

Starker Mittelstand



Interview:

Bodenständig stark: Erfolg zwischen Kies und Klima

Jörg-Peter Kölling, Geschäftsführer der WRM-REESE, Seite 6

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Kathrin Aster, Geschäftsführerin der Standby GmbH**, Seite 12
- › Interview mit **Dr. Simon Dietz, Geschäftsführer der GfPS mbH**, Seite 16

Starker Mittelstand

04



Christian Lehmann,
Co-CEO der Deine Tierwelt GmbH

06



Jörg-Peter Kölling,
Geschäftsführer der WRM-REESE

08



Stephan Radtke,
kaufmännischer Geschäftsführer der DUHA Betonfertigteile GmbH

10



Bernd Steinhart, Vorstand Vertrieb der GLOBAL-FINANZ AG,
Frank Wemheuer, Vorstand der GLOBAL-FINANZ AG

12



Kathrin Aster,
Geschäftsführerin der Standby GmbH

14



Ralph Höher,
Geschäftsführer der ITV - Ingenieur Team Versorgungstechnik GmbH

16



Dr. Simon Dietz,
Geschäftsführer der GfPS mbH

Starker Mittelstand

18



Jacques Guyon, Geschäftsführer der REDEX GmbH,
Alexis Trouillet, Geschäftsführer der REDEX GmbH

20



Thomas Schreiber,
Geschäftsführer der WECO Pyrotechnische Fabrik GmbH

22



Nina Remagen,
Geschäftsführerin der Hardy REMAGEN GmbH & Co. KG

24



Maria Wunsch-Guaraldi, CEO der Sanden International (Europe) GmbH,
Alfred Wagner, Finance Director der Sanden International (Europe) GmbH

26



Jordi Queralt,
Geschäftsführer der H. von Gimborn GmbH

28



Andreas Traut,
Geschäftsführer der COSMO CONSULT SE

29

Kontaktdaten



©AdobeStock_260489070

Tierisch digital

Die Deine Tierwelt GmbH mit Sitz in Hannover hat sich in den vergangenen 18 Jahren von einer Online-Kleinanzeigenplattform zu einer der führenden Communities für Tierfreunde im deutschsprachigen Raum entwickelt. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum berichtet Christian Lehmann, Co-CEO des Unternehmens, wie Tierwohl und digitale Innovation die Plattform prägen.

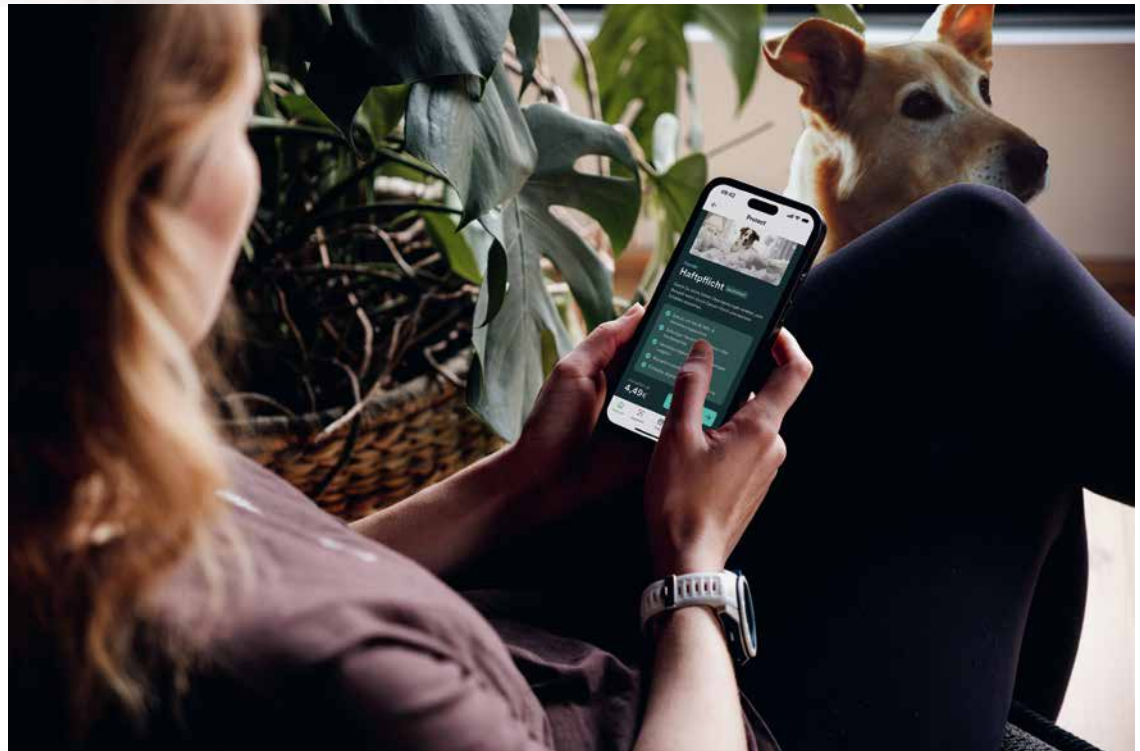
Interview mit



Christian Lehmann,
Co-CEO
der Deine Tierwelt GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Lehmann, wenn Sie einen Blick zurückwerfen, wie hat sich die Deine Tierwelt GmbH seit der Gründung entwickelt?

Christian Lehmann: Unsere Wurzeln reichen bis in die Nullerjahre zurück. Damals ging es darum, klassische Kleinanzeigen aus Print ins Internet zu übertragen. Besonders Tieranzeigen liefen von Anfang an gut. Daraus entstand 2007 Deine Tierwelt. Über Stationen beim Heißer Draht Verlag und später bei der hannoverschen Madsack Verlagsgruppe gehören wir seit 2020 vollständig zur Uelzener Versicherung, dem größten



Deine Tierwelt Protect ist die White-Label-Versicherungslösung von Cleos Welt, der Schwestergesellschaft von Deine Tierwelt

Tierversicherer Deutschlands. Diese Partnerschaft passt hervorragend, denn beide Seiten verbindet das Ziel, Tierhaltern echten Mehrwert zu bieten. Allein im August hatten wir über 9 Millionen Sitzungen mit rund 3 Millionen Tierinteressierten auf der Plattform. Damit sind wir eine der größten spezialisierten Communities in diesem Bereich.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Ihre Plattform von anderen?

Christian Lehmann: Vor allem der Fokus auf Tierschutz. Wir sind die einzige Plattform, die ein Ident-Verfahren einsetzt: Wer Hunde oder Katzen inseriert, muss sich mit Personalausweis und Selfie verifizieren. Damit

wollen wir dem illegalen Welpenhandel einen Riegel vorschieben. Wir arbeiten eng mit Organisationen wie Vier Pfoten, PETA und Veterinärämtern zusammen. Über 60% der Tiere, die über unsere Plattform vermittelt werden, stammen aus dem Tierschutz. Das ist ein klares Alleinstellungsmerkmal.

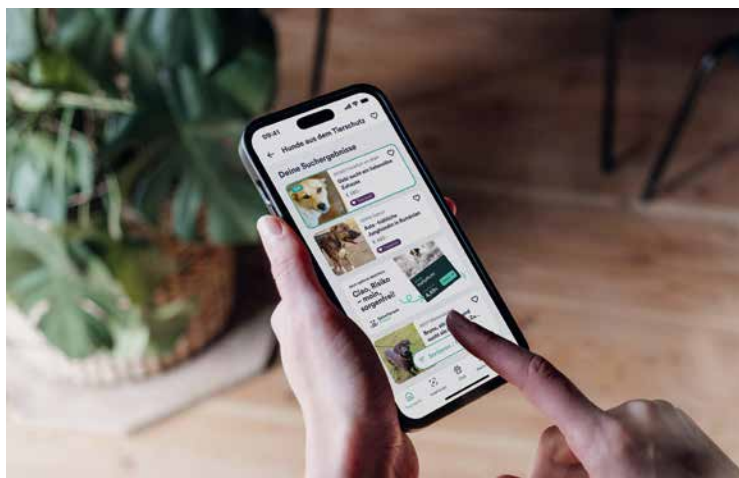
Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielte die Coronapandemie für Ihr Geschäft?

Christian Lehmann: In der Zeit gab es einen enormen Schub. Während der Lockdowns haben viele Menschen ein Haustier angeschafft. Dazu kam – schon vorher – die zunehmende ‘Humanisierung’: Hunde und Katzen werden heute nicht mehr nur als Haustiere, sondern als Familienmitglieder gesehen. Das hat unser Wachstum beschleunigt. Heute gibt es in Deutschland rund 11 Millionen Hunde und fast 16 Millionen Katzen.

Wirtschaftsforum: Wie sind Sie organisatorisch aufgestellt?

Christian Lehmann: Unser Head Office ist in Hannover, zusätzlich haben wir ein Gemeinschaftsbüro in Hamburg. Ansonsten arbeiten wir remote – mit monatlichen Teamevents, um den persönlichen Austausch zu fördern. Insgesamt sind wir 32 Mitarbeitende, darunter viele Softwareentwickler, denn unser Portal ist komplett selbst entwickelt. Daneben haben wir starke Teams für Content, Social Media und seit Kurzem auch für E-Commerce sowie eine eigene Tierschutzabteilung mit Werkstudenten von der TiHo Hannover, die zum Beispiel gemeldete Anzeigen auf Tierschutzverstöße prüfen.

Wirtschaftsforum: Welche Themen treiben Sie aktuell am meisten um?

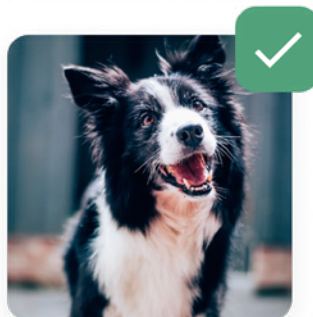
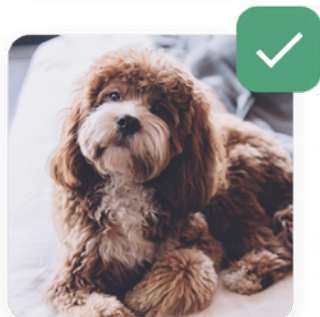
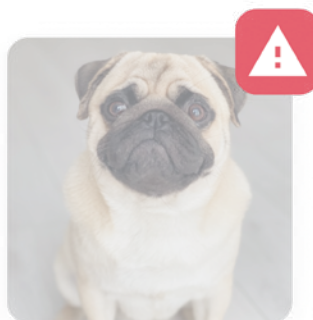
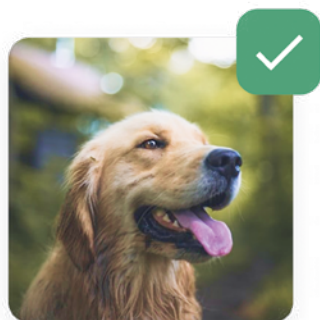


Bei Deine Tierwelt findet jeder den passenden Liebling. Ein Großteil der Inserate kommt aus dem Tierschutz

Christian Lehmann: Uns beschäftigt die Sichtbarkeit in einer Welt, in der KI das Suchverhalten verändert. Wir sprechen intern von ‘Generative Engine Optimization’: Wie können wir auch in Sprachmodellen präsent sein, wenn jemand nach dem passenden Hund oder nach Tipps zur Tiergesundheit fragt? Gleichzeitig bauen wir Social Media weiter aus und entwickeln neue

Angebote für Tierhalter, etwa im Bereich Telemedizin oder digitale Hundeschulen. Digitalisierung spielt auf allen Ebenen eine Rolle – von der Softwareentwicklung über interne Prozesse bis hin zu neuen Services für unsere Nutzenden.

Wirtschaftsforum: Was sind heute Ihre wichtigsten Geschäftsfelder?



Im Sinne des Tierwohls: Als seriöse Plattform für Tierversmittlung steht bei Deine Tierwelt der Tierschutz im Fokus. Qualzuchten und Exoten zu inserieren, ist hier verboten



KONTAKTDATEN

Deine Tierwelt GmbH
Lister Meile 33
30161 Hannover
Deutschland
info@deine-tierwelt.de
www.deine-tierwelt.de



Christian Lehmann: Das Brot- und-Butter-Geschäft bleibt der Tiermarkt. Über 200.000 Tiere vermitteln wir jährlich. Hinzu kommen unser Tochterportal pferde.de sowie programmatische Werbung. Wachstumsfelder sind der Deine Tierwelt Club und Partnerschaften, mit denen wir Tierbesitzer auch nach der Vermittlung begleiten, sei es durch Versicherungen, Shops oder Services wie Telemedizin.

Wirtschaftsforum: Wohin soll die Reise künftig gehen?

