

# Wirtschaft im Süden



Interview:

## **Die Kraft der Stille**

mit Harald Schopf, Generaldirektor

des Kneipp- und Gesundheitszentrums der Barmherzigen Brüder, Seite 04

Porträts:

› **OCÉANO Reisen GmbH & Co. KG**, Seite 16

› **Zwiesel Kristallglas AG**, Seite 24

# Destination **Zero**<sup>TM</sup>



**Unsere Strategie:** Null Emissionen erreichen  
**Unsere Mission:** Antriebe für eine lebenswertere Welt

Cummins verfolgt mit seiner Destination Zero-Strategie das Ziel, bis zum Jahr 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Wir sind seit über 100 Jahren ein innovatives Unternehmen, und wir werden auch jetzt nicht aufhören. Die Bewältigung des Klimawandels erfordert Zusammenarbeit und Engagement von uns allen.



**FÜR  
EINE WELT  
DIE NIE  
STILLSTEHT**

## Special Wirtschaft im Süden



04

**Harald Schopf**, Gesamtleiter  
des Kneipp- und Gesundheitszentrums der Barmherzigen Brüder



06

**Markus Haid**, Geschäftsleiter  
der STC Distribution GmbH



**Hans-Peter Keller**, Geschäftsführer und  
**Stefanie Dubs**, Mitglied der Geschäftsleitung  
der Hacontex AG

08



10

**Dr. Stephan Wild**, Geschäftsführer und  
**Harald Heinze**, Geschäftsführer  
der RAY Egelhof GmbH



12

**Stefan Niehusmann**, Geschäftsführer und  
**Carolina Jansen**, Leiterin Marketing & Leadmanagement  
der MAIT GmbH



14

**Philipp Egner**, Geschäftsführender Gesellschafter und  
**Florian Belschner**, Entwicklungsleiter  
der Gutekunst Metall GmbH



**Matthias Rolle**, Geschäftsführer  
der OCÉANO Reisen GmbH & Co. KG

16



**Benjamin Klingenberg**, Managing Director DACH-Region  
der NCAB Group Germany GmbH

18



**Friedhelm Ehrenholz**, Sales Director DACH  
der Tremco CPG Germany GmbH

20



**Robert Späth**, Geschäftsführer  
der CSC JÄKLECHEMIE GmbH & Co. KG

22



**Prof. Dr. Andreas Buske**, Inhaber und Geschäftsführer  
der Zwiessel Kristallglas AG

24



Kontakte Seite 27

# Die Kraft der Stille



Direkt am Inn in einem herrlichen Park gelegen, ist das Kurhaus etwas ganz Besonderes. Rad- und Wanderwege laden zu Sport und Spaziergehen ein. 'Ankommen und loslassen' – hier geht es

## Interview mit



**Harald Schopf,**  
Gesamtleiter  
des Kneipp- und Gesund-  
heitszentrums der Barmherzigen  
Brüder



## KONTAKTDATEN

Kneipp- und Gesundheitszentrum der  
Barmherzigen Brüder  
Kurhausstraße 6  
4780 Schärding am Inn  
Österreich  
☎ +43 7712 3221  
kurhaus@bbschaerd.at  
www.kurhaus-schaerding.at

„Gesund zu sein ist heute schon fast ein Synonym für ein glückliches Leben“, weiß Harald Schopf, Gesamtleiter des Kneipp- und Gesundheitszentrums der Barmherzigen Brüder im österreichischen Schärding. Das Kurhaus ist im Besitz des Ordens der Barmherzigen Brüder und zeichnet sich neben einer einzigartigen Gastfreundschaft und einer herrlichen Umgebung durch die ganzheitliche, hoch individuelle Betreuung seiner Gäste und eine Vielzahl traditioneller und moderner Therapieansätze aus. Wir sprachen mit Harald Schopf über die Möglichkeit, einmal aus dem Alltag auszubrechen, den Luxus des Alleinseins und die Kraft der Stille.

Direkt am Inn gelegen, hat das heutige Kurhaus Schärding Barmherzige Brüder in Schärding eine lange Geschichte. „Bereits Mitte des 17. Jahrhunderts wurde an dieser Stelle ein Kapuzinerkloster erbaut, dessen Kirche bis zum heutigen Tag steht“, erzählt Gesamtleiter Harald Schopf. „Im Zuge der Säkularisierung Anfang des 19. Jahrhunderts wurden die Mönche vertrieben und die Klostergebäude dienten als Gerichtshaus für die Stadtgemeinde und später auch als Gefängnis. 1927

erwarb der Orden der Barmherzigen Brüder das gesamte Areal. Anstelle der alten Klostergebäude wurde das Kneipp-Kurhaus der Barmherzigen Brüder errichtet, das 1931 eröffnet wurde. Damit prägt das von Pfarrer Sebastian Kneipp entwickelte System seit über 90 Jahren unser therapeutisches Konzept. In den letzten Jahrzehnten haben wir uns zusätzlich mit internationaler Medizin wie der Traditionellen Chinesischen Medizin (TCM) und dem indischen Ayurveda ganzheitlich

weiterentwickeln können.“ Bis heute ist das Haus im Besitz des Ordens, dessen zentraler Wert Hospitalität – Gastfreundschaft – ist. „Und diese Gastfreundschaft“, so Harald Schopf, „erleben die Gäste an jedem Tag, den sie bei uns sind.“

## Regeneration und Prävention

Das Kneipp- und Gesundheitszentrum versteht sich als Medical Health Resort mit ganzheitlichem Ansatz. „Unser Hotel mit 85 Gästezimmern und 115 Betten steht

ausschließlich für medizinisch-therapeutische Zwecke zur Verfügung“, erläutert Harald Schopf. „Das heißt, unsere Gäste machen bei uns keinen Wellnessurlaub, sondern investieren in ihre Gesundheit, in Regeneration und Prävention.“ Wichtige Themen dabei sind Fasten und Ernährung sowie Entgiftung, etwa durch Basenfasten und Heilfasten nach Franz Xaver Mayr oder durch eine Ayurvedische Reinigungskur. „Die Königin der Ayurvedischen Behandlungsformen ist Pancha



Ganzheitlicher Ansatz mit verschiedenen therapeutischen Konzepten: Neben Kneipp-Anwendungen werden auch Ayurveda- (oben) und TCM-Behandlungen durchgeführt.



'Die beste Behandlungsmethode' gibt es nicht – jeder Mensch ist anders. Individuelle Ernährung und auf den einzelnen Gast abgestimmte Behandlungsmethoden führen zum Erfolg

Karma, eine 14-tägige, sehr intensive Reinigungskur“, nennt Harald Schopf ein Highlight im Angebot des Gesundheitszentrums. Yoga-Angebote werden vor allem im Frühling und Frühsommer gern angenommen, „einfach, um neue Kraft und Energie zu schöpfen“, wie der Gesamtleiter sagt. Auch Post-Covid-Behandlung habe sich zu einem wichtigen Bereich entwickelt: Hier geht es vor allem um Atemtherapie. Ebenso hat die klassische Physiotherapie starken Zulauf: Drei Physiotherapeutinnen und eine Osteopathin kümmern sich um die Bedürfnisse der Gäste. „Alles, was mit dem Thema Bewegungsapparat zusammenhängt, können wir sowohl im präventiven als auch im regenerativen Bereich abdecken“, so Harald Schopf. Viele Gäste kommen mit chronischen Schmerzen, beispielsweise aufgrund von Rheuma. Hier könne vor allem bei langfristig chronischen Rheuma-Patienten gerade auch mit Kneipp-Anwendungen sehr viel Gutes bewirkt werden, ist sich der Gesamtleiter sicher. „Unser Körper kann etliche starke

Reize in Form von Hitze, Kälte oder auch Hunger aushalten“, verdeutlicht er. „Weniger gut kommt er dagegen mit Überfluss zurecht. Kontrolliert gesetzte Reize stärken den Körper und das Immunsystem; der Mensch geht gestärkt und mit neuem Elan zurück in seinen Alltag.“

#### Sein ist wichtiger als Haben

Ein wesentlicher Faktor, um neue Kraft zu tanken, ist laut Harald Schopf auch die andere Umgebung. „Es ist wichtig, auch einmal aus dem Alltag auszubrechen,

etwas anderes zu sehen“, betont er. „Wir haben eine traumhafte Lage, sind umgeben von einer wunderbaren privaten Parkanlage unmittelbar am Inn, ideal zum Radfahren oder Spaziergehen. Es geht ja nicht nur um Therapie, sondern auch darum, ein Gefühl von Urlaub zu haben.“ Einmal allein für sich die Stille zu genießen, gebe Kraft und sei ein Luxus, den man sich im Alltag nur selten leisten könne. Die meisten Gäste seien daher Einzelgäste, etwa 80% Frauen, das Alter liegt zwischen 30 und 90 Jahren. Das Gros der

Gäste kommt aus Österreich und Deutschland, ungefähr 5% sind internationale Gäste aus aller Welt. „Internationalisierung ist insofern natürlich ein wichtiges Thema für uns“, sagt Harald Schopf. „Wir möchten gern ein möglichst 'buntes Haus' haben!“

#### Der Erfolg macht den Applaus

Auf die Frage, was den Erfolg seines Unternehmens ausmacht, hat Harald Schopf eine klare Antwort: „Wir gehen auf jeden Gast individuell ein. Es gibt bei uns kein Dogma, was die beste Behandlungsmethode ist, sondern wir suchen aus unserem Angebot gemeinsam mit dem Gast den optimalen Mix heraus. Der Erfolg ist unser Applaus!“ In die Zukunft blickt er deshalb optimistisch: „Wir hatten gerade den besten Jänner unserer Geschichte und sind bis April ausgebucht. Mit einer durchschnittlichen Jahresauslastung von 80% stehen wir sehr gut da!“



Gesundsein macht glücklich – gesund werden auch: Bei langfristig chronischen Rheuma-Patienten lässt sich durch Kneipp-Anwendungen ein gutes Behandlungsergebnis erzielen

# „Wir möchten unseren Kunden einen Mehrwert beim Service bieten“



Einblick in eine moderne Fachhandlungsumgebung

Die STC Distribution GmbH verantwortet den Vertrieb für die Sport- und Freizeitartikel-Marken Sidas und Therm-ic im DACH-Raum. Welche Rolle der Einzelhandel für die langfristige Strategie des Unternehmens spielt, welche neuen Impulse dabei vom E-Commerce ausgehen und warum das Thema Schulung und Weiterbildung gerade mehr Bedeutung genießt als je zuvor, erläuterte Geschäftsleiter Markus Haid im Interview.

## Interview mit



Markus Haid,  
Geschäftsleiter  
der STC Distribution GmbH

**Wirtschaftsforum:** Herr Haid, als Tochtergesellschaft der französischen Sidas-Gruppe verantwortet die STC Distribution GmbH den Vertrieb für die Marken Sidas und Therm-ic im DACH-Raum. In welchen Produktfeldern treten Sie dabei auf?

