

Wirtschaft im Süden



Interview:

Für den Wirtschaftsstandort Deutschland

mit Sven Klabunde,

Geschäftsführer der Raesch Quarz (Germany) GmbH, Seite 06

Porträts:

› **Tesat-Spacecom GmbH & Co. KG**, Seite 13

› **Yuu'n Mee fine foods Vertriebs GmbH**, Seite 22

**NEU IN IHREM
WIRTSCHAFTSFORUM
DASHBOARD**

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



SIE SUCHEN MITARBEITER?

In nur zwei Schritten zu Ihrer Stellenanzeige:

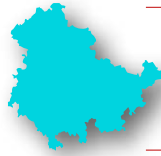
**1. Kostenlos
anmelden**

**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 zu präsentieren.

Special Wirtschaft im Süden



04

Sven Klabunde,
Geschäftsführer der Raesch Quarz (Germany) GmbH



Alfred Pammer,
Prokurist/Leiter Vertrieb und Marketing der cts GmbH

06



Jens Heidkötter,
Geschäftsführer der NETZSCH Pumpen & Systeme GmbH und
Yann Jeschke, Director
Group Corporate Brand & Communications der NETZSCH Gruppe

08



Bernd Semelink,
Geschäftsführer und
Branko Gajic,
Prokurist der Grupa Pivac/Pivac Group GmbH

10

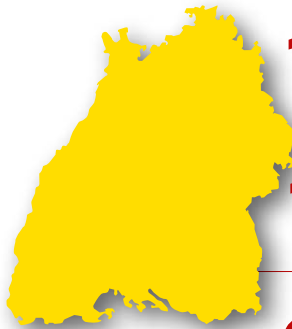


Oliver Hertrich,
Geschäftsführender Gesellschafter der atlas Zentraleinkauf GmbH

12

13

Thomas Reinartz,
CEO von TESAT



16

Gökhan Yilmaz,
Geschäftsführer & President of EMEA und
Jörg Burger,
Geschäftsführer & EMEA CFO



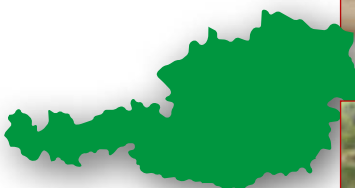
18

Roman Müller,
Geschäftsführer und Technischer Direktor der BBS Motorsport GmbH



20

Jasmin Keller,
Geschäftsführerin und
Johannes Keller,
Produktionsplanung & Projekte der Bürstenfabrik Keller GmbH



Mag. Robert Herman,
Geschäftsführer der Yuu'n Mee fine foods Vertriebs GmbH

22



Johann Grander,
Geschäftsführer der Grander GmbH

23

Kontakte Seite 25

Für den Wirtschaftsstandort Deutschland



Interview mit



Sven Klabunde,
*Geschäftsführer
der Raesch Quarz (Germany)
GmbH*

Produktion in Deutschland: Raesch Quarz fertigt Quarzglas Komponenten

Quarzglas, auch als Siliciumdioxidglas oder Fused Silica bekannt, ist ein anspruchsvolles, hochwertiges Glas, das in industriellen Anwendungen wie der Optik, Elektronik, Halbleiterherstellung oder Medizin zum Einsatz kommt. Die Raesch Quarz (Germany) GmbH ist seit über 30 Jahren in der Quarzglasproduktion tätig und überzeugt die Kunden durch exzellente Qualität, extreme Liefertreue, wettbewerbsfähige Preise und persönliche Betreuung.

Quarzglas ist aufgrund seiner besonderen Eigenschaften unverzichtbar für die Herstellung von Hightechprodukten. Das Glas überzeugt mit hoher chemischer Reinheit, ausgezeichneter Transparenz, hoher UV-Durchlässigkeit und Strahlungsbeständigkeit sowie minimaler Wärme- und elektrischer Leitfähigkeit. Die Raesch Quarz GmbH aus Ilmenau nutzt diese außergewöhnlichen Eigenschaften, um Schlüsselbranchen mit kundenspezifischen Quarzrohren und -stäben zu bedienen. Nach zehn Jahren unter dem Dach der Dr. Höhne AG ist das Unternehmen seit 2022 wieder in den Händen des Firmengründers Fritjof Raesch. Damit soll die Zukunft von Raesch Quarz langfristig gesichert werden.

Kontinuierliche Verbesserung

Raesch wurde 1992 gegründet und ist seitdem konstant gewachsen. Im Laufe der Jahre wurde das Produktportfolio stetig erweitert und beinhaltet heute Quarzglasrohre, Quarzglasstäbe, Resize-Rohre, Quarzgutrohre, Fabricated Components, Lampenkolben, UV-Lampenkörper sowie Quarzglasplatten. Seit 2013 können auch Rohre mit größerem Außendurchmesser gezogen werden: Seit 2017 betreibt das Unternehmen am Standort Langwiesen ein eigenes Resize-Zentrum für Quarzglasrohre, wo auf leistungsstarken und modernen Glasdrehbänken Quarzglasrohre mit Außendurchmessern von 60 mm bis 1.000 mm und einer Wandstärke von bis zu 8 mm hergestellt werden können. „Ein

Hauptaugenmerk lag auch auf der kontinuierlichen Verbesserung unserer Qualität“, so Sven Klabunde, Geschäftsführer. „Damit sind wir vor allem für Leiter- und Halbleiterindustrie ein immer attraktiverer Anbieter geworden. Doch auch in der chemischen Industrie, bei der Herstellung von optischen Fasern oder als Entladungskolben von Speziallichtquellen kommen unsere Quarzglasprodukte zum Einsatz.“

Zurück in bewährte Hände

Von 2012 bis 2022 war Raesch Quarz ein Tochterunternehmen der Dr. Höhne AG, einem Spezialisten für UV-Produkte, die zur Beschichtung oder Entkeimung eingesetzt werden. 2022 hat sich Firmengründer Fritjof Raesch jedoch entschieden, sämtliche

Anteile zurückzukaufen. Das hat dem Unternehmen noch einmal einen ganz anderen Antrieb verschafft. „Er hat mit seinen 78 Jahren eine ganz klare Vision, was er mit dem Rückkauf erreichen will“, bemerkt Sven Klabunde. „Mit ihm haben wir einen Ansprechpartner, der unser Kernprodukt, die Märkte und die Kunden genau kennt und versteht. Er ist mit Herz und Seele dabei und bringt sein ganzes Wissen ein, um sein Unternehmen wettbewerbsfähig für die Zukunft zu machen. Das ist für ein uns ein großer Vorteil.“ Gemeinsam mit Fritjof Raesch hat der Geschäftsführer in den vergangenen Monaten neu strukturiert, Kosten gestrafft und Prozesse effizienter gestaltet. Der Fokus liegt weiterhin auf Investitionen in neue Technologien und die weitere Optimierung der Qualität. Damit punktet das Unternehmen nicht nur in Deutschland und ist ein gefragter Partner der Halbleitertechnik, die gerade wieder verstärkt aufgebaut wird, sondern auch international gefragt. Raesch beliefert zum Beispiel die Halbleiterindustrie in den USA, aber auch namenhafte Hersteller von technologisch anspruchsvollen Lampen in Japan. „Wir sind mittlerweile ein bekannter Player im Markt“, sagt Sven Klabunde. „Verglichen mit Wettbewerbern sind wir klein und flexibel. Wir besuchen unsere Kunden vor Ort und suchen mit ihnen gemeinsam eine Lösung.“

Ansprüche an die Politik

Nach der Restrukturierung und der verstärkten Konzentration auf die alten Werte hat sich die



Raesch Quarz setzt in der Produktion auf effiziente Prozesse

Raesch Quarz GmbH weiteres Wachstum auf die Fahnen geschrieben. Ziel der Geschäftsführung ist es, eine verlässliche Größe im internationalen Markt zu werden und dafür die Automatisierung weiter voranzutreiben. Mit der Verbesserung der Prozesstechnik und dem Ansatz, gemeinsam mit den Kunden die Qualität zunehmend zu verbessern, hat das Unternehmen den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft gelegt. Allerdings ist es für eine erfolgreiche Entwicklung auf die Unterstützung durch die Politik angewiesen. „Wir kämpfen zum Beispiel gerade sehr stark mit den Energiepreisen in Deutschland“, erläutert Sven Klabunde. „Wünschenswert wären ähnliche Energiekosten wie in Frankreich, sonst verzerrt es den Wettbewerb. Wenn sich diese Industrie in Deutschland abbaut, verschwindet der Bedarf ja nicht, sondern wird woanders aufgebaut. Dann

wäre mir lieber, wir erhalten die Industrie durch vernünftige Regularien. Damit erhalten wir die kurzen Wege und es ist auch langfristig ein ökologischer Foodprint möglich. Außerdem beobachte ich die politischen Entwicklungen mit zunehmender Besorgnis. Ich hoffe, dass unser Land demokratisch bleibt. Für ein exportorientiertes Unternehmen wie uns ist jedes Extrem nicht sinnvoll. Wir sollten uns heute darauf konzentrieren, den Wirtschaftsstandort Deutschland voranzutreiben. Nur so können wir unserer ökologischen Rolle gerecht werden. Und das können wir nur mit einer starken Wirtschaft, die den Anforderungen entspricht und durch die Politik entsprechend unterstützt wird.“



RAESCH
QUARZ

KONTAKTDATEN

Raesch Quarz (Germany) GmbH
In den Folgen 3
98693 Ilmenau
Deutschland
☎ +49 3677 46960
✉ +49 3677 46963690
info@raesch.net
www.raesch.net



Interview mit



Alfred Pammer,
Prokurist/Leiter Vertrieb
und Marketing
der cts GmbH

Die Evolution der Smart Factory



Ein AMR liefert Produktionsteile just-in-time an die Fertigungslinie

Nachdem der Automatisierungsspezialist cts GmbH aus dem südbayerischen Burgkirchen bereits erfolgreich intelligente Automatisierungslösungen für Lageranwendungen unter dem Leitmotiv 'Smart Warehouse' entwickelt und umgesetzt hat, geht er nun den nächsten logischen Schritt und wendet sich dem Materialfluss im gesamten Produktionsprozess zu. Unter dem Motto 'Smart Factory' erweitert das Unternehmen seine bewährte Kombination aus Hard- und Software zu Lösungen, die den Bedürfnissen seiner Kunden nach mehr Effizienz und Produktivität entsprechen. Im Interview mit Wirtschaftsforum beschreibt Alfred Pammer, Prokurist/Leiter Vertrieb und Marketing der cts GmbH, die Entwicklung der intelligenten Fabrik von morgen.