Christian Lehmann: Unsere Vision ist, das führende Ökosystem für Tierhalter zu sein. Egal ob Anschaffung, Gesundheit, Versicherung oder Alltagsfragen, wir wollen wie ein digitaler Concierge Service agieren und die Unzerrennlichkeit von Mensch und Tier in den Mittelpunkt stellen.



Bodenständig stark: Erfolg zwischen Kies und Klima

Ob Hochhaus, Brücke oder Straße – ohne Sand, Kies und Splitt geht in der Bauwirtschaft nichts. Diese natürlichen Rohstoffe bilden die Basis nahezu aller Bauvorhaben und sind damit ein stiller, aber unverzichtbarer Motor der Wirtschaft. Die WRM-REESE Unternehmensgruppe aus Rinteln steht seit mehr als sieben Jahrzehnten für zuverlässige Rohstoffgewinnung und nachhaltiges Wirtschaften in Niedersachsen.

Interview mit



*Jörg-Peter Kölling,
Geschäftsführer
der WRM-REESE Unternehmens-
gruppe*



In den Kies- und Sandgruben der WRM-REESE Unternehmensgruppe wird mit modernster Technik gearbeitet – verantwortungsvoll, effizient und im Einklang mit der Natur



Nachhaltige Rohstoffgewinnung in Aktion: Die natürlichen Gesteinskörnungen aus den WRM-REESE-Gruben bilden die Grundlage für zahlreiche Bauprojekte in der Region

Wirtschaftsforum: Herr Kölling, Sie sind seit 2015 Geschäftsführer der WRM-REESE Unternehmensgruppe. Was reizt Sie besonders an dieser Aufgabe?

Jörg-Peter Kölling: Ich bin nun seit 25 Jahren in der Rohstoffbranche tätig. Mich fasziniert an unserer Arbeit, dass wir mit der Natur und ihren Ressourcen verantwortungsvoll umgehen müssen. Diese Langfristigkeit,

verbunden mit ökologischem Verantwortungsbewusstsein, macht die Aufgabe spannend und anspruchsvoll zugleich.

Wirtschaftsforum: Das Unternehmen hat sich in den letzten Jahrzehnten stark entwickelt. Was waren die entscheidenden Schritte?

Jörg-Peter Kölling: In den vergangenen 25 Jahren haben wir

uns kontinuierlich erweitert. Heute umfasst unsere Gruppe elf Kies- und Sandwerke, zwei Steinbrüche, zwei Bodendeponien sowie einen Hafenumschlagplatz in Haren an der Ems. Unsere eigene Logistikabteilung mit rund 50 Fahrzeugen sorgt für eine effiziente Belieferung unserer Kunden. Damit zählen wir zu den führenden Rohstoffbetrieben in Norddeutschland.

Wirtschaftsforum: Welche Märkte bedienen Sie?

Jörg-Peter Kölling: Unsere Zielgruppen finden wir in der gesamten Bauindustrie – von Architekten über Fertigteil- und Rohrwerke bis hin zu Asphaltmischanlagen und dem Tief- und Straßenbau. Wir beliefern einen Radius von etwa 100 km um unsere Standorte und verstehen uns bewusst

als starker Partner der regionalen Wirtschaft.

Wirtschaftsforum: Das Thema Nachhaltigkeit spielt für Ihr Unternehmen eine große Rolle. Wie setzen Sie das konkret um?

Jörg-Peter Kölling: Nachhaltigkeit bedeutet für uns weit mehr als nur Energieeffizienz. Wir lassen unsere Rohstoffbetriebe nach dem internationalen Standard CSC (Concrete Sustainability Council) zertifizieren. Das ermöglicht uns, ökologische, soziale und wirtschaftliche Leistungen transparent darzustellen und extern prüfen zu lassen. Darüber hinaus haben wir ein Ar-

Wirtschaftsforum: Ihre Flotte ist technisch auf dem neuesten Stand.

Jörg-Peter Kölling: Richtig. Wir erneuern unseren Fuhrpark alle drei Jahre, um immer die modernste und emissionsärmste Technik einzusetzen. Im Juni haben wir 31 neue Lkw in Betrieb genommen. Jede neue Generation senkt den Kraftstoffverbrauch um 2 bis 3 l pro 100 km – bei täglich rund 15.000 bis 16.000 gefahrenen Kilometern ist das ein erheblicher Beitrag zur Ressourcenschonung.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele haben Sie sich für die kommenden Jahre gesetzt?



Aus der Vogelperspektive wird die Dimension der Rohstoffgewinnung sichtbar: Eine moderne Kies- und Sandgrube der WRM-REESE Unternehmensgruppe

tenschutzhaus eingerichtet – ein ehemaliges Wohnhaus, das wir als Zufluchtsort für geschützte Tierarten wie Uhus, Fledermäuse oder Siebenschläfer umgebaut haben. Auch unsere sanierte Bahnstrecke zwischen Emmerthal und Bodenwerder ist ein Nachhaltigkeitsprojekt: Durch die Verlagerung des Transports von der Straße auf die Schiene sparen wir jährlich rund 18.000 Lkw-Fahrten und etwa 3.500 t CO₂ ein.

Jörg-Peter Kölling: Wir arbeiten an einem Energiemanagementsystem, um unsere Verbräuche weiter zu reduzieren. Zudem entwickeln wir unsere Waschprozesse weiter – in einem Werk in Sachsen-Anhalt läuft bereits eine Versuchsanlage, die künftig ohne zusätzliche Wasserzugabe auskommen soll. Langfristig geht es uns darum, die Rohstoffversorgung für die nächsten 15 bis 20 Jahre sicherzustellen. Wir sehen unsere Aufgabe nicht nur darin, Rohstoffe zu för-



Im Artenschutzhaus finden seltene Tierarten neuen Lebensraum



Immer auf dem neuesten Stand der Technik – die WRM-REESE-Flotte

dern, sondern auch Verantwortung für die Region und kommende Generationen zu übernehmen.

Wirtschaftsforum: Was macht die WRM-REESE Unternehmensgruppe für Sie besonders?



Mit der reaktivierten Bahnstrecke setzt WRM-REESE ein starkes Zeichen für nachhaltige Logistik und regionale Klimaschutzmaßnahmen

Jörg-Peter Kölling: Unsere Stärke liegt in unserer Haltung: Wir handeln verantwortungsvoll, nachhaltig und kundenzentriert. Wir betreiben einen bewussten, ökologisch begleiteten Abbau. Wir verstehen uns als verlässlicher Partner, der mit Qualität, Verlässlichkeit und Respekt gegenüber Mensch und Natur arbeitet. Das ist für mich die Grundlage unseres Erfolgs – gestalten, heute und morgen.



KONTAKTDATEN

WRM-REESE Unternehmensgruppe
In der Neustadt 1
31737 Rinteln
Deutschland
☎ +49 5751 924600
info@wrm-reese.de
www.wrm-reese.de

Beton nach Maß



Beton ist vielseitig einsetzbar, formbar, stabil, langlebig, druckfest und auf lange Sicht wirtschaftlich. Gleichzeitig ist seine Herstellung energieintensiv und verursacht nicht unerhebliche Mengen an CO₂-Emissionen. Die DUHA Betonfertigteile GmbH aus Haselünne im Emsland ist sich der Vor- und Nachteile bewusst und legt großen Wert auf nachhaltige Lösungen.

Wirtschaftsforum: Herr Radtke, seit dem 01.10.2024 sind Sie kaufmännischer Geschäftsführer der DUHA. Welche Erfahrungen haben Sie bislang bei dem Unternehmen gemacht und wie stellt sich der Markt aktuell dar?

Stephan Radtke: Bevor ich zur DUHA kam, habe ich viele Jahre in einem international tätigen Konzern aus der Fensterbranche gearbeitet und war viel unterwegs. Schon 2023 haben wir drei Marktforschungsunternehmen mit Prognosen zur Entwicklung der Baubranche beauftragt. Zwei Unternehmen waren zu der Zeit davon überzeugt, dass sich der Markt Mitte 2025 erholen wird, ein Unternehmen hielt dies erst 2026 für realistisch. Zum aktuellen Zeitpunkt kann man festhalten, dass die Branche erst im Laufe des Jahres 2026 Aufschwung erwartet. Wenn ich auf das Ergebnis im ersten Halbjahr

schaue, kann ich diese Einschätzung nur bestätigen. Anfang des Jahres haben Kunden Aufträge storniert, das trifft uns sechs bis acht Monate später. Ende des Jahres verzeichnen wir wieder einen Aufschwung, was die Auftragsauslastung betrifft. Leider hat man den Eindruck, dass sich der Staat als Impulsgeber schwer damit tut, die Marktentwicklung positiv zu beeinflussen – und das, obwohl wir in Deutschland einen Wohnungsnotstand haben.

Wirtschaftsforum: Was würden Sie sich angesichts dieser Entwicklung wünschen?

Stephan Radtke: Bauherren oder Investoren müssten mehr positive Signale gegeben werden, sodass Bauen wieder attraktiv wird, zum Beispiel durch Steuererminderungen oder Produkte, die eine Finanzierung erleichtern. Auch beim Thema CO₂-Reduzierung

müssten andere Anreize gegeben werden. Als Hersteller von Bauteilen werden wir oft für einen großen CO₂-Fußabdruck kritisiert, ohne dass dabei die Halbwertszeit unserer Produkte berücksichtigt wird. Unsere Bauteile aus Beton sind auf weit mehr als 25 Jahre ausgelegt und überzeugen auch dann noch mit einer außerordentlichen Qualität. Wir müssen uns jedoch mit anderen Werkstoffen wie zum Beispiel Holz auf 25 Jahre vergleichen – diese Holzwerkstoffe erfordern nach einer gewissen Zeit häufig eine chemische Behandlung, müssen ausgetauscht oder verändert werden. Berücksichtigt man auch diese Faktoren, verändert sich das Bild. Die CO₂-Reduzierung ist in der Branche auf jeden Fall ein Thema, das sehr ernst genommen wird.

Wirtschaftsforum: Wie geht DUHA mit dem Thema Nachhaltigkeit um? Gibt es konkrete

Interview mit

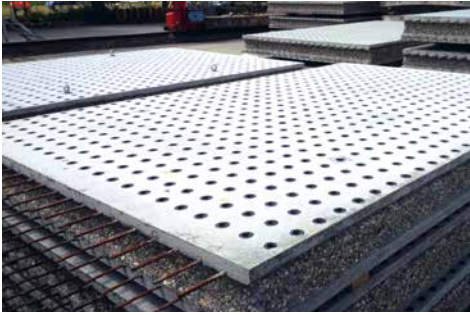


Stephan Radtke,
kaufmännischer
Geschäftsführer
der DUHA Betonfertigteile GmbH

Oft vor Ort auf der Baustelle – die Geschäftsführer Stephan Radtke und Torsten Middendorf

Pläne oder Maßnahmen, um den ökologischen Fußabdruck zu reduzieren?

Stephan Radtke: Nachhaltigkeit ist für uns auf verschiedenen Ebenen relevant und beginnt bereits bei technischen Kundenberatungen. Wir raten Kunden zum Beispiel dazu, weniger Material einzusetzen, wenn dies technisch möglich ist. Ein weiterer Hebel zu größerer Nachhaltigkeit ist die Rezeptierung. Beton besteht aus Zement und Zuschlagstoffen wie Sand oder Kies. Aus ökologischer Perspektive ist Zement kritisch zu betrachten; deshalb beschäftigen wir uns mit umweltfreundlicheren Zementtypen und arbeiten daran, die Gesamtmenge an Zement zu reduzieren. Bei diesen Überlegungen spielen auch wirtschaftliche Faktoren immer eine Rolle. Die Bereitschaft, für umweltfreundlichere Produkte mehr zu zahlen, ist nicht immer vorhanden. Auch bei den Herstellungsverfahren gibt es neue Ansätze, zum Beispiel durch den Einsatz von Ultraschall. Was den Transport unserer



Für einen Kunden in Luxemburg wurde ein Filterdüsenboden hergestellt



Die Basis für alles – ein solides Fundament



DUHA erarbeitet grundsätzlich kundenspezifische Lösungen

Produkte angeht, sind wir auf die Straße angewiesen. Die Länge und Form der Produkte macht umweltfreundlichere Transporte per Bahn organisatorisch herausfordernd und wirtschaftlich fast unmöglich.

Wirtschaftsforum: Wie lassen sich Kunden und Produkte der DUHA näher beschreiben?