**Markus Haid:** Sidas sieht sich getreu unserem Slogan als 'der Spezialist für Ihre Füße': Dabei erstreckt sich unser Angebot von angepassten Einlegesohlen und Innenschuhen bis hin zu Socken und Anti-Friction-Creme, damit die Anwenderinnen ohne schmerzende Füße Ski fahren oder

ihren anderen anspruchsvollen Outdoor-Aktivitäten nachgehen können. Ein ähnliches Spektrum decken wir mit der Marke Therm-ic ab, die wir unter dem Motto 'der Spezialist für Thermoregulierung' führen: Hier vertreiben wir unter anderem beheizte Kleidungsstücke, die ebenfalls dazu beitragen sollen, dass Ihr Tag in der freien Natur so angenehm wie möglich wird.

**Wirtschaftsforum:** Weshalb entschied sich die Sidas-Gruppe zur Gründung eigener Tochtergesellschaften, um ihre Vertriebsaktivitäten durchzuführen?

**Markus Haid:** Sidas wurde bereits 1975 in Frankreich gegründet und blickt somit auf eine ziemlich lange Tradition im Markt zurück. In den frühen 2000er-Jahren konnte das Unternehmen jedoch besonders stark aus sich herauswachsen, was einen guten Anlass bot, um unsere damaligen Strukturen zu überdenken: Bis dato hatten wir vornehmlich mit Importeuren zusammengearbeitet, die in ihren jeweiligen Märkten bereits starke Vertriebsstrukturen aufgebaut hatten. Schließlich gelangte die Sidas-Gruppe zu der Überzeugung, den Endkundinnen sowie den von uns belieferten

Fachhändlern mit einer eigenen Vertriebsinfrastruktur einen noch größeren Mehrwert bieten zu können. So wurde 2013 schließlich die STC Distribution GmbH gegründet, die sich zunächst allein auf den österreichischen Markt konzentrierte: Seit 2016 sind wir zudem für den Vertrieb von Sidas und Therm-ic in Deutschland verantwortlich, während auch die Vertriebsstruktur für die Schweiz inzwischen auf uns als Administrative Backbone aufbaut.

**Wirtschaftsforum:** Nicht zuletzt durch die Coronakrise und das weitere Erstarben des E-Commer-



Mit der 3-D-Fußanalyse will STC Distribution einen echten Mehrwert im Einzelhandel schaffen



Das Motto der Marke Therm-ic: 'der Heizspezialist'

## KONTAKTDATEN

STC Distribution GmbH  
 Triesterstraße 179  
 8073 Feldkirchen bei Graz  
 Österreich  
 ☎ +43 316 2437930  
 sales@stc-sport.com  
 www.sidas.world

**Wirtschaftsforum:** Wie wichtig ist dabei für Sidas der direkte Kontakt zu den Endkunden, den Sie über Ihre eigenen Onlineshops erhalten?

**Markus Haid:** Über die Kontaktpunkte in unseren eigenen Online-Stores und unsere Zusammenarbeit mit einem Sportorthopädiezentrum in Frankreich erhalten wir natürlich wichtige Erkenntnisse über aktuelle Kundenbedürfnisse. Nicht selten können wir dabei erkennen, welche neuen Produkte bereits eine umfangreiche Nachfrage von den Endanwenderinnen erfahren – was wiederum eine Orientierungshilfe für unsere Partner im stationären Handel ist, diese Artikel auch dort in das Sortiment aufzunehmen.

ce erlebt der stationäre Einzelhandel gerade einen durchgreifenden Wandel. Wie kann Sidas seine Partner in diesem Kontext unterstützen?

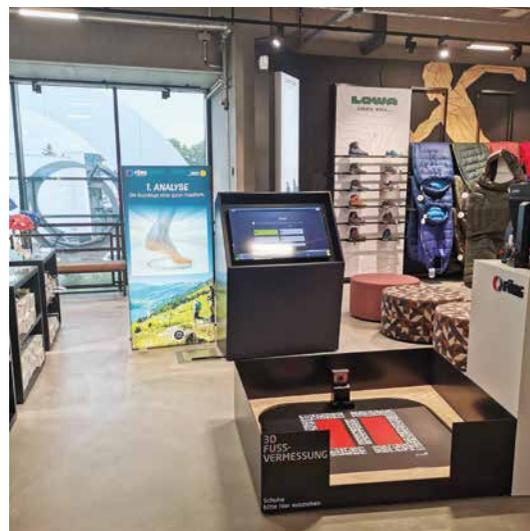
**Markus Haid:** Noch stärker als vorher hat der Einzelhandel nun die Möglichkeit, seine Kunden durch ein Einkaufserlebnis zu überzeugen, das sich aufgrund seiner individuellen Ausgestaltung in dieser Form nicht in die digitale Welt verlagern lässt. Durch unsere Lösungen können wir unseren Partnern im Handel dabei helfen, ihre Ladengeschäfte zu einnehmenden Erlebniswelten aufzuwerten. Gleichzeitig kann der Händler mit unseren Produkten seine Expertise kommunizieren und den Servicegedanken großschreiben. Er hebt sich somit von seinen Mitbewerbern ab. Für die Marke Sidas bieten wir mithilfe unserer Scan-Systeme beispielsweise eine umfassende 3-D-Fußanalyse an, auf deren Basis sich mithilfe unseres Foot Protocol eine individualisierte Lösung ausgestalten lässt, die dem Kunden auf der Skipiste ein Höchstmaß an Komfort bietet.

**Wirtschaftsforum:** Was wiederum ein entsprechendes Know-

how beim Ladenpersonal voraussetzt.

**Markus Haid:** Deshalb ist das Thema Schulung für uns so wichtig. Hierzu haben wir mittlerweile die hauseigene Sidas Academy aufgebaut, einen eigenen Brand mit eigenen Teams: So wollen wir gerade junge Verkäufer auf ihrem Weg bestärken, sich technisch noch umfassender weiterzubilden, und noch mehr Menschen Lust auf diese anspruchsvolle und erfüllende Tätigkeit machen. In diesem Rahmen arbeiten wir auch mit entsprechenden Verbänden wie Intersport, Sport 2000 und Anbietern in der Erwachse-

nenbildung in Österreich und der Schweiz zusammen, um wirklich marktrelevante Kompetenzen vermitteln zu können. Dabei sollte man den stationären Einzelhandel und die Welt des E-Commerce jedoch nicht als unvereinbare Gegensätze auffassen – die Zukunft liegt vielmehr in einer Verschränkung dieser beiden Ebenen: denn durch zielführende Onlineangebote kann ein Händler seine Kundinnen auch über das Internet nachhaltig an sich binden, etwa indem er ihnen über sein Web-Portal Zugang zu ihrem Fußprofil bietet.



Die Zukunft liegt in einer Verschränkung aus E-Commerce und stationärem Handel, ist Markus Haid überzeugt



E-Commerce und der stationäre Einzelhandel sollten nicht als Gegensätze aufgefasst werden, betont Markus Haid



## Interview mit



*Hans-Peter Keller,  
Geschäftsführer  
und*



*Stefanie Dubs,  
Mitglied der  
Geschäftsleitung  
der Hacontex AG*

# Bereit für den Wandel

Mehrgenerationen-Wohnen, Co-Working, Co-Living, erneuerbare Energien – Themen, die vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung und dem Klimawandel aktueller denn je sind. Die Hacontex AG aus Zollikon bei Zürich arbeitet an innovativen Projekten, die sich mit diesen Herausforderungen beschäftigen. Die familiengeführte Unternehmensgruppe ist in den Bereichen der Energieproduktion und Immobilienwirtschaft tätig und stellte sich früh zentralen Fragen von morgen.

**Wirtschaftsforum:** Herr Keller, die Hacontex-Gruppe hat in den vergangenen Jahren einen grundlegenden Wandel durchlaufen, sich vom ursprünglichen Kerngeschäft entfernt und komplett neu aufgestellt. Können Sie diese Entwicklung beschreiben?

**Hans-Peter Keller:** Ich habe Hacontex 1985 als Textilrohstoffhandelsunternehmen gegründet. Viele Jahre waren wir als Baumwollspinnerei tätig, hatten verschiedene Betriebe in der Schweiz und Deutschland, bis der strukturelle Wandel der ver-

gangenen zehn, zwanzig Jahre in der Textilbranche uns zum Um- und Neudenken zwang.

**Wirtschaftsforum:** Wie sah dieser Prozess aus?

**Hans-Peter Keller:** Wir haben sämtliche Betriebe geschlossen, Gebäudeumnutzungen eingeleitet und Wasserkraftwerke in der Schweiz gebaut. Diverse Immobilien wurden in Gesundheits- und Präventionszentren oder Wohnungen umgewandelt. So haben wir uns in einem Transformationsprozess vom Textilproduzenten zum

Energieproduzenten und Immobilienindustriellen entwickelt.

**Wirtschaftsforum:** Wie stellt sich damit die heutige Struktur der Gruppe dar?

**Hans-Peter Keller:** Die Hacontex-Gruppe betreibt einige Wasserkraftwerke im Kanton Glarus und entwickelt Immobilien in der Agglomeration von Zürich und Glarus. Acht Mitarbeitende sind für die Gruppe tätig, zudem arbeiten wir mit externen Partnern für bestimmte Dienstleistungen zusammen. Der Umsatz liegt

bei rund zehn Millionen CHF; als Textilhändler hatten wir in der Vergangenheit zwar einen höheren Umsatz, heute ist der Ertrag höher.

**Wirtschaftsforum:** Herr Keller, Sie sind Gründer, Eigentümer und Geschäftsführer der Hacontex-Gruppe und haben mit der Neuaufstellung die Weichen rechtzeitig richtig Zukunft gestellt. Welche Eigenschaften sind für Sie persönlich wichtig, um als Unternehmer erfolgreich zu sein?



Laufkraftwerk im Linthpark Glarus Süd

## KONTAKTDATEN

Hacontex AG  
 Breitackerstrasse 1a  
 8702 Zollikon  
 Schweiz  
 ☎ +41 44 3913041  
 hpk@hacontex.ch  
 www.hacontex.ch

**Hans-Peter Keller:** Als Unternehmer arbeite ich mit großer Leidenschaft. Gleichzeitig muss man auch leiden können; die Erfahrung habe ich beispielsweise in der Transformationsphase gemacht. Ganz wichtig sind auch unternehmerischer Mut und der Glaube an das Positive.

**Wirtschaftsforum:** Wie lange sind Sie im Unternehmen, Frau Dubs?

**Stefanie Dubs:** Ich bin 2015 in den Verwaltungsrat gewählt worden und seit August 2021 in der Geschäftsleitung.

**Wirtschaftsforum:** Welche Projekte sind aktuell von Bedeutung für die Unternehmensentwicklung?

**Hans-Peter Keller:** Es gibt unter anderem Projekte im Bereich erneuerbare Energien; dabei handelt es sich um langfristige Projekte mit einer sehr guten Rentabilität, die über mehrere Jahre laufen. Im Kanton Schwyz am Zürichsee entwickeln wir Einfamilienhäuser in gehobenem Standard, die vor allem für deutsche Kunden interessant sein dürften, da der Kanton Schwyz einer der steuer günstigsten Kantone der Schweiz

ist. Großes Potenzial hat auch unser Co-Living/Co-Working-Projekt, das mit einem Wohnpark verbunden ist. Auf unserem ehemaligen Industrieareal in Linthal entstehen 51 Wohnungen; es gibt ein Gesundheits- und Präventionszentrum, ein Café und weitere Dienstleister sowie einen direkten S-Bahn-Anschluss nach Zürich. Dank eigener Stromproduktion sind wir dort energieautark und CO<sub>2</sub>-neutral. Linthal ist ein sehr attraktiver Standort; inmitten der Natur und gleichzeitig perfekt angebunden an die Stadt Zürich. Mit dem Projekt werden alle Altersgruppen angesprochen, sowohl junge Familien, die aus der Stadt ziehen wollen, als auch Ältere. Auch angesichts des demografischen Wandels ist Linthal ein Projekt mit vielversprechendem Potenzial.

