



Wirtschaft im Süden

Interview:

Gemeinsam Zukunft bauen

Simone Hauser-Banholzer,

Geschäftsführer in der Hauser Massivbau GmbH, Seite 06

Porträts:

› **Joachim Himmelsbach, Geschäftsführer und CTO der Erwin Junker
Maschinenfabrik GmbH**, Seite 14

› **Carsten Monnerjan, CEO Studio F. A. Porsche**, Seite 24



ZUKUNFT BATTERIE

**Profitieren Sie von
unserem Know-How**

Akku-Systeme so individuell wie Sie.

Entwicklung und Produktion von Akkupacks, Lade- und Analysegeräten, Schaltnetzteilen oder Adaptern – alles perfekt aufeinander abgestimmte Eigenentwicklungen, damit Sie das Maximum an Leistung bekommen, schnell am Markt sein können und Ihrer Konkurrenz den entscheidenden Schritt voraus.

Akku Power GmbH

Gottlob-Bauknecht-Str.5
D-73614 Schorndorf

AKKU POWER S.R.O.

Tschechien | Liblin



Kontaktdaten:

Tel.: +49 7181 97735-0

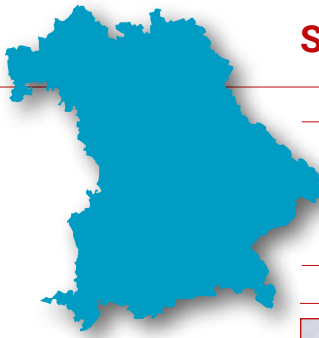
Fax: +49 7181 97735-29

info@akku-power.com

Instagram: @akkupower.gmbh

LinkedIn: Akku Power GmbH

Special Wirtschaft im Süden



04

Harald Wimmer,
Vertriebsleiter der LK Metallwaren GmbH



Simone Hauser-Banholzer,
Geschäftsführerin der Hauser Massivbau GmbH

06



Jörg Herre,
Leiter Vertrieb und Marketing der Friedemann Wagner GmbH

08



David Bech,
Geschäftsführender Gesellschafter der Akku Power GmbH

10



Holger Eckert,
CEO der Kälte Eckert GmbH

12



Joachim Himmelsbach,
Geschäftsführer und CTO der Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH

14

17

Tobias Wild,
CEO der Wild & Kuppfer AG



18

Manuel Domeisen,
Geschäftsführer der avaris/IT AG



20

Michael Lugez,
General Manager CH und A der Bristol Myers Squibb SA



22

Thomas Röttinger,
CEO der Angst+Pfister Sensors and Power AG



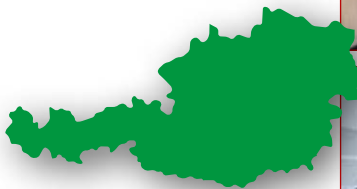
Carsten Monnerjan,
CEO Studio F. A. Porsche

24



Harald Doppler,
Geschäftsführer der S. Spitz GmbH

26



Kontakte Seite 29



Anlagenbau im Wandel: Nachhaltigkeit im Blick

In einer Welt, die von globalen Umbrüchen und geopolitischen Veränderungen geprägt ist, vollzieht sich auch in der Industrie ein Wandel. Harald Wimmer, Vertriebsleiter der LK Metallwaren GmbH in Schwabach, verweist auf jüngste Herausforderungen sowie entscheidende Entwicklungen in den fünf Geschäftsbereichen des führenden Anlagenbauunternehmens. Von innovativen Ansätzen in der Hallenheizung bis zur verstärkten Nutzung von Wasserstoff – der Fokus liegt auf Nachhaltigkeit und fortschrittlichen Lösungen.

In den vergangenen beiden Jahren hat sich die Welt spürbar verändert. Auch in der Industrie gibt es dynamische Entwicklungen. „Bei LK Metallwaren haben wir kontinuierlich an innovativen Lösungen gearbeitet“, betont Harald Wimmer. „In den fünf Geschäftsbereichen Hallenheizung, Wasseraufbereitung, Schallschutz, Prozesstechnik und Metallwaren hat sich einiges getan. Die Hallenheizung setzt heute zu 90% auf Wärmepumpentechnik und innovative Kühlstoffe wie r32 und r290. In der Wasseraufbereitung werden Fettabscheider für verschiedene Branchen eingesetzt. Im Schallschutz wird das Geschäft durch die Erweiterung des Vertriebs und die Spezialisierung auf Sondermaschinen vorangetrieben. In der Prozesstechnik konzentrieren wir uns auf individuelle Anlagen, die über den üblichen Serienbetrieb hinausgehen. In der Metallwarensparte sind wir in die Lohnfertigung eingetreten, um Kundenanfragen für Blechteile bedienen zu können.“

Nachhaltigkeit als Leitprinzip

Schon seit mehr als 15 Jahren gilt für LK Metallwaren der Slogan „Dem Klima zuliebe“. Das Unternehmen setzt sich aktiv mit dem aktuellen Trend zur Nachhaltigkeit auseinander und verfolgt den Grundsatz, dass nachhaltige Produkte auch nachhaltig hergestellt werden sollten. Diese Philosophie spiegelt sich in

Der moderne Hauptsitz der LK Metallwaren GmbH in Schwabach mit Produktion



LK Lüftungsanlage REKU 10 mit Wärmepumpen

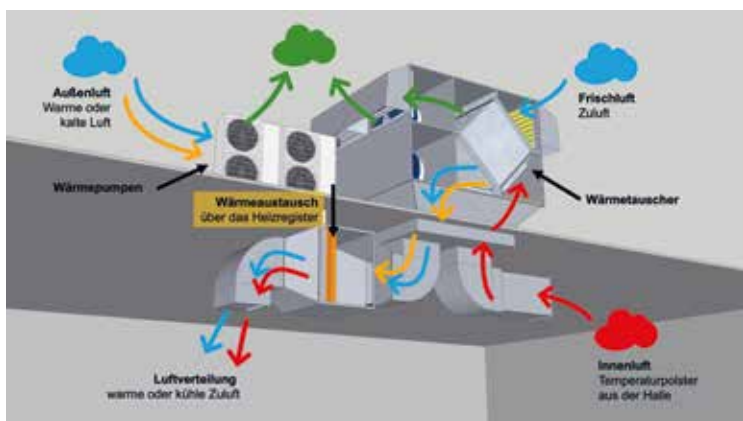
der Verwendung von umweltfreundlichen Materialien und fortschrittlichen Technologien wider. Ein weiterer Schritt in Richtung Zukunft ist die intensive Zusammenarbeit mit der Technischen Hochschule in Nürnberg und einem daraus entstandenen Start-up-Unternehmen. Die Zielsetzung: die Einstellung der Anlagen auf Wasserstoff und eine Ertragssteigerung von aktuell 30% auf 100% innerhalb der nächsten drei bis fünf Jahre.

Interview mit



Harald Wimmer,
Vertriebsleiter
der LK Metallwaren GmbH





LK Metallwaren gestaltet eine nachhaltige Vision für die Zukunft des Anlagenbaus: die LK Lüftungsanlage REKU mit Wärmepumpenpaket

Herausforderungen und Chancen

Ein entscheidender Aspekt ist die Bereitschaft der Kunden, von fossilen Brennstoffen abzurücken. „Immer mehr Unternehmen haben den Wunsch, umweltfreundlichere und nachhaltigere Technologien einzusetzen“, weiß der Vertriebsleiter. „Die Mehrheit treibt den Wandel aktiv voran. Zwar gibt es auch Unternehmen, die aus Kostengründen zögern, dabei handelt es sich jedoch um den kleineren Anteil. Die Bereitschaft zur Umstellung auf nachhaltige Energiequellen ist nicht auf Deutschland beschränkt, sie besteht durchaus auch bei Kunden im Ausland. Natürlich tragen Förderungen und Anreize dazu bei, Unternehmen zu ermutigen, die aufgrund finanzieller Überlegungen bisher noch zurückhaltend sind.“

Auf Wachstumskurs

Trotz der aktuellen Herausforderungen durch geopolitische Ereignisse und den Krieg in der Ukraine ist LK Metallwaren auf Wachstumskurs. Mit zwei Standorten in Deutschland und Aktivitäten in Tschechien, der Slowakei, Österreich, der Schweiz und Frankreich plant das Unternehmen, seine Präsenz weiter auszubauen. Die Herausforderung besteht darin, Mitarbeiter zu finden und sich auf mögliche Veränderungen vor-



LK-Kompaktfiltration mit Prozessbehältern, eine effiziente Lösung mit hohem Wirkungsgrad



KONTAKTDATEN

LK Metallwaren GmbH
Am Falbenholzweg 36
91126 Schwabach
Deutschland
☎ +49 9122 6990
✉ info@lk-metall.de
www.lk-metall.de

zubereiten. „Positiv wirkt sich dabei aus, dass wir bei LK Metallwaren ein offenes und teamorientiertes Umfeld bieten“, meint Harald Wimmer. „Unsere Mitarbeiter sollen sich entfalten können, Ideen einbringen und Fehler ansprechen dürfen. Neben attraktiven Sozialleistungen setzen wir auf Flexibilität, um den Bedürfnissen der Menschen gerecht zu werden, die bei uns arbeiten.“

Auf Stärken bauen

Innovation, Nachhaltigkeit und eine starke Kundenorientierung sind die Stärken, auf die LK Metallwaren auch in Zukunft bauen kann. „Wir stellen nicht nur Anlagen her, sondern begleiten den Kunden während des gesamten Prozesses – von der Planung über die Montage bis hin zum Service“, bestätigt der Vertriebsleiter. Das Green Climate System ist ein Beispiel dafür, wie Kunden maßgeschneiderte Lösungen erhalten, die nicht nur effizient und nachhaltig sind, sondern auch ihren individuellen Anforderungen gerecht werden. Basierend auf Wärmepumpentechnik geht das GCS über herkömmliche Systeme hinaus und ermöglicht die Nutzung von Fernwärme, Nahwärme und umweltfreundlichen Kältemitteln. Die Pläne des Unternehmens für die Zukunft umfassen den gezielten Ausbau des Servicebereichs, eine verstärkte Präsenz auf internationaler Ebene und die Erweiterung der Montageteams. LK Metallwaren hat die Herausforderungen der Vergangenheit erfolgreich gemeistert. Die Perspektiven versprechen weiteres Wachstum und nachhaltigen Fortschritt.



LK Metallwaren bietet durchdachte Lösungen bis ins Detail, hier F10 Schallschutz an einer Werkzeugmaschine mit Schiebetüren

Gemeinsam Zukunft bauen

Nach Jahren des Booms kriselt die Baubranche. Hohe Zinsen und Materialpreise, die Inflation und Fachkräftemangel bei den Handwerksunternehmen sind nur einige Stichworte, die das Spannungsfeld beschreiben, in dem die Branche zurzeit agiert. Simone Hauser-Banholzer, Geschäftsführerin der Hauser Massivbau GmbH, sieht die aktuelle Krise als Chance für Rückbesinnung auf Werte und Qualität und vor allem auf Menschlichkeit.

Interview mit

Simone Hauser-Banholzer,
Geschäftsführerin
der Hauser Massivbau GmbH

Wirtschaftsforum: Frau Hauser-Banholzer, was ist das Besondere an Ihrer Bauweise?