Stephan Radtke: Unser Kundenkreis ist breit gefächert und abhängig von den jeweiligen Produkten. Geht es klassisch um Decken und Wände, arbeiten wir für Bauunternehmer, die als Generalunternehmer fungieren oder den Auftrag direkt vom Kunden haben. Ein großer Vorteil ist, dass unsere Elemente schon

fertig ausgetrocknet sind und direkt auf der Baustelle verarbeitet werden können. Größere Bauunternehmen stellen eine weitere Zielgruppe dar. Hier geht es beispielsweise um Stützen und Binder für Logistikhallen – in diesem Bereich ist die Nachfrage übrigens nicht zurückgegangen. Wir können Bindergrößen von über 40 m herstellen; das ist ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal. Unsere Produkte sind immer individuell auf den Kunden zugeschnitten, allerdings ähneln sie sich vom Grundsatz her.

Wirtschaftsforum: Wir haben über Kunden und Produkte gesprochen; wie viele Mitarbeiter beschäftigt DUHA und wie hoch ist der Jahresumsatz?

Stephan Radtke: Wir haben 93 fest angestellte Mitarbeiter, die je nach Auslastung von 15 bis 25 externen Kräften unterstützt werden. Mehr als 60 Mitarbeiter sind in der Produktion, die verbleibenden 30 sind im kaufmännischen Bereich tätig. Der Jahresumsatz lag 2024 bei 18 Millionen EUR. Dieses Jahr sollte er auf 20 Millionen EUR gesteigert werden, allerdings rechne ich momentan im besten Fall mit einem gleichbleibenden Ergebnis. Wir haben dieses Jahr trotz getrübler Konjunkturaussichten Investitionen getätigt, um unsere Wettbewerbsfähigkeit auszubauen. Ein automatischer Betonverteiler soll eine größere Stabilität in die Produktion bringen. Zudem flossen Investitionen in die Digitalisierung.

In einigen Hallenbereichen gibt es inzwischen Motivationsanzeigen, die Transparenz in die Arbeit bringen und motivationsfördernd sein können: Mitarbeiter können zum Beispiel sehen, wie viele Teile noch produziert werden müssen und gegebenenfalls früher ihre Arbeit beenden. Zudem arbeiten wir heute mit großen Touchscreens, auf denen technische Zeichnungen herangezoomt werden können. Die Mitarbeiter nehmen diese neuen Tools sehr gut an.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie DUHA in den nächsten Jahren?

Stephan Radtke: Wir sehen weiter Potenzial zum Wachsen. Dafür brauchen wir kompetente Facharbeiter, die momentan schwer zu finden sind. Unser Ziel ist es, individuelle Kundenanforderungen zu lösen und qualifiziert zu beraten.



Bau eines Studentenwohnheims in Goldenstedt



DUHA steht Kunden von der ersten Idee bis zur Ausführung kompetent zur Seite

DUHA 
QUALITÄT AUS BETON

KONTAKTDATEN

DUHA Betonfertigteile GmbH
Meppener Straße 70-72
49740 Haselünne
Deutschland
☎ +49 5961 500101
info@duha.de
www.duha.de

„Finanzplanung ist Lebensplanung!“



Von hier aus betreut die GLOBAL-FINANZ AG mehr als eine Viertelmillion Kunden



In diesem Anwesen in Bonn finden regelmäßig intensive Schulungsveranstaltungen für die Vertriebspartner des Unternehmens statt

Finanzprodukte und Vorsorgekonzepte sind oftmals äußerst komplex: Viele Menschen setzen deshalb unverändert auf den Rat kompetenter Vertriebspartner, die sich ganz auf ihre individuelle Situation einstellen können. Die GLOBAL-FINANZ AG ist dabei für ihren besonders kundenzentrierten Vermögensplanungs- und Beratungsansatz bekannt. Die Vorstände Bernd Steinhart und Frank Wemheuer verrieten im Interview unter anderem, welche Eigenschaften ein guter Vertriebspartner mitbringen muss.

Wirtschaftsforum: Herr Steinhart, Herr Wemheuer, seit knapp einem halben Jahrhundert unterstützt die GLOBAL-FINANZ AG ihre Kunden bei der Risikoabsicherung, Altersvorsorge und Vermögensplanung – welcher Ansatz steht dabei im Zentrum Ihrer Geschäftstätigkeit?

Bernd Steinhart: Finanzplanung ist für uns in erster Linie Lebensplanung – und nach diesem Credo, das einer unserer Gründer vor 47 Jahren festgelegt hat, arbeiten wir bis heute. Deshalb sind wir auch in der Sache, in der Konzeption und insbesondere bei unserer Produktauswahl völlig unabhängig. Unsere Vergütungsstruktur ist dabei so homogen ausge-

staltet, dass grundsätzlich keine finanziellen Vorteilsinteressen bestehen. Viele Finanzvertriebe stellen ja gerne gewisse Produkte ins Schaufenster, weil dahinter eine attraktive Verprovisionierung steht, und nicht, weil sie unbedingt die besten Lösungen für die Anforderungen ihrer Kunden darstellen. Bei der GLOBAL-FINANZ AG findet hingegen grundsätzlich kein Pay-to-Win statt.

Wirtschaftsforum: Wobei benötigen Ihre Kunden in Zeiten von Onlinebanking und kostengünstigen ETF-Sparplänen Ihre Unterstützung?

Frank Wemheuer: Die meisten Finanz- und Versicherungsprodukte

bleiben im Detail komplex – und werden in Zukunft wohl eher noch komplexer als einfacher. Gleichzeitig ist kein Kunde wie der andere: Sollen bei der langfristigen Anlage neben ETFs auch Kryptowährungen, Edelmetalle oder aktiv gemanagte Fonds eine Rolle spielen? Welche Möglichkeiten für staatliche oder betriebliche Förderungen gibt es – von Riester und Rürup über vermögenswirksame Leistungen bis hin zu steueroptimierten Anlagekonzepten? Und wofür möchte der Kunde genau vorsorgen (etwa auch mit entsprechenden Versicherungsprodukten), welche Ziele hat er im Leben und welche finanziellen Ressourcen benötigt er, um sie auch verlässlich erreichen zu kön-

Interview mit



Bernd Steinhart,
Vorstand Vertrieb
und



Frank Wemheuer,
Vorstand
der GLOBAL-FINANZ AG

nen? Bei all diesen Fragestellungen ziehen viele Menschen weiterhin gerne einen kompetenten Finanzberater hinzu. Alle Vertriebspartner, die für unser Unternehmen tätig sind, verfügen dabei über die entsprechende DIN-Zerti-

Unsere Leistungen im Überblick

Verlässliche Lösungen für jede Lebensphase



Altersvorsorge



Finanzierung



Vermögensaufbau



Versicherung



Eigene Immobilie



Erben und Schenken

Überblick über das vielfältige Leistungsspektrum der GLOBAL-FINANZ AG

KONTAKTDATEN

GLOBAL-FINANZ AG
Bernhardstraße 23-25
53227 Bonn
Deutschland
☎ +49 228 9704100
zentrale@global-finanz.de
www.global-finanz.de



fizierung, mit der sie nachweisen können, dass sie nicht nur die erforderliche Fachkompetenz besitzen, sondern auch unsere ethischen, nachhaltigen und kundenorientierten Werte leben.

Wirtschaftsforum: Was muss ein guter Vertriebspartner dafür mitbringen?

Bernd Steinhart: In erster Linie sind Vertriebspartner Menschen: Wir hören zu und wir verstehen die intrinsische Motivation unseres Kunden intuitiv – denn Finanzplanung und Geldanlage ist und bleibt Vertrauenssache. Zweitens verstehen wir uns als Dienstleister, weshalb wir die bedingungslose Ausführung sämtlicher Aufträge garantieren – der Kunde kann sich jederzeit auf uns verlassen. Und drittens sind Vertriebspartner auf Basis ihrer Fachexpertise versierte Ratgeber: Wenn der Kunde nicht weiterweiß, kann er sich bei uns per Telefon, E-Mail oder

persönlich melden und bekommt von uns eine verständliche und tiefgreifende Einschätzung – wie beim Telefonjoker bei „Wer wird Millionär?“. Auf dieser Grundlage entsteht oft eine enge Beziehung zwischen Vertriebspartner und Kunde, was wir als Unternehmen natürlich konsequent fördern: Oftmals kennen sich beide jahrzehntelang, denn viele unserer Vertriebspartner sind schon seit über 30 Jahren für GLOBAL-FINANZ tätig. Wenn sich bei einem Kunden dann die individuellen oder beruflichen Lebensumstände ändern, weiß er genau, an wen er sich wenden kann – und der menschenzentrierte Ansatz unseres Unternehmens wirkt dabei in beide Richtungen: Denn Kunden wie Vermittler sind in der GLOBAL-FINANZ-Familie jederzeit herzlich willkommen.

Wirtschaftsforum: Was hält die Zukunft für die GLOBAL-FINANZ AG bereit?

Bernd Steinhart: Über diese Frage haben wir uns just heute Vormittag noch mit einem Dienstleister ausgetauscht – denn uns tun sich zahlreiche Möglichkeiten auf, um unsere knapp 250.000 Kunden in Zukunft noch umfassender zu unterstützen. Vielleicht gibt es in zehn Jahren von jedem unserer Vertriebspartner zehn verschiedene Avatare, die ihrem Kunden auf Basis von KI in vielen Dingen schon auf automatisiertem Wege weiterhelfen können – und erst wenn es richtig kompliziert wird, erfolgt das Gespräch mit dem eigentlichen Menschen dahinter. Doch auch an anderer Stelle könnte die Kundenerfahrung noch deutlich nahtloser werden: beispielsweise durch den automatisierten Vorschlag von individuellen Versicherungen – etwa wenn die Smart Watch des Kunden erkennt, dass er gerade die österreichische Grenze passiert hat oder er sich auf einem Skilift befindet: So kann er sich dann

direkt und unkompliziert für diese konkrete Situation absichern.

Wirtschaftsforum: Gerade die jüngere Generation macht sich angesichts des demografischen Wandels und zunehmend leerer Rentenkassen Sorgen um ihre eigene finanzielle Absicherung – Ihr Rat?

Frank Wemheuer: Der größte Fehler, den man machen kann, besteht darin, sich fatalistisch auf das einzulassen, was da kommt. Denn die Jungen haben recht: Weil verpasst wurde, eine kapitalgedeckte Vorsorge einzuführen, können sie sich nicht mehr ausschließlich auf die Deutsche Rentenversicherung verlassen. Die Awareness für dieses Problem ist glücklicherweise vorhanden. Jetzt geht es darum, sie auch in konkretes Handeln zu kanalisieren – und gerade an dieser Stelle sind die Expertise und die Erfahrung qualifizierter Vertriebspartner gefragt.



Standby sorgt mit maßgeschneiderten Lösungen nicht nur auf den Straßen für Sicherheit

Interview mit



Kathrin Aster,
Geschäftsführerin
der Standby GmbH

Für Sicherheit im Einsatz

Ohne Blaulicht, Signaltechnik und modernste Steuerungssysteme stünde so manches Einsatzfahrzeug im Stau. Die Standby GmbH mit Sitz in Dinslaken ist Teil einer international tätigen Unternehmensgruppe, die innovative Lösungen für Polizei, Feuerwehr und Rettungsdienste entwickelt und produziert. Von nachhaltigen Produkten bis hin zu digitaler Vernetzung bietet das Unternehmen alles aus einer Hand. Welche Ideen hier gerade entstehen und wohin die Reise geht – darüber sprach Wirtschaftsforum mit Geschäftsführerin Kathrin Aster.

Wirtschaftsforum: Frau Aster, würden Sie uns zum Einstieg etwas über sich und die Standby GmbH mit ihrer Historie erzählen?

Kathrin Aster: Sehr gerne. Ich bin seit 2019 Teil der Standby Group und seit 2021 auch für die gesamte Gruppe verantwortlich. Unser Standort in Dinslaken wurde 2016 gegründet und beschäftigt aktuell rund 55 Mitarbeiter. Die Standby Group selbst hat eine lange und vielfältige Geschichte: In Schweden begann alles 1978 als kleines Familienunternehmen. Der Name 'Standby' stammt von den beiden Gründern Stenberg und Byström. In Deutschland reicht unsere Historie sogar bis 1970 zurück, als

unter dem Namen Wandel & Golttermann erste optische und akustische Warnsysteme entwickelt wurden. Später folgte die Zeit als Pintsch Bamag, bevor wir 2016 Teil der Standby-Gruppe wurden. Auch in anderen Ländern sind wir tief verwurzelt: Standby France entstand 1961 unter dem Namen Mercura und hat sich zu einem starken Partner für Polizei, Feuerwehr und Rettungsdienste entwickelt. In Großbritannien begann unsere Reise ebenfalls 1961 als Riches Street Garage (RSG) Limited, heute ein führender Anbieter von Steuerungssystemen für die Notfalldienste. Und unser jüngstes Vertriebsbüro in Finnland wurde 2010 eröffnet, um die Partner dort noch direkter betreuen zu können.