**Wirtschaftsforum:** Wie werden die Projekte vermarktet?

**Hans-Peter Keller:** Wir arbeiten mit Entwicklern, Investoren und Vermarktern eng zusammen.

**Wirtschaftsforum:** Mit den Projekten in den Bereichen Wohnen und Energie liefert Hacontex Antworten auf aktuelle Fragestellungen. Wie beurteilen Sie insgesamt die Branchenentwicklung?

**Hans-Peter Keller:** Zu unseren größten Herausforderungen gehören Auflagen der Behörden und der Politik, die die Arbeit erschweren. Hinzu kommt der Mangel an Arbeitskräften, ein Problem, das auch die Digitalisierung nicht lösen kann. Wir blicken dennoch positiv nach vorn; der Bedarf am Markt ist da und wir werden klein, aber fein bleiben.



Geplanter Wohnpark Glarus-Süd – perfekter Standort für Jung und Alt

# Wenn Brenner Paten haben

Die Unabhängigkeit von fossilen Brennstoffen ist erklärtes Ziel der Energiewende. Wasserstoff – das Erdöl von morgen – spielt in diesem Zusammenhang eine zentrale Rolle. Die RAY Egelhof GmbH aus Fellbach hat die Bedeutung von Wasserstoff früh erkannt und reagiert. Der Hersteller von Brennern hat sich auf Sonderlösungen spezialisiert und Anlagen entwickelt, die dank modularer Bauweise flexibel auf unterschiedliche Brennstoffe umgestellt werden können. Zum Beispiel auf Wasserstoff.

**Wirtschaftsforum:** Herr Dr. Wild, Herr Heinze, der Name RAY Egelhof ist Inbegriff für maßgeschneiderte Brenner vor allem für den Anlagebau. Wie haben sich die vergangenen Jahre mit Corona und dem Krieg in der Ukraine auf das Geschäft ausgewirkt?

**Harald Heinze:** Durch Corona war die Verunsicherung bei den Kunden groß; viele Projekte wurden on-hold gesetzt. Corona zwang uns zum Umdenken, internationale Projekte mussten umgestellt werden. Zu der Zeit hatten wir ein Projekt in Wuhan, das wir erstmals gemeinsam mit Partnern

erfolgreich remote in Betrieb nahmen. Es war eine Großanlage mit sechs Brennern, die zum Teil mit Wasserstoff betrieben wurden. Niemand hätte vorher geglaubt, Anlagen dieser Größenordnung remote in Betrieb nehmen zu können.

**Dr. Stephan Wild:** Wir profitierten in der Hinsicht von unserer Muttergesellschaft, die als Automobilzulieferer digital sehr gut aufgestellt ist. Durch die neue Holdinggesellschaft waren wir deutlich besser vorbereitet als noch zwei Jahre zuvor.

**Wirtschaftsforum:** Corona führte zu neuen Lösungen wie Remote-Inbetriebnahmen. Welche Folgen hat der Ukraine-Krieg?

**Dr. Stephan Wild:** Wir hatten 2022 ein Umsatzwachstum von 45%. Warum? Deutschland und Mitteleuropa richten seit 20 Jahren den Fokus auf Gas. Wir setzen bei Großbrennern auf ein modulares System und können flexibel auf jeden Brennstoff umstellen. Die Nachfrage nach Ölnachrüstungen war immens.

**Wirtschaftsforum:** Gibt es weitere Innovationen im Portfolio?

## Interview mit



*Dr. Stephan Wild,  
Geschäftsführer  
und*

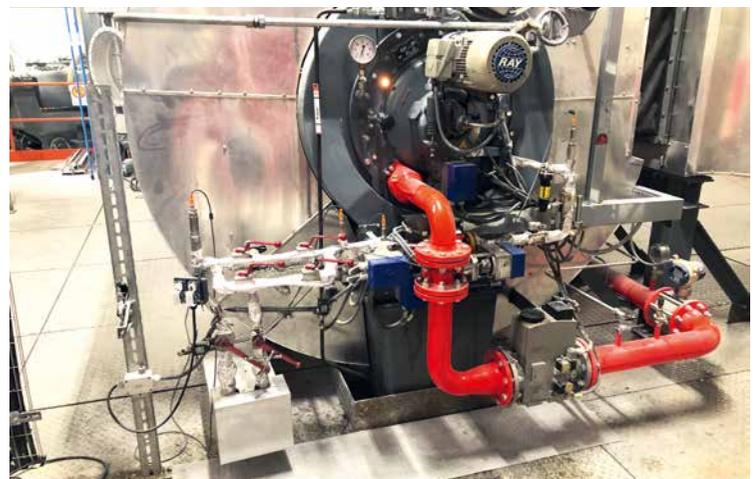


*Harald Heinze,  
Geschäftsführer  
der RAY Egelhof GmbH*

**Harald Heinze:** Vor dem Hintergrund der Energiewende haben wir eine neue Brennergeneration auf den Markt gebracht. Die Nachfrage nach Wasserstoff ist groß, allerdings muss dafür eine entsprechende Menge an Wasserstoff da sein. Kundenindividuelle Lösungen, die verschiedene Brennstoffe in einem Verbrenn-



Eine Großanlage in Wuhan wurde erstmals remote in Betrieb genommen



Hier liegt die Zukunft – Anlage mit Brennstoffen auf pflanzlicher Basis

prozess mischen, haben deshalb eine große Bedeutung. In unseren Brennern kommen diese Brennstoffe kombiniert zum Einsatz.

**Dr. Stephan Wild:** Der langfristige Trend geht eindeutig Richtung Wasserstoff beziehungsweise Brenner, die später wasserstofftauglich sind. Wir machen seit über zehn Jahren Wasserstoffbrenner und haben das Angebot jetzt um Low-NOx-Wasserstoffbrenner erweitert, also niedrigst Stickoxid emittierende Wasserstoffbrenner, da wir dort großes Zukunftspotenzial sehen.

**Wirtschaftsforum:** Was sind die Stärken, um den Marktanforderungen von morgen zu genügen?

**Dr. Stephan Wild:** Anders als zum Beispiel Automobilzulieferer wie Egelhof sind wir nicht von Zyklen abhängig. Energie wird immer benötigt, Brenner damit auch. In Zukunft sehen wir einen wachsenden Bedarf an Flüssigbrennstoffen auf pflanzlicher oder tierischer Basis. Es gibt ganze Kraftwerke, die



#### KONTAKTDATEN

RAY Egelhof GmbH  
Stuttgarter Straße 60  
70736 Fellbach  
Deutschland  
☎ +49 711 9528260  
info@ray-egelhof.com  
www.ray-egelhof.com

mit Biobrennstoffen betrieben werden. Unsere Stärken sind Innovationskraft, Flexibilität, Seriosität und Zuverlässigkeit. Jeder Brenner ist engineered and made in Germany – ein international anerkanntes Gütesiegel. Unsere Brenner sind entsprechend gelabelt, von den Verantwortlichen handsigniert; jeder Brenner hat einen Paten. Engineered und made in Germany ist kein Wandel in unserer Strategie, sondern ein aktives Bewerben. Auch vor dem Hintergrund, dass wir die Letzten sind, die in der Kategorie alles in Deutschland machen.



RAY Egelhof liefert Brenner made in Germany in die ganze Welt; hier eine Anlage in Indonesien

NEU IN IHREM  
WIRTSCHAFTSFORUM  
DASHBOARD

WIRTSCHAFTSFORUM  
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

## SIE SUCHEN MITARBEITER?

In nur zwei Schritten zu Ihrer Stellenanzeige:

1. **Kostenlos anmelden**
2. **Bis zu 10 Anzeigen gleichzeitig schalten!**

**JETZT DABEI SEIN!**

Mit dem Eintrag Ihres Unternehmens profitieren Sie außerdem von der Reichweite unserer Plattform im Internet. Darüber hinaus erhalten Sie die Möglichkeit, Ihre Produkte und Unternehmensnews direkt auf [wirtschaftsforum.de](https://www.wirtschaftsforum.de) zu präsentieren.

## SPITZENKLASSE!

Wirtschaftsforum.de gehört zu den

**2.500 relevantesten Domains**  
von über 16 Mio.

im SEO Ranking in Deutschland.

(Quelle: XQVI – Stand: Oktober 2022)

WIRTSCHAFTSFORUM  
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



# Wir machen's digital

Der Begriff Digitalisierung ist zum geflügelten Wort geworden. Dahinter stecken sowohl komplexe Prozesse, als auch Produktinnovationen bis hin zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle. Die MAIT GmbH aus Rottweil hat sich vor dem Hintergrund der veränderten Marktbedürfnisse in den letzten Jahren von einem klassischen Re-Seller zu einem kompetenten Digitalisierungspartner für Unternehmen unterschiedlichster Branchen entwickelt. Für die kommenden Jahre steht der konsequente Ausbau des Portfolios mit konkreten Mehrwerten für die Kunden auf der Agenda.

**Interview mit**  
*Stefan Niehusmann,*  
*Geschäftsführer*  
*und*  
*Carolina Jansen,*  
*Leiterin Marketing &*  
*Leadmanagement*  
*der MAIT GmbH*



**Wirtschaftsforum:** Herr Niehusmann, wo sehen Sie MAIT heute am Markt?

**Stefan Niehusmann:** Unsere Wurzeln liegen im Re-Selling. Heute sind wir für unsere Kunden ein echter Partner rund um das Thema Digitalisierung. Wir haben uns transformiert. Die Integration von IT, PLM und ERP ist nach wie vor unser USP, sozusagen die MAIT-Schnittmenge. Aber kombiniert mit unserer digitalen und persönlichen Beratung vor Ort kann das kaum ein Marktbegleiter so leisten, wie wir das tun.

**Wirtschaftsforum:** Was sind wichtige Bereiche Ihres Lösungsportfolios?

**Stefan Niehusmann:** Wir konzentrieren uns auf die Optimierung von Geschäftsprozessen und auf Digitalisierungsstrategien. Im Bereich Geschäftsprozessoptimierung sind Entwicklung und Konstruktion, Handel und Logistik, IT-Infrastruktur und Betrieb sowie Produktion und Fertigung wichtige Themen. Im Rahmen der Digitalisierungsstrategien bieten wir eine ganzheitliche Beratung an, digitale Zwillinge, IoT und Managed Services.