Simone Hauser-Banholzer: Mein Vater das Unternehmen 1978 gegründet. Sein Traum war es immer, ein Bausystem anzubieten, das so schnell und so trocken wie ein Holzhaus ist, aber gleichzeitig auch so massiv, dass es Schall und Wärme dämmt. Er hat

dann nach und nach ein eigenes System entwickelt. Wir haben Fertigteile aus Liaplan-Steinen in der Produktion gemauert und diese dann auf die Baustelle gefahren. Danach wurden aus dem gleichen Baustoff Liapor massive Fertigteile gegossen. Das System ist anders als der typische Plattenbau, den man aus der ehemaligen DDR kennt. Die Wände unseres Systems regeln die Wasser- und Wärmeaufnahme und -abgabe. In einem zweiten Schritt haben wir eine Halle für die Produktion von Fenstern, Türen und Dämmung gebaut. Trotzdem waren die Wän-

de immer noch nass, wenn sie auf die Baustelle kamen. Deshalb haben wir eine Kammer mit 75 Grad entwickelt, in die wir unsere Wände zum Trocknen einstellen. Wir trocknen die Wände hier bis auf die Kernfeuchte herunter. So hat man auf der Baustelle ein Haus, so schnell und so trocken wie ein Holzhaus, aber massiv, mit Fenstern, Rollläden, Türen und Elektro-rohren. Wir haben unser System sukzessive zum Komplettsystem weiterentwickelt und sind damit einzigartig am Markt. Wir bieten den Menschen also das Beste aus zwei Bauwelten. Sie müs-

sen sich nicht zwischen einem Holz- und einem Massivhaus entscheiden. Die Schalldämmung ist hervorragend. Jetzt, wo die Sommer immer wärmer werden, hat man zudem den Vorteil der Wandspeicherung. Auf der Liapor-Wand liegt die Dämmung, die das Haus gegen die Sonneneinstrahlung schützt. Bei der Stein-auf-Stein Bauweise nimmt der Stein irgendwann die Wärme auf und man hat einen Backofen-Effekt. Im Sommer kann man nachts die Fenster aufmachen und die kühlere Luft reinlassen. Die Wand speichert diese und man hat den



Über die Hauser Bauweise verringert sich die Bauzeit auf der Baustelle signifikant; hier ein Bauprojekt an der Hopfenstraße in Vöhringen



Hauser verbindet das Beste aus zwei Welten, aus der Holz- und der Massivbauweise



Ein Blick in ein Hauser Kundenhaus



Hauser Häuser stehen für Qualität, Performance und formschöne Optik

ganzen Tag ein kühles Haus. Im Winter funktioniert es umgekehrt. Die Wand speichert die warme Heizungsluft – das Haus ist den ganzen Tag warm, auch wenn man lüftet. Unser System ist somit hochgradig nachhaltig.

Wirtschaftsforum: Wie beurteilen Sie die aktuelle Situation der Branche?

Simone Hauser-Banholzer: Wir alle wussten, dass der Billigboom der letzten Jahre nicht anhalten kann. Unsere Handwerker sind seit Jahren total überlastet. Auch

die Materialknappheit und Probleme in den Lieferketten waren lange ein Problem. Langsam normalisiert sich alles wieder. Die Materialien kommen wieder, die Preise normalisieren sich und Handwerker werden wieder verfügbar. Ich sehe diese Krise als große Chance für uns alle. Jetzt geht es nicht mehr um höher, schneller, weiter, sondern um Wertigkeit. Wir haben schon vor zwei Jahren die Hauser Bauträger GmbH gegründet, damit wir auch eigene Bauplätze zur Verfügung haben und noch flexibler sind. Zudem haben wir stark

auf Digitalisierung gesetzt. Auf unserer Website kann man mit der „Hauser Sofa-Tour“ in eine 360-Grad-Welt eintauchen und unsere Häuser sowie auch unsere Produktion und Baustellen besichtigen. Unser Begriff „OpenHauser“ steht dafür, dass bei uns immer die Türen offen stehen, dass man immer und überall bei uns reinschauen kann und Informationen bekommt. Auch dies ist ganz im Einklang mit unserer Politik der Transparenz, mit der wir unseren Anspruch an uns selbst „Bauen ohne Rechtsstreit“ erfüllen.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihre Vision für die Zukunft des Unternehmens?

Simone Hauser-Banholzer: Es muss in den Unternehmen, in der Gesellschaft, wieder mehr um den Menschen gehen, nicht nur um Zahlen und Daten. Wir erleben ja aktuell, dass diese Art der Leistungsgesellschaft mit Vollgas an die Wand fährt. Werte und Herzlichkeit müssen wieder wichtig werden. Unsere Vision ist „Gemeinsam Zukunft bauen.“

Diese erreichen wir nur, wenn die Leute wieder „Bock auf Montag“ haben, also mit Freude zur Arbeit kommen. Wir sind Menschen und keine Leistungsmaschinen. Deshalb arbeiten wir konsequent daran, für unsere Mitarbeiter ein berufliches Zuhause zu schaffen. Ich wünsche mir „ein besseres Morgen“, ein enkeltaugliches Morgen, auf der Basis einer wertschätzenden Art miteinander und im Einklang mit der Natur. Wir Menschen müssen dazu wieder erkennen, was wir sind und was wir können. Dann wird diese Welt wieder ein ganz anderer Ort.



Ein Hauser Referenzprojekt an der Rötenuhle in Vöhringen



KONTAKTDATEN

Hauser Massivbau GmbH
Robert-Bosch-Straße 18
72189 Vöhringen
Deutschland

☎ +49 7454 95940

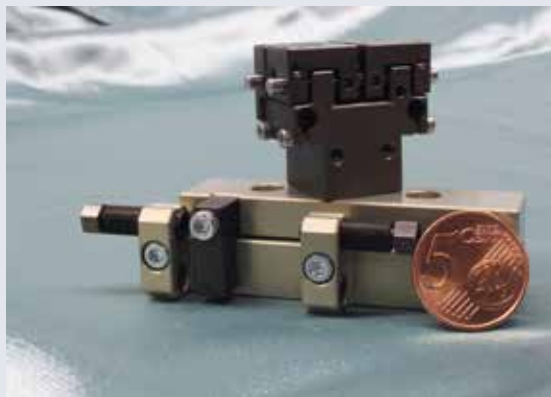
✉ +49 7454 959430

kontakt@hausermassivbau.de

www.hausermassivbau.de

Automatisierungstechnik im Baukastensystem

Hier passt alles zusammen: Als Qualitätshersteller in der Automatisierungstechnik konstruiert und fertigt die Friedemann Wagner GmbH in Gosheim seit fast 45 Jahren pneumatische Module im Baukastensystem. Das Familienunternehmen hat seinen Platz in den Nischen gefunden – mit Handhabungs- und Automatisierungstechnik, deren Nutzen im Detail liegt.



Pneumatischer Miniaturschlitten mit passendem pneumatischem Minigreifer



Pneumatischer Minischwenkantrieb mit Luftdurchführung in den drehenden Turm auf einem Minigreifer

Seit nunmehr fast 45 Jahren ist die Friedemann Wagner GmbH ein Familienbetrieb. 1979 wurde das Ursprungsunternehmen von Friedemann Wagner und einem Partner gegründet. Seit 2013 führen seine beiden Kinder Andreas Wagner als Geschäftsführer und Monja Hermlé als Kaufmännische Leiterin den Betrieb in 2. Generation, wobei ihnen der Seniorchef bei Bedarf gerne zur Seite steht. Der Slogan „Qualität, die bewegt“ gilt bei Friedemann Wagner sinngemäß von Beginn an: Das Unternehmen fertigt erfolgreich hochpräzise Schwenk-, Rundtakt-, Hub-, Linear- und Greifeinheiten. „Unsere Stärken liegen in der eigenen Konstruktion, Produktion

und Montage, unserem großen internen Know-how und der hohen Fertigungstiefe“, fasst Jörg Herre, Leiter Vertrieb und Marketing, zusammen.

Präzise Qualitätsbauteile

Friedemann Wagner bietet pneumatische Module im Baukastensystem, die in diversen, aufeinander abgestimmten Baugrößen verfügbar sind. Alle Produkte werden im Haus entwickelt, produziert und montiert. „Unser Schwerpunkt sind Module für rotative Bewegungen, schwenkend oder drehend. Die Schwenkmodule haben einen Drehwinkel von 180 Grad. Daneben fertigen wir auch Module für für lineare

Bewegungen in horizontaler oder vertikaler Richtung“, erklärt Jörg Herre. Standardprodukte hat das Unternehmen auf Lager, sie können je nach Bedarf und Stückzahl

Interview mit



Jörg Herre,
Leiter Vertrieb und Marketing der
Friedemann Wagner GmbH

als kundenspezifische Lösungen abgeleitet werden. Jörg Herre führt aus: „Unsere Produkte werden in die Prozesskette der Kunden eingebaut. Sie sind für sich keine fertigen Produkte, sondern Teil der Automatisierungsanlage.“ Bei Kundenanwendungen ist Friedemann Wagner breit aufgestellt. Sie reichen vom Bedrucken und Lasern bis zur Automobilindustrie und Medizintechnik. Auch klassische Drehereien nutzen die Produkte. Bei den Kunden handelt es sich meist um Anbieter von Automatisierungslösungen, aber auch um direkte Anwender wie etwa Fertiger, die die Baugruppen



Der Unternehmenssitz von Friedemann Wagner in Gosheim



Pneumatischer Schwenkantrieb mit Sensoren, Anschlagsschrauben und Dämpfern, bei dem alle Störkanten auf einer Seite liegen

selbst in ihre Automatisierung integrieren. „Ein großer Teil der Kunden sind namhafte OEMs“, so der Marketing- und Vertriebsleiter. Mit der 2. Familiengeneration ist Friedemann Wagner 2015 auch in den Direktvertrieb eingestiegen, nachdem zuvor ausschließlich Händler beliefert worden waren. „Das hat den Vorteil, dass wir unsere Kunden und ihre Problemfälle jetzt besser kennen“, so Jörg Herre, der meist direkten Kontakt zu den Konstrukteuren der Kunden hat.

Der Nutzen liegt im Detail

Die Gründe dafür, dass Friedemann Wagner seit Jahrzehnten erfolgreich am Markt besteht, sieht Jörg Herre insbesondere in der Qualität der Produkte. „Sie zeichnen sich aus durch hohe Präzision, Wiederholungsgenauigkeit, Robustheit und Langlebigkeit sowie Zuverlässigkeit. Weiterhin ist es für uns von Vorteil, dass wir branchenübergreifend tätig sind – wir bedienen mit unseren

Qualitätsprodukten vor allem Kunden mit hohen Ansprüchen und



„Pneumatik ist heute nicht so schlecht wie ihr Ruf.“

Jörg Herre,
Leiter Vertrieb und Marketing

finden uns so meist in Nischen wieder.“ Der Nutzen der Produkte liegt im Detail. So bietet Friedemann Wagner beispielsweise eine Schwenkeinheit mit 190 Grad statt standardmäßig 180 Grad. Der Einstellwinkel ist von außen zu verändern, ohne dass das Bauteil zerlegt werden muss, was die Inbetriebnahme erleichtert.

