

Starker Mittelstand



Interview:

Mit Hochdruck zum Erfolg

Dipl.-Ing. Frank Ackermann, Geschäftsführer
der Fritz Wiedemann & Sohn GmbH, Seite 4

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Miriam Berzen, Geschäftsführerin der Klaes GmbH & Co. KG**, Seite 10
- › Interview mit **Alexander Döring, Geschäftsführer der OTTO FUCHS Dülken GmbH & Co. KG**, Seite 22

Starker Mittelstand

04



Dipl.-Ing. Frank Ackermann,
Geschäftsführer der Fritz Wiedemann & Sohn GmbH

06



Rik Kant,
Geschäftsführer der Endenburg Elektrotechnik B.V.

08



Marcel Vandieken,
Geschäftsführer

10



Miriam Berzen,
Geschäftsführerin der Klaes GmbH & Co. KG

12



Dr. Christina Boss,
Geschäftsführerin der SAN Group Biotech Germany GmbH

14



Johannes Steinel,
Geschäftsführer der Schirm GmbH



Starker Mittelstand

16



Michael Tomerius,
CEO der Dermaroller GmbH

18



Jeroen Naalden,
CEO der Burgers Carrosserie BV

20



Dr. Alexander Giehl,
Geschäftsführer der Poly-clip System GmbH & Co. KG

22



Alexander Döring,
Geschäftsführer der OTTO FUCHS Dülken GmbH & Co. KG

25 Kontaktdaten

Mit Hochdruck zum Erfolg

Das Hochdruckwasserstrahlen hat sich in den letzten Jahren als unverzichtbare Technologie in der Bauwerksinstandsetzung etabliert. Mit Wasserdrücken von bis zu 3.000 bar werden Betonoberflächen schonend und dennoch effektiv abgetragen oder vorbereitet, ohne die tragende Struktur zu beschädigen. Seit fast acht Jahrzehnten steht die Fritz Wiedemann & Sohn GmbH für höchste Qualität in der Bauwerksinstandsetzung und Fassadensanierung sowie der Instandsetzung von Trinkwasserbehältern.

Präzise Betonabtragung durch Hochdruckwasserstrahlen: Schadstellen werden schonend und effizient saniert

Interview mit



Dipl.-Ing. Frank Ackermann,
Geschäftsführer
der Fritz Wiedemann &
Sohn GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Ackermann, welche Bereiche decken Sie heute mit Ihrem Unternehmen ab?

Frank Ackermann: Unsere Hauptgeschäftsfelder sind die energetische Ertüchtigung – hier zählen wir zum Beispiel die Fassaden am neuen Terminal 3 des Frankfurter Flughafens zu unseren aktuellen Großprojekten – sowie die Instandsetzung von Trinkwasserbehältern und Ingenieurbauwerken. Daneben sind wir auch stark in der Betoninstandsetzung von Gebäuden tätig, beispielsweise bei der Sanierung und Umnutzung von Bestandsimmobilien. Für Investoren ist das zunehmend relevant, da Neubauten nicht nur

teuer sind, sondern auch klimapolitisch hinterfragt werden. CO₂-Einsparung in der Bauwirtschaft ist ein großes Thema, dem wir uns aktiv stellen.

Wirtschaftsforum: Ihre Fassadenarbeiten am Frankfurter Flughafen sind beeindruckend. Was genau haben Sie dort umgesetzt?

Frank Ackermann: Am Terminal 3 realisieren wir Fassadenarbeiten im Wert von etwa 13 Millionen EUR. Unser Auftrag umfasst eine Fassadenfläche von 65.000 m², die mineralisch gedämmt wird; davon werden 12.000 m² mit einem hochwertigen Fliesenbelag und 53.000 m² mit einem mine-

ralischen Putz versehen. Neben dem Terminal selbst sind wir auch am neuen Tower und weiteren Gebäuden beteiligt. Solche Projekte zeigen, wie leistungsfähig wir als mittelständisches Unternehmen sind.

Wirtschaftsforum: Sie sprachen auch von Trinkwasserbehältern als wichtigem Geschäftsfeld. Warum ist dieser Bereich für Sie strategisch bedeutend?

Frank Ackermann: Die Instandsetzung von Trinkwasserbehältern ist ein sehr spezielles Segment. Deutschland hat hier extrem hohe Standards und investiert kontinuierlich in die

Qualität seiner Infrastruktur. Für diese Arbeiten braucht es Unternehmen mit hoher Qualifikation und Zuverlässigkeit. Wir sind eines der führenden Unternehmen in Deutschland in diesem Bereich und profitieren von unserer jahrzehntelangen Erfahrung. Trinkwasser ist gesellschaftlich essenziell, aber medial weniger präsent als beispielsweise Energiethemen – dabei ist es mindestens genauso wichtig.

Wirtschaftsforum: Welche Strategie verfolgen Sie für die Weiterentwicklung des Unternehmens?

Frank Ackermann: Unsere Strategie besteht darin, das Portfolio



KONTAKTDATEN

Fritz Wiedemann & Sohn GmbH
Weidenbornstraße 7-9
65189 Wiesbaden
Deutschland
☎ +49 611 79080
zentrale@wiedemann-gmbh.com
www.wiedemann-gmbh.com



Frisch instandgesetzter Trinkwasserbehälter kurz vor der Wiedereinbetriebnahme – höchste Hygienestandards für eine sichere Wasserversorgung

durch gezielte Übernahmen zu erweitern. So haben wir in den vergangenen Jahren unter anderem eine Firma in Dresden übernommen, die im Hochbau tätig ist, sowie das Unternehmen Wannenwetsch in Meiningen, eines der bedeutendsten Hochdruckwasserstrahl-Unternehmen Deutschlands. Diese Technik wird überall dort benötigt, wo alter Beton zerstörungsfrei abgetragen werden muss, beispielsweise bei Tunnelsanierungen oder Trinkwasserbehältern. Durch die Übernahme sichern wir nicht nur Kompetenzen im eigenen Haus, sondern auch Arbeitsplätze – in Thüringen konnten wir dadurch rund 50 Jobs erhalten. Wir möchten weg vom klassischen Modell, viele Subunternehmer einzubinden. Indem wir Schlüsselkompetenzen im eigenen Haus haben, sichern wir Qualität, reduzieren Abhängigkeiten und stärken unsere Position im Markt. Das verschafft uns Wett-

bewerbsvorteile, da wir flexibel und verlässlich agieren können. Außerdem haben wir so eine bessere Kontrolle über Kosten und Prozesse, was in unserer Branche entscheidend ist.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Fritz Wiedemann & Sohn GmbH von anderen Anbietern am Markt?

Frank Ackermann: Unsere große Stärke ist die Kombination aus Erfahrung und Innovationsbereitschaft. Wir haben uns immer auf unsere Kernkompetenzen fokussiert, uns nie überschätzt und gleichzeitig neue Geschäftsfelder wie die energetische Sanierung oder das Carbonbeton-Bauen erschlossen. Außerdem legen wir großen Wert auf Zuverlässigkeit, Qualität und Weiterbildung unserer Mitarbeiter. Wir arbeiten mit einem sehr guten Controlling und professionellem Risikomanagement. Dadurch gehen wir keine Risiken ein, die wir nicht beherr-

schen – eine Philosophie, die viele mittelständische Unternehmen unterschätzen.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren?

Frank Ackermann: Wir wollen weiter wachsen, indem wir Stützpunkte in Deutschland schaffen, um die Wege zu unseren Auftraggebern zu verkürzen. Gleichzeitig streben wir eine stärkere Expansion in die Schweiz und nach Österreich an, insbesondere im Trinkwasserbereich. Außerdem prüfen wir derzeit Möglichkeiten im arabischen Raum, etwa in den GCC-Staaten, wo deutsches Ingenieurwissen stark gefragt ist. Allerdings stellt uns der Fachkräftemangel in Deutschland vor Herausforderungen – besonders, weil Montagebereitschaft immer seltener wird. Daher denken wir internationaler, um weiter erfolgreich zu bleiben.



Sanierung eines Trinkwasserbehälters: sorgfältige Arbeiten sichern die Qualität der Wasserversorgung



Beschichtungsarbeiten an der Theodor-Heuss-Brücke in Mainz: nachhaltiger Korrosionsschutz für eines der wichtigsten Rheinbauwerke

Wirtschaftsforum: Was motiviert Sie persönlich in Ihrer täglichen Arbeit?

Frank Ackermann: Mich motiviert die Möglichkeit, etwas zu gestalten, Verantwortung zu tragen und ein Unternehmen stetig weiterzuentwickeln. Besonders wichtig ist mir dabei, die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter zu sichern und neue Perspektiven zu schaffen. Wenn ich sehe, dass wir als Team erfolgreich sind und gemeinsam Großprojekte stemmen, bestätigt mich das in meiner Aufgabe.

Elektrisch. Engagiert. Endenburg.



Mit modularen Energiestationen...