**Wirtschaftsforum:** Mit welchen Technologien arbeiten Sie?

**Carolina Jansen:** Zu unserem Sortiment gehört eine breite Auswahl von abas ERP, Comarch, PTC und Siemens bis hin zu HPE. Wir gehen hier sehr sensibel mit unseren Partnern um, und diese schätzen uns für unser hohes Maß an Professionalität. Wir versuchen immer, auf der Basis unserer Lösungen und Technologien gemeinsam mit unseren Kunden die individuell beste Lösung zu finden. Jeder Kunde hat seine ganz eigene Historie. Auch Kunden einer Branche sind nicht gleich. Wichtig ist immer

ein gutes Basissystem. Von dort aus entwickeln wir weiter, zum Beispiel die Anbindung von Maschinen oder Services.

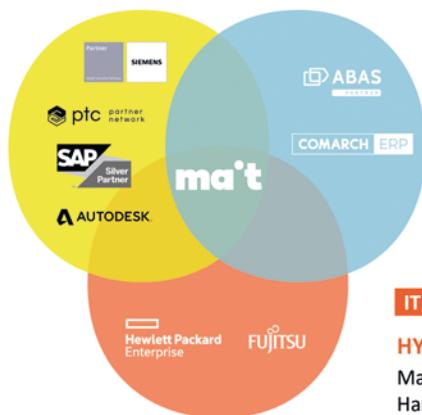
**Wirtschaftsforum:** Wie hat sich die Coronapandemie auf Ihr Geschäft ausgewirkt?

**Stefan Niehusmann:** Anfangs hatten wir natürlich Einbrüche, da die Unternehmen sehr unsicher waren. Aber insgesamt war die Pandemie ein wichtiger Impuls für das Thema Digitalisierung. Die Kunden denken jetzt intensiver und breiter über Digitalisierung nach. Durch den Krieg ist die Beschaffung von Hardware ein

## PLM

### PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT

Lösungen zum Management des gesamten Produktlebenszyklus von der Produktentstehung über die Fertigung bis zum Service



Im Überblick:  
Die Geschäftsfelder von MAIT

## ERP

### ENTERPRISE RESOURCE PLANNING

Lösungen zum Management der Kerngeschäftsprozesse einschließlich Vertrieb, Einkauf, Lager, Produktionsplanung und Finanzen

## IT

### HYBRIDE IT-LÖSUNGEN

Managed Services, Cloud, Hardware- & Infrastruktur-Lösungen

## KONTAKTDATEN

MAIT GmbH  
Berner Feld 10  
78628 Rottweil  
Deutschland  
☎ +49 741 17520  
info@ma't.de  
www.ma't.de



Problem. Wir haben die letzten Jahre genutzt, um unsere Marke erfolgreich zu lancieren. Insbesondere in unserem Bereich ist der Fachkräftemangel ein großes Problem. Deshalb haben wir verstärkt in Ausbildung und duale Studiengänge investiert, um unabhängiger vom Arbeitsmarkt zu werden. Aktuell unterstützen wir unsere Mitarbeiter dabei, die wirtschaftlichen Konsequenzen des Krieges, unter anderem die Inflati-

on und steigende Energiekosten, bewältigen zu können.

**Wirtschaftsforum:** Was sind aktuell Themen und Trends am Markt?

**Carolina Jansen:** In diesem Jahr ist die digitale Fabrik ein großes Thema und hier wiederum die Vernetzung. Auch papierlose In-  
tralogistik ist ein wichtiger Aspekt. Hier setzen wir mit unserer MAIT

Production Suite an sowie mit unseren Managed Services.

**Wirtschaftsforum:** Aus welchen Branchen kommen Ihre Kunden?

**Stefan Niehusmann:** Wir sind stark in der Fertigungsindustrie, vor allem bei den Serienfertigern. Hier sind wir breit aufgestellt, vom Maschinenbau über den Bereich Automotive bis hin zur Medizintechnik. Mit Comarch haben wir eine Technologie, die vor allem für den technischen Handel und Großhandel geeignet ist, also für Bereiche, wo große Volumina umgeschlagen werden.

**Wirtschaftsforum:** Aus welchen Ländern kommen Ihre Kunden?

**Stefan Niehusmann:** Wir konzentrieren uns auf die deutschsprachigen Länder in Europa. Hier haben wir rund 6.000 Kunden. Aber wir gehen mit unseren Kunden selbstverständlich auch ins

Ausland. Aufgrund der Markenbekanntheit, die wir inzwischen erreicht haben, sprechen uns auch Unternehmen aus anderen Ländern an.

**Wirtschaftsforum:** Was steht auf Ihrer Agenda 2023?

**Stefan Niehusmann:** Wir möchten wachsen. Fokusthemen unserer Weiterentwicklung werden die MAIT Production Suite, Managed Services und Recruitment sein.

**Wirtschaftsforum:** Wo sehen Sie MAIT langfristig am Markt?

**Carolina Jansen:** Unser Slogan ist: Wir machen es digital. Wir möchten der Digitalisierungspartner unserer Kunden sein.



MAIT berät digital und persönlich, hier vor Ort bei der Mühlhause GmbH

# Nachfolger gesucht: Eine Lösung für den Mittelstand

**Interview mit**  
*Philipp Egner,*  
*Geschäftsführender*  
*Gesellschafter*  
*und*  
*Florian Belschner,*  
*Entwicklungsleiter*  
*der Gutekunst Metall GmbH*



Geschäftsführender Gesellschafter Philipp Egner



Entwicklungsleiter Florian Belschner

Der Mittelstand ist eine wichtige Säule der deutschen Wirtschaft. Mehr als 99% der deutschen Unternehmen gehören der mittelständischen Wirtschaft an. Zusammen erwirtschaften sie etwa 45% der gesamten Wirtschaftsleistung und beschäftigen rund 60% aller Erwerbstätigen. Kein Wunder also, dass der Mittelstand als das Rückgrat der deutschen Wirtschaft gilt. Mittelständische Werte wie Verantwortungsbewusstsein, Kundenorientierung, Nachhaltigkeit, Innovationsgeist, Familienorientierung und langfristiges Denken sichern den Erfolg über mehrere Generationen hinweg. Aber was passiert, wenn es keinen klaren Nachfolger gibt? Das Beispiel der gefundenen Lösung für die Gutekunst GmbH Metallbearbeitung aus Römerstein-Zainingen in Baden- Württemberg liefert eine mögliche Vorlage.

Die Gutekunst GmbH ist ein Familienbetrieb mit langer Tradition. Der Spezialist für Tiefbohrungen ist seit mehr als 125 Jahren auf dem Markt tätig und nimmt in einer hoch spezialisierten Nische eine führende Position ein.

## Die Frage der Nachfolge

Wie viele mittelständische Familienunternehmen stand das Unternehmen vor einer ungewissen Zukunft, als Robert Gutekunst sich auf seinen Ruhestand vorbereitete und es keinen offensichtlichen Kandidaten gab, der die Nachfolge antreten konnte. Zu diesem Zeitpunkt wurde

Philipp Egner auf Gutekunst aufmerksam. „Mein Ziel ist es, ein diversifiziertes Portfolio erfolgreicher, ehemals in Familienbesitz befindlicher Unternehmen im Zuge einer Nachfolgeregelung aufzubauen“, erklärt der Geschäftsführende Gesellschafter Philipp Egner, der selbst in einem Familienunternehmen großgeworden ist. „Ich habe die Gutekunst GmbH zum 14. September 2018 gekauft und somit die Nachfolge auf lange Sicht gesichert.“

## Langfristige Strategie

Philipp Egner ist ein international ausgebildeter junger Manager,

der im Alter von 29 Jahren das erste von mittlerweile vier Unternehmen gekauft hat. „Ich verfolge eine langfristige Strategie zum Wachstum und zur Entwicklung dieser Unternehmen. Dies steht im Gegensatz zu den Zielen von beispielsweise Private Equity-Investoren, die in der Regel auf kurzfristige Gewinne aus sind und Unternehmen häufig schon nach fünf oder acht Jahren wieder veräußern“, so Philipp Egner. „Dieser Ansatz gefiel Robert Gutekunst besonders gut, weil er den Standort hier in Römerstein-Zainingen sicherte und den Mitarbeitern des

Unternehmens langfristig eine gesicherte Zukunft bot.“

## Wissen sichern

Laut Philipp Egner konnte die Übernahme nur so gelingen: „In unserem Sektor liegt ein wesentlicher Teil unserer Kompetenz im Wissen unserer Mitarbeiter. Wir haben viele langjährige, sehr erfahrene Mitarbeiter im Unternehmen. Für die Zukunft ist es natürlich wichtig, dass wir dieses Wissen im Unternehmen halten, um es an die nächste Generation weitergeben zu können.“



Investition in modernster Technik, um den langfristigen Erfolg zu sichern: DMG Gamma 2000 CNC Drehmaschine



Vom Erfahrungsschatz langjähriger Mitarbeiter profitieren: Mit dem firmeneigenen Expertensystem soll Wissen für die nächste Generation abrufbar gemacht werden

### Zukunftsfähig aufstellen

Somit wird eine Dynamik geschaffen, die dem Unternehmen den zukünftigen Erfolg sichert. Hier sieht Philipp Egnér einen weiteren Vorteil seiner Strategie: „Ein Unternehmer, der bereits an den Ruhestand denkt und weiß, dass das Unternehmen nicht in der Familie verbleibt, ist weniger bereit, sich finanziell zu engagieren und läuft Gefahr, notwendige Maßnahmen wie die Digitalisierung oder Nachhaltigkeitsziele zu verschlafen. Darunter leidet im schlimmsten Fall die Wettbewerbsfähigkeit.“

### Stichwort Digitalisierung

In diesem Zusammenhang sieht Entwicklungsleiter Florian Belschner die weitere Digitalisierung des Unternehmens als wichtigen Bereich: „Wir sind Lohnfertiger für Kunden aus sehr unterschiedlichen Branchen wie beispielsweise der Medizintechnik, der Lebensmittelindustrie, der Luft- und Raumfahrt oder dem Anlagenbau. Wir sehen uns als Problemlöser für unsere Kunden, insbesondere wenn es darum geht, tiefe Löcher in Werkstücke zu bohren. Die

Herausforderung dabei ist bei sehr langen, dünnen Werkzeugen, Verformungen während des Bohrvorgangs zu vermeiden.“ Ein firmeneigenes SAP ERP-System gehört schon seit Jahren zum Alltag, was für einen kleinen Mittelständler wie Gutekunst eher ungewöhnlich ist, so Florian Belschner: „Neu dazugekommen ist eine intelligente Versandsoftware, mit der der Kunde automatisch informiert wird, wann seine Ware unterwegs ist. Wir wollen unsere Prozesse noch stärker digitalisieren, um den Fachkräftemangel ein bisschen auszugleichen.“

### Intelligentes Arbeiten

Das Unternehmen ist auch gerade dabei, die Maschinendatenerfassung aufzubauen, um Rückschlüsse aus den Steuerungsdaten ziehen zu können. „Somit kann schon während des laufenden Prozesses eine Optimierung stattfinden“, erläutert Florian Belschner. „Auch Themen wie Predictive Maintenance werden aktiv angegangen, um Produktivitäts- und Qualitätssteigerungen zu erzielen.“ Es wird auch nach digitalen