Wirtschaftsforum: Herr Pammer, welcher Gedanke steht hinter der Smart Factory?

Alfred Pammer: Das Ziel der Smart Factory ist es, den Mitarbeitern die Arbeit zu erleichtern, die Arbeitszeit effizienter zu gestalten sowie Fehler zu vermeiden. Für uns geht es darum, bestehende Lücken in der Automatisierung des Produktionsprozesses zu schließen. Dabei knüpfen wir an unser bestehendes

Portfolio mit neuen Lösungen an.

Wirtschaftsforum: Wie sieht die Smart Factory von morgen aus?

Alfred Pammer: Das Herzstück der Smart Factory sind unsere Lager- und Pufferlösungen, die wir schon seit 2019 erfolgreich in der Elektronik- und Halbleiterindustrie einsetzen, um das benötigte Produktionsmaterial platzsparend und produktionsnah zu lagern.

Unser cts Smart Warehouse wurde konzipiert, um möglichst viel Lagerkapazität auf möglichst wenig Fläche zu schaffen. In seiner größten Konfiguration können wir bis zu 1.100 Leiterplattenmagazine auf einer Grundfläche von nur 20 x 4,5 m unterbringen. Das erreichen wir, indem wir 4,3 m in die Höhe gehen. Je nach Bedarf kann die Größe des Smart Warehouse jedoch individuell angepasst werden.

Wirtschaftsforum: Wie wird der Inhalt des Smart Warehouse dem Produktionsfluss zugeführt?

Alfred Pammer: Wir beschäftigen uns schon seit 2015 mit dem Thema mobile Robotik und haben Lösungen für den Transport von Leiterplattenmagazinen, KLT-Boxen und stapelbaren Behältern sowie Paletten entwickelt. Mit sogenannten AMRs (autonome mobile Roboter) werden die benötigten Waren höchst flexibel



Smart Warehouse mit mobilen Robotern: Die Ein- und Auslagerung erfolgt komplett automatisch

an die Produktionslinie gebracht. In Verbindung mit dem Smart Warehouse gewährleisten die AMRs die automatische Ver- und Entsorgung der Fertigungslinie.

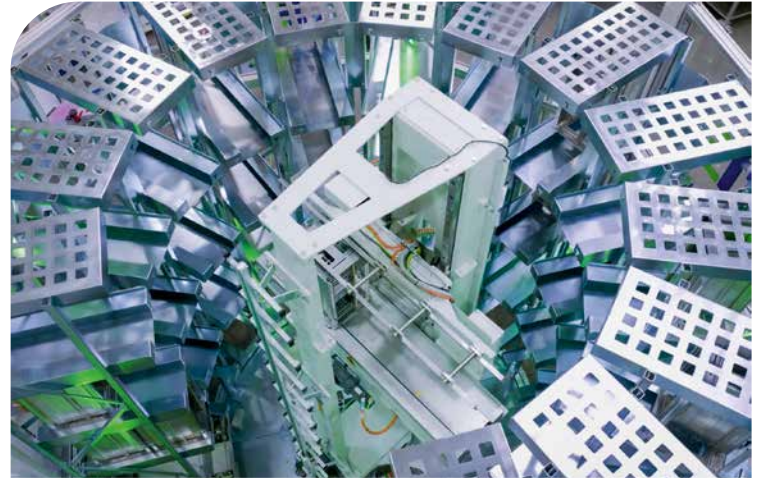
Wirtschaftsforum: Sind solche Lösungen auch für kleinere Betriebe rentabel?

Alfred Pammer: Wir haben auf die vermehrten Anfragen von kleinen und mittelständischen Kunden nach kleineren Lösungen reagiert und 2021 unser Mini Smart Warehouse auf den Markt gebracht. Es schließt eine wichtige Lücke im Markt und richtet sich an Betriebe mit einem Lagerbe-

darf von weniger als 300 Magazinen. Durch seine achteckige Form wird dies auf einer besonders kleinen Grundfläche von nur 4,2 x 4,2 m oder 4,8 x 4,8 m erreicht. Die interne Handlingseinheit bewegt sich in diesem Fall nicht von links nach rechts wie beim großen Bruder, sondern im Kreis, um alle Lagerfächer zu erreichen.

Wirtschaftsforum: Welche Lücken müssen noch geschlossen werden?

Alfred Pammer: Speziell in der Elektronikindustrie ist das Gesamtpaket wichtig. Ganz aktuell haben wir dieses Jahr unser neu-



Das oktagonale Mini Warehouse bietet höchste Kapazität auf kleinstem Raum

es Gigaflex Reel-Storage Center gelauncht. Bei der Bestückung von Leiterplatten werden die Bauteile auf Rollen geliefert. Diese müssen erst zwischengelagert werden. Durch die intelligente automatische Kommissionierung werden sie aus dem Bauteilrollenlager just-in-time bereitgestellt. Unsere Lösung baut auf dem bestehenden Wissen auf und hebt sich durch die vertikale statt horizontale Lagerung der Reels von anderen ab. Damit können wir 50.000 7"-Rollen auf circa 50 m² Grundfläche einlagern und somit die letzte Lücke zum vollautomatischen System schließen.

Wirtschaftsforum: Wo laufen die verschiedenen Fäden der Smart Factory zusammen?

Alfred Pammer: Unsere plattformübergreifende Middleware sloXis® vereint alle Elemente in der Produktionsumgebung und agiert als intelligente Datendreh-scheibe. Darüber hinaus ist die Software offen konzipiert, um Fremdhardware problemlos zu integrieren.

Wirtschaftsforum: Wie ist bisher die Resonanz?

Alfred Pammer: Das neue System ist schon vielerorts in Betrieb und das Feedback ist sehr positiv. Die weitere Auftragslage ist sehr gut. Deshalb freuen wir uns, wenn wir im ersten Quartal 2024 unsere neue Fertigung beziehen können. Dort werden wir über erweiterte Kapazitäten verfügen, um den Anforderungen unserer Kunden noch schneller gerecht zu werden.



Stationäre Roboter verpacken die Halbleiterplatten 100% luftdicht



MORE. THAN. AUTOMATION.

KONTAKTDATEN

cts GmbH
Fuhrmannstraße 10
84508 Burgkirchen
Deutschland
☎ +49 8679 91689110
📠 +49 8679 91689120
sales@group-cts.de
www.group-cts.de

Proven Excellence für komplexeste Medien

Nicht viele Unternehmen können auf eine 150-jährige erfolgreiche Entwicklung zurückblicken. Im Jahr 1873 hat Erich Netzsch angefangen, Feuerwehrpumpen und -spritzen herzustellen. Heute ist die NETZSCH Pumpen & Systeme GmbH Teil einer global agierenden Gruppe mit über 200 Standorten auf der ganzen Welt. Produziert werden maßgeschneiderte Pumpenlösungen für verschiedene Anwendungsbereiche, immer mit dem höchsten Leistungsversprechen – oder Proven Excellence, wie man bei NETZSCH sagt.

Die NETZSCH Pumpen & Systeme GmbH entwickelt und produziert rotierende Verdrängerpumpen, mit denen vorzugsweise komplexe Flüssigkeiten transportiert werden. Beispiele sind Exzenterschneckenpumpen, Drehkolbenpumpen, Schlauchpumpen oder Schraubenspindel-pumpen. NETZSCH produziert jährlich über 75.000 Pumpen, von kleinsten Dosierpumpen bis hin zu Großpumpen für die Industrie. Pumpen & Systeme ist einer von drei Geschäftsbereichen der NETZSCH Gruppe mit Hauptsitz in Selb im Fichtelgebirge. Die anderen beiden sind Analysieren & Prüfen und Mahlen & Disper-

gieren. Als inhabergeführte Unternehmensgruppe ist NETZSCH weltweit tätig und unterhält über 200 Standorte in 36 Ländern. Insgesamt beschäftigt die Gruppe mehr als 4.600 Mitarbeiter. Die Grundlagen für den heutigen Global Player hat Erich Netzsch im Jahr 1873 gelegt, als er anfang, Feuerwehrpumpen und -spritzen herzustellen. „Wir haben dieses Jahr das 150-jährige Gründungsjubiläum der NETZSCH Gruppe gefeiert“, sagt Yann Jeschke, Director Group Corporate Brand & Communications, seit 2014 bei NETZSCH und seit 2020 verantwortlich für die globale Marke und Kommunikation. Die Feier

mit 3.000 Gästen aus Europa und Afrika in der Motorworld München war die letzte des Jahres; zuvor hatten bereits ähnliche Jubiläumsfeiern in allen Teilen der Welt stattgefunden. Die erste Auslandsniederlassung entstand 1973 mit einer Produktionsstätte in Brasilien – inzwischen mit über 900 Mitarbeitern eine der größten Produktionsgesellschaften der Gruppe. „Wir haben damals die Chance in Brasilien ergriffen, die sich dank eines Kundenkontakts ergeben hatte“, erläutert Jens Heidkötter, Geschäftsführer der NETZSCH Pumpen & Systeme GmbH und seit Anfang 2020 bei NETZSCH. „Ich bin sehr glücklich,

Interview mit



*Jens Heidkötter,
Geschäftsführer
der NETZSCH Pumpen &
Systeme GmbH
und*



*Yann Jeschke,
Director Group Corporate
Brand & Communications
der NETZSCH Gruppe*

jetzt im deutschen Mittelstand angekommen zu sein, wir können hier ganz viel vorantreiben.“

Stabiles Marktumfeld

Mit dem Fokus auf Verdrängerpumpen ist NETZSCH Pumpen & Systeme in einem recht stabilen Marktumfeld tätig. „Der Markt für



