



Wirtschaft im Süden

Interview:

Deutsche Qualität im Doppelpack

mit Dipl.-Ing. Julia Jäcklin,
Geschäftsführerin der Jäcklin GmbH, Seite 06

Porträts:

- › **Uhlmann & Zacher GmbH**, Seite 4
- › **BAIER GmbH + Co KG Maschinenfabrik**, Seite 16

Wie digital ist Ihr Unternehmen?

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

Kontaktieren Sie uns jetzt!



Special Wirtschaft im Süden

04 **Hartmut Beckmann,**
Vertrieblicher Leiter/CSO der Uhlmann & Zacher GmbH



06 **Dipl.-Ing. Julia Jäcklin,**
Geschäftsführerin der Jäcklin GmbH



08 **Martin Engelmayr,**
Geschäftsführer der BBV Service Versicherungsmakler GmbH



10 **Dipl.-Ing. Johannes Ulrich Martin,**
Geschäftsführer der MARTIN GmbH für Umwelt- und Energietechnik



12 **Daniel Fiebig,**
Geschäftsführer der Drexler Automotive GmbH



Daniel Baron,
Head of Marketing D-A-CH der Sunparadise Alutechnik Vertrieb GmbH

14



Peter Petersen & Thea Huttenlauch,
BAIER GmbH + Co KG Maschinenfabrik

16



Manuel Lipp,
Geschäftsführer der LIPP GmbH

18



Roman Müller,
Geschäftsführer BBS Motorsport GmbH

20

22 **Martin Schimpf,**
Geschäftsführer der SUMMACOM GmbH & Co. KG



Olivier W. Annaheim,
CEO der Conecta AG

24



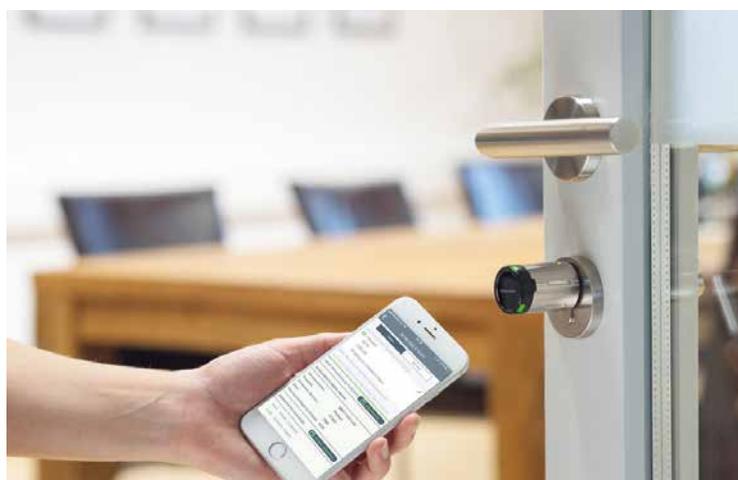
Lars Jäge,
Vertriebs- und Marketingleiter der Suter Industries AG

26

Kontakt Seite 29



Gerade einmal so groß wie eine 2-Euro-Münze ist der Transponder, mit dem sich der elektronische Türdrücker betätigen lässt – bei Uhlmann & Zacher ein stark wachsender Geschäftsbereich



Absolut smart: Ein elektronischer Türknaufzylinder gewährt Zugang über das Smartphone

Aufgeschlossen für Innovation

Nicht nur im Hotel sind elektronische Schließsysteme heute gang und gäbe. Zuerst mit einem elektronischen Schlüssel, später per Karte und heute mit dem Smartphone zu bedienen, sind sie heute in Geschäftshäusern, Arztpraxen oder Mehrfamilienhäusern fester Bestandteil der Sicherheitstechnik. Entscheidenden Anteil an dieser Entwicklung hat die Uhlmann & Zacher GmbH aus Waldbüttelbrunn, die mit dem ersten softwaregesteuerten Schließsystem vor 26 Jahren einen Meilenstein setzte.

Wer selbst genau weiß, wie es in einem Hotel zugeht und wie multitaskingfähig jemand sein muss, der eines leitet, versteht die Bedürfnisse von Hoteliers hinsichtlich einer geeigneten Verwaltungssoftware wohl am besten. Deshalb gründete Martin Uhlmann, dessen Eltern ein Hotel betrieben, gemeinsam mit Dr. Marc Zacher 1990 die Uhlmann & Zacher GmbH. Das junge Unternehmen startete schon bald mit der Entwicklung einer Software-Komplettlösung für Hotels durch, mit der sich alle Verwaltungsbereiche vom Lager über die

Kasse bis hin zur Telefonanlage abdecken ließen. Die Software war insofern vielseitig, half jedoch nicht bei einem grundsätzlichen Problem, das jeder Hotelier kennt: Immer wieder verloren Gäste ihre Schlüssel, sodass für Ersatz gesorgt werden musste. Die Lösung dieses Problems blieb buchstäblich in der Familie: 1996 entwickelte Martin Uhlmanns Vater Günter ein elektronisches Schließsystem, während Martin Uhlmann und Marc Zacher die Software beisteuerten, mit der es betrieben werden konnte.

„Das war tatsächlich ein Meilenstein, denn dadurch kamen wir zu unserem heutigen Geschäftsfeld“, erzählt Hartmut Beckmann, Vertriebler bei Uhlmann & Zacher. „Das Geschäft lief so gut an, dass der Hotelsoftwarebereich um die Jahrtausendwende eingestellt wurde und wir uns nur noch auf elektronische Schließsysteme konzentriert haben.“ Seither hat sich dieser Bereich enorm entwickelt. Nach dem ersten elektronisch kodierten Schlüssel folgte die Weiterentwicklung der Transpondertechnologie in Form einer Karte, die einfach vor

den Türknauf gehalten werden konnte. Das Spektrum wurde dann um elektronische Türdrücker erweitert. „Der nächste Entwicklungsschritt war dann die Integration von Bluetooth“, erläutert Hartmut Beckmann. „So lässt sich die Tür auch über das Smartphone öffnen. Hier sind wir sehr weit in das Thema Bauen und Wohnen vorgedrungen und inzwischen bei großen Firmen vertreten. In den USA laufen gerade zwei größere Projekte in Mehrfamilienhäusern mit mehreren Hundert Schlössern.“

Interview mit



Hartmut Beckmann,
Vertriebler Leiter/CSO
der Uhlmann & Zacher GmbH



Elektronische Türknäufzylinder sind dort sinnvoll, wo es den Zugang zu bestimmten Räumen oder Bereichen innerhalb eines Gebäudes auf bestimmte Personen zu begrenzen gilt



Versehentliches Öffnen ausgeschlossen: Aktivtransponder funktionieren buchstäblich 'auf Knopfdruck'. Ein direkter Kontakt mit dem Türknäufzylinder ist dabei nicht nötig

Konstante Entwicklung

Den Innovationsgeist seiner Anfangsjahre hat sich das Unternehmen erhalten: Stetig wird Neues entwickelt und Vorhandenes optimiert. „Wir haben die Entwicklung unserer Produkte im Laufe der Jahre konstant vorangetrieben“, so Hartmut Beckmann. „Wir sind sehr technikgetrieben und entwicklungsstark. So haben wir beispielsweise die komplette Entwicklungsplattform im Hause, einschließlich Software und Tools. Das ist für uns ein klarer Wettbewerbsvorteil. Auch unsere Geschäftsführer sind in die Entwicklung neuer Produkte noch immer stark involviert und geben die Impulse dafür, in welche Richtung sich unsere technologische Entwicklung bewegt.“ Die Produkte sind nicht nur state-of-the-art im Hinblick auf ihr technologisches Niveau – einmalig ist beispielsweise ein elektronischer Türgriff, in den die ganze Elektronik samt Laser auf kleinstem Raum integriert ist –, sondern auch hinsichtlich ihres Designs. „Design spielt eine wichtige Rolle und geht Hand in Hand mit dem technologischen

Topniveau unserer Produkte. Das ist eine wichtige Voraussetzung für unseren Anspruch, nicht nur Produkte, sondern Lösungen zu bieten, denn wir sehen uns vor allem als Integrationspartner“, verdeutlicht Hartmut Beckmann.

Europaweit aktiv

Heute liegt Uhlmann & Zacher in den Märkten der DACH-Region weit vorn. Die Schließzylinder generieren dabei den größten Anteil am Umsatz, doch auch der Bereich der Türdrücker wächst enorm. Weitere Anteile machen Türbeschläge und Möbelschlösser aus. Das Unternehmen hat seine Aktivitäten inzwischen auf ganz Europa ausgeweitet. „In den meisten Ländern sind wir mit Partnern vertreten“, skizziert Hartmut Beckmann den aktuellen Stand. „Deren Betreuung erfolgt über eine Zentrale in Würzburg. In Frankreich haben wir darüber hinaus auch eine Niederlassung mit eigenen Mitarbeitern.“ Potenzial sieht man bei Uhlmann & Zacher auch in Spanien und dadurch eventuell in Lateinamerika, aber auch in Skandinavien.

U&Z Uhlmann & Zacher

„In UK müssen wir den Markt erst noch weiter beobachten. Stark im Kommen sind auch die arabischen Länder, hier kommen wieder größere Projekte“, sagt der CSO. Im Gegensatz zum Wettbewerb ist Uhlmann & Zacher beim Vertrieb seiner Produkte immer im Hintergrund geblieben: „Wir haben gezielt Integrations- und OEM-Partner gesucht, sodass der Endkundenvertrieb letztlich über unsere Partner läuft. Die Wettbewerber kommen anders als wir meist aus dem mechanischen Geschäft und tun sich mit Elektronik eher schwer. Sie vertreiben meist B2C“, verdeutlicht Hartmut Beckmann.

Kreative Köpfe gesucht

In die Zukunft blickt Hartmut Beckmann im Großen und Ganzen positiv. „Corona hat uns in manchen Aspekten natürlich auch gebremst. Trotzdem halten wir an den Zielen, die wir bis 2025 definiert hatten, fest. Wir streben

KONTAKTDATEN

Uhlmann & Zacher GmbH
Gutenbergstraße 2-4
97297 Waldbüttelbrunn
Deutschland
☎ +49 931 406720
✉ +49 931 4067299
contact@uundz.de
www.uundz.com



einerseits die CO₂-Neutralität unserer Produkte an. Andererseits wollen wir unseren Mitarbeitern mehr Verantwortung übertragen. Auch uns betrifft der Fach- und Führungskräfte-mangel, doch wir sind auch stark im Netzwerken. Aktuell bauen wir im Softwareumfeld eine neue Abteilung auf, auch im Hinblick auf das Thema Cloud. In den Bereichen Elektronikentwicklung und Firmwareentwicklung sind wir derzeit auf der Suche nach weiteren Mitarbeitern. Für Menschen, die gern eigenverantwortlich arbeiten und in ihrer Arbeit Freiräume brauchen, sind wir ein attraktiver Arbeitgeber.“

Deutsche Qualität im Doppelpack



Schraubenverdichtungen für die Zugindustrie – Kerngeschäft von Jäcklin, der Nummer eins des deutschen Marktes



Vom klassischen Handwerksbetrieb zum Maschinenbauunternehmen zum Hersteller hochwertiger FFP2-Masken – die Jäcklin GmbH hat sich im Laufe der Jahre immer

wieder neuen Herausforderungen der Zeit gestellt, sich flexibel dem Markt angepasst und ist dabei ihren Werten immer treu geblieben. Jäcklin steht vor allem für Quality made in Germany.

