

Starker Mittelstand



Interview:

„Wir brauchen mehr Pragmatismus“

René Rose Stüber, Geschäftsführerin der Leybold GmbH, Seite 18

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Florian Hoffmann, Geschäftsführer der implantcast GmbH**, Seite 8
- › Interview mit **Frank Wittig, Geschäftsführer der Euro Massiv Bau GmbH**, Seite 22

Starker Mittelstand

04



Dr. Henrik Haverkamp,
Geschäftsführer DACH der Wella Company

06



Berthold Mollenhauer,
Geschäftsführer der Conrad Mollenhauer GmbH

08



Florian Hoffmann,
Geschäftsführer der implantcast GmbH

10



Maxim Theiss,
Geschäftsführer der Scala Design Technische Produktentwicklung GmbH

12



Jens Cornelis,
Geschäftsführer der FIFTY2 Technology GmbH

14



Benjamin Pastuszak, Geschäftsführer der DTZ Dichtungs-Technik-Ziegler,
Aaron Knoblich, Geschäftsführer der DTZ Dichtungs-Technik-Ziegler

Starker Mittelstand

16



Ansgar Schöne,
Geschäftsführer der Filter-Müller GmbH

18



René Rose Stüber,
Geschäftsführerin der Leybold GmbH

20



Boris Hinz,
Geschäftsführer der Dr. Kücke GmbH

22



Frank Wittig,
Geschäftsführer der Euro Massiv Bau GmbH

24



Christian Hofmann,
Vertriebsleiter der Alfred Kron GmbH

25

Kontaktdaten

„Immer wieder neu begeistern“



Wirtschaftsforum: Herr Dr. Haverkamp, wenn Sie auf die über 145-jährige Geschichte von Wella blicken, welche Meilensteine waren besonders prägend?

Dr. Henrik Haverkamp: 145 Jahre sind in der Tat eine lange Zeit. Ein entscheidender Einschnitt war 2003, als das Unternehmen vom börsennotierten Familienunternehmen an Procter & Gamble verkauft wurde. 2016 folgte der Übergang zu Coty und 2020 schließlich an unseren heutigen

Eigentümer KKR. Jeder Wechsel hat Spuren hinterlassen, doch gerade mit KKR sind wir wieder stärker als eigenständiges Unternehmen aufgestellt. Diese langfristige Orientierung, verbunden mit Investitionen in entscheidende Bereiche, hat uns sehr geholfen. Parallel dazu waren es immer wieder Produktinnovationen, die uns am Markt nach vorn gebracht haben.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen stehen aktuell im Fokus?

Seit 145 Jahren steht Wella für professionelle Haarpflege und innovative Lösungen in der Beauty-Branche. Heute zählt das Unternehmen weltweit zu den führenden Marken. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum sprach Dr. Henrik Haverkamp, Geschäftsführer der Wella in Deutschland, Österreich und der Schweiz, über Innovationen, die begeistern, und seine Vision für die Zukunft des Traditionsunternehmens.

Mit ColorXpress kommt ganz schnell mehr Farbe ins Haar

Interview mit



*Dr. Henrik Haverkamp,
Geschäftsführer DACH
der Wella Company*



KONTAKTDATEN

Wella Germany GmbH
Berliner Allee 65
64295 Darmstadt
Deutschland
info@wellacompany.com
www.wellacompany.com

Wirtschaftsforum: Wie stellt sich das Unternehmen heute dar?

Dr. Henrik Haverkamp: Die Unternehmenszentrale befindet sich in New York, mit weiteren zentralen Funktionen in Genf. Weltweit beschäftigen wir über 5.000 Mitarbeitende. Unsere wirtschaftliche Entwicklung ist sehr positiv. Gerade im Bereich Haarfarbe haben wir in Deutschland den höchsten Marktanteil seit 2010 erreicht – ein deutliches Zeichen, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir



In neun Trainingszentren in der DACH-Region vermitteln die Experten Fachwissen über Form und Farbe

verfolgen einen klaren Wachstumsplan und investieren gezielt in innovative Produkte. Innovationen sind in der Beauty-Branche entscheidend, um Konsumenten immer wieder neu zu begeistern. Diese Innovationskraft trägt wesentlich zu unserem Wachstum bei und wir gehen davon aus, dass sich dieser Trend fortsetzen wird.

Wirtschaftsforum: Sie sind seit 2022 Geschäftsführer für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Welche Impulse konnten Sie in dieser Funktion bereits geben?

Dr. Henrik Haverkamp: Wir haben unsere Strukturen deutlich geschärft. So haben wir den Omnichannel-Bereich eigenständig aufgebaut und uns stärker auf ausgewählte Schwerpunkte konzentriert. Auch im Marketing sind wir neue Wege gegangen, etwa mit TikTok. Gleichzeitig haben wir

unser Markenportfolio klarer positioniert: Manche Marken spielen wir gezielt im Salon-Kanal, andere im E-Commerce oder Retail. Das hat unser Profil geschärft und wir werden als moderner wahrgenommen.

Wirtschaftsforum: Welche Faktoren machen Wella aus Ihrer Sicht so erfolgreich?

Dr. Henrik Haverkamp: Ein wichtiger Faktor ist die Treue



zu unseren Wurzeln: Der Salon-Kanal bleibt unser Herzstück, mit eigenen Trainingszentren und über 100 Friseurmeistern allein im deutschsprachigen Raum. Der zweite Punkt ist der Rückhalt unseres Eigentümers KKR, der langfristig denkt und investiert. Und nicht zuletzt die hohe Innovationskraft, mit der wir kontinuierlich neue Produkte und Services auf den Markt bringen.

Wirtschaftsforum: Wie würden Sie die Unternehmenskultur beschreiben?

Dr. Henrik Haverkamp: Wella wird oft noch als klassisch deutsches Unternehmen wahrgenommen. Tatsächlich sind wir stark international geprägt. Unsere Kultur ist offen, wenig hierarchisch und kollegial – Eigenschaften, die auch auf die Zusammenarbeit mit amerikanischen Eigentümern zurückgehen. Dieses Klima fördert Kreativität und Innovationsfreude.

Wirtschaftsforum: Wo möchten Sie das Unternehmen in den nächsten Jahren sehen?



Innovationen von Wella: Clairol Professional colorstrong und die auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Marke Briogeo

Dr. Henrik Haverkamp: Wir haben noch enormes Wachstumspotenzial. Der Markt für Premium-Haarpflege ist bei Weitem nicht so entwickelt wie der für Hautpflege. Hier wollen wir unseren Anteil deutlich ausbauen und Konsumenten Produkte zugänglich machen, die überdurchschnittliche Qualität bieten. Ich bin überzeugt, dass wir unser dynamisches Wachstum fortsetzen können.

Wirtschaftsforum: Zum Abschluss eine persönliche Frage: Was treibt Sie in Ihrer Arbeit an?

Dr. Henrik Haverkamp: Mich begeistert es, Unternehmen und Menschen wachsen zu sehen. Das ist wie im Garten: Man pflanzt etwas, pflegt es und erlebt, wie daraus etwas Großes entsteht. Dieser langfristige Blick – Erfolg im Unternehmen wie bei den Menschen, die darin arbeiten – ist meine Motivation.

Interview mit



*Berthold Mollenhauer,
Geschäftsführer
der Conrad Mollenhauer GmbH*

Wo Tradition klingt und Innovation mitschwingt



Drechseln eines Blockflötenfußes – digitale Präzision und traditionelles Drechselhandwerk



Sorgfalt bis ins Detail: Beim Aufreiben der Säulchen zeigt sich das handwerkliche Können von Mollenhauer



Feingefühl gefragt: Beim Einziehen der Feder erhält die Klappe ihre Spannung

Ob Geige, Klavier oder Flöte – Musikinstrumente sind weit mehr als bloße Werkzeuge des Klangs. Sie sind Ausdruck von Kultur, Emotion und handwerklicher Präzision. Gerade in Deutschland hat der Instrumentenbau eine lange Tradition: Zahlreiche Familienbetriebe pflegen seit Generationen ihr Wissen und ihre Fertigkeiten. Dazu gehört auch die Conrad Mollenhauer GmbH aus Fulda, die mit der Gründung im Jahr 1822 zu den ältesten Instrumentenmanufakturen zählt.

Wirtschaftsforum: Herr Mollenhauer, wie kamen Sie in die Welt der Blockflöten?

Berthold Mollenhauer: Ich bin Maschinenbauingenieur und habe viele Jahre in der Entwicklung gearbeitet – zunächst in der Ka-

meratechnik, später in der Medizintechnik. Als sich in der Familie die Frage stellte, wer die nächste Generation im Unternehmen antritt, war das für mich ein spannender Gedanke. Die Mollenhauer GmbH hat eine über 200-jährige Geschichte – das verpflichtet und

inspiriert gleichermaßen. Ich bin dann 2017 in die Geschäftsführung eingestiegen und konnte meine technische Erfahrung in die Entwicklungsarbeit einbringen.

Wirtschaftsforum: Was war für Sie als Quereinsteiger besonders reizvoll an dieser neuen Aufgabe?

Berthold Mollenhauer: Zum einen natürlich die familiäre Tradition – man spürt sie in jedem Raum, in jeder Werkbank. Zum anderen die Möglichkeit, mit einem Produkt zu arbeiten, das Menschen unmittelbar berührt.

Ein Musikinstrument entsteht ja nicht einfach industriell, sondern mit viel Gefühl, Erfahrung und Handarbeit. Diese Verbindung aus Technik und Emotion finde ich faszinierend. Außerdem konnte ich viele Prozesse modernisieren, etwa durch CAD-gestützte Entwicklung und die Einführung digitaler Planungsstrukturen.

