49 5221 9790
kontakt@rbrand.group
www.rbrand.group

Kaffee Partner GmbH
Kaffee-Partner-Allee 1
49090 Osnabrück
Deutschland
📞 +49 541 750450
info@kaffee-partner.de
www.kaffee-partner.de

LSA GmbH Leischnig
Schaltschrankbau
Automatisierungstechnik
Äußerer Hofring 11
09429 Wolkenstein
Deutschland
📞 +49 37369 1720
info@lsa-gmbh.de
www.lsa-gmbh.de

Birgels Prima Kälte Klima
GmbH & Co. KG
An St. Cyriakus 6
40668 Meerbusch
Deutschland
📞 +49 211 5833580
info@birgels.de
www.birgels.de

HIMA Paul Hildebrandt GmbH
Albert-Bassermann-Straße 28
68782 Brühl (Baden)
Deutschland
📞 +49 6202 7090
info@hima.com
www.hima.com

Next2Sun Technology GmbH
Franz-Meguin-Straße 10a
66763 Dillingen
Deutschland
📞 +49 3222 18090
info@next2sun.de
www.next2sun.com

HABAU Deutschland GmbH
Nordhäuser Straße 2
99765 Heringen
Deutschland
📞 +49 36333 650
📠 +49 36333 65267
office.habau.de@habau.com
habau-deutschland.de

Kemper · Steiner & Partner Architekten
GmbH
Gerard-Mortier-Platz 2
44793 Bochum
Deutschland
📞 +49 234 959910
info@kemper-steiner-partner.de
www.kemper-steiner-partner.de

BTR – Transportlogistik GmbH
Dickeler Straße 42
49453 Rehden
Deutschland
📞 +49 5446 99460
info@btr-transportlogistik.de
www.btr-transportlogistik.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

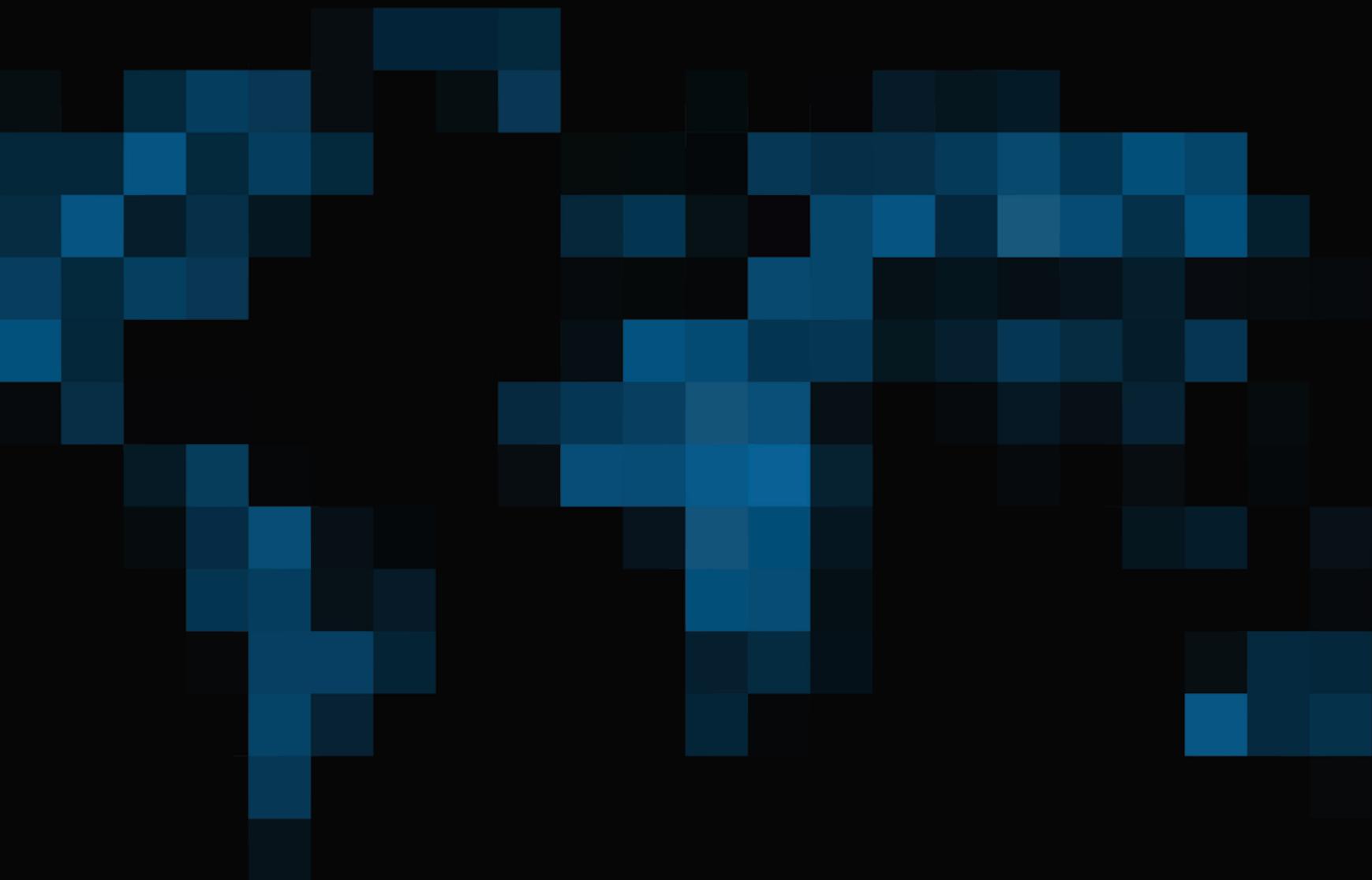
info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:
Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann

 **WISSEN, WAS ZÄHLT**
Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbemarkt



Shaping Business with Hyand code_



Maßgeschneiderte digitale End-to-End-Lösungen
für Branchen wie Automotive, Industrie und Handel

www.hyand.com