Lösungen gesucht, um den Fachkräftemangel und den drohenden Ruhestand vieler der erfahrensten Mitarbeiter des Unternehmens zu lindern. „Wir haben hier im Haus ein Expertensystem entwickelt, um das Wissen dieser Mitarbeiter in digitaler Form zu konservieren und für die nächste Generation abrufbar zu machen“, so Florian Belschner. „Nur so können wir das hohe technische Niveau auch in Zukunft aufrechterhalten.“

### Mittelständische Werte leben

Im Zuge der Nachfolge hat das Unternehmen die Werte präzisiert, für die es steht. „Wir schlagen zwar ein neues Kapitel für das Unternehmen auf, wollen jedoch niemals die Vergangenheit vergessen“, sagt Philipp Egnér. „Deshalb sind das Thema Beständigkeit und der faire Umgang mit den Mitarbeitern und den Kunden von zentraler Bedeutung. Als zweites Thema haben wir uns Präzision und Qualität auf die Fahne geschrieben. Der Wirtschaftsstandort Deutschland behält nur seine Daseinsberechtigung, wenn unsere Leistung besser ist als die un-

serer Mitbewerber. Deshalb muss es unser Ziel bleiben, immer der Beste zu sein. Nicht zuletzt wollen wir durch Innovation führend sein, nicht nur im Hinblick auf die bereits erwähnten Software- und digitalen Lösungen, sondern auch durch die neueste Technologie in unserem Maschinenpark.“ Somit hat das Führungsteam die Weichen gestellt für eine Zukunft, die sicherlich als Muster für andere erfolgreiche Familienunternehmen, in denen sich die Nachfolgeregelung schwierig gestaltet, dienen kann.



### KONTAKTDATEN

Gutekunst GmbH - Metallbearbeitung  
 Uracher Straße 59  
 72587 Römerstein-Zainingen  
 Deutschland  
 ☎ +49 7382 93700  
 📠 +49 7382 937050  
 info@gutekunst-metall.de  
 www.gutekunst-metall.de

# Ein Hotel, ein Lebensgefühl

365 Tage im Jahr Badewetter, traumhafte Küsten, außergewöhnlich abwechslungsreiche Natur, spannende Städte, kulinarische Spezialitäten, gute Luft – es gibt viele überzeugende Gründe, auf die Vulkaninsel Teneriffa zu reisen. Wer eine Auszeit vom Alltag braucht, Entspannung in geschmackvollem Ambiente sucht, an Yoga und gesundem Essen interessiert ist und ein Zimmer mit Meerblick wünscht, ist im OCÉANO Health Spa Hotel in Punta del Hidalgo genau richtig.

Teneriffa ist für Reisende aus aller Welt eine Traumdestination. Das OCÉANO Health Spa Hotel ist „eine Destination innerhalb dieser Destination“, wie Geschäftsführer Matthias Rolle sagt. „Die einzigartige Lage am Meer, der klare Fokus auf Ge-

sundheit, der mit der Renovierung nochmals verstärkt wurde, macht unser Haus zu etwas sehr Besonderem.“

## Ein magischer Ort

Seit fast 50 Jahren verschafft das OCÉANO seinen Gästen eine

Auszeit für Körper und Seele.

Nach einer Komplettsanierung begeistert es mit einem modernen, zeitgenössischen Flair. „Gäste verbringen immer mehr Zeit im Hotel“, sagt Matthias Rolle. „Das hatten wir bei der Renovierung im Blick. Auf einem erweiterten

Interview mit



*Matthias Rolle,  
Geschäftsführer  
der OCÉANO Reisen GmbH &  
Co. KG*

Gelände gibt es jetzt ein neues Gebäude, das COHM Center of Healthy Motion. Zweimal täglich wird Yoga angeboten, auch Einzelstunden, es gibt Personal Trainings, qualifizierte Physiotherapeuten garantieren eine



Ein Pool mit direktem Blick auf den Atlantik – die Lage des OCÉANO ist einzigartig



Yoga unter freiem Himmel auf dem Rooftop – perfekt, um Körper und Geist in Einklang zu bringen



kompetente Betreuung.“ Auch das Design spiegelt die Philosophie des Hauses wider; der Stil ist zurückhaltend und schlicht, angenehme, beruhigende Farben dominieren. Von regionalen Ornamenten hat man sich verabschiedet, um Bauhauselemente wiederzubeleben. Nachhaltige Aspekte spielen in allen Bereichen eine große Rolle – egal, ob es um biologische Matratzen, regionale Produkte wie Ziegenkäse aus der Nachbarschaft oder Wein von der Insel geht. Türen wurden bei der Renovierung nicht ersetzt, sondern aufgearbeitet. Das Konzept des OCÉANO kommt nicht nur bei den anspruchsvollen Gäs-

ten gut an. Im Januar erhielt das Hotel den ReThink-Award für sein zukunftsträchtiges architektonisches Konzept.

#### **Yoga, F.X.Mayr-Kur oder einfach genießen**

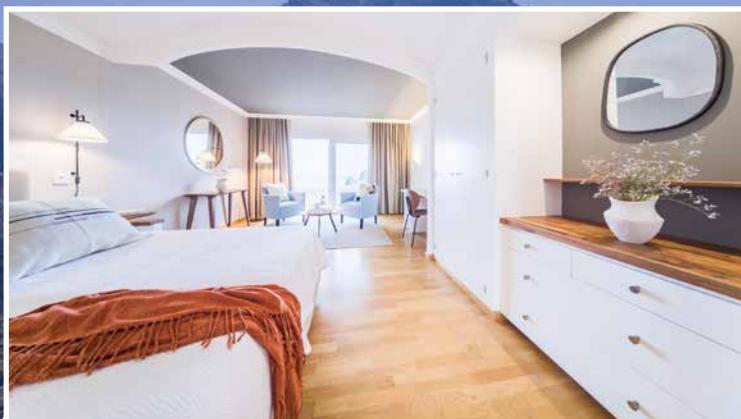
Ins OCÉANO kommen „einerseits Gäste, die ein individuelles, stilvolles Haus der Privathotellerie suchen, das ihrem Lebensgefühl entspricht, andererseits solche, die eine gut betreute Kur in angenehmer Umgebung machen möchten“, wie Matthias Rolle erklärt. „Nach der Renovierung ist innerhalb des Komplexes ein eigener Bereich für Kurgäste entstanden, der optimal auf

deren spezielle Bedürfnisse abgestimmt ist. Medizinische Kompetenz ist hier ein ganz wichtiger Faktor.“

#### **Lage, Lage, Lage**

Nach Renovierung, coronabedingtem Lockdown und Wiedereröffnung sind heute 90 Mitarbeiter für das Hotel tätig. Sie empfangen immer mehr internationale Gäste. „Durch den Krieg in der Ukraine war das Jahr 2022 sehr wechselhaft“, betont Matthias Rolle. „Sicherheit ist heute für Gäste ein zentrales Thema. Vor diesem Hintergrund profitieren wir von Teneriffas Lage am anderen Ende Europas. Hinzu

kommt, dass mit den steigenden Energiepreisen mittlere Distanzen wie die Kanaren sehr gefragt sind. Klima und Landschaft, Natur einerseits, andererseits die gute Anbindung zu spannenden Metropolregionen wie Santa Cruz und La Laguna sind klare Vorteile, mit denen wir punkten und die uns optimistisch stimmen.“ Auf diesen Pluspunkten ausruhen wird man sich im OCÉANO nicht. Ein neuer Zugang für Meerwasser sowie die Erweiterung des Spa-Bereichs sind bereits geplant.



Schlicht und elegant wirken die Zimmer nach der Renovierung – eine Einladung zum Wohlfühlen



Im Restaurant kommen regionale Spezialitäten wie frischer Fisch auf den Teller

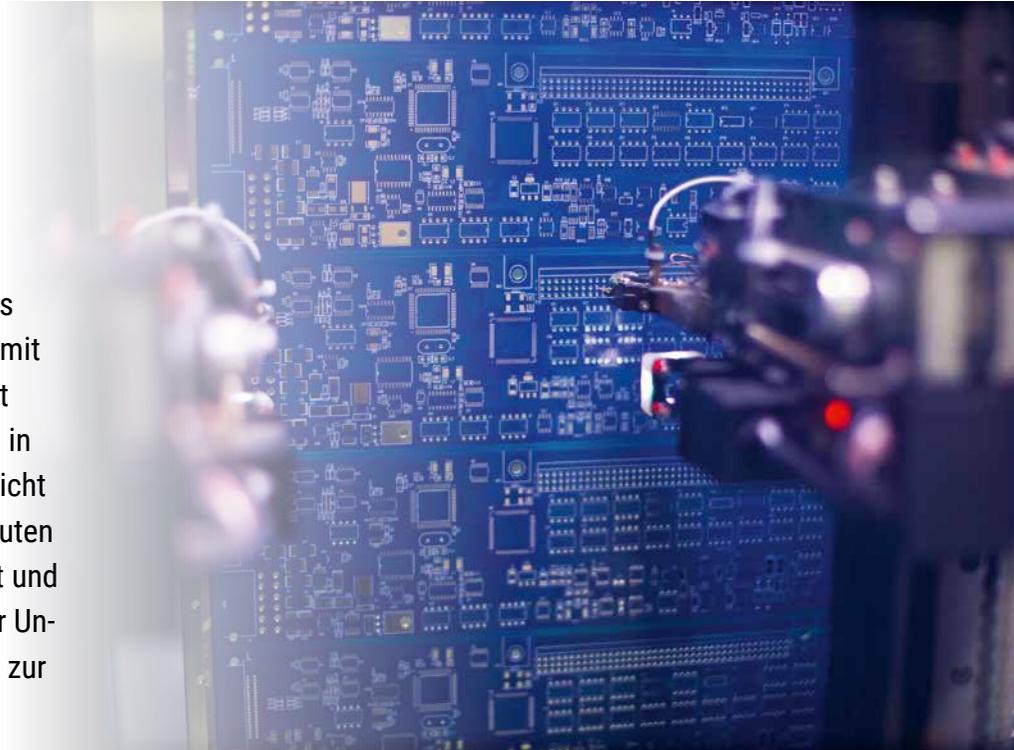


#### **KONTAKTDATEN**

OCÉANO Reisen GmbH & Co. KG  
Schönfeldstraße 19  
80539 München  
Deutschland  
info@oceano.de  
www.oceano.de

# Von Qualität leiten lassen

Leiterplatten waren in der Coronazeit ein knappes Gut. Der Hersteller NCAB Group Germany GmbH mit Hauptsitz in München hat diese Zeit nicht nur gut überstanden, sondern konnte seine Kunden auch in nahezu gewohntem Umfang beliefern. Das war nicht etwa das Resultat von Zauberei, sondern eines guten Managements und weitgehender Unabhängigkeit und Flexibilität des Geschäftsmodells. Das Münchner Unternehmen profitiert dabei von der Zugehörigkeit zur global aufgestellten schwedischen NCAB Group.