Leistungsstarke Analysegeräte im Bereich Analysieren & Prüfen ermöglichen eine umfassende Analyse der thermischen Eigenschaften verschiedenster Materialien



Der Geschäftsbereich Mahlen & Dispergieren gehört zu den weltweit führenden Anbietern von Mahl- und Mischtechnologie



Der neue NETZSCH Campus in Waldkraiburg setzt neue Maßstäbe für das Arbeiten und orientiert sich an den Bedürfnissen der Mitarbeiter

Verdrängerpumpen ist nicht der disruptivste Markt, wir müssen uns also nicht regelmäßig neu erfinden“, erklärt Jens Heidkötter. „Wichtig ist aber trotzdem, dass wir evolutiv am Ball bleiben und uns stetig verbessern. Alles, was wir tun, soll zudem einem höheren Zweck dienen. Dabei orientieren wir uns stets an den individuellen Herausforderungen des Kunden und versuchen, die optimale Lösung zu entwickeln.“ Aktuell beschäftigt man sich viel mit den Themen Smarte Pumpentechnik und Energieeffizienz. „Wir haben ein sehr krisenfestes und beständiges Businessmodell“, ergänzt Yann Jeschke. „Das liegt

auch an der Vielfalt von Applikationen, die wir abdecken.“ Bei jeder Anwendung ist NETZSCH darauf fokussiert, das jeweilige zu fördernde Medium, ganz gleich wie komplex es sein mag, bestmöglich zu verstehen und das Problem des Kunden optimal zu lösen. „Die hydraulischen Systeme unserer Kunden sind sehr komplex, die Auslegung unserer Pumpe erfordert deshalb umfassendes Ingenieurwissen bis hin zur finalen Umsetzung beim Kunden vor Ort“, so Jens Heidkötter. „Nicht nur bei Pumpen, sondern in allen drei Geschäftsbereichen verstehen wir uns als Premiumanbieter. In unseren jeweiligen Be-

reichen sind wir absolute Spezialisten.“ „Unser Claim lautet Proven Excellence“, erklärt Yann Jeschke. „Das bedeutet, dass wir unseren Kunden in allen Bereichen herausragende Leistungen versprechen.“

Digitaler Inkubator

Seit rund fünf Jahren hat NETZSCH einen digitalen Inkubator, der sich mit der digitalen Transformation in den unterschiedlichen Geschäftsbereichen beschäftigt, neue Geschäftsmodelle und Ideen entwickelt und diese vorstellt. Dieser habe bereits zu zwei erfolgreichen Ausgründungen geführt: sensXPERT für die KI-basierte, sensorgesteuerte Analyse von Kunststoffen im Prozess und LabV für eine intelligente, digitale Zusammenfassung von Daten in Laboren. Für solche Innovationsprojekte werden Mitarbeiter extra freigestellt. „Die Basis für unsere Arbeit bilden Vertrauen und Verantwortung“, so Jens Heidkötter. „Die Führungskräfte können sich dabei auf einen großen Erfahrungsschatz ihrer Mitarbeiter verlassen. Dies ermöglicht ein sehr selbständiges Arbeiten“



Der Geschäftsbereich Pumpen & Systeme entwickelt Verdrängerpumpen für die Förderung auch komplexester Medien

NETZSCH

KONTAKTDATEN

Erich NETZSCH
GmbH & Co. Holding KG
Gebrüder-Netzsch-Straße 19
95100 Selb
Deutschland
☎ +49 9287 750
✉ +49 9287 75208
info@netzsch.com
www.netzsch.com

NETZSCH Pumpen & Systeme GmbH
Geretsrieder Straße 1
84478 Waldkraiburg
Deutschland
☎ +49 8638 630
✉ +49 8638 67981
info.nps@netzsch.com
www.pumps-systems.netzsch.com

Beitrag zu besserer Welt

In Zukunft will man sich bei NETZSCH mehr von der klassischen Produktentwicklung lösen und hin zu gesamtheitlichen Lösungen entwickeln. „Wir wollen den Fortschritt der Industrie unterstützen, mit umfassenden, branchen- und kundenspezifischen Lösungen“, erklärt Jens Heidkötter. „Lösungsanbieter sein steht für uns im Mittelpunkt, wir wollen uns vom Produkt abkoppeln, neue Geschäftsmodelle in den Markt reinbringen und den Kunden mit Rat und Tat zur Seite stehen.“ Dabei sei Nachhaltigkeit ein großes, gruppenübergreifendes Thema. „Wir möchten mit unseren Lösungen auch zu einer besseren Welt beitragen“, sagt Yann Jeschke.

Urlaubsgefühle auf den Teller bringen

Interview mit
Bernd Semelink,
Geschäftsführer
und
Branko Gajic,
Prokurist
der Grupa Pivac/Pivac Group
GmbH

2,7 Millionen Deutsche reisen jedes Jahr nach Kroatien, um die spektakuläre Küstenlandschaft zu bewundern und in kristallklarem Wasser und mediterraner Sonne zu baden. Das beliebte Urlaubsziel mit seinen einzigartigen kulinarischen Spezialitäten ist ebenfalls ein Paradies für Feinschmecker. Wie schon die Italien- und Spanienurlauber vor ihnen bringen auch die zurückkehrenden Kroatienurlauber den Geschmack dieser lokalen Köstlichkeiten mit nach Hause. Zusammen mit den rund sieben Millionen Einwanderern aus dem ehemaligen Jugoslawien und den osteuropäischen Ländern, die derzeit in Deutschland leben, ergibt sich ein beachtlicher Markt für authentische dalmatinische Produkte. Diesen Markt will die Pivac Group GmbH, eine Tochtergesellschaft der Grupa Pivac in Kroatien, in Deutschland erschließen.



Eine erfolgreiche Partnerschaft: Geschäftsführer Bernd Semelink und Prokurist Branko Gajic der Pivac Group GmbH

Grupa Pivac aus Kroatien ist ein Fleischverarbeitungsunternehmen in Familienbesitz, das in den 1950er-Jahren als einfacher Landmetzger begann. Heute ist es der größte Hersteller und Lieferant von Frischfleisch, dalmatischem Schinken und verarbeiteten Fleischprodukten in Kroatien mit vier Produktionsstätten und mehr als 3.000 Mitarbeitern. Das Unternehmen ist stolz auf seine Produkte, die in einzigartiger Weise Tradition mit modernster Produktionstechnologie verbinden. Das Spitzenprodukt des Un-

ternehmens ist der dalmatinische Prosciutto Pivac (Dalmatiniski pršut, Dalmatinischer Rohschinken) mit einem Produktionsvolumen von 350.000 Schinken pro Jahr. Ebenso bekannt auf dem kroatischen und osteuropäischen Markt sind Pivac Dalmatinischer Pancetta und Pivac Original Dalmatinisches Karree. Dies sind die Hauptprodukte, mit denen Pivac den deutschen Markt erobern will.

Eine klare Strategie

Der Weg von Pivac in Deutschland wurde akribisch vorbereitet. Für

Bernd Semelink, Geschäftsführer und 50%iger Eigentümer der Pivac Group GmbH, war es wichtig, von Anfang an die richtige Strategie zu verfolgen: „Wir haben ein Jahr lang an dem passenden Konzept gearbeitet, das diesen Produkten gerecht wird“, sagt er. „Wir haben uns jeden Aspekt angesehen, von der Produktauswahl über die Verpackung bis hin zum Preis.“ Die kroatische Muttergesellschaft hat sich auch auf die europäische Expansion vorbereitet und 30 Millionen EUR in eine

neue Produktions- und Reifeanlage bei Makarska investiert.

Der richtige Partner

Die Partnerschaft mit Bernd Semelink ist ein Glücksfall, so Miljenko Pivac, ebenfalls Geschäftsführer der Pivac-Gruppe in Deutschland. Unterstrichen wird diese Aussage von Branko Gajic, der die Vertriebsleitung für die neue Vertriebs Einheit hat: „Bernd Semelink kennt wie kein anderer den deutschen Lebensmittelhandel und insbesondere das



Dalmatinische Schinkenspezialitäten haben einen ganz eigenen Charakter und Geschmack



Mit neuem Branding und neuer Verpackung will Pivac den deutschen Markt erobern

Segment Wurstwaren.“ Der erfolgreiche Kaufmann hat mit seiner Vertriebsmannschaft bereits erfolgreich italienische, spanische und polnische Wurstwaren in Deutschland eingeführt und ist von den dalmatinischen Spezialitäten begeistert: „Diese Produkte mit geschützter Herkunft können es sowohl geschmacklich als auch qualitativ mit denen aus Spanien oder Italien aufnehmen“, so Bernd Semelink. „Sie haben ihren ganz eigenen Charakter, der sich aus den Unterschieden im Klima und im Produktionsprozess ergibt.“ Ein Unterschied, der gesundheitsbewusste Verbraucher ansprechen wird, ist, dass die Pivac-Produkte mit Meersalz behandelt werden.

Die richtigen Produkte

Nach intensiver Marktforschung wurde ein Kernsortiment an Aufschnittprodukten für den deutschen Markt entwickelt. „Unser Ziel ist es, dalmatinische Fleischspezialitäten bundesweit im Handel zu platzieren“, erklärt Bernd Semelink. „Wir sind bereits bei vielen Handelsketten sowie bei den entsprechenden Discountern gelistet.“ Der Ansatz berücksichtigt

auch innovative Verpackungsformen und Snacking-Produkte, um ein möglichst breites Publikum anzusprechen.