Wir zeichnen uns dadurch aus, dass wir in allen Ländern bis auf Finnland nicht nur Vertriebsbüros, sondern auch Entwicklungs- und Produktionskapazitäten haben. Heute sind wir europaweit mit rund 200 Mitarbeitern vertreten.

Wirtschaftsforum: Worauf fokussieren Sie sich mit Ihren Produkten?

Kathrin Aster: Wir entwickeln innovative Systemlösungen für Sonder- und Einsatzfahrzeuge. Das reicht von Blaulichtern und Lichtbalken über integrierte Steuerungssysteme bis hin zu Softwarelö-

sungen – kurz gesagt: alles, was ein Einsatzfahrzeug benötigt, um sicher, sichtbar und effizient zu funktionieren. Unsere Zielgruppen sind Polizei, Feuerwehr und Rettungsdienste, wir haben aber auch Lösungen für Autobahn- und Servicefahrzeuge, also im Prinzip für jedes Fahrzeug, das sich im Verkehr absetzen muss.

Wirtschaftsforum: Können Sie ein Beispiel für ein Produkt nennen, das für Sie besonders wichtig ist?



Die All-in-One-Lösung: die Standby Unibox

Kathrin Aster: Ich möchte zwei hervorheben: Zum einen unseren W3-Lichtbalken, der modular aufgebaut ist und sich individuell konfigurieren lässt. Bald folgt der große Bruder W5. Durch seine Modularität kann er sogar in mehreren Lebenszyklen genutzt werden, was Ressourcen schont. Zum anderen unser Uni-Screen-Environment. Damit lassen sich unsere Produkte direkt über das originale Fahrzeugdisplay steuern, kombiniert mit unserem Uni-Tool zur Konfiguration und Diagnose. Das vereinfacht Integration und Wartung erheblich.

Wirtschaftsforum: Welche Themen werden zukünftig eine Rolle spielen?

Kathrin Aster: Neben der Digitalisierung arbeiten wir intensiv an der Erschließung neuer Märkte.

So entwickeln wir aktuell mit dem Flughafen Düsseldorf eine Lösung zur Objektdetektion auf Start- und Landebahnen, basierend auf KI und Kamerasystemen. Außerdem beschäftigen wir uns mit Vehicle-to-Vehicle- und Vehicle-to-Infrastructure-Kommunikation sowie Cloud-Lösungen. Geografisch wollen wir über Europa hinaus expandieren und bereiten uns auf entsprechende Märkte vor.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Standby von Mitbewerbern?

Kathrin Aster: Unsere Alleinstellungsmerkmale sind unsere Innovationskraft und unser technisches Know-how. Wir bieten keine Standards, sondern maßgeschneiderte Lösungen. Unsere enge Zusammenarbeit mit Endkunden und Aufbauern sorgt dafür, dass die Integration reibungslos läuft. Zudem achten wir sehr auf Nachhaltigkeit. Unsere Produkte sind modular

und können in einen zweiten Lebenszyklus überführt werden. Für diese Ansätze wurden wir 2023 mit dem NRW-Effizienzpreis ausgezeichnet.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Unternehmenskultur für Ihren Erfolg?

Kathrin Aster: Eine sehr große. Wir sind ein kleines, stark vernetztes Team mit flachen Hierarchien, stark geprägt von unserer schwedischen Unternehmenskultur. Wir legen Wert auf langfristige Kundenbeziehungen und nachhaltige Lösungen. Was uns auszeichnet, ist das Engagement unseres Teams und die Nähe zu unseren Kunden. Das Feedback, das wir bekommen, bestätigt uns immer wieder in diesem Ansatz.

Wirtschaftsforum: Und was treibt Sie persönlich an?

Kathrin Aster: Für mich ist es die Kombination aus Technik, Innovation und der Zusam-



KONTAKTDATEN

Standby GmbH
Hünxer Straße 330
46537 Dinslaken
Deutschland
☎ +49 2064 601970
✉ info-de@standbygroup.com
www.standbygroup.com

menarbeit mit Menschen. Wir entwickeln Lösungen, die im Alltag von Polizei, Feuerwehr oder Rettungsdiensten einen echten Unterschied machen. Diese Verantwortung spornt mich an. Gleichzeitig schätze ich die internationale Zusammenarbeit in der Gruppe sehr. Ich empfinde es als großes Privileg, ein so motiviertes Team zu führen und mit unseren Innovationen die Sicherheit auf den Straßen und darüber hinaus aktiv mitzugestalten.



Technik, die Räume lebendig macht



Das Team der ITV - Ingenieur Team Versorgungstechnik GmbH in Berlin: Mit Leidenschaft, Fachkompetenz und langjähriger Erfahrung gestaltet das Büro seit über 20 Jahren die technische Infrastruktur zahlreicher Bauprojekte

Seit mehr als 20 Jahren prägt die ITV – Ingenieur Team Versorgungstechnik GmbH das Berliner Stadtbild entscheidend mit. Ob Wohnungsbau, Verwaltungsgebäude oder Sanierungen im Bestand: Das Ingenieurbüro sorgt dafür, dass technische Infrastruktur zuverlässig funktioniert und dennoch unsichtbar bleibt. Im Interview mit Wirtschaftsforum spricht Ralph Höher, Geschäftsführer, Mitgründer und Gesellschafter, über die Entstehungsgeschichte des Unternehmens, besondere Stärken und seine Pläne für die Zukunft.

Wirtschaftsforum: Herr Höher, wie ist die ITV entstanden?

Ralph Höher: Ich kenne meinen Geschäftspartner Servet Topraksuyu seit Mitte der 1990er-Jahre. Wir waren beide im Angestelltenverhältnis, wurden aber fast zeitgleich arbeitslos und haben uns im Jahr 2000 selbstständig gemacht. Zwei Jahre später kamen wir mit einem weiteren Partner zusammen und gründe-

ten die ITV. Seit 2004 führen wir die Firma zu zweit als gleichberechtigte Geschäftsführer. Heute beschäftigen wir 19 Mitarbeitende und konzentrieren uns vor allem auf Projekte in Berlin.

Wirtschaftsforum: In welchen Bereichen sind Sie tätig?

Ralph Höher: Wir arbeiten im Verwaltungs- und Wohnungsbau, sowohl für private Bauherren als

auch für die öffentliche Hand. Das Besondere ist, dass wir eine umfassende Kompetenz über die klassische Haustechnik hinaus entwickelt haben. Oft betreuen wir neben Heizungs-, Lüftungs-, Klima- und Sanitärtechnik auch Hochbauanteile mit. Unser Ziel ist es, die Technik so einzubinden, dass Architekten ihre Ideen umsetzen können – ohne ständig auf Hindernisse zu stoßen.

Interview mit



Ralph Höher,
Geschäftsführer
der ITV - Ingenieur Team
Versorgungstechnik GmbH



KONTAKTDATEN

ITV - Ingenieur Team Versorgungstechnik GmbH
Kaiser-Wilhelm-Straße 1
12247 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 7809720
planung@itv-team.de
www.itv-team.de

Wirtschaftsforum: Was sind die Stärken von ITV?

Ralph Höher: Ganz klar unsere Ehrlichkeit, Leidenschaft und Detailtiefe. Wir sind sehr perfektionistisch und wollen immer eine Lösung finden. Außerdem sind wir jederzeit erreichbar und scheuen uns nicht, Fehler einzugestehen. Ein wichtiger Punkt ist auch, dass wir alle Berechnungen im eigenen Haus machen. Wir

geben keine Rohrnetz- oder Anlagendimensionierungen nach außen, sondern wollen selbst das Gefühl haben: Das passt, die Anlage funktioniert.

Wirtschaftsforum: Leidenschaft ist ein großes Wort – was bedeutet das für Sie persönlich?

Ralph Höher: Für mich ist das die Begeisterung, an der Gestaltung der Stadt mitzuwirken. Haustechnik ist unsichtbar, aber ohne sie funktioniert kein Gebäude. Wir sorgen dafür, dass Architekten ihre Visionen verwirklichen können. Wenn ein Architekt am Ende sagt: „Super, das haben wir gelöst“, dann weiß ich, dass sich die Mühe gelohnt hat.

Wirtschaftsforum: Welche Projekte sind Ihnen besonders in Erinnerung geblieben?

Ralph Höher: Da gibt es einige. Im Wohnungsbau war es ein Terrassenprojekt in Köpenick mit 154 Einheiten, das technisch sehr anspruchsvoll war. Im öffentlichen Bereich denke ich an die Sanierung des Gerichtsgebäudes in der Turmstraße, bei der energetische Vorgaben umzusetzen waren. Ein Highlight war auch ein modernes Bürogebäude der Klingsöhr Unternehmensgruppe, bei dem wir eine hochkomplexe Dachzentrale mit Lüftung und Kälte realisieren konnten.

Wirtschaftsforum: Der Markt ist aktuell schwierig – wie gehen Sie damit um?

Ralph Höher: Das stimmt, die Zinspolitik und Baukosten belasten die private Bauwirtschaft. Gleichzeitig gibt es im öffentlichen Bereich eine hohe Nachfrage. Für uns war es immer ein Vorteil, auf zwei Standbeinen zu stehen. Wenn der Wohnungsbau schwächelt, trägt die öffentliche Hand und umgekehrt. Diese Ausrichtung hat uns wirtschaftliche Stabilität gegeben.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet das konkret für die Unternehmensstrategie?

Ralph Höher: Wir spezialisieren unsere Mitarbeiter stärker. Früher haben wir gesagt: „Wir brauchen einen Planer“ – egal für welchen Bereich. Heute bauen wir Spezialisten auf: für Steuer- und Regelungstechnik, für Lüftung, Heizung, Klima und Sanitär. Damit stellen wir sicher, dass jeder weiß, wofür er verantwortlich ist. Parallel dazu wollen wir wachsen: Wir suchen neue Büroflächen und möchten auf etwa 25 Mitarbeiter erweitern.



Neubauprojekt Neuköllnische Allee 9, Berlin: ITV plante die gesamte Gebäudetechnik für das moderne Gewerbegebäude mit rund 13.000 m² Bürofläche

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist Ihnen Sichtbarkeit am Markt?

Ralph Höher: Sehr wichtig. In den letzten Jahren haben wir das Thema Marketing etwas vernachlässigt und jetzt holen wir auf: neue Website, Broschüren, überarbeitete Bürovorstellung. Wir wollen uns klarer präsentieren, damit Projektentwickler frühzeitig auf uns zukommen. Der Markt wird sich wieder drehen, davon bin ich überzeugt. Und dann wollen wir bereitstehen.

Wirtschaftsforum: Was motiviert Sie nach so vielen Jahren persönlich noch?

Ralph Höher: Ich habe einfach ein Faible für Technik. Schon als junger Handwerker hat es mich begeistert, wenn am Ende eines Projekts alles funktioniert. Diese Freude ist geblieben – und dafür stehe ich auch heute noch gern jeden Morgen um sechs Uhr auf. Natürlich gab es harte Zeiten, in denen wir uns selbst kein Gehalt zahlen konnten. Aber wir haben



Die Geschäftsführer Servet Topraksuyu und Ralph Höher führen die ITV gemeinsam

durchgehalten und sind heute ein gesundes Unternehmen.

Wirtschaftsforum: Ein Erfolgsgeheimnis scheint auch die Partnerschaft mit Ihrem Mitgründer zu sein.

Ralph Höher: Absolut. Servet Topraksuyu und ich arbeiten seit 25 Jahren zusammen – ohne Streit, ohne finanzielle Konflikte. Das ist selten in unserer Branche. Wir haben uns immer ergänzt: Er ist der Normen- und Vorschriftenmensch, ich bin eher für Organisation und Strategie zuständig. Diese Aufteilung hat uns stark gemacht.

Interview mit



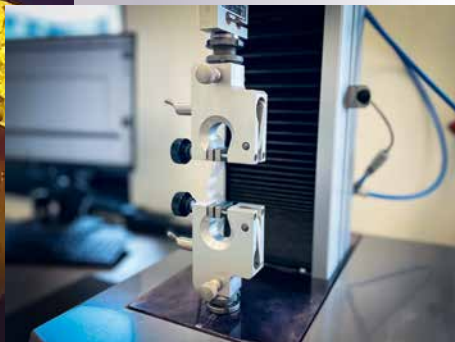
Dr. Simon Dietz,
Geschäftsführer
der GfPS mbH

Sicherheit in Reinform

„Love it, change it or leave it.“ Dieses von Henry Ford stammende Zitat ist für Dr. Simon Dietz, Geschäftsführer der GfPS mbH aus Aachen, ein wichtiger Leitspruch. In dem auf mikrobiologische, chemische und physikalische Prüfungen im Medizinbereich spezialisierten Familienunternehmen ist man bereit, Risiken auf sich zu nehmen und schnell Entscheidungen zu treffen, um „ins Tun zu kommen“, wie Dr. Simon Dietz sagt. Und um sichere und zuverlässige Medizinprodukte zu garantieren.



