

Starker Mittelstand



Interview:

Connect. Control. Protect.

mit Karsten Nitsch, Geschäftsführer der Cattron GmbH, Seite 04

Porträts:

› **Ultimo Software Solutions GmbH**, Seite 14

› **Allu Deutschland GmbH**, Seite 22



Ist Ihre IT fit für die Zukunft?

PROVIDING
DIGITAL EXCELLENCE
SINCE 2008



+49 800 1 230 230

www.demicon.de



Berlin | Hamburg | München | Stuttgart



Platinum
Solution Partner
ENTERPRISE



partner
network

Advanced
Consulting
Partner

Starker Mittelstand

04



Karsten Nitsch,
Geschäftsführer
der Cattron GmbH

06



Philipp Batman,
Geschäftsführer
der demicon GmbH

08



Dipl. jur. Frank Dannenberg ,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der HADRIAN GmbH & Co.

10



Ronny Newrly,
Vertriebsleiter und
Sebastian Jung,
Leiter Industrial
Engineering
der Selectrona GmbH

12



Hendrik Tönisen,
Geschäftsführer
der Tönisen
Bedachungs GmbH

14



Oliver Kaiser,
German Sales Director
der Ultimo Software
Solutions GmbH

16



Matthias Besenfelder,
Vorstand
der BROCKHAUS AG

18



Maurice Glissmann,
und
Daniel Vogler,
Gründer und CEOs der
AMZSCALE / AMACOA
GmbH

20



Dirk Moll,
Geschäftsführer
der Allu Deutschland
GmbH

22



Michael Herold,
Geschäftsführer
der UNITANK Betriebs-
und Verwaltungs
GmbH

24



novomind AG

Kontakt Seite 26

Connect. Control. Protect.

Fernsteuerung, Monitoring und Konnektivität sind zu Schlüsselwörtern in der Industrie geworden, um ein Höchstmaß an Präzision und Effizienz zu gewährleisten. Die Cattron GmbH aus Krefeld zeichnet sich hier durch integrierte benutzerfreundliche Lösungen aus, die hochfunktional und zugleich sicher sind. Mit diesem Konzept ist das Unternehmen seit einigen Jahren auf internationalem Wachstumskurs. Wir sprachen mit Geschäftsführer Karsten Nitsch über aktuelle Themen, Innovationen und Trends am Markt.

Interview mit



*Karsten Nitsch,
Geschäftsführer
der Cattron GmbH*

Wirtschaftsforum: Herr Nitsch, was sind aktuell die Kernbereiche bei Cattron und wo sehen Sie sich hier am Markt?

Karsten Nitsch: Unsere Steckenpferde sind auf jeden Fall die Themen Equipment für Brückenkranen und der Bahnbereich. Der Markt für Brückenkranen ist hart umkämpft. Es gibt einige große Player und zudem hat der Markt in den letzten 1,5 Jahren durch die Krise stark gelitten. Hier sehe ich Cattron im soliden Mittelfeld positioniert. Im Bahnbereich sind wir in Europa der Marktführer. Durch den EU Green Deal erlebt der Markt zurzeit einen enormen Aufschwung und hat sich im letzten Jahr gut stabilisiert.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen und Neuentwicklungen gibt es aktuell von Cattron?

Karsten Nitsch: Im Bahnbereich sind wir jetzt mit EC/LO Pro™ aktiv am Markt. Der Bahnmarkt hat sehr lange Zyklen und wir haben die Lösung seit 2020 massiv ausgerollt. Wir bedienen sowohl die

großen, namhaften Lokhersteller sowie auch die kleineren Betreiber. Aktuell sind im Bahnsektor die Zulassung und die Regulatorik die große Herausforderung. Durch das 4. Eisenbahnpaket entstehen für alle Marktbeteiligten neue Auflagen. Die Zulassungskosten und -zeiträume werden noch einmal in die Höhe getrieben. Man bewegt sich in einem enormen Spannungsfeld: Einerseits hat der Markt großes Wachstumspotenzial, gleichzeitig

steigen der Aufwand und die Kosten massiv.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Cattron in diesem Spannungsfeld von anderen Wettbewerbern?

Karsten Nitsch: Wir beherrschen die Regulatorik, erfüllen alle Standards und Anforderungen und haben langjährige Erfahrung. Das ist ein entscheidender Aspekt im Wettbewerb, gerade im Bestands-

kundenmarkt. Wir können nachweisen und auch erläutern, dass und warum unsere Produkte alle Anforderungen erfüllen.

Wirtschaftsforum: Mit welchen Innovationsthemen beschäftigen Sie sich rund um das Thema Brückenkranen?

Karsten Nitsch: Wir bringen zurzeit einige neue Produkte auf den Markt. Das Credo unserer Lösungen ist immer, funktionale Sicherheit und gleichzeitig einfache Bedienkonzepte zu bieten. Damit treffen wir genau die Anforderungen der Bediener. Bevor wir in neue Entwicklungen gehen, fragen wir die Kunden konkret nach ihren Bedürfnissen. Oft haben sie verschiedene Hersteller im Einsatz. Wir verkaufen also keine Produkte, sondern entwickeln auf die Anforderungen abgestimmte Gesamtlösungen, mit denen man Wandel gestalten kann.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt bei dieser Gestaltung des Wandels das Thema Digitalisie-



Die S-Serie von Cattron: Die drahtlose Fernbedienung ist für die Steuerung von zum Beispiel Brückenkranen und Hebezeugen, Fördersystemen, mobilen Geräten auf und abseits der Autobahn, Fertigungs-, Transport- und Lagergeräten und -maschinen konzipiert worden

Safe-D-Stop™ wird als drahtlose Not-Aus-Lösung mit PL-d Sicherheitsniveau sowohl im Transport als auch der Lagerhaltung verwendet



KONTAKTDATEN

Cattron GmbH
Europapark Fichtenhain A 13 A
47807 Krefeld
Deutschland
☎ +49 2151 47950
sales.eu@cattron.com
www.cattron.com



VisiTek™ 600 ist ein Asset Management-Gerät, das verwendet wird, um Geräte überall auf der Welt zu verfolgen und zu überwachen



...rung? Wie wichtig ist es Ihren Kunden?

Karsten Nitsch: Was die Produkte angeht, erwarten die Kunden Smartness und Konnektivität. Es gilt allerdings zu überlegen, was man als Schnittstelle nach draußen geben darf – und wie. Alle modernen Kommunikationslösungen haben immer auch den Aspekt der Cyber-Security. Updates müssen zum Beispiel über sichere Schnittstellen eingespielt werden. Man kann das Thema Cyber-Security nicht genug betonen. Das ist eine der größten Herausforderungen für uns und den ganzen Markt.

Wirtschaftsforum: Wo liegen aktuell Ihre wichtigsten Märkte?

Karsten Nitsch: Von unserer Niederlassung in Krefeld aus betreuen wir den gesamten EMEA-Markt. Wir sind historisch insbesondere in der DACH-Region stark aufgestellt. Grundsätzlich sehen wir in ganz Europa noch vielversprechende Wachstumsperspektiven. Aktuell unterstützen wir ebenfalls gerade den Marktaufbau in Australien. Und nicht zuletzt über die neue Seidenstraße eröffnet sich für uns ebenfalls ein neuer Markt. Hier gibt es Potenzial für viele Projekte entlang der gesamten Route. Allerdings muss dazu das Investitionsklima vor Ort stabil bleiben.

Wirtschaftsforum: Welche Pläne haben Sie für das kommende Jahr?

Karsten Nitsch: 2021 war für uns ein herausforderndes Jahr. Dies wollen wir gut und mit einem soliden Ergebnis abschließen. Für 2022 haben wir einiges auf der Agenda. Wir möchten unser Portfolio gleich in mehrere Richtungen vergrößern. Dazu gehört unter anderem auch, dass wir mehr Control Solutions anbieten und uns stärker zu den Themen Asset Monitoring und Asset Management aufstellen. Wir möchten unsere Marktpräsenz in unseren bestehenden Regionen stärken und in neue Märkte hineinwachsen.



EC/LO Pro Sender



Einfach Kurs auf morgen

Die digitale Transformation ist in aller Munde – und für die meisten Unternehmen eine große strategische und technische Herausforderung. Wer eine digitale Roadmap definieren will, um fit für die Zukunft zu sein, braucht kompetente Partner. Partner wie die demicon GmbH aus Stuttgart, die unlängst vom Wirtschaftsmagazin 'brand eins' als einer der besten IT-Dienstleister 2022 ausgezeichnet wurde.

'Wir machen das Leben der Menschen einfacher.' Mit diesem markanten Slogan ist alles gesagt: DEMICON versteht sich als IT-Spezialist für ganzheitliche Lösungen, der Schlagworte wie Innovation, Agilität und Digitalisierung mit Inhalt füllt, um Kunden den Rücken zu stärken und fit für kommende Herausforderungen zu machen. Knapp 100 Mitarbeiter setzen sich dafür an den Standorten Stuttgart, Berlin, Hamburg und München sowie in der Schweizer Tochtergesellschaft ein. Der Umsatz lag zuletzt bei 15 Millionen EUR und wird mit Services wie Consulting, Custom Software Development, Lizenzmanagement, Managed Services, Migration und Training erzielt. Dabei stehen Consultingleistungen im Zentrum der Aktivitäten und umfassen Prozessmanagement, Projekt- und Portfoliomanagement, DevOps, Digital Workplace und Collaboration sowie Service Management. Kunden profitieren zudem von Partnerschaften mit

Atlassian und AWS Consulting Partner.

Erfahrungen für morgen

Hinter der erfolgreichen Unternehmensgeschichte steht mit Gründer und Geschäftsführer Philipp Batman ein Branchenkenner, der DEMICON 2008 gründete, nachdem er zuvor als Consultant in der Automotive-Industrie Erfahrungen gesammelt hatte. „2014 begannen wir, unser Tun aus dem Projekt- und Prozessmanagement immer stärker mit der IT zu verknüpfen“, sagt er. „Ganz wichtig ist dabei unsere Partnerschaft mit Atlassian, einem der führenden Plattform-Anbieter von Business Collaboration-Lösungen, welche die Zusammenarbeit von Teams abdeckt – agile Tools für agile Teams. Wir selbst haben eine fundierte IT-Sachkenntnis, aber letztlich über Projekt- und Prozessmanagement Erfahrungen verstanden, was die Kunden eigentlich machen und tatsächlich brauchen. Diese Erfahrungen bilden die Basis unserer Arbeit.“

Interview mit



*Philipp Batman,
Geschäftsführer
der demicon GmbH*

Problemlöser und Rückenstärker

Um die IT-Probleme der Kunden zu lösen, sie produktiver und wettbewerbsfähiger zu machen, plant und implementiert DEMICON maßgeschneiderte IT-Lösungen. Beratungen zu Prozessmanagement, Projekt- und Portfoliomanagement, Digital Workplace, Servicemanagement, DevOps, Custom Software Solution, Managed Services für Atlassian Software – als Full Service-Dienstleister deckt DEMI-

CON unterschiedlichste IT-Felder ab und orientiert sich dabei strikt an den Bedürfnissen der Kunden. „Unser Mission Statement ist 'We make people's life easier and more productive'“, sagt Philipp Batman. „Diese Prämisse steht immer über der Arbeit. Letztlich geht es darum, den Mitarbeitern, die mit den Lösungen arbeiten, die Arbeit angenehmer zu gestalten. Agilität ist hier ein wichtiges Stichwort. Wir sind selbst agil, weil wir von unserer Größe pro-