Sich durch den Geschmack abheben

Erste Erfolge bestätigen die Wirksamkeit des Ansatzes bei Kunden und Endverbrauchern. Auch die jüngsten Erfahrungen auf der Anuga-Messe waren äußerst positiv. „Deutschland hat mehr Wurstsorten als jedes andere Land“, weiß Bernd Semelink. „Aber es gibt immer Platz für mehr, solange sie gut schmecken. Das ist der Kern unserer Philosophie.“



KONTAKTDATEN

Grupa Pivac/Pivac Group GmbH
Am Hirschbach 16
89355 Gundremmingen
Deutschland
☎ +49 08224 96720
info@pivac-group.de

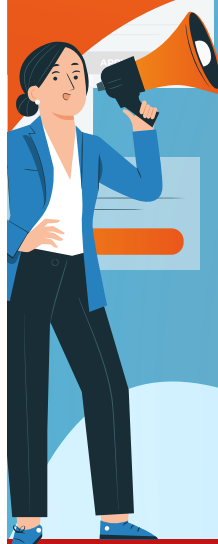
NEU IN IHREM
WIRTSCHAFTSFORUM
DASHBOARD

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 zu präsentieren.

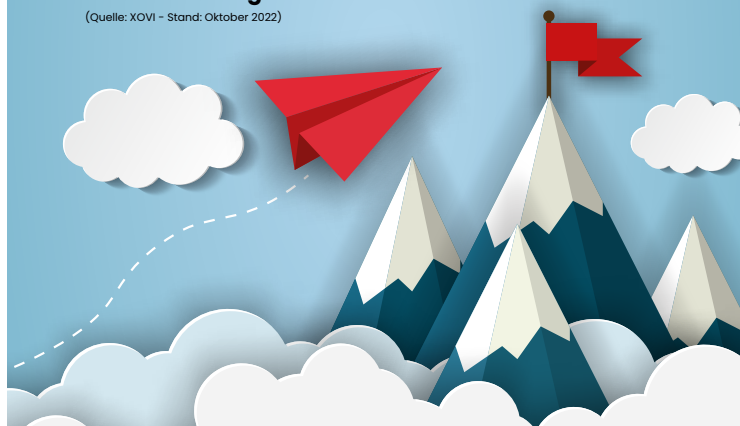
SPITZENKLASSE!

Wirtschaftsforum.de gehört zu den

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

im SEO Ranking in Deutschland.

(Quelle: XQVI – Stand: Oktober 2022)



WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Kooperation, die Vertrauen schafft

Die in Bad Kissingen ansässige atlas Zentraleinkauf GmbH feierte am 1. Oktober 2023 ihr 45-jähriges Jubiläum. Oliver Hertrich, Geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens, gibt Einblick in die bewegte Geschichte und die aktuelle Entwicklung der Einkaufs- und Beratungsgesellschaft, die sich zu einem unverzichtbaren Partner für die Privathotellerie entwickelt hat.

Die Benachteiligung privat geführter Hotels bei Einkaufskonditionen und Marktübersicht gab den Anstoß zur Gründung im Jahre 1978. „Mein Vater, der mir inzwischen die Geschäftsführung übertragen hat, startete 1978 mit einer ersten Einkaufskooperation“, berichtet Oliver Hertrich. „Inzwischen kümmern wir uns um mehr als 400 Hotels und einige Restaurantbetriebe. Viele betreuen wir seit vielen Jahren oder Jahrzehnten. Wir stehen in engem persönlichen Kontakt mit den Hoteliers.“

Umfassende Dienstleistungen

Die Dienstleistungen von atlas Zentraleinkauf umfassen alles, was in Hotels benötigt wird, von der Komplettrenovierung neuer Hotelzimmer beziehungsweise öffentlicher Räume bis zum klassischen Nachkauf. Ein Team aus ehemaligen Hotelmitarbeitern unterstützt die Kunden in allen Aspekten der Ausstattung. Die Schwesterfirma atlas Einkaufsoptimierung ergänzt das Kerngeschäft mit Lebensmitteln und Verbrauchsgütern. „Unser Ansatz ist, die Basics zum bestmöglichen Preis einzukaufen“, sagt der Geschäftsführer. „Bei Grundnahrungsmitteln erreichen wir



Im Seehotel am Stausee in Gerolstein plante atlas die Neugestaltung der neuen, größeren Zimmer 'Eifel Komfort', 'Premium' und 'Suite'

10 bis 14% Ersparnis im Einkauf. Was man hier spart, kann man bewusst in lokale Fleisch- und Gemüsewaren investieren, eine sinnvolle Lösung.“

Herausforderungen begegnen

Für die Hotellerie wie auch für atlas Zentraleinkauf war die Zeit

der COVID-19-Pandemie eine Herausforderung. Während der Schließungen wurden geplante Renovierungen durchgeführt, und das Unternehmen unterstützte seine Kunden nach Kräften. Aktuell ist die Branche vom Mitarbeitermangel betroffen. Oliver Hertrich zeigt sich offen für inno-



Im Boardinghaus Hirsch in Kehl wurden hochwertige Longstay-Appartements eingerichtet

Interview mit



Oliver Hertrich,
Geschäftsführender Gesellschafter
der atlas Zentraleinkauf GmbH



KONTAKTDATEN

atlas Zentraleinkauf GmbH
Dr.-Georg-Heim-Straße 45
97688 Bad Kissingen
Deutschland
☎ +49 971 1441
✉ +49 971 62409
info@atlasze.de
www.atlasze.de
www.altaseo.de

vative Lösungen: „Serviceroboter und Self-Check-in-Anlagen kommen immer häufiger zum Einsatz. Auch gewinnt die Pantryküche/ Kochnische in den Hotelzimmern wieder an Priorität.“

Kooperation und Vertrauen

Der Geschäftsführer bleibt optimistisch. Er möchte nicht die größte, aber die beste Einkaufsgemeinschaft für die Hotellerie bieten, weitere Mitglieder gewinnen und gesundes Wachstum erreichen. atlas Zentraleinkauf bleibt ein zuverlässiger Partner für individuelle Aufträge und nachhaltige Projekte der Hotellerie. Kooperation und Vertrauen sind der Schlüssel zum Erfolg dieses Unternehmens und bilden die solide Basis für eine erfolgreiche Zukunft.

„Produkte für Menschen für eine bessere Welt!“

Satelliten sind aus unserem modernen Leben nicht mehr wegzudenken. Sie übertragen Radio- und Fernsehprogramme, ermöglichen zentimetergenaue Standortbestimmungen und unterstützen die Forschung. Je nach Anwendung werden Komponenten benötigt, damit die Satelliten ihre unterschiedlichen Aufgaben auch erfüllen können. Die Tesat-Spacecom GmbH & Co. KG aus Backnang bei Stuttgart entwickelt, fertigt und testet nachrichtentechnische Nutzlasten und Geräte für verschiedene internationale Satellitenhersteller.



Standort seit 1949: Firmenzentrale im baden-württembergischen Backnang

„Wir stehen für Produkte, die Multi-Orbit-Konnektivität unabhängig vom Satellitenhersteller ermöglichen“, betont Thomas Reinartz, CEO der Tesat-Spacecom GmbH & Co. KG. „Das sind sogenannte komplette Payloads bis zu einer Größe von 3 x 3 x 3 m. Unsere Produkt-Roadmaps gehen immer in Richtung der neuesten Technologien – von früher einem auf zehn und von zehn auf mittlerweile 100 Gigabit. Unsere Produkte werden auch geschätzt, weil sie bis zu 15 Jahre im Orbit unter extremen Bedingungen funkio-

nieren. Dabei sind die drei größten Herausforderungen Schock, Temperatur und Strahlung. 60 bis 100 unserer Leute beschäftigen sich nur mit diesen Bauteilqualifikationen. Dieses Business machen wir seit 50 Jahren und das Equipment können wir in hohen Stückzahlen bauen. Dabei decken unsere Produkte die Anforderungen für den Einsatz in niedrigen, mittleren und hohen Erdumlaufbahnen bis zu 40.000 km ab. Aktuell fertigen wir 2.500 Equipments pro Jahr. Wir sind also eine richtige Produktionsfirma.“

Rasante Entwicklung

Eine praktische Anwendung der Bauteile von TESAT ist die Fernsehübertragung. Vom ZDF-Sendezentrum in Mainz aus werden zum Beispiel die Signale des Programms zum entsprechenden Satelliten übertragen und von diesem breitbandig an die Empfängerhaushalte zurückgesendet. „Alle Equipments, die dazwischen sind, kommen von uns“, erklärt Thomas Reinartz. „Diese intelligenten Bauteile, die ich gerne als ‘das Herzstück eines jeden Satelliten’ bezeichne, die kommen von

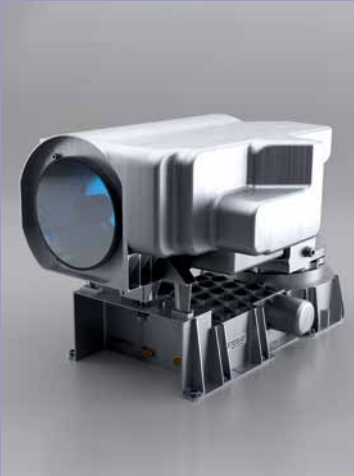
Interview mit
Thomas Reinartz,
CEO
von TESAT



uns. Und sie müssen 15 Jahre halten – in der hohen Flugbahn und mit der massiven Strahlung.“ Seit rund 15 Jahren beschäftigen sich die Experten von TESAT auch mit Lasertechnologie für das Weltall. Sie sind mittlerweile das Kernstück aktueller Konstellationen wie OneWeb und IRIS², weil



Qualität steht über allem: Finaler Check im Reinraum



Präzision ist gefragt: Laser Communication Terminal - SCOT80



Steigert die Effizienz der Breitbandübertragung: HDI TR Modul



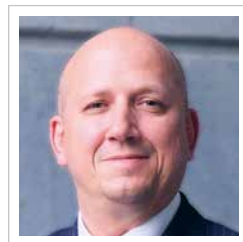
Robust und langlebig: Integrierter Downlink Transmitter



KONTAKTDATEN

Tesat-Spacecom GmbH & Co. KG
Gerberstraße 49
71522 Backnang
Deutschland
☎ +49 7191 930 0
info@tesat.de
www.tesat.de

sie Verbindungen herstellen können, die fast vollständig abhörsicher sind. Früher dauerte die Entwicklung eines solchen, seinerzeit 80 kg schweren und 20 Millionen EUR teuren Laser Communication Terminals (LCT) acht Jahre plus zwei Jahre Bauzeit. „Heute bekommen wir noch 15 Monate zum Entwickeln einer neuen Version, die maximal 400.000 EUR kosten darf und zehn Kilogramm wiegt“, beschreibt der CEO die rasante Entwicklung der Branche.