Beispiel für eine Partikelmessung im Reinraum



Verpackungsprüfungen – eine wichtige Säule des Portfolios



Blick in einen Reinraum im Institut der GfPS

Wirtschaftsforum: Herr Dr. Dietz, Sie sind Geschäftsführer der GfPS mbH, Gesellschaft für Produktionshygiene und Sterilitätssicherung, einem akkreditierten Institut, das in der Welt der Reinraumtechnik zu Hause ist. Können sie kurz skizzieren, wie sich das Unternehmen und sein Portfolio im Laufe der Zeit entwickelt haben?

Dr. Simon Dietz: Die Unternehmensanfänge liegen im Jahr 1992, als mein Vater, zu der Zeit Abteilungsleiter in einem Krankenhauslabor, den Sprung in die Selbstständigkeit wagte und die GfPS ausgründete. 2010 bezog das Unternehmen eigene Räumlichkeiten, kurze Zeit später wurde ich Gesellschafter und Geschäftsführer. Wir hatten eine sehr dynamische Unternehmensentwicklung, die extern von Kundenanforderungen gesteuert wurde, sodass sich heute rund 100 Mitarbeitende mit mikrobiologischen, chemischen und physikalischen Prüfungen im Bereich Medizinprodukte beschäftigen und renommierte Unternehmen die Qualität unserer Leistungen schätzen. In Deutschland gibt es immer weniger inhabergeführte Dienstleistungsunternehmen; viele wurden von großen Gruppen

aufgekauft, die bestimmte Policies vertreten. Die GfPS schreibt Service groß; das ist ein Alleinstellungsmerkmal.

Wirtschaftsforum: Können Sie ein Beispiel für diese Serviceorientierung geben?

Dr. Simon Dietz: Unsere Mission und Vision lautet 'Sicherheit geben' – dafür gehen wir gerne die Extrameile. Ein Add-on für unsere Kunden ist zum Beispiel unser Podcast 'Reinraum Update', in dem wir Wissen vermitteln, der aber auch ein wichtiges Marketingtool ist. Zudem bin ich Mitglied des internationalen Normungsgremiums ISO/TC 209 und berichte regelmäßig über Neuigkeiten in der Branche. Nicht zuletzt nutzen wir unseren LinkedIn-Kanal, um kontinuierlich Firmenwissen, aber auch Branchenwissen zu teilen. Für uns sind das Möglichkeiten, Kunden Mehrwerte zu bieten.

Wirtschaftsforum: Wir haben grob über die Services der GfPS gesprochen. Was sind die Säulen des Portfolios?

Dr. Simon Dietz: Wir orientieren uns an der Prozesskette der



Transportsimulationen für sterile und nicht-sterile Produkte berücksichtigen klimatische und mechanische Belastungen



Der Growth Promotion Test prüft wachstumsfördernde Eigenschaften

Kunden; das heißt, wir starten mit einer Begleitung bei der Produktentwicklung und schauen, wie später notwendige Prozessschritte eingebunden werden können. Wir begleiten Kunden in der Herstellungsumgebung; bei Medizinprodukten sind das häufig Reinräume. Hier können wir messen und überwachen. Wir übernehmen Verpackungsprüfungen, Transportsimulationen und Alterungsstudien. Mein Vater begann mit rein mikrobiologischen Untersuchungen; wir bieten heute zudem physikalische, chemische und in Zukunft wahrscheinlich auch biologische Prüfungen an.

Wirtschaftsforum: Sie sind Geschäftsführer, Dozent an der FH Aachen, Mitglied in verschiedenen Gremien und damit ein ebenso anerkannter wie engagierter Branchenexperte. Wie sehen Sie Ihre Rolle im Unternehmen und welche Impulse möchten Sie ihm geben?

Dr. Simon Dietz: Mit rund 100 Mitarbeitenden haben wir eine Größe erreicht, die mehr und mehr strategisches Denken und Planen erfordert. Vor diesem Hintergrund bin ich eher ein strategisch agierender Geschäftsführer, allerdings

greife ich nach wie vor operativ ein, besuche Kunden vor Ort, führe selbst Messungen durch. Ich mache das sehr gern, weil ich den Bezug zu den Kunden nicht verlieren möchte. Was Impulse betrifft, arbeiten wir momentan an der Digitalisierung unserer Dienstleistungen. Dabei geht es uns um mehr als darum, aus einem Papierdokument eine digitale Datei zu machen. Wir möchten eine Digitalisierung mit Sinn und Verstand – was eine zeit- und kostenintensive Herausforderung ist. Gleichzeitig müssen wir weiter nach links und rechts schauen, über den Tellerrand blicken und beobachten, was Kunden und Wettbewerber machen.

Wirtschaftsforum: Wenn wir über Digitalisierung sprechen, müssen wir über KI sprechen. Welche Rolle spielt künstliche Intelligenz für die GfPS?

Dr. Simon Dietz: Als akkreditiertes Dienstleistungsinstitut dürfen wir KI nicht einsetzen, wenn es um Kundendaten geht. Akkreditierungsstellen und gesetzliche Stellen schauen sich momentan an, wie man mit Kundendaten umgehen kann. Ein großes Thema, das wir sehr ernst nehmen,

ist hier die Softwarevalidierung. Im Marketing haben wir dagegen eine andere Situation; hier nutzen wir KI als Unterstützung.

Wirtschaftsforum: Die GfPS ist in den vergangenen Jahren zwischen 5 und 10% gewachsen. Wo liegen für Sie Gründe für dieses Wachstum?

Dr. Simon Dietz: Wir haben über die Erweiterung des Portfolios mehr Umsatz generiert und sind vorsichtig optimistisch, dass wir diesen Kurs beibehalten können. Für mich als verantwortlicher Geschäftsführer ist es wichtig, Risiken einzugehen und ins Tun zu kommen. Gewisse Entscheidungen können schnell gefällt werden und aufgrund der persönlichen Bürgschaften und Risiken kann ich zügig handeln. Entscheidend ist es, dabei konsequent zu sein. Diese Haltung habe ich von meinem Vater übernommen und sie ist für mich Grundaufgabe eines Unternehmers. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die Bereitschaft zuzuhören – auf regulatorischer Ebene, auf Kundenebene und auf interner Ebene. Auch mit unserer Größe gibt es immer noch die Bereitschaft, sich regelmäßig auszutauschen.

Wirtschaftsforum: Sie sprachen über die Digitalisierung, die künftig stärker im Fokus stehen soll. Gibt es weitere Pläne?

Dr. Simon Dietz: Ein wichtiges Thema wird die Automatisierung zur Unterstützung von Mitarbeitenden sein. Ich persönlich freue mich, wenn ich in Zukunft die Transformation der Wirtschaft mitgestalten kann. Nicht zuletzt möchte ich als aktiver Christ gewisse Haltungen und Werte in den beruflichen Alltag integrieren und das Unternehmen sowie auch mich selbst konstant weiterentwickeln.



KONTAKTDATEN

GfPS mbH
 Talbotstraße 21
 52068 Aachen
 Deutschland
 ☎ +49 241 5100500
 info@gfps.de
 www.gfps.de



Bandverarbeitungstechnologien – Aushängeschild der REDEX GmbH

Interview mit



Jacques Guyon,
Geschäftsführer
und



Alexis Trouillet,
Geschäftsführer
der REDEX GmbH

Mit neuem Antrieb die Zukunft bewegen

Intelligente Mechatroniklösungen sind der Schlüssel für nachhaltige Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit. 'Made in Europe' steht dabei nicht nur für höchste Qualitätsstandards, sondern auch für technologische Innovationskraft, zuverlässige Lieferketten und verantwortungsbewusste Produktion. Beispielhaft dafür ist die REDEX GmbH aus Pforzheim.

Wirtschaftsforum: Herr Guyon, REDEX ist ein weltweit agierendes Unternehmen, das sich auf anspruchsvolle Lösungen für die Hochpräzisionsindustrie spezialisiert hat und mit Innovation und Quality made in Europe überzeugt. Wie sah die Entwicklung der Gruppe bis heute aus?

Jacques Guyon: Das Unternehmen wurde 1949 in Frankreich gegründet; damals stand die Entwicklung eines neuen Planetengetriebes im Fokus, das sich für viele verschiedene Anwendungen eignete; für Draht, Folien, Band, für die Synchronisierung mechanischer Komponenten. Im Laufe der Zeit kristallisierten sich schließ-

lich drei Schwerpunkte heraus: die Antriebstechnik, Präzisionswalzwerke und die Bandbehandlungstechnologie.

Wirtschaftsforum: Wie lässt sich diese Weiterentwicklung an der heutigen Aufstellung ablesen und wie entwickelte sich der Standort Deutschland?

Alexis Trouillet: REDEX hat sehr früh, schon in den 1950er-Jahren, damit begonnen, extern zu wachsen. In Deutschland wurden Produkte zunächst über Vertreter vertrieben, mit Gründung der REDEX GmbH 2006 begann der Direktvertrieb. 2012 wurde mit der Bühler GmbH ein Wettbewerber

in Pforzheim übernommen, 2017 folgte die Ungerer GmbH, 2020 die BWG technologies GmbH; vor zwei Jahren kam es zur Fusion der drei Unternehmen. Heute beschäftigt die Gruppe 400 Mitarbeiter, davon 100 in Deutschland. Das Besondere ist, dass wir hier nicht nur entwickeln, sondern auch produzieren und montieren. Wir sind ein weltweit agierendes Unternehmen mit außergewöhnlich technologieorientierten Standorten. Früher war der Maschinenbau stark mechanisch geprägt; heute ist viel automatisiert, wodurch die Qualität verbessert und die Effizienz erhöht wurde. Heute verstehen wir uns als klassisches mittelständisches Unter-

REDEX
Group

KONTAKTDATEN

REDEX GmbH
Kandelstraße 2
75179 Pforzheim
Deutschland
☎ +49 7231 77550
info@redex-group.com
www.redex-group.com



Innovative Richtmaschine – und das verantwortliche Team dahinter



Auf Messen rund um den Globus präsentiert REDEX neue Produkte



Beispiel für ein Präzisionswalzwerk

nehmen mit einer Vielzahl an Applikationen und Märkten. REDEX steht für eine breite Aufstellung mit ausgeprägtem Fachwissen.

Wirtschaftsforum: Wie teilen Sie sich die Geschäftsführung der REDEX GmbH auf?

Jacques Guyon: Wir ergänzen uns hervorragend. Als CTO verantworte ich den Bereich Technologie, berate aber auch im Bereich Präzisionswalzwerke.

Alexis Trouillet: Am Standort Pforzheim haben wir ein großes Werk, wo produziert, montiert und vertrieben wird. Hier sehe ich meinen Aufgabenbereich. Ein wichtiges Thema, mit dem ich mich gemeinsam mit den Manager unseres Unternehmens beschäftige, ist die Organisation. Wie die meisten Maschinenbauunternehmen in Deutschland spüren wir, dass die demografische Entwicklung zunehmend konkrete Auswirkungen auf unsere Organisation hat. Über Jahrzehnte hinweg war unsere Belegschaft relativ stabil. Da nun viele Mitarbeitende bald in den wohlverdienten Ruhestand gehen werden, müssen wir uns schnellstmöglich darauf vorbereiten, neue Talente aus der jungen

Generation zu gewinnen und sorgfältig zu integrieren. Wir müssen das zukunftsrelevante Know-how an die neue Generation weitergeben und sowohl unsere Kundenorientierung weiterentwickeln als auch unsere Profitabilität sichern. Der Markt verändert sich jedoch fortlaufend – und die Menschen müssen in diesem Wandel mitgenommen werden.

Wirtschaftsforum: Kommen wir zurück auf die Produkte. Gibt es besondere Highlights?

Jacques Guyon: Eine große Herausforderung ist die Elektrifizierung der Industrie. Für Anwendungen in der E-Mobilität müssen zum Beispiel neue Werkstoffe gewalzt werden. Ein anderes Thema betrifft das Recycling von Werkstoffen, in das wir stark involviert sind. Recycelte Materialien haben andere Eigenschaften und müssen anders behandelt werden.

Alexis Trouillet: Um wirklich innovativ zu sein, vernetzen wir uns und gehen Partnerschaften mit Universitäten, Forschungseinrichtungen, Start-ups und Lieferanten ein. Diese Fähigkeit zu kooperieren, um Spitzentechnologie zu

entwickeln, ist ein Alleinstellungsmerkmal.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie aktuell am Markt?

