

Wirtschaft im Süden



WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Interview:

Erfassen, verstehen und umsetzen

mit Wolfgang Volz, Geschäftsführender Gesellschafter der digital ZEIT GmbH,
Seite 04

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Johanna Kolckmann, Gesellschafterin der A. Kolckmann GmbH**, Seite 18
- › Interview mit **David Jost, Geschäftsführer der Käserei Studer AG**, Seite 26

Special Wirtschaft im Süden

04

Wolfgang Volz,
Geschäftsführender Gesellschafter der digital ZEIT GmbH



06

Ann-Dorothee Büsche
Geschäftsführerin der semiQuarz GmbH



08

Bastian Molzer,
Country Manager Germany Normstahl



10

Martin Stiborski,
Geschäftsführer der BRESSNER Technology GmbH



12

Oliver Fieth (li.), und René Schneider,
Geschäftsführer der Softing Automotive Electronics GmbH



14

Georg Heydn,
Geschäftsführer der Medicare Flughafen München
Medizinisches Zentrum GmbH



16

Marian Schmitz,
Geschäftsführer / Managing Director der DSSM GmbH



Special Wirtschaft im Süden



Johanna Kolckmann,
Gesellschafterin der A. Kolckmann GmbH

18



Wilhelm Baumeister,
Produktmanager der solutio GmbH & Co. KG

20



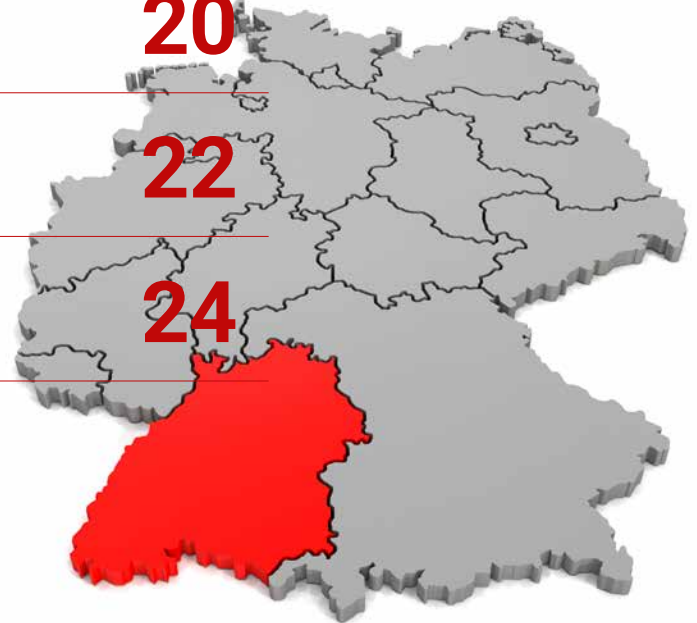
Dr. Peter Kunze
Director Sales & Marketing der Andreas Hettich GmbH & Co. KG

22



Werner Ottilinger,
Geschäftsführer SAUTER Deutschland

24



26

David Jost,
Geschäftsführer der Käserei Studer AG



Erfassen, verstehen und umsetzen

Lösungen für die digitale Arbeitszeiterfassung werden individuell auf die Anforderungen des jeweiligen Kunden zugeschnitten

Interview mit



Wolfgang Volz,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der digital ZEIT GmbH

Seit 40 Jahren gehört die digital ZEIT GmbH zu den Vorreitern im sich schnell wandelnden Markt für Zeiterfassungslösungen und Zutrittskontrollsysteme. In all dieser Zeit hat sich eines jedoch nie geändert für das schwäbische Unternehmen: Gearbeitet wurde immer nach dem Motto Erfassen heißt verstehen. Und beim Verstehen geht es zuallererst um die spezifischen Anforderungen des Kunden.

digital ZEIT gehört zu den ersten Adressen für Zeiterfassung, Zutrittskontrolle und Betriebsdatenerfassung – und das seit 40 Jahren. Gegründet als Ein-Mann-Betrieb im Jahr 1984, lag der Fokus zunächst auf Individualsoftware. Durch einen Kunden, der eine Personaleinsatzplanung für sein Kaufhaus wünschte, gekoppelt mit einer Zeiterfassung, kam man schnell auf ein neues Betätigungsfeld. „Der Bereich Zeiterfassung erschien viel interessanter als die Personalplanung, deshalb sind wir seit 1986 in diesem Marktsegment unterwegs“, erklärt Wolfgang Volz, Geschäftsführender Gesellschafter und der Bruder des Firmengründers, der im Jahr 2001 aus dem Unterneh-