Wirtschaftsforum: Die Blockflöte ist heute Ihr Hauptprodukt. Wel-



Ein Blick in das firmeneigene Museum: Hier wird die über 200-jährige Geschichte der Conrad Mollenhauer GmbH lebendig





Beim Stimmen der Tonlöcher wird jede Blockflöte individuell angepasst, bis Intonation und Klangfarbe exakt harmonisieren



Präzision im Detail: Beim Feilen des Windkanals entscheidet sich, wie gleichmäßig und tragfähig der Ton später erklingt



Durch das Feilen der Blockfase wird der Luftstrom im Instrument geformt

che Entwicklungen haben Sie in den letzten Jahren angestoßen?

Berthold Mollenhauer: Wir haben mehrere neue Modelle auf den Markt gebracht, darunter unsere aktuelle Schulblockflöte Fipple. Sie zeichnet sich durch verschiedene Kopffarben und einen besonders runden, harmonischen Klang aus. Zudem haben wir bei der Materialauswahl Neues gewagt – neben Birnbaumholz verwenden wir jetzt auch Ahorn, das optisch heller und akustisch sehr ausgewogen ist. Unser Ziel war es, ein Instrument zu schaffen, das im Klassenverband besser klingt und sich auch mit anderen Marken gut mischt. Parallel arbeiten wir an der Weiterentwicklung unserer professionellen Serien.

Wirtschaftsforum: Mollenhauer hat sich auch mit innovativen Modellen wie der 'Elody' einen Namen gemacht. Was steckt hinter dieser modernen Blockflöte?

Berthold Mollenhauer: Die Elody ist tatsächlich ein Meilenstein für uns. Sie wurde auf der Basis unserer modernen Blockflöten entwickelt und kam 2013 auf den Markt. Es handelt sich um eine elektrisch verstärkte Blockflöte, die sich an E-Gitarren anlehnt:

Sie kann über Tonabnehmer mit Effektgeräten verbunden werden und eröffnet dadurch völlig neue Klangwelten. So lässt sich die Blockflöte auch in Jazz, Rock oder Pop integrieren – eine echte Revolution für dieses Instrument.

Wirtschaftsforum: Handwerkliche Perfektion spielt bei Ihnen eine zentrale Rolle. Wie sieht die Produktion heute aus?

Berthold Mollenhauer: Wir produzieren ausschließlich am Standort Fulda, mit aktuell 31 Mitarbeitenden. Der Maschinenanteil ist hoch – etwa beim Drechseln oder Fräsen – aber je weiter ein Instrument im Herstellungsprozess fortschreitet, desto mehr Handarbeit steckt darin. Jede Flöte wird mehrfach geölt, poliert und individuell überprüft. Am Ende geht jedes Stück durch die Hände erfahrener Instrumentenmacher – und man hört, dass in jedem Instrument das Herzblut unserer Mitarbeitenden steckt.

Wirtschaftsforum: Wie steht es um die Internationalisierung – wo finden sich Ihre Märkte heute?

Berthold Mollenhauer: Unsere Instrumente gehen tatsächlich in alle Welt. Besonders stark ist der

Absatz in Asien – etwa in Taiwan, wo Blockflötenunterricht zum Schulalltag gehört. Dort gibt es große Orchester mit bis zu 100 Spielern. Aber auch in Europa, Nord- und Südamerika schätzen Musiker die Präzision und Klangqualität unserer Flöten.

Wirtschaftsforum: Nachhaltigkeit ist in vielen Branchen ein zentrales Thema. Welche Bedeutung hat sie für Mollenhauer?

Berthold Mollenhauer: Eine sehr große. Wir beziehen unsere Hölzer überwiegend aus Europa, achten auf nachhaltige Forstwirtschaft und pflegen langjährige Lieferbeziehungen. Zudem haben wir Aufforstungsprojekte unterstützt und früh in energieeffiziente Gebäudetechnik investiert. Nachhaltigkeit ist bei uns kein Trend, sondern Teil unserer DNA – das gehört bei einem Familienunternehmen mit 200 Jahren Geschichte einfach dazu.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie die Zukunft der Conrad Mollenhauer GmbH?

Berthold Mollenhauer: Wir wollen unsere Position als hochwertige Manufaktur weiter stärken und gleichzeitig die digitale Entwick-



Innovation trifft Tradition: Die Elody Space ist eine elektroakustische Blockflöte

lung vorantreiben. Die Verbindung von traditionellem Handwerk und modernen Technologien ist der Schlüssel. Wichtig ist mir, dass Mollenhauer ein lebendiger Ort bleibt – ein Ort, an dem Menschen Musik, Handwerk und Gemeinschaft erleben. Wenn uns das gelingt, dann klingt unsere Zukunft so harmonisch wie unsere Flöten.





KONTAKTDATEN

Conrad Mollenhauer GmbH
Weichselstraße 27
36043 Fulda
Deutschland
☎ +49 661 94670
info@mollenhauer.com
www.mollenhauer.com

Neue Hüfte, neues Knie: Mobilität bis ins hohe Alter

Interview mit
Florian Hoffmann,
Geschäftsführer
der implantcast GmbH

Die implantcast GmbH aus Buxtehude zählt zu den führenden Herstellern von Endoprothesen und Sonderimplantaten. Seit der Gründung im Jahr 1988 hat sich das Unternehmen zu einem international tätigen Medizintechnik-Spezialisten mit über 850 Mitarbeitenden und elf Tochtergesellschaften entwickelt. Heute liefert implantcast in mehr als 70 Länder. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum berichtet Geschäftsführer Florian Hoffmann über Innovation, die sogar über Leben und Tod entscheiden kann.



Die Geschäftsführer Florian Hoffmann (rechts) und Jens Saß

Wirtschaftsforum: Herr Hoffmann, implantcast entwickelt und produziert orthopädische Implantate. Wie lässt sich Ihr Markt grob beschreiben?

Implantate ersetzt werden, und dem Tumormarkt. In letzterem sind wir Weltmarktführer. Wir kommen ursprünglich aus dem Revisionsbereich, sind heute aber in allen drei Segmenten aktiv, mit Implantaten für Hüfte, Knie, Schulter, Ellenbogen, Finger und Sprunggelenk.

Florian Hoffmann: Grundsätzlich sprechen wir von drei Segmenten: dem Primärmarkt – also standardisierte Erstimplantationen etwa an Hüfte oder Knie –, dem Revisionsmarkt, in dem bestehende

Wirtschaftsforum: Wie stark sind Ihre Produkte individualisiert?

Florian Hoffmann: Sehr stark, besonders in den komplexen Fällen. Wenn etwa Knochen zerstört sind oder ein Knochentumor vorliegt, fertigen wir individuelle Implantate auf Basis von CT- oder MRT-Daten an. Der Operateur prüft die digitale Planung, erteilt die Freigabe und wir produzieren exakt nach diesen Vorgaben. Besonders he-

rausfordernd ist das bei Kindern mit Knochenkrebs. Dort kommen sogenannte Wachstumsprothesen zum Einsatz, die sich per elektrischem Impuls verlängern lassen; so wächst das Implantat mit. Das reduziert die Zahl der Operationen drastisch.



Jedes Implantat wird unter Reinraumbedingungen gereinigt und verpackt



Die Implantate erhalten eine Lasergravur



Wachs zur Herstellung der Formen



In der additiven Fertigung werden Implantate mittels 3D-Druck aufgebaut



implantcast

KONTAKTDATEN

implantcast GmbH
 Lüneburger Schanze 26
 21614 Buxtehude
 Deutschland
 ☎ +49 4161 7440
 info@implantcast.de
 www.implantcast.de



Der Mensch wird in der Produktion durch Robotik unterstützt



implantcast fertigt Implantate für die großen und kleinen Gelenke des menschlichen Körpers

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet implantcast von Wettbewerbern?

Florian Hoffmann: Vor allem die Qualität und die Nähe zum Kunden. Unsere Produkte sind präzise, modular und individuell kombinierbar – und sie stammen zu fast 100% aus Buxtehude. Die gesamte Wertschöpfungskette liegt in unserer Hand, wir arbeiten kaum mit externen Zulieferern. Das sorgt für Transparenz, Sicherheit und hohe Standards. Gleichzeitig pflegen wir enge, oft langjährige Partnerschaften zu Ärzten weltweit. Viele dieser Spezialisten, etwa Professoren aus Griechenland oder Brasilien, bringen sich aktiv in die Weiterentwicklung ein. Dieser Austausch ist unbezahlbar. Wir fördern den Austausch, etwa bei unseren jährlichen Kongressen, wo Chirurgen aus aller Welt schwierige Fälle offen besprechen und voneinander lernen.

Wirtschaftsforum: Wie beurteilen Sie den Markt aktuell?

Florian Hoffmann: Der Bedarf wächst – die Menschen werden älter und erwarten Mobilität bis ins hohe Alter. Aber auf der anderen Seite stehen unterfinanzierte Krankenhäuser und ein enormer Preisdruck, vor allem im Primärmarkt. Große US-Konzerne produzieren günstiger und dominieren viele Bereiche. Das mag kurzfristig attraktiv erscheinen, birgt aber Risiken. Wenn wir Schlüsseltechnologien wie die Medizintechnik in Deutschland halten wollen, muss das Gesundheitssystem bereit sein, dafür einzustehen. Sonst verlieren wir Know-how und Unabhängigkeit.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Regulierung dabei?