...treibt Endenburg aktiv die Energiewende voran

Die Wurzeln der Endenburg Holding B.V. reichen bis ins Jahr 1928 zurück, als die Familie Kroef ein kleines Lampengeschäft gründete. Doch aus dem einstigen Einzelhandel entwickelte sich ein hoch spezialisierter elektrotechnischer Dienstleister. „Die entscheidende Weichenstellung kam 1959, als Gerard Endenburg junior das Unternehmen vom Privatkundengeschäft auf B2B-Elektrodienstleistungen umstellte“, sagt Geschäftsführer Rik Kant. Inzwischen zählt Endenburg rund 130 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von 22 bis 23 Millionen EUR. Seit 1984 ist

das Unternehmen außerdem in Mitarbeiterhand: „Unsere Struktur mit einer Stiftung als Gesellschafterin erlaubt es uns, die Firma im Sinne aller zu führen. Entscheidungen treffen wir nach dem Konsentprinzip: Eine Entscheidung wird getroffen, wenn keiner der Anwesenden begründete und überwiegende Einwände gegen die Entscheidung und deren Umsetzung hat.“

Die gesamte Bandbreite elektrotechnischer Infrastruktur

Endenburg bietet ein breites Portfolio elektrotechnischer Leistungen. Es reicht von Instandhaltung

Interview mit



Rik Kant,
*Geschäftsführer
der Endenburg Elektrotechnik
B.V.*

endenburg

KONTAKTDATEN

Endenburg Holding B.V. –
Endenburg Elektrotechnik B.V.
Prins Pieter Christiaanstraat 50
3066 TB Rotterdam
Niederlande
☎ +31 10 4523822
info@endenburg.nl
www.endenburg.nl

Vom Lampengeschäft zum Elektrotechnik-Spezialisten: Die Geschichte der Endenburg Elektrotechnik B.V. reicht fast 100 Jahre zurück. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum gibt Geschäftsführer Rik Kant Einblicke in die Unternehmensstruktur, das besondere Führungsmodell und die konsequente Kundenorientierung seines Unternehmens und verrät, warum er selbst jeden Tag sehr gern zur Arbeit geht.

und Wartung über Prüfungen bis zu großen Neubau- und Sanierungsprojekten. „Ob Transformatoren, Notstromsysteme oder intelligente Ladelösungen – wir decken die gesamte Bandbreite elektrotechnischer Infrastruktur in gewerblichen und öffentlichen Gebäuden ab“, so Rik Kant. Dabei laufen das Tagesgeschäft und die Notfallversorgung über das Team für Wartung und Instandhaltung, während das Projektteam Bauprojekte mit Laufzeiten von einigen Wochen bis hin zu mehreren Jahren betreut. Beide Teams agieren eigenständig, aber in engem Verbund miteinander. Beson-

ders im Fokus stehen intelligente Energiesysteme. „Mit unserem eigenen Datenanalyse-Tool ‘Cloud Crest’ helfen wir Kunden dabei, Energieflüsse effizient zu steuern – zum Beispiel bei Ladevorgängen von E-Fahrzeugen“, erklärt Rik Kant.

Überzeugen durch Kompetenz, Verbindlichkeit und Qualität

Das Kundenportfolio des Unternehmens reicht von Kommunen über Bildungsträger bis hin zu Investoren und Industrieunternehmen. Rund die Hälfte der Kunden sind öffentliche Auftraggeber. Für Rik Kant stehen langfristige



Inspektion und Überprüfung sind Teil einer strikten Qualitätskontrolle. Nicht zuletzt dies sichert Endenburg das Vertrauen der Kunden



Der Firmensitz von Endenburg in Rotterdam

Beziehungen zu Auftraggebern im Zentrum der Unternehmensphilosophie: „Wir setzen auf Kundenteams mit festen Ansprechpersonen, die über Jahre hinweg mit unseren Kunden vertrauensvolle Beziehungen pflegen“, beschreibt Rik Kant den Ansatz. Kundenveranstaltungen, Netzwerktreffen und Wissenstransfer ergänzen die technische Arbeit. Auch eine strikte Qualitätskontrolle durch eigene Prüfengeure sorgt dafür, dass die Kunden ihr Vertrauen in Endenburg setzen – und das langfristig. Der Erfolg dieser Strategie zeigt sich nicht zuletzt in der hohen Quote an Folgeaufträgen. „Wir überzeugen mit Kompetenz, Verbindlichkeit und einem hohen Qualitätsanspruch. Das sorgt dafür, dass wir in positiver Erinnerung bleiben und man immer wieder auf uns zurückkommt, indem ein erfolgreich abgeschlossener Auftrag den nächsten nach sich zieht“, so Rik Kant.

Mit Lösungen überraschen, statt Anforderungen abzuarbeiten

Das Besondere an Endenburg ist für Rik Kant nicht nur das technische Know-how, das sein Unternehmen in hohem Maße

besitzt, sondern vor allem die Unternehmenskultur. „Wir sind ein Familienunternehmen im besten Sinne, auch wenn wir keine Eigentümerfamilie mehr haben“, sagt Rik Kant. Die Mitarbeiterbindung ist hoch, viele bleiben Jahrzehnte im Betrieb. Der kollegiale Umgang und das gemeinsame Verantwortungsgefühl seien ein klarer Wettbewerbsvorteil. Dazu kommen eine ausgeprägte Fehlerkultur und der Anspruch, Kunden mit Lösungen zu überraschen, statt nur Anforderungen abzuarbeiten. „Wir streben nicht nach der billigsten Lösung, sondern nach der besten“, betont Rik Kant. Diese Struktur und dieser Anspruch fördern Eigenverantwortung und Innovationsfreude. Auch in der Führung vollzieht das Unternehmen aktuell

einen Wandel hin zu einem Leadership-Verständnis, das „dienend führt“, wie Rik Kant es beschreibt: „Unsere Leitenden verstehen sich als Ermöglicher. Sie schaffen ein Umfeld, in dem Mitarbeiter sich entwickeln und Verantwortung übernehmen können“ erläutert der Geschäftsführer.

Keine leeren Worte, sondern gelebter Anspruch

Zentrale Bestandteile der Unternehmensstrategie sind Digitalisierung, Elektrifizierung und Nachhaltigkeit. „Das sind für uns mehr als leere Worte, sondern Dinge, die wir mit Leben füllen“, erklärt Rik Kant. Nachhaltigkeit betrachtet er deshalb nicht nur unter ökologischen Gesichtspunkten, sondern als ganzheitliches

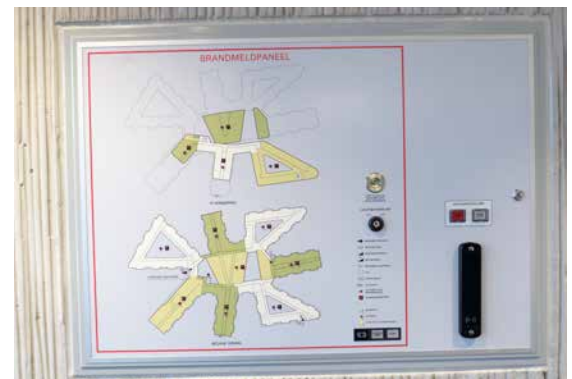
Prinzip: „Nachhaltigkeit bedeutet ebenso die Übernahme sozialer Verantwortung wie unternehmerische Kontinuität“, macht er deutlich. „Das reicht von gesunden Arbeitsbedingungen unserer Mitarbeiter bis hin zu langfristigen Kundenbeziehungen.“ Elektrifizierung und Digitalisierung sieht man bei Endenburg dagegen als Chance, sich zu weiter zu profilieren und zum gesellschaftlichen Fortschritt beizutragen.

Mit eigenen Entwicklungen wie intelligenten Wallbox-Systemen oder modularen Energiestationen treibt das Unternehmen aktiv die Energiewende voran. „Unsere Vision ist ein Unternehmen, das auf allen Ebenen Verantwortung übernimmt und dabei wirtschaftlich, sozial und ökologisch wirkt“, fasst Rik Kant zusammen.

Der Geschäftsführer selbst geht mit gutem Beispiel voran: „Ich gehe jeden Tag gern zur Arbeit, weil ich sehe, wie wir uns als Team weiterentwickeln“, sagt er. „Unser Unternehmen ist für viele wie ein zweites Zuhause.“ Genau aus diesem Geist wird Erfolg geboren.



Die Installation von Videoüberwachungs- oder Brandmeldelanlagen...



...gehört zum Portfolio von Endenburg. Rik Kant: „Wir wollen Kunden mit Lösungen überraschen, statt nur Anforderungen abzuarbeiten.“

SMP Strategy Consulting: Als Eraneos Strategy weiterhin auf Erfolgskurs

Interview mit
Marcel Vandieken,
Geschäftsführer

Seit mehr als 25 Jahren steht SMP für strategische Beratung, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt und umsetzbare Lösungen entwickelt. Auch deshalb hat sich das Düsseldorfer Unternehmen als eine der führenden Beratungen Deutschlands etabliert. Die Umfirmierung zu Eraneos Strategy unterstreicht die Positionierung als Teil der Eraneos Group und den Anspruch, strategische Exzellenz europaweit wirksam werden zu lassen.

In seinen vier Kernbranchen Energie, Telekommunikation, Banken und Versicherungen zählt das Unternehmen zu den besten Beratungen in Deutschland und betreut Kunden entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Die Spezialisierung auf diese Branchen ist eine zentrale Stärke von SMP. Vor vier Jahren wurde eine Data-Science-Tochter gegründet, wodurch SMP eine starke Kompetenz im Bereich künstliche Intelligenz (KI) aufbaute. Heute ist KI ein integraler Bestandteil fast aller Projekte. 2023 erfolgte der Zusammenschluss mit der Eraneos Group, um das Leistungsportfolio in Richtung Technology Consulting zu erweitern und internationale Perspektiven für Mitarbeiter zu schaffen.

Umfassendes Leistungsportfolio

Die Strategieberatung bietet ihren Kunden eine ganzheitliche Beratung in den zentralen Bereichen Unternehmensstrategie und Digitalisierung, Organisationstransformation und Effizienzsteigerung, Technologie- und IT-Beratung sowie Identifikation und Imple-



Enge Zusammenarbeit und praxisnahe Strategieberatung gehen Hand in Hand

mentierung praxisnaher KI-Use-Cases. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit Kunden und die gezielte Weiterentwicklung

interner Teams sind wesentliche Faktoren für die langjährige Kundenbindung und seit Jahren zweistellige Wachstumsraten.



