

Wirtschaft im Süden



Interview:

Regeln und Messen für eine bessere Umwelt

mit Elmar Fritz, Geschäftsführer und Ralf Schröder,
Leiter Service/Branchenexperte neue flüssige Brennstoffe, Seite 08

Porträts:

- › **Kaufmann Bausysteme GmbH**, Seite 16
- › **Novelis AG**, Seite 20

Special Wirtschaft im Süden

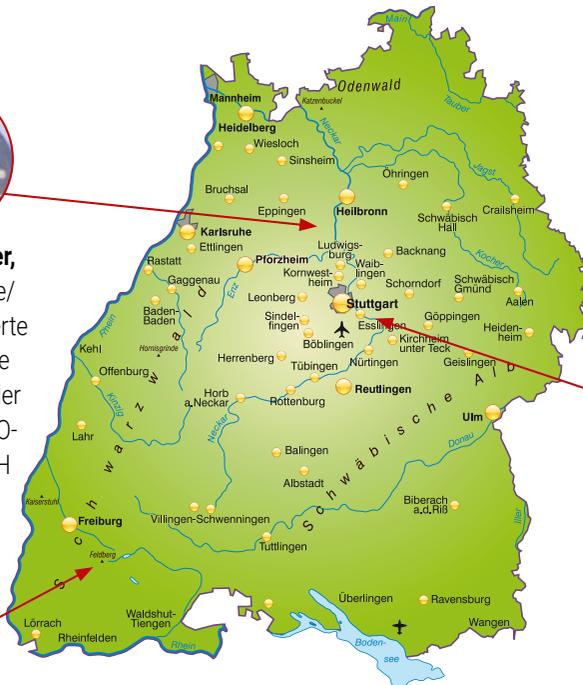
08



Elmar Fritz,
Geschäftsführer
der AFRISO-EURO-
INDEX GmbH



Ralf Schröder,
Leiter Service/
Branchenexperte
neue flüssige
Brennstoffe der
AFRISO-EURO-
INDEX GmbH



12



Christian Presinger,
Leiter Vertrieb
der KYOCERA UNIMERCO
Fastening GmbH

04



Jasmin Keller,
Geschäftsführerin
der Bürstenfabrik Keller
GmbH

06



Timo Fechtig,
Geschäftsführer und
Gesellschafter
der Fechtig Heizung Sanitär
GmbH



16



Harald Wimmer,
Marketingleiter
der LK Metallwaren
GmbH

14



Ing. Heinz Kettner,
Geschäftsführer
der Stahl Judenburg
GmbH



30



Reto Wetter,
Geschäftsführer
der Pletscher Metallbau AG

24



José Fernandez,
Verkaufsleiter
der Sored SA

26



Daniel Rüfenacht,
Chief Executive Officer
der bluesign technologies ag



28



Anita Renc,
CSO
der Afag Holding AG

20



Emilio Braghi,
EVP, Novelis Inc. und
President Novelis Europe

22



Dr. Dominik Hauser,
Geschäftsführer
der Häseler AG

Kontakt Seite 33



Interview mit



Jasmin Keller,
Geschäftsführerin der
Bürstenfabrik Keller GmbH



Mehr als nur eine Bürste

Wenn es um die Haar- oder Körperpflege geht, dann stellen Konsumenten höchste Ansprüche an die Funktionalität, gleichzeitig aber auch an die Ästhetik der Produkte. Als Johann Baptist Keller 1869 eine kleine Bürstenfertigung in Todtnau im Schwarzwald gründete, stand er damit ganz im Zeichen der Tradition der Region. Heute agiert das Unternehmen in der 5. Familiengeneration erfolgreich am Markt.

Wirtschaftsforum: Frau Keller, was sind heute die wichtigsten Produktkategorien für die Bürstenfabrik Keller?

Jasmin Keller: Wir sind Spezialisten für Haarbürsten und Feinbürsten. Darüber hinaus gehören noch Haushaltsbürsten und Tierbürsten zu unserem Produktsortiment. Durch den anhaltenden Wellnesstrend und das wachsende Gesundheitsbewusstsein werden auch Körperbürsten immer stärker nachgefragt. Ein kleines Segment sind unsere Lifestyle-Bürsten.



Rundbürsten für die Haarpflege

Wirtschaftsforum: Sie legen großen Wert auf Nachhaltigkeit. Auf welchen Ebenen betrachten Sie das Thema?

Jasmin Keller: Wir betrachten das Thema ganzheitlich und ehrlich. Greenwashing gibt es bei uns nicht. Noch bevor das Thema

Nachhaltigkeit vom Marketing entdeckt wurde und der Klimawandel in der öffentlichen Debatte stand, haben wir verschiedene ökologische Zertifizierungen machen lassen, zum Beispiel die FSC-Zertifizierung für Holz aus ökologischer Bewirtschaftung, das europäische Umweltmanagement-System EMAS, ISO 14001. Schon lange bedienen wir Bio- und vegane Trends. Seit 2006 arbeiten wir mit Ökostrom und seit zwei Jahren sind wir Stromautark. Im Sommer pressen wir Holzpellets aus unseren Abfällen und im Winter heizen wir unsere

Gebäude mit den Holzspänen. Da wir noch von früher Wasserrechte besitzen, möchten wir jetzt auch die Wasserkraft wieder aktivieren. Das würde für uns absolute Energie-Autarkie bedeuten. Leider ist dies aufgrund der behördlichen Auflagen nicht so einfach.

Wirtschaftsforum: Sie sind international aufgestellt. Was sind heute wichtige Märkte für das Unternehmen und wo sehen Sie Potenzial für die kommende Zeit?

Jasmin Keller: Wir sind weltweit tätig und erwirtschaften rund 40% unseres gesamten Geschäftsvolumens im Ausland. Deutschland ist unser Hauptmarkt, gefolgt von den USA. Auch im europäischen Umland sind wir gut aufgestellt. Aber wir bedienen durchaus auch Kunden in China, Australien oder Afrika. Unsere beiden Söhne Johannes und Philip, die in den Startlöchern stehen, um in das Geschäft einzusteigen, sind stark international orientiert und möchten unsere Marktpräsenz im Ausland stärken, über Strategien, die individuell für die verschiedenen Regionen und Kontinente entwickelt werden. Denn andere Länder haben andere Körperkulturen und Haare.

Wirtschaftsforum: Die Bürstenfabrik Keller ist seit über 150 Jahren am Markt und das sehr erfolgreich. Wie gelingt das dem Unternehmen?

Jasmin Keller: Unsere nachhaltige und soziale Ausrichtung ist ein wichtiger Grund für unseren Erfolg. Unsere Familie steht mit



Zum Sortiment gehören unterschiedliche Haar- und Körperpflegebürsten



Spülbürsten mit Wechselkopf aus Holz

Herz und Leidenschaft hinter unserem Unternehmen und unseren Produkten. Wir sind echte 'Macher' und probieren Dinge auch einfach einmal aus. Unsere Bürsten sind hervorragend verarbeitet. Wir verwenden ausschließlich hochwertige Materialien – wenn möglich sogar aus der Region – und achten auf Ästhetik.

Wirtschaftsforum: Welche Pläne haben Sie für 2022?

Jasmin Keller: Die Übergabe an unsere Söhne ist ein Thema. Wir werden die Marke Faller stärken, um im D2C-Bereich (Direct-to-Customer) besser aufgestellt zu sein. Unser Leitmotiv ist und bleibt 'Organic'. Auf dieser Basis werden wir neue Materialien tes-

KELLER BÜRSTEN

KONTAKTDATEN

Bürstenfabrik Keller GmbH
Johann-Baptist-Keller-Str.äÙe 1
79674 Todtnau
Deutschland

+49 7671 91180

+49 7671 911850

info@keller-buersten.de

www.keller-buersten.de

ten und in Zukunft auch verstärkt mit Forschungseinrichtungen zusammenarbeiten. Eines unserer Ziele ist es zudem, ein Rücknahmesystem für die Bürsten zu entwickeln, also über Recycling eine Kreislaufwirtschaft herzustellen.

Wirtschaftsforum: Haben Sie ein langfristiges Ziel oder eine Vision für die Bürstenfabrik Keller?

Jasmin Keller: Wir möchten eine Welt mitgestalten, in der das Leben und die Natur wertgeschätzt und Ressourcen geschont werden, und in der ökologische Produkte Standard sind. Am liebsten möchten wir mit unseren Bürsten einen Teil zum Weltfrieden beitragen – wertebasiert und organisch.



Eine Hundeslickerbürste aus der Serie MAXIPin

Haustechnik komplett – für die Zukunft geplant

Die Bandbreite ist enorm: Sowohl bei industriellen Anlagen und Mehrfamilienhäusern als auch beim individuell geplanten Einfamilienhaus sorgt die süddeutsche Fechtig Heizung Sanitär GmbH dafür, dass Kundenprojekte effizient und präzise umgesetzt werden. Gestützt auf mehr als 50 Jahre Erfahrung investiert das Unternehmen mit Sitz in Waltenhofen-Lanzen in die Ausbildung seiner Mitarbeiter und Auszubildenden, neue Projekte und die Digitalisierung, um für die Zukunft gerüstet zu sein.

Interview mit



Timo Fechtig,
Geschäftsführer und
Gesellschafter
der Fechtig Heizung Sanitär
GmbH



Die Gipfelstation der Ifen-Bergbahn auf 2030 m Höhe bietet nicht nur einen wunderbaren Ausblick über das Kleinwalsertal, sondern stellte auch als Baustelle extreme Herausforderungen



Mit Bergbahn, Hubschrauber und zu Fuß durch den Tiefschnee gelang es, auch dieses Projekt effizient umzusetzen: Heizung, Sanitär- und Lüftungstechnik für die Ifen-Bergstation

„Vor 51 Jahren hat mein kürzlich verstorbener Großvater, Adolf Fechtig, das Unternehmen gegründet“, berichtet Geschäftsführer Timo Fechtig. „Mein Vater, Thomas Fechtig, und Hubert Schneider kamen 1996 als Gesellschafter und Geschäftsführer hinzu. Mit Hubert Schneiders Sohn Tobias und mir ist seit Anfang des Jahres die dritte Generation vertreten.“ Von Anfang an konnte die Fechtig Heizung Sanitär gesundes Wachstum verzeichnen. So wurde 1996 ein Tochterunternehmen gekauft und die Fechtig Raumluftechnik gegründet, im Jahr 2007 die Fechtig Tank & Energie. „Die Tankreinigung ergänzt unser Gesamtportfolio“,

sagt Timo Fechtig. „Wir verstehen uns als Firmengruppe, die den gesamten Bereich der Heiz- und sanitären Haustechnik abdeckt. Die Aufträge werden dann an die Fachfirmen weitergegeben.“ Insgesamt beschäftigt die Gruppe heute fast 100 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von 15 Millionen EUR, Tendenz steigend.

Attraktiver Arbeitgeber

Der junge Mit-Gesellschafter und Geschäftsführer hat selbst alle Stufen durchlaufen, von der Ausbildung als Anlagenmechaniker und Monteur in einem externen Betrieb, dann – wieder bei Fechtig – den Meister, den Betriebswirt und die Bürotätigkeit. Timo

Fechtigs Werdegang im Familienbetrieb erklärt wohl auch sein besonderes Engagement im Bereich der Mitarbeiterführung. „Für mich ist offene Kommunikation wichtig, die Zufriedenheit der Mitarbeiter und ihre Wertschätzung“, bestätigt er. „Es gilt, sie in eine gesunde Unternehmensentwicklung einzubinden, statt Wachstum um jeden Preis voranzutreiben. Wir erneuern gerade unsere Lehrwerkstatt, um junge Leute, die aus der Schule kommen, zu einer Ausbildung bei Fechtig zu motivieren.“ Im Team mit Tobias Schneider, Bachelor of Engineering, stellt sich Timo Fechtig dem Problem des Mitarbeitermangels. „Wir wollen Fechtig als attraktiven

Ausbilder und Arbeitgeber präsentieren“, sagt er. „Ein wichtiger Schritt ist die Viertagewoche für Monteure – eine Herausforderung für uns, aber eine Möglichkeit der Mitarbeiterbindung.“

Vorbereitung auf die Zukunft

Auf die zukünftige Entwicklung will die junge Geschäftsführung in jeder Hinsicht gut vorbereitet sein. „Als Unternehmer ist es wichtig, selbst aktiv zu werden, statt zu warten, was passiert“, meint Timo Fechtig. „Wir sind dabei, eine eigene Planungsabteilung einzurichten, um unseren Kunden die haustechnische Versorgung als Komplettpaket von der Planung bis zum fertigen Objekt



Der Stammsitz der MULTIVAC-Gruppe in Wolfertschwenden mit mehr als 63.000 m² bestätigt Fechtigs Kompetenz bei der Realisierung von Großprojekten, hier Heizung, Sanitär und Kälte



Mit einer Laufzeit von eineinhalb Jahren und zwischen 10 und 14 beschäftigten Monteuren gehört das MULTIVAC-Projekt zu den größten Baustellen der Fechtig Heizung Sanitär

anbieten zu können. Wir haben die passende Firmengröße, um die komplette Bandbreite an Aufträgen abzuwickeln, vom Einfamilienhaus bis hin zu großen gewerblichen Anlagen, wobei unser Fokus auf dem privatwirtschaftlichen Bereich liegt.“ Zahlreiche Referenzprojekte bestätigen die Kompetenz des Unternehmens, etwa das Zentralgebäude der MULTIVAC-Gruppe, die Gipfelstation der Ifen-Bergbahn, Standorte von Bosch und der AGCO Neubau in Marktoberdorf.