Digitale Lösungen werden gemeinsam erarbeitet – individuell für jeden Kunden

fitieren. Im Vergleich zu den großen Consultingunternehmen der Branche sind wir ein Schnellboot; sehr nah an den spannenden Themen, die frisch am Markt sind und konfrontiert mit einer ständigen Erneuerung.“

15
MILLIONEN EUR
UMSATZ

Ausgezeichnete Arbeit

DEMICON hat traditionell viel für Unternehmen aus den Bereichen Automotive und Manufacturing gearbeitet, für bekannte Konzerne und OEMs, und konnte während dieser Zeit sehr lange andauern und stabile Kundenbeziehungen aufbauen. Aber auch Behörden, größere Mittelständler und Start-ups zählen zu den Kunden, die man auf dem Weg in eine digitale Zukunft begleitet. In Zukunft will man den Fokus stärker auf Financial Services legen; auch, weil die Schweizer Tochterfirma gerade in dem Segment hervorragend aufgestellt ist. 80% der Kunden kommen momentan aus Deutschland, einzelne Kunden sind in Österreich zu finden, ein Markt mit Potenzial. „Mit Tools der neuesten Generation aus dem Bereich Digital Maturity wird es bei uns deutlich internationaler“, so Philipp Batman. „Auch vor diesem Hintergrund denken wir über die Etablierung einer Niederlassung in Österreich nach. Klar ist, dass wir uns zu einem Mittelstandschampion entwickeln wollen und mit den Anforderun-

gen weiter wachsen. Um diesen Weg konsequent weiterzugehen, brauchen wir fähige Leute, die sich für unsere Projekte begeistern. Ihnen bieten wir spannende Entwicklungsmöglichkeiten, um sich intrinsisch motiviert einzubringen.“

Agiles Schnellboot mit Kurs auf Kundenbedürfnisse

Dass DEMICON Kunden von der ersten Idee bis zur fertigen Lösung professionell und zuverlässig zur Seite steht, hat das Unternehmen nicht nur Auszeichnungen wie die der 'brand eins' eingebracht, sondern hat sich auch in Corona-Zeit bewährt. „Insgesamt haben wir die Zeit gut überstanden“, erklärt Philipp Batman. „Unser Vorteil war, dass wir schon immer dezentral und verteilt in Deutschland aufgestellt

waren. Wir haben mehrere Büros in Deutschland und viele Mitarbeiter in Berlin. Auch wenn manche Projekte eingestellt wurden, ging es für uns relativ unverändert weiter. Im Entwicklungsbereich gab es schon vorher eine große Nachfrage.“ In Zukunft will man das Agile Consulting weiter vorantreiben. Ebenso sollen die Bereiche Managed Services, Prozess- und Projektberatung sowie die interne Organisationsfähigkeit ausgebaut werden. „2022 erwarten wir ein relativ gutes Wirtschaftsjahr“, so Philipp Batman. „Engpässe werden sich allmählich auflösen. Unser Ziel wird weiterhin sein, den Arbeitsalltag unserer Kunden, der immer komplexer wird, so einfach und produktiv wie möglich zu gestalten – mit maßgeschneiderten Strategien und den richtigen Tools. Für uns sind drei Felder



KONTAKTDATEN

demicon GmbH
Friedrichstraße 15
70174 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 800 1230230
info@demicon.de
www.demicon.de

für den Erfolg ausschlaggebend. Kundenorientierung, Mitarbeiterorientierung und das Streben nach Organisational Excellence. Sie werden uns und unsere Kunden auf dem Weg in die digitale Zukunft stärken.“

DEMICON

Ist Ihre IT fit für die Zukunft?

PROVIDING DIGITAL EXCELLENCE SINCE 2008

brand eins /thema
2022
Beste IT-Dienstleister

+49 800 1 230 230
www.demicon.de

Berlin | Hamburg | München | Stuttgart

Platinum Solution Partner
ENTERPRISE

aws partner network
Advanced Consulting Partner

Der Jurist, der Unternehmer wurde

Es sind sicherlich mehrere Faktoren, die Kunden an der HADRIAN GmbH & Co. Metall- und Kunststofftechnik KG schätzen. Natürlich überzeugt das inhabergeführte Unternehmen aus dem mecklenburg-vorpommerschen Wolgast durch Qualität und Leistungen aus einer Hand. Doch auch Schnelligkeit und Flexibilität haben den Betrieb zu einem gefragten Zulieferer für die Schienenfahrzeugindustrie gemacht.

Interview mit



*Dipl. jur. Frank Dannenberg,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der HADRIAN GmbH & Co.
Metall- und Kunststofftechnik KG*



Nur festangestelltes Personal: Mitarbeiter in der mechanischen Fertigung



Modernste Anlagen: Jedes Jahr investiert HADRIAN bis zu zwei Millionen EUR in neue Technik

Eigentlich hatte Frank Dannenberg, Geschäftsführender Gesellschafter der HADRIAN GmbH & Co. Metall- und Kunststofftechnik KG, eine Karriere als Jurist geplant. Doch nach dem 1. Staatsexamen entschied er sich für das Unternehmertum und gründete 1997 mit zwei Beschäftigten seinen eigenen

Industriebetrieb. Zunächst fertigte das junge Unternehmen Teile für einen Zulieferer der Schienenfahrzeugindustrie, seit 2004 bedient HADRIAN mit Siemens, Alstom und Stadler die großen Player der Branche direkt. Sitz von HADRIAN ist Wolgast in der Nähe der Insel Usedom. Die ursprüngliche

Produktionsfläche von 10.000 m² wurde im vergangenen Jahr noch einmal um 3.000 m² erweitert. In Wolgast arbeiten rund 100 Beschäftigte, die einen Umsatz von knapp 16 Millionen EUR erwirtschaften. Einzige Gesellschafter des Unternehmens sind Frank Dannenberg und seine Ehefrau.

Technik aus Deutschland

Es gibt nicht viele Firmen, die wie HADRIAN Dünobleche aus Aluminium und Edelstahl verarbeiten können. „Die Teile werden immer leichter, deshalb wird immer dünneres Blech genommen“, nennt Frank Dannenberg einen Trend bei den Schienenfahrzeugen. „Waren



Hohe Kompetenz: Zum Portfolio gehören unterschiedliche Schweißtechniken

es früher auch viele Kunststoffteile, so hat es sich wegen des Brandschutzes mehr zu Metall verlagert.“ HADRIAN fertigt viele dekorative Teile für das Interieur von Zügen, U- und S-Bahnen, aber auch Führerstände, Maschinenraum- und Übergangsverkleidungen, Deckenverkleidungen, Batterieboxen, Winkel sowie Treppen für Doppelstockwaggons. Diese Aufträge für die Schienenfahrzeugindustrie machen rund 80% des gesamten Volumens aus. Die übrigen 20% entfallen auf andere Branchen, unter anderem Telekommunikation. Hier fertigt HADRIAN zum Beispiel im Auftrag der Telekom Schaltschränke für

Glasfaserkabel. Weitere Kunden kommen aus der Schiffsindustrie und dem Maschinenbau. „Wir setzen ausschließlich Technik und Maschinen aus Deutschland ein, zum Beispiel von der Firma Trumpf“, nennt Frank Dannenberg eine der Stärken von HADRIAN. Zu den Pluspunkten zählt weiterhin die Preisstabilität auch bei umfangreicheren Projekten. Frank Dannenberg: „Wir sichern unseren Kunden feste Preise zu, auch wenn Materialien in der Zwischenzeit teurer werden. Unsere Kunden schätzen auch die Bandbreite der Verarbeitungstechniken, die wir ihnen anbieten können. Das sind unter anderem Lasern, Stan-



Umfangreicher Maschinenpark: CNC-Stanz-Nibbel

zen und Sonderverfahren beim Zuschnitt sowie Kanten, Biegen und Pressen bei der Umformung. Wir sägen, drehen und fräsen und neben allen gängigen und automatisierten Schweißverfahren bieten wir auch Laser- und Punktschweißen an.“ Doch damit erschöpft sich das Leistungsspektrum von HADRIAN noch lange nicht. Untergrundbehandlung, Nasslack und Pulverbeschichtung gehören ebenso zum Repertoire wie Schleifen, Strahlen und chemische Oberflächenveredelung. Abgerundet wird diese Vielfalt durch Kleben und Sonderverfahren. Darüber hinaus verfügt HADRIAN über diverse Zertifizierungen und Zulassungen für die Schienenfahrzeugindustrie.

In jedem Jahr investieren wir zwischen 1,5 und zwei Millionen EUR in unsere Technik.“ Ein Sohn von Frank Dannenberg ist Maschinenbau- und Schweißfachingenieur und wird nach seiner aktuellen Tätigkeit bei Rheinmetall ins Unternehmen einsteigen. Und auch ein zweiter Sohn ist bereits in der Produktion tätig. „Wir sind auf einem guten Weg und wollen HADRIAN in den kommenden Jahren ohne Einbrüche und Substanzverlust weiterführen“, wünscht sich Frank Dannenberg für die Zukunft.



Viel Platz: Innenansicht von Werk II

Keine Leiharbeiter

„Wir sind ein familiäres Unternehmen, in dem der persönliche Kontakt zu den Mitarbeitern einen hohen Stellenwert hat“, betont der Geschäftsführer. „Wir beschäftigen keine Leiharbeiter, sondern ausschließlich Festangestellte mit unbefristeten Verträgen. Entscheidungen werden schnell getroffen und unsere Hierarchien sind flach.“



KONTAKTDATEN

HADRIAN GmbH & Co. Metall- und Kunststofftechnik KG
Nexöer Straße 8
17438 Wolgast
Deutschland
☎ +49 3836-27200
✉ +49 3836-272022
info@hadrian-wolgast.de
www.hadrian-wolgast.de

„Unser Produkt ist die Technologie, nicht das Bauteil“

Interview mit
Ronny Newrly,
Vertriebsleiter
und
Sebastian Janus,
Leiter Industrial Engineering
der Selectrona GmbH

Mithilfe der Technologie des Kunststoffspritzgießens stellt die sächsische Selectrona GmbH seit fast 30 Jahren Komponenten für verschiedenste Anwendungszwecke im Automobilsektor her. Nun will das Unternehmen seine Produkte auch in weiteren Branchen zum Einsatz bringen. Mit Wirtschaftsforum sprachen Vertriebsleiter Ronny Newrly und Leiter Industrial Engineering Sebastian Janus über die anstehende Marktentwicklung und eine erfolgreiche Restrukturierung.

Wirtschaftsforum: Herr Newrly, Herr Janus, seit fast 30 Jahren engagiert sich Ihr Unternehmen in der Kunststoffspritzgießtechnologie. Welche Produkte stellen Sie genau her – und wo kommen sie zum Einsatz?

Ronny Newrly: Der Fokus hat sich in den letzten Jahren immer stärker auf unsere Metall-Kunststoff-Hybridbauteile verlagert, die besonders in der Automobilindustrie Verwendung finden. Ursprünglich wurden sie vor allem in der Druck- und Temperatursensorik eingesetzt, später auch in der Aktorik von Verbrennungsmotoren, wo wir von zahlreichen innovativen Entwicklungen in der Motortech-

nik profitieren konnten. Ebenso kommen unsere Bauteile mittlerweile im Lenkungs- und Bremsbereich sowie in Gehäusen zum Einsatz, in denen von unseren Kunden entsprechende Leiterplatten eigenständig verbaut werden, die dann in ABS-Systemen oder Nockenwellen- und Drehzahlsensoren Verwendung finden.