Florian Hoffmann: Sie spielt eine große Rolle. Die europäische

MDR, also die Medical Device Regulation, hat gute Absichten, aber in der Praxis lähmt sie Innovation. Zulassungen dauern Jahre, während vergleichbare Verfahren in den USA teilweise in drei Monaten abgeschlossen sind. Das ist ein echter Wettbewerbsnachteil für den europäischen Standort. Aktuell lassen wir unsere Produkte bevorzugt in den USA zu, da die Prüfzyklen in Europa so lang sind, dass Produkte dort bis zu fünf Jahre später auf den Markt kommen.

Wirtschaftsforum: Wohin soll sich implantcast in den kommenden Jahren entwickeln?

Florian Hoffmann: Wir werden weiter international wachsen. Zuletzt haben wir unseren Vertrieb in Österreich in eine eigene Tochtergesellschaft überführt. Gleichzeitig investieren wir stark in Nachhaltigkeit und neue Tech-

nologien. Unsere Produktion nutzt zunehmend additive Fertigung, also 3D-Druckverfahren, die Material sparen und präziser arbeiten. Außerdem setzen wir auf Energieeffizienz, Photovoltaik und Elektromobilität. Auch künstliche Intelligenz spielt eine wachsende Rolle, etwa bei der Implantatplanung oder in der OP-Navigation.

Wirtschaftsforum: Verraten Sie uns zum Schluss noch, was Sie dabei persönlich antreibt?

Florian Hoffmann: Mein Antrieb ist, dass wir mit unserer Arbeit ganz konkret Menschen helfen. Es geht um Lebensqualität, um Beweglichkeit oder im Extremfall um das Überleben. Das sind Dinge, die bleiben. Und das motiviert mich jeden Tag aufs Neue.

Innovation aus der zweiten Reihe

Während viele Unternehmen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten stagnieren, hat Scala Design aus dem baden-württembergischen Gärtringen seinen Umsatz in vier Jahren mehr als verdoppelt. Das Geheimnis des 39 Jahre alten Familienunternehmens liegt in seiner besonderen Positionierung: Gleichsam 'aus der zweiten Reihe' bringt es Innovationen anderer Unternehmen vom ersten Entwurf bis zur Serienproduktion in den Markt. Geschäftsführer Maxim Theiss erklärt, warum die Arbeit 'im Verborgenen' der Schlüssel zum Erfolg ist.

Vom ersten Entwurf bis zur Kleinserie: Mit Projekten wie 'Mahle MEET' zeigt Scala Design, wie sich Design, Entwicklung und Manufaktur nahtlos verbinden lassen



Wirtschaftsforum: Herr Theiss, Scala Design gibt es bereits seit 1986. Wie hat sich das Unternehmen entwickelt?

Maxim Theiss: Nächstes Jahr haben wir 40-jähriges Jubiläum. Im Großen und Ganzen liegt das, was wir heute tun, schon in den Gründungsursprüngen. Die drei Gründer haben sich damals bei AMG kennengelernt – einer war Designer, einer Konstrukteur und einer Modellbauer. All das ist

noch immer Bestandteil unseres Tuns. Aus dem Modellbauthema ist allerdings die Kleinserie entsprungen und unsere Rolle als Zulieferer – das ist sicherlich eine große Veränderung in der Historie. Im Kern sind wir uns aber treu geblieben.

Wirtschaftsforum: Was ist heute Ihre Kernkompetenz?

Maxim Theiss: Im Großen und Ganzen ist es unsere Fähigkeit, In-

novationen mit unseren Kunden in den Markt zu bringen – und das in einem relativ flexiblen Fenster. Wir können mit unseren Kunden von einer reinen Designstudie bis hin zu einer kleinen Serienproduktion mitgehen. Ich würde uns nicht zwangsweise als innovatives Unternehmen bezeichnen – wir arbeiten für innovative Unternehmen und helfen ihnen, ihre Innovation in den Markt zu bringen. Wir arbeiten viel im Verborgenen, was auch gut so ist.

Interview mit



Maxim Theiss,
Geschäftsführer
der Scala Design
Technische
Produktentwicklung
GmbH

Wirtschaftsforum: Worin sehen Sie die Gründe für den Erfolg Ihres Unternehmens?

Maxim Theiss: Wir zehren davon, dass wir für unsere Kunden arbeiten und dann in der zweiten Reihe bleiben. Unsere Kernkompetenz liegt wirklich darin, für unsere Kunden zu arbeiten, nicht selbst im Vordergrund zu stehen. Wir agieren als maximale Dienstleister – das wird sehr geschätzt. Außerdem haben wir kurze Entscheidungswege und können das Gesamtpaket darstellen. Es gibt viele innovative Firmen, viele entwicklungsstarke Dienstleister und Dienstleister für Modell- und Prototypenbau – aber dieses One-Stop-Shopping können wir tatsächlich darstellen.

Wirtschaftsforum: In welchen Branchen sind Sie tätig?

Maxim Theiss: Die geliebte Automobilindustrie in Deutschland ist als Erstes zu nennen, aber wir sind damit gesegnet, dass wir auch in anderen Industrien tätig sein dürfen. Wir sind interessanterweise

auch in der Möbelindustrie unterwegs, im Maschinenbau und Anlagenbau sowie im Kunstsegment in der kleinen Serie. Jeder Markt hat seine ganz eigene Herausforderung.

Wirtschaftsforum: Können Sie konkrete Projekte nennen?

Maxim Theiss: Ein sehr schönes Beispiel ist, dass ein Automobilhersteller auf uns zukam zum Thema Tischentwicklung. Weder der OEM noch wir hatten jemals einen Tisch entwickelt. Wir haben das von der Idee auf dem Papier bis zur Formserienentwicklung mit Produktion begleitet. Im Designbereich reicht es von Einhausungen von Elektrogeräten bis hin zu großen Maschinen wie Gelddruckmaschinen. Wir sind aber zum Beispiel auch für Kunden aus dem Kunstbereich tätig.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationstrends prägen derzeit den Markt?

Maxim Theiss: Es sind die großen Trends, über die alle reden: Die Implementierung von KI-Lösungen im Entwicklungsbereich ist zwingend. Technologien wie 3D-Druck, was wir bei uns auch darstellen können, sind sehr prägend. Die Entwicklungsgeschwindigkeit ist das A und O – wir bilden uns ein, dort durch unsere Dynamik gut mithalten zu können. Ein neuer Trend sind Animationen und Videos von neuen Produkten – das ist der günstigste Weg, um Innovation greifbar und erlebbar zu machen.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Ihre Unternehmenswerte aus?

Maxim Theiss: Ein großer Wert ist Mut – das ist sehr wichtig, wenn man im Innovationsbereich unterwegs ist. Ansonsten hat es viel mit Anstand zu tun.

Wirtschaftsforum: Wie haben Sie sich wirtschaftlich entwickelt?

Maxim Theiss: Wir haben uns in den letzten vier Jahren im Umsatz mehr als verdoppelt. Letztes Jahr haben wir 8,2 Millionen EUR umgesetzt; das Ziel für dieses Jahr liegt zwischen 9,5 und 10 Millionen. Manchmal muss man auch Glück haben, dass man in der richtigen Sparte unterwegs ist. Mit diesem innovationsorientierten Thema haben wir vielleicht wirklich etwas Gefragtes.

Wirtschaftsforum: Welche Strategien verfolgen Sie für die Zukunft?

Maxim Theiss: Das Wichtigste ist Diversifizierung. Wir müssen agil und dynamisch bleiben und verstehen, wie wir KI in unsere Prozesse implementieren. Unsere Strategie ist es nicht, der nächste große Zulieferer zu werden, das halte ich für unrealistisch. Aber dieses innovationstreibende Unternehmen in der zweiten Reihe zu sein und darin zu wachsen – daran glauben wir. Von der Grundphilosophie her ein Unternehmen zu sein, das an der Innovation arbeitet, halte ich für zeitlos gut, weil Innovation immer gefragt sein wird.



In der Manufaktur von Scala Design entstehen Kleinserien und Prototypen für Kunden aus unterschiedlichen Branchen



KONTAKTDATEN

Scala Design
Technische Produktentwicklung GmbH
Robert-Bosch-Straße 9
71116 Gärtringen
Deutschland
☎ +49 7034 998940
✉ scala@scala-design.de
www.scala-design.de

Mit Simulation an die Spitze der Industrie 4.0



Ob in der Automobilindustrie, bei Elektronikkomponenten oder in der Chipherstellung – überall dort, wo Flüssigkeiten eine kritische Rolle spielen, hilft präzise physikalische Simulation, komplexe Probleme zu lösen. Die FIFTY2 Technology GmbH aus Freiburg im Breisgau hat sich in dieser Nische als weltweiter Marktführer etabliert. Ihr Schlüssel zum Erfolg: wissenschaftliche Tiefe, Innovationskraft und ein partnerschaftlicher, agiler Vertriebsansatz.

Wirtschaftsforum: Herr Cornelis, wie ist FIFTY2 entstanden und was waren die entscheidenden Meilensteine?

Jens Cornelis: Gegründet haben wir FIFTY2 im Jahr 2015 – damals aus einem Forschungsprojekt an der Universität Freiburg heraus. Mein Mitgründer Markus Ihmsen und ich arbeiteten an physikalischer Simulation, insbesondere von Flüssigkeiten. Uns war schnell klar: Das, was wir da entwickelt hatten, musste raus aus dem akademischen Kontext – hinein in die Anwendung. Unser erstes konkretes Einsatzfeld war die Wasserdurchfahrt in Fahrzeugen. Also: Wie verhält sich

ein Auto, wenn es durch Wasser fährt? Wo könnte Wasser eindringen? Wie wirkt sich das auf Motor oder Batterie aus? Dieser hoch spezialisierte Bereich war unser Startpunkt – und ist heute eine Domäne, in der wir weltweit führend sind.