Eraneos Strategy (bisher SMP Strategy Consulting) mit Firmensitz in Düsseldorf steht für strategische Beratung mit internationaler Perspektive

eraneos
strategy
SMP STRATEGY
CONSULTING
A MEMBER OF ERANEOS GROUP

KONTAKTDATEN

Eraneos Strategy GmbH
(ehem. SMP GmbH)
Josephinenstraße 17
40212 Düsseldorf
Deutschland
☎ +49 211 1306690
info@eraneos.com
www.eraneos.com

Strategische Kompetenz

Trotz globaler Krisen hat sich SMP als widerstandsfähig erwiesen. Insbesondere in der Energiewirtschaft und der Finanzdienstleistungsbranche sorgte der steigende Beratungsbedarf für weiteres Wachstum. Die strategische Integration von KI und technologischer Beratung stärkt die Wettbewerbsfähigkeit zusätzlich. Während SMP bisher 100 Berater und KI-Experten beschäftigte, arbeiten innerhalb von Eraneos nun über 1.200 Experten nahtlos in Strategie-, Technologie- und Transformationsprojekten zusammen und erwirtschaften

einen Jahresumsatz von über 250 Millionen EUR. Neben der DACH-Region sind nun auch Märkte in den Niederlanden, Skandinavien und Spanien im Fokus. Für die kommenden Jahre plant die Strategieberatung, ihre Stärken in den Kernbranchen weiter auszubauen und als Teil der Strategy Practice von Eraneos neue Märkte zu prägen. Der Beratungsansatz bleibt dabei unverändert: nachhaltig, partnerschaftlich und mit einem klaren Fokus auf Impact.

Klare Positionierung

Die Organisation setzt auf eine familiäre Unternehmenskultur mit hoher Weiterempfehlungsrate. Die enge Zusammenarbeit mit Universitäten gewährleistet einen steten Zufluss an Talenten. Auch als Mitglied von Eraneos behält die 'Boutique at Scale', wie sich die Berater bezeichnen, ihren individuellen Charakter bei und verbindet die Stärken eines flexiblen Mittelständlers mit den Vorteilen einer globalen Beratungsgruppe. Eraneos Strategy bleibt damit ein Top-Player der strategischen Beratung in Deutschland – mit klarem Fokus auf Zukunftsthemen, einem starken Wachstumsanspruch und einer noch stärkeren internationalen Perspektive.



WEGWEISEND. NACHHALTIG. ERFOLGREICH.
Wirkungsvolle Konzepte für eine nachhaltige Milchproduktion

Mit maßgeschneiderten Tools und fachkundiger Beratung unterstützen wir Landwirte dabei, den CO²-Fußabdruck zu reduzieren und den nachhaltigen Fortschritt voranzutreiben.

www.trouwnutrition.de

trouw nutrition
a Nutreco company

Fenster zur Zukunft



Als Horst Klaes 1983 eine Softwarelösung für die freie Fensterkonstruktion entwickelte, legte er damit den Grundstein für ein Unternehmen, das heute weltweit führend in der Softwareentwicklung für die Fenster-, Türen-, Fassaden- und Wintergartenbranche ist. Mit der 2. Generation in der Geschäftsführung führt die Klaes GmbH & Co. KG nicht nur die Erfolgsgeschichte fort, sondern auch die Werte eines Familienunternehmens, das auf Vertrauen, Mitarbeiterbindung und Innovationskraft setzt.



Interview mit Miriam Berzen, Geschäftsführerin der Klaes GmbH & Co. KG

Geschäftsführer in 2. Generation: Miriam Berzen und Lars Klaes

Wirtschaftsforum: Frau Berzen, Sie führen das Unternehmen gemeinsam mit Ihrem Bruder in 2. Generation. War das immer so geplant?

Miriam Berzen: Nicht ausdrücklich, aber es lag irgendwie in der Luft. Mein Bruder und ich haben unsere Studiengänge von Anfang an in Richtung unseres Familienunternehmens ausgerichtet. Ich habe BWL studiert, mein Bruder kommt über die Schreiner Ausbildung und ein Studium im Bereich Holztechnik. 2011 sind wir dann offiziell eingestiegen – zuerst als Abteilungsleiter, später gemeinsam in der Geschäftsführung. 2015 hat sich unser Vater vollständig zurückgezogen. Es war ein gut geplanter, sehr geradliniger Übergang.

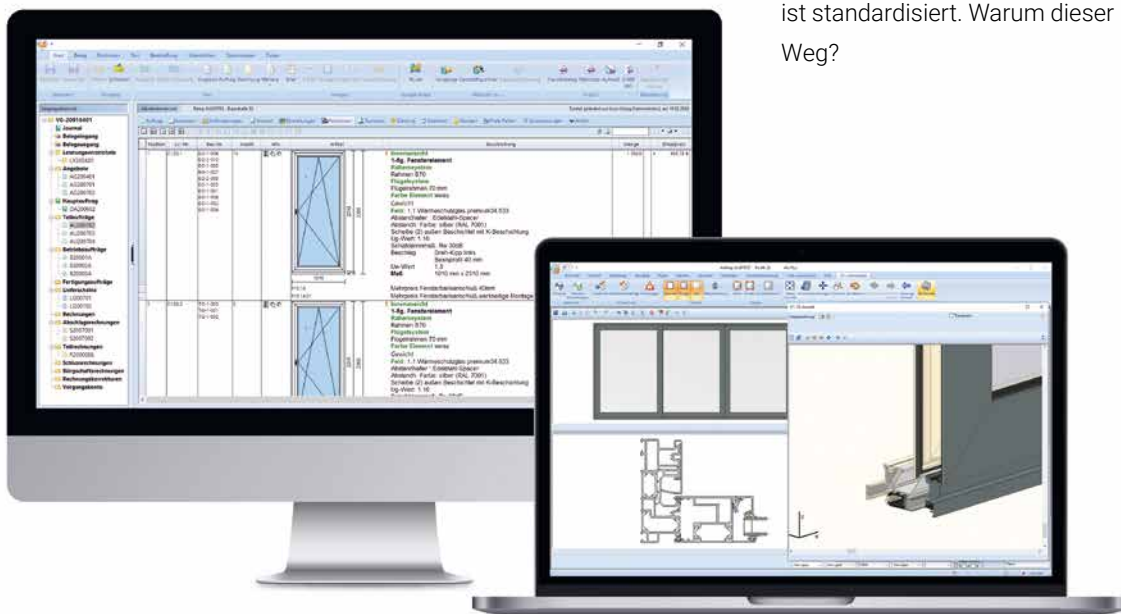
Wirtschaftsforum: Was würden Sie als die wichtigsten Meilensteine der Unternehmensgeschichte benennen?

Miriam Berzen: Der Durchbruch war ganz klar die Entwicklung der freien Fensterkonstruktion – ein Novum Anfang der 1980er-Jahre. Das sprach sich schnell herum, auch Maschinen- und Profilversteller kamen auf uns zu. Daraus hat sich ein enormer Wachstumsschub ergeben. Heute sind wir mit rund 285 Mitarbeitern weltweit tätig – davon 138 am Hauptsitz in Bad Neuenahr-Ahrweiler – und erzielen einen Jahresumsatz von rund 26 Millionen EUR.

Wirtschaftsforum: Was macht Klaes heute besonders erfolgreich?

Miriam Berzen: Das Zusammenspiel aus mehreren Faktoren: Unsere Mitarbeiter sind ein wesentlicher Erfolgsfaktor – wir haben rechtzeitig investiert, gute Leute geholt und viele selbst ausgebildet. Unsere Software entwickelt sich kontinuierlich weiter, und wir setzen bewusst auf eine standardisierte Lösung, die Unternehmen an ihre Prozesse anpassen – nicht umgekehrt. Außerdem bieten wir unseren Kunden Stabilität und Sicherheit, was gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten extrem wichtig ist.

Wirtschaftsforum: Sie haben es angesprochen: Ihre Software ist standardisiert. Warum dieser Weg?



Effiziente Prozesse auf einen Blick: Die standardisierte Klaes-Software bildet den gesamten Workflow vom Angebot bis zur Maschinenansteuerung ab – modern, übersichtlich und praxisnah

Miriam Berzen: Wir wollten nie ein Dienstleister sein, der für jedes Unternehmen eine individuelle Lösung strickt. Unsere Software bildet einen Branchenstandard ab, an dem sich Prozesse orientieren können. Das bringt Vorteile: geringere Pflegeaufwände, bessere Updatefähigkeit, mehr Nachhaltigkeit. Gleichzeitig deckt unser Produktportfolio alle Unternehmensgrößen ab – vom kleinen Handwerksbetrieb bis zur industriellen Produktion.

Wirtschaftsforum: Wie sieht das Portfolio konkret aus?

Miriam Berzen: Wir bieten ERP-Lösungen speziell für unsere Branche – von der Angebotserstellung über die Auftragsabwicklung und Rechnungsstellung bis zur Konstruktion und Maschinenansteuerung. Dazu gehören Webshops, Handelsprogramme, 2D- und 3D-Konstruktionen für Fenster, Türen, Fassaden und Wintergärten. Wir organisieren Unternehmen – so beschreiben wir das gern. Besonders stark sind wir im Holz- und Kunststoffbereich, Aluminium kommt gerade zunehmend hinzu.



Branchentreffpunkt mit Weitblick: Auf internationalen Messen zeigt das Unternehmen Präsenz, pflegt Kundenkontakte und präsentiert neueste Softwarelösungen live vor Ort

Wirtschaftsforum: Wie gelingt es, auf internationaler Ebene erfolgreich zu sein?

Miriam Berzen: Heute sind wir mit rund 28 Standorten in etwa 20 Ländern vertreten – über Tochtergesellschaften, Büros oder Partner. Etwa zwei Drittel unseres Umsatzes erwirtschaften wir im Inland, ein Drittel im Export, etwa in Tschechien, Österreich, Italien oder Spanien.

Wirtschaftsforum: Wie positionieren Sie sich als Arbeitgeber?

Miriam Berzen: Wir möchten ein sicherer, attraktiver Arbeitgeber sein – das ist uns sehr wichtig.

Deshalb investieren wir in die Ausbildung, in Benefits wie Homeoffice, flexible Arbeitszeiten auf Vertrauensbasis, eine hauseigene Kindertagespflege oder After-Work-Veranstaltungen. Unsere Cafeteria, Sportangebote und kleine Aufmerksamkeit wie Eis im Sommer oder Waffeln im Winter sind Ausdruck unserer Wertschätzung. Wir leben ein Teamgefühl, flache Hierarchien und vertrauensvolles Miteinander.