„Unser Produkte werden vor allem geschätzt, weil sie bis zu 15 Jahren im Orbit unter extremen Bedingungen funktionieren.“

Thomas Reinartz,
CEO

„Wir haben hier ein Alleinstellungsmerkmal, weil wir über 15 Jahre Erfahrung verfügen und unsere Produkte auch kontinuierlich optimiert haben.“

Raumfahrt-Standort Backnang

Die Geschichte der heutigen TESAT reicht zurück bis in das Jahr 1949. Seinerzeit wurde der Geschäftsbereich Fernmeldetechnik der AEG von Berlin nach Backnang verlegt, ebenso wie sechs Jahre später das Fachgebiet Richtfunk von Ulm nach Backnang. 1967 folgte die Gründung der AEG Telefunken AG mit dem Fachgebiet Raumfahrt. Später übernahm Bosch das Unternehmen und die Sparte Raumfahrt firmierte seit dem Jahr 2000 unter dem Namen Bosch SatCom. 2001 erfolgte die Übernahme durch den Airbus-Konzern und die Umbenennung in TESAT, wobei heute 70 bis 80% des Umsatzes von rund 300 Millionen EUR au-

ßerhalb von Airbus erwirtschaftet werden. Aktuell beschäftigt das Unternehmen insgesamt 1.100 Mitarbeiter, darunter 20 in der US-amerikanischen Niederlassung. „Von 60.000 m² bebauter Fläche in Backnang sind rund 20.000 m² Reinraumfläche“, erläutert Thomas Reinartz. „Damit sind wir der größte zusammenhängende Raumfahrtstandort in Deutschland.“

CO₂-Neutralität als Ziel

Rund 60% des Umsatzes erzielt TESAT in den USA. Weitere Märkte sind Asien mit Japan, Korea und Indien sowie Europa. Der Vertrieb basiert auf klassischer Key-Account-Manager-Struktur, darüber hinaus werden, aufgrund der Komplexität, alle Bereiche der Firma vom Einkauf über die Entwicklung bis hin zur Produktion bei der Angebotserstellung eingebunden. Außerdem ist TESAT auf Fachmessen wie der 'Satellite' in Washington präsent. „Wir sind auch in den sozialen Medien zu



Bis ins kleinste Detail wichtig: Arbeit mit dem Mikroskop



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Luft- und Raumfahrttechnik

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1949; firmiert seit 2001 als Tesat-Spacecom GmbH & Co. KG

Struktur: GmbH & Co. KG

Niederlassungen: Hauptsitz Backnang, Niederlassung in den USA

Mitarbeiter: 1.100

Umsatz: 300 Millionen EUR

Leistungsspektrum

Entwicklung, Fertigung und Vertrieb von nachrichtentechnischen Nutzlasten für internationale Satellitenhersteller

Messen und Ausstellungen

Space Tech Expo, Bremen
ILA, Berlin
u.v.m.

Philosophie

Internationaler Technologieführer im Bereich RF- und Laserkommunikation

Zukunft

Neue Segmente bedienen,
Umsatz auf eine halbe Milliarde EUR steigern



Weltweit gefragt: Herringbone Output Multiplexer

finden, in die baden-württembergische Politik vernetzt und sponsern wichtige Kongresse der Branche“, nennt der CEO weitere Elemente der Außendarstellung.

„Social Media nutzen wir aber auch zur Akquise neuer Mitarbeiter, unter anderem mit dem Slogan ‘Wir gestalten den Schlüssel zur Kommunikation der Zukunft. Für die Menschen. Für eine bessere Welt.’“ Sowohl bei den Fertigungsprozessen wie auch bei den Produkten selbst achtet TESAT auf Nachhaltigkeit. So ist die CO₂-Neutralität auf Dauer das Ziel. Heute verfügt das Unternehmen über 60 Jahre Erfahrung und erfolgreiche Produkte auf rund 700 Satelliten.

„Wir möchten künftig fünf bis sechs verschiedene Segmente bedienen“, erläutert Thomas Reinartz. „Mittelfristig strebe ich einen Umsatz von einer halben Milliarde EUR Umsatz an und möchte das Unternehmen gerne in die Transformation begleiten. Wir bauen Produkte für Menschen für eine bessere Welt. Und das macht mit

einem engagierten Team großen Spaß, denn ich arbeite wahnsinnig gerne mit Menschen.“

Für Haarprofis die beste Wahl

Interview mit
Gökhan Yilmaz,
Geschäftsführer & President
of EMEA
und
Jörg Burger,
Geschäftsführer & EMEA
CFO

Die anhaltende Beliebtheit von Fade-, Undercut- und modernen Pompadour-Haarschnitten sowie dem klassischen Buzzcut für Männer hat in den letzten Jahren immer wieder dafür gesorgt, dass elektrische Haarschneidemaschinen das wichtigste Werkzeug des Barbers sind. Als Pionier und führender Hersteller in diesem Bereich gilt die amerikanische Wahl Clipper Corporation, die in Deutschland durch die Wahl GmbH vertreten wird.



In der WAHL Academy werden die neuesten Haarschnitte vorgeführt



Gökhan Yilmaz, Geschäftsführer & President of EMEA



Jörg Burger, Geschäftsführer & EMEA CFO



Damit die Frisur sitzt

Seit 1959 werden unter der Marke MOSER professionelle Haarschneidemaschinen im Schwarzwald hergestellt und international vertrieben. Die damalige Moser Elektrogeräte GmbH und die Wahl Clipper Corporation fusionierten 1996 und die Umfirmierung in Wahl Deutschland GmbH erfolgte 2002.

Zwei starke, aber unterschiedliche Marken

Aus geografischer Sicht war der Zusammenschluss äußerst vorteilhaft. „Da sich WAHL vor allem auf die USA und den eng-

lischsprachigen Raum und Moser auf Europa und den Nahen Osten konzentrierte, griff keiner von beiden in das Gebiet des anderen ein“, sagt Geschäftsführer Gökhan Yilmaz. „Vielmehr war es die Absicht, den gesamten Weltmarkt abzudecken.“ Beide Marken sind im Premiumbereich angesiedelt, wobei Wahl eher im Barbering, also im Herren-Segment zu Hause ist, während MOSER sich dem Unisex-Salon-Bereich verschrieben hat. Als weiteres Standbein bietet das Unternehmen zudem Schneidegeräte für die Vierbeiner zu Hause oder im Stall und

bewegt sich in diesem Segment ebenfalls im Premiumbereich.

Barbershops haben sich in Deutschland etabliert

Während die Damenfrisur schon immer die Aufmerksamkeit der Medien auf sich gezogen hat, erleben die Barbertechniken und die Männerfrisuren heute eine ganz eigene Zeit. „Barbering wird immer größer“, bestätigt Gökhan Yilmaz. „Das wird nicht nur von uns getrieben, sondern von der Branche insgesamt.“ Als Beispiel führt er das erste Hair Festival in Deutschland an, das im August in

Hamburg stattfand und bei dem WAHL Gründungsmitglied und Sponsor war. Neben vielen Livepräsentationen traten die Wahl Professional Educators bei der ‘Wahl Iconic Barbering’-Session auf, bei der sie die Präzision und Vielseitigkeit der WAHL-Haarschneidemaschinen an prominenten Bühnenmodellen vorführten und ihre Tipps und Tricks für den Salonalltag verrieten.

Social Media erobern

Die internationale Barberszene hat seit vielen Jahren eine große Community bei Social Media. „Wir

stellen fest, dass die Barber immer jünger werden und dabei sehr internetaffin sind“, betont Gökhan Yilmaz. „Unsere Markenbotschafter präsentieren die neuesten Frisurentrends und -techniken über die verschiedenen Social Media-Kanäle und erreichen dabei ein internationales Publikum. Wir haben zum Beispiel sehr viele junge Barber, die im nordafrikanischen Raum zu Hause sind. Das ist ein wachsender Markt für uns, den wir auf diese Weise sehr gut erreichen können.“

Produktrends aus dem Markt

Die Impulse für die weitere Produktentwicklung kommen meist aus dem Markt selbst. „Wir investieren viel in die Marktforschung und wollen mit unseren Produkten dem Friseur oder der Friseurin die Arbeit erleichtern“, erklärt Gökhan Yilmaz. „Der Trend geht hin zu immer leichteren und ergonomischen Produkten.“ Die bislang kleinste, leichteste, langlebigste und gleichzeitig kraftvollste MOSER-Haarschneidemaschine



Der Goldstandard: Akkubetriebene Haarschneidemaschinen von Wahl

ist die 2022 mit dem iF Design Award ausgezeichnete KUNO. „KUNO wurde für ihre Ergonomie



„Der Trend geht hin zu immer leichteren und ergonomischen Produkten.“

Gökhan Yilmaz,
Geschäftsführer & President of EMEA

und Haptik anerkannt und kommt im Unisex-Salon-Bereich, wo auch viele Frauen mit den Maschinen

arbeiten, sehr gut an“, so CFO Jörg Burger. „Sie steht beispielhaft für das elegante europäische

Design der MOSER-Maschinen, das teilweise im Kontrast zu den WAHL-Geräten im amerikanischen Retro-Stil steht.“

Von links nach rechts: Wahl Legend im Retro-Stil, Moser ChromStyle Pro und die 2022 mit dem iF Design Award ausgezeichnete Moser KUNO



Positiver Ausblick

Die herausfordernde Zeit während der Coronapandemie hat WAHL sehr stark gemeistert. Nach dem diesjährigen Umzug in einen neu errichteten Firmensitz in St. Georgen sieht sich das Unternehmen auch für die Zukunft gut aufgestellt. „Obwohl wir vom alten Firmensitz nur wenige Kilometer weitergezogen sind, hat der Neubau es uns ermöglicht, die Materialflüsse und die Produktionsprozesse besser zu integrieren und zu optimieren“, beschreibt Gökhan



Live Events mit Trendfrisuren-Vorführungen werden immer beliebter

Yilmaz. „So können wir weiterhin die Kontinuität und Qualität anbieten, für welche die Marke MOSER seit über 75 Jahren und die Marke WAHL PROFESSIONAL seit über 100 Jahren stehen.“



KONTAKTDATEN

Wahl GmbH
Villinger Straße 4
78112 St. Georgen
Deutschland
☎ +49 7725 49400
✉ +49 7725 4940145
info@wahlgmbh.com
www.wahlgmbh.com

Erfolg auf der Überholspur

Als Weltmarktführer in der Produktion von Magnesium-Schmiederädern beeindruckt die Haslacher BBS Motorsport GmbH mit hochwertigen Produkten und einer einzigartigen Handwerkskunst, die seit über 50 Jahren die Grundlage für jedes BBS-Rad bildet. Geschäftsführer und Technischer Direktor Roman Müller sieht das Unternehmen heute vor allem als erfolgreichen Zulieferer im Premiumsegment und trotz jüngster Herausforderungen weiter auf der Überholspur.