Wirtschaftsforum: Und von dort aus hat sich Ihr Wirkungskreis stetig erweitert?

Jens Cornelis: Genau. Nach dem Einstieg in den Bereich Wassermanagement haben wir sukzessive andere Simulationsfelder erschlossen – etwa Getriebe, E-Motoren oder thermische Simulationen. Ein entscheidender



Interview mit

Jens Cornelis,
Geschäftsführer
der FIFTY2 Technology GmbH

Meilenstein war 2018 die Partnerschaft mit der AVL List GmbH, einem global agierenden österreichischen Unternehmen. AVL übernimmt seitdem weltweit Vertrieb und Support für unsere Software. So können wir uns vollständig auf Produktentwicklung und For-

schung konzentrieren. Mittlerweile beschäftigt unser Team rund 40 Mitarbeitende, fast alle davon in der Entwicklung.

Wirtschaftsforum: Wie sieht Ihr Geschäftsmodell konkret aus?

Realitätsnahe Simulation von Wasserdurchfahrten: ein Anwendungsfeld von PreonLab



Jens Cornelis: Unsere Software PreonLab wird als Lizenzmodell vertrieben. Sie ermöglicht realitätsnahe, physikbasierte Simulationen von Flüssigkeiten und komplexen Strömungsvorgängen – etwa bei Wasserdurchfahrten, Kühlprozessen oder der Interaktion mit Bauteilen. Unsere Kunden kommen überwiegend aus der Automotive-Industrie, aber auch zunehmend aus dem Maschinenbau, der Elektronik- und Chipfertigung oder der Verfahrenstechnik. Rund zwei Drittel unseres Umsatzes machen wir im Ausland, mit starkem Wachstum derzeit vor allem in China.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen erleben Sie aktuell im Markt?

Jens Cornelis: Die Unsicherheiten in der Automobilbranche, insbesondere in Europa, machen sich auch bei uns bemerkbar. Viele Projekte werden verzögert oder auf Eis gelegt. Gleichzeitig sehen wir in Asien, vor allem in China, eine zunehmende Investitionsbereitschaft – auch in Richtung Simulation und Digitalisierung. Deshalb liegt unser Fokus stark auf Diversifizierung: neue Branchen, neue Anwendungsfelder, neue Märkte.

Wirtschaftsforum: Wie positionieren Sie sich im internationalen Wettbewerb?

Jens Cornelis: Neben der technologischen Exzellenz spielt Kommunikation eine Schlüsselrolle. Obwohl der Vertrieb ausgelagert ist, behalten wir die Hoheit über



Das internationale Team von FIFTY2 beim Retreat in Freiburg – fachlich stark und kulturell vielfältig

die Außendarstellung. Dazu gehört auch, dass wir gezielt auf Fachkonferenzen präsent sind, nicht primär auf Messen. Dort treffen wir unsere Anwender und Entscheider direkt. Zudem setzen wir auf starke interne Kommunikation, ein internationales Team und flache Hierarchien. Viele unserer Beschäftigten arbeiten remote – mit regelmäßigen persönlichen Treffen, um den Teamzusammenhalt zu stärken.

Wirtschaftsforum: Welchen Einfluss hat künstliche Intelligenz auf Ihre Arbeit?

Jens Cornelis: Wir nutzen KI bereits heute unterstützend – etwa bei der Code-Analyse oder beim internen Wissensmanagement. In Bezug auf unsere Software wird KI künftig noch wichtiger: etwa für sprachgesteuerte Modellierung oder die Auswertung von Simulationsergebnissen. Dabei geht es nicht darum, den Menschen zu ersetzen, sondern zu unterstützen.

Wirtschaftsforum: Wohin führt der Weg von FIFTY2 in den kommenden Jahren?

Jens Cornelis: Zum einen wollen wir unsere Führungsrolle im Bereich Wassermanagement weiter ausbauen – durch die Erweiterung unseres Lösungsportfolios und die gezielte Ansprache angrenzender Themenfelder. Zum anderen treiben wir aktiv die Diversifikation voran. Spannend sind für uns vor allem Märkte rund um Elektronik, Wärmepumpentechnik oder Chipfertigung. Überall dort, wo Flüssigkeiten eine Rolle spielen und Simulation einen Mehrwert bietet, sehen wir großes Potenzial.

Wirtschaftsforum: Was liegt Ihnen als Unternehmer darüber hinaus am Herzen?

Jens Cornelis: Zwei Punkte: Erstens, dass unsere Gesellschaft offen bleibt. Wir finden unsere besten Talente weltweit – dafür brauchen wir kulturelle Offenheit, internationale Mobilität und eine klare Absage an Abschottung. Und zweitens wünsche ich mir mehr Entschlossenheit in der Industrie, speziell im Automotive-Sektor. Dort wird aus meiner Sicht noch immer zu zögerlich ent-



KONTAKTDATEN

FIFTY2 Technology GmbH
Tullastraße 80
79108 Freiburg im Breisgau
Deutschland
☎ +49 761 45892380
info@fifty2.eu
www.fifty2.eu

schieden, ob und wie man neue Technologien wie die E-Mobilität wirklich konsequent, mutig und zukunftsorientiert angeht.

FIRMA IN ZAHLEN

2015
GEGRÜNDET

40
MITARBEITER

15
MILLIONEN EUR
UMSATZ

70%
EXPORT

„Wir setzen auf Mitarbeiter ab 50“

Interview mit Benjamin Pastuszak, Geschäftsführer und **Aaron Knoblich,** Geschäftsführer der DTZ Dichtungs-Technik-Ziegler GmbH



2025 haben sie DTZ gemeinsam übernommen: die Geschäftsführer und Inhaber Benjamin Pastuszak (links) und Aaron Knoblich



Der Firmensitz von DTZ in Bünde

Pumpenreparaturen und Gleitringdichtungen sind ihre Spezialität: Die DTZ Dichtungs-Technik-Ziegler GmbH aus Bünde hat auf diesem Gebiet jahrzehntelange Erfahrung. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum berichten die Geschäftsführer Benjamin Pastuszak und Aaron Knoblich von Vielfalt, Vertrauen und Verantwortung.

Wirtschaftsforum: Herr Pastuszak, Herr Knoblich, wie würden Sie Ihr Unternehmen heute beschreiben?

Benjamin Pastuszak: Wir sind ein Reparaturbetrieb für Industriepumpen mit eigener Fertigung für Gleitringdichtungen. Wir sind in der Lage, Pumpen bis zu 16 t zu reparieren; das können nur wenige. Der Kunde bekommt bei uns das komplette Paket aus Instandsetzung, Dichtung, Montage und Service vor Ort. DTZ steht seit über 30 Jahren für Qualität made in Germany.

Aaron Knoblich: Unsere Stärke liegt darin, dass wir alle Schritte selbst in der Hand haben. Wir fertigen die Dichtungen im Haus, bieten Beratung und Fehleranaly-

se an und kümmern uns um den Ausbau und Wiedereinbau der Pumpen. Das schafft Flexibilität und hohe Zuverlässigkeit für unsere Kunden.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet DTZ vom Wettbewerb?

Aaron Knoblich: Wir tauschen keine Teile aus, sondern setzen instand. Das ist heute selten geworden. Uns ist wichtig, dass unsere Mitarbeiter verstehen, wie das Produkt funktioniert und welche Maße entscheidend sind. Diese Erfahrung braucht Zeit – und die nehmen wir uns.

Benjamin Pastuszak: Wir wollen, dass der Kunde am Ende zufrieden ist, selbst wenn das manchmal für uns mehr Aufwand bedeutet. Ehrlichkeit zahlt sich aus. Ein Kunde, der merkt, dass er uns vertrauen kann, bleibt uns treu, oft über Jahrzehnte.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Kunden?

Benjamin Pastuszak: Wir sind in vielen Branchen tätig, von Lebensmitteln über Stahl und Energie, Kläranlagen und Müllverbrennungsanlagen bis hin zu Schwimmbädern. Zu unseren Auftraggebern zählen etwa RWE, Thyssen, HKM, Homann oder CSM. Diese Vielfalt macht uns unabhängig von einzelnen Märkten.

Aaron Knoblich: Besonders in der Stahlindustrie und im Energiesektor sind wir seit Jahren ein



Gleitringdichtungen

verlässlicher Partner. Unsere Kunden wissen, dass sie sich auf uns verlassen können – gerade wenn es brennt und Anlagen stillstehen.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen begegnen Ihnen im Geschäftsalltag?

Aaron Knoblich: Gute Fachkräfte zu finden ist schwierig. Pumpenreparatur lernt man nicht in wenigen Wochen; die Einarbeitung dauert bis zu zwei Jahren. Wir

investieren viel Zeit in Ausbildung und Schulung.

Benjamin Pastuszak: Wir haben die besten Erfahrungen mit erfahrenen Kollegen ab etwa 50 Jahren gemacht. Sie bringen Praxiswissen und Verlässlichkeit mit und wissen, was sie an einem fairen Miteinander haben.

Wirtschaftsforum: Und was treibt Sie beide persönlich an?

Benjamin Pastuszak: Wir sind beide Familienmenschen. Das, was wir tun, tun wir nicht für Titel, sondern für die Menschen hinter dem Unternehmen, also die Mitarbeiter und ihre Familien. So kümmern wir uns inzwischen um 37 Familien.