Wirtschaftsforum: Frau Jäcklin, gemeinsam mit ihrem Cousin führen Sie in der dritten Generation die Geschäfte des von Ihrem Großvater gegründeten Unternehmens. Heute zählt die Jäcklin GmbH rund 100 Mitarbeiter und stützt sich auf zwei sehr unterschiedliche Säulen: die Herstellung von Schraubenverdichtungen und von FFP-Masken. Wie kam es zu dieser Kombination?

Julia Jäcklin: Mein Großvater gründete das Unternehmen 1935 als Handwerksbetrieb, der den Fokus auf die Instandsetzung und Ersatzteillieferung für die Textilindustrie in Augsburg richtete. Schon zehn Jahre später hatte der Betrieb den Charakter eines industriellen Produktionsbetriebs. In den 1980er-Jahren übernahmen seine Söhne Walter und Helmut die Geschäftsführung. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, investierten sie laufend in modernste Produktionstechnologien. Das hat sich bis heute nicht geändert. Wir halten am Standort Deutschland fest, weil wir hochwertige Qualitätsprodukte herstellen wollen. Das gilt sowohl für die

Interview mit



*Dipl.-Ing. Julia Jäcklin,
Geschäftsführerin
der Jäcklin GmbH*

Schraubenverdichter als auch für die Masken, die wir Anfang 2020 mit Beginn der Pandemie ins Portfolio aufnahmen und die heute, abhängig von der Jahreszeit, 30 bis 40% des Umsatzes ausmachen.

Wirtschaftsforum: Schraubenverdichter bilden demnach den Schwerpunkt des Portfolios. Was kennzeichnet die Produkte?

Julia Jäcklin: Unser Hauptfokus liegt auf Schraubenverdichter für die Zugindustrie; nur sehr wenige Verdichter gehen an andere Industriezweige. Die Produkte sind Teil des Kompressors in einer Lok, sie müssen regelmäßig gewartet werden und halten in der Regel 30 Jahre lang. In jedem Schraubverdichter sind Rotoren, die wir auch als Einzelprodukte anbieten. Mit den Schraubenverdichtern nehmen wir in Deutschland eine Ausnahmeposition auf dem Markt ein. Es sind relativ komplexe Produkte, die lange halten müssen, da ist unsere langjährige Erfahrung ein großes Plus. Als einziger

deutscher Anbieter von Schraubenverdichtern für die Zugindustrie können wir auf Mitarbeiter mit einem umfassenden Know-how setzen. Ihr Wissen ist unsere Stärke. Davon profitieren nicht zuletzt die Kunden; unser Hauptkunde im Bereich Schraubenverdichtung ist Knorr-Bremse, ein Hersteller von Bremssystemen für Schienen- und Nutzfahrzeuge, der wiederum Konzerne wie Siemens beliefert.

Wirtschaftsforum: Welchen Einfluss nahm Corona auf die Unternehmensentwicklung?

Julia Jäcklin: Unser größtes Problem war die Preisexplosion bei den Rohmaterialien, vor allem bei Stahl. Weil wir mit der Zugindustrie sehr langfristige Verträge haben, hatten wir keine Umsatzeinbußen. Ein weiterer Pluspunkt ist unser großes Lager; die Lieferfähigkeit aufrecht zu erhalten, ist für die Branche essenziell.

Wirtschaftsforum: Mit Corona kamen auch die Masken. Wie kam es, dass Jäcklin hier so schnell aktiv wurde?

Julia Jäcklin: Wir sind Produzent und haben uns zu Beginn der Coronakrise mit FFP2-Masken auseinandergesetzt. Ein Bekannter verkaufte Maschinen für die Maskenherstellung, die wir uns angeschaut haben. Auch die Politik kam auf uns zu, so dass wir Anfang 2020 die Entscheidung trafen, mehrere Produktions- und

Prüfmaschinen zu kaufen. Unser Ziel war, nachhaltig geprüfte Produkte zu garantieren. Heute haben wir zwei verschiedene Bereiche in unterschiedlichen Hallen. Pro Schicht werden in der Medical-Halle 26.000 Masken hergestellt, die Qualitätsprüfung spielt dabei eine große Rolle. Uns ist es sehr wichtig, uns von der asiatischen Ware zu distanzieren. Dort werden völlig andere Materialien verarbeitet, viele asiatische Masken enthalten Schwermetalle und sind gesundheitsgefährdend, wenn man sie lange trägt. Wir vertreiben die Masken unter anderem an die Rewe-Gruppe sowie Kliniken wie Großhadern in München und die Uniklinik in Augsburg und haben zudem Kunden in der Schweiz und Österreich. Die französischen Kliniken müssen französische, also inländische Masken kaufen, ein Ansatz, den ich persönlich sehr gut finde.

Wirtschaftsforum: Viele Corona-Regeln laufen in Deutschland aktuell aus, auch die Maskenpflicht beschränkt sich nur noch auf bestimmte Bereiche wie Krankenhäuser, Pflegeheime oder Busse und Bahnen. Wie blicken Sie angesichts dieser Entwicklung nach vorn?

Julia Jäcklin: Wir hoffen natürlich, dass Kliniken und Ärzte uns treu bleiben. Wir wollen auf jeden Fall dieses zweite Standbein aufrechterhalten. Angesichts der demographischen Entwicklung

Mit der Herstellung von FFP-Masken wurde schnell und erfolgreich ein zweites Standbein aufgebaut, die Masken stehen für Quality made in Germany



spielt die Versorgung älterer Menschen eine immer größere Rolle; hier sehen wir großes Potenzial. Entscheidend wird dabei die Unabhängigkeit von Asien sein. Europa muss selbstständig versorgt werden können; im Medizinbereich muss Europa autark werden. Momentan kommt beispielsweise das häufig verwendete Narkosemittel Propofol aus China, Antibiotika aus Indien. Unser Ziel ist, an der Produktion in Deutschland festzuhalten; wir wollen die Produktion von FFP-Masken aus Fernost zurück nach Deutschland holen. Für die Masken verarbeiten wir vier Lagen hochwertiger Vliesstoffe und eine Lage Meltblown, Individualisierungen durch Logos oder Schriftzüge sind möglich; mit dieser Qualität setzen wir Maßstäbe. Gleichzeitig wollen wir unseren Mitarbeitern einen sicheren und attraktiven Arbeitsplatz bieten. Wir legen großen Wert

auf Ausbildung; 10 bis 15% der unserer Mitarbeiter sind Auszubildende. Was mich persönlich sehr erfreut ist der hohe Frauenanteil hier im Unternehmen. Frauen sind vor allem für die Qualitätsprüfung der Masken verantwortlich; wir haben die Erfahrung gemacht, dass sie geduldiger, konzentrierter und sorgfältiger arbeiten und damit entscheidend für die Qualitätssicherung sind.



KONTAKTDATEN

Jäcklin GmbH
Unterer Talweg 50
86179 Augsburg
Deutschland
☎ +49 821 808470
info@jaecklin-medical.de
www.jaecklin-medical.de

Landwirt und Versicherer aus Leidenschaft

Interview mit



*Martin Engelmayr,
Geschäftsführer
der BBV Service Versicherungsmakler
GmbH*

Als Landwirt steht man heute vor ganz anderen Herausforderungen als noch vor 50 Jahren, sowohl in praktischer als auch in wirtschaftlicher Hinsicht. Die Landschaft selbst hat sich grundlegend verändert. Martin Engelmayr, Geschäftsführer der BBV Service Versicherungsmakler GmbH, stellt fest: „Wo man früher von 20 bis 30 ha gut leben konnte, reicht heute ein Hof dieser Größe nur noch für einen Nebenerwerb.“ Martin Engelmayr ist in einem bäuerlichen Umfeld aufgewachsen und kennt die vielfältigen Herausforderungen, mit denen die Landwirte von heute konfrontiert sind, aber auch die Chancen, die sich bieten, sehr gut. Im Interview mit Wirtschaftsforum spricht er darüber, wie der moderne Landwirt mit einem gut durchdachten Versicherungsportfolio alle seine Risiken abdecken kann.

Wirtschaftsforum: Herr Engelmayr, Sie sind von Haus aus Landwirt. Wie sind Sie in die Versicherungsbranche gekommen?

Martin Engelmayr: Ich bin in der Landwirtschaft aufgewachsen und habe dort auch meine Ausbildung gemacht. Ich wollte jedoch den elterlichen Betrieb nicht im vollen Umfang übernehmen. Stattdessen habe ich mich für ein Studium der Betriebswirtschaft entschieden und bin sozusagen

in die Versicherungsbranche gerutscht. Trotzdem habe ich die Verbindung zur Landwirtschaft beibehalten. Ich habe meine Laufbahn bei der BBV Service als 'normaler' Mitarbeiter begonnen. Nach fünf Jahren bei der BBV Service war ich dann sieben Jahre in leitenden Positionen bei der Versicherungskammer tätig. Danach bin ich zur BBV Service zurückgekehrt und seit 2008 Geschäftsführer. Ich betreibe nach wie vor einen Bioland-zertifizierten Geflügelbetrieb im Nebenerwerb und unterstütze dabei meinen Sohn. So habe ich immer noch die Verbindung zur Landwirtschaft und kenne die Herausforderungen, Auflagen und bürokratischen Hürden, mit denen sich die modernen Landwirte konfrontiert sehen, auch aus deren Sicht.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich die Branche aus Ihrer Sicht verändert?

Martin Engelmayr: Heute ist jeder Betrieb anders aufgestellt. Früher hatte jeder Hof in etwa die gleiche Struktur: 20 ha Land, 30 Milchkühe und etwas Ackerbau. Heute sind die Betriebe einerseits viel größer und andererseits viel spezialisierter. Dazu kommt eine viel höhere Professionalisierung in der Branche. Manche haben sich mit Hofläden diversifiziert und haben Eigenprodukte und Produkthaftung. Dann gibt es Betriebe, die sich mit Biogas oder anderen regenerativen Energien in einem weiteren Geschäftszweig etabliert haben. Auch Höfe, die in der Produktion von Lebensmitteln tätig sind, sei es Fleisch, Milch, Obst oder Gemüse, bewegen sich auf ganz anderer Ebene als früher.

Wirtschaftsforum: Welche sind die wichtigsten Produkte in Ihrem Portfolio?

Martin Engelmayr: Unsere Aufgabe ist es, Risiken zu erkennen und

abzudecken. Durch die Veränderungen in der Landwirtschaft ist es viel komplizierter geworden. Ein wichtiger Punkt ist die Schadensabwicklung. Hier geht es darum, schnell zu reagieren, wenn ein Schaden auftritt. So ist es zum Beispiel nicht ungewöhnlich, dass Erntemaschinen überhitzen und ausbrennen. In diesem Fall ist es nicht nur wichtig, dass die Versicherung des Landwirts diesen Schaden ausgleicht, sondern auch, dass die Finanzierung für eine Ersatzmaschine rechtzeitig bereitgestellt und das Schönwetterfenster für die Ernte nicht verpasst wird. Als zweiter sehr wichtiger Bereich gehört alles, was mit Berufs- oder Erwerbsunfähigkeit zu tun hat, sowie die Vorsorge für den Ruhestand mit ins Angebot.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen gibt es?