Direktvertrieb ausbauen

Intern ist das Thema Fachkräfte ein wichtiges Thema. „Der Familienbetrieb lebt von seinen Fachkräften, die die Verantwortung zur Qualität mittragen. Unsere Mitarbeiter müssen flexibel sein,

um unterschiedliche Etappen im Konstruktions- und Produktionsprozess bearbeiten zu können“, betont Jörg Herre. Er berichtet von einer steigenden Nachfrage an Automationen aufgrund des Fachkräftemangels. „Dadurch muss die Automatisierung mehr Aufgaben übernehmen.“ Die Pneumatik habe fälschlicherweise nicht den besten Ruf, denn moderne Kompressoren, Sensorik, die Verbreitung der Druckluft, die simple Einbindung und das ungefährliche Medium Luft bringen unschlagbare Vorteile in der Automation. Für die Zukunft liegt der Fokus im Unternehmen darauf, bestehende Kunden zu halten und neue zu gewinnen. Der



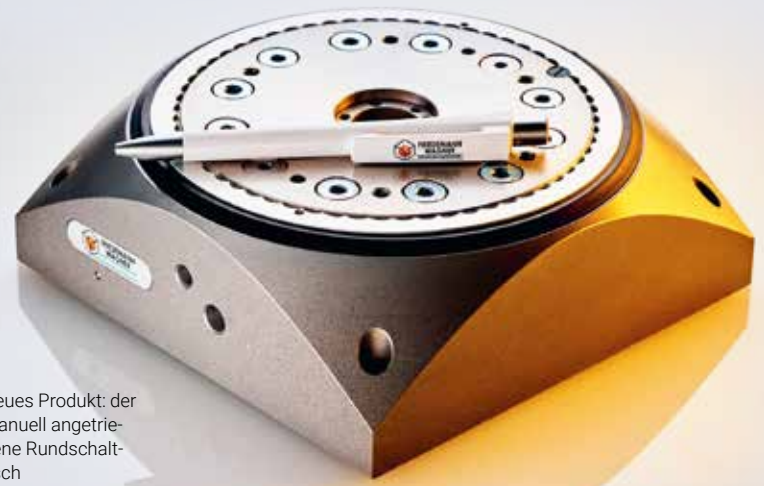
KONTAKTDATEN

Friedemann Wagner GmbH
Robert-Bosch-Straße 5
78559 Gosheim
Deutschland
☎ +49 7426 949000
✉ +49 7426 949009
info@wagnerautomation.de
www.wagnerautomation.de

Herre möchte neben der Firma an sich auch deren Rundschalttische bekannter machen. Ein wichtiges neues Produkt ist in diesem Zusammenhang der handgetriebene Rundschalttisch, der nicht angetrieben, sondern durch das Bedienpersonal gedreht wird und automatisch einrastet. Zur aktuellen Situation von Friedemann Wagner am Markt sagt er: „Die Coronakrise mit dem Rückgang an Investitionen und Problemen bei der Materialverfügbarkeit haben wir gut überstanden, weil wir in vielen Branchen unterwegs und bodenständig aufgestellt sind.“



Direktvertrieb soll weiter ausgebaut werden. Zudem soll sich der Anteil an Standardprodukten erhöhen. Aktuell ist der Großteil der Produkte kundenspezifisch. Jörg



Neues Produkt: der manuell angetriebene Rundschalttisch

Für eine Welt ohne Kabel

In einer Welt, die unaufhaltsam auf nachhaltige Energiequellen zusteuert, gewinnen Akkus zunehmend an Bedeutung. Diese kleinen, aber leistungsstarken Energiespeicher sind zu unverzichtbaren Komponenten in unserem täglichen Leben geworden, sei es in unseren Smartphones, Elektrofahrzeugen oder sogar in der Speicherung erneuerbarer Energien. Die Akku Power GmbH ist seit über 30 Jahren einer der erfolgreichsten international vertretenen Akkupack-Systemhersteller Deutschlands.

Wirtschaftsforum: Herr Bech, wie konnte sich die Akku Power GmbH als einer der führenden Akkupack-Systemhersteller etablieren?

David Bech: Seit 1991 entwickeln wir individuelle Akku- und Ladetechnologien. Wir waren schon immer auf der Suche nach innovativen Lösungen, um unseren Produkten einen Marktvorsprung zu verschaffen. Deswegen können wir heute auf einen breiten Erfahrungs- und Wissensschatz zurückgreifen, der es uns ermöglicht, die Anliegen unserer Kunden in technische Lösungen zu transformieren. Von der Pro-

totypenentwicklung, die auch die Hard- und Software einschließt, der Serienproduktion bis hin zur Sicherheitsabnahme und Zertifizierung haben wir unsere eigenen Entwicklungs- und Produktionsstandorte in Deutschland und Tschechien. Ein weiterer Erfolgsgarant ist, dass wir für unsere Akkumulatoren nur namhafte und qualitativ hochwertige Akkuzellen führender Anbieter einsetzen.

Wirtschaftsforum: Wie ist Akku Power entstanden?

David Bech: Mein Vater gründete 1991 die Akku Power GmbH, die

ich 1997 übernahm. Firmenziel war die Entwicklung und Herstellung von Akku- und Ladetechnik zur kraftvollen elektrischen Versorgung von Geräten der Industrie, des Handwerks, der Medizin und der E-Mobility. Damals haben wir die erste flackerfrei startende Akku-Leuchtstofflampe patentieren lassen. Der Schwerpunkt lag damals auf eigenen Akku Power-Produkten. Unser größter Meilenstein war, die Lithium-Ionen-Technologie serientauglich zu produzieren, mit der wir uns erstmals 1997 auseinandergesetzt hatten. 2000 haben wir das erste Projekt auf Basis dieser Technologie entwickelt, heute sind die

Lithium-Ionen-Akkus aus der Welt der Energiespeicher nicht mehr wegzudenken. Da wir aus dem Power-Tool-Bereich kommen, haben wir schon damals speziell für dieses Segment eine Lösung mit der notwendigen Schutzelektronik entwickelt und waren damit Pioniere. Mit der neuen Technologie konnten wir neue Märkte und Branchen erschließen, deren Anforderungen wir auf Basis unserer Erfahrung und unseres Know-hows ebenfalls erfüllen konnten. Heute liegt der Schwerpunkt jedoch im OEM-Bereich.

Wirtschaftsforum: Für welche Anwendungsbereiche werden Ihre

Interview mit



*David Bech,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der Akku Power GmbH*



Die Akku Power GmbH ist seit über 30 Jahren einer der erfolgreichsten international vertretenen Akkupack-Systemhersteller Deutschlands



Akku Power bietet komplexe, qualitativ hochwertige und leistungsstarke Akkus



Ein aktuelles Highlight aus dem Hause Akku Power ist das neue 500-Volt-Akkusystem



Die Akku Power GmbH überzeugt mit höchster Qualität, Leistungsfähigkeit und Innovationskraft

Akkupack-Systeme heute eingesetzt?

David Bech: Heute bieten wir unsere Lösungen nicht nur für Power Tools und Gartentechnik an, sondern auch für E-Bikes, Lastenräder, Surfbretter, Bootsantriebe, Baumaschinen, Industriegeräte, OP-Lampen, spezielle Robotergehäuse oder Fotoapparate. Aktuell haben wir ein tragbares Lithium-Speichermodul entwickelt. Wir als Akku Power sind nicht nur ein reiner Entwickler und innovativer Hersteller von Akkumulatoren und Ladegeräten, sondern auch von weiteren Komponenten, die unter anderem auch im Tool vorzufin-

den sind, wie Motorcontroller, Steuereinheiten und IoT-Elemente für eine intelligente Steuerung. Wir entwickeln und produzieren für unsere Kunden ein Rundum-Paket.

Wirtschaftsforum: Akku Power hat in den vergangenen Jahren immer wieder innovative Produkte auf den Markt gebracht. Was ist ein aktuelles Highlight in Ihrem Portfolio?

David Bech: Unser aktuelles Highlight ist unser neues 500-Volt-Akku-Schnellwechselsystem, geeignet für eine Leistung bis 35 kW, auf kleinstem Raum. Unser

High Voltage System ermöglicht Motorrädern eine größere Reichweite, verbraucht weniger Rohstoffe und verursacht geringere Energieverluste als herkömmliche Niedervoltssysteme.

Wirtschaftsforum: Als deutsches Unternehmen haben Sie mittlerweile Kunden rund um den Globus. Wie schaffen Sie es, wettbewerbsfähig zu bleiben?

David Bech: Wir überzeugen mit Leistung, Qualität und innovativen Produkten, und erreichen damit einen Exportanteil von weltweit 50%. Vor allem Amerika ist ein stark wachsender Markt für uns, verbunden mit attraktiven Angeboten, auch dort ein Werk zu eröffnen. Darüber denken wir selbstverständlich nach. Denn leider setzt sich die deutsche Politik zu wenig für den Mittelstand ein. Wir müssen im Vergleich zu ausländischen Konkurrenten höhere Steuern und Energiekosten aufbringen und auch mit anderen Hürden kämpfen. Dennoch halten wir an unseren Produktionsstandorten fest. Wir haben 2019



KONTAKTDATEN

Akku Power GmbH
Gottlob-Bauknecht-Straße 5
73614 Schorndorf
Deutschland
☎ +49 7181 977350
✉ +49 7181 9773529
info@akku-power.com
www.akku-power.com

entschieden, in die Automatisierung zu investieren, um damit Innovation und die erfolgreiche Entwicklung qualitativ hochwertiger Produkte zu stärken. Damit konnten wir die Effektivität entscheidend steigern. Unsere Marke setzen die Anwender mit Topqualität und langer Lebensdauer in Verbindung. Dies wollen wir konstant mit nachhaltigen Produkten optimieren und weiterentwickeln. In der Mobilitätswende sehen wir noch sehr viel Potenzial für uns.



Von der Prototypenentwicklung bis hin zur Sicherheitsabnahme hat Akku Power eine eigene Produktion in Deutschland und Tschechien



Mit Investitionen in die Automatisierung konnte die Effektivität in der Produktion maßgeblich gesteigert werden

Eine Reise durch Innovation und Nachhaltigkeit in der Kältetechnik

Im komplexen Gefüge der Unternehmenswelt erzählt die Geschichte der Kälte Eckert GmbH von Innovation, Nachhaltigkeit und visionärer Führung. Aus bescheidenen Anfängen in den 1960er-Jahren hat sich das Unternehmen zu einem nationalen Technologieführer in der Kälte- und Klimatechnik entwickelt. Im Interview mit Wirtschaftsforum schildert Holger Eckert, CEO, wie das Streben danach, ein Vorbild zu sein, insbesondere im Bereich natürlicher Kältemittel zum Erfolg geführt hat.

Wirtschaftsforum? Herr Eckert, können Sie uns durch die bedeutendsten Meilensteine in der Entwicklung von Kälte Eckert führen?