Interview mit



Roman Müller,
Geschäftsführer und
Technischer Direktor
der BBS Motorsport GmbH



Chevrolet Corvette beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans, renntauglich ausgestattet mit BBS-Leichtmetallrädern



IMSA in den USA, mit BBS-Spitzentechnologie am Start



Radwechsel am Boxenstop: BBS als Partner des Motorsports und Hersteller von Rädern für höchste Ansprüche

Technik aus dem Motorsport, das aktuelle BBS-Formel 1-Hinterrad 2022-2025: Bereits in den 1970ern wurde das Unternehmen aus dem Schwarzwald als Räderlieferant eine anerkannte Größe

Wirtschaftsforum: Herr Müller, die Geschichte der BBS Motorsport GmbH begann vor über 50 Jahren im idyllischen Schiltach. Wie hat sich Ihr Unternehmen seit den Anfängen entwickelt?

Roman Müller: Bis heute ist Handwerkskunst die Grundlage für jedes hochwertige BBS-Rad. Die Liebe zum Detail und die Sorgfalt in der hauseigenen Fertigung machen unsere Räder einzigartig. BBS Motorsport-Räder kommen in fast allen Rennserien der Welt zum Einsatz. Wir verarbeiten nur hochwertigste Materialien. Als BBS Motorsport sich 2012 am Standort Haslach etablierte, waren wir hauptsächlich im Motorsportgeschäft tätig und beschäftigten 26 Mitarbeiter. Heute haben

sich die Verhältnisse umgekehrt, mit 80% OEM und 20 bis 25% Motorsport. Dabei hat sich das Motorsportgeschäft in absoluten Zahlen erhöht. Wir konnten unseren Umsatz im Geschäftsjahr 22/23 von 16,6 Millionen EUR um 100% steigern, und im aktuellen Geschäftsjahr 23/24 erwarten wir eine weitere Steigerung um 50 bis 60%. Im selben Zeitraum hat sich die Zahl unserer Mitarbeiter vervierfacht.

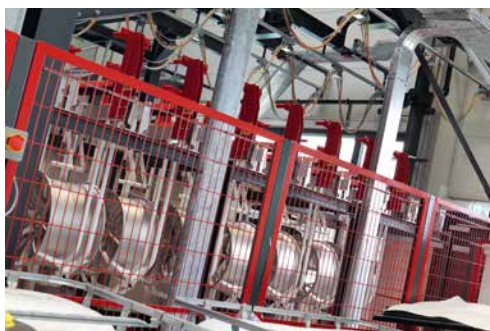
Wirtschaftsforum: Das sind angesichts der aktuellen Herausforderungen beeindruckende Zahlen. Wie ist es Ihnen gelungen, in diesem anspruchsvollen Umfeld zu wachsen?

Roman Müller: In den Jahren 2022 und 2023 haben uns insbesondere die steigenden Materialpreise getroffen. Wir sind Welt-





Handwerkskunst und höchste Sorgfalt sind Grundlage für jedes BBS-Rad: Räder vor und nach dem Lackierprozess



Magnesium-Schmiederäder werden einem speziellen Beschichtungsprozess unterzogen



Jedes Rad ein Unikat: Lackiertes Magnesium-Schmiederad Porsche GT3RS

marktführer in der Produktion von Magnesium-Schmiederädern und die Magnesium-Preisentwicklung, die hauptsächlich auf die chinesische Handelspolitik zurückzuführen ist, stellt uns vor erhebliche Probleme. Der Magnesiumpreis liegt immer noch knapp 100% höher als im langjährigen Schnitt. Als Automobilzulieferer kämpfen wir mit unseren Kunden um die Beteiligung an den gestiegenen Kosten. Dennoch können wir im Premiumsegment weiterhin wachsen und investieren in die Optimierung unserer Produkte und Prozesse. Wir haben in den letzten zwei Jahren 27 Millionen EUR investiert, hauptsächlich in Gebäude und neue Prozesse für die Magnesiumbeschichtung.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie Ihre Aufgabe als Geschäftsführer und Technischer Direktor?

Roman Müller: Mit 64 Jahren sehe ich meine Aufgabe darin, einen Übergang zu schaffen und ein sauber organisiertes Unternehmen für die Zukunft zu hinter-

lassen. Unsere Neubauten stellen auch hinsichtlich Nachhaltigkeit einen Fortschritt dar. Unsere neuen Anlagen nutzen Holzspäne klimaneutral als Wärmequelle und verfügen über eine Photovoltaikanlage. Mein Ziel ist es, das Unternehmen immer mehr in Richtung CO2-Neutralität zu führen. Im Übrigen bin ich der Ansicht, dass Betriebe mehr Unterstützung in dieser Hinsicht erfahren sollten. Investitionen in Nachhaltigkeit sind notwendig, und die Politik sollte dies fördern.

Wirtschaftsforum: Ein weiteres kritisches Thema ist der Fachkräftemangel. Wie geht Ihr Unternehmen damit um?

Roman Müller: Wir haben den Vorteil eines sehr guten Markenimages, besonders im Motorsport und der Belieferung von Formel 1- und High Premium-Fahrzeugen. Das zieht junge Leute an, und wir erhalten viele Initiativbewerbungen. Die Verbindung von Arbeit bei BBS mit Stolz und einer ge-

wissen Exklusivität macht uns attraktiv.

Wirtschaftsforum: Welche Gründe sehen Sie für den Erfolg Ihres Unternehmens?

Roman Müller: Unsere Produkte bewegen sich im High Premium-Segment, in dem die Kunden trotz Krisen weiterhin bereit sind zu investieren. Unsere Räder werden in hochpreisigen Fahrzeugen verbaut. Das garantiert unseren Absatz, und wir müssen uns keine Sorgen machen. Unsere Corporate Identity, insbesondere das einzigartige Styling unserer Räder, schafft einen hohen Wiedererkennungswert und Begehrlichkeit. Wir folgen keinen Modetrends und bewahren unsere Identität.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die Zukunft von BBS Motorsport?

Roman Müller: Ich bin überzeugt, dass wir weiterhin wachsen können. Wir planen bis 2025 ein Wachstum von 60%, danach 10 bis 20% pro Jahr bis 2029/30.

Das Verbrennerverbot in Europa 2035 wird die Nachfrage im High-Premium-Bereich sogar noch steigern, für viele auch als Investition. Allgemein ist davon auszugehen, dass die Nachfrage nach unseren hochwertigen Produkten im eher elitären Kundenkreis bestehen bleibt. Unser Engagement für Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit bestätigt uns als Weltmarktführer in Magnesium-Schmiederädern. Wir blicken optimistisch in die Zukunft und setzen alles daran, unsere einzigartige Identität und den Erfolg von BBS Motorsport weiter zu festigen.



KONTAKTDATEN

BBS Motorsport GmbH
Im Mühlegrün 3A
77716 Haslach
Deutschland

☎ +49 7832 960950

✉ +49 7832 960527

info@bbs.motorsport-gmbh.com

www.bbs-motorsport-gmbh.com

„Wir haben den Mut, Dinge auszuprobieren!“

Interview mit
Jasmin Keller,
Geschäftsführerin
und
Johannes Keller,
Produktionsplanung &
Projekte
der Bürstenfabrik Keller GmbH

Bürsten unterschiedlichster Art werden in vielen Bereichen des täglichen Lebens eingesetzt. Dabei gibt es große Unterschiede in puncto Qualität. Und genau darin unterscheiden sich die Produkte der Bürstenfabrik Keller GmbH aus Todtnau im Schwarzwald von Massenprodukten aus Fernost. Das Familienunternehmen in 5. Generation setzt nahezu ausschließlich hochwertige Naturmaterialien ein und deckt den kompletten Prozess von der Entwicklung bis zum Endprodukt ab.



Bürsten für jede Gelegenheit: Das Spektrum reicht von der Gemüsebürste, Wanderschuhbürste, Pferdebürste, Kleiderbürste, Körperpflegebürste Body-Ionic-Bürste(v. l.n.r.)

„Wir haben mehr als 1.200 verschiedene Bürsten im Sortiment“, erläutert Jasmin Keller, Geschäftsführerin der Bürstenfabrik Keller. „Bei der Fertigung achten wir sehr auf ökologische Belange und setzen fast ausschließlich Naturmaterialien ein. So sind 99% unserer Bürsten aus Holz gefertigt.“ Grundsätzlich hat die Umwelt bei der Bürstenfabrik Keller einen sehr hohen Stellenwert. So wurde 2020 eine Photovoltaikanlage auf den Dächern installiert, die mit 285.000 kWh den überwiegenden Teil der benötigten 350.000 kWh produziert. Der EMAS-zertifizierte Familienbetrieb nimmt außerdem als eines von nur 18 Unternehmen deutschlandweit am vom Bundeswirtschaftsministerium geförderten Pilotprojekt CO₂Plan teil. Das von der Energieagentur Freiburg

begleitete Projekt hat das Ziel, die CO₂-Bilanz der beteiligten Firmen zu verbessern. „Wir sind stolz darauf, eines von 18 Unternehmen in Deutschland zu sein, die an diesem Projekt teilnehmen“, sagt die Geschäftsführerin. „Das ehrt uns und wir sind mit Fleiß und Leidenschaft bei der Sache.“ Darüber hinaus werden Holz Trocknung und Heizungen im Unternehmen zu 100% aus den bei der Produktion anfallenden Holzresten gespeist.