Martin Engelmayr: Wir sind sehr innovativ und haben einige attrak-



KONTAKTDATEN

BBV Service Versicherungsmakler GmbH
Albrechtstraße 14
80636 München
Deutschland
☎ +49 89 5443560
✉ +49 89 54435690
zentrale@bbv-service.de
www.bbv-service.de



© AdobeStock_2103920698

tive Neuerungen eingeführt. So bieten wir beim Gebäudeersatz eine Art Innovationsklausel, die es dem Landwirt beim Neubau erlaubt, nach seinen jetzigen wirtschaftlichen Bedürfnissen zu bauen. Wir sind ebenfalls sehr stark, was die Beratung betrifft. Man kann natürlich jedes Risiko versichern. Dabei ist jedoch abzuwägen, bei welchen Risiken eine Absicherung sinnvoll ist. Hier spielt die Tatsache, dass alle unsere Berater einen Hintergrund in der Landwirtschaft haben, eine sehr wichtige Rolle.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Kunden?

Martin Engelmayr: Wir sind der größte landwirtschaftliche Versicherungsmakler in Bayern. Wir zählen mehr als 25.000 landwirtschaftliche Betriebe zu unseren Kunden. Dabei ist jeder Betrieb anders. Hier zählt vor allem die persönliche Beratung. Wir bieten keine Produkte von der Stange an, sondern einen auf den jeweiligen Betrieb zugeschnittenen Versicherungsschutz. Und da sich die Bedürfnisse schnell ändern können, besuchen wir unsere Kunden jedes Jahr, um zu sehen, was sich in der Zwischenzeit verändert hat und wie wir den Schutz dementsprechend anpassen können. Besonders bei Fragen der Nachfolgeregelung oder der Hofübergabe müssen wir sehr sensibel auf den

Kunden eingehen. Hier geht es um viel mehr als einen rein sachlichen Wert.

Wirtschaftsforum: Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Zukunftsthemen?

Martin Engelmayr: Das Fortschreiten der Digitalisierung bleibt weiterhin ein wichtiges Thema. Alles in der modernen Landwirtschaft ist inzwischen digitalisiert, um möglichst kosteneffizient und produktiv zu arbeiten. Ähnliches wird auch von uns erwartet. Unser Anspruch ist es, die Möglichkeiten der Digitalisierung zu nutzen, um unseren Kunden eine noch schnellere und einfachere Abwicklung ihrer Versicherungs-

anliegen zu garantieren. Wir wollen den Dienstleistungsgedanken auf eine ganz andere Ebene bringen. Dabei dürfen wir unsere Mitarbeiter nicht vergessen. Hier pflegen wir den Anspruch, ein fairer und zuverlässiger Arbeitgeber zu sein. Nur so können auch in Zukunft stabil wachsen.

Wirtschaftsforum: Was sind Ihre Ziele für die Zukunft?

Martin Engelmayr: Das ist ganz einfach: Wir wollen auf jedem bayerischen Hof präsent sein.



© AdobeStock_152589389

MASCHINENBRUCHVERSICHERUNG



© AdobeStock_1411083687

ERNTESCHUTZVERSICHERUNG, HAGEL- UND MEHRGEFAHRENVERSICHERUNG



© AdobeStock_269663823

GEBÄUDE- UND INVENTARVERSICHERUNG

Die Effizienz der Verbrennung

Interview mit



Dipl.-Ing. Johannes Ulrich Martin,
Geschäftsführer
der MARTIN GmbH für Umwelt-
und Energietechnik

Aus Abfall Energie gewinnen: Anlage im thüringischen Zella-Mehlis

Die thermische Verwertung von Abfällen ist eine gute Möglichkeit, Müll zu entsorgen und dabei gleichzeitig Energie zu gewinnen. Als Familienunternehmen in 4. Generation hat sich die MARTIN GmbH für Umwelt- und Energietechnik auf die Konzeption und den Bau von Anlagen zur thermischen Verwertung von Abfällen spezialisiert. Das Unternehmen mit Sitz in München zählt weltweit zu den führenden Anbietern und begleitet seine Kunden über den gesamten Lebenszyklus der Anlagen.

Wirtschaftsforum: Herr Martin, bitte erzählen Sie uns zu Beginn unseres Gesprächs etwas über den aktuellen technischen Stand zur thermischen Verwertung von Abfällen.

Ulrich Martin: Gerne. Wir haben uns von der Müllverbrennung hin zur thermischen Verwertung entwickelt. Die Effizienz der Verbrennung beträgt inzwischen über 99% und darüber hinaus werden wertvolle Ressourcen aus den Abfällen zurückgewonnen. Eine Anlage von uns ist ein waschech-

tes Kraftwerk und wird dominiert durch Entwicklungen wie die Digitalisierung sowie neue Verfahren im Bereich des nachhaltigen Betriebes, Stichwort Technologien für Carbon Capture. Wir erstellen komplexe Gewerke, die auf Laufzeiten von 20 Jahren budgetiert werden, zum Teil aber bis zu 40 Jahre in Betrieb sind.

Wirtschaftsforum: Konzentrieren Sie sich ausschließlich auf die thermische Verwertung von Abfällen?

Ulrich Martin: Nein. Vor vier Jahren haben wir ein neues Geschäftsfeld eingerichtet, wo wir nicht nur die gemischten Rohstoffe, sondern auch Klärschlämme adressieren. Diese Ressourcenquelle werden wir zukünftig verstärkt für uns erschließen.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich die MARTIN GmbH im Laufe der Zeit zum heutigen Unternehmen entwickelt?

Ulrich Martin: Die Firma wurde 1925 von meinem Urgroßvater



KONTAKTDATEN

MARTIN GmbH für Umwelt- und Energietechnik
Leopoldstraße 246
80807 München
Deutschland
☎ +49 89 356170
✉ +49 89 35617299
mail@martingmbh.de
www.martingmbh.de



Josef Martin gegründet. Wir sind also inzwischen die 4. Generation. Vor 100 Jahren war die thermische Verwertung von Abfällen bereits sehr in Mode. Die Ballungszentren hatten auch einen großen Bedarf an der thermischen Verwertung von Abfällen. Mein Urgroßvater hat sich dafür mit einer Idee selbstständig gemacht. Er entwickelte die

Technologie der Rostfeuerung mittels Rückschub-Rost, welche bis heute noch Status quo ist und die Basis unseres Handelns darstellt. Die Branche war damals bereits ihrer Zeit voraus, denn vor einiger Zeit haben wir aus dem Archiv eine 80 bis 90 Jahre alte Aufzeichnung ausgegraben, die elektrisch betriebene Abfallsammelfahrzeuge zeigt. Die Hygienisierung des Abfalls und dessen Entsorgung standen damals im Vordergrund. Das hat sich gewandelt, denn heute fokussieren wir uns auf Ressourcen- und Energieeffizienz. Es geht um die größtmögliche Rückgewinnung von Eisen- und Nichteisenmetallen wie Aluminium, Kupfer und Ähnlichem. Wir liefern mit unseren Kraftwerken in großen Ballungsgebieten die Fernwärme. Um der Gesellschaft zu zeigen, wie nachhaltig unsere Anlagen sind, leisten wir viel Aufklärungsarbeit und bieten regelmäßig Führungen an.

Wirtschaftsforum: Wie würden Sie die Stärken Ihres Unternehmens beschreiben?

Ulrich Martin: Was uns besonders auszeichnet, ist unsere große Kontinuität. Wir sind nicht durch externe Investoren oder kurzfristige Veränderungen beeinflusst. Unser sehr kleiner Gesellschafterkreis mit drei Gesellschaftern trifft Entscheidungen sehr schnell. Wir kennen die Unternehmens- und Marktlage sehr genau und haben immer die nächsten zehn Jahre im Blick. Wir reagieren also nicht auf kurzfristige Schwankungen des Marktes. Als Ingenieurunternehmen sind unsere Mitarbeiter unser wichtigstes Kapital. Wir versuchen, jeden Einzelnen zu fördern und reagieren auf Krisen nicht durch Personalmaßnahmen. Außerdem haben wir einen sehr starken technologischen Fokus, beispielsweise investieren wir circa 5% unseres Umsatzes in Forschung und Entwicklung.

Wirtschaftsforum: Wie ist die Struktur der MARTIN GmbH heute?

Ulrich Martin: In unserer Firmengruppe beschäftigen wir zurzeit 550 Mitarbeiter, davon 250 am Hauptsitz in München. Darüber hinaus betreiben wir ein weltweites Netzwerk aus Service-Niederlassungen und besitzen verschiedene Beteiligungen mit Produkten rund um die thermische Verwertung von Abfällen.

Wirtschaftsforum: Wie sprechen Sie neue Kunden an und wo sind Ihre wichtigsten Märkte?

Ulrich Martin: Unser Vertrieb ist eine Mischung aus eigenem Geschäft und Partnerschaften. Weltweit vertrauen wir Partnern, die das Geschäft auf Basis unserer Technologie abwickeln. Unsere Fokusregionen sind mit Abstand China sowie Japan und Europa. Als potenzielle Märkte mit Nachholbedarf sehen wir Indien, Südostasien, Afrika und

Südamerika. Selbst wir in Europa haben noch Defizite, es findet derzeit jedoch ein Umdenken statt.

Wirtschaftsforum: Wie ist Ihr Ausblick für die kommenden fünf bis zehn Jahre?

Ulrich Martin: Die thermische Verwertung von Abfällen wird weiterhin ein elementarer Bestandteil der Entsorgungsbranche sein. Wir möchten bereits bestehende Materialströme noch stärker in die Gesellschaft und in neue Produktströme einbinden und sie noch weiter in die Kreisläufe integrieren, sodass sie Hand in Hand mit dem Recycling gehen. Durch die Übernahme eines französischen Spezialisten zur Abgasreinigung wird diese Sparte als weiteres Standbein noch größeren Raum einnehmen und weitere Expansion ermöglichen.



Kompletter Service: Die MARTIN GmbH steht ihren Kunden über den gesamten Lebenszyklus einer Anlage zur Seite



Thermische Verwertung in der Schweiz: Anlage des Zweckverbands Abfallverwertung Bazenheid

„Mobilität von morgen mitgestalten“

Rasant ging es bei der Drexler Automotive GmbH schon immer zu. Das Familienunternehmen im niederbayerischen Salzweg produziert Antriebskomponenten und -systeme und verkauft seine Produkte weltweit an OEMs sowie Privat- und Motorsportkunden. Geschäftsführer Daniel Fiebig berichtet im Interview mit Wirtschaftsforum über Qualitätsprodukte made in Germany, Intelligenz im Antrieb und die Agilität des Mittelständlers.

Interview mit



Daniel Fiebig,
Geschäftsführer
der Drexler Automotive GmbH



Drexler-Getriebe – Qualität made in Germany



Die Produktentwicklung erfolgt gemeinsam mit den Kunden

Wirtschaftsforum: Herr Fiebig, was können Sie uns über die Anfänge von Drexler Automotive erzählen?

Daniel Fiebig: Die Geschichte von Drexler begann mit einem Unfall des Firmengründers und Motorsportlers Herbert Drexler 1998. Bei einem Rennen geriet plötzlich das Heck seines Porsche in Brand. Er beendete daraufhin seine Motorsportkarriere und gründete die Drexler Motorsport GmbH. Diese firmierte 2016 um in die Drexler Automotive GmbH.