Wirtschaftsforum: Kaum eine Technologie erfährt gerade einen so rasanten Wandel wie die Antriebstechnik von Kraftfahrzeugen. Bedeutet das für Ihr Unternehmen mehr Chancen oder Risiken?



Komponente elektrische Lenkung



Einblick in eine vollautomatische Fertigungslinie

Ronny Newrly: Aus wirtschaftlicher Sicht ist diese Entwicklung für uns natürlich ein zweischneidiges Schwert. Tatsächlich lassen sich aber auch in Elektroautos viele Anwendungsbereiche für unsere Produkte finden. Noch dazu ist die Elektrifizierung der Antriebstechnik ja kein vollkommen neues Phänomen: Wir haben uns schon 2010 mit Startergeneratoren für die ersten Plug-in-Hybridfahrzeuge beschäftigt.

Wirtschaftsforum: Ist diese starke Ausrichtung auf den Automotive-Sektor nicht ein allgemeines

Klumpenrisiko für die Selectrona GmbH?

Ronny Newrly: Die Vor- und Nachteile einer sehr engen Verzahnung mit der Automobilindustrie spüren wir schon unsere gesamte Unternehmensgeschichte hindurch. Und tatsächlich: Wenn es der Automobilbranche nicht gut ging, hat das in Form von rückläufigen Umsatzzahlen sofort auf unsere ureigene wirtschaftliche Situation durchgeschlagen. Wir verfolgen aber schon seit längerer Zeit konkrete Pläne zur weiteren Marktentwicklung unseres



Blick in die Werkshalle am Hauptstandort im sächsischen Dippoldiswalde-Reinholdshain

Angebotsportfolios, um weniger abhängig vom Automobilgeschäft zu werden, und können hierbei sehr positive Signale erkennen.

Wirtschaftsforum: Bedeutet eine stärkere Marktentwicklung der Produktpalette unter gleichzeitiger Beibehaltung der spezifischen technologischen Expertise nicht die Quadratur des Kreises?

Sebastian Janus: Unser Produkt ist ja in erster Linie die Kombination der Technologie des Kunststoffspritzgießens, der Stanztechnik und der Automatisierungstechnik und kein spezifisches Bauteil. Wir können von der Konzeption der Komponenten bis hin zu ihrer Fertigung jeden Teilabschnitt in unserem Unternehmen abbilden. Ob wir uns mit dieser Kernkompetenz nun isoliert in der Automobilindustrie engagieren oder mithilfe dieser Technik noch zusätzlich Komponenten für andere Industrie-anwendungen herstellen, macht keinen großen Unterschied. Die größere Herausforderung besteht

vielmehr darin, uns als Unternehmen auf die unterschiedlichen Anforderungen in den verschiedenen Industriezweigen einzustellen. Aus der Automobilbranche sind wir etwa enorme Leistungsanforderungen sowie einen besonders starken Qualitäts- und Preisdruck gewohnt; das mag auf andere Wirtschaftssektoren nicht eins zu eins übertragbar sein. Wir sind jedoch davon überzeugt, dass unsere Flexibilität als mittelständisches Unternehmen von großem Nutzen sein wird.

Wirtschaftsforum: Voraussetzung für eine effektive Produktion sind auch sinnvolle digitale Strukturen. Wie hat sich Ihr Unternehmen in diesem Segment aufgestellt?

Sebastian Janus: Kaum ein Thema prägt die Neuausrichtung unserer Unternehmensstruktur gerade ähnlich stark. Die digitale Transformation unserer gesamten IT-Infrastruktur wird in diesem und nächstem Jahr eine unserer Hauptinvestitionen sein. Wie bei

vielen anderen fertigungsintensiven Wettbewerbern haben auch wir dabei das Ziel, die im Unternehmen generierten Daten so effektiv wie möglich zu nutzen.

Wirtschaftsforum: Sehen Sie darin auch eine Möglichkeit, nach den schwierigen Jahren der Insolvenz neu durchzustarten?

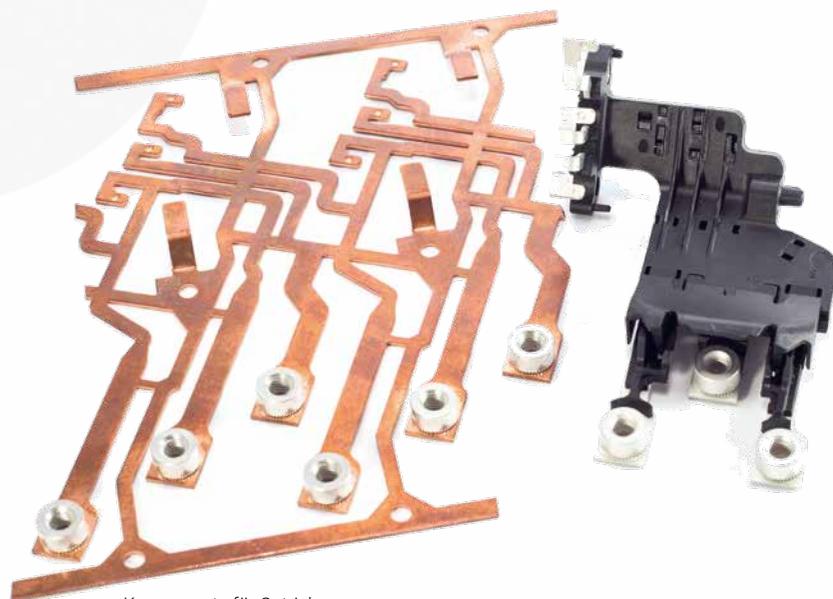
Ronny Newrly: Die Restrukturierung, die 2018 begonnen hat, war natürlich ein harter Einschnitt. Glücklicherweise konnte das Insolvenzverfahren schon im Januar 2020 beendet werden. Wie bei allen Insolvenzen bestand auch für uns das vorherrschende Ziel darin, unsere Mitarbeiter als das wichtigste Kapital unseres Unternehmens davon zu überzeugen, dass wir diesen Weg gemeinsam zu einem erfolgreichen Ende gehen können. Im Fokus stand der Aufbau eines wettbewerbsfähigen Unternehmens, und mit diesem Ziel hat sich die Selectrona GmbH sukzessive neu aufgestellt,

um nun aus der bestehenden Mannschaft heraus als flexibles Unternehmen weiter zu wachsen und die Kundeninteressen in den Mittelpunkt zu stellen.



KONTAKTDATEN

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



Komponente für Getriebe

Dach, Fassade und Abdichtung aus einer Hand

Interview mit
Hendrik Tönisen,
Geschäftsführer
der Tönisen Bedachungs GmbH

Die Tönisen Bedachungs GmbH nimmt zwar meist erst dann ihre Montagearbeiten auf, wenn die eigentliche Stahl-Beton-Konstruktion bereits steht, ihre bauphysikalische Expertise ist aber oft schon früh im Planungsprozess gefragt – schließlich sind Dach und Gebäudehülle mit ihren zahlreichen Wärmeschutzelementen ein integraler Bestandteil der Industrieobjekte, auf die sich das Unternehmen spezialisiert hat. Geschäftsführer Hendrik Tönisen erzählte Wirtschaftsforum von den größten Herausforderungen und spannendsten Projekten.



Archäologischer Park Xanten



Bürogebäude Tönisen Bedachungs GmbH Goch

„Wenn wir das erste Mal auf eine Baustelle kommen, finden wir dort meist das nackte Stahl-Beton-Gerippe vor“, beschreibt Hendrik Tönisen den Moment, in dem es an die Ausführung eines neuen Projekts geht. Denn nun schlägt die Stunde der nordrhein-westfälischen Tönisen Bedachungs GmbH, die sich auf die Dach-, Wand- und Abdichtungstechnik spezialisiert hat.

Im Regelfall beginnen ihre Montagearbeiten mit der Aufbringung der Tragschale, bestehend aus Stahltrapezblechen, auf dem Dach. Danach folgt die Anbringung von Sandwichpaneelen mit Stahlhaut und Dämmkern als

Thermowand an den Gebäude-seiten. Ist die Fassade einmal fertig, geht es zurück aufs Dach, wo mit dem Aufbringen von Dampfsperre, Dämmmaterial und Dachabdichtung die letzten Schritte auf dem Weg zur wärme-gedämmten, wettergeschützten Gebäudehülle vollzogen werden. Am Ende steht nicht nur ein dichtes, sondern auch ein ästhetisch attraktives Bauobjekt, wobei optische Ansprüche meist zweitrangig sind. „Im Industriebereich hat Funktionalität immer Vorrang“, untermauert Hendrik Tönisen die klare Ausrichtung seines Unternehmens auf die Anforderungen seiner Auftraggeber.

Von der Planung bis zur fertigen Gebäudehülle

In der unmittelbaren Gründungszeit in den späten 1950er-Jahren hatte sich das Unternehmen noch hauptsächlich auf die Errichtung von Wohnhäusern konzentriert. „Doch nachdem die schwersten Schäden der Nachkriegszeit beseitigt waren und die Wirtschaft in Westdeutschland beachtlich wuchs, erfolgte bald der Wechsel vom klassischen Wohnungsbau zu Industrieenanwendungen“, schildert Hendrik Tönisen die Geschichte des Bauunternehmens, das von seinem Großvater gegründet wurde.

Doch am liebsten setzt die Tönisen Bedachungs GmbH ihre Expertise schon lange vor den ersten Montagearbeiten ein. Deshalb wird sie von vielen Architekten bereits in der Entwurfsphase mit ins Boot geholt, um schon bei den ersten Planungsgedanken Lösungen für einschlägige Probleme zu erarbeiten. Dass das Unternehmen Fassaden-, Dach- und Abdichtungsarbeiten aus einer Hand anbietet und sein Leistungsspektrum erforderlichenfalls auch auf den Einbau von Fenstern und Türen ausdehnt, gilt als starker Wettbewerbsvorteil, der den Partnern langwierige Probleme an den Schnittstellen verschiedener

Gewerke sowie viel Koordinationsaufwand mit unterschiedlichen Auftragnehmern erspart.

Schwimmbäder, Sporthallen und Lebensmittelbetriebe

Wer sehen möchte, in welchen Dimensionen sich Hendrik Tönisen und sein Unternehmen engagieren, wäre gut beraten, nach Euskirchen zu fahren, wo die Hochwald-Gruppe jüngst die modernste Molkerei Europas er-



Eurofleurs Kevelaer

geber durcheinanderbringen. Der Fachkräftemangel ist perspektivisch ein weiteres Problem, mit dem aber die gesamte Branche zu kämpfen habe. Auch an dieser Stelle setzt der Unternehmer auf langfristige Planbarkeit: So stellt er bereits aktiv Überlegungen an, wie er eine baldige Vakanz in der Arbeitsvorbereitung und dem Erstellen von technischen Zeich-



Das Brandschutzcenter Trox in Neukirchen-Vluyn



Hallenbad Vogelsang in Solingen

richten ließ. Mit mehr als 40.000 m² Dachfläche und etwa 22.000 m² Wandbekleidung sprengte der Auftrag die Größenordnung aller vorher dagewesenen Aufträge. Die circa 90 Türen und 120 Fenster, für deren Einbau das Unternehmen verantwortlich zeichnete, erwähnt der Geschäftsführer deshalb fast in einem Nachsatz: „Die Anforderungen an unsere Arbeit waren extrem hoch. Bei einem Lebensmittelverarbeitenden Betrieb, der sich zudem auf Milch und Molkereiprodukte spezialisiert hat, wird alles der Hygiene untergeordnet“, lässt Hendrik Tönisen diesen Auftrag Revue passieren.