Holger Eckert: Unsere Reise begann 1966, als mein Vater, Horst Eckert, das Fundament als Ein-Mann-Betrieb legte. Im Laufe der Jahre erweiterten wir unser Angebot, gründeten 1986 die GmbH und sicherten bedeutende Aufträge von Giganten wie IBM, Daimler, Mercedes, Lufthansa und Novartis. 1995 erfolgte die Gründung als verlängerte Werkbank der von meinem Bruder Michael Eckert geleiteten EM Polar in Tschechien. Unsere frühzeitige Konzentration auf natürliche Kältemittel in den 1990er-Jahren zeugte von unserer Umweltverantwortung. Ab 2000 übernahmen mein Bruder und ich die Geschäftsführung,

und 2017 entstand die Kälte Eckert Gruppe als Technologieführer im Süden Deutschlands. Ab 2022 entwickelten wir die Idee und Struktur einer Holdingmarke, um als Technologieführer in ganz Deutschland präsent zu sein.

Wirtschaftsforum: Hinter jedem erfolgreichen Unternehmen stehen erfolgreiche Menschen. Wie gestaltet sich die Kontinuität und die Zusammenarbeit bei Kälte Eckert?

Holger Eckert: Bei Kälte Eckert betrachten wir Kontinuität als einen der Schlüssel zu unserem Erfolg. Die 'erfolgreichen' Köpfe sind nicht nur die in der Geschäftsführung, sondern schließen alle Mitarbeiter ein. Von Anfang an haben wir auf ständige Fort- und Weiterbildung gesetzt, mit unserer

Interview mit
Holger Eckert,
CEO
der Kälte Eckert GmbH



eigenen Akademie als Rückgrat. Die Vision meines Vaters, unterstützt von unserer Mutter Irmgard Eckert in der Buchhaltung, bildet die Grundlage. Wir haben nicht nur beeindruckende Persönlichkeiten in der Geschäftsführung, sondern auch auf allen Ebenen im Unternehmen. Offenheit, Respekt und Engagement sind für uns keine leeren Worte, sondern täglich gelebte Prinzipien, die sich auch

außerhalb der Arbeit bei Events wie dem Kälte Eckert-Cup widerspiegeln.

Wirtschaftsforum: Was sind die herausragenden Leistungen von Kälte Eckert heute und was erwartet uns in der Zukunft?

Holger Eckert: Während viele Anbieter technisch einfache Kälte- und Klimaanlage liefern können,



Gemäß dem Firmenmotto 'Natürlich. Besser. Gemeinsam.' strebt Kälte Eckert die technische Führung bei den umweltschonenden natürlichen Kältemitteln an



Kälte Eckert plant und installiert Kälteanlagen in jeder Größe und mit unterschiedlichen Technologien



Die Stärke von Kälte Eckert liegt in der Realisierung sowohl von wirtschaftlichen als auch umweltschonenden Anlagen durch die Verwendung natürlicher und umweltschonender Kältemittel

streben wir stets danach, besser zu sein. Nicht nur technisch, sondern auch im Dienstleistungsgedanken und im Full Service mit nachhaltiger Aftersales-Betreuung und höchsten Qualitätsstandards. Bevor wir handeln, hören wir zuerst zu – sowohl dem Kunden als auch unseren Partnern. Gemäß unserem Motto 'Natürlich. Besser. Gemeinsam.' bauen wir hocheffiziente Anlagen und sind Technologieführer bei natürlichen Kältemitteln. Zukünftig wird die Beratungsleistung immer wichtiger, insbesondere im Kontext der neuen F-Gase-Verordnung. Der Full Service für technisch anspruchsvolle Anlagen, kundenspezifische Lösungen und die Weiterentwicklung natürlicher Kältemittel stehen ebenfalls im Fokus.

Wirtschaftsforum: Für welche Werte steht Ihr Unternehmen?

Holger Eckert: Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von Vertrauen, Respekt, Neugierde und Freude am eigenen Tun. Diese Werte sind nicht bloß Leitlinien, sondern werden täglich gelebt. Unsere Türen stehen für unsere Mitarbeiter und ihre Anliegen immer offen. Wir bieten individuelle Lösungen, setzen auf Inklusion, flexible Arbeitsmodelle und fördern Mitarbeiter durch Ausbildung und Karrierechancen. Auch unser Engagement für soziale Projekte und Umweltschutz spiegelt unsere Werte wider.

Wirtschaftsforum: Welche Schwerpunktthemen charakterisieren die nächsten Jahre und welche Ziele wollen Sie erreichen?

Holger Eckert: Die kommenden Jahre werden von Wachstum, Integration neuer Unternehmen, der F-Gase-Verordnung und der beschleunigten digitalen Transformation geprägt sein. Der Wissenstransfer und die Sicherung gleicher technologischer Standards innerhalb der Unternehmensgruppe stehen im Fokus. Ziel ist es, das Referenz- und Kompetenzzentrum für natürliche Kältemittel zu sein, Kälte Eckert als führende Marke in diesem Bereich zu etablieren und ein Vorbild für die Branche zu werden.

Wirtschaftsforum: Was motiviert Sie persönlich?

Holger Eckert: Vielleicht eine gewisse Dankbarkeit für die Möglichkeiten, die mir durch diese

Aufgabe als Geschäftsführer in unserem Unternehmen gegeben werden. Die Position als 'Macher' aktiv zu leben und das Wachstum der Gruppe voranzutreiben, sind persönliche Anliegen. Es geht nicht nur darum, ein Unternehmen zu führen, sondern die Branche so umweltgerecht wie möglich zu gestalten – für die nächsten Generationen.



KONTAKTDATEN

Kälte Eckert GmbH
Maulbronner Weg 39
71706 Markgröningen
Deutschland
☎ +49 7145 96000
info@kaelte-eckert.de
www.kaelte-eckert.de



Unser Antrieb: Präzision

Nicht nur für Unternehmen der Automobil- und Werkzeugindustrie ist der Schleifmaschinenhersteller Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH in Nordrach seit über 60 Jahren der Partner für Präzision. Das Familienunternehmen aus dem Schwarzwald ist heute eine international aufgestellte Gruppe und Weltmarktführer im Bereich des CBN-Schleifens. Geschäftsführer und CTO Joachim Himmelsbach berichtet im Gespräch mit Wirtschaftsforum von patentierten Technologien und energiesparenden Antrieben.

Interview mit



*Joachim Himmelsbach,
Geschäftsführer und CTO
der Erwin Junker
Maschinenfabrik GmbH*

Wirtschaftsforum: Herr Himmelsbach, JUNKER hat 2022 60-jähriges Bestehen gefeiert. Beginnen wir mit einem Rückblick – wie verlief die Entwicklung des Unternehmens?

Joachim Himmelsbach: Die Firma wurde 1962 von Erwin Junker gegründet. Ihre Geschichte begann in einer stillgelegten Getreidemühle. Dort brachte man in den nachfolgenden Jahren immer wieder bahnbrechende Maschinenentwicklungen hervor, und das Unternehmen wuchs stetig. 1995 wurde das Technologiezentrum an unserem heutigen Sitz in Nordrach eröffnet. Es wurde immer mit Weitsicht gehandelt. So wurde bereits 2016 die Nachfolge geregelt und bestimmt, dass das Unternehmen nach dem Tod des Gründers in eine Stiftung übergeht. Ich bin selbst schon seit 31 Jahren bei JUNKER, habe hier meine Lehre gemacht und bin durch verschiedene Positionen intern zum Geschäftsführer berufen worden.

Wirtschaftsforum: Wie ist das Unternehmen jetzt aufgestellt?

Joachim Himmelsbach: JUNKER ist heute eine Gruppe mit 14 Niederlassungen, auch im Ausland. Eine Tochter von uns ist die LTA Lufttechnik GmbH. Sie ist im Bereich der Filtration tätig. Schwerpunkt der Gruppe ist aber das Schleifen. An unserem Firmensitz in Nordrach sind 400 Mitarbeiter beschäftigt. Weltweit hat JUNKER 1.200 Beschäftigte.

Wirtschaftsforum: Wie sieht Ihr Produktportfolio aus?

Joachim Himmelsbach: Wir sind Sondermaschinenbauer im Bereich der Schleiftechnik in allen Formen und bieten alle Arten von Applikationen. Ein neuer Bereich ist die Automatisierung. Nach Kundenwunsch stellen wir die kompletten Maschinen her und bieten auch die gesamte Anbindung. Wir haben eine Palette von Standardprodukten, sogenannte Plattformen, die wir nach Kundenwunsch anpassen. Die kleinen Maschinen sind für Bearbeitungsteile von bis zu 150 mm geeignet, die großen für bis zu 5.000 mm. Da die Lebenszyklen für die Applikationen bei den Kunden immer kürzer werden, bieten wir Maschinen, die einfach umge-



KONTAKTDATEN

Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH
Junkerstraße 2
77787 Nordrach
Deutschland
☎ +49 7838 840
✉ +49 7838 84302
info@junker.de
www.junker-group.com

Hochgeschwindigkeitsschleifmaschine JUMAT 2000



JUNKER liefert für jedes Werkstück die passende Schleifmaschine

rüstet werden können. JUNKER verfügt über viele Patente. Eines unserer bekanntesten Produkte ist die JUNKER QUICKPOINT Maschine, die wir bereits 1985 entwickelt haben. Mit der patentierten Technologie des Schleifverfahrens haben wir ein Alleinstellungsmerkmal im Hinblick auf die hohe Flexibilität in Verbindung mit Hochgeschwindigkeitsschleifen. So etwas ist sonst am Markt nicht verfügbar.

Wirtschaftsforum: An wen verkaufen Sie Ihre Produkte?

Joachim Himmelsbach: Der Verkauf erfolgt direkt an den Kunden, also den Anwender. Denn für uns ist es wichtig, dass wir seine Probleme verstehen. Unser Vertrieb hält deshalb engen Kontakt zu den Entwicklungsabteilungen unserer Kunden. Wir beliefern diverse Branchen; viele unserer Kunden sind im Automobil- und Zulieferbereich tätig. Weitere Branchen sind Agrar, Energie – hier die Stromerzeuger –, Luftfahrt und Baumaschinen, um nur einige zu nennen. Unsere Kunden bearbeiten heute zu 90 bis 95% Stahlerzeugnisse, aber auch Glas, Gummi, Keramik oder

Verbundstoffe, etwa bei hartstoffbeschichteten Brems scheiben.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die Marktentwicklung aktuell?

Joachim Himmelsbach: Durch Corona hatte die Branche starke Einbrüche. Die Lieferketten waren nur schwer aufrechtzuerhalten. Es gab viel Verunsicherung und Verzögerungen durch Lieferkettenprobleme. Der Markt hat sich aber erholt. Derzeit ist die Situation gut, da sich viele Autohersteller auf die neue E Mobilität einstellen. Sie und auch die Zulieferer benötigen daher neue Maschinen. Unsere Preise sind allerdings gestiegen. In Europa ist dafür die Akzeptanz da, im Ausland teilweise weniger.

Wirtschaftsforum: Die Welt wird digitaler, sicherlich auch bei Ihnen. Welche Rolle spielt für Sie die digitale Transformation?