Wirtschaftsforum: Wie sind Sie ins Unternehmen gekommen, und wie sehen Sie Ihre Aufgabe als Geschäftsführer?

Daniel Fiebig: Ich bin 2013 als Projektmanager IT zu Drexler gekommen. Mein Einstieg war familienbedingt: Seit Ende 2020 bin ich Geschäftsführer und leite die Firma nun mit den beiden gemeinsam. Mein Ziel ist, Drexler zum attraktivsten Arbeitgeber in der Region zu machen. Der Fachkräftemangel ist bei uns als kleines Familienunternehmen in der ländlichen Region ganz akut.

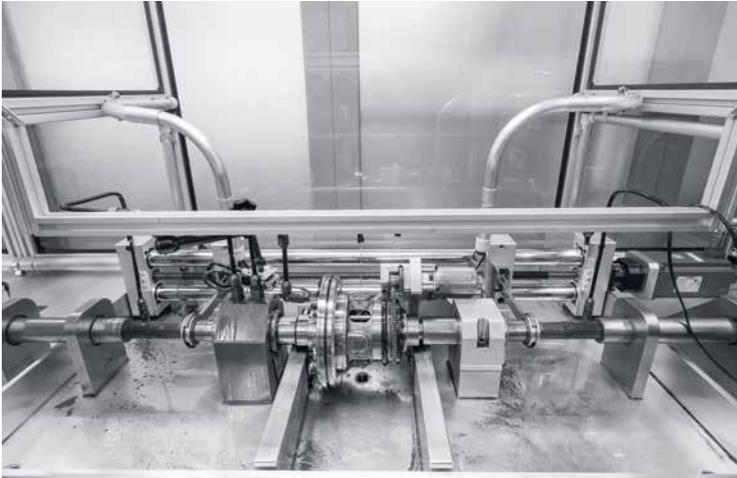
Wirtschaftsforum: Welches sind die wichtigsten Produkte von Drexler?

Daniel Fiebig: Unser Erfolgsprodukt ist das Drexler Lamellensperrdifferenzial, das wir in Serie an die Automobilindustrie vertreiben. Daneben stellen wir Renngtriebe, Antriebswellen und Radnabensysteme her. Wir sind Technologie- und Entwicklungspartner unserer Kunden. Als Dienstleister entwickeln wir gemeinsam mit dem Kunden das Konzept für das Fahrzeug, das dann bei ihm umgesetzt wird. Unsere Kunden sind OEMs, Renn-

sportteams und ambitionierte Hobbyrennfahrer.

Wirtschaftsforum: Was zeichnet Drexler im Wettbewerb besonders aus?

Daniel Fiebig: Aufgrund unserer Größe mit rund 100 Mitarbeitern sind wir sehr agil und können Entwicklungen schnell umsetzen. Bei den Sperrdifferenzialen sind wir Qualitätschampion; unsere Produkte halten ein Autoleben lang. All unsere Produkte sind individualisiert und werden auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt.



Die Prüfstandsentwicklung, -fertigung und -programmierung werden gleichfalls von Drexler Automotive durchgeführt

Wirtschaftsforum: Welche Themen beschäftigen Ihre Kunden gerade?

Daniel Fiebig: Ein großes Thema ist natürlich die Elektrifizierung im Automobilmarkt. Wir haben für E-Autos eine neue Technologie entwickelt, ein modulares Zweigang-Getriebe. Diese Getrie-

betechnologie läßt sich durchaus auch in anderen Fahrzeugtypen wie zum Beispiel Bussen oder Lkw einsetzen. Die Sperrdifferenziale sollen noch intelligenter werden, um Fahrsituationen zu erkennen. Die Softwarealgorithmen dafür werden ausschließlich von Drexler entwickelt, wobei es

Für das besondere Fahrerlebnis: Drexler bietet 400 Sperrdifferenzialtypen

Das Erfolgsprodukt: Drexler Lamellensperrdifferenzial



eine finale Abstimmung mit den Kunden gibt.

Wirtschaftsforum: Wie sieht es in Ihrem Unternehmen mit der Digitalisierung aus?

Daniel Fiebig: Das Thema treiben wir stark voran. Wir stehen in engem Dialog mit den Softwareherstellern und können unser Wissen auf diesem Gebiet an die Kunden weitergeben. Seit zehn Jahren beziehen wir unsere gesamte Software vom selben Anbieter. Dadurch können die Applikationen bei uns miteinander kommunizieren. Das bringt einen riesigen Zeitvorteil.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihr persönlicher Antrieb?

Modulares Zweigang-Getriebe



Daniel Fiebig: Unser Motto lautet 'Stillstand ist Rückstand'. Ich möchte die Mobilität von morgen mitgestalten.

Wirtschaftsforum: Welche Themen werden Sie in Zukunft beschäftigen?

Daniel Fiebig: Schwerpunktthema wird das Bewältigen von Krisen sein, sowohl regional als auch international. Der Fachkräftemangel und unsere Marktpositionierung werden uns weiter beschäftigen. Möglich ist auch, dass wir den Fokus auf andere Marktsegmente abseits der Automobilindustrie legen werden.

KONTAKTDATEN

Drexler Automotive GmbH
Postgasse 12c,d
94121 Salzweg
Deutschland

+49 851 85163630

+49 851 851636363

info@drexler-automotive.com

www.drexler-automotive.com





Ein Sonnenparadies in den eigenen vier Wänden

Dass das eigene Zuhause in der Coronapandemie eine ganz neue Wertschätzung erfahren hat, bemerkte auch Daniel Baron, Head of Marketing D-A-CH der Sunparadise Alutechnik Vertrieb GmbH aus Waiblingen. Das Unternehmen fertigt Aluminiumsysteme, die später in Form von Terrassendächern und Wintergärten die eigenen vier Wände verschönern. Im Interview mit Wirtschaftsforum sprach Herr Baron über aktuelle und künftige Herausforderungen.

Wirtschaftsforum: Herr Baron, die Mission Ihres Unternehmens ist mit Ihrem Leitmotiv 'Bring the outside in' prägnant umschrieben – aber wie genau trägt Sunparadise zu einem angenehmen und modernen Wohnumfeld bei?

Daniel Baron: Wir fertigen Aluminiumsysteme, die im weiteren Verlauf von unseren Abnehmern vornehmlich zu fertigen Terrassendächern, Wintergärten und anderen Glaselementen wie Schiebetüren weiterentwickelt werden. Hierbei sind wir einer der

führenden Hersteller in unserer Branche und können durch unsere fortwährenden Innovationen sicherlich auch zur Weiterentwicklung dieser baulichen Elemente in ihrer Gesamtheit beitragen. Ein schöner Wintergarten oder ein ansprechendes Terrassendach werten dabei prinzipiell jedes Gebäude auf und sorgen für ein sonnendurchflutetes und somit angenehmeres Wohngefühl.

Wirtschaftsforum: Die soziale Distanzierung während der Co-

ronapandemie hat in vielen Menschen eine neue Wertschätzung für die eigenen vier Wände geweckt. Hat sich dies auch auf Ihr Unternehmen ausgewirkt?

Daniel Baron: Wir haben klar gemerkt, dass unser Markt während der pandemischen Situation stark gewachsen ist, was sicherlich damit zusammenhängt, dass die Menschen mehr Zeit zu Hause verbracht haben und auch die zeitlichen Ressourcen hatten, um

Interview mit



Daniel Baron,
Head of Marketing D-A-CH
der Sunparadise Alutechnik
Vertrieb GmbH

sich mit der Aufwertung ihres heimischen Wohnumfelds zu beschäftigen. Da der Wachstumstrend weiterhin ansteigt, haben wir zukunftsorientiert auch unsere Verwaltung erweitert und sitzen nun in einem neuen und größerem Gebäude in Waiblingen. Hier werden wir zudem noch dieses Jahr eine Ausstellung unserer Produkte eröffnen. Obendrein haben wir uns zu weiteren Expansionsschritten entschieden und weitere Mitarbeiter im Vertrieb eingestellt, die deutschlandweit Präsenz zeigen werden.

Wirtschaftsforum: Architektonische Elemente, und damit auch Wintergärten und Terrassendächer, sind im Allgemeinen dem

Glaselemente mit Aluminiumrahmen am Beispiel eines Poolhauses



Das PURE Terrassendach wertet jedes Objekt auf



Wandel der ästhetischen Ansprüche unterworfen, die Hauseigentümer an ihr Wohnumfeld stellen. Wie stark muss sich auch Sunparadise diesem Wandel anpassen?

Daniel Baron: Natürlich sind auch unsere Produkte von neuen Stilrichtungen und sich verändernden Anforderungen betroffen. Viele neu errichtete Wohngebäude sind beispielsweise in Grau- und Anthrazittönen gehalten – ein Trend, der so vor zehn Jahren noch nicht bestand. Das schlägt sich natürlich darin nieder, in welchen Farben wir unsere Aluminiumelemente anbieten. Aber auch die Trends in der Formgebung unterliegen einem stetigen Wandel: Mittlerweile erfahren etwa eckigere und kantigere Produkte eine verstärkte Nachfrage, die wir bei-

spielsweise mit unserem CUBO als relativ neues Produkt für Terrassendachsysteme bedienen möchten: Dabei kann die jeweilige Überdachung mit dem CUBO freistehend oder in Form einer festen Verbindung mit der Fassade ausgeführt werden – auch eine derart hohe bauliche Flexibilität liegt schließlich voll im Trend.

Wirtschaftsforum: Wie anspruchsvoll gestaltet sich die Fertigung Ihrer Komponenten?

Daniel Baron: Wir stellen nahezu keinerlei Standardprodukte her, sondern konzentrieren uns fast gänzlich auf die Individualfertigung, um den völlig unterschiedlichen Aufmaßen und den individuellen Gegebenheiten vor Ort, etwa im Hinblick auf zu



Die neue Wertschätzung für die eigenen vier Wände verstärkt die Nachfrage

sunparadise

Moderne Ausführung eines CUBO Terrassendachs



erwartende Schneelasten oder Hageleinwirkungen, Rechnung tragen zu können. In unseren Werken in der Türkei und Polen sind etwa 500 Mitarbeiter beschäftigt, die im Dreischichtbetrieb mit den anfallenden Fertigungsarbeiten betraut sind. Da wir mit einer weiter steigenden Nachfrage und einer größer werdenden Marktdurchdringung rechnen, wird dieser Umfang sicherlich noch zunehmen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen dabei Digitalisierung und Automatisierung?

Daniel Baron: Unser Unternehmen macht sich die zahlreichen Vorteile der digitalen Transformation schon seit langer Zeit zunutze, um die Herausforderungen unseres starken Wachstums effizient zu bewältigen. Mittlerweile haben wir beispielsweise auch ein System implementiert, mit dem sich ein elegantes Streamlining bei der Abwicklung standardmä-

KONTAKTDATEN

Zweigstelle Waiblingen:
Sunparadise Alutechnik Vertrieb GmbH
Seewiesenstraße 27
71334 Waiblingen
Deutschland
☎ +49 8382 2792200
hallo@sunparadise.com
www.sunparadise.com

Montage eines Terrassendachs



ßiger Angebote erzielen lässt: Wenn der Kunde die Maße des betreffenden Produkts in unser Interface eingibt, kann er direkt ein konkretes Angebot erhalten, ohne dass dies manuell von einer unserer Mitarbeiterinnen kalkuliert werden müsste. Während der Coronazeit haben natürlich auch wir zahlreiche Betriebsabläufe umgestellt und können nun auch unseren Vertriebs- und Verwaltungsmitarbeitern umfassende Homeoffice-Lösungen anbieten. In der Fertigung werden wir derweil weitere Automatisierungsschritte umsetzen, um der steigenden Nachfrage langfristig begegnen zu können.