Aaron Knoblich: Genau das ist unser Antrieb – Verantwortung zu übernehmen, damit jeder hier gern zur Arbeit kommt und am Ende des Tages zufrieden nach Hause geht.



KONTAKTDATEN

DTZ Dichtungs-Technik-Ziegler GmbH
Georg-Meier-Straße 5
32257 Bünde
Deutschland
☎ +49 5223 189640
info@dtz-dichtung.de
www.dtz-dichtung.de



Mitarbeiter beim Zusammenbau einer WasserringVakuumpumpe





In der eigenen Fertigung entstehen Sondergrößen und individuelle Filterlösungen

Aus Überzeugung klar – in Luft, Leistung und Haltung

Saubere Luft ist mehr als ein Komfortfaktor – sie ist Grundlage für Gesundheit, Effizienz und nachhaltige Produktivität. Ob in Produktionsumgebungen, Rechenzentren oder komplexen Industrieanlagen: Filtration sorgt dafür, dass Prozesse sicher, zuverlässig und energieeffizient ablaufen. In diesem anspruchsvollen Umfeld hat sich die Filter-Müller GmbH aus Berlin als verlässlicher Partner etabliert. Seit über vier Jahrzehnten steht das Unternehmen für Qualität, Weitsicht und Kundennähe – mit technischer Präzision, kurzen Entscheidungswegen und klarer Haltung.

Interview mit



Ansgar Schöne,
Geschäftsführer
der Filter-Müller GmbH



Kompaktfilter



Taschenfilter



Schwebstofffilter

Was 1978 als kleiner Handelsbetrieb begann, hat sich unter der Leitung von Ansgar Schöne zu einem modernen Familienunternehmen mit eigener Produktion entwickelt. „Man könnte fast sagen, ich wurde ins Unternehmen hineingeboren“, sagt Schöne, der bereits seit 2009 im Familienbetrieb tätig ist. Ab 2014 übernahm er schrittweise mehr Verantwortung – seit Juli 2024 führt er das Unternehmen nun als alleiniger geschäftsführender Gesellschafter. Die Weiterentwicklung zur heutigen GmbH war dabei kein Bruch, sondern Ausdruck von Kontinuität und Zukunftsorientierung. „Wir wollten die gewach-

sene Struktur in eine moderne, stabile Form überführen“, erklärt Ansgar Schöne.

Filtrationskompetenz mit System und Verantwortung

Filter-Müller steht für maßgeschneiderte Industriefilterlösungen, die technische Präzision, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit miteinander verbinden. Das Unternehmen begleitet seine Kunden entlang der gesamten Prozesskette – von der Planung über die Auswahl bis zur Integration individueller Filtrationssysteme in industrielle Anwendungen. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die eigene Produktion, die aus

strategischer Überzeugung aufgebaut wurde. „Wir wollten Qualität, Lieferzeiten und Flexibilität selbst steuern – das war eine bewusste Entscheidung“, sagt Ansgar Schöne. Die Kombination aus einem großen Lager in Berlin und einer europäischen Fertigung in Polen sichert Filter-Müller heute eine hohe Liefertreue und Reaktionsgeschwindigkeit – selbst in Zeiten gestörter Lieferketten. Während viele Wettbewerber auf Standardprodukte und externe Zulieferer setzen, überzeugt Filter-Müller mit technischer Tiefe, fachkundiger Beratung und echter Systemkompetenz. Das Unternehmen entwickelt energieeffiziente Filter-

konzepte, die Ressourcen schonen und gleichzeitig höchste Reinluftqualität sichern. So entstehen langlebige Lösungen, die in puncto Leistung, Nachhaltigkeit und Zuverlässigkeit Maßstäbe setzen. Im Rahmen der ISO- und Umweltzertifizierung wurde auch die Logistik konsequent optimiert: Routenplanung und Transportprozesse sind heute CO₂-reduziert und tragen damit aktiv zu nachhaltigem Wirtschaften bei. Standardfilter werden direkt ab Lager in Berlin bereitgestellt, die Belieferung der gesamten DACH-Region erfolgt über bewährte Speditionen und Logistikpartner wie DHL und GLS – schnell, präzise und zuverlässig.

Schnelligkeit und Nähe als Markenkern

„Schnelligkeit ist für uns kein Schlagwort, sondern Teil unseres Selbstverständnisses“, betont Ansgar Schöne. Kurze Wege, direkte Entscheidungen und klare Zuständigkeiten machen es möglich, individuelle Kundenwünsche in kürzester Zeit umzusetzen. Viele langjährige Partner schätzen diese Verlässlichkeit ebenso wie die persönliche Beratung. „Menschen kaufen von Menschen – das gilt auch im technischen

bleibt der persönliche Kontakt entscheidend. „Kundenbeziehungen leben vom Austausch – daran hat sich auch im digitalen Zeitalter nichts geändert.“

Miteinander als Stärke

Filter-Müller ist ein Familienunternehmen, das Verantwortung lebt – für seine Mitarbeitenden, seine Partner und seine Kunden. Vertrauen, Verlässlichkeit und gegenseitiger Respekt prägen die Zusammenarbeit. „Es geht nicht um Benefits, sondern um Hal-

fest etabliert hat, richtet sich der Blick zunehmend auf die Zukunft. Große Potenziale sieht das Unternehmen in der Belüftung von Rechenzentren und im öffentlichen Nahverkehr, wo moderne Mobilitätskonzepte neue Anforderungen an Luftqualität und Filtration stellen. Darüber hinaus entstehen durch die wachsende Bedeutung von Energie- und Umwelttechnik neue Chancen für innovative Filtrationslösungen – etwa bei Abluftreinigung, Partikelabscheidung oder ressourcenschonen-

Kompetenzfelder entstehen durch Erfahrungstransfer, strategische Partnerschaften und den kontinuierlichen Ausbau des technischen Know-how. „Unsere Erfahrung ist die Grundlage, auf der wir neue Anwendungen und Märkte erschließen“, betont Ansgar Schöne. „Wir wollen Lösungen schaffen, die Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit und technische Exzellenz verbinden.“

Tradition und Zukunft in Balance

Verlässlichkeit, Weitsicht und Verantwortung prägen Filter-Müller seit der Gründung. Ansgar Schöne führt das Unternehmen in 2. Generation mit dem Ziel, Bewährtes zu bewahren und Neues mutig weiterzuentwickeln. „Unsere Stärke liegt darin, Wandel als Teil unserer Entwicklung zu begreifen“, sagt er. Das Unternehmen wächst aus eigener Kraft, bleibt dabei aber familiär und bodenständig. „Ich wünsche mir, dass eines meiner Kinder die Firma eines Tages weiterführt. Diese Perspektive motiviert mich, Filter-Müller langfristig zukunftsfähig aufzustellen.“ Mit dieser Haltung – technologisch präzise, menschlich verbindlich und strategisch vorausschauend – steht Filter-Müller für das, was den deutschen Mittelstand stark macht: unternehmerische Verantwortung, gelebte Qualität und echte Kompetenz – aus Überzeugung klar in Luft, Leistung und Haltung.



Aktivkohlepatronen



Korrosionsschutz in der Gasphase

FILTER MÜLLER

Filter-Müller GmbH

Motzener Straße 7

12277 Berlin

+49 30 6068888

info@filter-mueller.de

www.filter-mueller.de

Bereich“, sagt der Geschäftsführer. Dieser persönliche Ansatz, gepaart mit technischer Präzision, bildet den Kern der Unternehmenskultur von Filter-Müller.

Digitalisierung mit Weitblick

Digitalisierung spielt bei Filter-Müller eine unterstützende Rolle: Sie sorgt für reibungslose Abläufe und klare Strukturen – von der Lagerverwaltung bis zur Auftragssteuerung. „Digitale Prozesse helfen uns, schneller und transparenter zu arbeiten, damit wir uns ganz auf das Wesentliche konzentrieren können – auf unsere Filtrationskompetenz“, erklärt Ansgar Schöne. Trotz moderner Systeme

„Dadurch, Menschen wertzuschätzen und Verantwortung gemeinsam zu tragen.“ Viele Mitarbeitende sind seit Jahren im Unternehmen tätig und geben ihr Wissen an die nächste Generation weiter. Dieses gewachsene Know-how ist ein wesentlicher Teil der Qualität, für die Filter-Müller steht. Entscheidungen werden gemeinsam getroffen, Ideen ernst genommen – und Erfolg wird als Gemeinschaftsleistung verstanden.

Zukunft denken, Kompetenzen erweitern

Während sich Filter-Müller in klassischen Industriebereichen

den Kreislaufsystemen. Auch im Maschinen- und Anlagenbau erweitert Filter-Müller seine Kompetenzen gezielt: Maßgeschneiderte Filtrationssysteme werden hier zunehmend zu einem festen Bestandteil moderner Produktionsprozesse. Ein weiterer Zukunftsbereich ist der Korrosionsschutz, in dem Filter-Müller seine technische Expertise vertieft. Durch die Verbindung von Filtration und vorbeugender Instandhaltung werden industrielle Anlagen langfristig effizienter, wartungsärmer und umweltfreundlicher betrieben. Das Unternehmen setzt auf organisches Wachstum und gezielte Kooperationen. Neue

„Wir brauchen mehr Pragmatismus“



Interview mit



René Rose Stüber,
Geschäftsführerin
der Leybold GmbH



KONTAKTDATEN

Leybold GmbH
Bonner Straße 498
50968 Köln
Deutschland
☎ +49 221 3471112
sales@leybold.com
www.leybold.com

Leybold ist kompetenter Ansprechpartner für Vakuumpumpen

Wirtschaftsforum: Frau Stüber, Leybold blickt auf eine lange Geschichte zurück. Welche Meilensteine waren aus heutiger Sicht besonders wichtig?