Joachim Himmelsbach: Sie ist für uns in zweierlei Hinsicht wichtig. Zum einen intern, was die Optimierung der Prozesse vom Angebot bis zur Rechnungserstellung und Lieferung angeht. Hier geht es insbesondere auch

um Transparenz für den Kunden. In externer Hinsicht heißt das Thema vollumfängliche Automatisierung. Sie ermöglicht sowohl die Rückverfolgung als auch die Prävention in der Wartung.

Wirtschaftsforum: Die Erfolgsgeschichte von JUNKER ist ja nun über 60 Jahre alt. Was sind Ihrer Meinung nach die Gründe für den langjährigen Erfolg des Unternehmens?

Joachim Himmelsbach: Ein wichtiger Erfolgsfaktor ist, dass wir keine Maschinen verkaufen, sondern Lösungen. Das bedeutet, wir bieten das gesamte Paket inklusive der elektrischen Anbindung in das Netz des Kunden mit den vor- und nachgelagerten Maschinen – in das gesamte Hallennetz also. Wir kümmern uns zum Beispiel auch um die Kühlmittellösung sowie Prozessintegrationen.

Wirtschaftsforum: Der Fachkräftemangel ist in aller Munde. Wie stellt sich die Situation bei Ihnen dar?

Joachim Himmelsbach: Wie andere Unternehmen auch haben wir Probleme bei der Suche nach

Fachkräften. Das gilt insbesondere in Europa. Die Niederlassungen im Ausland, in den USA oder China, sind davon nicht betroffen. Die JUNKER Gruppe hat sich immer für ihre Mitarbeiter, insbesondere auch für die Förderung ihrer Gesundheit und ihr Wohlbefinden, eingesetzt. Und wir arbeiten weiter an attraktiven Modellen für die Beschäftigten.

Wirtschaftsforum: Ein weiteres wichtiges Thema ist die Nachhaltigkeit. Welche Rolle spielt sie in Ihrem Unternehmen?

Joachim Himmelsbach: Wir engagieren uns seit vielen Jahren für Nachhaltigkeit und haben jetzt zum dritten Mal in Folge die EcoVadis-Zertifizierung bekommen. Wir haben einen eigenen Geschäftsbereich, der sich mit Retrofit und Generalüberholungen beschäftigt, und bieten unseren Kunden die Möglichkeit, ihre Maschinen für einen zweiten Lebenszyklus zu verwenden, um Ressourcen zu sparen. Ein weiterer Ansatz ist das Energiesparen. Bei den neuen Maschinen setzen wir auf die modernsten Antriebstechnologien, die strom- und kühlmittelsparend sind. Im Vergleich zu früheren Jahren können wir dadurch drastische Einsparungen verzeichnen. 2021 haben wir den Umwelttechnikpreis des Landes Baden-Württemberg erhalten.





Seit 1985 bewährt:
Die Hochleistungsschleif-
maschine QUICKPOINT



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Schleifmaschinen

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1962

Struktur: Unternehmen der JUNKER Gruppe

Niederlassungen: Nordrach (Firmensitz), 14 Standorte der Gruppe in Deutschland, Tschechien, USA, Mexiko, Brasilien, Indien, China

Mitarbeiter: 400 (1.200 weltweit)

Export: ja

Leistungsspektrum

Sondermaschinen aus der Schleiftechnik für Teile von
0 mm bis 5.000 mm

Messen und Ausstellungen

Global Industrie Paris, FEIMEC Sao Paulo, GrindingHub Stuttgart, IMTS
Chicago, AMB Stuttgart

Philosophie

Partner for Precision

Zukunft

Dem Wettbewerb immer zwei Schritte voraus sein

Wirtschaftsforum: Werfen wir noch einen Blick in die Zukunft: Was ist Ihr Ziel für die kommenden Jahre?

Joachim Himmelsbach: Mir persönlich ist es wichtig, Lösungen zu finden, mit denen wir den Kunden zufriedenstellen können. Deshalb wollen wir immer zwei Schritte vor dem Wettbewerb sein. Unser Slogan lautet: „Partner for Precision“. Dahinter steht auch der Gedanke, dass der Kunde mit unserem Produkt einen wirtschaftlichen Vorteil erzielen kann, heute und in der Zukunft.

Wirtschaftsforum: Gibt es etwas, das Sie sich von der Politik wünschen würden?

Joachim Himmelsbach: Wohl nahezu jedes Unternehmen in Deutschland hat mit der Bürokratie zu kämpfen. Wir müssen im Vergleich zu anderen Ländern erheblich mehr Aufwand leisten. Hier würde ich mir Optimierungen wünschen. Ein weiterer Hemmschuh der deutschen Wirtschaft sind die vorgeschriebenen Auflagen und Sanktionen, die in Deutschland erheblich strenger sind als in anderen Ländern Europas. Damit machen wir vor allem den Wettbewerb im Ausland stark.

Präzision in Kunststoff

Interview mit

Tobias Wild,

CEO

der Wild & K pfer AG

Neben Formenkomplexitat und vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten überzeugt Kunststoffguss vor allem durch eine hohe Maßgenauigkeit und präzise Detailwiedergabe. Die Wild & K pfer AG aus der Schweiz erfüllt hier seit 45 Jahren höchste Anforderungen ihrer Kunden. Der Experte für Kunststoffprazisionsgu setzt auf eine hohe Wertschöpfungstiefe und begleitet seine Kunden von der ersten Beratung bis hin zur Montage vor Ort.



CEO Tobias Wild



Der Unternehmenssitz der Wild & K pfer AG in Schmerikon, Schweiz

„Als Lohnfertiger geht es bei uns immer um Kunststoffprodukte, um Einzelteile sowie auch um ganze Baugruppen“, erklärt CEO Tobias Wild, der die 2. Generation der Unternehmerfamilie repräsentiert. „Wir decken den gesamten Prozess rund um die Produkte ab, von der Beratung und der Entwicklung der Bauteile mit unserem eigenen Entwicklungsteam über die Werkzeugherstellung und Produktion. Wir produzieren heute auf insgesamt 100 Spritzgussanlagen. Darüber hinaus übernehmen wir auch die Montage und das Finishing sowie die Logistik und selbstverständlich auch Serviceleistungen.“

Industrie und Medizintechnik

1979 gegründet, ist das Unternehmen aus der Tradition heraus im

industriellen Bereich zu Hause. Hier ist man breit aufgestellt und Ansprechpartner für Kunden aus Gebäude- und Elektrotechnik, Haushalt und Sanitär sowie vielen weiteren Bereichen. Seit 2005 ist die Medizintechnik zu einem zweiten Standbein von Wild & K pfer avanciert. „Dieser Bereich bringt spezielle Anforderungen mit sich“, so der CEO. „Der größte Teil unserer Produkte wird im Reinraum gefertigt. Diese Räume werden speziell belüftet und klimatisiert und die dokumentarischen Anforderungen sind entsprechend hoch. Wir bieten hier sowohl Einwegprodukte als auch solche, die mehrfach verwendbar sind, zum Beispiel Chirurgieinstrumente und Stillprodukte.“

Die Kunden von Wild & K pfer stammen aus der ganzen Welt,

wobei die DACH-Region einen signifikanten Anteil ausmacht. Rund die Hälfte des Gesamtgeschaftes entfällt auf Exportaktivitäten.

„Dank unseres hohen Automatisierungsgrades können wir auch als Schweizer Unternehmen international mit den Preisen mithalten“, erklärt Tobias Wild. „Zudem spricht die Qualität unserer Leistung für uns. Wir sind spezialisiert auf hochwertige Produkte, besondere Materialien und einen hohen Grad an Präzision. Nicht zuletzt liefern wir alles aus einer Hand, von der Entwicklung bis zur Auslieferung mit unseren Lkw.“ In der kommenden Zeit will sich Wild & K pfer sowohl im industriellen wie auch medizintechnischen Bereich weiterentwickeln. „Gerade im Bereich der Medizintechnik sehen wir zukünftig

viel Potenzial, vor allem, wenn es um Hochprazisionsteile und Mikrotechnik geht“, so Tobias Wild. „Als Familienunternehmen haben wir stets darauf gesetzt, durch fortlaufende Investitionen in innovative Anlagen langfristige Wettbewerbsfähigkeit zu gewährleisten. Diese Strategie verfolgen wir konsequent, um auch weiterhin erfolgreich im Markt bestehen zu können. Wer uns kennenlernen möchte, hat 2024 die Möglichkeit uns auf folgenden Messen zu besuchen: KPA, MedtecLIVE und Fakuma. Wir freuen uns auf ihren Besuch.“



WILD & K PFER

KONTAKTDATEN

Wild & K pfer AG

Allmeindstrasse 19

8716 Schmerikon

Schweiz

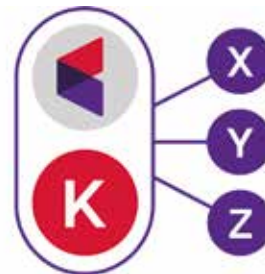
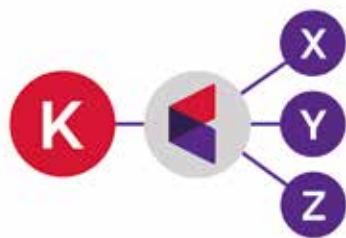
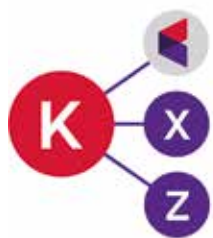
+41 55 286 17 00

info@wildkuepfer.swiss

www.wildkuepfer.swiss

IT im Einklang – Ihr Orchester für mehr Erfolg

Die digitale Welt bietet scheinbar grenzenlose Chancen und Möglichkeiten, gleichzeitig aber auch bisher unbekannte Risiken. Deshalb ist es wichtig, bei der digitalen Transformation einen zuverlässigen und kompetenten Partner an der Seite zu haben, der alle Tools, Prozesse und Lieferanten so aufstellt und orchestriert, dass sie den größtmöglichen Nutzwert für das Unternehmen darstellen. Genau das ist das Konzept der avaris/IT AG aus der Schweiz.



Interview mit
Manuel Domeisen,
Geschäftsführer
der avaris/IT AG

Im Überblick: der Avaris/IT-Ansatz der Orchestrierung aller Tools, Prozesse und Strukturen

Wirtschaftsforum: Herr Domeisen, Digitalisierung ist ein großes Thema. Was ist die Kernkompetenz von avaris?

Manuel Domeisen: Die digitale Transformation ist ein andauernder und komplexer Prozess. Die Grundanforderung der Unternehmen ist immer: IT muss reibungslos laufen. In letzter Zeit wird auch das Thema Sicherheit immer wichtiger. Wir können unseren Kunden die Entscheidungen letztendlich nicht abnehmen, aber wir können uns in ihre Lage hineinversetzen und so eine verständbare Grundlage aufbereiten, auf deren Basis sie fähig sind, die bestmöglichen Entscheidungen zu treffen. Egal, was unsere Kunden brauchen, wir nehmen uns des Themas an und begleiten

sie bei ihrer ganz individuellen Transformation, übersetzen ihre Business-Anforderungen in technische Anforderungen. Dabei sind wir in der Lage, alle Produkte, Prozesse, Tools und Lieferanten aus einer Hand zu orchestrieren. Mit dieser Stoßrichtung sind wir einzigartig am Markt.

Wirtschaftsforum: Was sind aktuell wichtige Themen in den Unternehmen?