„Die Vision vom Heißprägen zum Digitaldruck beschäftigt uns künftig!“

Die Erfahrung von Jahrzehnten, kombiniert mit der Integration in eine Firmengruppe, die weltweit zu den führenden Anbietern auf dem Gebiet der Dekorationslösungen und Heißprägetechnik gehört – das ist die Kompetenz BAIER GmbH + Co KG Maschinenfabrik. Das Unternehmen aus dem baden-württembergischen Rudersberg bietet seinen Kunden rund um den Erdball ein Gesamtkonzept aus Maschinenbau, Prägewerkzeug, Transferprodukt zur Veredelung und Service und ist auf dem Weg in die digitale Zukunft.

„Bei uns gibt es alles aus einer Hand, inklusive der Nähe zum Kunden“, verspricht Thea Huttenlauch, bei der BAIER GmbH + Co KG Maschinenfabrik verantwortlich für Vertriebsleitung, Marketing und After Sales Service. „Ganz gleich, welche Wünsche oder Anforderungen der Kunde hat, wir finden eine Lösung für ihn. Bei uns ziehen alle an einem Strang und das gesamte Team richtet seinen Fokus auf den Kunden, der bei uns König ist.“ Peter Petersen, seit 2011 im Unternehmen und seit

2021 Technischer Leiter, ergänzt: „Mit unseren Maschinen dekorieren unsere Kunden ihre Bauteile. Unsere Maschinen prägen zum Beispiel Firmennamen auf weiße Ware oder auf Kunststoffbehälter. Neben dieser Sparte Home Appliances und Consumer Electronics sind wir auch in den Branchen Automotive, Medical, Industrial und Grafik unterwegs.“ Allen Kundengruppen bietet BAIER ein umfassendes Portfolio, das von Handmaschinen über halb- und vollautomatische Prägemaschi-

nen, Stanz- und Siegelmaschinen, periphere Abrollmaschinen und Reinigungsmaschinen bis hin zu Hybrid- und Digitaldruckmaschinen reicht.

Immens weiterentwickelt

„Bis vor anderthalb Jahren waren wir noch sehr automobillastig“, erklärt Thea Huttenlauch. „Jetzt ist diese Sparte etwas mehr im Gleichgewicht mit anderen Kundensegmenten.“ „Als Sondermaschinenbauer und Hersteller von Heißprägemaschinen erweitern

Interview mit

Peter Petersen,

*Head of Machine Design
Department and Production
und*

Thea Huttenlauch,

*Head of Sales, Marketing
and After Sales Service
der BAIER GmbH + Co KG
Maschinenfabrik*

wir uns aktuell stark in Richtung Digitaldruck und bieten in jedem Segment immer kunden- und bauteilspezifische Lösungen an“, verdeutlicht Peter Petersen. Ge-

85

BESCHÄFTIGTE



Immer kundenindividuell: BAIER Heißprägemaschine GEBA 3



Für Heißprägedekoration und Digitaldruck: BINSPIRE, die Hybridmaschine der Firma BAIER

gründet wurde das Unternehmen mit heute circa 85 Beschäftigten 1948 von den Gebrüdern BAIER. Die von ihnen entwickelte Hand-Prägemaschine war schnell der Standard für Buchbindereien. In den 1960er-Jahren folgten erste Prägemaschinen für Kunststoffe, ein Jahrzehnt später Maschinen zum Prägen und Stanzen von Etiketten. Im Jahr 2000 wurde die Firma BAIER an zwei Gesellschafter verkauft, die neue Anwendungen wie zum Beispiel Automotive, Weiße Ware, Industrial Parts und Spielwaren erschlossen. Mit der



Weltweit gefragt: BAIER Heißprägemaschine GEBA 8/1S

Übernahme durch die LEONHARD KURZ Stiftung & Co. KG 2012 entwickelte sich BAIER zum Systemanbieter. Nun ergänzen auch die vom Mutterkonzern hergestellten Transferprodukte und Werkzeuge das Portfolio. „Seitdem hat sich die Firma immens weiterentwickelt und wir können alles aus einer Hand anbieten“, freut sich Peter Petersen. „Eines unserer Riesenerfolgsprodukte ist zum Beispiel eine Maschine zum

Möglichkeiten ergeben“, erläutert Thea Huttenlauch. „Auch Remotesteuerung gewinnt zunehmend an Bedeutung.“ „Die Vision vom Heißprägen zum Digitaldruck beschäftigt uns aktuell und wir setzen sie mit unseren Schwesterfirmen um“, betont Peter Petersen. „So ermöglicht der Digitaldruck auch individuelle Dekorationen in kleinen Stückzahlen.“ Diese digitale Kompetenz hat sich BAIER in den letzten Jahren erfolgreich erarbeitet und baut sie stetig weiter aus.

2012 ÜBERNAHME DURCH KURZ

Heißprägen von Kühlergrills für die Automobilindustrie.“

Neue Möglichkeiten

Der Vertrieb der Produkte erfolgt über verschiedenste Kanäle und Plattformen. Unter anderem ist das Unternehmen auf den Fachmessen Fakuma und K-Messe vertreten. „Mit der Umstellung auf SAP werden sich weitere digitale



KONTAKTDATEN

BAIER GmbH + Co KG Maschinenfabrik
Lindentaler Straße 78
73635 Rudersberg
Deutschland
☎ +49 7183 92710
✉ +49 7183 3481
info@baier-praegetechnik.de
www.baier-praegetechnik.de



Ist Ihre IT fit für die Zukunft?

PROVIDING
DIGITAL EXCELLENCE
SINCE 2008

brand eins
thema

2022
Beste IT-Dienstleister



Platinum
Solution Partner
ENTERPRISE

aws partner
network Advanced
Consulting
Partner

+49 800 1 230 230
www.demicon.de

Berlin | Hamburg | München | Stuttgart

NEU!

WIRTSCHAFTSFORUM SHOWROOMS





www.wirtschaftsforum.de/showrooms

MARF

Mare Kaffee

Slyrs

Slyrs Destillerie GmbH & Co. KG

Ducati Motor Deutschland GmbH

ASSMANN
Büromöbel

HONDA Deutschland

Goppa



Interview mit



Manuel Lipp,
Geschäftsführer
der LIPP GmbH

KONTAKTDATEN

LIPP GmbH
Industriestraße 27
73497 Tannhausen
Deutschland
☎ +49 7964 90030
✉ +49 7964 900327
info@lipp-system.de
www.lipp-system.de
www.facebook.com/LIPPSystem/
www.linkedin.com/company/lipp-gmbh/
mycompany/
www.xing.com/profile/Manuel_Lipp3

‘Unsere Bauweise spart sehr viel Material!’

Mit einzigartigen Technologien hat sich die LIPP GmbH weltweit zu einem der führenden Anbieter für den Behälterbau entwickelt. Das familiengeführte Unternehmen aus dem baden-württembergischen Tannhausen ist hochspezialisiert und bietet seinen Kunden ausgereifte und hochwertige Behälter und Systemlösungen für feste, flüssige und gasförmige Stoffe an. Wirtschaftsforum sprach mit dem Geschäftsführenden Gesellschafter Manuel Lipp, der die Firma in 3. Generation leitet.

Wirtschaftsforum: Herr Lipp, was ist das Besondere an den Behältern und Systemlösungen der LIPP GmbH?

Manuel Lipp: Wir verfügen über eine hohe Eigenfertigungstiefe mit hoher Qualität. Dabei ist unsere Fertigungstechnik in hohem Maß automatisiert. Unser Material beziehen wir aus Europa und produzieren die Rohteile selbst. Die Anlagen passen wir stets individuell den Bedürfnissen unserer Kunden an. Als Technologieführer entwickeln wir uns stets weiter und erfinden alte Techniken neu.

Diese Kombination ist weltweit einzigartig.

Wirtschaftsforum: Lassen Sie uns über Ihr Portfolio reden. Was bieten Sie Ihren Kunden an?

Manuel Lipp: Wir sind die Spezialisten für große Behälter. Dabei hat sich der Markt stark gewandelt. Früher lag unser Fokus auf Biogasanlagen, doch ist dieser Markt durch die politischen Rahmenbedingungen zusammengebrochen. Deshalb haben wir uns neu erfinden müssen. Heute sind wir stark im B2B-Geschäft und

fertigen viele Industrieanlagen, Klärschlammfaulungsanlagen und Fermenter. Hinzu kommen ganz normale Behälter für Lager, Silos und Verschüttgüter, Lösungen für Wärmepufferspeicher, Kraftwerke und Verbrennungsanlagen. Außerdem produzieren wir für die DACH-Region viele Trinkwasserspeicher aus Edelstahl.

Wirtschaftsforum: Apropos DACH-Region, wohin verkaufen Sie Ihre Behälter?

Manuel Lipp: Neben der DACH-Region, einem unserer wichtigs-



Zur Zwischenspeicherung regenerativer Energien: LIPP-Pufferspeicher



Eine Biogasanlage der LIPP GmbH



Das LIPP-Firmengelände aus der Vogelperspektive und das Bürogebäude



ten Märkte, sind wir in über 80 Ländern und auf allen Kontinenten präsent. Wir schicken das Material und unsere automatisierten Montagemaschinen rund um die Welt. Zwei unserer Maschinenmonteure leiten und überwachen dann die Montage der Behälter vor Ort.

Wirtschaftsforum: Und wer sind Ihre Auftraggeber?

Manuel Lipp: Zu unseren Kunden zählen Landwirtschaft, Industrie und Ingenieurbüros ebenso wie kommunale Anbieter, Wasserversorger und Abwasserbetriebe.

Wirtschaftsforum: Sie leiten die Firma LIPP bereits in 3. Generation. Erzählen Sie uns bitte etwas über die Geschichte des Familienunternehmens LIPP.

Manuel Lipp: Mein Großvater Xaver Lipp hat den Betrieb 1958 als Maschinenbauunternehmen gegründet. Mittels des in den 1960er-Jahren entwickelten LIPP®-Doppelfalz-Systems konnten die Behälter schnell und automatisiert direkt an der Baustelle errichtete werden. 1992 wurde mein Vater Roland Lipp Geschäftsführer. Mit ihm haben wir uns stark international ausgerichtet und er hat dem Unternehmen die Welt eröffnet, die wir heute bespielen. Nach dem plötzlichen Tod meines Vaters 2011 habe ich noch während meines Studiums an der TU München die Leitung der LIPP GmbH übernommen.

Wirtschaftsforum: Wie sind die Strukturen heute?

Manuel Lipp: Mein Bruder Leon, meine Schwester Franziska und ich sind Gesellschafter, mein Bruder ist 2021 ins Unternehmen eingestiegen. Neben dem Hauptsitz Tannhausen haben wir noch eine Tochterfirma in den USA. In Europa vertreiben wir unsere Anlagen direkt über eigene Mitarbeiter und freie Handelsvertreter. Ansonsten arbeiten wir mit Partnern in Brasilien, China, Kanada, Malaysia und Japan zusammen. Wir beschäftigen 80 Mitarbeiter, unser Umsatz liegt bei knapp 20 Millionen EUR.