Leistungsfähigkeit steigern

Zum Leistungsspektrum der Fechtig Heizung Sanitär gehören neben Bädern, Sanitär- und Heizungsanlagen der Bau von Schwimmbadanlagen, Öl- und Gasfeuerungen und der Rohrleitungsbau für Fernwärme sowie der Bereich Lüftung. Kompetenz im Bereich der regenerativen Energieversorgung beweist das Unternehmen mit energiesparenden Solar- und Wärmepumpenanlagen, Biomasse-Heizanlagen und Blockheizkraftwerken. Die Planung von

Projekten möchte der Geschäftsführer nun mit einem weiteren Schritt in Richtung Zukunftssicherung verbinden. „Wir wollen unsere eigene, projektbezogene Vorfertigung aufbauen, um effektiver zu werden und Arbeitszeit vor Ort einzusparen.“ Er ist überzeugt, dass sich die Leistungsfähigkeit des Unternehmens so noch erhöhen lässt. Auch in der Digitalisierung sieht er großes Potenzial. „Wir haben bereits letztes Jahr ein neues Warenwirtschaftssystem eingeführt und damit begonnen, Prozesse umzustellen“, betont Timo Fechtig. „Mittelständische Handwerksbetriebe stehen am Scheideweg. Wir müssen solche Prozesse einleiten, uns umstellen, schauen, dass wir für die Zukunft gut aufgestellt sind.“

Präsenz zeigen im Wachstumsmarkt

Nicht nur als Arbeitgeber, auch als Unternehmen möchte die Fechtig Heizung Sanitär Präsenz zeigen. „Natürlich haben wir eine eigene Homepage und sind in den sozialen Medien vertreten, wir betreiben aber auch Printwerbung“,

bestätigt Timo Fechtig. „Aktuell sind unsere Auftragsbücher ungewöhnlich gut gefüllt, bis in den Herbst hinein. Sowohl im Industrie- als auch im Wohnungsbau zeichnet sich für die nächsten Jahre weiteres Wachstum ab, In den letzten eineinhalb Jahren sind die Investitionen im Industriesektor zwar aufgrund der Pandemie etwas zurückgegangen, nun geht es aber wieder aufwärts – zwar langsamer, aber dafür stetig und anhaltend.“

Persönliches Engagement im Team

Eine große Bandbreite abzudecken hat sich für Fechtig stets als Vorteil erwiesen, ist sich der Geschäftsführer sicher: „Wir konnten und können wirtschaftliche Schwankungen ausgleichen, da wir alle Bereiche der haustechnischen Versorgung abdecken. Unseren guten Ruf verdanken wir dem jahrelangen Einsatz meines Großvaters, meines Vaters, Peter Deckers und Hubert Schneiders. Sie haben klare Strukturen, gute Kundenkontakte und ein gutes Betriebsklima geschaffen. Ich

selbst habe mich früh für den Bereich Heizung und Sanitär interessiert und als Mitglied der 3. Generation dann gern und freiwillig für die Leitung des Unternehmens entschieden. Mir macht es Freude, im Team zu arbeiten und gemeinsam mit den Mitarbeitern etwas zu erreichen. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit meinem Partner Tobias Schneider sowie mit unseren Kollegen Markus Fendt und Patrick Meixner.“



KONTAKTDATEN

Fechtig Heizung Sanitär GmbH
Daimler Straße 3
87448 Waltenhofen-Lanzen
Deutschland
☎ +49 831 522990
info@fechtig-haustechnik.de
www.fechtig-haustechnik.de

Fechtig Raumluftechnik GmbH
Günzacher Straße 23
87634 Obergünzburg
Deutschland
☎ +49 8372 92080
info@fechtig-rlt.de
www.fechtig-haustechnik.de

Regeln und Messen für eine bessere Umwelt

Interview mit

Elmar Fritz,
Geschäftsführer
und

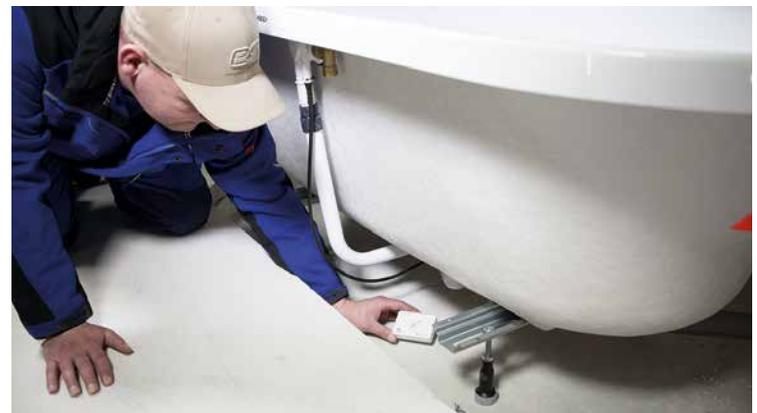
Ralf Schröder,

Leiter Service/Branchenexperte
neue flüssige Brennstoffe der
AFRISO-EURO-INDEX GmbH

Schon lange, bevor alle Welt von Energieeffizienz und Umweltschutz sprach, waren Umweltthemen bei der AFRISO-EURO-INDEX GmbH aus dem baden-württembergischen Göglingen keine Worthülsen, sondern gelebter Alltag. AFRISO ist eines der führenden Unternehmen im Bereich Mess-, Regel- und Überwachungstechnik. Ständige Produktweiterentwicklungen führen zu smarten und grünen Lösungen, die in der Haustechnik, in der Industrie und im Umweltschutz verstärkt zum Einsatz kommen.



Elmar Fritz, Geschäftsführer der AFRISO-EURO-INDEX GmbH (rechts) und Ralf Schröder, Leiter Service/Branchenexperte neue flüssige Brennstoffe



Der energieautarke Wassersensor WaterSensor eco kann, sogar unter der Badewanne eingemauert, zuverlässig per EnOcean-Funk einen Wasseraustritt melden

„Heizungsanlagen mit Öl gibt es noch immer und sie werden so schnell auch nicht zu ersetzen sein. Doch Öl ist viel zu schade zum Verbrennen, sowohl im Bereich Wärmeerzeugung als auch in der Mobilität“, sagt Geschäftsführer Elmar Fritz, dessen Vorfahre Adelbert Fritz 1869 den Grundstein des Unternehmens im thüringischen Schmiedefeld legte. „Wir begleiten aktiv den Schritt hin zu einer Umstellung des fossilen Brennstoffs Heizöl auf neue, synthetische Brennstoffe, sogenannte ‘Green Fuels’, damit der verbleibende Heizölbedarf zukünftig durch alternative Brennstoffe gedeckt werden kann. Es ist viel sinnvoller, die vorhandene Technik nachhaltiger zu betreiben, als sie kurzfristig komplett zu er-

neuern.“ So können synthetische Brennstoffe eine Brückenlösung darstellen und hierzu bietet AFRISO heute schon Komponenten für Heizungs- und Tankanlagen, die ‘Green Fuels Ready’ sind, so das

anerkannte neue Label der Heizungsindustrie in Deutschland.

Innovationen als Konstante

Doch damit ist die gesamte Kompetenz in der Mess-, Regel- und Überwachungstechnik im Unter-

nehmen noch nicht ausreichend beschrieben. Darüber hinaus ist das Familienunternehmen, von der Familie Fritz inzwischen in 4. Generation geleitet, auch ein Vorreiter im Bereich Smart Home. Ein absolutes Highlight im Sortiment ist ein Wassersensor, der die Energie direkt durch eine Bewegung gewinnt: Er quillt auf. Dank dieser Bewegungsenergie kann ein Funksignal weitergegeben werden, sodass zusätzlich keine externen Energiequellen notwendig sind. Auch im Hinblick auf den Umweltschutz ist das höchst interessant. Das alles hätte in den Ohren von Firmengründer Adelbert Fritz bei der Firmengründung 1869 sicher wie Zukunftsmusik geklungen. Er konzentrierte sich auf den Bau von



WaterControl und WaterSensor eco entdecken Wasseransammlungen und schalten wasserführende Leitungen sofort ab



AFRISO am Produktionsstandort und Hauptsitz Güglingen



Entgegen dem allgemeinen Trend bietet AFRISO eine außergewöhnliche Fertigungstiefe, wie hier in der Kunststoffspritzerei, und das schnell, flexibel und unabhängig

Thermometern. „Der Grundstein für das Unternehmen war gelegt. Doch im Laufe der Jahrzehnte, bestimmt durch historisch einschneidende Ereignisse wie etwa die beiden Weltkriege, ist AFRISO nie stehen geblieben“, so Elmar Fritz. „Es kamen später Instrumente für den Betrieb und die Überwachung von Brut- und Wärmeschränken hinzu, dann Kapselfederanometer sowie Blutdruckmessgeräte oder auch Membran-Temperaturregler. Später dann Überfüllsicherungen, Leckwarnsysteme für die sichere Lagerung von Mineralölprodukten – hier war AFRISO etwa Marktführer mit einer Produktpalette, die klar Richtung Umweltschutz zielt.“

Alternativen zum Heizöl denken

Ganz wichtig wurden ab den 1970er-Jahren Produkte für den wirtschaftlichen und umweltfreundlichen Umgang mit Heizungsanlagen. „Hier schließt sich fast wieder der Kreis zu heute, sind Komponenten für Heizungen doch einer unserer Schwerpunkte. Obwohl wir alle Arten von Heizungen bedienen, Wärmepumpen,

Fernheizungen etc., liegt uns die Ölheizung heute noch am Herzen“, erklärt Ralf Schröder, Serviceleiter und Branchenexperte für die neuen flüssigen Brennstoffe. „Wir haben uns schon lange mit dem Gedanken auseinandergesetzt, dass es Alternativen zum Öl beziehungsweise Heizöl geben muss, die den Umweltauforderungen gerecht werden, soll heißen klimaneutral sind, um auch die von der Politik vorgegebenen Klimaziele zu erreichen, gleichzeitig aber auch die bestehenden Anlagen zu bedienen.“

Bereit für grüne Brennstoffe

Daher ist man bei AFRISO auch überzeugt, dass ein synthetischer Brennstoff notwendig ist, mag er

auch nur eine temporäre Brückenslösung sein. „Für uns ist das eine optimale Lösung, denn unsere Komponenten sind heute bereits darauf geprüft, auch beim Einsatz von synthetischen Brennstoffen zu funktionieren. Hier wären wir wieder bei ‘Green Fuels Ready’. Im Vergleich zu vielen anderen Herstellern haben wir Ölheizungen noch nicht komplett abgeschlossen. Wir arbeiten noch mit bestehenden Produkten, verbessern diese und bieten eben weitere Optionen wie Green Fuels“, ergänzt Ralf Schröder.

Sicherheit im Produktfokus

Um die Bedeutung des Heizölmarktes zu veranschaulichen, sind einige Zahlen sehr hilfreich:



Die Heizölenlüfter FoCo-Top-1/-2C ermöglichen einen sauberen Betrieb von Heizungsanlagen mit flüssigen Brennstoffen



KONTAKTDATEN

AFRISO-EURO-INDEX GmbH
Lindenstraße 20
74363 Güglingen
Deutschland
☎ +49 7135 1020
✉ +49 7135 102147
info@afriso.de
www.afriso.de

In Deutschland gibt es rund fünf Millionen Ölheizungen, jährlich werden 13 Millionen Tonnen Heizöl verbraucht. „Um den Austausch und den Übergang zu beschleunigen, haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, bei den Komponenten unseren Kunden Sicherheit zu bieten, damit über einen begrenzten Zeitraum mit CO₂-neutralem Brennstoff die Heizung weiter betrieben werden kann“, sagt Elmar Fritz. Dank der Komponenten von AFRISO kann eine doppelte Sicherheit gewährleistet werden, eine Sicherheit für den Menschen und auch eine Sicherheit im Bereich der Umwelt.