René Rose Stüber: Wir haben in den vergangenen Jahrzehnten viele technologische Sprünge erlebt, insbesondere in der Entwicklung von Turbopumpen. Ein entscheidender Schritt war die Abkehr von ölgeschmierten zu komplett trockenen Technologien. Das war nicht nur ein technischer Fortschritt, sondern auch ein Beitrag zu mehr Umweltfreundlichkeit. Parallel dazu spielt die

Seit 175 Jahren entwickelt die Leybold GmbH aus Köln Vakuumtechnologien, die in Forschung, Industrie und High-Techprozessen unverzichtbar sind. Das Traditionsunternehmen ist heute Kompetenzzentrum für trockenlaufende Schraubepumpen und Turbomolekularpumpen. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum erläutert die Geschäftsführerin René Rose Stüber, warum Tempo, Automatisierung und Mut zum Ausprobieren über die Zukunft des Unternehmens entscheiden.

Digitalisierung in der Fertigung eine immer größere Rolle. Der Ausgleich zwischen Mensch und Maschine wird in Deutschland zunehmend wichtiger, um international wettbewerbsfähig zu bleiben. Automatisierung und digitale Prozesse sind deshalb zentrale Erfolgsfaktoren.

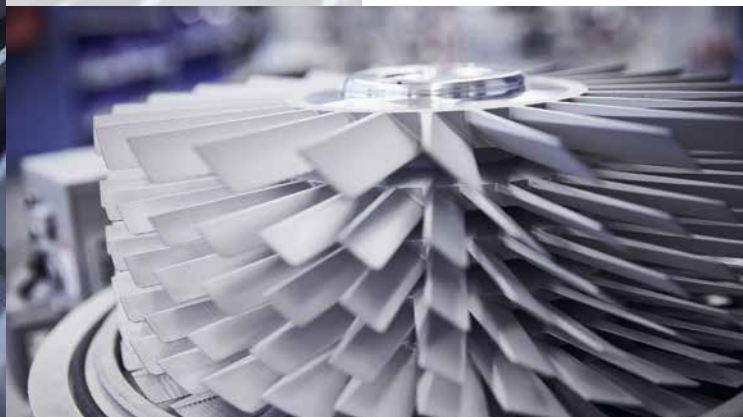
Wirtschaftsforum: Seit 2016 gehört Leybold zur Atlas Copco Gruppe. Wie hat sich diese Integration ausgewirkt?

René Rose Stüber: Die Integration dauert noch an, vor allem wegen der kulturellen Umstellung. Atlas Copco hat stark in den Standort investiert, in Maschinen, Prozesse, Weiterbildung und Infrastruktur. Wir verfolgen konsequent das Ziel, bis 2030 komplett CO₂-neutral zu produzieren. Fast alle Bereiche sind bereits umgestellt, nur bei der Heizung arbeiten wir noch an einer Lösung.

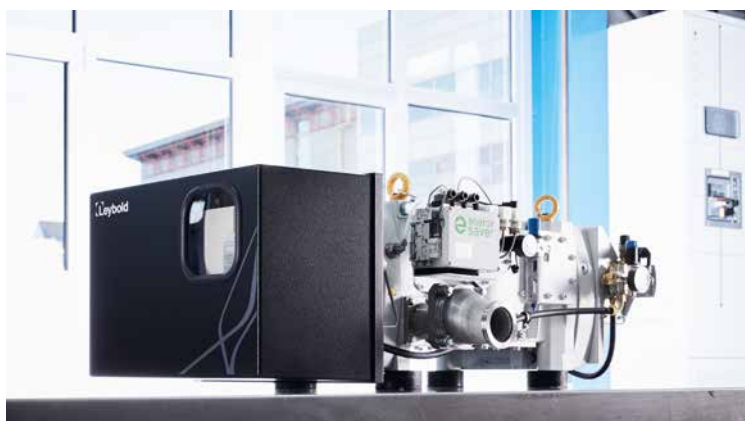
Wirtschaftsforum: Welche Bedeutung hat der Standort Köln innerhalb der Gruppe, und wie hat

sich das Unternehmen personell entwickelt?

René Rose Stüber: Köln ist das globale Kompetenzzentrum für trockenlaufende Schraubepumpen im industriellen Bereich und für Turbomolekularpumpen innerhalb der Atlas Copco Gruppe. Wir entwickeln und fertigen hier komplette Systeme. Wichtig ist die enge Verzahnung von Entwicklung und Produktion; Engineering und Fertigung müssen Hand in Hand arbeiten, damit Wissen direkt zurückfließt und Produkte stetig besser werden. In Köln beschäftigen wir rund 870 Mitarbeiter. Wir mussten unsere Größe etwas anpassen – unter anderem aufgrund von Veränderungen am chinesischen Markt und im Solarsektor. Viele Kollegen sind in den Ruhestand gegangen, wodurch wir einen sozialverträglichen Generationswechsel gestalten konnten. Besonders stolz bin ich darauf, dass wir sogar Mitarbeiter in 3. Generation haben. Das zeigt, wie tief Leybold in Köln



Leybold fertigt hochtechnologische Vakuumtechnik-Komponenten



Trockenlaufende Industrievakuumpumpe



Bei Leybold gehen Entwicklung und Produktion Hand in Hand

verwurzelt ist und wie stark die Identifikation mit dem Unternehmen ist.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen Digitalisierung und KI bei Ihnen?

René Rose Stüber: Eine immer größere. Wir testen KI bereits in der Produktion und nutzen sie in alltäglichen Anwendungen, etwa für Dashboards oder Performance Management. Ohne KI wird man künftig nicht mehr wettbewerbsfähig sein. Was uns bremst, sind allerdings die Datenschutzbestimmungen. Sie verlängern viele Prozesse, weil jede Softwarelösung erst geprüft und freigegeben werden muss. In Deutschland haben wir dadurch einen Nachteil gegenüber Ländern, die solche Projekte schneller umsetzen können.

Wirtschaftsforum: Was macht Leybold Ihrer Meinung nach so erfolgreich – und was wird künftig entscheidend sein?

René Rose Stüber: Unser größter Erfolgsfaktor ist die technische Kompetenz. Es gibt Fertigungs- und Entwicklungs-Know-how, das weltweit kaum jemand kopieren kann. Aber die Zukunft wird von Kompromissfähigkeit und der Fähigkeit zu schnellen Entscheidungen abhängen. In Deutschland neigen wir dazu, lange zu diskutieren. Während wir noch überlegen, haben andere schon geliefert. Wir müssen schneller handeln und akzeptieren, dass Perfektion nicht immer der beste Weg ist. Früher war Produktentwicklung ein streng linearer Prozess mit langen Phasen der Planung und Tests. Heute reicht das nicht mehr. Wir müssen flexibler agieren – im

besten Sinne agil. Das heißt: schneller ausprobieren, kombinieren und mutiger Entscheidungen treffen. Manchmal ist eine Simulation der bessere Weg, manchmal ein realer Test. Wichtig ist, dass wir rasch marktfähig werden. Geschwindigkeit entscheidet im globalen Wettbewerb.

Wirtschaftsforum: Welche Vision haben Sie für das Unternehmen?

René Rose Stüber: Ich wünsche mir, dass Leybold in 25 Jahren sein 200-jähriges Jubiläum feiern wird und wir bis dahin weiter das globale Technologiezentrum für Vakuumlösungen bleiben. Die Tradition von Ernst Leybold und den Pionieren dieser Technologie soll fortleben. Wir wollen Innovationen ermöglichen, ob in der Robotik, der Raumfahrt oder in neuen Produktionsverfahren. Und wir wollen

ein echtes Kölner Unternehmen bleiben, mit Menschen, die mit Herzblut dabei sind.

Wirtschaftsforum: Und was motiviert Sie persönlich in Ihrer Arbeit?

René Rose Stüber: Die Menschen. Wenn ich sehe, wie stolz unsere Mitarbeiter sind, wenn sie ein neues Produkt erfolgreich auf den Markt gebracht oder die tausendste Pumpe gefertigt haben, ist das unbezahlbar. Dieses Miteinander, der Zusammenhalt, das ist meine Motivation. Deshalb komme ich jeden Tag ins Werk, obwohl ich im Homeoffice arbeiten könnte. Ich möchte die Menschen sehen, mit ihnen sprechen, sie unterstützen.



Am Kölner Standort wird geplant, entwickelt und produziert



Chlordioxid aus Hannover für die Welt



Produktion und Logistik am Standort Wedemark. Von hier aus liefert Dr. Küke Chlordioxid-Produkte für Wasseraufbereitung weltweit



Die Dr. Küke GmbH aus Wedemark bei Hannover hat sich auf einen einzigen Wirkstoff fokussiert: Chlordioxid. Von Brauereien über Krankenhäuser bis zu Industriebetrieben – überall dort, wo desinfiziert werden muss, kommen die Produkte des Familienunternehmens zum Einsatz. Ein Gespräch mit Geschäftsführer Boris Hinz über Nischenstrategie und White Label und darüber, warum Chemie besser ist als ihr Ruf.

Wirtschaftsforum: Herr Hinz, Sie sind seit 13 Jahren bei der Dr. Küke GmbH. Wie hat sich das Unternehmen entwickelt?