Ähnlichen Herausforderungen begegnete das Unternehmen bei den Bauarbeiten für das Hochregallager eines Schuhherstellers: „Bei Arbeiten in diesen Höhen, mit entsprechender Windanfälligkeit, profitieren wir von der langjährigen Erfahrung unseres Betriebes“, fasst Hendrik Tönisen das Projekt zusammen. Ebenso anspruchsvoll gestaltete sich die Errichtung von Sporthallen und Schwimmbädern, die in der Fassaden- und Abdichtungstechnik als Königsdisziplin gelten: „Wenn ein Hallenbauer auch ein Schwimmbad bauen kann, beweist er damit, dass er die gesamte bauphysikalische Materie wirklich in der Tiefe verstanden

hat“, erklärt Hendrik Tönisen den Schwierigkeitsgrad bei der Errichtung dieser Objekte. Die größten aktuellen Herausforderungen sieht der Geschäftsführer aber nicht primär bei den technischen Anforderungen: denn seit Anfang des Jahres leidet auch die Tönisen Bedachungs GmbH unter den Materialknappheiten und den dadurch gestiegenen Rohstoffpreisen, die auch die Kostenkalkulationen ihrer Auftrag-

nahmen besetzen wird. Bewerbungen für diese wichtige Position werden schon heute entgegengenommen.

KONTAKTDATEN

Tönisen Bedachungs GmbH
Kranenburger Straße 53
47574 Goch
Deutschland
☎ +49 2827 92090
info@toenisen.de
www.toenisen.de



Kontrollieren, instand halten und Prozesse überwachen

Seit 1988 steht die Ultimo Software Solutions für Software rund um sämtliche Prozesse des Asset Managements. Das Unternehmen mit Sitz im niederländischen Nunspeet ist in verschiedenen europäischen Ländern präsent. Es überzeugt seine Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen mit ausgereiften und verlässlichen Lösungen, die ganz auf ihre individuellen Anforderungen zugeschnitten sind. Mehr als 2.000 Organisationen in mehreren Ländern und insgesamt mehr als 250.000 tägliche Nutzer genießen die Vorteile unserer Software.

„Wir können mit unserer Software alles instand halten“, sagt Oliver Kaiser, German Sales Director der Ultimo Software Solutions GmbH. „Das gilt für die klassische Produktion ebenso wie für die Utilitybranche, zum Beispiel Schleusen und Wasserwirtschaft. Das sind unsere Kernkompetenzen: kontrollieren, instand halten und

Prozesse überwachen. Dabei haben Kunden – je nach Größe – die Auswahl zwischen vier Paketen: Essentials, Professional, Premium und Enterprise. So ist Essentials für kleine Unternehmen gedacht, die erfolgreich erste Schritte bei der Digitalisierung des Asset Managements, der Rationalisierung von Arbeitsprozessen und der Umsetzung von Verbesserungen

im Unternehmen machen wollen. Zugeschnitten auf mittelgroße Unternehmen ist Professional, eine sofort einsatzbereite Komplettlösung für EAM. Hier sind auch spezielle Branchenlösungen für Technical Asset Management und Medical Asset Management verfügbar. Alle erweiterten EAM-Lösungen sowie zusätzliche mögliche Funktionen bietet Premium. Branchenlösungen für Technical, Medical, Fleet und Infra Asset Management stehen hier ebenfalls zur Verfügung. Last but not least umfasst Enterprise für große Unternehmen alle Möglichkeiten der kompletten Plattform und bietet damit den maximal verfügbaren Nutzen. Alle vier Pakete werden

als Cloud-Lösungen angeboten, bei denen die Daten in Deutschland bleiben.

International unterwegs

1988 wurde in den Niederlanden das flexible Instandhaltungsmagementsystem Ultimo geboren. „Als PCs und Software für Unternehmen stets erschwinglicher wurden, fragten viele Kunden nach Software für ihre Branchen“, beschreibt German Sales Director Oliver Kaiser die Anfänge. „Das war der Startschuss für die Unternehmensgründung.“ Nach dem erfolgreichen Start in den Nieder-

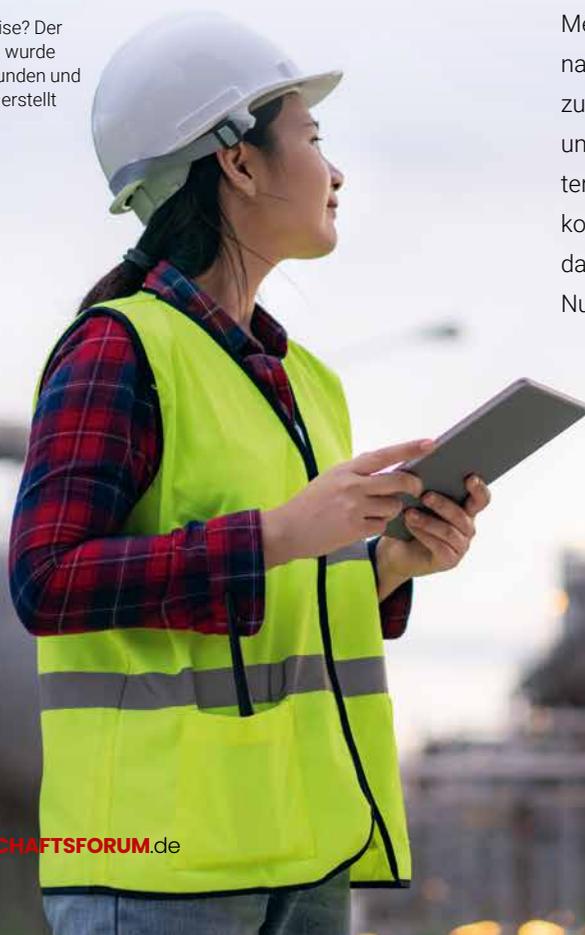
Interview mit



*Oliver Kaiser,
German Sales Director
der Ultimo Software Solutions
GmbH*

W Lesen Sie diesen Artikel online
webcode: 69586

Wohin geht die Reise? Der Trendbericht 2021 wurde gemeinsam mit Kunden und externen Partnern erstellt



landen wurde eine Tochterfirma in Belgien eröffnet. 2012 folgte ein deutscher Standort in Dinslaken. „Die deutsche Niederlassung begann klein, wuchs aber in den folgenden Jahren sehr schnell“, so Oliver Kaiser. Der German Sales Director kennt die Branche seit über 20 Jahren. Bei Ultimo stieg er Ende 2014 ein, zunächst als Senior Sales Manager. Danach wurde er Leiter Sales, bevor er in seine jetzige Position wechselte. Heute ist Dinslaken für den Vertrieb und den Service in der DACH-Region zuständig. Seit der Gründung einer weiteren Filiale vor drei Jahren in Großbritannien legt Ultimo den Fokus immer mehr auf die internationale Ausrichtung.

Renommiertere Kunden

Von den insgesamt 220 Beschäftigten sind zwölf in der deutschen Niederlassung tätig. Der Umsatz



„Ultimo wird in wenigen Jahren der Marktführer in Europa sein.“

*Oliver Kaiser,
German Sales Director*

der Firmengruppe liegt aktuell bei 24 Millionen EUR. Die Kunden stammen überwiegend aus der Automotiv-, Pharma-, Chemie- und Logistikbranche sowie der Lebensmittelindustrie. Genutzt werden die Softwarelösungen unter anderem von namhaften Firmen wie Kühne & Nagel, Offergeld, BASF, Bosch, Dr. Oetker, Fokker und Total. Über die Kunden aus der DACH-Region, die international tätig sind, ist Ultimo auch in



Alle Prozesse im Blick: Enterprise Asset Management

vielen anderen Ländern Europas sowie in den USA präsent.

Trendreport 2021

„Wir machen Marketing und informieren unsere Kunden über Neuentwicklungen“, erläutert Oliver Kaiser. „In der Schweiz spielt zudem das Empfehlungsmarketing eine wichtige Rolle. Zum Marketing gehören auch die Präsenz

auf Instandhaltungsmessen in Deutschland und der Schweiz sowie Newsletter und Webinare mit Kunden und Partnern.“ Ein Ende November noch online abgehaltener Kongress soll demnächst wieder als Präsenzveranstaltung stattfinden. Ein wichtiges Instrument der Kundenkommunikation ist auch der gerade herausgegebene Trendreport 2021, eine Marktstudie mit Kunden und externen Partnern, die sich mit

der Frage beschäftigt 'Was sind die Treiber der Zukunft für unsere Branchen?'

Sicherheit im Fokus

„Im Rahmen von Industrie 4.0 wollen wir viele Daten, die in Ultimo enthalten sind, an unsere Kunden weitergeben“, sagt Oliver Kaiser. „Dann können sie diese Kennzahlen auf Basis der von uns erfassten Daten auch selbst nutzen. Besonders im Hinblick auf Industrie 4.0 sind unsere Integrationen mit IoT, Augmented Reality, Track&Trace und ERP sehr wichtig, um unseren Kunden zu helfen, datengesteuerte Entscheidungen zu treffen, die Betriebszeiten zu optimieren und Kosten zu senken.“ Ein wichtiges Thema für Ultimo ist auch die Sicherheit. Oliver Kaiser: „Wir interessieren uns sehr für die Sicherheit der Mitarbeiter und der Anlagen und haben dafür eine eigene Modulgruppe entwickelt.“ Was den Erfolg des niederländischen Unternehmens ausmacht, ist für den German Sales Director offensichtlich: „Wir haben die Erfahrung und das Wissen von 30 Jahren. Eine große

ULTIMO

KONTAKTDATEN

Ultimo Software Solutions GmbH
Lohbergstraße 20a
46537 Dinslaken
Deutschland
☎ +49 2064 8284754
✉ +49 2064 8284753
info@ultimo.com
www.ultimo.com



Laden Sie unseren EAM-Trendreport herunter, indem Sie diesen QR-Code scannen.



Immer auf dem neuesten Stand: Mobil arbeiten mit Ultimo Go

Stärke von Ultimo ist auch die Benutzerfreundlichkeit. Die Module haben ein einheitliches Erscheinungsbild und Ultimo kann in kürzester Zeit erlernt werden. Das hören wir immer wieder.“ Wie es mit Ultimo weitergeht, weiß Oliver Kaiser auch genau: „Ultimo wird in wenigen Jahren der Marktführer in Europa sein. Dabei wollen wir die Kunden mitnehmen.“

Mehr als IT: mitdenken und verstehen

Interview mit
Matthias Besenfelder,
Vorstand
der BROCKHAUS AG

Als Softwareentwickler und Beratungsgesellschaft verbindet die BROCKHAUS AG mit Hauptsitz in Lünen Technologie und Fachwissen bei der Digitalisierung von Geschäftsprozessen – bisher nur für Versicherungen. Das soll sich ändern. Aus dem Tal der Coronakrise ist sie nicht nur erfolgreich herausgeklettert, sondern möchte sich nun auch breiter aufstellen. Dafür braucht es gute Leute.