„Es werden also Meldungen gemacht, wenn etwas ausläuft oder austritt“, sagt Ralf Schröder. „So sind wir auch im Bereich Abgasmessung, tätig. Nehmen Sie die Beispiele Krematorien, Müllverbrennungsanlagen oder die Hochseeschifffahrt – hier werden bei der Verbrennung klimaschädliche Abgase erzeugt. Aber auch für die Industrie bieten wir stationäre

Messlösungen. Zwar haben wir Standardprodukte, aber auf Kundenwunsch sind auch individuelle Lösungen möglich.“ Kunden sind nicht die Endverbraucher, sondern in erster Linie der Fachhandel, der Fachhandwerker und der Großhandel, während im Bereich Industrie eine Zusammenarbeit auch direkt mit den Systemanbietern erfolgt.



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Herstellung von Komponenten im Bereich Mess-, Regel- und Überwachungstechnik

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1869

Struktur: Familienunternehmen in 4. Generation

Niederlassungen: Hauptsitz Güglingen, weitere Standorte weltweit

Mitarbeiter: über 550 (Deutschland), über 1300 (weltweit)

Konsolidierter Umsatz: Über 160 Millionen (weltweit)

Export: Weltweit in über 65 Länder, Hauptmärkte Deutschland, Frankreich, Italien und Polen

Leistungsspektrum

Mess-, Regel- und Überwachungsgeräte für Haustechnik, Industrie und Umweltschutz

Fokus im Bereich Haustechnik sind Komponenten für Heizungen (Heizungs- und Tankkomponenten mit 'Green Fuels Ready'-Label)

Philosophie

Bei jeder Unternehmensentscheidung werden eventuelle Einflüsse auf die Umwelt berücksichtigt: Von der Produktidee über den Entwicklungs- & Fertigungsprozess bis zum Ende des Produktlebenszyklus

Zukunft

Entwicklung umweltfreundlicher, energieeffizienter Produkte
Fokus auf Digitalisierung – auch kundenseitig, z.B. Servicemessgeräte mit App-Anbindung, Smart-Home



Green Fuels Ready – mit seinen Komponenten ermöglicht AFRISO den sicheren Betrieb von Heizungsanlagen auch mit modernen und klimafreundlichen Brennstoffen

Das smarte Haus der Zukunft

Das Thema Smart Home ist in den letzten Jahren immer stärker in den Fokus gerückt. „Daher haben wir auch ein Start-up übernommen, der Name ist Codeatelier, das für uns eigene Applikationen programmiert“, so Elmar Fritz. „Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass wir nicht nur Sensoren entwickeln, die auf bestimmte Heizungssysteme begrenzt sind, sondern die dank Verwendung von Funkstandards wie EnOcean herstellerübergreifend eingesetzt werden können. Diesem Prinzip folgt auch unser Gateway, in dem auch WLAN-, Zigbee- oder Z-Wave-Sensoren eingebunden werden können.“ Ein Wassersensor, der ohne zusätzliche Batterien funktioniert, ist ein gutes Beispiel für das Haus der Zukunft. „Er kann ein Signal senden, wenn ein Wasserschaden entsteht. Dazu nutzen wir Quell-

scheiben, die aufquellen, wodurch eine Hebelwirkung entsteht. Aus dieser Bewegung entsteht die Energie, die dann ein Funksignal senden kann. Das ist eine sehr interessante Lösung im Bereich Umweltschutz.“ AFRISO wird auch weiterhin mit Innovationen wie diesen auf sich aufmerksam machen. Ein Thema für die Zukunft ist der hydraulische Abgleich. „Ziel ist es, ein Gebäude so energieeffizient wie möglich zu machen“, unterstreicht Elmar Fritz. „Hierzu bietet unsere Tochterfirma GAMPPER die entsprechenden Komponenten und wir werden gemeinsam weitere Produkte entwickeln.“

Wie digital ist Ihr Unternehmen?

Wir unterstützen Sie auf dem Weg zum digitalen Arbeitsplatz mit Enterprise Content Management & Workflow-Automation

Kontaktieren Sie uns jetzt!



„Menschen kaufen von Menschen“

Wo Armierungseisen früher mühsam mit einer Zange verbunden werden mussten, können heute die Bindemaschinen von TJEP aus dem Hause der KYOCERA UNIMERCO Fastening GmbH mit Sitz in Esslingen den Menschen erheblich entlasten. Unter der Marke TJEP vertreibt das Unternehmen Befestigungswerkzeuge für den professionellen Handwerker. Vertriebsleiter Christian Presinger berichtet im Interview mit Wirtschaftsforum, wie die Geräte Arbeiten erleichtern und sicherer machen und warum ihre Effizienz auch im Hinblick auf Nachhaltigkeit relevant ist.

Wirtschaftsforum: Herr Presinger, wie lange gibt es KYOCERA UNIMERCO Fastening schon?

Christian Presinger: Das Unternehmen wurde 1964 in Dänemark gegründet und hat sich schon damals mit der Direktbefestigung beschäftigt. Es ist später mit der japanischen KYOCERA-Gruppe verschmolzen. Wir sind also ein typisch skandinavisches Unternehmen mit japanischen Einflüssen,

was eine erfolgsversprechende Kombination ist.

Wirtschaftsforum: Welche Produkte bieten Sie an?

Christian Presinger: Wir bieten Armierungs-, Binde- und Schneidemaschinen, Nagel- und Klammerschussapparate für Holz- und Betonuntergründe, Kompressoren und dazu das entsprechende Verbrauchsmaterial. Unsere Bin-

Interview mit



*Christian Presinger,
Leiter Vertrieb
der KYOCERA UNIMERCO
Fastening GmbH*



Mit dem Terrassensystem QUICK-FAST geht die Arbeit leicht von der Hand



KONTAKTDATEN

KYOCERA UNIMERCO Fastening GmbH
Fritz-Müller-Straße 27
73730 Esslingen
Deutschland
☎ +49 2131 8819149
✉ +49 2131 8819148
tjep@kyocera-unimerco.com
www.tjep.de



Die Bindemaschine verbindet
Stahlarmierungen, zum Beispiel
in Bodenplatten

demaschinen gehören zur Gruppe unserer wichtigsten Produkte. Sie werden in der Bauindustrie verwendet, um zum Beispiel bei Bodenplatten die Stahlarmierungen miteinander zu verbinden. In Skandinavien sind wir mit diesen Maschinen Marktführer. Auf dem deutschen Markt wurden sie vor etwa zehn Jahren eingeführt.





Betonnagler TJEP CP-40



Streifenagler TJEP GRF 34/90

Heute sind wir hier mit ihnen bereits stark vertreten und wollen die Marktpräsenz unserer Marke TJEP weiter ausbauen.

Wirtschaftsforum: Gibt es auch Produktneuheiten?

Christian Presinger: Ja, wir sind stets getrieben von der Entwicklung und bringen gerade ein neues Produkt auf den Markt, das TJEP QUICK-FAST-System, mit dem Terrassendielen ohne sichtbare Befestigungspunkte befestigt werden können. Die Arbeiten gehen mit ihm deutlich schneller als mit allen anderen auf dem Markt erhältlichen Produkten.

Wirtschaftsforum: Sie bieten auch Produkte an, die gefördert werden. Was hat es mit diesen Förderungen auf sich?

Christian Presinger: Die meisten unserer Endkunden – wir selbst verkaufen nur an Händler – sind Mitglieder in der BG BAU. Diese fördert Geräte, die der Sicherheit am Arbeitsplatz und auf den Baustellen dienen. Dazu zählt unsere Armierungseisen-Bindemaschine, die die Arbeit, welche früher

mit einer Zange vorgenommen wurde, enorm erleichtert. An der Bindemaschine kann eine Armverlängerung angebracht werden, die kein Arbeiten in gebückter Haltung mehr erfordert. Die BG BAU fördert diese Geräte mit bis zu 750 EUR.

Wirtschaftsforum: Wie ist das Unternehmen aufgestellt?

Christian Presinger: Der Sitz der Gruppe, die rund 100 Mitarbeiter beschäftigt, ist in Dänemark. Gemeinsam mit dem dänischen Geschäftsführer, Jesper Tordrup Andersen bin ich für den deutschen Markt verantwortlich. In Deutschland sind wir ein Team von acht Mitarbeitern. Wir haben in der Gruppe sehr flache Hierarchien und leben sie auch. Viele Mitarbeiter sind schon seit 30 Jahren dabei. Ich habe sieben erfahrene

Außendienstmitarbeiter an meiner Seite, die ein hohes Maß an Eigenverantwortung haben. Der Vertriebsinnendienst sitzt in Dänemark, wo deutsche Kunden von deutschsprachigen Mitarbeitern betreut werden. Dort haben wir auch ein starkes Serviceteam. Es sorgt dafür, dass Reparaturen zu 95% in den ersten 24 Stunden wieder zurückgeschickt werden.

Wirtschaftsforum: Inwiefern spielt Nachhaltigkeit für Sie eine Rolle?

Christian Presinger: Wir beraten die Kunden dahingehend, wie sie mit unseren Geräten Arbeiten effizienter und schneller durchführen können. Baustellen sind auch beteiligt an Treibgasausstößen, daher ist es auch in dieser Hinsicht wichtig, dass die Bauzeiten möglichst kurzgehalten werden.

Wirtschaftsforum: Ist Automatisierung für Sie ein relevantes Thema?

Christian Presinger: Es ist vorstellbar, im Rahmen einer Roboteranwendung einen mobilen Arm mit unseren Maschinen zu bestücken, um Bindungen automatisch vorzunehmen. Das wird aber noch nicht praktiziert. In der Nagel- und Klammerschusstechnik wird in der Fertighauskonstruktion schon automatisiert gearbeitet. Hier kommen unsere Verbrauchsmaterialien bereits zur Anwendung.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihnen im Umgang mit Ihren Mitarbeitern und Kunden wichtig?

Christian Presinger: Menschen kaufen von Menschen. Das ist meine Verkaufs- und Führungsphilosophie und gilt auch für das Verhältnis zu unseren Kunden. Wir müssen auf der zwischenmenschlichen Ebene und in professionell geführten Gesprächen herausfinden, wo die Bedürfnisse unserer Kunden liegen.



„Baustellen sind auch beteiligt an Treibgasausstößen, daher ist es auch in dieser Hinsicht wichtig, dass die Bauzeiten kurz gehalten werden.“

*Christian Presinger,
Vertriebsleiter*

Stahlhartes Geschäft im Wandel

Blankstahl, Walzstahl, Kurzstücke – hochqualitativer Stahl ist zur Verarbeitung in vielen Industriezweigen unabdingbar. Die zur GMH Gruppe gehörende Stahl Judenburg GmbH liefert Stahlkomponenten vor allem für die Automotivebranche, erhöht aber derzeit ihre Wertschöpfungstiefe auch in Richtung Maschinenbau und stationäre sowie mobile Hydraulik. Wir sprachen mit Geschäftsführer Ing. Heinz Kettner über eine Branche im Wandel, das wichtigste Gut sowie das Erfolgsrezept des 'Wir'.

Interview mit



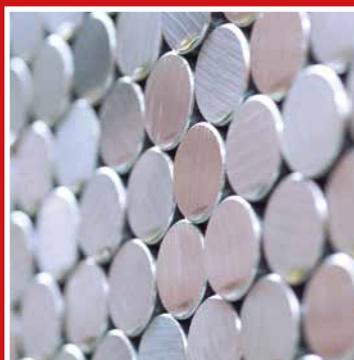
Ing. Heinz Kettner,
Geschäftsführer
der Stahl Judenburg GmbH



Bei Verarbeitung wird der Stahl einer induktiven Wärmebehandlung unterzogen



Punkten mit Präzision: In der CNC-Fertigung überprüft eine Mitarbeiterin ein Teil



In der Produktion von Hochpräzisionsblankstahl ist die Stahl Judenburg GmbH führend



Know-how ist alles: Ein Mitarbeiter an der Prüflinie einer Stabschälanlage

Wirtschaftsforum: Herr Kettner, seit 1995 gehört die Stahl Judenburg GmbH zur GMH Gruppe als einem Marktführer im Bereich Edelstahlherzeugung. Die Wurzeln des Unternehmens reichen jedoch über 100 Jahre zurück. Welche, würden Sie sagen, sind die Meilensteine in der Firmengeschichte?