Das Team der NCAB hat bereits Anfang 2020 auf Homeoffice umgestellt und war von Beginn der Coronakrise voll leistungsfähig. Eine Herausforderung waren die Lockdowns und Frachtkapazitäten aus China. Für die NCAB Group Germany war die Beschaffung dennoch kein Hindernis. „Wir arbeiten in China mit Partnerfabriken zusammen und haben 100 eigene Mitarbeiter zur Qualitätssi-

cherung sowie eigene Maschinen vor Ort. Das Team des sogenannten Factory Managements in Asien waren hier unsere Augen und Ohren. Dadurch wussten wir immer, was vor Ort passiert und konnten Einfluss nehmen“, erklärt Benjamin Klingenberg, Managing Director für die DACH-Region und Vice President Europa. Die Logistikprobleme gingen allerdings nicht ganz spurlos an der NCAB

Group Germany vorbei. „Wir waren sehr flexibel und konnten die Lieferketten aufrechterhalten. Nur die Bahnverbindung über die Seidenstraße funktionierte schließlich nicht mehr. Und da fast der gesamte Passagierflugverkehr zusammengebrochen war, konnten wir unsere Produkte nicht mehr mit den Passagiermaschinen transportieren“, so Benjamin Klingenberg. Das Unternehmen

## Interview mit



**Benjamin Klingenberg,**  
Managing Director DACH-Region  
der NCAB Group Germany  
GmbH



Die NCAB Group ist der weltweit größte Lieferant von Leiterplatten



Weitgehend unabhängig: die Produktion

ist nur zu einem geringen Anteil in der Automobilbranche tätig, wo die Probleme größer waren.

### Neue Märkte

Die Leiterplatten werden je nach Anwendung individuell gefertigt. Jede ist daher anders. „Wir selektieren unsere Partnerfabriken über ein sehr aufwendiges Audit-Verfahren. Wenn es zum Auftrag kommt, wird die Fabrik dafür ausgewählt, die das individuelle Projekt des Kunden am besten umsetzen kann“, erklärt Benjamin Klingenberg. Da man im Bereich Elektronik tätig sei, der sich auch in der Coronazeit stark entwickelt hat, blieben die negativen Auswirkungen der Krise begrenzt. Besonders stark war in dieser Zeit die Medizinbranche. „Wir haben alles dafür getan, um schnell Leiterplatten für Beatmungssysteme liefern zu können“, berichtet der Managing Director. Neben der Medizintechnik entwickelt sich die Ladeinfrastruktur in der Bahntechnik sehr stark, erzählt er weiter. Aufgrund der erhöhten Logistikpreise und Preise für das Basismaterial musste auch die

NCAB Group ihre Preise anheben. „Das lag auch daran, dass immer neue Märkte entstehen und dadurch der Wettbewerb härter wird, beispielsweise bei Glasfaser und Kupfer“, so Benjamin Klingenberg. Ende 2020, Anfang 2021 seien die Preise stark gestiegen, hätten sich derzeit aber einigermaßen stabilisiert. Der Grund: „Viele Kunden haben Hamsterkäufe getätigt. Jetzt sind die Lager voll und die Nachfrage ist deutlich zurückgegangen. Auch die Binnennachfrage in China hat sich reduziert. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Preise erneut steigen werden, da die Nachfrage wieder spürbar ansteigt.“

### Abhängigkeiten verringern

Die NCAB Group Germany ist mit fünf Standorten in der DACH-Region aktiv. Die Perspektiven sind gut, denn die Elektronik ist klar im Aufschwung, sagt der Managing Director: „In allen Elektronikprodukten sind heute Leiterplatten integriert und die voranschreitende Entwicklung moderner Technik treibt die Nachfrage nach zuverlässigen Leiterplatten weiter

voran. Kühlschränke haben etwa zusätzliche Displays und im Bereich E-Mobilität steigt der Bedarf an Ladestationen.“ Die Geopolitik kann aber andere Probleme mit sich bringen. „Das Rohmaterial für die Leiterplatten kommt zu etwa 70% aus Taiwan. Auch wenn es noch einige wenige Werke in der EU gibt, kommt das Rohmaterial immer noch aus dieser Region. Allerdings wird diese Abhängigkeit jetzt am Markt wahrgenommen. Es gibt daher eine Tendenz, nicht nur lokal zu fertigen, sondern auch Rohmaterialien lokal zu fertigen“, sagt der Managing Director. NCAB ist darauf vorbereitet und hat Lösungen bereit, die die Lieferkette ganzheitlich abdecken.“

### Nah am Kunden

Die NCAB Group ist heute der größte Leiterplattenlieferant weltweit. Aus Benjamin Klingenbergs Sicht hat diese Entwicklung mehrere Gründe: „Zum einen unsere Nähe zum Kunden. Wir haben unsere Ländergesellschaften und unsere Mitarbeiter vor Ort. Eine wesentliche Rolle spielt außerdem unser bereits erwähntes



### KONTAKTDATEN

NCAB Group Germany GmbH  
Elsenheimer Straße 7  
80687 München  
Deutschland

+49 89 150016640

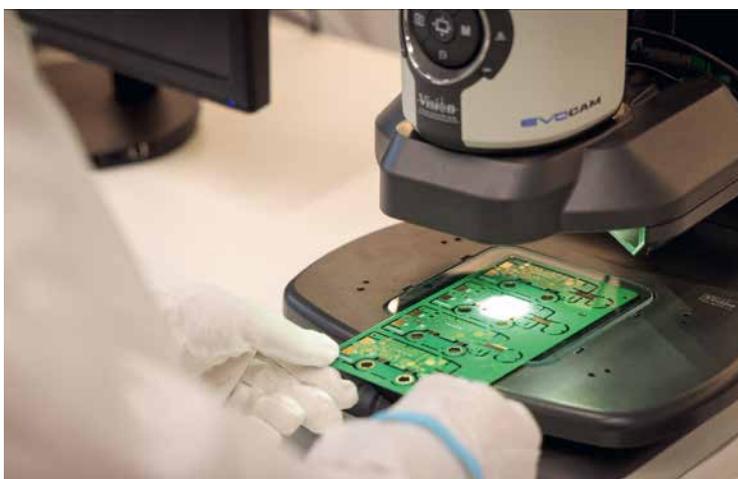
+49 89 15001664

office-se-de@ncabgroup.com

<https://www.ncabgroup.com/de/>



eigenes Factory Management. Durch unser hohes Einkaufsvolumen können wir bessere Preise erzielen. Auch davon profitieren unsere Kunden. Auch dank unserer Lager vor Ort bieten wir gute Lieferkonditionen. Der wichtigste Erfolgsfaktor sind aber unsere Mitarbeiter, die eine tolle Arbeit leisten und starke Beziehungen zu unseren Kunden pflegen.“ Einen hohen Stellenwert hat seit zehn Jahren das Thema Nachhaltigkeit. „Wir sprechen nicht nur darüber, sondern zeigen auch, was wir tun – bis hin zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß pro produzierter Leiterplatte.“



Arbeiten unter dem Mikroskop



Zu guter Letzt: die Qualitätskontrolle



Interview mit



Friedhelm Ehrenholz,  
Sales Director DACH  
der Tremco CPG Germany  
GmbH

# Die wichtigste Frage lautet: „Was ist der nächste Schritt“?

Mit der 'Construction Products Group' vertritt der amerikanische RPM-Konzern hochwertige Gebäudeabdichtungslösungen unter mehr als einem halben Dutzend Marken, die im Rahmen eines umfassenden Change-Prozesses unter Sales Director Friedhelm Ehrenholz in der DACH-Region kürzlich organisational zusammengeführt wurden, um nach innen und außen eine neue Dynamik entfalten und weiter ambitioniert wachsen zu können. Im Interview mit Wirtschaftsforum sprach Herr Ehrenholz über die bisherigen Erfolge und den nächsten Schritt.

**Wirtschaftsforum:** Herr Ehrenholz, die CPG tritt als Teil des amerikanischen Konsortiums RPM mit vielen verschiedenen Marken im Markt auf. Welche Philosophie steckt hinter dieser Unternehmensstruktur?

**Friedhelm Ehrenholz:** RPM wurde bereits 1947 vom amerikanischen Wirtschaftsvisionär Frank Sullivan ins Leben gerufen, der damals die Devise ausgab: 'Hire the best people you can find, create an atmosphere that will keep them. Then, let them do their jobs.' Sein Sohn verfolgte diese Devise. Inzwischen führt der Enkel des

Gründers als heutiger CEO weiterhin die Geschäfte – und das zweifellos mit beachtlichem Erfolg: Mittlerweile beträgt der Jahresumsatz über sieben Milliarden USD und RPM beschäftigt circa 15.000 Mitarbeiter an 120 Produktionsstätten auf der ganzen Welt. Dabei ist das Unternehmen in vier Teilbereiche untergliedert, von denen einer die Bezeichnung 'Construction Products Group', kurz: CPG, trägt. Wie der Name bereits andeutet, treten wir somit als Experten für sichere und nachhaltige Gebäudeabdichtungslösungen auf und können unseren Kunden dabei die Vorteile eines

breit gefächerten und doch umfassend spezialisierten One-Stop-Shops anbieten.

**Wirtschaftsforum:** Welche Marken zählen heute zum Portfolio von CPG?

**Friedhelm Ehrenholz:** Am bekanntesten dürfte die Marke Illbruck sein, unter der wir traditionell Fensteranschlüsse vertreiben, die von außen schlagregendicht und von innen diffusionsoffen ausgestaltet sind, wobei sich mittlerweile das Produktportfolio auf alle Abdichtungen und Klebungen am und im Gebäude (Gebäu-

dehülle, Innenausbau, Sanitär, etc.) und Technologien (Silikone, Hybride, PU-Schäume, Dichtbänder, Folien) erstreckt. Nullifire ist derzeit unsere Marke für passive Brandschutzlösungen in Form von Brandschutzbeschichtungen oder speziellen brandabschottenden Kabeldurchführungen. Unter der Marke Flowcrete bieten wir zudem Bodenbeschichtungen für Industrie- und Gewerbeobjekte an, während wir mit Tremco und Vandex eine Vielzahl von Gebäudeabdichtungslösungen entwickeln und vertreiben.



CPG steht für umfassendes Know-how in der Abdichtung und Beschichtung von Gebäuden

Gebündelte Stärke durch die spezialisierten Profi-Marken von CPG

**Wirtschaftsforum:** Wie gestaltet sich dabei das Zusammenspiel zwischen den einzelnen Marken innerhalb der CPG Group?

**Friedhelm Ehrenholz:** Dieses Themenfeld war in den letzten Jahren Gegenstand eines umfangreichen Change-Prozesses, den unsere Organisation durchlaufen hat. Vormals agierten die Marken weitgehend in ihren individuellen Silos als völlig eigenständige Firmen. Als dann CPG als übergreifendes Dach geschaffen wurde, noch dazu in den herausfordernden Zeiten der Pandemie, sorgte dies intern neben der Eröffnung einer klaren Perspektive für die Zukunft zunächst jedoch auch für ein bisschen Verunsicherung.