men ausgeschieden ist. Im Laufe der Zeit wurde die Zeiterfassung um weitere Module wie die Zutrittskontrolle oder den Employee Self Service ausgebaut. „Wir waren hier ein absoluter Vorreiter“, so Wolfgang Volz, der 1989, nach seinem Maschinenbaustudium, in den Betrieb mit eingestiegen ist. „Wir haben dann entschieden, nicht nur die Software zu entwickeln, sondern auch eigene Zeiterfassungsterminals anzubieten. Wir wollten alles aus einer Hand anbieten, inklusive Hardware. Das hat sich bis zum heutigen Tag bewährt.“ Man sei unabhängig von Lieferanten und habe sich sukzessive weiterentwickelt, immer parallel zu den stetig wachsenden Anforderungen im Markt für Zeit-

erfassung und Zutrittskontrolle. „Wir gehören auch zu den Vorreitern im Bereich der elektronischen Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung“, sagt Wolfgang Volz. „2023 haben wir als eines der ersten Unternehmen den elektronischen Abruf in unser System integriert.“

Alles aus einer Hand

digital ZEIT bietet ein umfassendes Portfolio an Lösungen, welches unter der Marke AVERO® vertrieben wird. Dazu gehören die Produkte AVERO® Zeiterfassung, optional mit Employee Self Service, Projektzeiterfassung und Kantinendatenerfassung, AVERO® Zutrittskontrolle, optional mit Besuchermanagement, und AVERO® Betriebsdatenerfassung,

optional mit Fertigungsleitstand. „Wir bieten eine große Breite an Produkten aus einer Hand“, beschreibt Wolfgang Volz eine der wesentlichen Stärken des Unternehmens. Darüber hinaus verfüge man über eigene Terminals in verschiedenen Ausbaustufen, von der einfachen Zeiterfassung bis hin zu Geräten mit Self Service, und sei deutlich schneller als die Mitbewerber, da man alles im eigenen Haus habe, vom Hersteller über den Lieferanten bis zum Kundenbetreuer. „Außerdem können wir die Geräte schnell an unterschiedlichste Anforderungen adaptieren und setzen hochanspruchsvolle Lösungen um, zum Beispiel inklusive Integration in SAP oder mit kundenspezifischen



Mit der Betriebsdatenerfassung lassen sich Daten zu Produktionsaufträgen übersichtlich und effizient erfassen und auswerten



Maßgeschneiderte Zutrittskontrollsysteme ermöglichen ein umfassendes Schutzkonzept für das gesamte Unternehmen

Anpassungen“, erläutert Wolfgang Volz. Über die vier Jahrzehnte, die das Unternehmen bereits erfolgreich am Markt besteht, habe man immer wieder neue Systeme implementiert und umgestellt, aktuell mit dem Trend zum Homeoffice und zu mobiler Arbeit. „Unsere Produkte sind modular aufgebaut und bieten eine Komplettlösung von A bis Z“, sagt Wolfgang Volz. „Zugleich leisten wir umfassenden Service und sind stets nah am Kunden.“

Nahtlose Integration

Ein wichtiger Vorteil der AVERO® Produktfamilie besteht darin, dass sich alle Lösungen nahtlos in andere Systeme integrieren lassen. „Wir sind in der Lage, sämtliche Schnittstellen in den Unternehmen, wie zum Beispiel zu SAP oder HR-Software, abzudecken“, so Wolfgang Volz. „Wir arbeiten hierfür mit verschiedenen Bausteinen, die Integration der Systeme stellt einen wesentlichen Faktor für die Effizienz dar.“ Nicht zu unterschätzen sind Erweiterungen der einzelnen Lösungen, wie Zutrittskontrollsysteme mit Besucherverwaltung und lückenlosem Nachweis oder Zeiterfassung mit Kantinenmodul für die Bestellung des Mittagessens am Self-Service-Terminal für die Mitarbeiter. Oder die Betriebsdatenerfassung inklusive Fertigungs-

leitstand. „Hierüber lassen sich einzelne Fertigungsaufträge mit den Kapazitäten der Mitarbeiter verknüpfen“, erklärt Wolfgang Volz. digital ZEIT verbessert laufend die Sicherheit seiner Systeme, inklusive Penetrationstests, um Schwachstellen zu identifizieren, und integriert neue Kundenanforderungen. „Die Anforderungen steigen immer höher, jeder möchte zu jeder Zeit Zugriff auf die Software haben, mit unterschiedlichen Userrechten.“