Wirtschaftsforum: Welche Bedeutung haben Digitalisierung und Nachhaltigkeit bei LIPP?

Manuel Lipp: Eine sehr große. Wir haben eine digitale Arbeitszeiterfassung sowie ein digitales Doku-

umentenmanagement. Auch in der Fertigung und auf den Baustellen ist vieles digital. Was die Nachhaltigkeit betrifft, so spart unsere Bauweise sehr viel Material und wir haben schon verschiedene Preise für Ressourceneffizienz gewonnen.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Ihre Ziele für die kommenden Jahre aus?

Manuel Lipp: Wir setzen weiterhin auf Digitalisierung und möchten unsere Eigenfertigungstiefe weiter ausbauen. Unsere Produkte werden wir stets weiterentwickeln und in der nächsten Zeit auch neue Produkte vorstellen.



LIPP KomBio®-Reaktoren für Industrie und Kommunen



Die LIPP GmbH bringt sowohl Flüssigkeits- als auch Pufferbehälter zum Einsatz

Performance, Perfektion und Prestige

Es lohnt durchaus, das Rad neu zu erfinden. Das Ergebnis ist ein Name, der nicht nur im Motorsport für Performance, Perfektion und Prestige steht: BBS. Mit mehr als 4.000 Rennsiegen weltweit in allen Motorsportklassen und auf allen Rennstrecken der Welt unterstreicht die BBS Motorsport GmbH mit Sitz in Haslach ihre Kompetenz, Leichtmetallräder in perfekter Qualität für höchste Ansprüche auch auf der Straße zu fertigen.

Wirtschaftsforum: Herr Müller, Ihr Unternehmen ist dem Motorsport nicht nur dem Namen nach eng verbunden.

Roman Müller: Das ist richtig. BBS Motorsport geht auf das Jahr 1970 und die Gründung der BBS in Schiltach zurück, kurz für Baumgartner, Brand und Schiltach. Bereits 1972 wurde dort ein neuartiges, dreiteiliges Motorsport-Rad nach einer Idee konstruiert, die unter anderem die Kombination verschiedener Werkstoffe ermöglichte. In den Folgejahren gab es neben der ste-

tigen Weiterentwicklung diverse Besitzerwechsel und Umstrukturierungen. Heute existieren drei Firmen, der japanische Mutterkonzern BBS Japan, der uns die Schmiederohlinge liefert, der Betrieb in Schiltach, der im Bereich Gussräder und Vertrieb tätig ist, und unser Werk in Haslach für die Schmiederäder. Hier beschäftigen wir 58 Mitarbeiter. Unser Jahresumsatz liegt aktuell zwischen 18 und 19 Millionen EUR.

Wirtschaftsforum: Stellt BBS Motorsport nicht eigentlich Felgen her?

Roman Müller: Im allgemeinen Sprachgebrauch sagt man Felgen, der Profi spricht aber von Rädern. Wir bieten High-End-Lösungen für anspruchsvollste Anwendungen – für den Motorsport, immer mehr aber auch für den Aftersales und OEM-Markt. Unser Portfolio umfasst mehrteilige Leichtmetallräder, Magnesium- und Aluminium-Schmiederäder sowie Räder für Classic-Fahrzeuge. Besonders bekannt geworden sind wir durch unsere Magnesium-Schmiederäder, deren Vorteil nicht nur in der Gewichtsreduktion durch das Material liegt, sondern auch in ihren



Interview mit
Roman Müller,
Geschäftsführer
BBS Motorsport GmbH

besonderen Eigenschaften. Die Beziehung zwischen translatorischer und rotatorischer Beschleunigung oder Verzögerung bewirkt, dass die tatsächlich dynamische wirksame Gewichtsersparnis bei Rädern um circa Faktor 1,5 höher liegt als die statisch gewogene Gewichtsersparnis und sich Verbrauch und CO₂-Emissionen deswegen noch effizienter reduzieren lassen.

Wirtschaftsforum: BBS Motorsport hat sich also durch innovative Entwicklungen einen Namen gemacht?

Roman Müller: Absolut. BBS Motorsport ist der erste Hersteller, der 2003 Magnesium-Schmiederäder auf die Straße gebracht hat, das heißt korrosionsbeständige Räder auf OEM-Standard. Wir sind Innovations- und Technologieführer, aber auch vom Umsatz



Renommierte Rennteams in der ganzen Welt vertrauen auf die perfekte Qualität und Performance der BBS-Räder, hier das Le Mans Team



KONTAKTDATEN

BBS Motorsport GmbH
Im Mühlegrün 10
77716 Haslach
Deutschland

☎ +49 7832 960950

✉ +49 7832 9609527

info@bbs-motorsport-gmbh.com

www.bbs-motorsport-gmbh.com



Wir sind dennoch zuversichtlich. Die Kooperation mit OEMs ermöglicht starkes Wachstum für die Zukunft. Wir investieren gerade 25 Millionen in unser Werk 2 mit einer neuen Lackieranlage und werden uns entsprechend vergrößern. Die Aufträge sind da. Wir rechnen damit, unseren Umsatz in den nächsten Jahren zu verdoppeln. BBS Motorsport überzeugt mit Zuverlässigkeit, Liefertreue und einem Technologievorsprung, der unter anderem auch der E-Mobilität zugute kommt.

BBS Motorsport demonstriert seinen technologischen Führungsanspruch mit innovativen Entwicklungen und außergewöhnlichen Designs: hier ein ultraleichtes Aluminium-Schmiederad mit patentierten Speichendurchbrüchen

her führend. Dass alle Formel-1-Fahrzeuge aktuell BBS Räder fahren, spricht ebenfalls für sich.

Wirtschaftsforum: Liegt der Fokus noch immer auf dem Motorsport?

Roman Müller: Der Motorsport macht bis heute mehr als 50% unseres Umsatzes aus. Wir sind ja vor allem über die Formel 1 weltweit bekannt geworden. Michael Schumacher zum Beispiel hat all seine Weltmeistertitel auf BBS-Rädern gewonnen, übrigens auf Rädern, die ich selbst damals als Fahrzeugingenieur konstruiert habe. Wir sind aber auch in allen anderen Motorsportarten engagiert. Der Handel für die nachträg-

liche Ausrüstung der Fahrzeuge ist unser zweites Standbein. Der dritte Bereich, der immer mehr an Bedeutung gewinnt, ist der OEM-Markt.

Wirtschaftsforum: Man spricht ja oft davon, dass Dinge, die sich im Motorsport unter den härtesten Bedingungen bewährt haben, gern von der Industrie aufgenommen werden.

Roman Müller: Das ist richtig. Man hat nicht nur oft – und vergeblich – versucht uns zu kopieren, die Autoindustrie ist auch sehr aufmerksam auf uns geworden. Wir bieten nun individuelle Lösungen für namhafte Hersteller von High-End-Marken wie Bugatti

oder Aston Martin, sind aber auch sehr stark mit Porsche verbunden. Dank einer patentierten Technologie ist es uns gelungen, auch die leichtesten Aluminium-Schmiederäder zu entwickeln, die alle gegebenen Anforderungen erfüllen. Unsere Räder haben sich bewährt und werden nach dem Porsche Spyder 918 nun konsequent in der 911 GT3RS Baureihe eingesetzt.

Wirtschaftsforum: Wie gehen Sie aktuelle Herausforderungen an?

Roman Müller: Die Lage hatte sich nach Corona stabilisiert. Nun haben sich die Transportkosten enorm erhöht, auch gibt es Abrisse in den Lieferketten.



Bei BBS Motorsport werden ausschließlich hochwertigste Materialien verarbeitet und von der Konzeption bis zur Fertigung alle Arbeitsschritte aus einer Hand erledigt



Magnesium-Schmiederad für Straßenanwendung nach OEM Standard

‘Der Mensch ist das Regulativ’

Eine erfolgreiche Kundeninteraktion ist die Basis für vertrieblichen Erfolg. Die SUMMACOM GmbH & Co. KG mit Sitz in St. Ingbert und Völklingen im Saarland sowie Bad Hersfeld in Nordhessen unterstützt daher ihre Kunden über alle Medienkanäle im Kundenservice, im Vertrieb und mit Trainings in der eigenen Akademie. Geschäftsführer Martin Schimpf sprach mit Wirtschaftsforum über Wachstumsbremsen und Preisdumping in seiner Branche.

Wirtschaftsforum: Herr Schimpf, SUMMACOM ist seit 25 Jahren am Markt. Was hat sich in dieser Zeit getan?

Martin Schimpf: Das Unternehmen wurde 1997 am Standort in St. Ingbert als interner Callcenter Dienstleister der Sparda-Bankengruppe gegründet. Noch heute sind wir nationales Kundenservice-Center der Sparda-Banken, haben uns gleichzeitig 2015 dem Markt geöffnet. Seitdem bieten wir mit SUMMACOM unsere Leistungen branchenübergreifend erfolgreich am freien Markt an und haben mittlerweile weit über 40 renommierte Kunden verschiedenster Branchen gewonnen. So arbeiten wir beispielsweise auch für die Hornbach Baumarkt, wie

auch Ursapharm, um nur zwei weitere Branchen zu nennen. Mit SUMMACOM haben wir uns im Outsourcing-Markt kontinuierlich weiterentwickelt und sehen uns als verlängerte Werkbank des Kunden mit der Aufgabe, eine Entlastung in seinem Unternehmen herbeizuführen. Neben unserer Zentrale in St. Ingbert sind wir in Bad Hersfeld und seit 2021 auch in Völklingen vertreten.

Wirtschaftsforum: Wie kam es zu einer Neueröffnung mitten in der Coronapandemie?

Martin Schimpf: Sie erfolgte unabhängig von der Pandemie. Wir stellen generell fest, dass die arbeitende Bevölkerung immer bequemer wird. Die Menschen

sind weniger bereit, längere Wege zu ihrem Arbeitsplatz in Kauf zu nehmen. Deshalb wollten wir dorthin gehen, wo Menschen uns mit kurzen Wegen erreichen können. Die Pandemie war allerdings für uns der Schritt zur Homeoffice-Lösung. Sie hat sich bewährt und bleibt auch in Zukunft bestehen.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich SUMMACOM wirtschaftlich entwickelt, und welche Entwicklung erwarten Sie für die Zukunft?

Martin Schimpf: Das Unternehmen hat sich kontinuierlich entwickelt und generiert jetzt einen Jahresumsatz von rund 22 Millionen EUR. Ich würde gern daran anknüpfen mit weiterem

Interview mit



© Peter Kobier Fotodesign

Martin Schimpf,
Geschäftsführer
der SUMMACOM
GmbH & Co. KG

gesunden Wachstum. Aber das Weltgeschehen macht es derzeit sehr schwierig. Ein Riesenproblem ist das Recruitment neuer Mitarbeiter. Der Mensch ist das Regulativ. Der Markt hält für uns interessante Projekte bereit. Aber wir können sie nur annehmen, wenn wir sie auch in unserer gewohnten Qualität bearbeiten können. Wir suchen händeringend nach Möglichkeiten, dieses Problem zu lösen.