Matthias Besenfelder, Vorstand der BROCKHAUS AG

Groß geworden ist die von Dirk Brockhaus vor gut 30 Jahren gegründete BROCKHAUS AG mit der Entwicklung von Individualsoftware. „Er hatte ein gutes Gespür für Innovationen und dafür, was sich durchsetzen wird“, erzählt Vorstand Matthias Besenfelder. Das Unternehmen hat sich schon früh mit Java beschäftigt. 2001 beschäftigte die BROCKHAUS AG fast 100 Mitarbeiter. Dann kam die Zeit der New Economy. „Das waren schwierige Zeiten. Als ich 2006 zusammen mit zwei Kollegen anfang, waren nur noch zehn Mitarbeiter da“, berichtet Matthias Besenfelder, der beim anschlie-

ßenden Wiederaufbau der Firma geholfen hat. Die drei wollten zusammen eine Event-Software programmieren. „Als Dirk Brockhaus davon erfuhr, hat er uns zunächst als Business Angel finanziert“, so Matthias Besenfelder. 2015 haben die drei Programmierer das Unternehmen gemeinsam gekauft und damit die Unternehmensnachfolge angetreten. Seitdem ist Matthias Besenfelder Vorstand der BROCKHAUS AG. Mit dem Wechsel der Unternehmensführung ging eine neue Ausrichtung einher. „Wir haben uns vom Technologiebezug etwas gelöst und die Bereiche Business Consulting und Versiche-

rungs Know-how aufgebaut.“ Seitdem konnten viele Versicherer als Kunden gewonnen werden, und das Unternehmen ist von 30 auf fast 150 Mitarbeiter gewachsen. Weitere sollen eingestellt werden.

Corona-Tal überwunden

Inzwischen erzielt die BROCKHAUS AG einen Jahresumsatz von zwölf Millionen EUR. Die Coronakrise musste allerdings erst einmal verdaut werden. „2020 war furchtbar; da hat es uns übel erwischt“, sagt Matthias Besenfelder. Das lag daran, dass sich die Firma auf das Projektgeschäft konzentriert. „Die Versicherer waren total verunsichert, und so kamen keine neuen Anschlussprojekte“, erzählt er. Von April bis September wurden die Mitarbeiter anteilig in Kurzarbeit geschickt. Im vierten Quartal ging es wieder aufwärts. „Seit Januar dieses Jahres läuft es gut. Unsere Auftragsbücher sind voll.“ Die Position des Unternehmens sieht Matthias Besenfelder so: „Wir sind für Versicherungen ein relevanter Mitspieler in Deutschland. Unsere Stärke ist die Verbindung von Technologie und Fachwissen. Wir können mitdenken und verstehen, wie die Kunden ihr Geld verdienen.“

Verstehen, wie Versicherungen funktionieren

Bisher sind die Kunden ausschließlich Versicherungen, unter ihnen große Namen wie ERGO und Signal Iduna. Ihnen bietet die BROCKHAUS AG Leistungen in den Bereichen Business Consulting, IT-Beratung und Branchenkenntnis. „Da wir verstehen, wie Versicherungen funktionieren, können wir schnell produktiv werden. Alles dreht sich um Technologie, aber mit geschäftlichem Nutzen. Besonders stark sind wir im Versicherungsvertrieb. Versicherungen sprechen uns an, wenn sie zum Beispiel neue Vertriebspartner gewinnen möchten“, führt Matthias Besenfelder aus. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass sich die Kunden der Versicherer ändern. Matthias Besenfelder berichtet von einem diffusen Bild: „Junge Leute haben andere Erwartungen. Manche wollen alles am Smartphone selbst machen, andere wollen nur den persönlichen Berater. Für die Kunden sind letztlich Effizienz und Automatisierung wichtig.“ Hier kommt die BROCKHAUS AG mit ihrem Fachwissen und der IT-Kompetenz ins Spiel. Und auch weiche Faktoren wie der Umgang miteinander spielten eine

SIGNAL IDUNA  Haben Sie Fragen? 0231 135-9842 Mo. - Fr. 7-19 Uhr

1 Beitrag berechnen 2 Antrag ausfüllen 3 Prüfen & abschließen **0,00 € monatlich**

Wählen Sie jetzt Ihren passenden Tarif:

	ZahnTOPpur 90 % Erstattung	ZahnPLUSpur 70 % Erstattung	ZahnSTARTpur 50 % Erstattung
Hochwertiger Zahnersatz	90%	70%	50%
Implantate	90%	70%	50%
Zahnbehandlungen	90%	70%	50%
Prophylaxe und professionelle Zahnreinigung (bis max. 150 € Rechnungsbetrag je Kalenderjahr)	90% (135 €)	70% (105 €)	50% (75 €)

[+ Weitere Details](#)

Beitragsrechner für die Zahnzusatzversicherung



BROCKHAUS AG

KONTAKTDATEN

BROCKHAUS AG
Pierbusch 17
44536 Lünen
Deutschland
☎ +49 231 98750
✉ +49 231 9875540
info@brockhaus-ag.de
www.brockhaus-ag.de



Rolle, betont der Vorstand: „Bei großen Versicherern gibt es Transformationsprojekte hin zum agilen Arbeiten. Genau das tun wir. Von unserer Arbeitsweise nimmt der Kunde Impulse mit.“

Mit Beharrlichkeit zum Kunden

Langfristig möchte man neben den Versicherungen in weitere Branchen eintreten. „Unser technologisches und methodisches Wissen können wir branchenübergreifend anwenden. Interessant ist besonders das Logistikumfeld“, so der Vorstand. Bisher ist das Geschäft noch relativ regional auf Deutschland und die DACH-Region begrenzt; einzelne Kunden kommen aus dem europäischen Ausland. „Wir machen vorsichtige erste Schritte, um auch im Ausland Kunden zu erschließen.“ In der Strategie verfolgt die Ge-

schäftsleitung eine klare Linie, berichtet Matthias Besenfelder: „Strategische Entscheidungen treffen wir gemeinsam, und denen bleiben wir treu. Manchmal dauert es Jahre, bis man bei Versicherungskonzernen den Fuß in der Tür hat. Aber wir sind beharrlich.“ Matthias Besenfelder hebt auch die gute Unternehmenskultur hervor. „Wir sind authentisch. Unser Vorstand besteht schon seit sechs Jahren, ich selbst gehöre der Generation Y an, und wir haben ein gutes Gespür dafür, was sich junge Menschen wünschen.“ In der Belegschaft gebe es einen hohen Anteil an Auszubildenden und Werkstudenten. In unmittelbarer Nähe der Universität Dortmund hat die Firma ein eigenes Büro. „So begegnen wir dem Fachkräftemangel und ziehen uns das Know-how selbst heran. Wir küm-

mern uns schon früh um die jungen Menschen. Das ist teuer, aber es funktioniert.“ Sie überzeugt die BROCKHAUS AG auch durch gute Ausbildung, spannende Kundenthemen und 'coole Projekte' sowie ein interessantes Umfeld.

Einstellen – um hochwertig zu bleiben

Die gute Auslastung erfordert Verstärkung, daher ist ein Fokus auf die Einstellung neuer Mitarbeiter gerichtet. Ein weiterer Schwer-

punkt für 2022 ist laut Matthias Besenfelder, neben der erweiterten Marktansprache die fachliche Ansprache bei den Versicherern zu vertiefen und sich als Lösungspartner mit Branchenschwerpunkt zu positionieren. „In sieben Jahren wollen wir einen zweiten Branchenschwerpunkt und 400 oder 500 Mitarbeiter haben. Wir wollen inhaltlich hochwertig bleiben und Wirkung erzielen. Unsere Kunden sollen durch uns erfolgreich bleiben.“



„Wir haben ein gutes Gespür dafür, was sich junge Leute wünschen.“

Matthias Besenfelder,
Vorstand



Direkter Draht zum Kunden: mit Fachwissen und IT-Know-how zur optimalen Lösung

Das Startup AMZSCALE hat sich zur Amazon-Verkaufsmaschine entwickelt

Top-Seller auf Knopfdruck

„Schon während meiner Schulzeit las ich alles, was ich über Unternehmertum, Erfolg und Finanzen in die Finger bekommen konnte“, sagt Maurice Glissmann. Anschließend machte er eine kaufmännische Ausbildung und erkannte mit Anfang 20 das große Potenzial des Verkaufs auf Amazon: „Ich baute meine erste erfolgreiche Marke auf und verkaufte sie später“, berichtet er. So legte der heute 29-Jährige – gemeinsam mit seinem Co-CEO Daniel Vogler – den Grundstock von AMZSCALE, einem Full-Service-Dienstleister für Händler, die ‘Fullfilment by Amazon’ (FBA) nutzen.

Die FBA-Grundidee: Amazon organisiert für Dritte alles von der Lagerwirtschaft, über den Versand bis zur Bezahlung, während die Händler ihre Produkte managen, Kundenfragen beantworten und für Nachschub sorgen. Oder aber: AMZSCALE übernimmt all diese Händlertätigkeiten auch noch.

Diese können sich dann völlig zurücklehnen und investieren lediglich Eigenkapital und Zeit für jene strategischen Produktentscheidungen, die AMZSCALE ihnen vorschlägt. „Ohne eigene Expertise, Netzwerk oder Know-how gelingt ihnen so der Einstieg in den E-Commerce. Das ist Brandbuilding as a Service“, schwärmt der zweite Co-CEO von AMZSCALE, Daniel Vogler, für den das Thema Markenbildung wesentlicher Teil der Dienstleistung ist. Nach eigener Aussage sind sie die weltweit Einzigen mit diesem allumfassenden Brandbuilding-Ansatz: „Wir betrachten eine E-Commerce-Marke als Ganzes, besonders mit all seinen Herausforderungen im Wachstum“, so Maurice Glissmann. Aus diesem Grund

haben sie auch rechtzeitig eine strategische Weichenstellung vorgenommen und ihre AMZSCALE Plattform zur One-Stop-Lösung für all die vielen Themen, Aspekte und Arbeitsschritte ausgebaut, die bei wachsenden Marken zu bewältigen sind.

Seit 2016 ein Team

Daniel Vogler und Maurice Glissmann trafen sich 2016 in einem Business-Mastermind für Top-Amazon-Verkäufer und beschlossen kurzerhand, die AMZSCALE GmbH zu gründen – das Unternehmen hinter AMZSCALE. Sie trainierten und coachten E-Commerce-Unternehmer, bauten ihre Firma jedoch rasch

zur Full-Service-Agentur aus. Heute liefern sie ‘schlüsselfertige’ Amazon-Marken. Auf diese Weise können Investoren vom E-Commerce-Boom profitieren, ohne über Branchenwissen zu verfügen: „Inzwischen sind unsere Dienstleistungen so stark nachgefragt, dass wir mit AMZSCALE weltweit eine Plattform schaffen, die Marken bei der Skalierung unterstützt. Denn das Wachstum ist seit Jahren gigantisch. Corona hat nur beschleunigt, was wir im E-Commerce schon seit Jahren beobachten“, sagt Daniel Vogler. Die Basis ihrer E-Commerce Plattform ist der Service Done4You (D4Y). Damit erfüllen sie ihr Versprechen, das zentral auf ihrer

Webseite steht: „Wir bauen und skalieren profitable Amazon Marken für Investoren. Lass uns die schwere Arbeit machen.“ Kunden investieren so weder Zeit noch Lehrgeld – nur ihr eigenes Kapital. Und das Rad dreht sich weiter: Inzwischen ist weltweit sogar ein Milliardenmarkt entstanden, auf dem Investoren derart erfolgreiche Amazon-Marken aufkaufen. Startups, die mit FBA gewachsen sind – ob mit oder ohne Hilfe von AMZSCALE – finden so eine lukrative Exit-Lösung. Zurück zu D4Y, dem AMZSCALE-Herzstück. Es besteht aus sechs Schritten, vom Strategiegeläch und der Produktrecherche, inklusive dem Finden geeigneter



Mit einem starken Team an der Seite lässt sich Alles realisieren



Die beiden Gründer und Co-CEOs Maurice Glissmann (l.) und Daniel Vogler (r.) sind mit viel Engagement bei der Sache

Produzenten (meist in China), über das Amazon-SEO und Produktlisting bis zur kontinuierlichen Optimierung. 300 Kunden mit 500 Produkten hat das Team von Glissmann und Vogler so bereits auf die Erfolgsspur gesetzt.