Heinz Kettner: Der erste ist natürlich die Gründung als Steirische Gußstahlwerke Danner & Co. KG im Jahr 1906. Der wichtigste Schritt in der neueren Zeit ist für uns aber ganz klar die Übernahme durch die damalige Georgsmarienhütte GmbH gewesen. Die Steirische Gußstahlwerke Danner & Co. KG war die zweite Akquisiti-

on der Georgsmarienhütte GmbH, die daraufhin zur Georgsmarienhütte Holding GmbH, kurz GMH Gruppe, wurde. Seitdem firmiert auch unser Unternehmen unter seinem heutigen Namen Stahl Judenburg GmbH. 1997 wurde die Gruppe durch die Akquisition der VTK Veredlungstechnik Krieglach GmbH erweitert. 1999 erfolgte der Aufbau einer neuen Kolbenstangenfertigung, 2008 der Neubau des Hubherdofens des Walzwerks. 2011 wurde mit der Kurzstückfertigung von Automotivekomponenten begonnen, 2012/13 die Blankstahlfertigung ausgebaut. 2016 wurde das Vorgerüst des Walzwerks automatisiert, seit 2017 ist der Ausbau der Komponentenfertigung im Gang.

2021 wurde in ein automatisiertes Kurzstück-Bearbeitungszentrum investiert.

Wirtschaftsforum: Werfen wir einen Blick auf Ihr Portfolio: Was genau umfasst es und wer sind Ihre Kunden?

Heinz Kettner: Nach wie vor erzeugen wir Walzstahl, allerdings zu einem geringeren Teil als früher. Einen großen Teil der Produktion macht Blankstahl aus; des Weiteren stellen wir Kolbenstangen und auch eingearbeitete Komponenten bis hin zu Kurzstücken für Automotive und Maschinenbau her. Im Hinblick auf unsere Kunden sind wir automotivlastig: Zu 75% fertigen wir

für diesen Bereich, wobei wir zwei Hauptsegmente bedienen: einerseits Lenkungscomponenten und andererseits Komponenten für Dieseleinspritzung, hauptsächlich für Nutzfahrzeuge, und Turboladewellen für Benzinmotoren.

Wirtschaftsforum: Welche Zielgruppen könnten für Sie künftig interessant werden? Gibt es Überlegungen, in neue Marktsegmente einzutreten?

Heinz Kettner: Tatsächlich wollen wir den Non-Automotive-Bereich stärken, etwa den Maschinenbau, um ein Stück weit unabhängiger vom Automotivbereich zu werden und ein stabiles zweites Standbein zu haben. Im Maschi-



nenbau, in der stationären und mobilen Hydraulik, sehen wir gute Chancen.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie vor diesem Hintergrund die Entwicklung der Branche im Allgemeinen und welche Trends beschäftigen Sie?

Heinz Kettner: Da wir stark in den Automotivebereich eingebunden sind, beschäftigt uns aktuell natürlich die Transformation zur E-Mobilität. Weniger im Lenkungssegment, denn das ist unabhängig von der Art der Motorisierung, aber im Bereich Einspritztechnik. Im Nutzfahrzeugbereich wird diese Transformation langsamer voranschreiten, aber in absehbarer Zeit wird die Wende hin zur E-Mobilität vollzogen sein. Das müssen wir stemmen und im Hinblick darauf auch versuchen, unsere Wertschöpfungstiefe zu erhöhen und den Non-Automotive-Bereich weiter auszubauen. Wir liefern bereits eine große Zahl an Kurzstücken für E-Bikes. Das ist ein sehr stark wachsender Trend. Ein weiteres großes The-

ma, das uns bewegt, ist Green Steel – also Co₂-Reduktion, Dekarbonisierung und die Nutzung von Abwärme in der Stahlproduktion. In dieser Hinsicht sind wir hier am Standort schon sehr gut aufgestellt; 80% der Abwärme können wir bereits zurückgewinnen. Mittels PV auf den Hallendächern produzieren wir eigenen Strom und kaufen darüber hinaus ausschließlich grünen Strom zu.

Wirtschaftsforum: Wie Sie anfangs sagten, investiert das Unternehmen stetig in den Ausbau seiner Anlagen und Produktionskapazitäten. Was sind darüber hinaus nach Ihrer Ansicht die Stärken von Stahl Judenburg und wodurch heben Sie sich vom Wettbewerb ab?

Heinz Kettner: Wir haben, das kann man wohl so sagen, eine sehr gute und fundierte Basis in der Anlagentechnik und spielen vom Know-how her in unserem Bereich mit Sicherheit in der oberen Liga. Ganz wichtig sind unsere Mitarbeiter: Sie sind unser wichtigstes Gut, und das ist

nicht nur so dahingesagt! Bei uns herrscht ein starker Zusammenhalt, ein ausgeprägtes Wir-Gefühl. Darüber hinaus hat jeder die Möglichkeit, weiterzukommen: Jemand kann hier anfangen, alles von der Pike auf lernen und schließlich Geschäftsführer werden. So ging es mir. Und das erzeugt bei den Mitarbeitern Motivation und Aufbruchsstimmung. Das ist etwas, das in Verbindung mit Investitionen das Unternehmen vorantreibt. Das wird auch in der Gruppe so gesehen, man baut auf uns; wir genießen Vertrauen und Wertschätzung.

Wirtschaftsforum: Welche Impulse konnten Sie dem Unternehmen geben und wohin wollen Sie es in Zukunft führen?

Heinz Kettner: Ich bin ja wie gesagt in meine jetzige Position hineingewachsen und konnte über die Jahre gemeinsam mit meinen Vorgängern schon an der Instandhaltung, dem Ausbau der Infrastruktur und der Erhöhung der Anlageneffizienz arbeiten. Besonders stolz bin ich auf das gute Einvernehmen mit der Belegschaft, denn all das wird von den Mitarbeitern auch mitgetragen. Dass wir im vergangenen Jahr trotz Corona unsere vollautomatische Kurzstückanlage in Betrieb nehmen konnten, hat uns noch einmal einen Push gegeben. Ich maße mir nicht an, der Mastermind zu sein; mein Vorteil ist, dass ich das Unternehmen gut kenne, in der GMH Gruppe gut vernetzt bin und auf die Unterstützung eines sehr guten, engagierten Teams zählen kann. Wir

KONTAKTDATEN

Stahl Judenburg GmbH
Gußstahlwerkstraße 21
8750 Judenburg
Österreich
☎ +43 3572 7010
✉ +43 3572 701212
stahl.judenburg@stj.at
www.gmh-gruppe.com



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Stahlverarbeitung und Komponentenerfertigung

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1906

Struktur: GmbH

Mitarbeiter: 450

Umsatz: 125 Millionen EUR (2021)

Leistungsspektrum

Blankstahl, Walzstahl, Kolbenstangen, Kurzstücke für Automotive und Maschinenbau

Philosophie

Umfassendes Know-how und guter Zusammenhalt im Team: Mitarbeiter sind das wichtigste Gut

Zukunft

Transformation vom Vormateriallieferanten zum Komponentelieferanten

Chancen

Eine eigene Lehrwerkstätte Aufnahme von Lehrlingen und Fachkräften

konnten mit Expertise und Engagement die Verantwortlichen von unserem Standort überzeugen. In Zukunft wollen wir vom Vormateriallieferanten zum Komponentelieferanten werden – das ist der Plan. Diese Transformation ist notwendig, um unseren Standort in die Zukunft zu führen und die Arbeitsplätze unserer 450 Mitarbeiter dauerhaft zu sichern.

Ganz natürlich. Mit Holz.

Interview mit
Christian Kaufmann,
Geschäftsführer
der Kaufmann
Bausysteme GmbH

Holz ist seit jeher aufgrund seiner vielseitigen Funktionalität und Optik ein gefragter Werkstoff. Die politische und gesellschaftliche Nachhaltigkeitsdebatte macht das Material noch attraktiver. Die Kaufmann Bausysteme GmbH aus Reuthe in Österreich ist Marktführer in der DACH-Region im Holz-Modulbau. Geschäftsführer Christian Kaufmann, der die dritte Familiengeneration des Unternehmens repräsentiert, setzt neben der Modulbauweise auf Teamgeist und die berühmte österreichische Handschlagqualität.



© Thomas Meyer

Wirtschaftsforum: Herr Kaufmann, was ist das Kerngeschäft von Kaufmann Bausysteme?

Christian Kaufmann: Wir sind Spezialisten für den Holz-Modulbau. Je nach Kundenwunsch sind wir in der Lage, die gesamte Wertschöpfungskette abzudecken, von der Lieferung der Holzmodule bis hin zu Leistungen eines Generalunternehmers.

Wirtschaftsforum: Welche Art von Projekten übernehmen Sie?

Christian Kaufmann: Wir sind für den öffentlichen Bereich tätig, haben zum Beispiel schon Kitas,

Schulen, Studentenheime, oder Sozialzentren gebaut.

Wirtschaftsforum: Können Sie uns Beispiele für einige Ihrer Projekte geben?

Christian Kaufmann: Aktuelle Beispiele sind unter anderem das Studentenappartement Woody in Hamburg mit sieben Geschossen und 370 Zimmern oder die 32 Schulgebäude für den Berliner Senat. Wir sind außerdem erfahren im Bau von Hotels. Unter anderem haben wir das Bader Hotel in München sowie das Hotel Revier Lenzerheide in der Schweiz errichtet. In letzter Zeit gehen wir auch das Thema Wohnungsbau

aktiv an, ebenso den Office-Bau. In Berlin haben wir für den Deutschen Bundestag am Luisenblock ein Abgeordnetenbüro errichtet, in einem siebengeschossigen Gebäude.

Wirtschaftsforum: Was sind die Vorteile der Modulbauweise?

Christian Kaufmann: Ein Modul hat immer ein Rastermaß und ist dadurch in seiner Ausdehnung begrenzt. Das bedeutet einerseits, dass die Bauweise nicht für jede Art von Projekt oder Gebäude geeignet ist. Zum Beispiel für Kirchen oder Konzertsäle ist der Modulbau nicht ideal. Andererseits aber bietet die Modulbauweise,

wenn sie machbar ist, ein hohes Maß an Planungsqualität und auch Preissicherheit. Darüber hinaus kann man im Vorfeld wesentlich effizienter fertigen als auf der Baustelle selbst – somit verkürzt sich die Bauzeit. Auch vor dem Hintergrund des anhaltenden Fachkräftemangels, der auf den Baustellen herrscht, ist die Vorfertigung eine effiziente Alternative. Nicht zu unterschätzen ist auch die geringere Lärmbelastung im Umfeld der Baustelle.

Wirtschaftsforum: Beflügelt die politische Nachhaltigkeitsdebatte Ihr Geschäft zusätzlich?

Der Luisenblock in Berlin, ein Abgeordneten-
gebäude für den Deutschen Bundestag



Der Berliner Luisenblock ist
siebengeschossig



Das Hotel Bader in München



Das Hotel Revier Lenzerheide in der
Schweiz

KAUFMANN BAUSYSTEME

konstruktiv mutig

KONTAKTDATEN

Kaufmann Bausysteme GmbH
Baieri 115
6870 Reuthe
Österreich
☎ +43 5514 31440
✉ +43 5514 3144010
info@kaufmannbausysteme.at
www.kaufmannbausysteme.at

Christian Kaufmann: Holz ist ein nachhaltiger Rohstoff par excellence. Unser gesamtes Produkt selbst ist nachhaltig. Wir verwenden nur zertifizierte Produkte und sind in der Lage, Büro- oder Wohngebäude komplett nachhaltig zu bauen. Bei Kaufmann Bausysteme leben wir ebenfalls selbst den Nachhaltigkeitsgedanken. Wir haben zum Beispiel ein Gründach mit eigenen Bienen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Digitalisierung als Treiber oder Innovator für Ihr Geschäft?

Christian Kaufmann: In der Baubranche ist BIM ein wichtiges Stichwort. Wir haben in der Pandemiezeit unsere ganze Planungskette auf den Kopf gestellt. Seit fast zwei Jahren arbeiten wir kaum noch mit analogen

Plänen. Unser gesamter Prozess ist inzwischen digitalisiert. Allein in der Fertigung arbeiten wir mit fast 20 Tablets, über die alle Plan-
daten eingegeben und abgefragt werden können. Hier müssen auch alle Arbeitsschritte bestätigt werden. So haben wir eine durchgängige Qualitätskontrolle.

Wirtschaftsforum: Was sind heute Ihre wichtigsten Regionen und wo sehen Sie Potenzial für die Zukunft?

Christian Kaufmann: Deutschland ist unser wichtigster Markt und das wird sicherlich in der nächsten Zeit auch so bleiben. Der Markt boomt und ein Ende des Booms ist noch nicht abzusehen. Aktuell engagieren wir uns in einem Joint Venture in den USA. Gelegentlich sind wir in Skandinavien tätig. Wir möchten in den

nächsten Jahren international über Lizenzen wachsen.

Wirtschaftsforum: In Ihrem Markt gibt es viel Wettbewerb. Was unterscheidet Kaufmann Bausysteme von anderen Anbietern?