Wirtschaftsforum: Sie sind eine Frau in einer männerdominierten Branche – macht das einen Unterschied?

Miriam Berzen: Manchmal ja. Gerade in unserer Branche muss man sich als Frau schon noch beweisen. Aber ich glaube, dass unterschiedliche Perspektiven ein Unternehmen bereichern. Und wir sehen, dass sich die Generationen verändern – bei den Jüngeren ist Diversität selbstverständlicher. Das macht Mut.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie Klaes in den kommenden Jahren?

Miriam Berzen: Unser Ziel ist ein gesundes, stetiges Wachstum. Wir möchten unsere Softwarelösungen weiterentwickeln, den Wissenstransfer von langjährigen Mitarbeitern sichern und unseren Kunden weiterhin Verlässlichkeit bieten. Dabei verlieren wir unsere Werte als Familienunternehmen nicht aus dem Blick. Die Atmosphäre bei Klaes ist etwas Besonderes – das sagen nicht nur wir, sondern auch unsere Mitarbeiter. Und das wollen wir bewahren.



In modernen Schulungsräumen werden Kunden fundiert in die Nutzung der Software eingeführt



Zentrale mit Charakter: Am Hauptsitz in Bad Neuenahr-Ahrweiler laufen Entwicklung, Vertrieb und Support zusammen



KONTAKTDATEN

Klaes GmbH & Co. KG
Wilhelmstraße 85-87
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler
Deutschland
☎ +49 2641 9090
welcome@klaes.com
www.klaes.de

Biotechnologie für Tier und Mensch



Moderne Diagnostik und Impfstoffentwicklung spielen eine zentrale Rolle in der Tiergesundheit – und damit auch im Schutz der Verbraucher. Mit modernster Diagnostik, autogenen Impfstoffen und einem einzigartigen Full Service-Angebot ist die SAN Group Biotech Germany GmbH eine wichtige Schnittstelle zwischen Forschung, Tiermedizin und Verbraucherschutz. Geschäftsführerin Dr. Christina Boss spricht im Interview über Stärken, Herausforderungen und Zukunftspläne eines Hidden Champion der Biotechnologie.

Interview mit



© Lydia Mittelstedt, SAN Group Biotech Germany GmbH

*Dr. Christina Boss,
Geschäftsführerin
der SAN Group Biotech Germany
GmbH*

Wirtschaftsforum: Frau Dr. Boss, Sie sind seit Anfang 2024 Geschäftsführerin der SAN Group Biotech Germany GmbH. Was hat Sie an dieser Aufgabe gereizt?

Dr. Christina Boss: Ich bin Tierärztin und war bereits über 20 Jahre in der Diagnostikindustrie tätig. Der Wechsel zu einem Unternehmen, das Diagnostik, Impfstoffproduktion und Laborservices auf einem Standort vereint, war für mich fachlich wie strategisch hoch spannend.

Wirtschaftsforum: Das Unternehmen feiert in diesem Jahr sein 20-jähriges Bestehen. Welche Meilensteine waren aus Ihrer Sicht entscheidend?

Dr. Christina Boss: Ein zentraler Schritt war sicher die Errichtung unseres neuen Produktionsgebäudes, das 2022 nach vierjähriger Planung fertiggestellt wurde. Es erfüllt die hohen GMP-Standards und ermöglicht die Herstellung von autogenen Impfstoffen auf einem in Europa nahezu einzigartigen Niveau. Zudem wurde mit der Marke 'Kylt'

ein starker Bereich für In-vitro-Diagnostik aufgebaut. Und nicht zuletzt war die Integration in die SAN Group im Jahr 2021 ein wichtiger Entwicklungsschritt – mit mehr Ressourcen, Netzwerk und internationaler Reichweite.

Wirtschaftsforum: Was macht Ihre Unternehmensstruktur und Ihr Angebot so besonders?

Dr. Christina Boss: Unsere Stärke liegt in der Kombination aus tierärztlicher Expertise, einem eigenen Diagnostiklabor und der Entwicklung individueller Impfstoffe. Wir verstehen uns als Partner der Tierärzte: Wir sehen, was vor Ort gebraucht wird, und können darauf gezielt reagieren. Besonders im Bereich lebensmittelliefernder Tiere – Geflügel, Schwein, Rind, aber auch Fisch – bieten wir ein vollständiges Portfolio: Von der molekularen Diagnostik über die Impfstoffentwicklung bis hin zu Lebensmittelsicherheitsanalysen. Damit decken wir die gesamte Wertschöpfungskette ab – vom Ei bis zum Schnitzel.



© Lydia Mittelstedt, SAN Group Biotech Germany GmbH

KYLT-PCR-Testkits ermöglichen eine schnelle und präzise Diagnostik von Krankheitserregern bei Nutztieren

Wirtschaftsforum: Sie sprechen von maßgeschneiderten Impfstoffen – wie kann man sich das vorstellen?

Dr. Christina Boss: Autogene Impfstoffe sind individuelle Lösungen, die wir für einen konkreten Bestand entwickeln. Es gibt also keinen 'Blockbuster', sondern viele spezialisierte Produkte, die exakt auf das Infektionsgeschehen vor Ort abgestimmt sind. Wir verstehen uns dabei ein wenig als Maßschneider – oder wie ich gerne sage: Wir nähen Pinguinanzüge, sehr speziell und sehr präzise. Das sorgt für effektive Prävention

und reduziert gleichzeitig den Einsatz von Antibiotika – ein wichtiger Beitrag zum Tierschutz und zur Lebensmittelsicherheit.

Wirtschaftsforum: Was sind die zentralen Herausforderungen in Ihrer Branche?

Dr. Christina Boss: Infektionskrankungen sind nach wie vor ein zentrales Thema – sowohl aus Sicht des Verbraucherschutzes als auch für den internationalen Handel. Erreger machen vor Ländergrenzen keinen Halt. Deshalb ist es entscheidend, schnell zu erkennen, womit man es zu tun hat



© Lydia Mittelstedt, SAN Group Biotech Germany GmbH

ANIVAC bietet mit bestandsspezifischen Tierimpfstoffen eine Lösung für Fälle an, in denen kein kommerzieller Impfstoff zur Verfügung steht



KONTAKTDATEN

SAN Group Biotech Germany GmbH
Mühlenstraße 13
49685 Höltinghausen
Deutschland
☎ +49 4473 943830
office-de@san-group.com
www.san-vet.com/de/

– und entsprechend zu handeln. Unsere Nähe zu den Tierärzten und unser hohes Probenaufkommen helfen uns dabei, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und gezielt gegenzusteuern.

Wirtschaftsforum: Wie groß ist Ihr Team, und welche Rolle spielt dabei die Unternehmenskultur?

Dr. Christina Boss: Wir haben derzeit rund 250 bis 270 Mitarbeitende. Interessant ist, dass rund 65% davon Frauen sind – das ist für die Biotechnologiebranche durchaus typisch. Themen wie Vereinbarkeit von Familie und Beruf sind deshalb bei uns nicht nur wichtig, sondern auch sehr

präsent. Wir haben beispielsweise versucht, eine eigene Großtagespflege aufzubauen, um Beschäftigte zu entlasten. Leider sind die gesetzlichen Rahmenbedingungen komplex. Hier sehe ich gesellschaftlich noch großen Handlungsbedarf.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Zugehörigkeit zur SAN Group?

Dr. Christina Boss: Die Integration in die SAN Group gibt uns Rückhalt, etwa bei regulatorischen Themen, beim internationalen Vertrieb oder bei technischen Investitionen. Gleichzeitig sind wir kein kleines Rädchen im

Getriebe – wir machen etwa die Hälfte der Gruppe aus. Die Eigentümerfamilie kommt selbst aus der Agrarwirtschaft und bringt viel Verständnis und echtes Engagement mit. Das ist keine anonyme Private Equity-Struktur, sondern gelebte Unternehmenskultur mit Herz und Verstand.

Wirtschaftsforum: Worauf liegt Ihr Fokus für die kommenden Jahre?

Dr. Christina Boss: Drei Themen stehen ganz oben: Erstens die Digitalisierung, um unsere Prozesse zu vereinfachen und effizienter zu gestalten. Zweitens die Weiterentwicklung unserer Mitarbei-

tenden – fachlich wie persönlich. Und drittens, und das ist mir ein persönliches Anliegen: Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf müssen wir nicht nur im Unternehmen, sondern als Gesellschaft ganz neu denken. Wenn wir als Arbeitgeber attraktiv bleiben wollen, müssen wir hier gemeinsam neue Lösungen finden.

© Lydia Mittelstedt, SAN Group Biotech Germany GmbH



Einst hieß die Firma AniCon; heute steht die Marke ANICON für schnelle und präzise Veterinärdiagnostik



© Gerald Lampe, SAN Group Biotech Germany GmbH

Diagnostik, Impfstoffe und mehr: Die SAN Group Biotech Germany GmbH in Höltinghausen

Im Labor der Möglichkeiten

Die chemische Industrie ist eine tragende Säule der globalen Wirtschaft. Die Schirm GmbH aus Schönebeck (Elbe) zählt zu den führenden mittelständischen Spezialisten in der Auftragsfertigung für chemische Stoffe – von der Synthese über die Formulierung bis zur Verpackung – und steht für innovative Produktentwicklung und hohe Qualitätsstandards. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum beantwortet Geschäftsführer Johannes Steinel Fragen zu Wachstum, Digitalisierung und seiner Rolle in der Branche.

Interview mit



*Johannes Steinel,
Geschäftsführer
der Schirm GmbH*

Wirtschaftsforum: Herr Steinel, Sie sind seit Dezember 2022 CTO und seit April 2024 CEO der Schirm GmbH und führen das Unternehmen gemeinsam mit Thomas Schulz. Was war Ihr erster Eindruck beim Einstieg?