Ständig neue Märkte im Blick

„Ihr seid ehrlich. Andere versprechen viel. Ihr erwähnt auch die Risiken“, sagt Tim A. Er ist einer der 300 Kunden und ebenfalls ohne jede konkrete Produktidee auf AMZSCALE zugegangen. Nur wenigen Wochen nach dem Start war sein Produkt ausverkauft, bei 28 Prozent Gewinnmarge. Rasch musste mit Hilfe von AMZSCALE nachgeordnet werden – allerdings

nach der Devise ‘Nicht kleckern, sondern klotzen’. Denn sein Produkt – das hier leider geheim bleiben muss – hatte einen Lauf. Und es wurde auf Zuraten von AMZSCALE nicht nur nachbestellt, sondern auch erweitert, um zufriedenen Käufern gleich noch Folgeprodukte anbieten zu können. Tim A. schlug zu und hat es nicht bereut.

Zur Ehrlichkeit gehört auch, dass es manchmal klemmt, wie auf dem Firmenvideo im Gespräch zwischen Tim A. und Daniel Vogler offenherzig berichtet wird. AMZSCALE verfügt zwar über einen eigenen Amazon-Betreuer, manche Widrigkeiten liegen aber selbst außerhalb ihrer Reichweite:

AMZSCALE

THE FULL-SERVICE AMAZON AGENCY

Wegen gestiegener Rohstoffkosten erhöht die Fabrik den Preis, beim Zoll liegt die Warte länger als üblich und die so wichtigen Vine-Tester bei Amazon lassen sich viel Zeit mit der Rezension. Hier kann das Team zumindest beruhigen und dank hundertfacher Erfahrung die Dinge einordnen. Und am Ende wurden auch diese Probleme zur allseitigen Zufriedenheit gelöst – oder lösten sich in Luft auf.

Beste Voraussetzungen auch für die nächsten Meilensteine in der AMZSCALE-Entwicklung. Im August hat Kapitalgeber Elevat3 Capital eine zweistellige Millionen-summe in AMZSCALE investiert. Das frische Geld möchte die AMZSCALE-Mannschaft unter anderem in den Auf- und Ausbau ihrer Software- und Service Plattform investieren, die als One-Stop-Solution Investoren und Händlern im Amazon-Kosmos bei allen ihren Herausforderungen im Wachstum und bei der internationalen Skalierung unterstützt. So wird AMZSCALE seine Kunden nun auch mit Wachstumskapital

KONTAKTDATEN

AMZSCALE / AMACOA GmbH
Martinstraße 66
49078 Osnabrück
Deutschland
info@amzscale.net

beim Thema Warenfinanzierung unterstützen und gleichzeitig die Expansion in andere Amazon-Marktplatzländer durch ihren Selling as a Service vereinfachen – die neuste Dienstleistung, die das Osnabrücker Start-up via ihrer One-Stop-Plattform ausgerollt hat. Und dann steht auch noch die Internationalisierung an, schließlich ist Amazon global mit seiner identischen Plattform tätig. Zunächst möchten Glissmann und Vogler allerdings nur zwei Märkte anvisieren: Jeff Bezos’ Heimat und Großbritannien. Denn in eine Falle wollen sie partout nicht laufen: Dass sich Erfolgfirmen bei zu viel und zu schnellem Wachstum übernehmen.



Ein Unternehmen macht Boden gut

Straßen mit Schlaglöchern, marode Brücken, Wohnungsbau, Renaturierungsprojekte, Breitbandausbau – wer im Umfeld der Baubranche unterwegs ist, kann auch in Zukunft auf volle Auftragsbücher hoffen. Dass viele Projekte in der Pipeline sind, sieht man auch bei der Allu Deutschland GmbH so. Der Marktführer im Bereich Schaufelseparatoren freut sich auf kommende Herausforderungen. Am neuen Standort Melle ist Allu dafür bestens aufgestellt.

Wirtschaftsforum: Herr Moll, die Allu GmbH ist eine deutsche Tochtergesellschaft der Allu Finnland Oy. Wofür stehen Unternehmen und Marke?

Dirk Moll: Die Allu Oy wurde 1985 von der Familie Jonninen gegründet, ist inhabergeführt und mit Handelspartnern in über 30 Ländern vertreten. Unter der Marke Allu werden Erdbewegungs- und Anbaugeräte vertrieben, um Böden je nach Anforderung zu bearbeiten. Im Bereich Schaufelseparatoren ist Allu Marktführer. Weltweit liegt der Umsatz bei etwa 30 Millionen EUR, in Deutschland generieren 25 Mitarbeiter etwa zwölf Millionen EUR.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich der deutsche Standort entwickelt?

Dirk Moll: Die Allu Deutschland GmbH wurde 1999 gegründet. Hier konzentrieren sich 25 Mitarbeiter auf den Vertrieb in die DACH-Region. Seit Juli 2021 sind wir in einem zeitgemäßen, sehr modernen Produktionsgebäude in Melle tätig, das alle berufsgenossenschaftlichen Auflagen



Geschäftsführer Dirk Moll ist begeistert von dem dynamischen, motivierten und innovationsgetriebenen Allu-Team

erfüllt, um sicher produzieren zu können. Dank eines hervorragenden Teams konnten wir in relativ kurzer Zeit von Oktober 2020 bis Juli 2021 den kompletten Produktionsbetrieb umziehen, was nicht nur eine sehr sportliche Leistung, sondern auch ein wichtiger Meilenstein war. Die von unserer Muttergesellschaft aus Finnland gelieferten Schaufeln werden nach Kundenwunsch angepasst und mit Adaptern und/oder Schnellwechselsystemen aufgebaut, ein Bereich, in dem Deutschland ganz klar Vorreiter ist.

Wirtschaftsforum: Zwölf Millionen EUR Umsatz und ein konstantes Wachstum in den vergangenen Jahren – wie sieht der Markt aktuell aus?

Dirk Moll: Wir gehen von einer anhaltend positiven Entwicklung aus, auch wenn es Herausforderungen wie die Rohstoffverfügbarkeit auf dem Weltmarkt gibt. Die Baubranche sieht eine absolut positive Tendenz, entsprechend optimistisch sind wir.

Interview mit



Dirk Moll,
Geschäftsführer
der Allu Deutschland GmbH

Wirtschaftsforum: Welche Produkte stecken hinter dieser dynamischen Entwicklung?

Dirk Moll: Allu ist mit bestimmten Produkten groß geworden, die auch heute das Portfolio dominieren. Das ist zum Beispiel der Allu Transformer, eine Separatorschaufel zum Brechen, Sieben und Mischen, oder Bodenstabilisierungssysteme der Reihe Allu Project. Mit Hilfe eines Mischverfahrens kann hier Boden in kurzer Zeit wieder tragfähig gemacht werden.

Die M-Serie zeichnet sich durch sehr große Separatorschaufeln aus, die in Steinbrüchen oder im Tagebau eingesetzt werden. Diese Steckenpferde kombinieren wir in Melle mit einigen Handelsprodukten wie Schnellwechselsystemen und Anbauverdichtern, die das Portfolio perfekt abrunden. Damit sind wir in der Lage, Kunden ausgereifte Lösungen an die Hand zu geben; Stichwort One-face-to-the-customer.

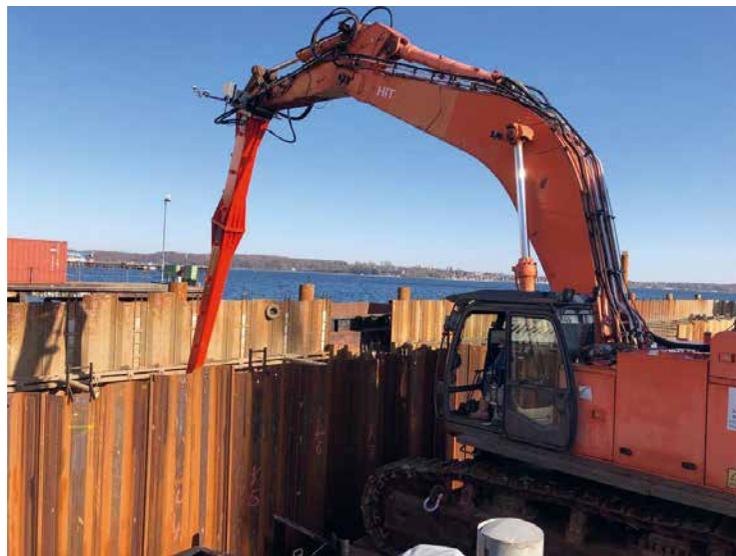
Wirtschaftsforum: Sie selbst sind seit Oktober 2020 Geschäftsführer der Allu Deutschland GmbH.

Was reizt Sie an der Arbeit in diesem Unternehmen besonders?

Dirk Moll: Ich habe Maschinenbau studiert und vorher bei einem internationalen Unternehmen gearbeitet. Als Maschinenbauingenieur schlägt mein Herz bei diesem Portfolio natürlich höher. Mich begeistern die Produkte, aber auch die Menschen, die hier arbeiten. Dank flacher Hierarchien können Entscheidungen schnell umgesetzt werden. Nicht zuletzt empfinde ich es als besondere Chance und auch Ehre, für den Marktführer arbeiten zu dürfen. Allu ist ein Unternehmen, nach dem sich Wettbewerber umschauen.

Wirtschaftsforum: Sehen Sie besondere Herausforderungen für die Zukunft?

Dirk Moll: Zunächst geht es darum zu schauen, wo wir stehen. Wo sind wir stark? In welchen Märkten sind wir besonders gewachsen? In welche Richtung wollen wir gehen? Wo ist überhaupt Bedarf? Auch wenn wir Marktführer sind, liegt viel Arbeit vor uns. Transformatoren werden



Auch bei extremen Anforderungen ist Allu 'one step ahead'

weiterhin zentrale Produkte sein, auch die M-Serie wird eine große Rolle spielen; zum Beispiel, wenn man an Renaturierungen denkt. Getreu unserem Slogan 'One step ahead' werden wir unsere Produkte weiterentwickeln.

Wirtschaftsforum: An welche Zielgruppen richtet sich Allu heute und was könnten Einsatzbereiche der Zukunft sein?