Christian Kaufmann: Unsere Herangehensweise und unsere Arbeitsweise sind besonders. Wir haben eine familiäre Struktur im Unternehmen und das soll auch so bleiben. Wir machen vom Lehrling bis zum Chef menschlich keine Unterschiede und sind dadurch ein harmonisierendes und effizientes Team. Alle bringen ihre Expertise ein und übernehmen Verantwortung. Zudem steht unser Name noch für Hand-
schlagqualität. Wir gehen ehrlich und fair mit unseren Kunden um und kommunizieren transparent und offen. Bei uns steht nicht der

Profit im Vordergrund. Er ist das Ergebnis unserer Haltung.

Wirtschaftsforum: Seit wann gibt es die Kaufmann Bausysteme und was waren bis heute wichtige Entwicklungsschritte?

Christian Kaufmann: Den Grundstein für das Unternehmen legte mein Großvater 1952. Er hatte eine Zimmererlehre bei seinem Onkel gemacht und dann eine kleine Zimmerei gegründet. Das Unternehmen wuchs schnell und schon Ende der 1960er-Jahre stieg er in den industriellen Holzbau ein. In den 1980er-Jahren hat mein Vater dann das Unternehmen übernommen. Schon damals war Kaufmann Bausysteme ein großer Player im europäischen Holzbau.





Ein Blick in die neue Produktionshalle in Berlin



IN KÜRZE



Eine HoMEB Schule für den Berliner Senat



Das Restaurant im Hotel Revier Lenzerheide



Die Produktion in Kalwang

Kernkompetenz

Holz-Modulbau

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1952

Struktur: GmbH

Niederlassungen: Hauptsitz Reuthe in Österreich, Produktion Kalwang in Österreich und Produktion Berlin in Deutschland

Mitarbeiter: 56

Umsatz: 90 Millionen EUR

Export: Global

Leistungsspektrum

Öffentliche und kommunale Gebäude: Kitas, Schulen, Studentenheime,

Sozial- und Altenzentren

Wohnungsbau, Bürogebäude

Hotels

Philosophie

Familiäre Unternehmensstruktur, offene und ehrliche Kommunikation, Transparenz

Zukunft

DER Holzmodulbau-Spezialist in der DACH-Region werden

Mein Großvater hat zum Beispiel ein Projekt für ein Kinderdorf in Saigon gemacht. Mein Vater hat dann das Unternehmen zu einem Konzern mit verschiedenen Standorten und Business Units ausgebaut. Kaufmann Bausysteme war im Holz-Ingenieurbau tätig, produzierte alles von Leimbändern bis hin zu Schalungplatten und -trägern. Anfang der 2000er-Jahre konzentrierte man sich dann auf die Bautechnik und den Ingenieurholzbau.

Wirtschaftsforum: Wann sind Sie ins Unternehmen gekommen?

Christian Kaufmann: Ich bin 2008 ins Unternehmen eingetreten. Wir haben damals alles gebaut, was man aus Holz bauen konnte. Dann hatten wir ein Modulbau-Hotelprojekt für BMW im Ammerwald – das hat mich fasziniert.

Seitdem haben wir uns kontinuierlich zum Modulbau-Spezialisten entwickelt, unsere ursprüngliche Produktion vergrößert und einen Produktionsstandort in Berlin eröffnet. Inzwischen beschäftigen wir 56 Mitarbeiter und haben einen Jahresumsatz von rund 95 Millionen EUR.

Wirtschaftsforum: Welche Pläne haben Sie für das Jahr 2022?

Christian Kaufmann: Wir möchten an unserem Standort in Berlin in der Fertigung einen Innovationsschub machen und unsere Prozesse weiterentwickeln. Im Bereich der digitalen Transformation haben wir ebenfalls noch einige Themen auf der Agenda.

Wirtschaftsforum: Welches Ziel verfolgen Sie langfristig mit dem Unternehmen?

Christian Kaufmann: Wir möchten unseren Erfolg fortsetzen und uns als 'der' Spezialist für den Holzmodulbau in der DACH-Region positionieren. Die Basis dafür ist unser Vorsprung im technischen und logistischen Know-how. Letztendlich setzen wir damit auf gesundes Wachstum und auf unsere Werte.

bluesign®

THE BLUE WAY WEIL IMPACT ZÄHLT

Seit über 20 Jahren unterstützt Bluesign die Textilindustrie dabei, wirtschaftlich und umweltbewusst zugleich zu produzieren. Mit den dienstleistungsbasierten Lösungen von Bluesign haben bereits viele Unternehmen den blauen Weg eingeschlagen: THE BLUE WAY führt sie zu einem nachhaltigeren Ressourcen- und Chemikalienverbrauch, zu sinkenden Emissionen sowie optimierten Produktionsprozessen.

Mit ihrer ökonomischen und ökologischen Expertise verbinden sich bluesign® SYSTEM PARTNER weltweit und schaffen Werte entlang der gesamten textilen Lieferkette. Folgen Sie THE BLUE WAY.

bluesign.com/business



managing inputs.
responsible actions.



Interview mit



*Emilio Braghi,
EVP, Novelis Inc. und
President Novelis Europe*

Recyceltes Aluminium für eine nachhaltige Welt

Der Klimawandel bringt viele Herausforderungen mit sich. Um langfristig Ressourcen zu schonen und CO₂ zu sparen, ist Recycling ein wichtiges Thema. Ein Material, das unendlich oft recycelt werden kann, ist Aluminium. Novelis ist der führende Hersteller von flachgewalzten Aluminiumprodukten. Vor etwa zehn Jahren begann das Unternehmen, in das Recycling von Aluminium und den Ausbau der Kreislaufwirtschaft zu investieren. Heute ist Novelis der größte Recycler von Aluminium weltweit. Emilio Braghi, President Novelis Europe, erläutert im Interview mit Wirtschaftsforum, wie Novelis eine nachhaltige Welt gestalten möchte.

Wirtschaftsforum: Herr Braghi, wie hat sich Novelis zum weltweit größten Recycler von Aluminium entwickelt?

Emilio Braghi: Novelis ist ein wahrer Pionier in der Aluminiumindustrie, wenn es um nachhaltige und verantwortungsbewusste Produktion geht. Vor zehn Jahren haben wir begonnen, stark in das

Recycling von Aluminium und in den Auf- und Ausbau von geschlossenen Recyclingkreisläufen zu investieren. Mit Investitionen von mehr als 700 Millionen USD konnten wir den Recyclinganteil auf heute rund 61% steigern. Die globale Aluminiumindustrie arbeitet durchschnittlich 33% zirkulär – betrachten wir die Konsumgüter aller Industrien, liegt der Durch-

schnitt aktuell bei 8%. Wir sind heute damit schon so weit fortgeschritten, da wir früh erkannt haben, dass sich der Markt und die Bedürfnisse von Kunden und der Gesellschaft ändern werden. Auch wenn damals der Bedarf an recyceltem Aluminium noch nicht so stark war, haben wir die Prozesse und Technologien weiterentwickelt und uns einen gro-

ßen Vorsprung im Recycling von Aluminium erarbeitet. Unter anderem haben wir im Oktober 2014 in Nachterstedt in Deutschland die weltweit größte Aluminium-Recyclinganlage eröffnet. Dort können wir jährlich bis zu 400.000 t Aluminiumschrott verarbeiten, wodurch die CO₂-Emissionen in der Herstellung von Aluminium stark reduziert werden. Denn Recycling

Vorteile des geschlossenen Aluminium Kreislaufsystems



In Nachterstedt in Deutschland betreibt Novelis die weltweit größte Aluminium-Recyclinganlage. Dort können jährlich bis zu 400.000 t Aluminiumschrott verarbeitet werden

spart 95% der benötigten Energie gegenüber primär produziertem Aluminium. Heute sind wir mit jährlich 74 Milliarden recycelten Dosen der weltweit größte und technologisch fortschrittlichste Recycler von Aluminium.

Wirtschaftsforum: Mit dieser Entwicklung sind Sie aber noch lange nicht zufrieden?

Emilio Braghi: Wir sind überaus zufrieden – aber selbstverständlich hören wir hier nicht auf. 'Gemeinsam eine nachhaltige Welt gestalten' ist unser unternehmensweiter Antrieb, der unsere Strategie in den nächsten Jahren auch weiterhin zentral mitbestimmt. Wir wollen die Transformation in der Aluminiumindustrie hin zu Klimaneutralität und Kreislaufwirtschaft maßgeblich bestimmen. Unsere Welt muss sich ändern, alle Industrien müssen deutlich verantwortungsvoller mit natürlichen Ressourcen umgehen. Die konsequente Ausrichtung auf Recycling – in allen Lebensphasen eines Produkts – ist eine zentrale Maßnahme und ein

Treiber der Dekarbonisierung. Aus diesem Grund werden wir noch mehr in das Recycling und die Optimierung der Kreislaufwirtschaft investieren. Bis 2026 wollen wir unseren CO₂-Fußabdruck um 30% reduzieren und bis 2050 wollen wir komplett CO₂-neutral sein.

Wirtschaftsforum: Novelis hat 2016 mit einer Transformation der Unternehmenskultur begonnen. Welche Themen stehen neben dem Recycling und der CO₂-Reduzierung noch auf der Agenda?

Emilio Braghi: Weitere Bestandteile unserer Strategie sind die Themen Sicherheit, Produktionseffizienz, Kundenzufriedenheit und unsere Mitarbeiter. Wir sind fest davon überzeugt, dass unser Erfolg, unser Wettbewerbsvorsprung und die Leistung unserer Mitarbeiter auf unserer starken, diversen und sicheren Arbeitskultur aufbauen. Aus diesem Grund nehmen sie bei uns einen zentralen Stellenwert in unserer Strategie und im täglichen Arbeiten ein. Wir wollen mehr Diversität und

Inklusion in unserer Belegschaft erreichen und den Anteil von Frauen in Führungspositionen und in technischen Fachrollen bis 2024 auf bis zu 30% erhöhen.

Ebenso zentral ist die Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Gemeinsam entwickeln wir neue, kohlenstoffarme Legierungen, designen recyclingfreundliche Produkte und implementieren effiziente Prozesse und geschlossene Kreislaufsysteme.

Wirtschaftsforum: Durch die starke Nachhaltigkeitsbewegung der Politik und der Märkte verändern sich auch die Anforderungen der Kunden. Wie wollen Sie diese auch zukünftig erfüllen?

Emilio Braghi: Wir sind ein Unternehmen, das vor allem effiziente, kostengünstige und nachhaltige Lösungen für unsere Kunden finden möchte. Qualität, Liefertreue und Kundenzufriedenheit stehen für uns stets im Mittelpunkt. Der Fokus der Entwicklung liegt aktuell auf neuen Legierungen mit einem hohen Anteil an recyceltem Aluminium, die einen entscheidenden Beitrag leisten im Leichtbautrend aller Industrien und insbesondere den Anforderungen moderner Mobilität optimal gerecht werden. Die Herstellung von kohlenstoffarmem Aluminium ist ein Wettbewerbsvorteil, denn auch unsere Kunden profitieren von unseren innovativen Aluminiumlösungen. Der Einsatz von Aluminium als ein leichtes, unendlich oft recycelbares Material kann einen

Novelis

KONTAKTDATEN

Novelis AG
Sternenfeldstrasse 19
8700 Küsnacht
Schweiz
☎ +41 44 3862150
www.novelis.com

wichtigen Beitrag leisten, um sowohl die aktuellen als auch die zukünftigen Leistungsstandards und Nachhaltigkeitsziele von Kunden aus der Automobilindustrie, der Getränkedosenindustrie, der Luft- und Raumfahrt sowie anderen Sektoren mit einem vielseitigen Produktportfolio, von Architektur und Baugewerbe über Kaffeekapseln bis hin zu Verbraucherelektronik, zu erfüllen. Wir haben eine große Anzahl von Forschungs- und Entwicklungszentren rund um den Globus, die eng mit den Kunden zusammenarbeiten. Gemeinsam wollen wir unser Ziel einer nachhaltigen, auf Kreislaufwirtschaft ausgerichteten Welt erreichen, die enorme Chancen birgt für uns und unsere Kunden, aber auch für die gesamte Branche und Gesellschaft.



Mit einem Anteil von rund 61% recyceltem Aluminium ist Novelis der weltweit größte und technologisch fortschrittlichste Recycler von Aluminium



„Menschen kaufen, weil sie Vertrauen haben“

Aus dem Appenzeller Land in die Welt: Die Schweizer Hänseler AG mit Sitz in Herisau ist in den Schweizer Bergen zu Hause. Doch das Pharma-Produktions- und -Handelsunternehmen orientiert sich zunehmend auch aufs Ausland, mit dem Ziel, international zu wachsen. Nach zwei Coronajahren mit Auf und Abs soll es nun wieder in ruhiger Fahrwasser gehen – mit weiteren Produkten für Gesundheit und Wohlbefinden.