**Wirtschaftsforum:** Wie sind Sie damit umgegangen?

**Friedhelm Ehrenholz:** Wir erhielten die klare Botschaft, dass wir alle gemeinsam zunächst eine übergreifende CPG-Kultur schaffen mussten. Also haben wir Workshops anberaumt, wo wir als gesamtes CPG Sales-Team an unseren Werten gearbeitet haben

und wie jeder sie umsetzen kann: Zusammenarbeit, Ehrlichkeit und Integrität, Respekt, Engagement und nachhaltige Entwicklung. Diese Entscheidungen haben wir nicht rigide top-down beschlossen und umgesetzt, sondern aus dem Unternehmen heraus definiert – denn nur, wenn sich so viele Menschen wie möglich einbringen können und sich in diesem Change auch engagieren möchten, können der Wandel und das sich daraus ergebende Wachstum gelingen.

**Wirtschaftsforum:** Welche Rolle kam dabei Ihnen als Manager zu?

**Friedhelm Ehrenholz:** Als Führungskraft bin ich dafür verantwortlich, im Unternehmen die erforderlichen Rahmenbedingungen zu schaffen, damit sich jeder und jede Mitarbeitende optimal entwickeln kann – ausgehend von diesen Voraussetzungen obliegt die tatsächliche Entwicklung dann jedem Einzelnen. Als eine der wirkmächtigsten Fragen, die unser Führungsteam in seinen Mitarbeitergesprächen stellt, hat sich dabei der Impuls „Was ist dein



# Construction Products Group Europe

nächster Schritt und wie kann ich dich dabei unterstützen?“ herausgestellt. Wird dieses Themenfeld für jeden einzelnen Menschen im Unternehmen in einem von gegenseitigem Respekt geprägten Umfeld auf Augenhöhe erörtert, treten wichtige Erkenntnisse zutage, die auch über das individuelle Feedback hinausgehen. Noch dazu entsteht so ein wunderbares Commitment zu CPG. Mittlerweile muss ich den Ideenreichtum bisweilen etwas bremsen, damit wir nicht mit zu vielen Bällen auf einmal jonglieren.

**Wirtschaftsforum:** Und wie lautet der nächste Schritt im Change-Prozess von CPG?

**Friedhelm Ehrenholz:** Im Rahmen unseres nächsten Ziels wollen wir uns verstärkt den Selbstmanagement- und Selbstführungsmöglichkeiten widmen, denn die Zeiten ändern sich

## KONTAKTDATEN

Tremco CPG Germany GmbH  
Werner-Haepf-Strasse 1  
92439 Bodenwöhr  
Deutschland  
☎ +49 9434 2080  
✉ +49 9434 208230  
[www.cpg-europe.com](http://www.cpg-europe.com)



und damit müssen auch wir uns selbst verändern. Um diese Herausforderungen erfolgreich bewältigen zu können, müssen und wollen wir die Kreativität der Menschen bei CPG nutzen. Ich als Führungskraft sehe es nicht als meine Aufgabe an, ständig die Menschen zu motivieren. Stattdessen will ich mit meinem Team eine Atmosphäre schaffen, in der eine starke wechselseitige und Eigenmotivation entstehen kann – getreu der Devise des Gründers unserer Konzernmutter.



Starker Teamzusammenhalt als Basis des gemeinsamen Erfolgs



Vorleben der CPG-Werte im Sales Management-Team

**Interview mit**  
**Robert Späth,**  
Geschäftsführer  
der CSC JÄKLECHEMIE  
GmbH & Co. KG



# Auf dem Weg zur grünen Chemie

Nachhaltigkeit – ein Megatrend der Gegenwart. Auch in der chemischen Industrie wird mit Hochdruck an grünen Produkten und Lösungen gearbeitet. Das gilt unter anderem für die CSC JÄKLECHEMIE GmbH & Co. KG aus Nürnberg. Der Komplettanbieter für chemische Produkte nutzt seine Erfahrung aus mehr als 135 Jahren am Markt, um Kunden mit innovativen, biobasierten Produkten zu unterstützen.

**Wirtschaftsforum:** Herr Späth, die CSC JÄKLECHEMIE wurde 1886 gegründet; Sie vertreten die 4. Generation der Familie. Was kennzeichnet heute das Portfolio des Unternehmens?

**Robert Späth:** Bei den Commodities geht es um gängige Industriechemikalien. Bei Flüssigprodukten wie Salzsäure, Natronlauge oder Lösemitteln sind wir stark. Im Spezialitätenbereich sind wir sehr erfolgreich im Bereich Coatings. In diesem Jahr werden wir die Chance nutzen, auf der European Coatings Show in Nürnberg (Halle 4A, Stand 136) Produktneuheiten wie biobasierte Rohstoffe für zum Beispiel Holz- oder

Bodenbeschichtungen zu präsentieren, die eine immer größere Rolle spielen. Wir bieten auch umweltfreundliche geschlossene

ne Kreisläufe für die industrielle Teilereinigung im Bereich Oberflächentechnik.

**Wirtschaftsforum:** Das Unternehmen hat heute 130 Mitarbeiter und einen Umsatz von 140 Millionen EUR. Wie sehen Sie die Marktposition der CSC JÄKLECHEMIE?



Holzlacke auf Pflanzenbasis – grün und gut

**Robert Späth:** Im Commodity-Bereich sind wir in der Region führend. Es ist zwar ein regionales Thema, allerdings haben wir als Teil der CG Group Zugriff auf viele Standorte in Deutschland. Momentan arbeiten wir daran, Synergien weiter zu optimieren. Auch im Spezialitätenbereich bieten wir führende Produkte und Lösungen; das gilt zum Beispiel für die Milchwirtschaft im Nutrition-Bereich.



© AdobeStock\_458017396

**KONTAKTDATEN**

CSC JÄKLECHEMIE GmbH & Co. KG  
Matthiasstraße 10-12  
90431 Nürnberg  
Deutschland  
☎ +49 911 326460  
✉ +49 911 32646160  
info@csc-jaekle.de  
www.csc-jaekle.de

CSC JÄKLECHEMIE – ein zuverlässiger Partner in der Oberflächentechnik

**Wirtschaftsforum:** Als Chemieunternehmen war CSC JÄKLECHEMIE in Coronazeiten Teil der kritischen Infrastruktur. Wie ist das Unternehmen durch diese besondere Zeit gekommen und welche Konsequenzen hat der Krieg in der Ukraine?

**Robert Späth:** Natürlich war die Coronazeit herausfordernd, aber wir konnten unsere Chancen nutzen. Wir haben zum Beispiel Rohstoffe für die Herstellung von Desinfektionsmittel geliefert und die Krise am Ende relativ gut überstanden. Dann kam der Krieg. Als Großhändler treffen uns zwar die hohen Energiekosten nicht unmittelbar, aber unsere Lieferanten. Die chemische Industrie ist sehr energieabhängig und es kam erstmals zu Produktverknappungen bei Commodities wie Salzsäure oder Eisensalzen. So etwas hatte es vorher noch nie gegeben. Wir

mussten neue Bezugsquellen suchen, konnten trotzdem nicht immer eine stabile Versorgung sicherstellen. Jetzt hat sich die Lage zwar weitgehend wieder normalisiert, aber es finden Verlagerungen statt. Produktionen laufen nicht so wie früher. Wir gehen deshalb von dauerhaft höheren Preisen für bestimmte Produkte aus.

**Wirtschaftsforum:** Sie erwähnten bereits biobasierte Rohstoffe. Ist Nachhaltigkeit ein Innovationstreiber in der Branche?

**Robert Späth:** Auf jeden Fall. Es ist schon lange so, dass lösungsmittelhaltige Produkte auf wasserbasierte Systeme umgestellt wurden. Jetzt beginnt wieder eine neue Zeit, alles steht im Zeichen von Produkten, die auf nachwachsenden Rohstoffen statt auf fossilen basieren. Technisch ist das

nicht einfach umzusetzen. Wir arbeiten seit Längerem an diesem Thema und können jetzt marktreife und einsatzfähige Produkte präsentieren. Unser Vorteil ist, dass Covestro, unser langjähriger Partner, ein Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit ist.

**Wirtschaftsforum:** Können Sie ein Beispiel für biobasierte Lösungen geben?

**Robert Späth:** Mit Decovery® gibt es eine Produktfamilie von Harzen auf pflanzlicher Basis, die für Lack- und Drucktintenmärkte geeignet sind. Der Anteil pflanzlicher Inhaltsstoffe liegt bei bis zu 52%. Eine weitere Innovation ist CSTICO®phen 80/81, ein rizinölbasiertes Polyol mit guter UV-Stabilität. Nachhaltigkeit spielt natürlich auch intern eine große Rolle; wir haben verschiedene Zertifizierungen wie ISO 14000

oder EcoVadis, sind Teil des Responsible Care-Programms, arbeiten im Bereich Energiemanagement und versuchen hier am Standort die Energieeffizienz zu verbessern.

**Wirtschaftsforum:** CSC JÄKLECHEMIE ist ein Traditionsunternehmen am Puls der Zeit. Was steckt hinter dieser konstanten positiven Entwicklung?

**Robert Späth:** Wir bieten bei der Versorgung der Region Sicherheit und Zuverlässigkeit. Bei den Spezialthemen können wir für Kunden dank unseres Know-how Lösungen erarbeiten, die über das reine Produkt hinausgehen. Letztlich sind es jedoch die Mitarbeiter, die den Erfolg ausmachen, unsere guten Beziehungen zu den Kunden, die wir begleiten, und nicht zuletzt die Zugehörigkeit zu einer starken Gruppe.



# Glas mit ganz eigener Note

Das leise Klingen dünnwandiger, langstieliger Gläser ist für viele sicher das Schönste am Anstoßen. Einen besonderen Klang bringen die Kristallgläser der Zwiesel Kristallglas AG hervor – nicht umsonst zierte das Firmenlogo eine Note. Wir sprachen mit Inhaber und Geschäftsführer Prof. Dr. Andreas Buske über die Meilensteine einer 151-jährigen Firmengeschichte, die Verschmelzung von handwerklicher und technischer Kompetenz, die Rückkehr zu den eigenen Wurzeln und das Einschlagen neuer Wege zu weiteren Erfolgen.

**Interview mit**  
*Prof. Dr. Andreas Buske,*  
*Inhaber und*  
*Geschäftsführer*  
*der Zwiesel Kristallglas AG*

**Wirtschaftsforum:** Herr Prof. Buske, in Sachen Kristallglas ist die Zwiesel Kristallglas AG seit 151 Jahren eines der Unternehmen mit der größten Expertise im Markt. Zwiesel Kristallglas kann seit jeher nicht nur mit überaus qualitätvollen Produkten, sondern auch mit etlichen Innovationen aufwarten. Nennen Sie uns doch bitte einige davon.