Johannes Steinel: Der Moment war für mich sehr motivierend – ein Unternehmen mit exzellentem Ruf, das in seinen Kernkompetenzen führend ist. Die breite Servicepalette von Synthese bis Konfektionierung und Verpackung zeigt, wie tief und vielfältig Schirm aufgestellt ist. Mein Fokus lag von Anfang an darauf, Bestehendes weiter zu stärken und neue Impulse zu setzen.

Wirtschaftsforum: Welches Umfeld haben Sie vorgefunden – und was haben Sie verändert?

Johannes Steinel: Schirm bringt ein starkes Technik- und Entwicklungs-Know-how mit. Die Herausforderung für mich war, die Digitalisierung voranzutreiben. Prozesse effizienter gestalten, Daten besser nutzen und ein stärker am Kunden ausgerichtetes Leistungsspektrum anzubieten –



Der Hauptsitz der Schirm GmbH: Auf dem weitläufigen Werksgelände in Schönebeck entstehen chemische Spezialprodukte für Kunden weltweit

das waren klare Hebel. Außerdem haben wir in moderne Analytik investiert und die Schnittstellen zu Kunden und Lieferanten optimiert.

Wirtschaftsforum: Schirm gilt als höchst spezialisiert – was sind für Sie die Kernkompetenzen und Zukunftsthemen?

Johannes Steinel: Unsere Stärke liegt in der Prozessbreite: von der trockenen und nassen Vermahlung über Granulierung und Formulierung bis zur Verpackung.

Zukünftig stehen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und kundenorientierte Entwicklung ganz oben. Wir prüfen, wie wir ressourcenschonende Verfahren ausbauen und mithilfe von Data Analytics mehr Transparenz in Produktionsprozesse bringen.

Wirtschaftsforum: Wie positioniert sich Schirm in der Branche? Wer sind Ihre wichtigsten Kunden und Wettbewerber?

Johannes Steinel: Wir arbeiten für chemische Produzenten in verschiedensten Sektoren – etwa Agrochemie, Pharma oder Spezialchemie. Unsere asiatischen und europäischen Wettbewerber fokussieren oft nur einzelne Produktionsschritte. Unser Vorteil liegt in der Komplettlösung: Ein Ansprechpartner, ganzheitlicher Prozess, hohe Qualität, kürzere Lieferketten – das ist ein starkes Argument für unsere Kunden.

Wirtschaftsforum: Ein Mittelständler wie Schirm – wie begegnen Sie dem Fachkräftemangel und Transformationsdruck?

Johannes Steinel: Wir setzen auf Ausbildung, Weiterbildung und Digitalisierung des Arbeitsplatzes. Unsere Angebote reichen von dualen Studiengängen bis hin zu modernen E-Learning-Lösungen. Ziel ist es, Beschäftigte langfristig zu binden und gleichzeitig nachhaltige Prozesse zu implementieren – klimafreundlich, effizient und zukunftstauglich.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele verfolgen Sie in den kommenden Jahren?



Entwicklungskompetenz als Erfolgsfaktor: Bei Schirm werden gemeinsam mit Kunden neue Rezepturen und Verfahren zur Marktreife gebracht

Johannes Steinel: Wir streben ein moderates Wachstum durch den Ausbau bestehender Märkte und selektive Kooperationen an. Digitalisierung bleibt ein Schlüsselthema – etwa durch die Einführung von Sensorik und Analysen entlang der Wertschöpfungskette (beispielsweise Inline Monitoring). Parallel bauen wir unser Leistungsportfolio um nachhaltige Services aus. Ziel ist es, als Top-Dienstleister für Spezial- und Biochemie wahrgenommen zu werden.

Wirtschaftsforum: Welchen Rat geben Sie anderen mittelständischen Firmen im Umbruch mit auf den Weg?

Johannes Steinel: Den Mut zum Wandel behalten – aber Schritt für Schritt. Digitalisierung,

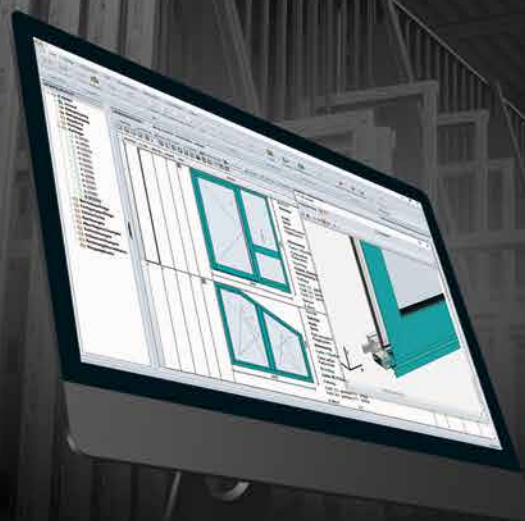
Nachhaltigkeit und qualifizierte Mitarbeiter sind die Säulen, die ein Unternehmen zukunftsfähig machen. Und: offen kommunizieren und sich Verbündete suchen – mit Partnern, Universitäten und Instituten.



KONTAKTDATEN

Schirm GmbH
Geschwister-Scholl-Straße 127
39218 Schönebeck
Deutschland
☎ +49 3928 456199
schirm@schirm.com
www.schirm.com

www.klaes.com



Fenster. Tür. Fassade. Wintergarten. Klaes. Die Software.

Klaes Software bietet Ihnen alles, was Sie für die effiziente Produktion hochwertiger Fenster, Türen, Fassaden und Wintergärten benötigen. Eine solide Plattform, die sich dank skalierbarer Softwarestruktur flexibel an Ihre Unternehmensgröße und Bedürfnisse anpasst.

Von der Arbeitsvorbereitung über Planung, Beschaffung, Produktion, Versand und Verwaltung bis hin zum Vertrieb sind Klaes Lösungen in allen Arbeitswelten verankert – für eine nachhaltige Optimierung aller Geschäftsprozesse.

Lösungspakete für Produzenten und Händler

Integriertes Workflow-Management

Professionelle Stammdatenpflege

Über 40 Jahre Erfahrung

KLAES

Mit Microneedling zu neuer Lebensqualität



Mit dem Dermaroller können Hautprobleme wie Narben, Falten oder Aknenarben effektiv und schonend behandelt werden – das minimalinvasive Microneedling regt die natürliche Regeneration und Kollagenbildung der Haut an

Schönheitspflege ist längst mehr als ein flüchtiger Trend. Immer mehr Menschen setzen auf effektive und zugleich schonende Verfahren, um Hautbild und Ausstrahlung zu verbessern. Neben klassischen Kosmetikbehandlungen hat sich insbesondere das Microneedling etabliert – eine Behandlungsmethode, die ohne künstliche Filler oder Nervengifte auskommt und die natürliche Regeneration der Haut aktiviert. Einer der Pioniere auf diesem Gebiet ist die Dermaroller GmbH aus Wolfenbüttel.

Die Dermaroller GmbH entwickelt seit über zwei Jahrzehnten hochwertige Microneedling-Produkte, die weltweit in der medizinischen Narbenbehandlung ebenso wie im ästhetischen Bereich eingesetzt werden und Menschen zu mehr Lebensqualität und Selbstbewusstsein verhelfen. Mit einem klaren Fokus auf wissenschaftliche Qualität, Innovation und nachhaltige Patientenbehandlung führt Michael Tomerius das Familienunternehmen heute als international erfolgreichen Medizinproduktehersteller.

Familienunternehmen mit klarer Vision

„Wenn mir jemand vor 17 Jahren gesagt hätte, dass ich einmal



Michael Tomerius, CEO der Dermaroller GmbH, führt das Familienunternehmen mit Innovationsgeist und klarer Vision



Interview mit
Michael Tomerius,
CEO
der Dermaroller GmbH

selbstständig in der Kosmetik- und Medizintechnikbranche sein würde, hätte ich es wohl nicht geglaubt“, lacht CEO Michael Tomerius. Heute ist er nicht nur Geschäftsführer, sondern auch 100%iger Gesellschafter der Dermaroller GmbH. Die Unternehmensgeschichte begann 1999, als sein Stiefvater das Microneedling-Instrument erfand, patentieren ließ und 2000 in ersten Studien testete. „Damals ging es vor allem um die Behandlung von OP-Narben. Heute hat sich das Verfahren auch in den ästhetischen Bereich entwickelt.“ Gemeinsam mit seiner Frau, die den Finanzbereich leitet, und seiner Schwester, Dr. Alexandra Tomerius, die als Sicherheitsbeauftragte und im Bereich Regulatory

Affairs unterstützt, führt Michael Tomerius das Unternehmen als klassischen Familienbetrieb. „Natürlich stellt das hohe Anforderungen an die Zusammenarbeit. Wir arbeiten 24/7 zusammen – das muss man wollen. Aber es hat sich gut eingespielt.“ Seit 2008 firmiert das Unternehmen als Dermaroller GmbH und hat sich in den vergangenen Jahren strategisch breit aufgestellt. Unter dem Dach der mi.to.pharm GmbH gehören mittlerweile 13 Firmen zum Netzwerk. Anfang 2025 eröffnete Dermaroller eine Niederlassung in China, auch in New York und Japan ist das Unternehmen vertreten. „Wir haben einen starken Exportanteil, gerade im asiatischen Raum“, erklärt



Der originale Dermaroller: Entwickelt und produziert in Deutschland, unterstützt er die Haut dabei, sich selbst zu erneuern – für sichtbar glattere, straffere und gesündere Haut

Michael Tomerius. Besonders in China sei man bereits seit neun Jahren erfolgreich im Cross-Border-Business tätig. „Mit unserer neuen Niederlassung in Shanghai und der laufenden Marktregistrierung wollen wir nun auch direkt im Mainland-Markt wachsen.“ Doch nicht nur Asien steht im Fokus. „Seit wir Anfang 2025 FDA-zertifiziert worden sind, haben wir auch in den USA eine Niederlassung eröffnet. Der Markteintritt ist dort zwar schwierig, aber der Markt hat enormes Potenzial und ermöglicht uns, unsere Investitionen langfristig abzusichern.“

Nachhaltigkeit und Qualität statt Billigproduktion

Trotz internationaler Expansion bleibt Wolfenbüttel als Produktionsstandort gesetzt. „Wir sind der einzige Microneedling-Hersteller in Deutschland und haben keine Ambitionen, die Produktion ins

Ausland zu verlagern“, betont Michael Tomerius. Alles, was invasiv ist – also Nadelmodule, Elektrogeräte und Roller – wird weiterhin am Firmensitz produziert. „Für andere Produkte kooperieren wir mit externen Partnern, aber Patientensicherheit geht vor. Deshalb produzieren wir kritische Komponenten ausschließlich hier.“ Nachhaltigkeit spielt eine zentrale Rolle. Zwar sei es in der Medizintechnik aufgrund von Regularien schwer, recycelte Materialien einzusetzen, aber Dermaroller arbeitet überwiegend sortenrein und mit kurzen Lieferketten. Zudem betreibt das Unternehmen eigene Solaranlagen, um Strom selbst zu erzeugen, und setzt bei einigen Objekten auf Blockheizkraftwerke. „Das ist nicht nur aus Kostengründen sinnvoll, sondern auch aus Verantwortung gegenüber der Umwelt“, erklärt der Geschäftsführer.