Manuel Domeisen: Viele traditionelle Unternehmen stagnieren zurzeit und können nicht mehr wachsen, da sie nicht über die nötigen Prozesse und Technologien für weiteres Wachstum verfügen. Diese Voraussetzungen lassen sich nicht durch Personal ausgleichen. Zudem herrscht am Markt

ein eklatanter Fachkräftemangel. Viele erwischt jetzt gerade die digitale Transformation. In der Coronazeit wurde zwar viel nachgeholt, aber da ging es um Basics. Digitale Transformation bedeutet aber, eine datenzentrierte Firma zu werden, nur dann kann man

künstliche Intelligenz und andere Möglichkeiten nutzen. Ein übergeordnetes Thema ist dabei das Business Continuity Management, das darauf abzielt, das Unternehmen langfristig lebensfähig und widerstandsfähig zu machen.



avaris/IT AG ist Silber-Partnerin des Rechenzentrums Ostschweiz – des energieeffizientesten Rechenzentrums der Schweiz.

avaris/IT baut die Brücke zwischen dem aktuellen Zustand eines Unternehmens und dem angestrebten, modernisierten Geschäftsmodell. Wir helfen dabei, die Ausgangslage zu verstehen und verborgenes Potenzial zu identifizieren. Gemeinsam definieren wir den angestrebten Zustand und gestalten die Transformation mit einem strukturierten Ansatz. Dieser Ansatz ist für Unternehmen jeder Größe geeignet und fokussiert auf Menschen, Prozesse und Daten, um sie zu einer zukunftsfähigen Einheit zu formen.

Wirtschaftsforum: Das Jahr 2024 hat gerade begonnen. Was haben Sie sich vorgenommen?

Manuel Domeisen: Wir sind bereits seit vielen Jahren Partner der Swisscom und werden 2024 als einer der wenigen IT-Partner von Swisscom auftreten. Microsoft 365 ist seit Jahren eines unserer Steckenpferde. Hier sind wir Pioniere und einen Schritt weiter als viele andere Anbieter. Wir werden vor allem aber noch stärker eine beratende Rolle einnehmen, noch mehr Lösungen für Produkte, für Personal- und Interimsanforderungen anbieten.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele verfolgen Sie langfristig?

Manuel Domeisen: Die avaris/IT AG ist im vergangenen Jahr entstanden aus der Fusion der Weibel/IT AG mit der GEOINFO IT AG. In den letzten Monaten haben

wir stark an der strukturellen und prozessualen Integration gearbeitet. Jetzt möchten wir das neue System stabilisieren. Die avaris/IT AG ist Mitglied der GEOINFO-Gruppe und kann damit von einem großen Know-how-Transfer aus verschiedenen Kompetenzen profitieren. Gerade im Baubereich sehen wir durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz und BIM vielversprechende Möglichkeiten. Deshalb blicken wir zuversichtlich nach vorne.



KONTAKTDATEN

avaris/IT AG

Standorte:
Oberdorfstrasse 62
9100 Herisau
Schweiz

Harfenberg 2
9533 Kirchberg
Schweiz

Sandgrube 29
9050 Appenzell
Schweiz

+41 58 5901002
info@avaris-it.ch
www.avaris-it.ch

Unsere Themenwelten auf:
www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



Persönliche Schicksale sind unser Antrieb

Der Slogan „Die Welt ein Stück besser machen“ klingt wie eine allseits bekannte Floskel, doch für den BioPharma-Giganten Bristol Myers Squibb ist er weit mehr als das: Das Unternehmen möchte, dass Kranke den Weg zurück ins Leben finden und tut alles dafür, dass die richtigen Medikamente und Therapien bei denen ankommen, die sie benötigen. Auch die Schweizer Niederlassung Bristol Myers Squibb SA fühlt sich dieser Maxime verpflichtet, wie Geschäftsführer Michael Lugez im Interview unterstreicht.

Wirtschaftsforum: Herr Lugez, BMS kann auf eine lange und erfolgreiche Geschichte zurückblicken.

Michael Lugez: Oh, das stimmt. Squibb wurde 1858 gegründet und war erfolgreich mit Pharmaka und später Penicillin. Bristol Myers entstand 1898 durch eine Übernahme. Nach Erfolg mit Zahnpasta und später Penicillin kamen nach dem 2. Weltkrieg bei Bristol Myers Antibiotika. Die Konkurrenz endete 1989 mit der Fusion beider Unternehmen. Seitdem arbeiten wir an der Erforschung, Entwicklung und Bereitstellung von neuartigen Medikamenten, die schwer erkrankten Patienten Hoffnung geben.

Wirtschaftsforum: Trotz Ihrer globalen Größe steht bei Ihnen der einzelne Mensch im Fokus.

Michael Lugez: Wir alle arbeiten für dieses Unternehmen, weil wir Menschen in unserem Umfeld haben, die an einer Krankheit leiden. Unser Unternehmen hat als Leitmotiv, das Leiden der Menschen durch innovative Arzneimittel zu verbessern. So haben wir alle eine

persönliche Motivation – eine Passion für Patienten.

Wirtschaftsforum: Wie ist Ihre Struktur in der Schweiz?

Michael Lugez: In der Schweiz beschäftigen wir rund 1.000 Mitarbeitende an zwei Standorten. An unserem globalen Collaboration-Hub in Boudry befinden sich sowohl die Produktion mit etwa 450 Mitarbeitenden, als auch alle globalen Funktionen mit etwa 550 Mitarbeitenden, während sich in Steinhausen knapp 150 Mitarbeitende befinden. In Österreich, das ich ebenfalls als General Manager betreue, gibt es eine Filiale mit 110 Mitarbeitenden. Unser Mutterkonzern ist in 85 Ländern präsent, wir in der Schweiz exportieren in 100 Länder weltweit. Der Umsatz der Gruppe liegt bei 46,2 Milliarden USD.

Wirtschaftsforum: Auf welche Krankheiten konzentriert sich Ihre Forschung?

Michael Lugez: Wir entwickeln innovative Medikamente und kümmern uns auch um Indikations-erweiterungen von bestehenden

Interview mit



Michael Lugez,
General Manager CH und A
der Bristol Myers Squibb SA



Die Niederlassung von Bristol Myers Squibb im schweizerischen Boudry

Medikamenten. Dies bedeutet, dass wir schauen, ob es andere Krankheiten gibt, bei denen ein bestimmtes bestehendes Medikament wirkt. Mit unserer Arbeit

unterstützen wir die Behandlung in Bereichen wie Onkologie, Hämatologie und Immunologie sowie Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Innovation ist das, was uns aus-



Gemeinsam aktiv – das Arbeiterteam von Bristol Myers Squibb in der Schweiz setzt sich nicht nur für die Gesundheit anderer ein, sondern wird auch selbst aktiv



Am globalen Collaboration-Hub in Boudry arbeiten rund 1.000 Mitarbeitende an Lösungen, um schwere Erkrankungen zu lindern und somit das Leben von Patienten zu verbessern



Mitarbeiter prüfen die Qualität der Medikamente, die in Boudry produziert werden

zeichnet. Wir konzentrieren uns auf Fortschritte in diesen Therapiebereichen, da wir sicher sind, dort Patienten einen echten Mehrwert bei Behandlungen zu bieten. In den letzten zwei Jahren haben wir neun neue Produkte und diverse Indikationserweiterungen auf den Markt gebracht. Bei vielen Produkten arbeiten wir auch mit Partnern zusammen.

Wirtschaftsforum: Welche Schwerpunkte sind besonders wichtig?

Michael Lugez: Wir gehören zu den führenden Unternehmen in der Durchführung klinischer Studien in der Schweiz. Gerade bei Krebs, der zweithäufigsten Todesursache, tun wir alles, damit Patienten rechtzeitig Zugang zu neuartigen Arzneimitteln erhalten. So können wir das Leben der Patienten durch unsere klinische Forschung verbessern. In der Onkologie sind wir stark, ebenso bei Herz-Kreislauf-Erkrankungen, und auch die Neurologie wird immer wichtiger.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Kunden?

Michael Lugez: Das sind überwiegend Apotheken und Krankenhäuser, abhängig davon, ob die Behandlung ambulant oder stationär erfolgt.

Wirtschaftsforum: Hat sich durch Covid einiges verändert?

Michael Lugez: Während der Pandemie sind viele Menschen nicht zum Arzt gegangen und Krankheiten wurden verschleppt und zu spät erkannt. Das hat die Chance auf eine erfolgreiche Behandlung teilweise beeinträchtigt. Andererseits hat sich während Covid die digitale Entwicklung beschleunigt. Kooperationen wurden durch digitale Methoden ermöglicht und so konnten Forschungsergebnisse schneller erbracht werden. Wir haben 2019 einen Merger vollzogen und das Unternehmen Celgene übernommen und es trotz Covid geschafft, die beiden Kulturen zu vereinen und heute als ein Team

aufzutreten. Das ist eine Erfolgsgeschichte.

Wirtschaftsforum: Was macht den Erfolg aus?

Michael Lugez: Es sind die Menschen in unserem Unternehmen, und das ist nicht nur ein Slogan. Alle arbeiten gern hier und es fällt uns nicht schwer, neue Fachkräfte zu finden und zu binden. Wir investieren in unsere Mitarbeiter, und dies zeigt sich in einer hohen Motivation und dem Willen, etwas für Patienten bewegen zu wollen..

Wirtschaftsforum: Wie beschreiben Sie Ihre Unternehmenskultur?

Michael Lugez: Unsere Kultur ist wissensgetrieben, aber der menschliche Faktor ist wichtig und omnipräsent. Die Führungskräfte sind oft in unseren inneren Reihen gewachsen.

Wirtschaftsforum: Was sind Ihre Ziele für die kommenden Jahre?

Michael Lugez: Unsere Medikamente sollen für alle zugänglich sein. Dafür müssen Ärzte, Krankenkassen und weitere Interessengruppen wie Behörden informiert sein und unsere Produkte kennen. Diese Informationspolitik ist wichtig. Zudem wollen wir neue Produkte entwickeln und Kollaborationen fördern. Innovation ist wichtig in unserer Branche. Daneben möchten wir neue Mitarbeiter finden und halten, denn gute Mitarbeiter sind, wie gesagt, die Basis für unseren Erfolg. Wir alle haben persönlichen Kontakt zu Kranken und deren Schicksale treiben uns jeden Tag aufs Neue an.



KONTAKTDATEN

Bristol Myers Squibb SA
Hinterbergstraße 16
6312 Steinhausen
Schweiz
☎ +41 41 7677200
✉ +41 41 7677305
info@bms.com
www.bms.com/ch

Sensoren: die unsichtbaren Architekten

In einer Welt, die zunehmend von Technologie durchdrungen ist, spielen Sensoren eine entscheidende Rolle als unsichtbare Architekten unseres modernen Lebens. Von winzigen Mikrochips bis hin zu komplexen Systemen sind Sensoren die stillen Beobachter, die es ermöglichen, unsere Umgebung zu verstehen, Daten zu sammeln und Aktionen auszulösen. Die Angst+Pfister Sensors and Power AG aus Zürich bietet ein breites Sortiment an Sensoren und elektronischen Komponenten.