Nähe zum Kunden wichtig

Zu den Kunden von digital ZEIT gehören mittelständische Unternehmen zwischen 50 und 20.000 Mitarbeitern. „Genau diese Kunden haben einen hohen Anspruch an Zeiterfassung und Zutrittskontrolle“, so Wolfgang Volz. der Schwerpunkt der Tätigkeit liegt im süddeutschen Raum sowie in

Österreich und der Schweiz. „Im Ausland sind wir in der Regel nur über Tochtergesellschaften von Kunden aktiv“, erläutert Wolfgang Volz. Von der Teilnahme an Messen habe man sich nach Corona komplett verabschiedet. „Wir sind eher online unterwegs und veranstalten regelmäßig Webinare. Mir sind der Dialog und die Nähe zum Kunden wichtig.“ Letzten Endes beruhe der Erfolg darauf, dass man ein schwäbisches Unternehmen sei, so Wolfgang Volz: „Wir sind bekannt für unsere hervorragende Leistung in einer guten Qualität zu einem guten Preis.“ Auf dieser Basis wolle man auch in Zukunft das Geschäft weiter ausbauen. „Wir wollen langsam und aus eigener Kraft heraus wachsen“, sagt Wolfgang Volz.

digital ZEIT 
Erfassen heißt verstehen

KONTAKTDATEN

digital ZEIT GmbH
Max-Eyth-Straße 40/1
89231 Neu-Ulm
Deutschland
☎ +49 731 2055570
info@digital-zeit.de
www.digital-zeit.de



Seit 40 Jahren bietet die digital ZEIT GmbH Lösungen für Zeiterfassung, Zutrittskontrolle und Betriebsdatenerfassung

Ein Nischenkönig in Familienhand

Fester Bestandteil der Quarzglas-Fertigung: Hitze und Licht



Vielfach verbaut und für etliche Branchen unerlässlich: Das ist Quarzglas. Dank seiner chemischen Festigkeit und hohen Umwandlungstemperatur findet Quarzglas in der ein oder anderen Form integriert den Weg in wichtige Industrieanlagen, aber auch direkt in unseren Alltag, von der Solarzelle bis zur Fotolinse. Deutscher Branchenprimus für das gefragte Material ist die semiQuarz GmbH.

Interview mit



Ann-Dorothee Büsche
Geschäftsführerin
der semiQuarz GmbH



Ein unschlagbar tolles Glas: Mit seinen besonderen physikalischen Eigenschaften fließt Quarzglas in vieles ein, vom Halbleiter bis zur optischen Linse

Wirtschaftsforum: Frau Büsche, semiQuarz spielt ganz vorne mit in einer Nischenbranche, und das als Familienunternehmen. Können Sie für unsere Leser kurz die Meilensteine Ihrer Unternehmensentwicklung aufzeigen?

Ann-Dorothee Büsche: Mein Vater und ein Freund haben Mitte der 1990er-Jahre zunächst unabhängig voneinander zwei auf Quarzglas spezialisierte Unternehmen gegründet. Die Firmen haben sich im Leistungsportfolio

sehr gut ergänzt und auch geografisch hatte man sich jeweils im Norden und Süden Deutschlands aufgestellt. Quarzglas ist gerade im Maschinenbau ein wichtiger Bestandteil, und in diese Richtung sollte es dann gehen, man hatte sich über internationale Produktqualifizierungen für Anlagenhersteller schnell auf dem Markt etabliert. Ende 2013 kam es dann zur Zusammenführung der beiden Unternehmen unter einem Dach. Heute stehen hinter der semiQuarz weiterhin zwei Fa-

1997
GEGRÜNDET

milien als Gesellschafter, auch ich und meine Geschwister. Im Sinne der Unternehmensnachfolge waren wir schon seit Schulzeiten involviert.

Wirtschaftsforum: Heute bieten Sie ein breites Leistungsportfolio gerade für Schlüsselindustrien an.

Welche Branchen bedienen Sie mit welchen Leistungen?

Ann-Dorothee Büsche: Wichtigste Industrie ist für uns die Halbleiterindustrie, denn hier wird für die Chip-Herstellung Quarzglas benötigt. Mit Infineon und Bosch auf Expansionskurs und geplanten Niederlassungen von TSMC und Intel in Deutschland wird das sicher in naher Zukunft auch so bleiben. Wir sind auch in der Medizintechnik gut aufgestellt, der Beleuchtungs- und Photovoltaik-

industrie, Chemie und Forschung. Für komplexe Quarzglasbauteile sind Zeichnungen die entscheidende Grundlage, und diese stellen uns unsere Kunden, mit unserer Unterstützung, zur Verfügung. Ein Reparatur- und Reinigungsservice rundet unser Portfolio ab.