Jacques Guyon: Herausfordernd sind die geopolitischen Unsicherheiten. Einige unserer Kunden müssen deshalb auf Projekte verzichten, da diese Risiken für sie nicht tragbar sind. Auf der anderen Seite investieren viele Kunden trotz der aktuellen Lage, da sie dank unserer Maschinen erhebliche Wettbewerbsvorteile erzielen können – selbst unter schwierigen Rahmenbedingungen.

Alexis Trouillet: Die wertvollste Ressource eines Unternehmens sind seine Mitarbeitenden. Auch in unserem Markt ist es äußerst wichtig, den Faktor Mensch weiterhin in den Mittelpunkt zu stellen. Trotz aller Möglichkeiten, die durch modernste Technik wie Elektrifizierung, Automatisierung und künstliche Intelligenz entstehen, dürfen wir nicht vergessen, dass der Mensch für nachhaltigen Erfolg unverzichtbar bleibt. Für unsere Kunden entwickeln und produzieren wir hochmoderne Maschinen, die komplexe Auf-

gaben bewältigen müssen. Sie dienen nicht nur dazu, die gewünschte Leistung zu erbringen, sondern ermöglichen auch, dass Änderungen oder ungeplante Ereignisse wie etwa Störungen von den Bedienenden schneller, zuverlässiger und sicherer gehandhabt werden können. Selbst wenn Maschinen lernfähig sind, können sie die Erfahrung und Anpassungsfähigkeit der Bedienenden nicht vollständig ersetzen. Auch intern spielt der Faktor Mensch eine zentrale Rolle. Ohne die Neugier, die gegenseitige Unterstützung und das interkulturelle Denken der einzelnen Mitarbeitenden können wir als Team die hohen Anforderungen des Marktes nicht erfolgreich meistern.



Antriebstechnik – eine der drei Säulen des Portfolios

Ein Feuerwerk der Möglichkeiten

In einem Markt, der von ständigen Veränderungen und Herausforderungen geprägt ist, hebt sich die WECO Pyrotechnische Fabrik GmbH als einziger Raketenproduzent in Europa hervor. Mit einer langen Tradition und einem klaren Fokus auf Innovation hat sich das Unternehmen als Marktführer im Bereich Feuerwerk etabliert.



weco®
feuerwerk



Ein Blick auf die Vielfalt: Die beeindruckende Produktpalette von WECO, die für unvergessliche Momente und spektakuläre Feuerwerke sorgt

Die letzten Jahre waren für die Feuerwerksbranche besonders herausfordernd. „Wir hatten stabile Umsätze bis zu den Coronajahren, die uns vor enorme Schwierigkeiten stellten“, be-

richtet Geschäftsführer Thomas Schreiber. Die Produktionsverbote während der Pandemie haben nicht nur die wirtschaftliche Stabilität des Unternehmens gefährdet, sondern auch zu einem massiven Rückgang der Mitarbeiterzahl geführt. „Vor Corona hatten wir einmal 500 Mitarbeiter, heute sind es noch 220“, erklärt er.

Aus dem Dunkel ins Licht
Um die Krise zu bewältigen, hat WECO proaktiv gehandelt. „Wir mussten uns selbst in die Überbrückungshilfen bringen, um zu überleben“, sagt Thomas Schreiber. Durch intensive politische Lobbyarbeit konnte das

Unternehmen schließlich die notwendige Unterstützung erhalten, um die schwierige Zeit zu überstehen. „Nach den Krisen-jahren haben wir unsere besten Jahre erlebt“, fügt er hinzu – ein Beweis für die Resilienz und Anpassungsfähigkeit des Unternehmens.

Senkrechtstarter

Die WECO Pyrotechnische Fabrik GmbH wurde im September 1948 von Hermann Weber in Eitorf gegründet und begann zunächst mit der Produktion von Wunderkerzen. „Im Jahr 1954 haben wir unser Sortiment erweitert und uns auf Groß-, Klein- und Bühnenfeuerwerk spezialisiert“,

erinnert sich Thomas Schreiber, der heutige Geschäftsführer. Im Laufe der Jahrzehnte hat sich WECO zu einem der führenden Feuerwerksunternehmen in Europa entwickelt. „Wir sind stolz darauf, der einzige Raketenproduzent auf dem Kontinent mit signifikanten Eigenfertigungskapazitäten zu sein“, fügt Thomas Schreiber hinzu. An den Standorten in Eitorf und Kiel werden etwa 15% des Gesamtumsatzes in eigener Produktion erzielt.

Funken der Innovation

Ein zentrales Merkmal von WECO ist die ständige Innovationsbereitschaft. Thomas Schreiber betont: „Wir bringen jedes Jahr



Interview mit
Thomas Schreiber,
Geschäftsführer
der WECO Pyrotechnische Fabrik GmbH



Der WECO-Standort in Eitorf: Als einziges Feuerwerksunternehmen in Europa mit eigener Produktion setzt WECO hier Maßstäbe für Qualität und Innovation in der Branche

zwischen 30 und 50 Neuheiten auf den Markt.“ Diese Innovationskraft ist entscheidend, um im wettbewerbsintensiven Markt erfolgreich zu sein. „Die Kunden erwarten neue Produkte, und wir arbeiten eng mit unseren langjährigen Partnern in China zusammen, um diese zu entwickeln“, erklärt er. Die Produktpalette reicht von Silvesterraketen über Feuerwerksbatterien bis hin zu Bühnenfeuerwerk. „Über 90% unseres Umsatzes generieren wir aus dem Verkauf von Silvesterfeuerwerk“, sagt Thomas Schreiber. Die Nachfrage nach hochwertigen und effektvollen Produkten ist ungebrochen, was sich auch in den Verkaufszahlen widerspiegelt. „Die Branche erwirtschaftet mittlerweile circa 200 Millionen EUR“, fügt er hinzu.

Nachhaltigkeit im Rampenlicht
„Wir nehmen die Umweltfragen ernst und haben viel unternommen, um unseren Einfluss zu minimieren“, erklärt Thomas Schreiber. Um die Bedenken zu adressieren, hat WECO eine unabhängige Studie in Auftrag gegeben, die zeigt, dass die Feinstaubemissionen durch Feu-

erwerk deutlich geringer sind als häufig angenommen. „Wir produzieren unter 2.000 t Feinstaub, was im Vergleich zu den oft genannten 5.000 t eine signifikante Reduzierung darstellt“, sagt er.

Sicherheit, die nicht verpufft

Das Unternehmen setzt sich auch aktiv gegen den Missbrauch von Feuerwerk ein. „Wir möchten aufklären, dass Feuerwerk kein Werkzeug für illegale Aktivitäten sein sollte“, betont Thomas Schreiber. Die geplanten Aufklärungskampagnen sollen dazu beitragen, das Bewusstsein für den verantwortungsvollen Umgang mit Feuerwerk zu schärfen.

Qualität, die knallt

Die Qualitätssicherung ist ein weiterer wichtiger Aspekt für WECO. Thomas Schreiber berichtet von einem intensiven Qualitätsprüfungsprozess, der sowohl in Deutschland als auch in den Produktionsstätten in China stattfindet. „Wir haben drei eigene Büros in China mit 16 fest angestellten Mitarbeitern für die dortige Qualitätssicherung“, erklärt er. Dank dieser strengen Kontrollen kann WECO eine Re-

klamationsquote von nur 500 Fällen bei über einer Milliarde verkaufter Einzelartikel vorweisen. „Die meisten Reklamationen sind Bagatellen, die oft durch falsche Handhabung entstehen“, sagt Thomas Schreiber.

Zukunftsausblick: Ein Feuerwerk der Möglichkeiten

WECO blickt optimistisch in die Zukunft. „Die Voraussetzungen für ein weiteres gutes Jahr sind gegeben. Wir haben gut verkauft, und die Eigenfertigung läuft reibungslos“, sagt Thomas Schreiber. Dennoch bleibt die Unsicherheit, wie der Markt reagieren wird. „Wir wissen erst am 31. Dezember, wie das Jahr wirklich gelaufen ist“, fügt er hinzu.

Zusammenhalt, der Funken schlägt

Die Unternehmenskultur bei WECO ist geprägt von einem starken Zusammenhalt und einem familiären Arbeitsumfeld. „Wir haben eine flache Hierarchie und feiern gerne gemeinsam“, berichtet Thomas Schreiber. Die Mitarbeiter werden gut behandelt, und die Sozialleistungen wurden nach der Coronapande-

mie weiter ausgebaut. „Wir sind ein wichtiger Arbeitgeber in der Region und tragen erheblich zur Gewerbesteuer bei“, sagt er stolz.

weco®
feuerwerk

KONTAKTDATEN

Weco Pyrotechnische Fabrik GmbH
Bogestraße 54–56
53783 Eitorf
Deutschland
☎ +49 2243 8830
✉ info@weco.de
www.weco.de

Interview mit
Nina Remagen,
Geschäftsführerin
der Hardy REMAGEN GmbH &
Co. KG



Die Flamme weitergeben



Geschäftsführerinnen in der 10. Generation: Nane Remagen-Ziech (l.) und Nina Remagen

Seit über 300 Jahren prägt die Hardy REMAGEN GmbH & Co. KG aus Hürth die Fleisch- und Lebensmittelbranche. Heute führen zwei Schwestern das Traditionsunternehmen bereits in der 10. Generation. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum berichtet Geschäftsführerin Nina Remagen über die Erfolgsgeschichte, neue Trends und die Verantwortung eines Familienbetriebs.



Ein Bestseller: die Original REMAGEN Currywurst



KONTAKTDATEN

Hardy REMAGEN GmbH & Co. KG
An der Hasenkaule 9-13
50354 Hürth
Deutschland
☎ +49 2233 974040
✉ info@hardy-remagen.com
www.hardy-remagen.com

Wirtschaftsforum: Frau Remagen, Sie leiten mit Ihrer Schwester Nane Remagen-Ziech die Hardy REMAGEN GmbH & Co. KG. Welche Rolle spielen Sie beide im Unternehmen?

Nina Remagen: Gemeinsam bilden wir die 10. Generation unseres Familienunternehmens. Erstmals in der langen Firmengeschichte stehen zwei Frauen an der Spitze. Ich verantworte den kaufmännischen Bereich, meine Schwester die Produktion. Sie hat eine Metzgerlehre und ihren Meister absolviert, während ich die kaufmännische Seite gelernt habe. So ergänzen wir uns ideal.

Wirtschaftsforum: Ihr Unternehmen blickt auf eine bemerkenswerte Geschichte zurück. Können Sie uns einen kurzen Überblick geben?

Nina Remagen: Gegründet wurde die Firma 1718 in Köln als kleine Metzgerei. Über die Generationen blieb der Standort zunächst in Köln. 1977 erwarb mein Großvater das Grundstück in Hürth, wo wir bis heute produzieren. Damals begann die Belieferung von Imbissbetrieben und damit der Schritt zur industriellen Produktion. Ein weiterer Meilenstein war 2015 die Übernahme der Marke Farmhaus, die wir 2019 vollständig nach Hürth integriert haben.

Wirtschaftsforum: Wie sieht Ihr Geschäft heute aus?

Nina Remagen: Wir beschäftigen rund 220 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, erwirtschaften etwa 70 Millionen EUR Umsatz im Jahr und produzieren täglich 70 t Lebensmittel. Unser Sortiment reicht von Würstchen und

Frikadellen bis hin zu Menükomponenten für die Gastronomie. Mit Farmhaus können wir für Gastronomen deren individuelle Rezepturen in gleichbleibender Qualität kochen, von Vorspeisen bis zu Desserts.

Wirtschaftsforum: Viele kennen Ihre Produkte vermutlich, ohne es zu wissen. Unter welcher Marke sind Sie im Handel vertreten?

Nina Remagen: Wir haben zwei Säulen: Einerseits verkaufen wir Produkte unter unserem eigenen Namen, andererseits produzieren wir nach Kundenwünschen unter deren Label. Gastronomen oder Handelsketten bringen ihre Rezepturen ein, und wir fertigen passgenau – auch in Chargengrößen, die für mittelständische Kunden geeignet sind. Regional findet man uns stark in Rewe-



Gulasch mit Rotkohl und Kartoffelstampf

und Edeka-Märkten, national beliefern wir Rewe-Heitheken. Zudem sind wir in vielen Aldi- und Lidl-Märkten vertreten. Darüber hinaus exportieren wir nach England und beliefern auch Mallorca. Trotzdem bleibt ein großer Teil unseres Geschäfts regional verankert. Diese Verwurzelung ist uns wichtig.

Wirtschaftsforum: Gibt es Produkte, die besonders gefragt sind?