Deutschland gilt als Marktführer in vielen Bereichen der Sensorik, und die industrielle Sensorik nimmt global eine dominante Position ein. Die digitale Transformation im industriellen Umfeld, ermöglicht durch Sensoren, spielt eine entscheidende Rolle. „Wir stehen vor Herausforderungen, die sich aus sich rasch ändernden Märkten, wie beispielsweise Rohstoffknappheit, ergeben“, sagt Thomas Röttinger, Chief Executive Officer. „Es erfordert eine geschickte Steuerung, um externe Dynamiken in unsere nachhaltige Entwicklung zu integrieren. Trends wie die Wasserstoffnutzung werden aktiv genutzt, da wir die benötigte Gassensorik anbieten können. Unsere Stärke liegt in der Fähigkeit, langfristig zu planen und dabei auf qualifizierte Mitarbeiter und Partner zurückzugreifen.“

Kontinuierliche Weiterentwicklung

Die Geschichte der Angst+Pfister Sensors and Power AG beginnt im Jahr 1987 mit der Gründung von Pewatron in Zürich. Im Jahr

2006 erfolgte die strategisch bedeutende Übernahme durch die Angst+Pfister Gruppe, was den Grundstein für eine kontinuierliche Weiterentwicklung legte. 2017 erweiterte das Unterneh-



Die Angst+Pfister Sensors and Power AG beschäftigt sich mit dem Thema Sensing Materials, bei dem es um die Integration von sensorischen Strukturen in elastomere Materialien geht

men seinen Einfluss durch die Übernahme der IS Line GmbH, was einen direkten Zugang zum EU-Markt ermöglichte. Fortan trieben Technologieakquisitionen, darunter Smartec (2022), Parox (2023) und Acuity (2023), die Innovationskraft des Unternehmens voran.

Trends und Innovationen

Das Produktportfolio der Angst+Pfister Sensors and Power AG umfasst Sensorik und Stromversorgungslösungen für verschiedene Bereiche. „Wir sind an

der Basis vieler Prozesse beteiligt, besonders in der Medizintechnik mit Produkten wie Drucksensorik“, erläutert Thomas Röttinger. „Unser Komponentengeschäft zeichnet sich durch Nachhaltigkeit und langfristige Projektentwicklung aus. Wir investieren viel Zeit in technische Neuentwicklungen, insbesondere im medizinischen und industriellen Bereich. Die digitale Transformation, bei der Daten durch Sensoren generiert werden, ermöglicht Effizienzsteigerungen und wir profitieren von nachhaltigen Trends wie der Digitalisierung der industriellen Fertigung.“ Megatrends wie die CO₂-Reduzierung, alternde Bevölkerung und Automatisierung treiben nach wie vor eine große Nachfrage an den Produkten von Angst+Pfister Sensors and Power und stehen



Angst+Pfister Sensors and Power führt hochwertige Gassensoren für anspruchsvolle Anwendungen

Interview mit

Thomas Röttinger,
CEO

der Angst+Pfister Sensors and
Power AG



im Fokus der Neuentwicklungen. Darüber hinaus beschäftigt sich das Unternehmen mit dem Thema Sensing Materials, bei dem es um die Integration von senso-

50
MITARBEITER

rischen Strukturen in elastomere Materialien basierend auf dem Material- und Sensor-Know-how der Angst+Pfister Gruppe geht. Das Unternehmen arbeitet an Innovationsprojekten, um die Sensorik in elastomere Materialien zu integrieren, zum Beispiel für Füllstandsüberwachung und Belastungserkennung im industriellen oder landwirtschaftlichen Umfeld, und kooperiert dabei mit Schweizer Hochschulen, aber auch Unternehmen in Deutschland.

Investitionen in die Zukunft

Mit 50 Mitarbeitern positioniert sich die Angst+Pfister Sensors

and Power AG als ein Unternehmen, das nicht nur auf erfolgreiche Vergangenheit blickt, sondern auch die Herausforderungen der Zukunft proaktiv angeht. Die Balance zwischen Innovation und langfristigen Kundenbeziehungen bildet die Grundlage für ein nachhaltiges Wachstum. Investitionen in Personal und Technologie sind entscheidende Schritte auf



Auf Drucksensoren ist Verlass, wenn es zum Beispiel darum geht, Druckveränderungen zu messen oder zu überwachen

diesem Weg. „In den kommenden Jahren werden wir uns auf Pro-

dukte konzentrieren, die unseren Kunden nachhaltig weiterhelfen“, bemerkt der CEO. „Der Ausbau unseres Technologieportfolios wird durch eigene Entwicklungen, aber auch durch offene Akquisitionen, vor allem im Bereich Sensing Materials, vorangetrieben.“



KONTAKTDATEN

Angst+Pfister Sensors and Power AG
Thurgauerstrasse 66
8050 Zürich
Schweiz
☎ +41 44 8773500
sensorsandpower@angst-pfister.com
sensorsandpower.angst-pfister.com/de/

Weitere ePaper auf: www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



ePaper

Alle Länder Regionen Themen

alphabetisch nach Datum

<p>Starker Mittelstand</p>	<p>Wirtschaft im Süden</p> <p>(Januar 2024)</p>	<p>Starker Mittelstand</p>	<p>Starker Mittelstand</p>	<p>Wirtschaft im Süden</p>	<p>Starker Mittelstand</p>
<p>Wirtschaft im Süden</p>	<p>Starker Mittelstand</p>	<p>Wirtschaft im Süden</p>	<p>Starker Mittelstand</p>	<p>Wirtschaft im Süden</p>	<p>Starker Mittelstand</p>

Design by Studio F. A. Porsche: Vom Dachzelt bis zur Superyacht



Funktionalität, Design und Emotion: All das verkörpert Porsche wie kaum eine andere Marke. Mit dem Design des Dachzeltes für den Porsche 911 gelang Studio F. A. Porsche etwas Großartiges

Interview mit



*Carsten Monnerjan,
CEO
Studio F. A. Porsche*

KONTAKTDATEN

Studio F. A. Porsche
Flugplatzstraße 29
5700 Zell am See
Österreich
☎ +43 6542 572270
info@studiofaporsche.com
www.studiofaporsche.com

Wenn Carsten Monnerjan über seine Arbeit spricht, spürt man: Der CEO des Studio F. A. Porsche und Chefdesigner der Porsche Lifestyle Group liebt seinen Beruf. Er und seine Mitarbeiter geben den Porsche Design-Produkten ihr auf der ganzen Welt bewundertes Design. Dass es dabei nicht immer um Sportwagen geht, sondern um ganze Produktwelten, von denen jede einzelne das Porsche-Lebensgefühl atmet, und warum er ein Lifelong Learner bleiben will, erzählt er im Gespräch mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr Monnerjan, Porsche Design ist eine ikonische Marke, deren Faszination nicht zuletzt im unverwechselbaren Design der Produkte liegt. Welche Steps in der Entwicklung des Unternehmens waren dafür wichtig?

Carsten Monnerjan: Das ist eine große Frage (lacht). Die 1970er-

Jahre waren in Deutschland eine Hochzeit des Produkt- und Industriedesigns. In dieser Zeit gründete Ferdinand Alexander Porsche, der Enkel des Firmengründers Ferdinand Porsche und Designer des Porsche 911, das Designstudio in Zell am See. Seine Vision lautete: Industrie- und Produktdesign in Verbindung mit dem 'Feel' der Fahrzeuge zu bringen, denn

damals wie heute ist Porsche eine Marke, die emotionalisiert. Es sind funktionale Produkte mit einem starken technischen Background und sehr dicht am Nutzer orientiert – Dinge, die man anschaut und sofort spürt: Da passt alles. Als sehr kleine Unit gestartet, ist das Studio inzwischen um einiges gewachsen. Wir haben zudem die Notwendigkeit gese-

hen, uns auch an anderen Orten aufzustellen. Beispiel Berlin: Dort ist es einfacher, junge Talente an Bord zu holen. In Ludwigsburg ist dagegen das ganze Thema Porsche Lifestyle angesiedelt. Zudem sind wir international vertreten, in Shanghai und Los Angeles, um am Puls der Zeit zu sein.

Wirtschaftsforum: Das ist ein Stichwort: Es gibt inzwischen eine ganze 'Porsche-Welt', die längst nicht mehr nur das Auto und dessen Equipment umfasst, sondern die ganze Lebenswelt Ihrer Kunden, kann man das so sagen?

Carsten Monnerjan: Ja, denn wir haben ein Produktportfolio, das

360 Grad umfasst. Es reicht von Kleidung über Fahrzeugequipment wie Dachträger und andere Dingen, die man für die Reise braucht, bis hin zum Produktdesign in seiner ganzen Bandbreite: Uhren, Brillen, Koffersets, E-Bikes, Architektur bis hin zur E-Yacht, bei der wir mit dem Unternehmen Frauscher zusammengearbeitet haben. Zudem arbeitet das Studio F. A. Porsche als externe Designagentur für renommierte Kunden weltweit. Der Schulterschluss von Produkt- und Transportation-Design funktioniert für uns extrem gut, weil wir den Kunden rundum betreuen und ihm das Porsche-Lebensgefühl vermitteln können.

Wirtschaftsforum: Neben der Elektrifizierung ist auch die Digitalisierung ein Megatrend. Welche Rolle spielt sie in Ihren Überlegungen?

Carsten Monnerjan: Die digitale Transformation hat uns viel effizienter und schneller gemacht. Früher war Modellbau notwendig, um die Produkte physisch darstellen zu können. Heute gibt es ab dem ersten Entwurf ein 3-D-Modell, an dem alles durchgespielt werden kann, von der technischen Prüfung bis zur Animation in dem Umfeld, in dem das Produkt später genutzt werden soll. Heute übernimmt ein einzelner Designer am Rechner die Arbeit, für die es früher verschiedene Fachbereiche brauchte.

Wirtschaftsforum: Welche Vision haben Sie für Porsche Design und das Studio F. A. Porsche? Wohin

möchten Sie das Unternehmen in den nächsten Jahren führen?

Carsten Monnerjan: Ich möchte es so weiterführen, wie es jetzt ist. Derzeit ist der Markt extrem schnelllebig, fast wie ein Wettlauf. Wer schafft es am schnellsten? Das ist für mich aber kein Merkmal für ein gutes Produkt. Gerade im asiatischen und im US-Markt gibt es viele unterschiedliche Strömungen. Hier ist es für uns wichtig, die Ruhe zu behalten und weiter die Produkte zu gestalten, die unserer Marke und unseren Kunden gerecht werden. Man muss fit sein, Herausforderungen anzunehmen, aber sich die Sache vorher genau ansehen. Schnelllebigen Trends hinterherzulaufen birgt gewisse Risiken.

Wirtschaftsforum: Zum Schluss eine persönliche Frage, Herr Monnerjan: Was ist Ihr Drive bei Ihrer Arbeit?

Carsten Monnerjan: 'Drive', das klingt schön, das passt sehr gut zum Thema! (lacht). Für mich ist das Größte, dass man nie auslernt. Dieser Beruf mit den Möglichkeiten, die er uns bietet, ist fantastisch, weil er uns immer wieder mit neuen Ideen konfrontiert. Kein Tag ist wie der andere, man erhält ständig neue Impulse, die einen bereichern. Das begeistert mich immer wieder aufs Neue. Lifelong Learning ist das, was mich am meisten erfüllt.