Boris Hinz: Als ich 2012 anfang, waren wir vier Leute. Heute sind wir 37 Mitarbeiter, allein im letzten Jahr kamen zwölf dazu. Die Firma wurde 1996 als Ausgründung der TU Hannover gegründet. Dr. Fritz Küke (Gründer) hat als Chemiker ein patentiertes Verfahren entwickelt, um Chlordioxid sicher und stabil zu erzeugen – vorher war dieser Desinfektionsstoff mit Explosionsgefahr und Korrosion ver-

bunden. Wir mussten als Unternehmen jahrelang Gremienarbeit leisten, um das Verfahren in regulierten Bereichen wie Trinkwasser überhaupt einsetzen zu dürfen.

Wirtschaftsforum: Wofür wird Chlordioxid eingesetzt?

Boris Hinz: Zur Desinfektion und Entfernung von Biofilm, überall dort, wo Wasser befördert, gelagert oder verbraucht wird – von Trinkwasser über industrielle Kühlsysteme bis zur Lebensmittelindustrie. Das Kundenspektrum reicht vom Camper über Kran-

kenhäuser bis zum Chemiewerk. Wasserbehandler setzen dort ein Portfolio aus Pumpen, Messtechnik und verschiedenen Chemikalien zur Wasseraufbereitung ein. Wir sind Biozidhersteller und auf diesen einen Wirkstoff ausgerichtet. Wir bieten unterschiedlichste Chlordioxid-Erzeugungssysteme in verschiedenen Gebindegrößen an – von der 5-ml-Ampulle bis hin zum 1000-l-Container. Zu 95% verkaufen wir als White Label.

Wirtschaftsforum: Was macht Ihrer Meinung nach den Erfolg von Dr. Küke aus?

Interview mit

Boris Hinz,

*Geschäftsführer
der Dr. Küke GmbH*

Boris Hinz: Der Hauptpunkt ist eindeutig die Regulatorik. Wir haben vor fast zehn Jahren unseren Fokus darauf gelegt, weil wir wussten: Die Biozidprodukte-Verordnung wird kommen. Wasserbehandler müssen wissen: Sind die Produkte zugelassen für diese Anwendung mit diesem Stoff in diesem Land? Unsere Abteilung Regulatory Affairs ist heute stärker besetzt als unsere Produktion. Natürlich gibt es viele andere Hersteller, die Stoffe herstellen, die als Biozid eingesetzt werden können, ohne dass das ihr eigentlicher Schwerpunkt ist. Nehmen



Eine Mitarbeiterin prüft Proben zur Qualitätssicherung – Grundlage für stabile und sichere Chlordioxidlösungen



Anlagen zur Herstellung und Dosierung des Wirkstoffs Chlordioxid



Regulatorik, Forschung und Entwicklung im Fokus: Überwachung, Dokumentation und Zulassungsmanagement

wir Chlor: Es wird meist nicht primär hergestellt, um Wasser zu desinfizieren. Bei uns ist das anders: Wir produzieren Chlordioxid gezielt als Desinfektionsmittel. Dafür haben wir unser Wirkstoffdossier bei der europäischen Chemikalienagentur eingereicht und verfügen über die komplette Analytik im Hintergrund. Somit können wir gewährleisten, dass die Kunden tiefgreifende Antworten zu ihren Anliegen bekommen. Die Kunden fühlen sich bei uns sicher aufgehoben. Mir fällt kein Wettbewerber ein, der sich so konsequent auf Chlordioxid konzentriert wie wir. Wir bedienen eine Nische, und darin haben wir eine sehr gefestigte Position.

Wirtschaftsforum: Warum ist die Regulatorik bei Ihnen stärker besetzt als die Produktion?

Boris Hinz: Das ist tatsächlich außergewöhnlich. Die Gründe für Regulierung akzeptiere ich vollkommen, schließlich wollen wir alle eine gesunde und sichere Zukunft. Aber gleichzeitig steht man als Chemieunternehmen oft unter Generalverdacht. Wir erleben in nahezu allen Bereichen einen massiven regulatorischen Über-

bau, der freies und effizientes Arbeiten zunehmend erschwert. Ich wünsche mir deshalb einen Bürokratieabbau – allerdings ausdrücklich nicht auf Kosten von Qualität, Umwelt oder Sicherheit. Es geht darum, unnötige Hürden zu beseitigen, ohne Abstriche bei den wichtigen Zielen zu machen. Wir brauchen eine Regulierung, die sinnvoll gestaltet ist und einen klaren, praktikablen Rahmen vorgibt.

Wirtschaftsforum: Nachhaltigkeit ist in vielen Bereichen zu einem zentralen Thema geworden. Welche Rolle spielt sie in Ihrem Arbeitsumfeld?

Boris Hinz: Der Begriff ist für mich inflationär geworden. Für uns ist selbstverständlich, dass wir nichts und niemandem bewusst schaden: Umwelt, Mensch, Tier, Boden, Wasser. Auch wir haben Solaranlage, Wärmepumpe, E-Fuhrpark – weil es sich rentiert. Aber ist das wirklich Nachhaltigkeit? Ich habe oft das Gefühl, dass die Chemiebranche

unter Generalverdacht steht. Das Problem ist die Wahrnehmung der Chemie. Mir fallen keine Chemieunternehmen ein, die absichtlich Abfälle verklappen. Wenn man sich ansieht, wieviel die Branche zur Lösung beiträgt statt zum Problem, ist das beeindruckend. CO₂-Einsparung durch Kühlsysteme, Legionellen-Reduktion, Bevölkerungsschutz – wir versuchen, Teil der Lösung zu sein.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Ihre Zukunftspläne aus?

Boris Hinz: Wir eröffnen im zweiten Quartal 2026 einen neuen Produktionsstandort in Deutschland. Letztes Jahr haben wir in Frankreich eine Tochtergesellschaft gegründet. Die Strategie ist Wachstum, ob durch Ausweitung des

Wassermarktes oder in andere Länder. Unser Claim: Chlordioxid kommt von Dr. Kücke, und zwar überall. Wir haben eine ehrgeizige Marschrichtung. Außerdem liegt mir am Herzen, dass wir als Chemieunternehmen sichtbar werden und zeigen können, wie wichtig die Chemie für Deutschland und Europa ist. Die Branche steckt in existenziellen Schwierigkeiten, da ist jede Form von Sichtbarkeit gut. Ich möchte keine kurzfristige Profitsteigerung durch die Not anderer. Dazu zählt leider auch der Ausstieg einiger Firmen aus der Branche. Wenn der Wettbewerb nicht mehr da ist, wird es uns allen langfristig schlechter gehen – denn eine gesunde Konkurrenz ist wichtig für Qualität, Vielfalt und Weiterentwicklung.



Container und Lkw sorgen dafür, dass Kunden zuverlässig beliefert werden



KONTAKTDATEN

Dr. Kücke GmbH
Langer Acker 33
30900 Wedemark
Deutschland
☎ +49 5130 971960
info@drkueke.com
www.drkueke.com

„Digitalisierung im Bau voranbringen“



Herzlich willkommen: Der Firmensitz von Euro Massiv Bau in Duisburg



Gut beraten: Die Experten von Euro Massiv Bau erklären, was sinnvoll und machbar ist

Interview mit



Frank Wittig,
Geschäftsführer
der Euro Massiv Bau GmbH

Wer baut, wünscht sich ein genau auf ihn zugeschnittenes Eigenheim. Die Euro Massiv Bau GmbH mit Sitz in Duisburg ist spezialisiert auf individuell geplante, schlüsselfertige Einfamilienhäuser. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum berichtet Geschäftsführer Frank Wittig von einer Zweiteilung im Markt, Zusammenhalt und Digitalisierung im Bau, die manchmal noch sehr analog ist.

Wirtschaftsforum: Herr Wittig, Sie haben die Euro Massiv Bau GmbH 2008 gegründet. Wie hat sich das Unternehmen seitdem entwickelt?

Frank Wittig: Wir sind als Generalunternehmer gestartet und planen und bauen hochwertige, schlüsselfertige Einfamilienhäuser. Heute beschäftigen wir elf Mitarbeiter, arbeiten mit einem festen Stamm an Partnern und erzielen einen Jahresumsatz von rund 15 Millionen EUR. Die Entwicklung war insgesamt sehr stabil, abgesehen von der Coronazeit, die uns wie viele andere auch eine Durststrecke von rund anderthalb Jahren beschert hat. Danach konnten wir schnell wieder an die

vorherige Zeit anknüpfen. Unser Wachstum verlief organisch, ohne große Sprünge, allein durch Weiterempfehlungen. Das zeigt, dass Qualität langfristig trägt.

Wirtschaftsforum: Wie beurteilen Sie die aktuelle Situation in der Baubranche?

Frank Wittig: Der Markt verändert sich deutlich. Wir sind im mittleren bis gehobenen Preissegment tätig. Das war von Anfang an unser Konzept. Ich sehe eine Entwicklung hin zu einer Zweiteilung: Viele können sich das Bauen künftig nicht mehr leisten, aber diejenigen, die bauen, erwarten Qualität und Service. Wir bedienen genau dieses Klientel. Ich

gehe davon aus, dass sich der Markt weiter sortieren wird – Anbieter ohne solides Fundament werden verschwinden, während Unternehmen mit stabiler Struktur und klarer Qualitätsausrichtung bestehen bleiben.

Wirtschaftsforum: Wie sieht Ihr Leistungsspektrum als Komplettanbieter konkret aus?