Nina Remagen: Ja, die klassische Bratwurst bleibt ein Dauerbrenner, ebenso unsere Frikadellen. Ein Highlight ist 'Opa Jupps Frikadelle', die nach dem Rezept meines Urgroßvaters hergestellt wird. Sie wird auf einer Anlage gebraten, die wie eine Gusspfanne funktioniert. So erhalten die Frikadellen eine handgemachte Optik und einen traditionellen Geschmack. Qualität ist unser Markenzeichen. Mein Vater verband die fünf Sterne im Firmenlogo mit seinen fünf Töchtern. Dieses Qualitätsversprechen setzen wir bis heute um, mit klarer Herkunftstransparenz,

eigenen Lieferantenaudits, IFS-Zertifizierung und Bio-Zulassung. Gleichzeitig reagieren wir auf Trends: Immer mehr Menschen essen weniger Fleisch, dafür bewusst. Wir entwickeln deshalb auch vegane Produkte. Entscheidend bleibt aber die Qualität – sei es beim Fleisch oder bei pflanzlichen Alternativen.

Wirtschaftsforum: Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind heute zentrale Themen. Wie gehen Sie damit um?

Nina Remagen: Beides ist für uns wesentlich. Wir setzen auf regionale Rohstoffe, kurze Transportwege, energiesparende Technologien und nachhaltige Verpackungen. Eine Photovoltaikanlage, Wärmerückgewinnung und eine ISO-50001-Zertifizierung gehören dazu. Parallel investieren wir in Automatisierung, etwa durch Roboter-Verpackungsmaschinen, und treiben die Digitalisierung unserer Prozesse konsequent voran.

Wirtschaftsforum: Wohin soll die Reise in den nächsten Jahren gehen?

Nina Remagen: Wir wollen unsere Position als modernes Familienunternehmen weiter stärken, vor allem im Convenience-Segment. Hier geht es darum, praktische Lösungen für Gastronomie und Handel zu bieten – aber mit dem Qualitätsanspruch, der uns auszeichnet. Convenience bedeutet bei uns nicht 'Fertigfra', sondern hochwertige Produkte, die Arbeitsschritte erleichtern.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihnen als Familienunternehmerin besonders wichtig?

Nina Remagen: Uns geht es nicht nur um wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch um Verantwortung gegenüber Mensch und Umwelt. Wir denken nicht in Quartalen, sondern in Generationen. Mein Vater hat immer gesagt: „Die Flamme weitergeben – nicht erlöschen lassen.“ Dieses Motto treibt uns an und soll auch die 11. Generation noch begleiten.

HARDY REMAGEN IN ZAHLEN

1718
GEGRÜNDET

220
MITARBEITER

70
MILLIONEN EUR
UMSATZ

70
TONNEN LEBENS-
MITTEL AM TAG

Lokale Stärke, globale Vision

Der japanische Klimaanlage-Spezialist Sanden navigiert in Europa mit 1.650 Mitarbeitern und 450 bis 500 Millionen EUR Umsatz durch turbulente Zeiten. Während die Automobilindustrie zwischen Elektromobilität, regulatorischen Unsicherheiten und chinesischer Konkurrenz schwankt, setzt das Unternehmen auf lokale Führung und europäische Expertise. CEO Maria Wünsch-Guaraldi und Finance Director Alfred Wagner erklären, warum sie die Krise als Chance begreifen.



Die Europa-Zentrale von Sanden Corporation in Bad Nauheim

Es war ein Paradigmenwechsel mit Ansage. Als Maria Wünsch-Guaraldi 2019 die Geschäftsführung der europäischen Sanden-Aktivitäten übernahm, brach das Unternehmen mit einer jahrzehntelangen Tradition: Zum ersten Mal führte eine Nicht-Japanerin die europäischen Geschäfte des 1943 gegründeten Klimaanlage-Spezialisten. „Traditionell hatten wir immer japanische Chefs“, erklärt Maria Wünsch-Guaraldi, die in Schweden geboren wurde, je zur Hälfte italienischer und spanischer Abstammung ist und im Jahr 2000 zum Unternehmen kam. „Aber ich bin der Meinung, wenn man eine Firma führt, muss man einen Bezug zu dem Standort haben.“ Die Entscheidung erwies sich als weitsichtig. Denn

wenige Monate später kam der Brexit, und Sanden verlagerte sein europäisches Hauptquartier von Großbritannien nach Bad Nauheim. Von dort aus steuert Maria Wünsch-Guaraldi heute ein Netzwerk mit Produktionsstandorten in Frankreich und Polen sowie Vertriebsaktivitäten in ganz Europa. Das Unternehmen beliefert alle großen Automobilhersteller mit Klimakompressoren – wie zum Beispiel Volkswagen, Stellantis und BMW.

Zwischen Regulierung und Realität

Doch die Branche erlebt derzeit den größten Umbruch ihrer Geschichte. „Die Politik hat die Automobilbranche in einen Tunnel getrieben“, kritisiert

Maria Wünsch-Guaraldi. Regulierungsmaßnahmen zur CO₂-Reduktion zwingen die Industrie zu Milliardeninvestitionen in die Elektromobilität. Hinzu kommen neue Vorschriften für Kältemittel, was die Planung zukünftiger Automobilplattformen erschwert. Das Problem: „Man hat sich nicht gefragt, ob der Markt bereit ist für so viele Elektroautos.“ Die Folgen sind dramatisch. Modelle werden verschoben oder ganz gestrichen, Projekte auf Eis gelegt. Selbst Branchenriesen wie Stellantis verzeichnen Milliardenverluste durch Projektstornierungen. Finance Director Alfred Wagner bestätigt die Verunsicherung: „Die OEMs sind unsicher, wohin der Hase denn jetzt läuft.“ Die geforderte Transparenz bei Nachhaltigkeits-

Interview mit



Maria Wünsch-Guaraldi,
CEO
und



Alfred Wagner,
Finance Director
der Sanden International
(Europe) GmbH



kennzahlen und EU-Taxonomie verschärfe die Situation zusätzlich. „Wenn man die KPIs hinterfragt, wissen alle Berater dieser Welt keine Antwort.“

Never give up

Trotz der Herausforderungen gibt sich das Sanden-Team kämpferisch. „Das indirekte Motto von Sanden Europa ist: Never give up“, betont Maria Wünsch-Guaraldi. Diese Haltung zeige sich im Umgang mit Kunden, bei Preisverhandlungen oder bei der Entwicklung neuer Technologien. Auch die Ankunft chinesischer Konkurrenten sieht sie gelassen: „Wenn ein chinesisches Unternehmen hierherkommt und Autos bauen



Zukunft im Fahrtst: Sanden entwickelt innovative Thermalsysteme

will, dann will ich zumindest einer von denen sein, die ihre Dienste anbieten.“ Die Unternehmenskultur bei Sanden unterscheidet sich deutlich von typischen Konzernstrukturen. Trotz 1.650 Mitarbeitern herrscht ein direkter Kommunikationsstil. „Bei uns sind die Mitarbeiter das Wichtigste“, erklärt die Geschäftsführerin. Viele davon sind über 20 Jahre im Unternehmen, gleichzeitig holt man bewusst externe Expertise hinein. „Wir haben eine gesunde Mischung von Leuten, die wie ich sehr lange im Unternehmen sind, und jüngeren mit Erfahrung aus anderen Industrien.“

Systemlieferant statt Komponentenhersteller

Für die Zukunft setzt Sanden auf Transformation. „Ich sehe uns als Systemlieferant“, erklärt Ma-



Der Klimawindkanal wird sowohl für die interne Entwicklung als auch für externe Kunden genutzt, um realistische Fahrbedingungen zu simulieren

ria Wunsch-Guaraldi. Mit seiner Expertise in Klimakompressoren und Thermalmanagementlösungen will Sanden nicht nur Komponenten liefern, sondern sich als Systemanbieter positionieren – besonders für die Elektromobilität. Mit rund 100 Ingenieuren in der europäischen Forschung will man unabhängiger von der japanischen Zentrale agieren können. Die Krise sieht die Geschäftsführerin als Chance zur strategischen Neuausrichtung.



Maria Wunsch-Guaraldi bei einer Podiumsdiskussion

SANDEN
INNOVATING COMFORT

KONTAKTDATEN
Sanden International (Europe) GmbH
Am Taubenbaum 35-37
61231 Bad Nauheim
Deutschland
☎ +49 6032 80300
✉ sie.sandeninfo@g-sanden.com
www.sanden-europe.com

CLAIROL PROFESSIONAL colorstrong
ohne ammoniak

NEU

STARKES HAAR. MULTIDIMENSIONALE FARBE.
MEIN FRISCH AUS DEM SALON GEFÜHL.

EINE MARKE DER **WELLA COMPANY**

colorstrong
ohne ammoniak
9/1 Wellen Anschlößel
Innovative Coloration
Multidimensionale Farbe
Schlössel-Color mit 4N
Für strahlend glänzendes Haar &
100% Lautstärke

WAS STECKT HINTER EINEM GELUNGENEN JAHRESABSCHLUSS?
MIT SICHERHEIT EIN ECHTES HIGHLIGHT ZU SILVESTER!

Entfacht Leidenschaft bei Ihren Kunden und ein Feuerwerk an der Kasse!

www.weco.de

Ihr vertrauensvoller Partner und zuverlässiger Lieferant für sichere Feuerwerk-Highlights am Point of Sale

weco®
feuerwerk

Von Emmerich in die Welt



Natürlich inspiriert: Das neue Nassfutter 'Near Nature' orientiert sich am Nährstoffprofil von Beutetieren – für eine gesunde, artgerechte Ernährung, die das Wohlbefinden stärkt und die Vitalität der Katzen erhält

Vom Arzneimittelhersteller zur internationalen Katzenmarke: Seit 1855 hat sich die H. von Gimborn GmbH vom traditionsreichen Chemiebetrieb zu einem internationalen Spezialisten für Katzensnacks und Katzenstreu entwickelt. Geschäftsführer Jordi Queralt erklärt, wie das Unternehmen Krisen überwunden hat, warum Innovation und Nachhaltigkeit heute den Takt vorgeben – und welches Ziel er für Gimborn verfolgt.

Wirtschaftsforum: Herr Queralt, welche Entwicklungsschritte haben Ihr Unternehmen geprägt – und wie bewerten Sie die jüngsten Jahre im Hinblick auf Krisen, Chancen und Herausforderungen?

Jordi Queralt: Gegründet 1855 als Arzneimittelfabrik, waren wir zunächst breit in der Chemie tätig. Nach dem Wiederaufbau nach

dem Zweiten Weltkrieg nutzten wir pharmazeutisches Wissen für Heimtierernährung. 1965 folgte der Einstieg in die Tierernährung mit einer Lizenz von IPEVET, wir waren die Ersten, die Milchpulver für Welpen und Kätzchen entwickelten und führten zudem funktionale Inhaltsstoffe in Snacks ein. Seit 1986 sind wir zudem im Segment Katzenstreu aktiv. 1999 begann unsere internationale Expansion mit dem Kauf von Giglioli in Italien – heute sind wir in über 70 Ländern vertreten. 2019 und 2020 waren Krisenjahre, die wir mit neuer Führung und konsequenter Restrukturierung überwand. Seit 2022 arbeiten wir mit einer neuen

Strategie wieder profitabel und stabil, auch wenn das Umfeld makroökonomisch und politisch herausfordernd bleibt. Chancen sehen wir vor allem in Innovation, organischer Katzenstreu und internationalem Ausbau.

Wirtschaftsforum: Welche Produkte prägen Ihr Portfolio – und in welchen Marktsegmenten oder Wachstumsmärkten sehen Sie die größten Chancen für die Zukunft?

Jordi Queralt: Unter GimCat bieten wir Snacks, Nahrungsergänzungen und funktionale Pasten an, seit Kurzem auch Nassvollfutter 'Near Nature', das sich am Nährstoffprofil von Beutetieren orientiert. Ein Beispiel sind unsere beliebten Rollis mit echtem itali-

Interview mit



Jordi Queralt,
Geschäftsführer
der H. von Gimborn GmbH



KONTAKTDATEN

H. von Gimborn GmbH
Albert-Einstein-Straße 6
46446 Emmerich am Rhein
Deutschland
☎ +49 2822 9640
info@gimborn.de
www.gimborn.eu

enischem Hartkäse. Biokat's ist Pionier bei klumpender Bentonit-Streu und setzte erstmals Düfte und Aktivkohle ein. Zukünftige Trends kommen aus dem Humanbereich: Produkte für Alterung, Proteine und Darmgesundheit sowie Clean Label. Bei Streu liegt der Fokus auf organischen Alternativen aus nachwachsenden Rohstoffen. Unsere Stärken sind eigene F&E, die Zusammenarbeit mit Tierärzten und eigene Produktion.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Zielgruppen und in welchen Märkten sehen Sie Potenzial?