NUMMER 1

Interviews mit Geschäftsführern und Managern

Mehrere Tausend persönlich geführte Interviews pro Jahr.

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



W

Folgen Sie uns auf Facebook

hier klicken

Interview mit



Harald Doppler,
Geschäftsführer
der S. Spitz GmbH

Wenn man süß und sauer kann

Mehr als 160 Jahre Markterfahrung, eine Produkt- und Verarbeitungsvielfalt, die international ihresgleichen sucht und ein starker Fokus auf eine nachhaltige Firmenstrategie mit Werten, die Tag für Tag gelebt werden – die S. Spitz GmbH ist ein mittelständischer Getränke- und Lebensmittelhersteller, der auf Basis seiner Erfahrung spannende Akzente auf dem Markt setzt und Veränderung immer als Chance sieht. Ein Hidden Champion mit dem Potenzial zu mehr.



Waffelofen im Produktionsbereich Süß- und Backwaren



Spitz setzt auf flache Hierarchien; nicht allein die familiäre Atmosphäre des Unternehmens macht es zu einem attraktiven Arbeitgeber

Wirtschaftsforum: Herr Doppler, die S. Spitz GmbH wurde 1857 gegründet. Was hat das Unternehmen rückblickend besonders geprägt?

Harald Doppler: Wir verbinden mit Tradition vor allem Erfahrung. In den vergangenen Jahrzehnten hat Spitz den Fokus auf den Aufbau einer großen Diversität gelegt. Bereits nach dem Krieg hat die Eigentümerfamilie begonnen, neben der ursprünglichen Kernkategorie Spirituosen weitere Kate-

gorien zu etablieren; der Wunsch nach einer größeren Diversität liegt damit in der Spitz-DNA. Heute haben wir drei Produktionsstandorte und global betrachtet gibt es nirgendwo sonst eine so große Vielfalt an Kategorien und Produkten. Daneben hat das rasche Erkennen unterschiedlicher Businessmodelle unsere Entwicklung begünstigt. Spitz startete mit dem klassischen Retailgeschäft und ist heute zu 90% im Private Label-Bereich tätig. Daneben wurde rasch das B2B-Geschäft

aufgebaut, um für andere Markenartikler zu produzieren und zu co-packen. Als dritter Meilenstein ist das Brand Business hervorzuheben; es gibt heute unter anderem einen Honigstandort und einen Mineralwasserstandort in Gastein.

Wirtschaftsforum: Wie lässt sich das Portfolio beschreiben?

Harald Doppler: Wir entwickeln und produzieren Getränke, Süß- und Backwaren, süße und saure

Produkte, sind nicht Innovationstreiber, können aber unsere Partner bei Innovationen unterstützen.

Wirtschaftsforum: Diversität, Businessmodelle, Brand Business – gibt es neben diesen drei Schwerpunkten weitere Fokusthemen?

Harald Doppler: Das Thema Nachhaltigkeit, Klimaschutz. Wir arbeiten seit 20 Jahren mit einem eigenen Biomassekraftwerk. Da dies nicht immer wirtschaftlich



Am Produktionsstandort Attnang-Puchheim arbeitet Spitz seit rund 20 Jahren mit einem eigenen Biomassekraftwerk und untermauert damit früh den Anspruch auf eine nachhaltige Unternehmensstrategie

war, wurden wir dafür oft belächelt. Jetzt hat sich das Blatt gewendet und viele ziehen nach. Nachhaltigkeit bleibt für viele eine Worthölse. Uns ist es wichtig, dass Nachhaltigkeit wirklich gelebt und in alle unternehmerischen Entscheidungen einbezogen wird; dadurch wollen wir uns differenzieren. Unser langfristiges Ziel lautet Klimaneutralität.

Wirtschaftsforum: Wie lässt sich die Unternehmensentwicklung der vergangenen Jahre in Zahlen ausdrücken?

Harald Doppler: Die Spitz-Gruppe beschäftigt rund 800 Mitarbeiter und setzt etwa 300 Millionen EUR um. Durch den Aufbau der Diversitäten gab es vor allem in den ersten Jahrzehnten massive Umsatzsteigerungen. Jetzt liegt der strategische Fokus eher auf Wertzuwachs und Klimaschutz. Wir gehen von einem organischen Wachstum in vernünftigem Maß von 5% jährlich aus.

Wirtschaftsforum: Wie beurteilen Sie Ihre Rolle im Unternehmen?

Harald Doppler: Ich war von 2010 bis 2018 im Unternehmen tätig und bin im Mai 2022 zurückgekommen, weil mein Herz immer für Spitz geschlagen hat. Als sehr pragmatisches Familienunternehmen setzen wir auf flache Hierarchien; deshalb bin ich sowohl strategisch als auch operativ tätig. Wichtig ist der 2022 eingeleitete Veränderungsprozess und damit verbunden eine neu aufgestellte Organisation. Wir wollen weg vom Denken in Kategorien hin zu mehr Kundenorientierung. Inzwischen gibt es dedicated teams für bestimmte Kundengruppen, zudem haben wir die Unternehmenswerte überarbeitet. Werte wie Menschlichkeit, Lösungsorientierung, Verantwortung und Vertrauen sollen operativ umgesetzt werden.

Wirtschaftsforum: 2022 wurde im Unternehmen ein grundlegender Veränderungsprozess eingeleitet. Gibt es besondere Pläne,

KONTAKTDATEN

S. Spitz GmbH
Gmundner Straße 27
4800 Attnang-Puchheim
Österreich
☎ +43 7674 6160
spitz@spitz.at
www.spitz.at



Spitz unterstützt Kunden wie Rewe bei der Realisierung nachhaltiger Innovationen wie Neapolitaner-Waffeln mit Kakaoversatz

Ziele oder auch Wünsche für die nächsten Jahre?

Harald Doppler: Das Thema Nachhaltigkeit wird für uns weiter sehr stark im Fokus stehen. Wir agieren auf einem sehr kompetitiven Markt und es wäre schön, wenn Kunden erkennen würden, was ein Unternehmen im Bereich Klimaschutz tatsächlich leistet. Es gibt den Spruch 'America innovates. China imitates. Europe regulates'. Regulierungen, die sich fortlaufend ändern, stellen die europäische Wettbewerbsfähigkeit auf den Prüfstand und sind für uns eine der größten Herausforderungen überhaupt. Diese Änderungen, mit denen oft Preiserhöhungen verbunden sind, werden von der EU nicht an die Kunden kommuniziert. Mein Wunsch an die EU wäre deshalb, vorsichtiger mit Regulierungen umzugehen und an die Umsetzung zu denken.



Auer-Waffeln – wichtiger Teil des Markensortiments

WILLKOMMEN IN UNSEREN WIRTSCHAFTSFORUM

SHOWROOMS



Dr. Ausbüttel & Co.
GmbH



Wemhöner Surface
Technologies GmbH &
Co. KG



Out of the blue KG



Maschinenbau Otto Gruber GmbH



Slyrs Destillerie GmbH
& Co. KG



Alulux GmbH



Gigaset
Communications
GmbH



HONDA Deutschland



Gruppo Ferrari SpA



ASSMANN Büromöbel



Magificio Gran Sasso
S.P.A.



Ducati Motor
Deutschland GmbH



Mare Kaffee



Tholl GmbH

Kontakte

BAYERN

LK Metallwaren GmbH
Am Falbenholzweg 36
91126 Schwabach
Deutschland
☎ +49 9122 6990
info@lk-metall.de
www.lk-metall.de

BADEN-WÜRTTEMBERG

Hauser Massivbau GmbH
Robert-Bosch-Straße 18
72189 Vöhringen
Deutschland
☎ +49 7454 95940
☎ +49 7454 959430
kontakt@hausermassivbau.de
www.hausermassivbau.de

Friedemann Wagner GmbH
Robert-Bosch-Straße 5
78559 Gosheim
Deutschland
☎ +49 7426 949000
☎ +49 7426 949009
info@wagnerautomation.de
www.wagnerautomation.de

Akku Power GmbH
Gottlob-Bauknecht-Straße 5
73614 Schorndorf
Deutschland
☎ +49 7181 977350
☎ +49 7181 9773529
info@akku-power.com
www.akku-power.com

Kälte Eckert GmbH
Maulbronner Weg 39
71706 Markgröningen
Deutschland
☎ +49 7145 96000
info@kaelte-eckert.de
www.kaelte-eckert.de

Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH
Junkerstraße 2
77787 Nordrach
Deutschland
☎ +49 7838 840
☎ +49 7838 84302
info@junker.de
www.junker-group.com

SCHWEIZ

Wild & Küpfer AG
Allmeindstrasse 19
8716 Schmerikon
Schweiz
☎ +41 55 286 17 00
info@wildkuepfer.swiss
www.wildkuepfer.swiss

avaris/IT AG
Standorte:
Oberdorfstrasse 62
9100 Herisau
Schweiz
Harfenberg 2
9533 Kirchberg
Schweiz
Sandgrube 29
9050 Appenzell
Schweiz
☎ +41 58 5901002
info@avaris-it.ch
www.avaris-it.ch

Bristol Myers Squibb SA
Hinterbergstraße 16
6312 Steinhausen
Schweiz
☎ +41 41 7677200
☎ +41 41 7677305
info@bms.com
www.bms.com/ch

Angst+Pfister Sensors and Power AG
Thurgauerstrasse 66
8050 Zürich
Schweiz
☎ +41 44 8773500
sensorsandpower@angst-pfister.com
sensorsandpower.angst-pfister.com/de/

ÖSTERREICH

Studio F. A. Porsche
Flugplatzstraße 29
5700 Zell am See
Österreich
☎ +43 6542 572270
info@studiofaporsche.com
www.studiofaporsche.com

S. Spitz GmbH
Gmundner Straße 27
4800 Attnang-Puchheim
Österreich
☎ +43 7674 6160
spitz@spitz.at
www.spitz.at

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

Gemeinsam gestalten wir Zukunft - für unsere Kunden und unser Team.

FÜR BEWERBER

Möglichmacher gesucht!

Gestalten Sie Ihre berufliche Zukunft mit uns -
wir freuen uns auf Ihre Bewerbung.

- Bauüberwacher Bahn (BÜB / alle Gewerke) (m/w/d)
- Fachbauüberwacher (FBÜ / alle Gewerke) (m/w/d)
- Bauingenieur (m/w/d)
- Bautechniker (m/w/d)

**Straßen, Schienen, Brücken und Plätze –
Verbindungen schaffen für eine mobile Zukunft!**

FÜR KUNDEN

Wir leisten:

- Planung
- Bauüberwachung
- Projektmanagement

in den Bereichen:

- Gleisbau
- Straßenbau
- Konstruktiver Ingenieurbau

Gemeinsam realisieren wir Ihre Projekte -
wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.



mund + ganz GmbH

mund + ganz GmbH
Wieblinger Weg 17
69123 Heidelberg

 LinkedIn

 Instagram

+49 (0)6221 872860
info@mund-ganz.de
www.mund-ganz.de

 Xing

 facebook