Wirtschaftsforum: Kann man sagen, dass Sie in dieser besonderen Nische heute Taktgeber sind?

Ann-Dorothee Büsche: Wir sind heute der größte Lieferant für Quarzglasprodukte in Europa, vielleicht gibt es noch fünf ver-

Geschäftsführung in die direkte Beratung mit dem Kunden gehen.

Wirtschaftsforum: Bei solch guter Marktpositionierung stellt sich dennoch die Frage, wie semiQuarz durch die Krisen gekommen ist?

Ann-Dorothee Büsche: Corona war für uns eher ein Auftrieb, denn klar: Die IT boomte mit der Notwendigkeit, digital und mobil zu arbeiten, der Anlagenbau für die Chipherstellung wurde befeuert, auch die Nachfrage nach Ersatzteilen. Mit den kriegesischen

Zukunftsthemen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und KI aufgestellt?

Ann-Dorothee Büsche: In einer energieintensiven Branche ist Nachhaltigkeit natürlich auch um Kosten zu senken ein Thema, denn wir zahlen ja für Emissionen. Wir besitzen die ISO-Zertifizierung 14001 für Umwelt, bauen aus, wo wir können, setzen zum Beispiel zunehmend auf Photovoltaik-Strom und Wärmepumpen-Einsatz und verdampfen benutztes Wasser aus unserer Reinigung selbst. Die Digitalisierung hilft sicherlich dabei, von der Arbeit



KONTAKTDATEN

semiQuarz GmbH
Bürgermeister-Neumeyr-Straße 3a
85391 Allershausen
Deutschland
☎ +49 8166 991900
info@semi-quarz.de
www.semi-quarz.de



essenziell sind. Wie sieht es beim Thema Fachkräftemangel und Nachwuchs bei Ihnen aus?

Ann-Dorothee Büsche: Das ist auch bei uns herausfordernd, zumal wir eine erklärungsbedürftige Branche sind. Nachwuchs gewinnen wir gern über Jobmessen, wo Interessenten über eine VR-Brille in die Produktion gelangen und in einen Chat mit einem Kollegen



Präzise Arbeit: Die vielfältigen Aufträge bei semiQuarz fordern ein sicheres Handling und Liebe zum Detail



Mit der VR-Brille in die Produktion: Genauso nimmt semiQuarz Jobmesse-Besucher mit

gleichbare Wettbewerber. Das Made in Europe ist dabei definitiv das, was uns ausmacht. Wir definieren uns über Qualität und Zuverlässigkeit, haben mit unseren 150 Mitarbeitern gut ausgebildete Kräfte an Bord und arbeiten mit hochwertigem Rohmaterial und Produktionsgasen. Unsere Liefertreue und geringe Reklamationsrate zeigt sicher sehr gut, warum wir den Taktstock schwingen und Kunden immer wieder auf uns zurückkommen. Letztlich hilft es bestimmt auch, dass wir als

Konflikten und der Energiekrise sieht das Ganze dann schon anders aus, denn wir sind ein energieintensiver Sektor und mussten mit erhöhten Produktionspreisen in die Fertigung gehen. Mit Unsicherheiten umzugehen kennen wir, denn es gibt immer Wellen im Markt. Aber der psychologische Faktor dieser neuen weltpolitischen Vorzeichen schwingt ja für die Zukunft überall mit.

Wirtschaftsforum: Wie ist semiQuarz denn in den großen

mit Papier wegzukommen und etwa auf E-Rechnungen umzusatteln oder die Dokumentationen in der Produktion über Tablets abzubilden. KI ist dann wieder ein komplexeres Thema. Man darf nicht vergessen, dass wir keine Serienfertigung machen und viele Arbeiten per Hand stattfinden. Das macht eine Automatisierung eher schwierig.

Wirtschaftsforum: Das bedeutet dann für semiQuarz, dass qualifizierte Mitarbeiter nach wie vor

gehen können. Weiterhin setzen wir auf Quereinsteiger: Bei uns arbeiten mittlerweile viele fachfremde Kollegen sehr erfolgreich mit. Ein entscheidender Faktor ist sicher aber ein Grundsatz, dem sich semiQuarz als Familienunternehmen früh verschrieben hat: Alt und Jung arbeiten nebeneinander und lernen voneinander. Damit können wir gut in die Zukunft gehen und wie eine deutsche Eiche stabil, langsam und beständig wachsen.