Microneedling als Chance für Patienten weltweit

Was die Produkte der Dermaroller GmbH auszeichnet, ist der wissenschaftliche Hintergrund. Microneedling gilt als schonendes und nachhaltiges Verfahren, bei dem die Haut mit feinen Nadeln perforiert wird, um die körpereigene Kollagenproduktion anzuregen. „Es werden keine Implantate eingebracht wie bei Hyaluronfillern oder Botox, sondern der Körper arbeitet selbst“, erklärt Michael Tomerius. Insbesondere in der Behandlung von Brand- und OP-Narben sowie bei Akne-Narben hat sich das Verfahren bewährt. „Wir unterstützen unter anderem Verbände, die Kinder mit Verbrennungsverletzungen behandeln. Es ist für mich eine große Motivation, diesen Menschen Lebensfreude und Lebensqualität zurückzugeben.“

Auch im ästhetischen Bereich wachse die Nachfrage nach Microneedling weiterhin. Studien prognostizieren dem Markt bis 2030 ein jährliches Wachstum von 10 bis 13%. „Das Gesamtvolumen wird bis dahin auf rund 1 Milliarde US-Dollar geschätzt“, so Tomerius. Für Dermaroller bedeutet das: weitere Internationalisierung, Investitionen in Zulassungen – und ein kontinuierliches Commitment zu höchster Qualität.

Zwischen Bürokratie und Motivation

Bei allem Erfolg gibt es jedoch auch Herausforderungen. „Die Bürokratie bremst uns zunehmend aus“, sagt Michael Tomerius. „Allein unser Qualitätsmanagement geht jährlich in die Hunderttausende; hier beschäftigen wir promovierte Fachkräfte. Natürlich ist Patientensicherheit wichtig, aber viele Regularien dienen nur der Systemkontrolle, nicht der Produktqualität.“ Was ihn trotz aller Hürden antreibt? „Es sind die Menschen. Wenn ich sehe, dass wir mit unseren Produkten wirklich helfen können, motiviert mich das täglich. Wir engagieren uns auch stark regional, unterstützen Sportvereine und soziale Projekte. Mir ist wichtig, Werte zu leben und Verantwortung zu übernehmen.“



KONTAKTDATEN

Dermaroller GmbH
Wilhelm-Mast-Straße 9
38304 Wolfenbüttel
Deutschland
☎ +49 5331 7108480
info@dermaroller.com
www.dermaroller.com

Mehr Frachtgut, mehr Nachhaltigkeit, niedrigere Kosten

Interview mit



Jeroen Naalden,
CEO
der Burgers Carrosserie BV



Seit 100 Jahren tritt Burgers als schlagkräftiger Partner in der Logistik auf

„Trusted in Transport, Driven by Innovation“: Dieser Grundsatz gilt für den Anhängerkarosseriebauer Burgers schon seit 1925. Heute zählen vor allem gestandene Einzelhandelsplayer wie Action und Jumbo zu seinen Kunden, die bei der rapiden Expansion ihrer Logistiknetzwerke auf die geballte Schlagkraft des niederländischen Unternehmens bauen.



So kann jede dritte Tour eingespart werden

Wirtschaftsforum: Herr Naalden, seit über 100 Jahren genießt Burgers Carrosserie großes Vertrauen in der Logistikbranche – und wird dabei getreu seinem Leitbild unermüdlich von Innovationen getrieben.

Jeroen Naalden: Natürlich hat sich in einer so langen Zeit viel verändert – schließlich bildeten vor einem Jahrhundert vielfach

noch Pferdekutschen das Rückgrat der Logistik. Demgemäß konzentrierte sich unser Unternehmen in den Anfangsjahren hauptsächlich auf den Transport landwirtschaftlicher Erzeugnisse, bis nach dem 2. Weltkrieg der Fokus auf die Herstellung von Lkw mit geschlossener Karosserie verlagert wurde. Ab den 1960er-Jahren wurden schließlich die weltberühmten niederländischen

Blumen zum Haupttransportgut unserer Fahrzeuge – denn nur wenige Kilometer entfernt von unserem Hauptsitz Aalsmeer befindet sich auch das größte Tulpenauktionshaus in ganz Holland. Viele Jahrzehnte lang entwickelten wir deshalb Lkw, die speziell auf die besonderen Anforderungen beim Transport von Blumen durch ganz Europa zugeschnitten waren.

Wirtschaftsforum: Heute zählen hingegen vor allem Einzelhandelsketten zu Ihren Hauptkunden.

Jeroen Naalden: Das Blumengeschäft entwickelte sich ab den 1990er-Jahren zunehmend rückläufig. Um die Jahrtausendwende hat dann Ton Burgers in der 3. Unternehmergeneration mit dem europaweit aktiven Bekleidungshändler Zeeman und einem der



Hier entsteht gerade ein neuer Doppeldecker

BURGERS

KONTAKTDATEN

Burgers Carrosserie BV

Lakenblekerstraat 26

1431 GG Aalsmeer

Niederlande

+31 85 0227700

info@burgersgroup.com

www.burgersgroup.com



größten niederländischen Lebensmitteleinzelhändler, Jumbo, zwei besonders attraktive Kunden für unser Unternehmen gewinnen können – und in diesem Zuge auch unseren Doppeldecker-Anhänger entwickelt, der noch heute unser Kernprodukt darstellt. Im Jahre 2010 wurde schließlich auch Action unser Kunde, nachdem dessen Anhängerlieferant Insolvenz anmelden musste. Burgers übernahm daraufhin dessen bestehende Gewährleistungsverpflichtungen und begann zugleich mit der Lieferung weiterer Anhänger, um Action bei seinem enormen Wachstum in den Niederlanden sowie in Deutschland, Polen und inzwischen auch in Italien und Spanien zu unterstützen. Heute stammen mittlerweile 90% der 1.500 Anhänger starken Fahrzeugflotte von Action von Burgers.

Wirtschaftsforum: Mit welchen Vorteilen kann Ihr Doppeldecker-Anhänger überzeugen?

Jeroen Naalden: Verglichen mit einem regulären Anhänger lässt sich in unserem Produkt 60% mehr Fracht transportieren – rein rechnerisch kann somit auf jede

dritte Tour verzichtet werden, was mit enormen Mautkosten- und Kraftstoffersparnissen sowie dementsprechend auch mit einer wirksamen Verbesserung der Nachhaltigkeitsbilanz einhergeht. Gleichzeitig reduziert sich der Personalaufwand erheblich, was in Zeiten des allgegenwärtigen Fachkräftemangels ebenfalls ein gewichtiges Argument darstellt. Bei Fahrdistanzen von über 250 km hat sich die Anschaffung in den meisten Fällen bereits innerhalb eines Jahres amortisiert. Derzeit arbeiten wir zudem an weiteren Verbesserungen, damit sich unsere Lösung noch nahtloser in die bestehenden Logistikprozesse unserer Kunden einfügen kann: So wollen wir zur Hundertjahrfeier von Burgers einen Dock-to-Dock-Anhänger vorstellen, der auch ohne externe Hebevorrichtung be- und entladen werden kann.

Wirtschaftsforum: Fast zeitgleich führen Sie außerdem ein neues smartes Telematiksystem im Markt ein.

Jeroen Naalden: Dabei handelt es sich um eine Plug-and-Play-Lösung, bei der die Mikroprozes-

soren auf der Leiterplatte durch Epoxidharz vor Feuchtigkeit und Stößen geschützt sind, wie sie beim Lkw-Transport auf der Straße eben bisweilen auftreten. So kann auch unter diesen bisweilen widrigen Umständen stets eine stabile, aber kabellose Verbindung sichergestellt werden. Dieses System ermöglicht dabei nicht nur ein gezieltes Monitoring von wichtigen Kennzahlen wie dem Reifendruck oder Batteriestatus, sondern schafft zudem eine wichtige Grundlage für die Preventive oder Predictive Maintenance. Gleichzeitig bietet das System einen wichtigen Schutz vor Beschädigungen oder Schwund, indem etwa auch ungewöhnliche Bewegungen der Heckklappe erfasst werden – da wir unsere Seitenwände aus einer robusten Holzkonstruktion herstellen, ist das nämlich der einzige Weg, auf dem Frachtgut abhandeln kommen könnte.

Wirtschaftsforum: Was hält die Zukunft außerdem noch für Burgers bereit?