Frank Wittig: Unser Kerngeschäft sind individuell geplante Einfamilienhäuser, gelegentlich auch kleinere Mehrfamilienhäuser. Wir bauen keine Typenhäuser, sondern ausschließlich Unikate. Der Kunde bringt in der Regel sein Grundstück mit, wir prüfen das Baurecht, planen

mit unserem Architektenteam und realisieren ein maßgeschneidertes Haus. Dabei erhält er das komplette Leistungspaket aus einer Hand, mit Planung, Bauleitung, Festpreis- und Bauzeitgarantie. Das unterscheidet uns vom klassischen Architektenauftrag, bei dem jedes Gewerk einzeln vergeben werden muss und Preis- und Terminsicherheit fehlen.

Wirtschaftsforum: Wie gelingt es Ihnen, diese Qualität dauerhaft sicherzustellen?

Frank Wittig: Wir arbeiten seit Jahren mit denselben Handwerksbetrieben zusammen, was eine gleichbleibend hohe Qualität gewährleistet. Unsere Bauleiter sind fest angestellt und betreuen jedes Projekt intensiv. Zudem werden wir von unabhängigen Instituten überprüft. Die Kunden be-



werten jedes Gewerk, und unsere Wiederempfehlungsquote liegt seit Jahren konstant zwischen 87% und 92%. Wir analysieren die Ergebnisse genau und reagieren, wenn einzelne Bereiche schwächer abschneiden.

Wirtschaftsforum: Der Fachkräftemangel beschäftigt viele Branchen. Trifft er auch Sie?

Frank Wittig: Uns selbst betrifft das kaum. Viele Mitarbeiter sind seit der Gründung dabei. Das zeigt, dass unser Betrieb als Arbeitsplatz geschätzt wird. Wir sind ein kleines, familiäres Team, das sich seit Jahren kennt. Diese Atmosphäre pflegen wir bewusst, mit gemeinsamen Veranstaltungen, an denen auch die Familien teilnehmen. Das schafft Zusammenhalt und Loyalität. Unsere Partnerbetriebe spüren den Fachkräftemangel allerdings deutlich stärker.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Digitalisierung in Ihrem Unternehmen – und wo sehen Sie Herausforderungen?

Frank Wittig: Wir arbeiten intern weitgehend papierlos. Alle Bauleiter greifen digital auf unsere Server zu und haben alle Unterlagen auf dem Tablet dabei. Das spart Zeit und vermeidet Fehler. Problematisch ist jedoch die Zusammenarbeit mit den Behörden: Viele Bauämter verlangen weiterhin Unterlagen in Papierform. Wenn wir hunderte Seiten Statik ausdrucken müssen, ist das einfach nicht mehr zeitgemäß. Das Thema ist politisch erkannt,

aber die Umsetzung dauert. Mein Wunsch wäre, die Digitalisierung im Bauwesen so schnell wie möglich voranzubringen.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die Zukunft Ihres Unternehmens?

Frank Wittig: Ich strebe kein größeres Wachstum an. Wichtig ist, dass wir das, was wir tun, auf hohem Niveau fortführen. Zufriedene Kunden und stabile Strukturen sind mir wichtiger als Umsatzrekorde.

Wirtschaftsforum: Und was motiviert Sie persönlich?

Frank Wittig: Mein Antrieb ist, dieses Unternehmen langfristig erfolgreich zu führen und irgendwann in gute Hände zu übergeben. Die größte Motivation bleibt aber das persönliche Erlebnis: Wenn ich jungen Familien den Schlüssel zu ihrem neuen Haus überreiche und weiß, dass wir ihren Traum realisiert haben – das ist jedes Mal ein besonderer Moment.



KONTAKTDATEN

Euro Massiv Bau GmbH
Dr.-Alfred-Herrhausen-Allee 50a
47228 Duisburg
Deutschland
☎ +49 2065 890350
info@euro-massiv.de
www.euro-massiv.de



Abgestuft: Hier haben mehrere Wohnparteien Platz



Wohnhaus in Duisburg-Angermund



Einfamilienhaus mit Satteldach in Krefeld

„Wir denken mit und liefern Lösungen“

Die Metallverarbeitungsbranche steht unter Druck: Digitalisierung, Fachkräftemangel und globale Lieferketten stellen Unternehmen vor große Herausforderungen. Wer heute erfolgreich sein will, muss flexibel agieren und Prozesse durchdenken. Ein Beispiel für diese Entwicklung ist die Alfred Kron GmbH aus Solingen. Das Familienunternehmen verbindet spezialisierte Biege- und Stanztechnik mit einer beachtlichen Fertigungstiefe – und setzt dabei auf Zukunftsthemen wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung.

Gegründet 1903, wird das Unternehmen heute in 4. Generation geführt. „Und die 5. bereitet sich bereits auf die Übernahme vor“, berichtet Christian Hofmann, Vertriebsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung. Die Fertigungstiefe wurde in den vergangenen Jahren deutlich erweitert: Neben klassischer Biegetechnik produziert Kron heute auch Kunststoff-Spritzgussteile und Hybridbauteile. Verpackung und Reinigung gehören ebenfalls zum Portfolio.

Global vernetzt, lokal verankert

In Projektmeetings mit Partnern aus Indien, China oder Südamerika zeigt sich die internationale Ausrichtung der Alfred Kron GmbH besonders deutlich. Globale Lieferketten und internationale Kundenstrukturen sind längst Realität. Dennoch bleibt der deutschsprachige Raum mit Deutschland, Österreich und der Schweiz der wichtigste Markt. „Wir steuern alles zentral aus Solingen. Vertriebsbüros im Ausland wären für uns aktuell nicht wirtschaftlich sinnvoll“, betont Christian Hofmann. Die Digitalisierung hat neue Chancen eröffnet, Kunden auch



Vielfalt aus einer Hand: Die Alfred Kron GmbH fertigt komplexe Metall- und Hybridbauteile für unterschiedlichste Branchen

über große Distanzen effizient zu betreuen. Persönliche Gespräche sind seltener geworden, was Veränderungen im Vertriebsalltag mit sich bringt. „Gerade beim Aufbau neuer Kundenbeziehungen oder der Entwicklung technischer Lösungen ist es wichtig, Details auch zwischen den Zeilen erfassen zu können“, erklärt Christian Hofmann.

Wissen erhalten, Prozesse optimieren

Neben der globalen Ausrichtung beschäftigt auch der Fachkräftemangel das Unternehmen. Alfred Kron investiert kontinuierlich in Ausbildung und sorgt für altersgemischte Teams. Aktuell zählt das Unternehmen 90 Beschäftigte. Gleichzeitig wird der digitale Wandel gezielt vorangetrieben – unter

Interview mit
Christian Hofmann,
Vertriebsleiter
der Alfred Kron GmbH



KONTAKTDATEN

Alfred Kron GmbH
Löhdorfer Straße 186
42699 Solingen
Deutschland
☎ +49 212 262250
info@kron-solingen.de
www.kron-solingen.de

anderem durch Maschinenüberwachung, digitale Werkzeugkarten oder den Einsatz von KI zur Datenanalyse. Auch beim Thema Nachhaltigkeit ist Kron aktiv: Seit der Teilnahme am Ökoprofit-Programm wurde der CO₂-Footprint des Unternehmens ermittelt. Einzelne Produkt-Footprints sind in Arbeit – besonders für Kunden aus der Automobilbranche ein zunehmend wichtiger Aspekt.

Stanztechnik plus Mehrwert

Technologisch hebt sich Alfred Kron durch die Verbindung von Stanz-, Biege- und Kunststofftechnik ab – ein Vorteil, den in dieser Tiefe nur wenige Unternehmen bieten. Ergänzt durch moderne Reinigungs- und Verpackungstechnik im Sauberraum kann das Unternehmen komplett montierte und gereinigte Baugruppen liefern – ein echter USP. „Wir denken mit und liefern Lösungen, keine Einzelteile“, bringt es Christian Hofmann auf den Punkt.

Kontakte

Alfred Kron GmbH
Löhdorfer Straße 186
42699 Solingen
Deutschland
☎ +49 212 262250
info@kron-solingen.de
www.kron-solingen.de

Conrad Mollenhauer GmbH
Weichselstraße 27
36043 Fulda
Deutschland
☎ +49 661 94670
info@mollenhauer.com
www.mollenhauer.com

Dr. Küke GmbH
Langer Acker 33
30900 Wedemark
Deutschland
☎ +49 5130 971960
info@drkueke.com
www.drkueke.com

DTZ Dichtungs-Technik-Ziegler GmbH
Georg-Meier-Straße 5
32257 Bünde
Deutschland
☎ +49 5223 189640
info@dtz-dichtung.de
www.dtz-dichtung.de

Euro Massiv Bau GmbH
Dr.-Alfred-Herrhausen-Allee 50a
47228 Duisburg
Deutschland
☎ +49 2065 890350
info@euro-massiv.de
www.euro-massiv.de

FIFTY2 Technology GmbH
Tullastraße 80
79108 Freiburg im Breisgau
Deutschland
☎ +49 761 45892380
info@fifty2.eu
www.fifty2.eu

Filter-Müller GmbH
Motzener Straße 7
12277 Berlin
☎ +49 30 6068888
info@filter-mueller.de
www.filter-mueller.de

implantcast GmbH
Lüneburger Schanze 26
21614 Buxtehude
Deutschland
☎ +49 4161 7440
info@implantcast.de
www.implantcast.de

Leybold GmbH
Bonner Straße 498
50968 Köln
Deutschland
☎ +49 221 3471112
sales@leybold.com
www.leybold.com

Scala Design
Technische Produktentwicklung GmbH
Robert-Bosch-Straße 9
71116 Gärtringen
Deutschland
☎ +49 7034 998940
scala@scala-design.de
www.scala-design.de

Wella Germany GmbH
Berliner Allee 65
64295 Darmstadt
Deutschland
info@wellacompany.com
www.wellacompany.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