Die Entwicklung der Hänseler AG schritt in den vergangenen Jahren stetig voran. Dann kam Corona. „Das war anfangs ein Hammer. Wir beliefern Apotheken und Drogerien, die Produkte selbst herstellen, und die Nachfrage nach Desinfektionsmitteln war riesig. Wir haben sie mit den entsprechenden Rohstoffen beliefert“, erzählt Geschäftsführer Dr. Dominik Hauser. Der Umsatz hat sich dadurch schlagartig verdreifacht. „2020 war das erfolgreichste Jahr in unserer Geschichte. Aber gleichzeitig fehlte es an Personal, weil gefährdete Personen zu Hause bleiben mussten. Das war

für die Belegschaft eine echte Herausforderung“, berichtet er. Ganz anders verlief das Jahr 2021, als die Nachfrage nach Desinfektionsprodukten deutlich zurückging. „In den Apotheken und Drogerien lag der Fokus nun ganz auf Corona, es ging um Tests, Impfungen, Zertifikate und Beratungen zu Corona. Mit allem haben wir nichts zu tun, und dem Apotheker fehlte die Zeit für Beratungen zu unseren Produkten. Unser Schwerpunkt sind pflanzliche Arzneimittel für Frauengesundheit. Dieser Bereich ging dramatisch zurück“, so Dr. Dominik Hauser.

Pflanzliche Arzneimittel und GMP

Hänseler steht auf drei Standbeinen. Im Bereich Herstellung und Handel mit pharmazeutischen Rohstoffen ist das Unternehmen Marktführer in der Schweiz. Das Portfolio umfasst über 3.000 Produkte, zum Beispiel hochreines Wasser, Säuren und Laugen, ätherische Öle, pflanzliche Tinkturen, Betäubungsmittel und Cannabis für medizinische Zwecke. Der zweite Bereich sind OTC-Produkte. Zu ihnen zählen

pflanzliche Arzneimittel für Frauengesundheit. „Hier sind wir noch eine kleinere Nummer“, so der Geschäftsführer. Relativ neu ist beispielsweise ein Achillea-Mittel gegen Menstruationsbeschwerden. Bei den Produkten gegen Nieren- und Blasenbeschwerden hat Hänseler seine Exportaktivitäten ausgebaut und ist mit ihnen nun auch in Österreich und Norwegen vertreten. Bei Nahrungsergänzungsmitteln sieht Dominik Hauser einen Trend: „Die Nachfrage nimmt zu. Wir haben sehr

Interview mit



Dr. Dominik Hauser,
Geschäftsführer
der Hänseler AG

Lohnherstellung: Hänseler füllt flüssige, halb feste und feste Arzneiformen und -substanzen GMP-konform ab





Arbeit im Labor



Pharmazeutische Rohstoffe in GMP-Qualität aus dem Sortiment der Hänsele AG

innovative Produkte. Bei Hänsele Forte haben wir zum Beispiel schwer lösliche Stoffe wie Ingwer, Kurkuma oder Boswellia in eine wasserlösliche Form gebracht, die vom Körper optimal aufgenommen und verarbeitet werden kann.“ Der dritte Geschäftsbereich ist das Contract Manufacturing mit der Abfüllung von flüssigen und halbfesten Tinkturen sowie Pulvermischungen. „Hier legen wir kontinuierlich zu und können Qualität zu wettbewerbsfähigen Preisen anbieten. Wir sind auch im GMP – Good Manufacturing Practice – Environment tätig, wo höchste Anforderungen erfüllt werden müssen“, so Dr. Dominik Hauser. Oft bekomme man Aufträge, weil andere Firmen GMP nicht abdecken können. Hänsele plant deshalb einen Neubau, um

die vielen Aufträge von hochqualitativen Herstellungen mit den steigenden Qualitätsanforderungen auch zukünftig im größeren Umfang erfüllen zu können.

Nachhaltig nach innen und außen

Die Kundenanforderungen im Hinblick auf nachhaltige Produkte nehmen zu, berichtet Dr. Dominik Hauser. Ihnen kommt Hänsele mit seinen pflanzlichen Produkten nach. Und auch intern spielt Nachhaltigkeit eine große Rolle. „Für die Mitarbeiter ist es wichtig, welche Haltung ihr Arbeitgeber hat. Wir arbeiten mit Swiss Triple Impact, einem Programm, das Schweizer Unternehmen dabei hilft, das Thema strukturiert anzugehen.“ Hänsele setzt seinem Fokus auf vier Nachhal-

tigkeitsziele: gute Gesundheitsversorgung, Gleichberechtigung der Geschlechter, Innovation und Infrastruktur sowie nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion. All das hat mit einem Punkt zu tun, der die Firma ausmacht, erklärt Dr. Dominik Hauser: „Es geht immer um Vertrauen. Menschen kaufen bei Menschen, weil sie Vertrauen zu ihnen haben. Und sie kaufen bei uns, weil wir Qualität liefern.“ Der Erfolg von Hänsele beruhe in erster Linie auf den Mitarbeitern, betont er: „Wir haben gute Talente und Führungskräfte gefunden, übertragen ihnen Verantwortung und leben eine Fehlerkultur. Unser Spirit, unsere nachhaltige Ausrichtung und Sinnggebung sind wichtige Gründe für unseren Erfolg.“ Der Fachkräfte- und Nachwuchsman-

gel sei allerdings zu spüren, so Dr. Dominik Hauser: „In den Großstädten sind die Gehälter höher. Hier bekommen wir nur dadurch gut ausgebildete Menschen, dass wir Schulabgängern sinnvolle und Freude machende Lehrstellen anbieten.“ In Zukunft möchte man auch international wachsen. Gespräche für Distributionen im Ausland laufen bereits.

HÄNSELER 
SWISS PHARMA

KONTAKTDATEN

Hänsele AG
Industriestrasse 35
9100 Herisau
Schweiz
☎ +41 71 353 58 58
✉ +41 71 353 58 00
info@haenseler.ch
www.haenseler.ch



Klein, mit großer Wirkung

Interview mit
José Fernandez,
Verkaufsleiter
der Sored SA

Es sind kleine Dinge mit großer Wirkung. Federn, Mikrofedern, kleine Stanz- oder Biegeteile aus Stahl, die in den unterschiedlichsten Produkten essenziell sind. Fallen sie aus, bringt das massive Probleme mit sich. Die Sored SA aus La Chaux-de-Fonds ist Hersteller dieser Spezialprodukte. Ein Unternehmen, dessen Wurzeln in der Uhrenindustrie liegen und das heute mit kundenspezifischen Lösungen ein wichtiger Partner der Medizintechnik, Aeronautik, Verteidigung und anderen Märkten ist.



Federn sind das historische Kernprodukt; heute sind Mikrofedern in verschiedensten Industrien gefragt

Seit etwa 100 Jahren dreht sich bei Sored alles um Federn. Ansässig in La Chaux-de-Fonds, nahe Neuchâtel und damit inmitten der weltbekannten Schweizer Uhrenindustrie, lag es nahe, sich zunächst auf Federn für Uhren zu konzentrieren. Das Know-how, das Sored im Laufe der Zeit erwarb, nutzte das Unternehmen in der Folgezeit, um sich breiter aufzustellen und auf neuen Märkten Fuß zu fassen. „Wir sind bekannt für sehr kleine Federn, so genannte Microfedern“, sagt Verkaufsleiter José Fernandez, der seit fünf Monaten für Sored tätig ist. „Gleichzeitig bieten wir Komponenten wie gestanzte oder gebogene Stücke für verschiedene Märkte an, die über die Uhrenindustrie und Elektronik hinaus-

gehen. Wir haben uns mit diesem Portfolio sehr gut entwickelt.“

Spezialprodukte nach Maß

Bei Sored handelt es sich um ein Familienunternehmen, das von Jean-Jacques Miauton aufgekauft und in eine Gruppe von drei Firmen integriert wurde. Neben Sored gibt es die Firma Fraporlux, die Zifferblätter herstellt, sowie ein Unternehmen, das sich auf mechanische Präzisionsteile durch Drahterosion konzentriert. 50 Mitarbeiter sind für Sored tätig, der Umsatz wird in zwei Digits (MEUR) gerechnet. „Vom Umsatz her sind Federn nicht mehr unser Hauptprodukt“, sagt José Fernandez. „Betrachtet man die Stückzahl, stellt sich die Situation anders da.“ Charakteristisch für

alle Produkte ist die Herstellung aus Stahl. Noch wichtiger ist, dass sie nach Kundenwunsch gefertigt werden und Stückzahlen von 500 bis 20 Millionen möglich sind. „Kunden kommen mit sehr speziellen Anforderungen zu uns“,

70%
EXPORT

so José Fernandez. „Gemeinsam entwickeln wir Lösungen, die ihre Bedürfnisse zu 100% erfüllen. Erst dann sind wir zufrieden. Die sprichwörtliche Schweizer Qualität ist uns sehr wichtig, sie ist unser Markenzeichen.“

Verlässlicher Partner der Zulieferindustrie

Von Kundenorientierung und qualitativ hochwertigen Federn und anderen Komponenten profitieren viele Zulieferfirmen der Luftfahrtindustrie, Medizintechnik, Mikroelektronik, Mikromechanik und Verteidigung. Verkauft wird weltweit. Der Exportanteil liegt bei rund 70%; 40% der Exporte gehen in das europäische Ausland mit der DACH-Region als Kernmarkt. 20% entfallen auf Asien, der Rest geht in die USA und nach Afrika. „Unsere Teile sind weltweit bei Kunden im Einsatz“, betont José Fernandez. „Corona hat unsere positive Entwicklung allerdings ausgebremst. Der Umsatz ging um 20% zurück, wir mussten vorübergehend Kurzarbeit anmel-

den und Mitarbeiter entlassen. Die Zeiten sind nach wie vor schwierig. Kunden sind unsicher und halten sich mit Bestellungen zurück. Zudem sind die Preise für Stahl hoch und es gibt Lieferschwierigkeiten mit dem Rohmaterial. Vor Corona lagen die Lieferzeiten bei drei bis vier Monaten, jetzt sind es sieben bis acht Monate.“

Herausforderung angenommen

Auch wenn die Zeiten schwierig sind, blickt man bei Sored ambi-

50

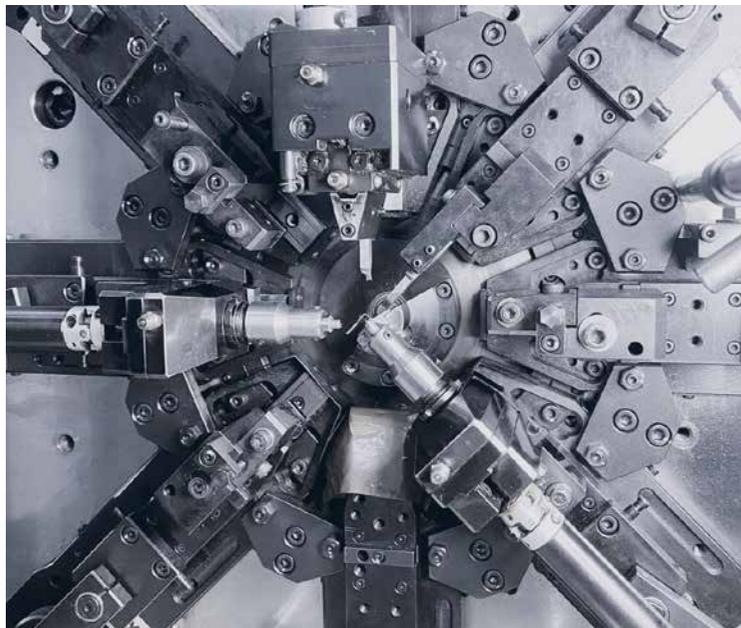
MITARBEITER

tioniert nach vorn. Das Thema Digitalisierung soll weiter forciert werden, um Produkte und Prozesse zu optimieren. „Handarbeit spielt bei uns nach wie vor eine große Rolle“, sagt José Fernandez. „In Zukunft müssen Prozesse automatisiert werden, um höhere

KONTAKTDATEN

Sored SA
Rue de l'Etoile 21
2300 La Chaux-de-Fonds
Schweiz
☎ +41 32 9679060
✉ +41 32 9687489
sales@sored-sa.com
www.sored-sa.com

Stückzahlen realisieren zu können. Weiteres Ziel ist, nachhaltiger zu agieren, Müll zu reduzieren, Energie zu sparen und mehr Material zu recyceln. Monsieur Jean-Jacques Miauton plant den Bau einer neuen Fabrik, die insgesamt deutlich umweltfreundlicher werden soll. Wir wollen uns auf jeden Fall weiterentwickeln und in Ländern wie Spanien und Großbritannien bekannter werden. Unser großer Vorteil ist, dass Kunden, die einmal bei uns bestellt haben, in der Regel wiederkommen. Weil sie wissen, dass sie hochkomplexe Teile in hervorragender Qualität bekommen, die zu 100% ihren Erwartungen entsprechen.“



Sored ist dafür bekannt Spezialprodukte nach Maß in typischer Schweizer Qualität zu liefern

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

NEU!