Jordi Queralt: Unsere Kunden sind gut informierte Katzenhalter, die Qualität über den Preis stellen und Marken mit Mehrwert für



©AdobeStock_556658839

Gesundheit und Wohlbefinden schätzen. Starke Märkte sind die DACH-Region, die Niederlande und Italien. Wachstumspotenzial sehen wir in Osteuropa – etwa in Tschechien, Polen und der Ukraine – sowie in Spanien und der Türkei. Chancen bieten zudem UK, Frankreich, Lateinamerika und Asien, Letzteres mit steigender Kaufkraft und wachsender Mittelschicht.

Wirtschaftsforum: Wie setzen Sie Nachhaltigkeit in Ihren Prozessen um?

Jordi Queralt: Alle Eigenprodukte entstehen in Deutschland. Bentonit-Streuen produzieren wir in Kelheim mit Rohstoffen aus einem 100 km-Umkreis, die Gruben werden renaturiert, das Blockheizkraftwerk versorgt das Werk mit Energie. Für Snacks achten wir primär auf kurze Lieferwege, offene Deklarationen und Partner aus Deutschland oder Österreich. Verpackungen stellen wir auf recyclingfähige Materialien und FSC-zertifiziertes Papier um.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle hat die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen, und wo schafft sie konkrete Innovationen?

Jordi Queralt: Digitalisierung durchzieht alle Prozesse – von Logistik und Vertrieb bis zur Qualitätssicherung. Besonders im E-Commerce und Digital Marketing steigern wir damit unsere Wettbewerbsfähigkeit. Auch das Nachhaltigkeitsmanagement profitiert davon. Erste KI-Anwendungen nutzen wir für Marketing, Sales und Prozessoptimierung.

AdobeStock_919487122



Funktionale Vielfalt: GimCat Pasten setzen Maßstäbe in Gesundheit, Pflege und Genuss

Wirtschaftsforum: Welche Werte prägen Ihre Unternehmenskultur?

Jordi Queralt: Rund 230 Mitarbeitende aus über 20 Nationen prägen unser Unternehmen – von langjährigen 'Urgesteinen' bis zu neuen Talenten. Vielfalt, Wertschätzung, Innovation, Zuverlässigkeit und Professionalität. Entscheidend ist der Teamgeist in interdisziplinären Projekten. Unsere Stärken liegen in der Verbindung von Tradition und Innovation sowie in einer hybriden Marktstrategie mit Fachhandel und starkem E-Commerce.

Wirtschaftsforum: Welche Themen stehen auf Ihrer Agenda – und welche Ziele verfolgen Sie?

Jordi Queralt: Kurzfristig müssen wir globale Unsicherheiten und Konsumzurückhaltung bewältigen. Zugleich wollen wir Erkenntnisse aus Ernährungs- und Verhaltensforschung in unsere Produkte einfließen lassen. Langfristig streben wir an, ein führendes Katzenunternehmen zu werden – mit nachhaltigem Wachstum, starken Partnerschaften und echtem Mehrwert für Katzenhalter.

Wirtschaftsforum: Was treibt Sie persönlich an?

Jordi Queralt: Meine Motivation sind unsere Mitarbeitenden. Ich möchte sichere Arbeitsplätze schaffen, die Sinn stiften, Spaß machen und Entwicklung ermöglichen. Ebenso wichtig ist mir gesellschaftliche Verantwortung: etwa durch Ausbildung, Wirtschaftsförderung und die Unterstützung lokaler Projekte wie 'Homecoming' in Emmerich oder das '24 Stunden-Radrennen' in Kelheim.



Innovativ und nachhaltig: Biokat's kombiniert leistungsstarke Geruchsbindung mit umweltbewussten Lösungen



Die Rollis mit italienischem Hartkäse gehören zu den Favoriten vieler Katzenhalter



@AdobeStock_623636494

Change Management und Innovation

Change Management ist eine der größten Herausforderungen in der heutigen digitalen Transformation und viele Unternehmen kämpfen damit, diese Veränderungen erfolgreich umzusetzen. Die COSMO CONSULT AG hat sich darauf spezialisiert, ihren Kunden umfassende End-to-End-Lösungen anzubieten, die sie in diesem Prozess unterstützen. Dabei testet das Unternehmen seine eigenen Lösungen kontinuierlich in der Praxis, um sicherzustellen, dass sie effektiv und benutzerfreundlich sind. Im Interview mit Andreas Traut, Geschäftsführer der COSMO CONSULT SE, werden die Herausforderungen und Chancen der Branche sowie die Unternehmensphilosophie beleuchtet.

Interview mit



Andreas Traut,
Geschäftsführer
der COSMO CONSULT SE

Wirtschaftsforum: Herr Traut, was sind die aktuellen Herausforderungen in der ERP-Branche?

Andreas Traut: Die ERP-Branche steht vor enormen Herausforderungen, insbesondere durch die digitale Transformation. Viele Unternehmen tun sich schwer, diese Veränderungen zu akzeptieren

und umzusetzen. Das Change Management, also die Begleitung von Unternehmen durch diese Prozesse, ist einer der am schnellsten wachsenden Bereiche in unserem Unternehmen. Es ist entscheidend, dass wir den Menschen in den Mittelpunkt stellen. Selbst die beste Technologie bringt nichts, wenn die Anwender sich damit nicht wohlfühlen.

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist das Thema Change Management für COSMO CONSULT?

Andreas Traut: Change Management ist für uns von zentraler Bedeutung. Wir sehen es nicht nur als ein technisches Projekt, sondern als ein umfassendes Veränderungsprojekt, das alle

Bereiche eines Unternehmens betrifft. Wenn ein ERP-System implementiert wird, zieht das Veränderungen in vielen Abteilungen nach sich. Unser Ziel ist es, diese Veränderungen so zu gestalten, dass die Mitarbeiter sie akzeptieren und davon profitieren können.

Wirtschaftsforum: Sie haben einen interessanten Werdegang. Wie sind Sie zur COSMO CONSULT gekommen?

Andreas Traut: Ich bin seit 1998 in der ERP-Branche tätig und habe zunächst in einem kleinen ERP-Haus gearbeitet. 2016 kam ich zur COSMO CONSULT. Der Wechsel zu COSMO CONSULT war für mich wie das Verlassen einer Höhle und das Erblicken einer

weiten Landschaft. Die Möglichkeiten, die sich hier bieten, sind immense. COSMO CONSULT ist eng mit Microsoft verbunden, was uns viele Chancen eröffnet.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich das Geschäftsmodell von COSMO CONSULT in den letzten Jahren verändert?

Andreas Traut: Früher haben wir Lizenzen verkauft, jetzt setzen wir auf ein Abomodell. Das bedeutet, dass unsere Kunden flexibler sind und jederzeit zu einem anderen Anbieter wechseln können. Das macht es für uns umso wichtiger, ein vertrauensvolles Verhältnis zu unseren Kunden aufzubauen. Der Kunde steht im Mittelpunkt unserer Philosophie und alles, was



Digitale Transformation im Fokus: COSMO CONSULT unterstützt Unternehmen dabei, die Herausforderungen der digitalen Transformation zu meistern



Mit maßgeschneiderten Lösungen von COSMO CONSULT stärken Unternehmen ihre Kundenbeziehungen und schaffen Vertrauen

wir tun, muss für ihn ein positives Erlebnis sein.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Cloud-Technologie in Ihrem Geschäftsmodell?

Andreas Traut: Die Cloud-Technologie hat unser Geschäft revolutioniert. Die Coronapandemie hat diesen Wandel beschleunigt, da viele Unternehmen plötzlich feststellen mussten, dass sie ihre Daten nicht mehr nur lokal speichern können. Die Akzeptanz für Cloud-Lösungen ist deswegen stark gestiegen.

Wirtschaftsforum: Was sind die nächsten großen Trends, die Sie in der Branche sehen?

Andreas Traut: Künstliche Intelligenz (KI) ist der nächste große Trend. KI hat das Potenzial, Routineaufgaben zu automatisieren und unseren Mitarbeitern mehr Zeit für kreative und strategische Tätigkeiten zu verschaffen. Wir arbeiten daran, KI in unsere Systeme zu integrieren, um die Effizienz zu steigern und unseren Kunden einen echten Mehrwert zu bieten.

Wirtschaftsforum: Wie geht COSMO CONSULT mit den Herausforderungen des Fachkräftemangels um?

Andreas Traut: Der Fachkräftemangel ist eine große Herausforderung. Wir setzen auf Weiterbildung und Qualifizierung unserer

Mitarbeiter. Zudem nutzen wir KI, um bestimmte Aufgaben zu automatisieren, sodass unsere Berater sich so auf komplexere Projekte konzentrieren können. Es ist wichtig, dass wir nicht nur qualifizierte Mitarbeiter finden, sondern ihnen auch die Möglichkeit geben, sich weiterzuentwickeln.

Wirtschaftsforum: Welche Branchen bedient COSMO CONSULT?

Andreas Traut: Wir konzentrieren uns im Mittelstand auf sechs Marktsegmente: Machinery, Chemie, Prof. Services, Construction, Commerce und Life Science. Diese Fokussierung ermöglicht es uns, spezifische Lösungen zu entwickeln, die auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind.

Wirtschaftsforum: Was macht Ihrer Meinung nach die Arbeit bei COSMO CONSULT so besonders?

Andreas Traut: Es ist ein echtes People Business. Wir arbeiten mit unterschiedlichen Menschen und Unternehmen zusammen, was jeden Tag spannend macht. Die Möglichkeit, echte Beziehungen aufzubauen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln, ist das, was mir an meiner Arbeit am meisten Freude bereitet. Unser Ziel ist es, weiterhin als Trusted Advisor für unsere Kunden zu fungieren und ihnen zu helfen, die digitale Transformation erfolgreich zu gestalten. Mit unseren End-to-End-Lösungen sind wir dafür bestens aufgestellt.



Die Beratung hat bei COSMO CONSULT oberste Priorität, um maßgeschneiderte Lösungen für den Erfolg der Kunden zu entwickeln



KONTAKTDATEN

COSMO CONSULT SE
 Schöneberger Straße 15
 10963 Berlin
 Deutschland
 ☎ +49 3034 38150
 contact@cosmo-consult.de
 www.cosmo-consult.de

Kontakte

COSMO CONSULT SE
Schöneberger Straße 15
10963 Berlin
Deutschland
☎ +49 3034 38150
contact@cosmo-consult.de
www.cosmo-consult.de

Deine Tierwelt GmbH
Lister Meile 33
30161 Hannover
Deutschland
info@deine-tierwelt.de
www.deine-tierwelt.de

DUHA Betonfertigteile GmbH
Meppener Straße 70-72
49740 Haselünne
Deutschland
☎ +49 5961 500101
info@duha.de
www.duha.de

GfPS mbH
Talbotstraße 21
52068 Aachen
Deutschland
☎ +49 241 5100500
info@gfps.de
www.gfps.de

GLOBAL-FINANZ AG
Bernhardstraße 23-25
53227 Bonn
Deutschland
☎ +49 228 9704100
zentrale@global-finanz.de
www.global-finanz.de

ITV - Ingenieur Team Versorgungstech-
nik GmbH
Kaiser-Wilhelm-Straße 1
12247 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 7809720
planung@itv-team.de
www.itv-team.de

Hardy REMAGEN GmbH & Co. KG
An der Hasenkaule 9-13
50354 Hürth
Deutschland
☎ +49 2233 974040
info@hardy-remagen.com
www.hardy-remagen.com

H. von Gimborn GmbH
Albert-Einstein-Straße 6
46446 Emmerich am Rhein
Deutschland
☎ +49 2822 9640
info@gimborn.de
www.gimborn.eu

REDEX GmbH
Kandelstraße 2
75179 Pforzheim
Deutschland
☎ +49 7231 77550
info@redex-group.com
www.redex-group.com

Sanden International (Europe) GmbH
Am Taubenbaum 35-37
61231 Bad Nauheim
Deutschland
☎ +49 6032 80300
sie.sandeninfo@g-sanden.com
www.sanden-europe.com

Standby GmbH
Hünxer Straße 330
46537 Dinslaken
Deutschland
☎ +49 2064 601970
info-de@standbygroup.com
www.standbygroup.com

Weco Pyrotechnische Fabrik GmbH
Bogestraße 54-56
53783 Eitorf
Deutschland
☎ +49 2243 8830
info@weco.de
www.weco.de

WRM-REESE Unternehmensgruppe
In der Neustadt 1
31737 Rinteln
Deutschland
☎ +49 5751 924600
info@wrm-reese.de
www.wrm-reese.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