Dirk Moll: Unsere Zielgruppe ist breit gefächert mit Galabauern und klassischen Bauunternehmen. Dieses breite Spektrum

bietet Flexibilität für Kunden und Märkte. Wenn wir nach vorn schauen, kommen wir um ein Thema nicht herum: das der Nachhaltigkeit, der CO₂-Reduzierung. Wollen wir den Wandel, müssen alternative Energien oder die E-Mobilität gestärkt werden. Damit verbunden ist der Aufbau entsprechender Systeme wie Ladesäulen, Rohrleitungen oder Kanäle. Wir sind in der Lage, direkt auf der Baustelle den Erdaushub zu übernehmen, zu trennen und zu verbauen. Der Transport zur Deponie fällt komplett weg, was der Umwelt zugutekommt.



KONTAKTDATEN

Allu Deutschland GmbH
Maschweg 77
49324 Melle
Deutschland
☎ +49 5422 927820
deutschland@allu.net
www.allu.net

Zudem müssen Brücken und Straßen saniert, Bahnhöfe und Flughäfen ausgebaut werden. Das Hochwasser hat gezeigt, wie wichtig die Renaturierung ist. Es wird noch viele Jahre etwas zu tun geben. Allu wird auch in Zukunft auf den Markt hören und dabei an der sehr hohen Qualität festhalten. Für neue Impulse wird eine neue Unternehmenskultur sorgen, die von Offenheit, Transparenz und Kommunikation geprägt ist.



Jedes einzelne Allu-Produkt zeichnet sich durch eine hohe Qualität aus



Alles an einem Ort: Erde ausheben, trennen, Wiedereinbau – Allu steht für umweltfreundliche Erdarbeiten



Baggerschaufeln sieben und zerkleinern unterschiedlichste Materialien

Weil sicher sicher ist

Interview mit
Michael Herold,
Geschäftsführer
der UNITANK Betriebs- und
Verwaltungs GmbH

Sie bilden als Sammelbehälter oder Zwischenspeicher das Rückgrat vieler Industrien, vor allem aber der Mineralölindustrie: Tanklager. Wie wichtig ausreichende Kapazitäten sind, zeigte zum Beispiel die lang anhaltende Hitzewelle 2018, die zu Versorgungsengpässen an Tankstellen führte. Die UNITANK Betriebs- und Verwaltungs GmbH aus Hamburg betreibt sechs Großtanklager in Deutschland und Belgien – und das auf Basis höchster Sicherheits- und Umweltstandards. 'Sicher ist sicher' lautet eine Maxime des mittelständischen Unternehmens.

Seit mehr als 50 Jahren konzentriert sich UNITANK auf den Betrieb von Tanklagern – und damit auf ein hochsensibles Geschäft, das nicht nur entsprechendes Know-how, sondern auch Verantwortungsbewusstsein erfordert. „Tanklager sind weder gefährlich noch dreckig, sondern vor allem ein wichtiger Teil der Logistikkette zur Versorgung der Menschen im Land mit Brenn- und Kraftstoffen“, betont Geschäftsführer Michael Herold. „In der gesamten Branche und nicht allein bei uns herrscht ein extrem hohes Niveau in Sachen Sicherheit und Umwelt.“

Vom Lagern zum Umschlag

Hohe Qualitätsansprüche charakterisieren UNITANK seit der ersten Stunde. 1969 gegründet, war das Unternehmen lange in Familienbesitz. Im Fokus stand zunächst der Bau von Tanklagern auf Basis langfristiger Verträge mit dem Erdölbevorratungsverband. „Der Verband verwaltet Staatsreserven für den Krisenfall für Deutschland, unter anderem Mineralöl“, erklärt Michael Herold. „Wenn irgendwann die Verträge auslaufen, muss man nach Alternativen suchen. Deshalb haben

wir vor circa acht Jahren eine neue Phase eingeleitet und den Wandel von der Bevorratung zum Umschlag vollzogen. Die EBV ist nach wie vor ein wichtiger Kunde, noch immer lagern wir Staatsreserven, aber inzwischen haben wir eine differenziertere Kundenstruktur quer durch die Mineralölindustrie.“

Sicher und sauber

Heute ist UNITANK im Besitz der Aberdeen Standard Group und des Dutch Investment Funds. „Im Hintergrund haben wir damit kapitalkräftige Strukturen, die uns bei weiteren Entwicklungen maß-

geblich unterstützen“, so Michael Herold. „Eine stabile Rendite ist genauso wichtig wie eine langfristige Entwicklung. Für alle im Unternehmen bieten sich damit vielversprechende Zukunftsperspektiven. Wir können auf Kapital bauen, das das Unternehmen stark für die Zukunft macht.“ Mit 67 Mitarbeitern konzentriert sich UNITANK heute auf „eine relativ simple Tätigkeit“, wie Michael Herold beschreibt, nämlich den Umschlag von hellen Mineralölprodukten, also Heizöl, Flugzeugkraftstoff und Kraftstoffen. „Für die Kunden übernehmen wir das Entladen der Großtransportmittel.

Die Produkte gehen dann in die Tanks und wir sorgen dafür, dass ihre Qualität nicht leidet“, sagt



Das Tanklager in Raunheim ist unter anderem für die Versorgung des Frankfurter Flughafens zuständig



UNITANK betreibt sechs Tanklager – jedes einzelne steht für maximale Sicherheit



UNITANK investiert in modernste Anlagen zur Verflüssigung von Benzindämpfen – konsequent im Sinne der Umwelt



Befüllanlage für Tankfahrzeuge

er. „Bevor die Produkte auf die Tankfahrzeuge abgefüllt werden, fügen wir bestimmte Additive zu. Jede Gesellschaft hat eigene Additive, die sicherstellen, dass die Verbrennung sauberer abläuft, im Sinne der Umwelt und schonend für das Auto. Wir übernehmen die Mengenbuchhaltung und steuerliche Abwicklung.“

Per du mit Kunden und Mitarbeitern

Zu den Kunden, die sich bei UNITANK in sicheren und kompetenten Händen wissen, zählen Unternehmen der gesamten Mineralölindustrie, große Konzerne ebenso wie kleinere Betriebe. Behandelt werden alle gleich gut, darauf legt man Wert. „Wir kennen bei unseren Kunden alle Verantwortlichen“, so Michael Herold. „Durch die langen Partnerschaften pflegen wir einen sehr offenen Umgang miteinander, was sehr wichtig ist, da alle Beteiligten sich bewusst sind, dass Transporte gewisse Gefahren bergen.“ Heute macht Vorratungen 60% des Umsatzes aus, der Umschlag 40%; exportiert wird ausschließ-

lich indirekt über Kunden. Eigene Handelsaktivitäten lehnt UNITANK bewusst ab, um Interessenskonflikte mit Kunden zu vermeiden. Die soliden Kundenbeziehungen, die zum Teil seit über 20 Jahren bestehen, zahlen sich aus – Marketingaktivitäten sind relativ beschränkt, Kunden kommen eher auf UNITANK zu als umgekehrt. „Der Markt ist nicht sehr groß, es gibt nur wenige Wettbewerber, man kennt sich“, resümiert Michael Herold. „Allerdings agieren wir auf einem abnehmenden Markt und werden deshalb Schritt für Schritt alternative Standbeine rund um das Kerngeschäft aufbauen. Beteiligungen an der Energietransformation sehen wir in diesem Zusammenhang als Wachstumschance. Dabei liegt der Fokus auf flüssigen alternativen Energieträgern.“

Umdenken und umstellen

UNITANK stellt sich neuen Herausforderungen, um auch in 30 Jahren noch auf dem Markt zu sein. Flexibilität ist dabei ein wichtiger Pluspunkt. „Als kleines Un-

ternehmen sind wir in bestimmten Dingen vielleicht sensibler und schneller als andere, zum Beispiel, wenn es darum geht, Kunden kurzfristig zu helfen“, so Michael Herold. „Wir haben kurze Entscheidungswege und kaum Hierarchien; die wenigen Hierarchien, die es gibt, haben nur die Bedeutung eines geordneten Informationsflusses, damit niemand vergessen wird. In unserem Unternehmen ist jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter wichtig für den Gesamterfolg.“ Die Mitarbeiter fühlen sich wertgeschätzt – und identifizieren sich mit dem Unternehmen. In der Pandemie konnte jeder problemlos von zu Hause ausarbeiten. „Viele kommen aber gerne ins Büro, weil die persönliche, direkte Kommunikation durch nichts zu ersetzen ist“, weiß Michael Herold aus Erfahrung. Die Digitalisierung wird weiter forciert. Manuelle Prozesse sollen gegen null gehen, von jeder befugten Stelle aus will man in Prozesse eingreifen können – um Abläufe effizienter zu organisieren und aus Sicherheitsgründen, zum Beispiel, um Verwechslungen

von Ladungen auszuschließen. „Wir wollen in Zukunft nicht nur noch sicherer, sondern auch noch nachhaltiger arbeiten“, betont Michael Herold. „Dämpfe werden heute abgesaugt und wieder zurückverflüssigt. Es entweicht absolut nichts. Auch bei unseren Wettbewerbern ist das selbstverständlich so. Unser Ziel ist, möglichst emissionsfrei zu arbeiten. Deshalb überprüfen wir momentan alle Stromverträge. Wir wollen Strom, der tatsächlich aus regenerativen Quellen kommt. Weil wir viel Strom verbrauchen, fühlen wir uns verantwortlich umzudenken und umzustellen.“



KONTAKTDATEN

UNITANK Betriebs- und Verwaltungs GmbH
Steckelhörn 9
20457 Hamburg
Deutschland
☎ +49 40 4607730
✉ +49 40 46077365
info@unitank.de
www.unitank.de



Hamburger Innovationskraft für optimierten Customer-Service



Digitale Schnittstellen zu Kunden sind heute ein wesentlicher Erfolgsfaktor für Unternehmen aller Branchen. Dies gilt nicht nur für den Verkauf von Produkten, sondern auch für den Customer Service. Herausfordernd ist jedoch die steigende Zahl von Verkaufs- und Kommunikationskanälen. Omnichannel-Fähigkeit ist somit von zunehmender Bedeutung, wenn es um die Optimierung digitaler Kundenbeziehungen geht. Unter konsequenter Beachtung dieser Anforderung entwickelt die Hamburger novomind AG bereits seit dem Jahr 2000 intelligente Software für den Online-Handel und die elektronische Kundenkommunikation.

Omnichannel als enorme Herausforderung

Die Digitalisierung verändert viele Aspekte unserer Gesellschaft. Hierzu zählt auch das Informations- und Konsumverhalten der Verbraucher. Immer häufiger entscheiden sich Kunden dazu, Produkte und Dienstleistungen über verschiedene Online-Kanäle einzukaufen. Ebenso verlagert sich die Kommunikation in den digitalen Raum. So erwarten Kunden mittlerweile, dass sie den Customer Service von Unternehmen nicht nur via Telefon und E-Mail, sondern auch über Messenger-Diens-

te, Chat, soziale Netzwerke und Videokonferenz-Tools kontaktieren können.

Selbstverständlich kann es nicht das Ziel von Unternehmen sein, die verschiedenartigen Vertriebs- und Kommunikationskanäle mit einer Vielzahl einzelner Software-Lösungen zu verwalten. Zu groß wäre der Aufwand. Ebenso wäre eine 360-Grad-Sicht auf Kunden aufgrund der fehlenden Verknüpfung von Informationen nicht realisierbar.