Wirtschaftsforum: Was können Sie bei der Suche nach Mitarbeitern in die Waagschale werfen?



© Pech_Sapei
Die Firmenzentrale von SUMMACOM im saarländischen St. Ingbert



© HONK Foto
Die Niederlassung in Bad Hersfeld in Hessen wurde 2019 eröffnet



© HONK Foto
Seit 2021 ist SUMMACOM mit einer dritten Niederlassung in Völklingen vertreten, rund 30 km vom Hauptsitz entfernt



In der SUMMACOM AKADEMIE finden individuelle Trainings, Schulungen und Seminare für die Mitarbeiter der Kunden statt



Wertschätzung für das Team: Die 470 Mitarbeiter sind das höchste Gut des Unternehmens

Martin Schimpf: Wir bieten ein attraktives Grundgehalt, 30 Tage Urlaub und jede Menge Zusatzleistungen. Ein wichtiger Faktor ist aber auch unser Wertemodell. Der Mitarbeiter ist unser wichtigstes Gut, daher steht Wertschätzung an oberster Stelle. Wir verstehen uns als eine Familie, in der Eigenschaften wie Geschlecht, Herkunft oder Hautfarbe keine Rolle spielen. Mit den Werten Respekt, Vielfalt und Zusammenhalt werben wir nicht nur, sondern leben sie auch.

Wirtschaftsforum: Welche Konsequenzen hat die Personalproblematik auf längere Sicht?

Martin Schimpf: Als Geschäftsführer der SUMMACOM GmbH

& Co. KG bin ich mir unser aller Verantwortung für den Wirtschaftsstandort Deutschland sehr bewusst – insbesondere in diesen aktuell sehr dynamischen und herausfordernden Zeiten. Gerade jetzt und auch zukünftig würde ich gerne weiterhin unsere kompletten Leistungen ausschließlich im Inland erbringen. Damit würden wir gerne der meines Erachtens richtigen und wichtigen politischen Anforderung nachkommen, an den Wirtschaftsstandort Deutschland zu glauben, in diesen nachhaltig zu investieren und auch dauerhaft Arbeitsplätze zu erhalten und neue zu schaffen. Dies wird allerdings zunehmend durch die verschärften Rahmenbedingungen erschwert, auch durch das

EU-Vergaberecht. Wir möchten bei unseren Callcenter-Dienstleistungen nicht über Nearshoring nachdenken, sind aber regelrecht dazu gezwungen. Hier wünsche ich mir von unserer Politik Unterstützung, zum Beispiel durch eine adäquate Regulatorik, welche eine gewünschte und verantwortungsbewusste Investition in den Wirtschaftsstandort Deutschland begünstigt sowie proaktiv fördert, statt diese mittelbar abzustrafen oder gar zu verhindern.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die weitere Branchenentwicklung?

Martin Schimpf: Ich bin da recht pessimistisch. Mit 470 Mitarbeitern sind wir auf dem Markt ein kleiner Anbieter. Die großen

SUMMACOM

KONTAKTDATEN

SUMMACOM GmbH & Co. KG
Kastanienweg 11-13
66386 St. Ingbert
Deutschland

☎ +49 6894 1454010

✉ +49 6894 14544010

post@summacom.de

www.summacom.de



befinden sich zum großen Teil im Ausland und machen mit ihrem Preisdumping die Grundidee unserer Branche kaputt. Wenn wir uns der Verantwortung für einen gesunden Wirtschaftsstandort Deutschland alle bewusst sind, müssen wir alle auch bereit sein, in diesen zu investieren. Das bedeutet dann auch die Bereitschaft Preise zu zahlen für Leistungen, die ausschließlich im Inland erbracht werden.

1

NUMMER 1

Interviews mit Geschäftsführern und Managern

Mehrere Tausend persönlich geführte Interviews pro Jahr.

Jetzt anrufen!

(+49) 5971 92164-0

Wir informieren Sie gerne.

Mehrwert in mobiler Infrastruktur

Mit ihrem großen Angebot in den Bereichen Raumsysteme, Baumaschinen und Krane, mobile Toiletten, Event Services und Gewässerschutz gehört die Conducta AG mit Hauptsitz in Winterthur zu den führenden Vertretern der Schweizer Baubranche. In den letzten Jahren ist neben Sanitärlösungen und Gewässerschutz insbesondere das modulare Bauen in den Vordergrund gerückt, sagt CEO Olivier W. Annaheim und verweist darauf, dass die flexible Nutzung von Gebäuden immer wichtiger wird.

Wirtschaftsforum: Herr Annaheim, Conducta kann auf eine erfolgreiche, mehr als 60-jährige Firmengeschichte zurückblicken.

Olivier W. Annaheim: Tatsächlich haben wir uns von einem kleinen Handelsbetrieb zu einem Unternehmen mit 220 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von 70 Millionen CHF entwickelt. Schon 1980 haben wir mit der eigenen Kranproduktion in Schio, Italien begonnen, wenig später mit dem Aufbau des Geschäftsbereichs Raumsysteme. Weitere Standorte folgten in der Schweiz, auch eine Vertretung in Deutschland. Entsprechend konnten das Produkt-

portfolio und der Service erweitert werden. Unsere Philosophie ist die kundennahe Versorgung.

Wirtschaftsforum: Wie haben Sie bei Conconducta die Entwicklung der letzten Jahre erlebt?

Olivier W. Annaheim: Zum einen ist die Nachfrage nach Sanitärsystemen gestiegen, zum anderen haben wir gerade in den letzten beiden Jahren einen regelrechten Schub im Bereich der modularen Bauraumsysteme

erlebt. Mit der größten Mietflotte der Schweiz sind wir Marktführer für modulares Bauen und spüren, dass wir hier auch europäisch gesehen den Nerv der Zeit treffen. Nicht zuletzt die Coronakrise hat gezeigt, dass die flexible Nutzung

Interview mit



Olivier W. Annaheim,
CEO
der Conconducta AG



Verkaufcontainers, temporäres Schulgebäude und Bürogebäude mit Holzverkleidung sind Beispiele, wie sich das Thema modulares Bauen umsetzen lässt: Mit der größten Mietflotte der Schweiz ist die Conconducta AG Marktführer und trifft auch europäisch gesehen den Nerv der Zeit

Conducta

KONTAKTDATEN

Conducta AG
Stegackerstrasse 6
8409 Winterthur
Schweiz
☎ +41 52 2345151
✉ +41 52 2345150
info@conducta.ch
www.conducta.ch



Auch für den Eventbereich bieten sich modulare Lösungen von Condicta an, während auf der Baustelle verschiedene Condicta-Produkte zum Einsatz kommen und die Condicta-Gewässerschutzanlage zur pH-Neutralisierung einen wichtigen Beitrag zu einer sauberen Umwelt leistet

von Gebäuden viele Vorteile bringt. Themen wie 'cradle to cradle' und nachhaltige Nutzung werden auch für öffentliche Gebäude wie Schulen, Büros, Alters- und Pflegeheime immer mehr diskutiert. Mobile Lösungen, ob zur Miete oder zum Kauf, bieten hier eine willkommene Alternative, vor allem, wenn sie eine einfache Umnutzung bieten.

Wirtschaftsforum: Hat sich für Condicta die Coronakrise also positiv ausgewirkt?

Olivier W. Annaheim: Das kann man nicht eindeutig sagen. Wir sind auch im Eventgeschäft tätig, das zwischenzeitlich zum Erliegen gekommen ist. Corona hat eher wie ein Katalysator gewirkt, indem Themen wie die flexible Nutzung von Infrastrukturen und modularem Raum schneller behandelt und umgesetzt wurden. Das wird nun akzentuiert durch die Flüchtlingskrise. Der Trend ist ungebrochen, das Rad des modularen Wandels dreht sich weiter. Wir sehen uns da gut aufgestellt.

Wirtschaftsforum: Sie sind seit zwei Jahren CEO der Condicta AG. Wie begleiten Sie den Prozess des Wandels?

Olivier W. Annaheim: Meine Verantwortung sehe ich auf der strategischen Ebene und darin, das Unternehmen weiterhin auf die Position des Marktführers auszurichten. Unsere Strategie nennen wir den 'Condicta Erfolgsweg 2024', wobei der Kundennutzen absolut im Mittelpunkt steht. Unsere Erfolgskultur lässt sich am besten in einem Rahmen darstellen, in dessen Mittelpunkt der Kundennutzen als großes Zahnrad abgebildet ist. Andere Zahnräder greifen hinein, die wir beeinflussen können. So entsteht ein anspruchsvoller Gesamtprozess, mit dem wir sehr erfolgreich sind. Aufgabe des Managements ist es, den kulturellen Wandel zu vermitteln. Wir halten kommunikative Workshops ab, in denen

verschiedene Themen aktiv erarbeitet werden.

Wirtschaftsforum: Wie sieht nun Ihr Portfolio aus, und welche Bereiche sind besonders wichtig?

Olivier W. Annaheim: Mit mehr als 50% sind die modularen Raumsysteme und Sanitärsysteme aktuell für den größten Anteil unseres Umsatzes verantwortlich. Darüber hinaus haben wir eine ansehnliche Flotte an Baukränen, verkaufen auch Kräne. Das Eventgeschäft kommt allmählich zurück. Ein Bereich, der immer wichtiger wird, ist der Gewässerschutz. Mit unseren Anlagen zur pH-Neutralisierung auf Baustellen zum Beispiel leisten wir einen wichtigen Beitrag zu ei-

ner sauberen Umwelt. Wichtig ist auch der Service: Unsere Kunden können sich jederzeit auf unser motiviertes Team und eine tolle Organisation verlassen.

Wirtschaftsforum: Sie gehen also zuversichtlich in die kommenden Jahre?

Olivier W. Annaheim: Dazu tragen viele Faktoren bei. Wir sind seit mehr als 60 Jahren am Markt und verfügen über eine breite Kundenbasis in der Industrie, im Bausektor, der Öffentlichen Hand und im Eventbereich. Mit der neuen Strategie haben sowohl das Fortschrittliche als auch das Humane in der Unternehmenskultur Platz gefunden. Auch zu Zeiten des Fachkräftemangels sieht man uns als attraktiven Arbeitgeber. Wir setzen den Prozess des Wandels fort und möchten in der gesamten Schweiz weiteres Wachstum erzielen, auch in geografischen Randbereichen. Gerade vom modularen Bauen war ich persönlich schon immer fasziniert und sehe mit neuen Systemen enormes Potenzial auch in High-End-Bereichen. Ähnliches gilt für den Gewässerschutz, den wir im Europaum breit aufstellen möchten.



Condicta-Kräne haben sich vielfach im rauen Baustelleneinsatz bewährt und sind in vielen verschiedenen Ausführungen erhältlich, hier bei der Montage

Von der Rennstrecke bis zum serienreifen alternativen Antrieb

Interview mit
Lars Jäger,
Vertriebs- und
Marketingleiter
der Suter Industries AG

Die Welt des professionellen Motorsports fungiert oft als Testfeld für bahnbrechende Verbesserungen der Motorleistung, die schließlich in die Breite getragen werden. So ist es auch bei der Suter Industries AG aus dem schweizerischen Turbenthal. Der Spezialist für Antriebssysteme für die Zweirad-, Automobil-, Flugzeug-, Schiffbau- und Baumaschinenindustrie bedient sich nach wie vor des aus dem Motorradsport erworbenen Know-hows, um leistungsstarke Motoren, Antriebe, Kupplungssysteme und Einzelteile zu entwickeln. Durch den ständigen Auf- und Ausbau der Produktionsstätte ist Suter Industries heute in der Lage, sämtliche Prozesse von der Idee bis zur geprüften Kleinserie inhouse durchzuführen.