WIRTSCHAFTSFORUM SHOWROOMS

www.wirtschaftsforum.de/showrooms

MAR
Mare Kaffee

Slyrs
Slyrs Destillerie GmbH & Co. KG

Ducati Motor Deutschland GmbH

ASSMANN
Büromöbel

HONDA Deutschland

Goppa



Interview mit
Daniel Rüfenacht,
Chief Executive Officer
der bluesign technologies ag

Günstige T-Shirts können auch sauber produziert werden

Daniel Rüfenacht hat auf dem Thema Nachhaltigkeit seine gesamte Karriere aufgebaut. Nach Stationen bei Switcher und SGS leitet er nun als CEO der bluesign technologies ag die Weiterentwicklung der Systempartnerschaft mit zahlreichen Herstellern aus der Textilindustrie zur Verbesserung ihrer Ökobilanz. Seine Kernüberzeugung: Nachhaltige Kleidung muss nicht teuer sein. Ob dabei das Verhalten der Konsumenten oder der Brands den größeren Ausschlag gibt, erklärt er in unserem Interview.

Wirtschaftsforum: Herr Rüfenacht, bluesign präsentiert sich in seiner Außendarstellung als Lösungsanbieter und Wissensvermittler. Was unterscheidet Sie von den zahlreichen Zertifizierungsstellen?

Daniel Rüfenacht: Wir verstehen uns nicht als Zertifizierungsanbieter, sondern als Systempartner der Brands und Kleidungshersteller. Wir wollen sie auf ihrem Weg zu einer besseren Nachhaltigkeitsbilanz und insbesondere zu einer geringeren negativen Auswirkung ihres Handelns auf die Umwelt konsequent unterstützen und nicht nur am Schluss ihrem Produkt ein Etikett aufdrücken.

Wirtschaftsforum: Wie genau sieht diese Unterstützung aus?

Daniel Rüfenacht: Im Allgemeinen besteht unsere Zusammenarbeit mit unseren Partnern aus drei

Phasen. Am Anfang steht eine tiefgreifende Analyse: Welche Chemikalien werden für welche Zwecke bei welchen Prozessen im Zusammenspiel mit welchen Anlagen verwendet? Daraufhin bietet bluesign eine umfassende Evaluation all dieser Elemente an, um einen kohärenten Überblick über den Ist-Zustand im Chemikalien- und Prozessmanagement zu erhalten. Schließlich folgt der

wichtigste Schritt, die Transformation im Rahmen unserer Systempartnerschaft: Wie lässt sich die negative Auswirkung des hergestellten Produkts auf die Umwelt weiter reduzieren oder gar ganz beseitigen?

Wirtschaftsforum: Wie groß ist die ökologische Ambition der Marken tatsächlich?



Bluesign drückt einem nachhaltigen Produkt nicht nur seinen Stempel auf, sondern begleitet den Herstellungsprozess von der Frühphase an

Daniel Rüfenacht: Als Greenpeace im Jahr 2011 mit seiner Detox-Kampagne gegen den Einsatz gefährlicher Chemikalien in der Textilindustrie Stellung bezog, war das für viele ein Weckruf. Seitdem ist nicht nur das Bewusstsein des Endkonsumenten größer geworden, sondern auch das Bewusstsein bei den Firmen, dass die Verantwortung eigentlich bei ihnen liegt und nicht bei ihren Kunden. Denn der Kunde kauft ein Produkt, weil es schön ist, weil es ihm gefällt und weil die Marke bestimmte Emotionen transportiert – nicht weil es grün ist.

Wirtschaftsforum: Haben sich aber nicht mittlerweile auch viele Endverbraucher einer nachhaltigen Lebensweise verschrieben?

Daniel Rüfenacht: Sicherlich, aber darauf kommt es zumindest im Hinblick auf die Textilindustrie gar nicht so sehr an. Lassen Sie

mich ein Beispiel nennen: 2005 habe ich für die Switcher SA am saubersten T-Shirt der Welt gearbeitet, das wir zunächst auch so beworben haben: Es wurde aus Biobaumwolle hergestellt, unter ökologisch vertretbaren Bedingungen transportiert und hatte einen erstklassigen Human-Rights-Track-Record. Nur: Niemand wollte es kaufen. Dann haben wir all die Labels zu seiner besonders guten Ökobilanz entfernt und es zu den anderen T-Shirts getan. Von da an rissen es uns die Leute aus den Händen – weil es einfach ein schönes Kleidungsstück war, und nicht wegen seiner Nachhaltigkeitsbilanz.

Wirtschaftsforum: Der größte Feind der Nachhaltigkeit ist also nicht günstige Mode von Primark?

Daniel Rüfenacht: Genau diesen Irrglauben, dass nachhaltige Kleidung teuer sein muss, wollen wir bei bluesign bekämpfen. Wieso sollte Primark denn keine sauberen T-Shirts verkaufen können? Dann liegt der Einkaufspreis statt

bei einem Euro eben bei fünfzig Cent mehr – das mag eine Steigerung um 50% sein, doch weil die Kosten ohnehin so gering sind, ist die Preisänderung des Endprodukts doch nur marginal und kein Endverbraucher wird ihnen abspringen, selbst wenn sein Budget noch so gering ist. Die Vorstellung mancher Firmen, sie müssten ihre Kleidung billig und dreckig einkaufen, ist im Aussterben begriffen, weil sie einfach nicht mehr stimmt.

Wirtschaftsforum: Was genau muss sich dann aus Ihrer Sicht im Textilmarkt ändern?

Daniel Rüfenacht: Ich möchte, dass sich die Brands an der Auswirkung orientieren und gemeinsam mit uns realistische und zugleich ambitionierte Ziele setzen: eine Reduktion des Wasserverbrauchs in der Lieferkette um einen bestimmten Prozentsatz, die Umstellung der eingesetzten Chemikalien auf bessere und nachhaltigere Varianten, stringenter Ansprüche an die Einhal-

tung der Menschenrechte oder einen geringeren CO₂-Ausstoß im Herstellungsprozess. Wer in naher Zukunft noch profitabel im Markt operieren will, darf hier sowieso nicht den Anschluss verlieren: Denn Nachhaltigkeit und Ökobilanz sind schon heute ausschlaggebende Kriterien im Corporate Reporting und bei der Kreditvergabe.

Wirtschaftsforum: Die Ausgestaltung der einzelnen Nachhaltigkeitslabels ist manchmal ein regelrechter Dschungel. Täte hier nicht mehr Übersichtlichkeit gut?

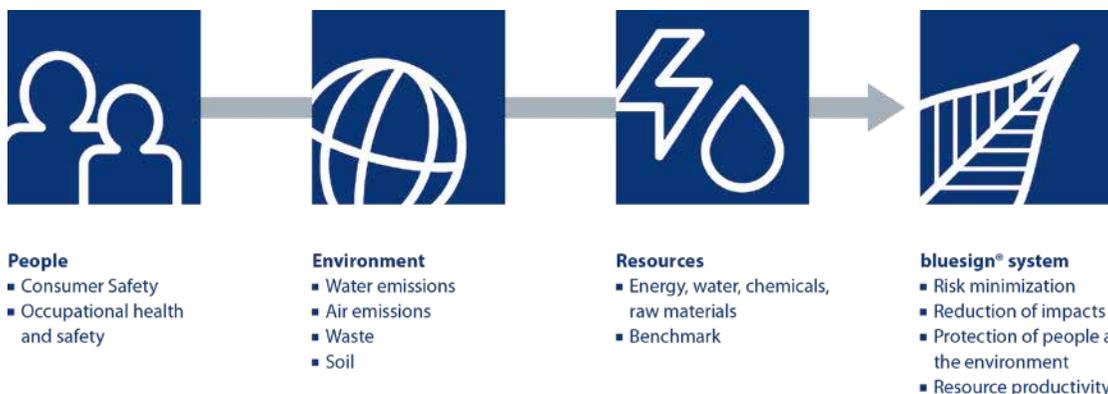
Daniel Rüfenacht: Für mich liegt die Zukunft überhaupt nicht in der Dichotomie zwischen dem Erzeuger und dem Zertifizierer, sondern in der konsequenten Zusammenarbeit zwischen dem Hersteller und seinem Systempartner, der die notwendige wirtschaftliche und ökologische Expertise mitbringt, um die nachhaltigen Ambitionen weiter voranzutreiben. Derzeit entwickeln wir bei bluesign eine Strategie, die genau



KONTAKTDATEN

bluesign technologies ag
Moevenstrasse 18
9015 St. Gallen
Schweiz
☎ +41 71 2722990
info@bluesign.com
www.bluesign.com

diesen umfassenden Blick auf die gesamte Lieferkette forcieren soll. Daran arbeiten wir seit drei Monaten fieberhaft – und schon bald können wir der Öffentlichkeit alle Details präsentieren.



Automatisch in guten Händen

Wenn Unternehmen ihre Wettbewerbsfähigkeit verbessern wollen, ist das oft an eine Steigerung der Produktivität geknüpft – und damit an effiziente Montage- und Handlingprozesse. Die Schweizer Afag Holding AG ist dafür der perfekte Partner. Automatisierte Zuführungen und Sortiertechniken für unterschiedlichste Branchen sind ein Markenzeichen des Unternehmens, das sich als innovativer Lösungsanbieter einen Namen gemacht hat. Nicht nur in der Schweiz.

Wirtschaftsforum: Frau Renc, Afag ist Inbegriff für effiziente Zuführtechnik. Was genau bedeutet das?

Anita Renc: Bei Zuführlösungen geht es um das lagerichtige Zuführen von Teilen zum nächsten Produktionsschritt. Afag bietet hier die ganze Palette von CAD/CAM-basierten Vibrationsförderern, Entwirrlösungen, flexiblen Zuführsystemen oder auch Linearschienenantriebe, Nachfüllvorrichtungen oder Steuergeräte an. Letztlich sind wir Spezialist für hocheffiziente automatische Zuführungen, von der Komponente über auf die Applikation hin optimierte Teilsysteme bis hin zu Schulung und Service.

Wirtschaftsforum: Mit Komponenten für die Montageautomation in den Bereichen Zuführen, Handhaben und Transportieren hat sich Afag längst auch international hervorragend etabliert. Wie sah der Weg bis hierher aus?

Anita Renc: Das Unternehmen wurde 1956 in Huttwil als Ap-



Transportsystem LTS – ideal für unterschiedlichste Montage- und Fügearbeiten

aratefabrik AG gegründet und stellte 1962 die erste Zuführung her. Seitdem hat es verschiedene strukturelle Veränderungen gegeben, gleichzeitig hat sich die Afag konstant weiterentwickelt und das Angebot immer wieder ausgeweitet und verbessert. Durch verschiedene Übernahmen konnten wir unsere Kompetenzfelder gezielt ausbauen. Nach wie vor befindet sich der Hauptsitz in der Schweiz, es gibt zwei Produktionsstandorte in Deutschland, einen in der Schweiz. In den USA und China haben wir Niederlassungen, in denen gerade erste

Fertigungsschritte zur Lokalisierung der Produkte gestartet werden.

Wirtschaftsforum: Gibt es etwas, das Afag besonders auszeichnet und vom Markt absetzt?

Anita Renc: Wir können Kunden in unterschiedlichsten Lösungsansätzen beraten und stehen sowohl für einzelne Komponenten als auch für schlüsselfertige Lösungen. Und in Spitzenzeiten unterstützen unsere Spezialisten die Kunden auch mit dazugehörigen Engineering-Dienstleistungen.

Interview mit



Anita Renc,
CSO
der Afag Holding AG

Dieses Komplettpaket ist ein Alleinstellungsmerkmal. Hinzu kommt, dass Afag-Produkte für ihren hohen Qualitätsstandard geschätzt werden. Wir scheuen uns nicht vor komplizierten Aufgabenstellungen. Afag wird oft dann gerufen, wenn es niemand sonst machen will.

Wirtschaftsforum: 2020 war coronabedingt mit großen Herausforderungen verbunden. Wie ist Afag durch diese Zeit gekommen?

Anita Renc: Es gibt Randbedingungen, denen sich momentan alle Lieferanten stellen müssen. Die Auftragslage schwankt sehr. Im Lockdown ging der Auftragsbestand zuerst dramatisch runter, danach kam die Aufholjagd. Wir hatten im Sommer teilweise so viele Aufträge, dass wir kaum genug Personal hatten, um sie bewältigen zu können. Jetzt schlagen wir uns, wie die ganze Branche, mit den knapper werdenden Ressourcen herum. Aber in unserem Business basiert vieles auf dem persönlichen Aus-



Drehen, Greifen, Rotieren perfekt gehandelt



Beispiel für einen Zuführtopf

tausch und dem Vertrauen der Lieferanten und Kunden, das ist in diesen Zeiten der Krise besonders wichtig.