**Prof. Dr. Andreas Buske:** 1872 legte Anton Müller mit der Gründung der Tafelglashütte Annathal

den Grundstein der heutigen Zwiesel Kristallglas AG. Durch ihn passierte etwas sehr Besonderes, nämlich dass über 700 Jahre traditionelles Glasmacherhandwerk im bayrischen Wald auf einmal mit chemischer und Maschinenkompetenz 'verheiratet' wurde und auf diese Weise ein Schmelztiegel an einzigartiger Kompetenz entstand. Deshalb ist nicht verwunderlich, dass hier in Zwiesel aus diesem Schmelztiegel viele Meilensteine der industriellen Glastechnik rund um das



Klassiker mit Eintrag im Guinness Buch der Rekorde: Die Serie 'Neckar' war 1961 das erste maschinell hergestellte Glas überhaupt und damit ein Meilenstein für das Unternehmen



So edel wie mundgeblasen: Die Gläser der Serie 'Vervino' bestehen aus Tritan, einem sehr hochwertigen Kristallglas, das besonders bruch- und spülmaschinenfest ist und sich gleichzeitig durch hohe Brillanz auszeichnet

Kristallglas hervorgegangen sind. So brachte das Unternehmen 1961 mit der Serie 'Neckar' das erste maschinell hergestellte Glas überhaupt auf den Markt, das mit über 600 Millionen Stück gleichzeitig auch das bis heute meistgefertigte ist. 1985 folgte das erste langstielige Glas: damals eine wirkliche Neuheit, denn zuvor war die Herstellung solcher Gläser produktionstechnisch nicht möglich gewesen. 1990 dann ein weiterer Meilenstein: Es gelang uns nicht nur, Kristallglas ohne Blei herzustellen, sondern dieses bleifreie Kristallglas konnte auch

geschliffen werden, ohne dass seine Brillanz verloren ging.

**Wirtschaftsforum:** Sie haben das Unternehmen 2001 im Zuge eines Management Buy-out gemeinsam mit einem Vorstandskollegen erworben. Was hat Sie damals dazu gebracht?

**Prof. Dr. Andreas Buske:** Zum einen hatten wir ein tolles Team mit einer unglaublichen Kompetenz und einer großen Leidenschaft für Glas. Zum anderen waren wir davon überzeugt, dass es nicht an der Kompetenz der Mitarbeiter

gelegen hatte, dass die Schwierigkeiten entstanden waren, die zum Verkauf des Unternehmens geführt hatten. Und zum dritten sahen wir eine klare Chance für eine erfolgreiche Sanierung und Restrukturierung.

**Wirtschaftsforum:** Die Sie höchst erfolgreich umgesetzt haben, denn Zwiesel Kristallglas ist heute im Bereich Kristallglas Weltmarktführer und hat für seine Marken und Produkte etliche Auszeichnungen erhalten, unter anderem seit 2017 in sechs aufeinander folgenden Jahren den Global Market Leader Champion der Wirtschaftswoche. Wie kam es zu diesen Erfolgen?

**Prof. Dr. Andreas Buske:** Wir haben uns nach dem MBO auf die Marke und unsere Kernkompetenz konzentriert: die Herstellung hochwertiger Kristallgläser. Der nächste Meilenstein folgte schon 2002, noch in der Sanierungsphase, mit der Entwicklung von 'Tritan', einem sehr hochwertigen Kristallglas, das besonders bruch- und spülmaschinenfest, gleichzeitig aber besonders brillant ist.



ZWIESEL  
GLAS

**KONTAKTDATEN**

Zwiesel Kristallglas AG  
Dr.-Schott-Straße 35  
94227 Zwiesel  
Deutschland  
+49 9922 98111  
info.zwiesel@zwiesel-kristallglas.com  
www.zwiesel-glas.com



Mit United Tables strebt Zwiesel Marktführerschaft auch bei Porzellan und Besteck an

Auch haben wir eine Internationalisierungsstrategie verfolgt und unsere Produkte aus dem bayrischen Wald in den Weltmarkt gebracht. 2020 haben wir einen umfassenden Marken-Relaunch vorgenommen und neben der Marke Schott Zwiesel die Marke Zwiesel Glas revitalisiert, womit wir zu unseren Wurzeln zurückgekehrt sind. Für diesen Relaunch wurden wir sechsmal mit dem German Brand Award in Gold ausgezeichnet.



'Simplify', das offizielle Gault Millau-Degustationsglas



ZWIESEL  
GLAS

IN KÜRZE

## Kernkompetenz

Herstellung hochwertiger Glasprodukte aus Kristallglas

## Zahlen und Fakten

**Gegründet:** 1872

**Struktur:** AG

**Niederlassungen:** Deutschland

**Mitarbeiter:** 1.000 (Gruppe insgesamt)

**Umsatz:** über 100 Millionen EUR Umsatz, in der Gruppe  
(mit Fortessa) mehr als 200 Millionen EUR

## Leistungsspektrum

Maschinell und handwerklich hergestellte Glasprodukte höchster Qualität;  
zunehmend auch Besteck und Porzellan für die Hotellerie und  
Gastronomie

## Philosophie

Tradiertes Handwerk mit Leidenschaft, Kompetenz  
und Innovation vereinen

Die Werte des Familienunternehmens bewahren:

Hinter den Mitarbeitern stehen, Herausforderungen im Team annehmen  
und auf der Grundlage gegenseitigen Vertrauens zusammenarbeiten

## Zukunft

Neben der Weltmarktführerschaft im Glasbereich auch Marktführer für  
den gedeckten Tisch im HoReCa-Segment werden: Distributionsplattform  
United Tables für Besteck, Porzellan und Glas weiter aufbauen



Von der Wirtschaftswoche wurde die Zwiesel Kristallglas AG in ihrem Bereich bereits mehrfach als Weltmarktführer Champion ausgezeichnet, zuletzt aktuell 2023

**Wirtschaftsforum:** Sie haben ein ungeheuer umfangreiches Portfolio. Was sind aktuell die wichtigsten Säulen Ihres Geschäfts?

**Prof. Dr. Andreas Buske:** Von einem oder mehreren wichtigsten Bereichen kann man eigentlich nicht sprechen, denn unsere Kunden und die Bereiche, aus denen sie kommen, sind uns gleich wichtig. Wir sind Vollsortimenter im Consumer- und Professionalbereich und das ist es auch, was uns ausmacht. Wir bilden alle Facetten ab, vom Glas auf dem festlich gedeckten Tisch bis zu dem, aus dem man morgens beim Frühstück trinkt. Was mich persönlich stolz macht, ist unsere Manufaktur; die Gläser, die dort entstehen, sind einzigartige Produkte reiner Handarbeit und echter Handwerkskunst. Unter unseren hochwertigen Maschinengläsern ist die Serie 'Pure' unser Topseller: Sie kombiniert

ein modernes Design mit Tritan-Produkteigenschaften.

**Wirtschaftsforum:** Was steht für 2023 auf der Unternehmensagenda?

**Prof. Dr. Andreas Buske:** Im vergangenen Jahr haben wir einen Merger mit unserem US-Partner Fortessa umgesetzt, der einer der führenden Anbieter für Besteck und Porzellan in Nordamerika ist. Nachdem wir unser Ziel, Weltmarktführer im Bereich Glas zu werden, erreicht haben, ist unsere Vision nun, auch Marktführer für den kompletten gedeckten Tisch im Profibereich zu werden. Mit United Tables haben wir dafür einen Konzeptanbieter im Profibereich für Besteck, Porzellan und Glas gegründet. Diese Distributionsplattform wollen wir nun zum führenden Anbieter für den gedeckten Tisch aufbauen.



Einzigartige Produkte reiner Handarbeit und echter Handwerkskunst: Die in der Manufaktur mundgeblasenen Gläser sind Unikate von perfekter Form und individuellem Design

## Kontakte



Kneipp- und Gesundheitszentrum der  
Barmherzigen Brüder  
Kurhausstraße 6  
4780 Schärding am Inn  
Österreich  
☎ +43 7712 3221  
kurhaus@bbschaerd.at  
www.kurhaus-schaerding.at

STC Distribution GmbH  
Triesterstraße 179  
8073 Feldkirchen bei Graz  
Österreich  
☎ +43 316 2437930  
sales@stc-sport.com  
www.sidas.world



Hacontex AG  
Breitackerstrasse 1a  
8702 Zollikon  
Schweiz  
☎ +41 44 3913041  
hpk@hacontex.ch  
www.hacontex.ch



RAY Egelhof GmbH  
Stuttgarter Straße 60  
70736 Fellbach  
Deutschland  
☎ +49 711 9528260  
info@ray-egelhof.com  
www.ray-egelhof.com

MAIT GmbH  
Berner Feld 10  
78628 Rottweil  
Deutschland  
☎ +49 741 17520  
info@mait.de  
www.mait.de

Gutekunst GmbH - Metallbearbeitung  
Uracher Straße 59  
72587 Römerstein-Zainingen  
Deutschland  
☎ +49 7382 93700  
☎ +49 7382 937050  
info@gutekunst-metall.de  
www.gutekunst-metall.de



OcéANO Reisen GmbH & Co. KG  
Schönfeldstraße 19  
80539 München  
Deutschland  
info@oceano.de  
www.oceano.de

NCAB Group Germany GmbH  
Elsenheimer Straße 7  
80687 München  
Deutschland  
☎ +49 89 150016640  
☎ +49 89 15001664  
office-se-de@ncabgroup.com  
https://www.ncabgroup.com/de/

Tremco CPG Germany GmbH  
Werner-Haepf-Straße 1  
92439 Bodenwöhr  
Deutschland  
☎ +49 9434 2080  
☎ +49 9434 208230  
www.cpg-europe.com

CSC JÄKLECHEMIE GmbH & Co. KG  
Matthiasstraße 10-12  
90431 Nürnberg  
Deutschland  
☎ +49 911 326460  
☎ +49 911 32646160  
info@csc-jaekle.de  
www.csc-jaekle.de

Zwiesel Kristallglas AG  
Dr.-Schott-Straße 35  
94227 Zwiesel  
Deutschland  
☎ +49 9922 98111  
info.zwiesel@zwiesel-kristallglas.com  
www.zwiesel-glas.com

## Impressum

### Verleger:

360 Grad Marketing GmbH

### Adresse:

**360 Grad Marketing GmbH**  
Landersumer Weg 40  
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0

☎ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de  
www.wirtschaftsforum.de

### Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,  
Diplom-Kaufmann



**WISSEN, WAS ZÄHLT**

Geprüfte Auflage  
Klare Basis für den Werbemarkt

# WE MAKE YOUR COATINGS MIND- BLOWING

**AGITAN® / DEE FO®** | Defoamers

**TAFIGEL®** | Rheology Modifiers

**EDAPLAN®** | Dispersing Agents

**METOLAT® / EDAPLAN® LA** | Wetting and Leveling Agents

**LUBA-print®** | Wax Dispersions and Emulsions

**CERETAN®** | Micronized Waxes

**LUBRANIL®** | Specialty Compounds

**SÜDRANOL® / WÜKONIL®** | Wax Emulsions

**OMBRESEAL®** | Polymer Dispersions

**MÜNZING CHEMIE GmbH**

74232 Abstatt, GERMANY

E-Mail [info@munzing.com](mailto:info@munzing.com)

[www.munzing.com](http://www.munzing.com)