Umfassendes Sortiment

Die rund 1.200 Bürsten verteilen sich auf vier Produktsegmente: Haar- & Körperpflege, Haushaltspflege, Tierpflege und Freizeit. Bei den Haarbürsten gibt es die Pro-Line für Profis, die Basic-Line für die tägliche Haarpflege sowie die Exklusive-Line aus edelsten Materialien. Zur Körperpflege gehört

die Thermo-Line mit besonders behandeltem Holz sowie Care & Wellness mit Bürsten zur Massage- und Hautpflege. Für den Haushalt produziert Keller Kleider- und Schuhbürsten, Bürsten für Küche und Essen, für Wohnen und Bad sowie für den Garten. In der Tierpflege kommen unter anderem Hunde-, Katzen- und Pferdebürsten zum Einsatz. Es

gibt aber auch Bürsten für Kleintiere und Vögel. Last but not least finden sich in der Sparte Freizeit Produkte wie Autocockpitbürsten, Schallplattenbürsten, Skibürsten und Bürsten zum Reinigen von Fahrradspeichen.

Neues Gebäude

Als Johann Baptist Keller das Unternehmen 1869 gründete, fertigte



Viel Handarbeit: Sorgfältig werden die Teile zusammengesetzt



Seit 1869 Sitz des Unternehmens: Firmengebäude in Todtnau im Schwarzwald

KELLER | MADE IN GERMANY
BÜRSTEN | | | | |

KONTAKTDATEN

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

er zunächst nur die Holzkörper für die Bürsten, später auch ganze Bürsten. Bis zur heutigen 5. Generation entwickelte sich der Betrieb stets weiter und blieb auch am

tigt die Bürstenfabrik Keller 144 Mitarbeiter. Da die Kapazitäten in Todtnau nicht mehr ausreichen, wird aktuell ein neues Gebäude in einem Nachbardorf errichtet.

Japan und in die USA. Wir sind ausschließlich im B2B-Geschäft tätig. Unsere Kunden sind der Großhandel, Marktbeschicker, Drogeriemärkte und andere Verkaufsstellen.“ Die Bürstenfabrik Keller ist auf verschiedenen internationalen und auch kleineren Messen vertreten, zum Beispiel auf der Ambiente in Frankfurt und der Cosmoprof in Bologna. Vertrieben werden die Bürsten über den eigenen Außendienst sowie zum Teil über Distributoren.

werden persönlich verteilt und bei Problemen schaltet sich ein Konfliktmanagementteam ein. Johannes Keller: „Wir haben auch ein Pilotprojekt für eine Viertagewoche mit 4,5 Stunden weniger Arbeitszeit bei gleichem Lohn. Ein Rotationssystem sorgt dafür, dass jeden Tag 80% der Belegschaft präsent ist.“ „Wir haben den Mut, Dinge anzugehen und auszuprobieren“, ergänzt seine Mutter. „Und das immer in Interaktion mit den Beschäftigten.“ Verantwortliches Wachstum sowie die weitere Digitalisierung unter Einbeziehung der Mitarbeiter stehen für die nächsten Jahre auf der Agenda. „Wir müssen digitalisieren, weil wir kaum noch Mitarbeiter für die Produktion gewinnen können“, verdeutlicht Jasmin Keller. „Für ältere Mitarbeiter ist das auch eine Herausforderung, denn es verunsichert sie. Deshalb muss dieser Prozess sehr gut kommuniziert werden. Dabei steht die Gewinnmaximierung für uns nie im Vordergrund, sondern der gute Umgang miteinander, bei dem sich alle wohlfühlen.“

1869
 GEGRÜNDET

Standort Todtnau. 1999 übernahmen die Betriebswirtin Jasmin Keller und ihr Ehemann Andreas die Führung des Unternehmens mit seinerzeit 35 Beschäftigten. 2006 wurde die 1827 gegründete insolvente Bürstenfabrik Faller GmbH aufgekauft. Heute beschäf-

Weltweit aktiv
 „Wir beliefern unsere Kunden heute weltweit“, erklärt Johannes Keller, der Sohn von Jasmin Keller, der sich um die Produktionsplanung und um Projekte kümmert. „Knapp die Hälfte unseres Umsatzes machen wir in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Frankreich. Ansonsten exportieren wir unter anderem nach Neuseeland, Australien, Südkorea,

Neues Arbeitszeitmodell
 „Wir fertigen unsere Bürsten als Premiumprodukte ökologisch und mit gutem Gewissen“, nennt Jasmin Keller Gründe, die den Erfolg ausmachen. „Und auch das Label ‘Made in Germany’ hat weltweit einen guten Ruf. Unsere Reklamationsquote liegt bei 0,01%, die Fluktuation unserer Mitarbeiter bei 0,03%. Jeder Beschäftigte ist gleichzeitig auch Qualitätsmanager.“ Überhaupt haben die Mitarbeiter bei Keller einen sehr hohen Stellenwert. Die Hierarchien sind flach, Lohnabrechnungen



Hell und freundlich: Blick in die Produktion

Nachhaltiger Garnelengenuss

Das Vorzeigeprodukt der Yuu'n Mee fine foods Vertriebs GmbH sind die Bio Black Tiger Garnelen. Diese köstlichen Garnelen werden in natürlichen Mangroveenteichen im vietnamesischen Mekong-Delta in einer Zero-Input-Aquakultur gezüchtet, die ihre natürlichen Lebensbedingungen perfekt widerspiegelt. Das Projekt wurde mit dem Internorga Zukunftspreis 2021 ausgezeichnet und zeigt, wie eine nachhaltige Aquakultur Landwirten, Verbrauchern und der Umwelt zugutekommen kann.



Eine nachhaltige Delikatesse: Bio Black Tiger Garnelen aus der Mangrovenwald-Farm in Vietnam

Yuu'n Mee wurde 2005 mit der Idee gegründet, nachhaltige Garnelen zu produzieren. „Wir gingen mit der Idee zu den Erzeugern“, sagt Geschäftsführer Robert Herman. Die Antwort lautete: „Ja, wir können das machen, aber ihr müsst einen Markt dafür schaffen“. Sie waren damals echte Pioniere. „Unser erster Ansatz war und bleibt die Qualität“, betont Robert Herman. „Am Anfang war das Produkt sehr erklärungsbedürftig. Doch in den letzten 18 Jahren ist es uns gelungen, Marktführer im österreichischen Einzelhandel zu werden.“

Den deutschen Markt angehen

Jetzt will sich Yuu'n Mee im deutschen Markt etablieren. „Der Pro-Kopf-Verbrauch von Garnelen auf dem DACH-Markt steigt“, freut sich Robert Herman. „Wir sehen darin ein Wachstumspotenzial für uns. Dieses Wachstum muss jedoch nachhaltig sein, damit wir unsere Lieferkette nicht überfordern.“

Nachhaltigkeit ist das A und O

Die DNA der Marke ist die Nachhaltigkeit. „In unserer Mangroven-Aquakultur gibt es nur zwei Garnelen pro Quadratmeter im

Interview mit



Mag. Robert Herman,
Geschäftsführer
der Yuu'n Mee fine foods Vertriebs GmbH

Vergleich zu 450 Garnelen pro Quadratmeter in der intensiven Aquakultur“, erklärt Robert Herman. „In diesem ökologischen Gleichgewicht leben die Baby-Garnelen neun Monate lang. Sie ernähren sich von Mangrovenblättern und Plankton, ohne dass ihnen zusätzliches Futter angeboten wird. Wenn sie die richtige Größe erreicht haben, werden sie geerntet und sofort für den Transport und die Verarbeitung gekühlt.“ Der Lohn für diesen nachhaltigen Ansatz in der Aquakultur ist ein unvergleichlicher Geschmack. „Man kann den

Unterschied definitiv schmecken“, schwärmt Robert Herman. „Es gibt einfach keinen Vergleich.“ Dies wurde mit der Verleihung des Innovation Taste Award auf der Anuga-Messe bestätigt.

Mangroven-Aufforstungsprojekt

Leider sind die Mangrovenwälder auf der ganzen Welt bedroht. Diese einzigartigen Lebensräume sind die Kinderstube von zwei Dritteln der Meeresbewohner. Mangroven schützen auch Küstengebiete vor Erosion und speichern weitaus mehr Kohlenstoff als Fichtenwälder. Die Vereinten



Yuu'n Mee unterstützt seit 2010 ein Projekt in Thailand zur Wiederaufforstung von Mangrovenwäldern und hat inzwischen mehr als 200.000 Mangrovenbäume gepflanzt

Bio Black Tiger Garnelen aus Mangrovenzucht ist eines der Produkte des Unternehmens im deutschen Markt



Nationen haben ihren Schutz und ihre Wiederherstellung zu einem ihrer Ziele gemacht. Yuu'n Mee trägt seinen Teil dazu bei, dieses Ziel zu erreichen. „Wir unterstützen seit 2010 eine Initiative zur Wiederaufforstung von Mangroven in Thailand“, sagt Robert Herman. „In dieser Zeit haben wir mehr als 200.000 Mangrovenbäume gepflanzt.“

Botschaft übermitteln

Yuu'n Mee setzt sich für den bewussten Konsum ein. „Was für unser Produkt spricht, ist seine Qualität und sein Geschmack, sowie seine ökologischen Stärken“, betont Robert Herman. „Wir profitieren stark von der Mundpropaganda und können mit anderen Markenprodukten konkurrieren. Dennoch sind wir der Meinung, dass unsere Garnelen ein Sonntags- oder Feiertagsgenuss bleiben sollten.“ Auch in der Gastronomie will Yuu'n Mee die ökologische Geschichte hinter seinen Garnelen hervorheben. „Wir arbeiten mit Leuchtturm-Gastronomen zusammen, um die Marke auf deren Speisekarte zu bewerben

und das Bewusstsein für unser Mangrovenprojekt zu schärfen“, fügt Robert Herman hinzu.