Wirtschaftsforum: Automationslösungen spielen in den verschiedensten Produktionsbereichen eine zentrale Rolle. Ist das Kundenportfolio entsprechend breit gefächert?

Anita Renc: Ja. Wir kommen ursprünglich aus dem Automotive-Bereich, der von der Coronakrise besonders betroffen ist. Daher haben wir unseren Kundenkreis ausgeweitet und arbeiten heute außerdem auch verstärkt für die Elektronikfertigung, Konsumgüter- und Lebensmittelindustrie, Medizintechnik und Kosmetikindustrie. Während der Pandemie haben wir zum Beispiel begonnen,

Maschinen für die Maskenfertigung auszustatten; die Kunden in dieser für uns damals neuen Applikation haben wir durch Flexibilität und schnelle Reaktion gewinnen können.

Wirtschaftsforum: Gibt es etwas, das Afag besser oder anders macht als die anderen?

Anita Renc: Wir können uns nicht mit der Vertriebsstärke von Unternehmen wie Festo vergleichen, aber durch unsere Größe sind wir schneller und wendiger und können besser auf Kundenwünsche reagieren. Zudem haben wir uns auf einen Bereich spezialisiert, in dem wir sehr gut sind und können unseren Kunden hier eine hochwertige Beratung bieten. So haben wir das Unternehmen ausgebaut und Akquisitionen getätigt, die gut zu uns passen und unsere Produktpalette perfekt ergänzen. Nicht zuletzt haben wir ein hervor-



KONTAKTDATEN

Afag Holding AG
Luzernstrasse 32
6144 Zell
Schweiz
☎ +41 62 9598686
sales@afag.com
www.afag.com



ragendes Team an erfahrenen Ingenieuren, das am Puls der Zeit arbeitet und die Innovation in unserer Branche mit antreibt. Momentan suchen wir an allen Standorten neue Talente, um weiter zu wachsen. In drei Jahren soll der Umsatz bei 75 Millionen EUR liegen. Innovationszyklen sollen verkürzt werden, um den größten Teil des Umsatzes mit Produkten zu generieren, die jünger als drei Jahre sind. Kunden sollen Afag noch stärker als Lieferanten mit attraktiven, innovativen Produkten wahrnehmen.

W Folgen Sie uns auf Facebook

hier klicken

👍 ❤️ 😂 😱 😞 😍

Wirtschaftsforum
ES KANN NICHT SEIN, DASS JUNGES MENSCHEN HONORIERT WERDEN
Wirtschaftsforum: Wir nehmen Wirtschaft persönlich!
IDEEN BRAUCHEN ECHTE GRÜNDER
WER BESTIMMT, WAS ALS GERECHT GILT?

Ein zuverlässiger Partner am Bau

Die Baubranche boomt – der Wettbewerb allerdings auch. Zudem erfordern gesellschaftliche Megatrends wie die digitale Transformation und Nachhaltigkeit Flexibilität und die Bereitschaft zum Umdenken. Die Pletscher Metallbau AG aus der Schweiz hat sich in diesem dynamischen Marktumfeld mit kundenspezifischen Lösungen, die optisch ansprechend und hochfunktional sind, einen hervorragenden Namen als zuverlässiger Partner gemacht.

Wirtschaftsforum: Herr Wetter, was sind aktuell Schwerpunkte Ihrer Tätigkeit?

Reto Wetter: Wir sind in den Bereichen Metallbau, Stahlbau und Glasbau tätig. Dabei sind unsere Stärken vor allem kundenspezifische Lösungen aus Stahl oder Stahl-Glas. Dabei dürfen die Ideen auch gerne etwas ausgefallener sein. Wir setzen uns mit vollem Engagement für jeden Auftrag ein, ganz gleich, ob er klein oder groß ist.

Wirtschaftsforum: Bitte geben Sie uns doch einige Referenzbeispiele.

Reto Wetter: Wir haben zum Beispiel für den Umbau der Nationalbank in Zürich die Eingangstür gemacht. Wir haben zudem für eine größere Schulschwimmhalle die komplette Gebäudehülle saniert. Aktuell realisierten wir für Swarovski eine Treppenanlage. Im Auftrag der MIGROS Genossenschaft waren wir in ein großes BIM-Projekt involviert. Hier haben wir sämtliche Metall-, Glas- und



Das Unternehmen ist Spezialist für Metall-, Glas- und Stahlbau, hier beim Empa NEST HiLo

Stahlarbeiten ausgeführt und konnten dabei unser Know-how in der 3-D-Planung und in der gewerksübergreifenden Lösungsentwicklung einbringen.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen von BIM. Welche Rolle spielt die Digitalisierung für die Entwicklung Ihres Unternehmens?

Reto Wetter: Was BIM-Projekte angeht, waren wir schon an verschiedenen Projekten beteiligt und konnten hier wertvolle Erfahrungen sammeln. Wir sind als erster und bislang einziger Metallbauer Mitglied bei 'Bauen

digital Schweiz'. Hier erfahren wir frühzeitig von neuen Entwicklungen und können uns entsprechend darauf einstellen. Aber: Wir digitalisieren nicht überall und um jeden Preis, sondern nur dort, wo wir einen Vorteil sehen und wo die Digitalisierung sozial verträglich ist.

Wirtschaftsforum: Ein weiterer Megatrend ist die Nachhaltigkeit. Welche Rolle spielt sie für Pletscher Metallbau?

Reto Wetter: Umweltschutz ist bei uns omnipräsent, aber auch die Langlebigkeit von Produkten

Interview mit



Reto Wetter,
*Geschäftsführer
der Pletscher Metallbau AG*

und Leistungen. Wir investieren in langlebige Produkte, also technisch gute und schadenfreie Lösungen. Wir haben einen hohen Vorplanungsgrad, sodass wir möglichst wenig Ressourcen einsetzen müssen. Stahl an sich ist ein sehr nachhaltiges Produkt. Das kann mehrfach recycelt werden. Nachhaltigkeit bedeutet für uns aber auch langfristige Zusammenarbeit und die Kreation von Win-win Situationen.

Wirtschaftsforum: Warum entscheiden sich die Kunden letztendlich für Pletscher Metallbau? Was sind die ausschlaggebenden Argumente?

Reto Wetter: Wir sind immer offen für die Wünsche des Kunden und suchen immer nach einer Lösung, die bestmöglich die Anforderungen erfüllt. Dazu schauen wir auch über unseren eigenen Tellerrand hinaus. Unsere Kunden merken, dass wir mit Begeisterung bei der Sache sind und wissen das zu schätzen. Wir leben unseren Slogan 'Flexibel für Kundenwünsche – stahlhart



Mit Gofast hat Pletscher Metallbau ein Tankstellendach für Elektroautos entwickelt, mit Glas-Glas-Panels, die Strom produzieren



Für Swarovski hat das Unternehmen eine Treppenanlage realisiert



BIM ist ein Thema auf der Unternehmensagenda; hier für MIGROS

für Qualität'. Zudem sprechen wir auf Augenhöhe mit unseren Kunden, unseren Lieferanten und auch unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Entsprechend gut und motiviert ist unser Team. Jeder einzelne unserer Mitarbeiter ist ein Teil unseres Erfolgs und gestaltet ihn mit.

Wirtschaftsforum: Aus welchen Regionen kommen Ihre Kunden?

Reto Wetter: Wir konzentrieren uns auf den Großraum Schaffhausen und Zürich, wir haben aber auch Projekte landesweit in der Schweiz. Mit der Firma Gofast haben wir zum Beispiel ein Stahl-

dach mit PV-Glas-Glas-Modulen entwickelt. Darunter kann das Elektroauto geschützt geladen werden, während das Dach Strom produziert.

Wirtschaftsforum: Welche Themen haben Sie für das kommende Jahr auf Ihrer Agenda?

Reto Wetter: Den Schwerpunkt legen wir im Bereich der Prozessoptimierung. Ein wichtiges Thema ist und bleibt für uns die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter, insbesondere vor dem Hintergrund des anhaltenden Fachkräftemangels und der demografischen Entwicklung.

Wir bilden laufend Metallbauer und Metallbaukonstruktoren aus. Das duale Bildungssystem der Schweiz eröffnet hier anschließend unterschiedlichste individuelle Möglichkeiten.

Wirtschaftsforum: Welches langfristige Ziel verfolgen Sie mit Pletscher Metallbau?

Reto Wetter: Unsere Vision ist es, zu den kompetentesten, innovativsten und verlässlichsten Partnern der Branche gehören. Wenn man an komplexe Stahl- und Stahl-Glas-Konstruktionen denkt, soll man als Erstes an uns denken. Dieses Ziel wird uns wei-

ter antreiben. Zudem wollen wir weiterhin Freude haben an dem, was wir tun dürfen.



PLETSCHER
METALLBAU

KONTAKTDATEN

Pletscher Metallbau AG
Oberwiesenweg 5
8226 Schleithelm
Schweiz
☎ +41 52687 4272
✉ +41 52687 4270
info@pletscher-metallbau.ch
www.pletscher-metallbau.ch



SPITZENKLASSE!

Wirtschaftsforum.de
gehört jetzt schon zu den
3.000 relevantesten
Domains

im SEO Ranking in Deutschland.

(Quelle: Xovi - Stand: Juni 2021 - über 16 Mio. Domains im Ranking)

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Kontakte



Bürstenfabrik Keller GmbH
Johann-Baptist-Keller-Str. aße 1
79674 Todtnau
Deutschland
☎ +49 7671 91180
✉ +49 7671 911850
info@keller-buersten.de
www.keller-buersten.de

Fechtig Heizung Sanitär GmbH
Daimler Straße 3
87448 Waltenhofen-Lanzen
Deutschland
☎ +49 831 522990
info@fechtig-haustechnik.de
www.fechtig-haustechnik.de

Fechtig Raumlufttechnik GmbH
Günzacher Straße 23
87634 Obergünzburg
Deutschland
☎ +49 8372 92080
info@fechtig-rlt.de
www.fechtig-haustechnik.de

AFRISO-EURO-INDEX GmbH
Lindenstraße 20
74363 Güglingen
Deutschland
☎ +49 7135 1020
✉ +49 7135 102147
info@afriso.de
www.afriso.de

KYOCERA UNIMERCO Fastening GmbH
Fritz-Müller-Straße 27
73730 Esslingen
Deutschland
☎ +49 2131 8819149
✉ +49 2131 8819148
tjep@kyocera-unimerco.com
www.tjep.de

Impressum

Verleger:

360 Grad Marketing GmbH

Adresse:

360 Grad Marketing GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0

✉ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann



Stahl Judenburg GmbH
Gußstahlwerkstraße 21
8750 Judenburg
Österreich
☎ +43 3572 7010
✉ +43 3572 701212
stahl.judenburg@stj.at
www.gmh-gruppe.com

Kaufmann Bausysteme GmbH
Baien 115
6870 Reuthe
Österreich
☎ +43 5514 31440
✉ +43 5514 3144010
info@kaufmannbausysteme.at
www.kaufmannbausysteme.at



Novelis AG
Sternenfeldstrasse 19
8700 Küsnacht
Schweiz
☎ +41 44 3862150
www.novelis.com

Hänseler AG
Industriestrasse 35
9100 Herisau
Schweiz
☎ +41 71 353 58 58
✉ +41 71 353 58 00
info@haenseler.ch
www.haenseler.ch

Sored SA
Rue de l'Etoile 21
2300 La Chaux-de-Fonds
Schweiz
☎ +41 32 9679060
✉ +41 32 9687489
sales@sored-sa.com
www.sored-sa.com

bluesign technologies ag
Moevenstrasse 18
9015 St. Gallen
Schweiz
☎ +41 71 2722990
info@bluesign.com
www.bluesign.com

Afag Holding AG
Luzernstrasse 32
6144 Zell
Schweiz
☎ +41 62 9598686
sales@afag.com
www.afag.com

Pletscher Metallbau AG
Oberwiesenweg 5
8226 Schleithelm
Schweiz
☎ +41 52687 4272
✉ +41 52687 4270
info@pletscher-metallbau.ch
www.pletscher-metallbau.ch

Unternehmensprofil auf Wirtschaftsforum.de anlegen

- Registrieren Sie Ihr Unternehmen kostenlos
- Stellen Sie Ihre Produkte vor
- Erhöhen Sie die Reichweite im Internet

Hier kostenlos registrieren

Wirtschaftsforum - wir nehmen Wirtschaft persönlich.



NUMMER 1

**Interviews mit
Geschäftsführern und Managern**
Mehrere Tausend persönlich
geführte Interviews pro Jahr.

Jetzt anrufen!
(+49) 5971 92164-0
Wir informieren Sie gerne.