Firmengründer Eskil Suter war in den 1990er-Jahren erfolgreicher Grand Prix-Rennfahrer in der 250 cm³- und 500 cm³-Klasse, bevor er 1996 mit der Gründung der Suter Racing den Schritt hinter die Kulissen wagte.

Erfolg auf der Rennstrecke

Eskil Suter war nicht nur Fahrer, sondern ist auch Tüftler mit einer beinahe unbegrenzten Begeisterung für Technik. Seine erste

Innovation war die SuterClutch – eine völlig neuartige Kupplung, die den innovativen Anspruch des Unternehmens verdeutlichte. „Diese technologischen Verbesserungen wurden mit bedeutenden Erfolgen auf der Rennstrecke belohnt“, sagt Vertriebs- und Marketingleiter Lars Jäger. „2010 gewann Suter Racing die Moto2-Konstruktoresweltmeisterschaft und konnte den Titel 2011 und 2012 erfolgreich verteidigen.“

Einer der Höhepunkte der Unternehmensentwicklung in dieser Phase war die Lancierung des Rennmotorrads Suter 500 im Jahr 2016. Als komplett inhouse entwickelte Vierzylinder-Zweitakt-Rennmaschine zeugte diese Entwicklung von der herausragenden technischen Kompetenz und Fertigungstiefe des Unternehmens. Gleichzeitig firmierte das Unternehmen in Suter Industries um, um die bereits im Jahr 2002

begonnene Diversifizierung der Aktivitäten besser widerzuspiegeln.

Ingenieurskunst vom Feinsten

Als Ideenschmiede und verlängerte Werkbank bietet Suter Industries seinen Kunden Ingenieurskunst vom Feinsten an. „Wir sehen uns als ausgelagerter Entwicklungsarm für unsere Kunden“, so Lars Jäger, der im Juli 2021 zu Suter wechselte. „Selbst



Suter MMX500 'The Beast' wurde 2015 auf den Markt gebracht



Das Suter MMX500 Motorrad: die komplett inhouse entwickelte Vierzylinder-Zweitakt-Rennmaschine von Suter Racing



Als Sonderprojekt wurde das Powerboat Code X als Konzept und Prototyp komplett im Hause Suter entwickelt



KONTAKTDATEN

Suter Industries AG
 Mettlenstrasse 3
 8488 Turbenthal
 Schweiz
 ☎ +41 52 3971060
 📧 +41 52 3971070
 info@suter-industries.ch
 www.suter-industries.ch

namhafte Firmen wie BMW Motorrad kommen zu uns.“ Heute beschäftigt sich das Unternehmen zunehmend mit hocheffizienten Antrieben und alternativen Energieträgern. „Unter dem Motto ‘Passion for Power Density’ entwickeln wir effiziente Verbrennungsmotoren, hochmoderne hybride und elektrische Antriebssysteme und leistungsstarke Aggregate“, erklärt Lars Jäger. „So haben wir beispielsweise einen ultrakleinen Flugmotor entwickelt, der absolute Maßstäbe hinsichtlich seiner Größe und Leistung setzt.“

Wasserstoff als Energieträger der Zukunft

Obwohl der Schwerpunkt derzeit auf Lösungen für die Elektromobilität liegt, ist Lars Jäger der Ansicht, dass die wirkliche Lösung der aktuellen Energieprobleme in der Wasserstofftechnologie liegt. „Wir haben ein großes Know-how in der Wasserstofftechnologie aufgebaut, das bereits in konkreten Projekten umgesetzt wird“, beschreibt der Vertriebsleiter. „Von unserem Kunden, aus der Schweiz welcher im Wasserstoff-Segment tätig ist, haben wir den Auftrag erhalten, ein revolutionäres Gerät zu konzipieren und zu bauen, welches nachhaltig den

elektrischen Verbrauch reduzieren kann. Wir sind im Gespräch mit diversen Partner, welche im Wasserstoff tätig sind und große Produktionsanlagen bauen.“ Derzeit werden weltweit die ersten Energiespeicher auf Wasserstoffbasis integriert. „Wasserstoff eignet sich, im Gegensatz zu Strom, gut zur Speicherung von Energie und kann entweder in mobilen Speichern oder, ähnlich wie Erdgas, über Pipelines transportiert werden“, erklärt Lars Jäger.

Wasserstoffmobilität: eine saubere Lösung

Wasserstoff wird als vielversprechender und nachhaltiger Energieträger der Zukunft betrachtet. Die nötigen Infrastrukturprojekte für die Wasserstoffmobilität werden jedoch schon heute von visionären Unternehmen realisiert. So verfügt H2 Energy

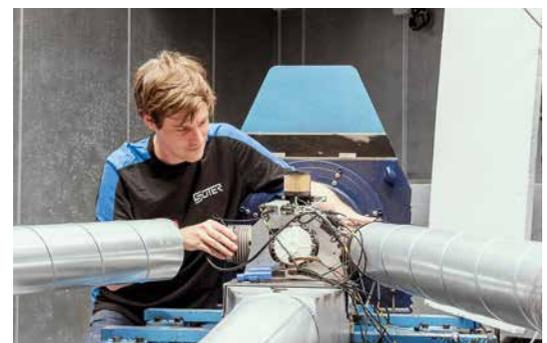
bereits über drei Wasserstoffanlagen in der Schweiz. Suter Industries will bei dieser Technologie ganz vorne dabei sein. „Wir sind beispielsweise heute schon in der Lage, neue Züge mit Wasserstoff-Powerpacks zu bauen“, bestätigt Lars Jäger. „Dies würde es uns ermöglichen, einen großen Schritt weg von fossilen Brennstoffen zu machen.“ Die Wasserstoffmobilität bietet mehrere entscheidende Vorteile, nicht zuletzt die wesentlich größere Reichweite und die schnellere Betankung im Vergleich zu E-Mobilitätslösungen. Leider sei der politische Wille, solche Initiativen zu unterstützen, noch nicht in ausreichendem Maße vorhanden, bedauert der Vertriebsleiter. „Es braucht Mut, etwas zu ändern. Wir wollen zeigen, was möglich ist und andere Leute für diese Technologie begeistern.“

Klein, aber dafür agil

Lars Jäger ist froh, in einem so innovativen Unternehmen in einer so zukunftsorientierten Branche zu arbeiten: „Ähnlich wie unsere Motorräder sind wir klein aber dafür schnell und wendig. Passion für Leistungsdichte ist unsere DNA. Hier ist es möglich, etwas zu bewegen. Wir sind ein klassisches KMU mit ‘nur’ 40 Mitarbeitern. Dafür sind wir unglaublich leistungsfähig und innovativ. Dies ist auf unseren Hintergrund im professionellen Motorsport zurückzuführen: Wenn man gewinnen will, muss man der Beste sein. Wir sehen die Herausforderungen und finden dafür die passenden Lösungen. Das macht die Arbeit so spannend.“



Ingenieurskunst vom Feinsten: Von der Idee bis zur geprüften Kleinserie bietet Suter Industries alles aus einer Hand



Suter Industries ist bei fortschrittlichen Technologien ganz vorne dabei

SPITZENKLASSE!

Wirtschaftsforum.de
gehört jetzt schon zu den
3.000 relevantesten
Domains

im SEO Ranking in Deutschland.

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

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Kontakte



Uhlmann & Zacher GmbH
Gutenbergstraße 2-4
97297 Waldbüttelbrunn
Deutschland
☎ +49 931 406720
✉ +49 931 4067299
contact@uundz.de
www.uundz.com

Jäcklin GmbH
Unterer Talweg 50
86179 Augsburg
Deutschland
☎ +49 821 808470
info@jaecklin-medical.de
www.jaeklin-medical.de

BBV Service Versicherungsmakler
GmbH
Albrechtstraße 14
80636 München
Deutschland
☎ +49 89 5443560
✉ +49 89 54435690
zentrale@bbv-service.de
www.bbv-service.de

MARTIN GmbH für Umwelt- und
Energietechnik
Leopoldstraße 246
80807 München
Deutschland
☎ +49 89 356170
✉ +49 89 35617299
mail@martingmbh.de
www.martingmbh.de

Drexler Automotive GmbH
Postgasse 12c,d
94121 Salzweg
Deutschland
☎ +49 851 85163630
✉ +49 851 851636363
info@drexler-automotive.com
www.drexler-automotive.com



Zweigstelle Waiblingen:
Sunparadise Alutechnik Vertrieb GmbH
Seewiesenstraße 27
71334 Waiblingen
Deutschland
☎ +49 8382 2792200
hallo@sunparadise.com
www.sunparadise.com

BAIER GmbH + Co KG Maschinenfabrik
Lindentaler Straße 78
73635 Rudersberg
Deutschland
☎ +49 7183 92710
✉ +49 7183 3481
info@baier-praegetechnik.de
www.baier-praegetechnik.de

LIPP GmbH
Industriestraße 27
73497 Tannhausen
Deutschland
☎ +49 7964 90030
✉ +49 7964 900327
info@lipp-system.de
www.lipp-system.de

BBS Motorsport GmbH
Im Mühlegrün 10
77716 Haslach
Deutschland
☎ +49 7832 960950
✉ +49 7832 9609527
info@bbs-motorsport-gmbh.com
www.bbs-motorsport-gmbh.com



SUMMACOM GmbH & Co. KG
Kastanienweg 11-13
66386 St. Ingbert
Deutschland
☎ +49 6894 1454010
✉ +49 6894 14544010
post@summacom.de
www.summacom.de



Conducta AG
Stegackerstrasse 6
8409 Winterthur
Schweiz
☎ +41 52 2345151
✉ +41 52 2345150
info@conducta.ch
www.conducta.ch

Suter Industries AG
Mettlenstrasse 3
8488 Turbenthal
Schweiz
☎ +41 52 3971060
✉ +41 52 3971070
info@suter-industries.ch
www.suter-industries.ch

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





Standort St. Ingbert



Standort Völklingen



Standort Bad Hersfeld

KOMMUNIKATIONSPROFIS IM SAARLAND UND NORDHESSEN

Mit Leidenschaft für Kommunikation unterstützen wir seit 1997 renommierte Unternehmen unterschiedlicher Branchen bei ihrer professionellen und erfolgreichen Kundeninteraktion, mit CallCenter-Leistungen und mehr!

Wir leben Wertschätzung von Vielfalt, Respekt und Zusammenhalt – miteinander sowie im Verhältnis zu unseren Geschäftspartnern und Kunden, für die wir im Einsatz sind!



SUMMACOM

KUNDENSERVICE,
VERTRIEBSUNTERSTÜTZUNG
UND TRAINING

summacom.de

SUMMACOM in St. Ingbert
Kastanienweg 11-13
66386 St. Ingbert

SUMMACOM in Völklingen
Poststraße 15-17
66333 Völklingen

SUMMACOM in Bad Hersfeld
Benno-Schilde-Platz 6
36251 Bad Hersfeld



#SUMMACOMMUNITY