IT-Innovator für globale Herausforderungen

Als europäischer Technologieführer in ihrem Bereich entwickelt die novomind AG aus Hamburg Software-Lösungen für den Online-Handel und die digitale Kundenkommunikation, mit denen Unternehmen den skizzierten Herausforderungen begegnen können. Mit rund 400 Mitarbeitern betreut das inhabergeführte IT-Unternehmen etwa 250 Kunden auf der ganzen Welt – vom KMU bis zum Konzern. Das Produktportfolio besteht im Wesentlichen aus zwei Säulen: E-Commerce und Customer Service.

Im E-Commerce-Bereich bietet novomind unter anderem ein individualisierbares, hochperformantes Shopsystem (Web, Mobile und App), eine PIM-Lösung (Product Information Management) und Marktplatzintegrationen an. Im Customer Service ist novomind iAGENT - eine Call Center Software für das optimale Omnichannel-Management - das Kernprodukt. Die Lösung unterstützt zahlreiche Kommunikationskanäle wie Call, E-Mail, Chat, Audio-Chat, Video-Chat, Messenger und Social Media. Dennoch arbeiten die Mitarbeiter im Kundenservice dank der Mehrkanalfähigkeit lediglich mit einer zentralen Benutzeroberfläche. Bereits seit der Gründung spielt darüber hinaus künstliche Intelligenz eine wichtige Rolle in der novomind-Produktentwicklung. Heute findet sich KI in verschiedenen Bausteinen der Systeme wieder. Ein Beispiel sind Chatbots, die eigenständig Dialoge mit Kunden führen können. Auch die Kaufberatung und die Unterbreitung von individuell passenden Produktempfehlungen wird auf Wunsch durch künstliche Intelligenz übernommen.

Ideengeber für neue Branchenlösungen

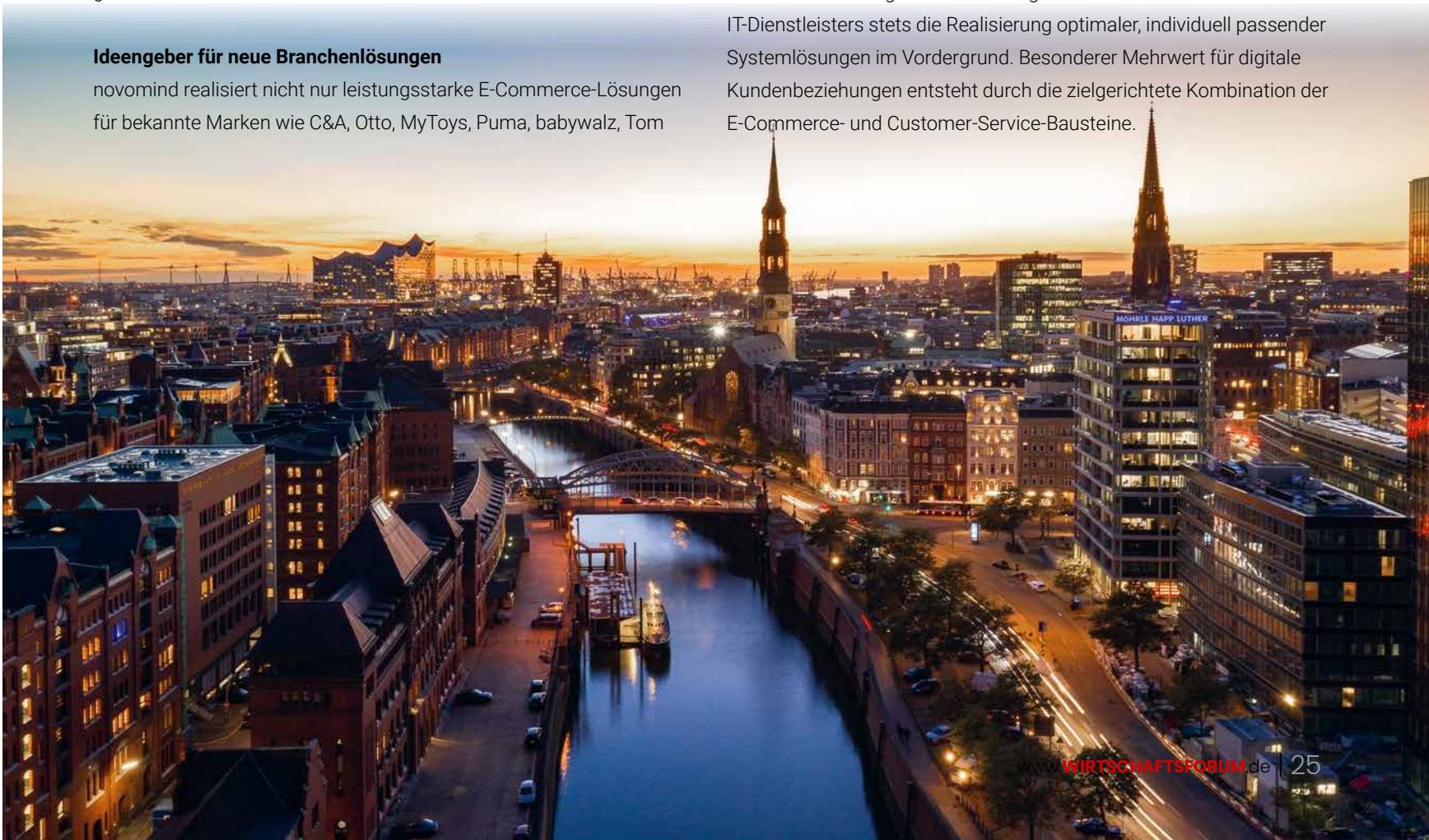
novomind realisiert nicht nur leistungsstarke E-Commerce-Lösungen für bekannte Marken wie C&A, Otto, MyToys, Puma, babywalz, Tom

Tailor, Dehner Garten-Center und S. Oliver. Der IT-Anbieter ist auch im Bereich der digitalen Kundenkommunikation ein Innovationstreiber und Ideengeber für Dienstleistungsunternehmen weltweit. So realisierte novomind auf Basis seiner Software novomind iAGENT eine optimierte Terminvergabe für alle öffentlichen Krankenhäuser in Abu Dhabi. Dank der Lösung können Termine für Facharztbehandlungen und COVID-19-Impfungen nun auch via WhatsApp vereinbart, geändert und storniert werden. Der Service steht rund um die Uhr ohne Wartezeiten zur Verfügung. Ein integrierter Chatbot sorgt dafür, dass die Terminbuchung automatisiert abläuft. Im Hintergrund werden sämtliche Termine in Echtzeit mit dem Backend-System der Krankenhäuser synchronisiert. Auch Patientenfragen kann der digitale, KI-basierte Assistent beantworten, wodurch das Krankenhauspersonal zusätzlich entlastet wird.

Auch hierzulande setzen Unternehmen die WhatsApp Business Solution in Kombination mit novomind-Software bereits erfolgreich ein. So konnte OTTO die Bearbeitungsdauer einer einfachen Kundenanfrage dank der Implementierung des zusätzlichen Kommunikationskanals um 15% reduzieren.

Persönliche Beratung für individuelle Anforderungen

Abgerundet wird das Portfolio der Hamburger durch mehrere Professional Services. Diese umfassen die Architektur- und Integrationsberatung zur Software ebenso wie das Projektmanagement zur termingerechten Umsetzung. Bei der Planung steht für das erfahrene Team des IT-Dienstleisters stets die Realisierung optimaler, individuell passender Systemlösungen im Vordergrund. Besonderer Mehrwert für digitale Kundenbeziehungen entsteht durch die zielgerichtete Kombination der E-Commerce- und Customer-Service-Bausteine.



Kontakte

Catron GmbH
Europapark Fichtenhain A 13 A
47807 Krefeld
Deutschland
☎ +49 2151 47950
sales.eu@catron.com
www.catron.com

demicon GmbH
Friedrichstraße 15
70174 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 800 1230230
info@demicon.de
www.demicon.de

HADRIAN GmbH & Co. Metall- und
Kunststofftechnik KG
Nexöer Straße 8
17438 Wolgast
Deutschland
☎ +49 3836-27200
☎ +49 3836-27202
info@hadrian-wolgast.de
www.hadrian-wolgast.de

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

Tönisen Bedachungs GmbH
Kranenburger Straße 53
47574 Goch
Deutschland
☎ +49 2827 92090
info@toenisen.de
www.toenisen.de

Ultimo Software Solutions GmbH
Lohbergstraße 20a
46537 Dinslaken
Deutschland
☎ +49 2064 8284754
☎ +49 2064 8284753
info@ultimo.com
www.ultimo.com

BROCKHAUS AG
Pierbusch 17
44536 Lünen
Deutschland
☎ +49 231 98750
☎ +49 231 9875540
info@brockhaus-ag.de
www.brockhaus-ag.de

AMZSCALE / AMACOA GmbH
Martinistraße 66
49078 Osnabrück
Deutschland
info@amzscale.net

Allu Deutschland GmbH
Maschweg 77
49324 Melle
Deutschland
☎ +49 5422 927820
deutschland@allu.net
www.allu.net

UNITANK Betriebs- und Verwaltungs
GmbH
Steckelhörn 9
20457 Hamburg
Deutschland
☎ +49 40 4607730
☎ +49 40 46077365
info@unitank.de
www.unitank.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

International Business Media GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

Chefredakteur:
Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann

Kostenloses Unternehmensprofil

Unter nachfolgendem Link können Sie die Daten zum **kostenlosen Unternehmensprofil** eintragen.

www.wirtschaftsforum.de/unternehmensregistrierung

Das Ausfüllen wird ca. **5 Minuten** dauern.

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich

INTERVIEWS THEMENWELTEN UNTERNEHMEN EXPERTENWISSEN NEWS WIFO TO GO

Unternehmen

Wonach suchen Sie?

Filtern nach Tags: Filtern nach Land: Sortieren nach: Titel Aufsteigend

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Aeris GmbH ★ PREMIUM

Angelini Pharma Österreich GmbH ★ PLUS

AWK Verschlüsse GmbH & Co. KG ★ PLUS

Unternehmensprofil Premium

VPZ Verpackungszentrum GmbH

Unternehmensprofil

Algemeines Informationen zum Unternehmen

Das VPZ Verpackungszentrum hat sich auf den Vertrieb und die Entwicklung von biogenen Verpackungen spezialisiert. 2019 gelang die Markteinführung mit dem Packatur® Cellulose Netzschlauch aus LENZING® Modal-Baumholzcellulose, einer Weichheit, die inzwischen von allen führenden Supermärkten Europas für Bioobst & Gemüse eingesetzt wird und derzeit den internationalen Markt von Neuseeland über Südafrika bis Kanada und den USA erobert.

Responsible Officer:
Susanne Meininger, Marius Köhler

Produkte:

- Packatur® Cellulose Netzschlauch
- Packatur® Biostrickleisten
- Packatur® Cellulose Mittelspindel

Standorte:

- Hankel & Rosenacker
- Hankel & Rosenacker
- Europa & Unternehmenseinheiten

Perfekte der VPZ Verpackungszentrum GmbH

- Packatur® Cellulose Netzschlauch
- Packatur® Biostrickleisten

Kontakt:

- VPZ Verpackungszentrum GmbH
- Auton-Mühl-Platz 14
- 48331 Rheine
- Germany
- Tel: +49 (0) 5971 92164-0
- Fax: +49 (0) 5971 92164-854
- info@vpz.de

www.vpz.de

Susanne Meininger, Marius Köhler

Facebook, LinkedIn, Instagram, YouTube, Twitter

Kanban-Boards
Zeitersparnis
für Teams

Interessiert?
+49 5971 92164-0