Nachhaltig in die Zukunft

Um weiterhin konkurrenzfähig zu bleiben, setzt Yuu'n Mee auf eine schlanke Organisation. „So sind wir in der Lage, ein Premiumprodukt zu einem attraktiven Preis anzubieten.“ Über die Mangrovenwald-Garnele hinaus führt Yuu'n Mee ein attraktives Sortiment mit über 30 Produkten wie zum Beispiel MSC-zertifizierte Fische, MSC-Kamm-Muscheln und andere.



KONTAKTDATEN

Yuu'n Mee fine foods Vertriebs GmbH
McDonald's Straße 4
2100 Korneuburg
Österreich
☎ +43 2262 71210
☎ +43 2262 7121020
✉ office@yuu-n-mee.at
www.yuu-n-mee.at

Weil Wasser nicht gleich Wasser ist

Wasser ist der Quell allen Lebens und eine wertvolle Ressource. Das sieht auch die Grander GmbH aus dem österreichischen Jochberg so. Bei dem Familienunternehmen dreht sich seit 45 Jahren alles um Wasser. Um belebtes Wasser – Grander Wasser. Dass dieses einmalige Wasser unzählige positive Effekte für Menschen, Tiere und Pflanzen hat, haben zwei unabhängige europäische Universitätsstudien unlängst wissenschaftlich bewiesen.



Geschäftsführer Johann Grander

Interview mit
Johann Grander,
Geschäftsführer
der Grander GmbH

2024 wird für die Grander GmbH ein besonderes Jahr. Dann heißt es 45 Jahre Grander, 45 Jahre belebtes Wasser. „Bei der Belebung von Wasser spielen physikalische Prozesse eine zentrale Rolle“, sagt Geschäftsführer Johann Grander, der das Unternehmen in 2. Generation und mit Unterstützung seines für den Vertrieb verantwortlichen Bruders Heribert Grander leitet. „Es geht um das Zusammenspiel der Wirkungen des vom GRANDER-Wasserbelegungsgerätes angeleg-

ten Magnetfelds in Verbindung mit dem nach GRANDER aufbereiteten Wasserkern. Dadurch ist der Wasserbeleber in der Lage, natürliche Impulse auf das Wasser zu übertragen. Seit 100 Jahren wurde viel über die Auswirkungen der magnetischen oder elektromagnetischen





Behandlung auf Wasser geforscht. Wasser verändert durch die GRANDER Wasserbelebung nachhaltig seine Kalziumstruktur. Ein großer Vorteil für viele Anwendungsbe- reiche ist, dass Kalk ausgespült wird. Wenn Bakterien zum Beispiel keine Kalkoberfläche haben, auf der sie sich festsetzen können, werden auch sie ausgespült oder bilden sich erst gar nicht.“

Die Kraft des Wassers

Die GRANDER-Geschichte reicht bis 1979 zurück, als Johann Gran- der begann, sich mit den vielen positiven Eigenschaften von be- lebtem Wasser zu beschäftigen. In einer Garage begann er mit der Entwicklung eines Wasser- belebungsgerätes; 1986 wurden erste Geräte in kleinem Rahmen vertrieben. Johann Grander erhielt 1989 Zugang zur Stephaniequel- le in Jochberg, der Quelle eines Kupferbergwerks. Der Rest ist Ge- schichte – GRANDER-Geräte sind

heute auf der ganzen Welt im Ein- satz. Das Unternehmen beschäf- tigt heute am Standort Jochberg 13 Mitarbeiter, hinzu kommen freie Außendienstmitarbeiter. Das Unternehmen verkauft das nach Johann Grander physikalisch auf- bereitete Wasser der Quelle, vor allem aber Wasseraufbereitungs- geräte. Die Geräte bestehen aus einem belebtem Wasserkern in einem schwach magnetisiertem Metallgehäuse. Der Wasserkern- zylinder wird von Partnern ge- baut, GRANDER füllt, verschließt, verpackt und verschickt ihn. „Der Wasserkernzylinder enthält Was- ser aus der Stephaniequelle, das vorbehandelt wurde und im Zy- linder zur Wasserbelebung führt“, erklärt Johann Grander. „Leitungs- wasser beziehungsweise Nutz- wasser wird durch die Belebung auf natürliche Weise stabilisiert und regeneriert. Das Ganze funk- tioniert erwiesenermaßen auch kontaktlos.“

Wirkung wissenschaftlich belegt

Bis heute wurden 300.000 Geräte verkauft. Angekurbelt wurde der Absatz auch durch zwei Universi- tätsstudien aus den Jahren 2016 und 2022, die den positiven Effekt des GRANDER-Wassers belegen. Sie beweisen, dass sich durch GRANDER-Wasserbelebungsge- räte weniger Kalkkristalle festset- zen und probiotische Effekte im Wasser einsetzen. „Heute haben wir den wissenschaftlichen Nach- weis für unsere Geräte und die Effekte, die damit erzielt werden können“, betont Johann Grander. „Wir wissen heute viel mehr über die Eigenschaften von Wasser als noch vor 30 Jahren und möchten das Bewusstsein für diese wert- volle Ressource stärken. Doch es gibt immer noch neue Erkennt- nisse und Forschungsergebnisse,



KONTAKTDATEN

Grander GmbH
Bergwerksweg 10
6373 Jochberg
Österreich
☎ +43 5355 20335
✉ +43 5355 2033550
info@grander.at
www.grander.com

ist länger haltbar, verbessert das Pflanzenwachstum, verhindert Korrosionen, klärt Heizwasser, reduziert den Chlorgeruch in Schwimmbädern, verringert den Chemikalieneinsatz und stellt das biologische Gleichgewicht in Teichen und Biotopen wieder her. „Wenn eine Produktion durch Keime oder Pilze im Kreislauf stillgelegt wird, amortisieren sich



„Heute haben wir den wissenschaft- lichen Nachweis für den positiven Effekt von belebtem Wasser.“

Johann Grander,
Geschäftsführer



GRANDER-Wasserbelebungsgeräte – für einen feineren Geschmack, weniger Chemie und ein gesünderes Leben

die das Lebenselixier Wasser für uns bereithält.“

Einzigartig und wertvoll

Von den Vorteilen der Wasserbe- lebung profitieren unterschied- lichste Industrien und Produk- tionsprozesse, von Bäckereien über Gartenbaubetriebe und Schwimmbäder hin zu Hotels und Privatpersonen. Grander Wasser hat laut den Anwendern einen intensiveren Geschmack,

unsere Produkte sehr schnell“, wie Johann Grander resümiert. „Sie sind in der Regel bis zu 20 Jahre und länger im Einsatz.“ GRANDER-Wasserbelebungs- geräte wurden inzwischen oft kopiert – und bleiben dennoch einzigartig. So wie das Wasser selbst.

Kontakte

THÜRINGEN

Raesch Quarz (Germany) GmbH
In den Folgen 3
98693 Ilmenau
Deutschland
☎ +49 3677 46960
📠 +49 3677 46963690
info@raesch.net
www.raesch.net

BAYERN

cts GmbH
Fuhrmannstraße 10
84508 Burgkirchen
Deutschland
☎ +49 8679 91689110
📠 +49 8679 91689120
sales@group-cts.de
www.group-cts.de

Erich NETZSCH
GmbH & Co. Holding KG
Gebrüder-Netzsch-Straße 19
95100 Selb
Deutschland
☎ +49 9287 750
📠 +49 9287 75208
info@netzsch.com
www.netzsch.com

NETZSCH Pumpen & Systeme GmbH
Geretsrieder Straße 1
84478 Waldkraiburg
Deutschland
☎ +49 8638 630
📠 +49 8638 67981
info.nps@netzsch.com
www.pumps-systems.netzsch.com

Grupa Pivac/Pivac Group GmbH
Am Hirschbach 16
89355 Gundremmingen
Deutschland
☎ +49 08224 96720
info@pivac-group.de

atlas Zentraleinkauf GmbH
Dr.-Georg-Heim-Straße 45
97688 Bad Kissingen
Deutschland
☎ +49 971 1441
📠 +49 971 62409
info@atlasze.de
www.atlasze.de
www.altaseo.de

BADEN-WÜRTTEMBERG

Tesat-Spacecom GmbH & Co. KG
Gerberstraße 49
71522 Backnang
Deutschland
☎ +49 7191 930 0
info@tesat.de
www.tesat.de

Wahl GmbH
Villinger Straße 4
78112 St. Georgen
Deutschland
☎ +49 7725 49400
📠 +49 7725 4940145
info@wahlgmbh.com
www.wahlgmbh.com

BBS Motorsport GmbH
Im Mühlegrün 3A
77716 Haslach
Deutschland
☎ +49 7832 960950
📠 +49 7832 960527
info@bbs.motorsport-gmbh.com
www.bbs-motorsport-gmbh.com

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

ÖSTERREICH

Yuu'n Mee fine foods Vertriebs GmbH
McDonald's Straße 4
2100 Korneuburg
Österreich
☎ +43 2262 71210
📠 +43 2262 7121020
office@yuu-n-mee.at
www.yuu-n-mee.at

Grander GmbH
Bergwerksweg 10
6373 Jochberg
Österreich
☎ +43 5355 20335
📠 +43 5355 2033550
info@grander.at
www.grander.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

KOMMUNIKATION DER ZUKUNFT

SCHNELL, SICHER UND NACHHALTIG.
FÜR DIE MENSCHEN. FÜR EINE BESSERE WELT.



Mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung in der Satellitenkommunikation gewährleisten wir ein Höchstmaß an Innovation, Zuverlässigkeit und Ausfallsicherheit. Ob Telekommunikation, Navigation, Erdbeobachtung oder Wissenschaft, unser Beitrag zur Digitalisierung der Satellitenkommunikation setzt neue Maßstäbe auf der ganzen Welt. Damit gestalten wir die Zukunft der Kommunikation.