Jeroen Naalden: Inzwischen fahren unsere Anhänger nicht nur auf europäischen Straßen, sondern

sind auch schon in Japan und Südamerika im Einsatz. Damit haben wir bereits unter Beweis gestellt, dass wir unsere Lösung problemlos an die spezifischen Verkehrsanforderungen auf anderen Kontinenten anpassen können. Pünktlich zur Fußballweltmeisterschaft 2026 möchten wir dann auch in Nordamerika ein wichtiges Statement für mehr Nachhaltigkeit setzen und befinden uns dazu bereits in ersten Gesprächen. Diese weitergehende Erschließung neuer Märkte wird dabei auf den fünf Kernwerten basieren, die uns nun schon seit einem Jahrhundert stark machen: Kooperation, klare Kommunikation, eine wirksame Beteiligung von Mitarbeitern und Kunden, Respekt und Leistungsbereitschaft.

Wie ein kleiner Clip die Verpackungswelt revolutioniert

Kaum jemand kennt sie beim Namen, doch ihre Produkte begegnen uns täglich: Ob Wurst, Marmelade und Butter, Milch, Milchreis oder Silikonkartuschen – die Poly-clip System GmbH & Co. KG ist weltweit führend bei Clipverschlusslösungen. Im Gespräch mit Dr. Alexander Giehl, Geschäftsführer des mittelständischen Unternehmens aus Hattersheim, wird deutlich: Hinter dem Hidden Champion steckt nicht nur technisches Know-how, sondern auch der feste Wille, Verpackungen nachhaltiger zu gestalten und die Weltmärkte aktiv mitzugestalten.



Interview mit
Dr. Alexander Giehl,
Geschäftsführer
der Poly-clip System GmbH &
Co. KG

Wirtschaftsforum: Herr Dr. Giehl, wie hat sich Poly-clip seit der Gründung entwickelt?

Dr. Alexander Giehl: Die Poly-clip System GmbH ist als weltweit führender Hersteller von Clipverschlussmaschinen und

-materialien vielen zwar kein Begriff, aber jeder kennt unsere Produkte – zum Beispiel die Clips an der Wurstverpackung. Das Unternehmen wurde vor über 100 Jahren gegründet und hat sich vom Plombenhersteller zum Innovationsführer für Clipverschlusslösungen entwickelt. Nach dem 2. Weltkrieg erfanden wir den ersten Strangclip, der noch heute den Standard setzt. Über die Jahrzehnte hat sich Poly-clip auf das Clippen spezialisiert – eine

klare Fokussierung, die uns stark gemacht hat. Heute exportieren wir 80% unserer Maschinen und Materialien weltweit und produzieren nahezu ausschließlich in Deutschland.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?

Dr. Alexander Giehl: Eine sehr große. Wir arbeiten konsequent daran, Verpackungen nachhaltiger zu machen. Dazu gehört die Reduktion von Materialeinsatz ebenso wie die Entwicklung recycelbarer oder biologisch abbaubarer Clips. Auf der letzten Messe haben wir zum Beispiel einen Clip aus biologisch abbaubarem Kunststoff vorgestellt, der den herkömmlichen Kupferclip bei Obst- und Gemüse netzen ersetzen kann. Gerade in Ländern ohne funktionierende Recyclingstrukturen ist es wichtig, Verpackungen anzubieten, die sich nach einigen Jahren zersetzen und die Umwelt nicht belasten. Gleichzeitig optimieren wir bestehende Systeme,

sodass weniger CO₂-Emissionen anfallen. Denn wir wissen: Wer auch in der nächsten Generation noch bestehen will, muss heute nachhaltig handeln.

Wirtschaftsforum: Was sind aktuelle Innovationen von Poly-clip?

Dr. Alexander Giehl: Neben biologisch abbaubaren Clips haben wir zuletzt einen wasserdichten Transportroboter für den Nassbereich in der Lebensmittelindustrie

450
MILLIONEN EUR
UMSATZ

vorgestellt – in Kooperation mit einem Roboterhersteller. Außerdem arbeiten wir an Predictive Maintenance: Unsere Maschinen sammeln Daten über Füllzeiten und Clipdruck, werten diese aus und geben dem Bediener Hinweise, wann ein Verschleißteil gewechselt werden sollte. Das stei-



Poly-clip ist Weltmarktführer für Clipverschlusslösungen – innovative Maschinen und nachhaltige Verpackungstechnologien made in Germany für Lebensmittel, Technik und mehr

gert die Effizienz und minimiert Ausfallzeiten.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie das Unternehmen in zehn Jahren?

Dr. Alexander Giehl: Wir wollen unsere Clipverpackungslösungen noch stärker in technische Branchen bringen, beispielsweise bei Silikonkartuschen im Baubereich. Außerdem werden wir unser Angebot im Hotel- und Gastrobereich ausweiten, etwa mit Nachfülllösungen für Lebensmittel. International wollen wir in Märkten wie Indien, Indonesien und Afrika wachsen. Parallel dazu setzen wir weiterhin auf Nachhaltigkeit und wollen Standards in der Branche setzen – durch Innovationen, die Ressourcen schonen und CO₂-Emissionen verringern.

Wirtschaftsforum: Zum Abschluss: Was motiviert Sie persönlich bei Poly-clip?

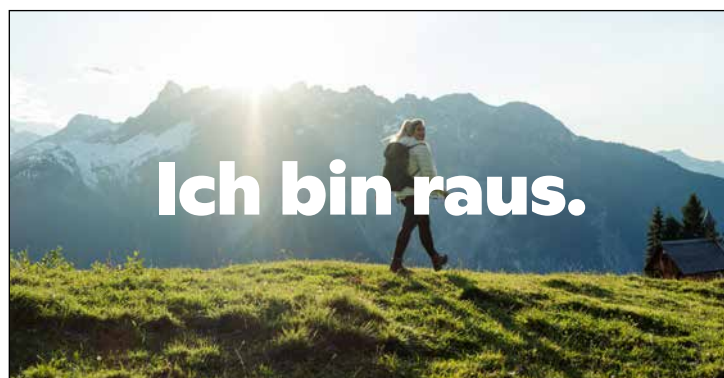
Dr. Alexander Giehl: Mich begeistert, wie das Unternehmen

seit Generationen Verantwortung übernimmt, regional verwurzelt bleibt und zugleich weltweit Maßstäbe setzt. Poly-clip verbindet Innovation mit Nachhaltigkeit und Menschlichkeit. Das ist eine Kombination, die mich motiviert – und ein Arbeitsumfeld, in dem ich gerne arbeite.



KONTAKTDATEN

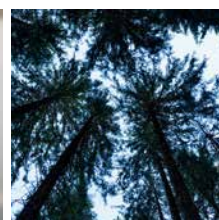
Poly-clip System GmbH & Co. KG
Niederckerstraße 1
65795 Hattersheim a. M.
Deutschland
☎ +49 6190 88860
contact@polyclip.com
www.polyclip.com



Weil Lebensqualität beginnt, wenn Du draußen bist. Ohne Druck. Ohne Ziel. Einfach Du.

Schöffel – Dein verlässlicher Begleiter für echte Naturerlebnisse. Mit Outdoorbekleidung, die Freiheit spürbar macht. Zeitlos. Funktional. Selbstbestimmt.

www.schoeffel.com



Schöffel



DIE BÜHNE GEHÖRT IHNEN – WIR KÜMMERN UNS UM DEN REST.

Ihre nächste Veranstaltung steht an? Dann bringen Sie sie auf das nächste Level – mit der Smart Stage von m|events.

Interaktive Tools, smarte Präsentationstechnik und voll integrierte IT- & AV-Lösungen machen Ihre Bühne zum digitalen Dreh- und Angelpunkt der Konferenz.

Alles läuft. Alles passt. Alles aus einer Hand.

• INTELLIGENTE BÜHNENTECHNOLOGIE

• REIBUNGSLOSER ABLAUF – VON REGISTRIERUNG BIS LIVESTREAM

• EIN ERFAHRENES TEAM, DAS WIRKLICH MITDENKT

m|EVENTS
Advanced digital meeting services worldwide



Contact Us
sales@m-events.com
www.m-events.com

Glänzende Aussichten für die Metallverarbeitung



Messing-Halbzeuge von OTTO FUCHS Dülken – langlebig, korrosionsbeständig und ideal für Anwendungen in der Bauindustrie

Interview mit
Alexander Döring,
Geschäftsführer
der OTTO FUCHS Dülken
GmbH & Co. KG



Ob Automobilbau, Bauwesen oder Energietechnik – erst durch präzise gefertigte Metallbauteile entstehen langlebige, sichere und leistungsfähige Produkte für den Alltag und die Zukunft. Seit über 80 Jahren steht die OTTO FUCHS Dülken GmbH & Co. KG für Qualität und Innovationskraft in der Metallverarbeitung. Unter der Leitung von Geschäftsführer Alexander Döring richtet sich das Traditionsunternehmen mit frischem Blick auf Zukunftsmärkte, neue Legierungen und nachhaltige Werkstoffe aus.

Wirtschaftsforum: Herr Döring, Sie sind seit 2024 Geschäftsführer bei OTTO FUCHS Dülken. Was zeichnet das Unternehmen für Sie besonders aus?

Alexander Döring: OTTO FUCHS Dülken vereint Tradition und Innovation auf eine außergewöhnliche Weise. Wir verfügen über eine beeindruckende Fertigungstiefe: Von der eigenen Gießerei und der selbst entwickelten Legierung bis hin zum einbaufertigen Produkt liefern wir alles aus einer Hand. Diese hohe Wertschöpfung macht uns flexibel und stark im

Wettbewerb. Außerdem haben wir ein hervorragendes Team mit großem Know-how, das für Qualität, Präzision und Zuverlässigkeit steht.

Wirtschaftsforum: Welche Branchen beliefern Sie aktuell mit Ihren Produkten?

Alexander Döring: Unsere Hauptmärkte sind die Automobilindustrie, Sanitär und Bauindustrie, Hydraulik und der Maschinen- und Anlagenbau. Besonders stark sind wir bei Messingrohren und -stangen, die beispielsweise in

Trinkwasserleitungen, der Gebäudetechnik oder in Fensterverrahmungen eingesetzt werden. Außerdem entwickeln wir Bauteile für Großmotoren und Gasturbinen, was gerade mit Blick auf die Energiewende ein wachsender Markt ist.

Wirtschaftsforum: Sie haben die Eigenentwicklung von Legierungen angesprochen. Können Sie dazu ein Beispiel geben?

Alexander Döring: Aktuelle Projekte sind die Neu- und Weiterentwicklung bleifreier Le-

gierungen für den Sanitär- und Automobilsektor, wie zum Beispiel Mercedes Truck-Motoren. Diese Legierungen sind nicht nur umweltfreundlich, sondern auch abriebfester und langlebiger als bestehende Produkte. Dass wir in der Lage sind, solche Werkstoffe eigenständig zu entwickeln, zu prüfen und zur Serienreife zu bringen, verschafft uns klare Wettbewerbsvorteile.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?



Messing überzeugt durch Korrosionsbeständigkeit, edle Optik und 100% Recyclingfähigkeit – ein Werkstoff mit Zukunft



Blick in die Gießerei: Hier entstehen hochwertige Messinglegierungen für vielfältige Anwendungen



Synchronringe von OTTO FUCHS Dülken sorgen in Automobilgetrieben für präzises Schalten und höchste Verschleißfestigkeit



KONTAKTDATEN

OTTO FUCHS Dülken GmbH & Co. KG
Heiligenstraße 70
41751 Viersen
Deutschland
☎ +49 2162 9566
duelken@otto-fuchs.com
www.otto-fuchs.com

Alexander Döring: Eine sehr große. Messing ist ein nachhaltiger Werkstoff, der zu 100% recycelt werden kann, ohne Qualitätsverlust oder aufwendige chemische Aufbereitung. Alte Teile können einfach wieder eingeschmolzen und neu verarbeitet werden. Außerdem ist Messing korrosionsbeständig und langlebig – daraus bestehende Produkte haben oft eine Lebensdauer von Jahrzehnten. Das spart Ressourcen und passt hervorragend in die Kreislaufwirtschafts-Strategien unserer Kunden.

Wirtschaftsforum: Wird Messing Ihrer Meinung nach als Werkstoff unterschätzt?

Alexander Döring: Ja, absolut. Fragt man Menschen nach Messing, denken viele an alte Kronleuchter oder Armaturen. Dabei hat dieser Werkstoff enorme Vorteile: Er ist nicht nur recycelbar und widerstandsfähig, sondern auch optisch sehr attraktiv. Messing lässt sich gut veredeln, polieren oder brünieren, was es für Architektur, Interior Design oder exklusive Bauprojekte interessant macht.

Wirtschaftsforum: Wie wollen Sie OTTO FUCHS Dülken für die Zukunft aufstellen?

Alexander Döring: Wir setzen stark auf Diversifizierung. Neben den bestehenden Märkten wollen wir im Bereich der Großmoto-

ren für Gasturbinen und andere nachhaltige Energieerzeugungen wachsen. Hier sehe ich großes Potenzial für unsere Produkte und Legierungen. Außerdem bauen wir unsere Vertriebsstruktur aus, auch international, um näher am Kunden zu sein und unsere Flexibilität als Vorteil stärker zu nutzen.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Ihre Wachstumsziele in Zahlen aus?

Alexander Döring: Aktuell liegen wir bei rund 100 Millionen EUR Umsatz. Wir planen in den nächsten Jahren ein Wachstum von etwa 20%. Das Potenzial ist da: Unser Werk könnte deutlich mehr produzieren, wenn die Marktnach-

frage steigt. Beispielsweise fertigen wir Rohre und Stangen für die Baubranche. Sobald sich diese erholt, können wir unsere Kapazitäten entsprechend hochfahren.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie Forderungen an die Politik, um Unternehmen wie Ihres zu stärken?

Alexander Döring: Hier gibt es zwei zentrale Punkte. Erstens: Die Politik sollte sich darauf konzentrieren, günstige Rahmenbedingungen zu schaffen, steuerlich und arbeitsrechtlich. Besonders das Arbeitsrecht, aber auch das Vertriebsverfassungsgesetz müssen modernisiert werden.





Der Standort Dülken: Seit 1941 produziert OTTO FUCHS hier hochwertige Messingprodukte für internationale Märkte



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Herstellung und Entwicklung hochwertiger Messingbauteile

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1941

Struktur: GmbH & Co. KG

Niederlassungen: Werk Dülken

Mitarbeiter: ca. 400

Umsatz: rund 100 Millionen EUR

Export: Weltweit

Leistungsspektrum

Bleifreie Hochleistungslegierungen, Bauteile für Automobil-, Bau-, Hydraulik- und Energietechnik; Halbzeuge wie Rohre und Stangen

Philosophie

Respekt, Offenheit und Wertschätzung:

Jeder Mitarbeiter ist gleich wichtig.

Zukunft

Ausbau der Vertriebsstrukturen

Stärkere Diversifikation und Positionierung als Anbieter nachhaltiger Werkstoffe mit 100% Recyclingfähigkeit



Präzise gefertigte Hydraulikteile aus Messing von OTTO FUCHS Dülken – robust, zuverlässig und vielseitig einsetzbar

Zweitens: Förderprogramme sind gut, aber mangelnde Kenntnis und vor allem die Bürokratie verhindern geradezu eine Nutzung und damit ihre Wirkung. Der benötigte Aufwand steht in keinem Verhältnis dazu. Als Unternehmer hat man oft kaum Möglichkeiten, flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren. Wenn diese Rahmenbedingungen nicht verbessert werden, verlieren wir Wettbewerbsfähigkeit gegenüber Ländern, in denen Entscheidungen schneller getroffen und umgesetzt werden.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen von Tradition und Innovation. Wie verbinden Sie beides in der Unternehmenskultur?

Alexander Döring: Wir sind stolz auf unsere lange Geschichte, aber wir gestalten gleichzeitig eine Kultur des Miteinanders und der Offenheit. Jeder Mitarbeiter, egal ob in der Produktion oder Verwaltung, ist für uns gleich wichtig. Ohne den einen funktioniert der andere nicht. Deshalb legen wir großen Wert auf Respekt, klare Kommunikation und das Einbeziehen aller Mitarbeiter. In regelmäßigen Gesprächsrunden informieren wir transparent über Fortschritte, Herausforderungen und Ziele und nehmen auch Kritik sowie Anregungen auf. Nur gemeinsam können wir erfolgreich sein.

Wirtschaftsforum: Was treibt Sie persönlich an, solche Transformationsprozesse zu begleiten?

Alexander Döring: Mich motiviert es, wenn ich sehe, was durch Veränderung möglich ist. Ich gehöre zu den Menschen, die Herausforderungen annehmen, um gemeinsam mit den Teams etwas zu bewegen. Für mich gibt es in solchen Phasen kein Wetter, das zu kalt, kein Wasser, das zu tief und keinen Tag, der zu kurz ist. Ich sehe es als meine Aufgabe, Unternehmen wie OTTO FUCHS Dülken zukunftsicher aufzustellen und damit Arbeitsplätze sowie Know-how in Deutschland zu erhalten.

Wirtschaftsforum: Wenn Sie an OTTO FUCHS Dülken in fünf bis zehn Jahren denken – was wünschen Sie sich?

Alexander Döring: Ich wünsche mir, dass wir als Unternehmen weiter als zuverlässiger Partner wahrgenommen werden, der nicht nur mit bester Qualität, sondern auch mit nachhaltigen und innovativen Lösungen überzeugt. Ich sehe OTTO FUCHS Dülken dann mit einem breiteren Portfolio, starken internationalen Vertriebsstrukturen und als aktiven Treiber bei innovativen und leistungsfähigen Legierungen. Messing hat als Werkstoff eine große Zukunft – und wir werden mit unserem Know-how einen entscheidenden Teil dazu beitragen.

Kontakte

Fritz Wiedemann & Sohn GmbH
Weidenbornstraße 7-9
65189 Wiesbaden
Deutschland
☎ +49 611 79080
zentrale@wiedemann-gmbh.com
www.wiedemann-gmbh.com

Endenburg Holding B.V. –
Endenburg Elektrotechnik B.V.
Prins Pieter Christiaanstraat 50
3066 TB Rotterdam
Niederlande
☎ +31 10 4523822
info@endenburg.nl
www.endenburg.nl

Eraneos Strategy GmbH
(ehem. SMP GmbH)
Josephinenstraße 17
40212 Düsseldorf
Deutschland
☎ +49 211 1306690
info@eraneos.com
www.eraneos.com

Klaes GmbH & Co. KG
Wilhelmstraße 85-87
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler
Deutschland
☎ +49 2641 9090
welcome@klaes.com
www.klaes.de

SAN Group Biotech Germany GmbH
Mühlenstraße 13
49685 Höttinghausen
Deutschland
☎ +49 4473 943830
office-de@san-group.com
www.san-vet.com/de/

Schirm GmbH
Geschwister-Scholl-Straße 127
39218 Schönebeck
Deutschland
☎ +49 3928 456199
schirm@schirm.com
www.schirm.com

Dermaroller GmbH
Wilhelm-Mast-Straße 9
38304 Wolfenbüttel
Deutschland
☎ +49 5331 7108480
info@dermaroller.com
www.dermaroller.com

Burgers Carrosserie BV
Lakenblekerstraat 26
1431 GG Aalsmeer
Niederlande
☎ +31 85 0227700
info@burgersgroup.com
www.burgersgroup.com

Poly-clip System GmbH & Co. KG
Niedeckerstraße 1
65795 Hattersheim a. M.
Deutschland
☎ +49 6190 88860
contact@polyclip.com
www.pyclip.com

OTTO FUCHS Dülken GmbH & Co. KG
Heiligenstraße 70
41751 Viersen
Deutschland
☎ +49 2162 9566
duelken@otto-fuchs.com
www.otto-fuchs.com



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