150
MITARBEITER

Das Tor zu einer neuen Entwicklung

Interview mit
Bastian Molzer,
Country Manager Germany
Normstahl




Normstahl

KONTAKTDATEN

doors and parts Germany GmbH
Am Söldhermoos 17
85399 Hallbergmoos
Deutschland
☎ +49 811 998650
info@normstahl.com
www.normstahl.com



Der neue Normstahl SPARK Garagentorantrieb repräsentiert die Spitze der technischen Entwicklung im Bereich Garagentoröffner aus dem Hause Normstahl

Garagentore sind längst nicht mehr nur einfache Abschlüsse für den sicheren Stellplatz von Fahrzeugen. Sie haben sich zu hochmodernen, technologisch fortschrittlichen Systemen entwickelt, die nicht nur Sicherheit und Schutz bieten, sondern auch Komfort und Energieeffizienz. Mit innovativen Funktionen wie Smart Home-Integration, energieeffizienten Materialien und intelligenten Antriebssystemen setzen moderne Garagentore neue Maßstäbe. Die Marke Normstahl, seit Jahrzehnten ein vertrauenswürdiger Name in der Branche, führt mit wegweisenden Produkten wie dem Garagentorantrieb SPARK und der energieeffizienten Seiteneingangstür den Markt an. In Deutschland wird die Marke vertreten durch die doors and parts Germany GmbH.

Die doors and parts Germany GmbH mit der Marke Normstahl hat in den vergangenen Jahren diverse strukturelle Änderungen durchlaufen. Jetzt ist das Unternehmen an dem Punkt angekommen, den Markt erneut mit seinen innovativen und qualitativ hochwertigen Produkten auf dem Gebiet der Garagentore, Industrietore und Türen zu erobern. „Die Marke Normstahl ist ein schlafender Riese“, sagt Bastian

Molzer, Country Manager Germany. „Wir haben ein bisschen den Anschluss verpasst und durch Übernahmen und Restrukturierungen viel Potenzial liegen lassen müssen. Aufbauend auf unserem hohen Qualitätsstandard, dem ausgezeichneten Kundenservice, hoher Flexibilität und einem sehr erfahrenen Team in Deutschland, das die Produkte in und auswendig kennt und über umfangreiches Fachwissen verfügt, wollen

wir dieses Potenzial jetzt voll ausschöpfen.“

Tradition und neue Wege

Normstahl, eine Marke mit langer Tradition, wurde 1946 in Moosburg in der Nähe von München gegründet. Seit 2012 gehört sie zu einem großen schwedischen Konzern und bietet eine breite Palette von Systemen wie Sektionaltoren, einteiligen Toren und Rolltoren an. „Unsere Kunden vertrauen

seit vielen Jahrzehnten auf uns, einen der größten Garagentorhersteller Europas“, so Bastian Molzer. Die Marke hat eine bedeutende Entwicklung durchlaufen und ist heute ein wichtiger Bestandteil der Branche. Seit 2012 ist Normstahl Teil eines schwedischen Großkonzerns mit Niederlassungen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden, die Produktion wird seit 2017 im eigenen, hochmoder-

nen Werk in Ostrov, Tschechien realisiert. Die enge Zusammenarbeit der Vertriebsgesellschaften in der DACH-Region und der Produktion erhöhen die Flexibilität und Effektivität und bilden den Kunden gegenüber einen Mehrwert ab. Diese Struktur ermöglicht es, flexibel auf Marktanforderungen zu reagieren und gleichzeitig hohe Qualitätsstandards zu gewährleisten.

Seit dem 1. Juli hat Bastian Molzer die Position des Country Manager Germany bei doors and parts Germany GmbH übernommen. Mit einem umfassenden Hintergrund im Bau-Nebengewerbe war der Einstieg in das Unternehmen für Bastian Molzer eine willkommene Herausforderung. „Meine Hauptaufgabe ist die Neuausrichtung der Marke Normstahl“, erklärt er. „Mein Steckenpferd ist der Aufbau und die Neustrukturierung von Vertriebswegen.“

Innovative Produkte

Normstahl hat viele der Produkte entscheidend verbessert. Dabei liegt ein besonderer Fokus auf der Integration von Smart Home-Technologien und der Verbesserung der Energieeffizienz. Die Produktpalette umfasst unter

anderem den innovativen Garagentorantrieb Normstahl SPARK, energieeffiziente Seiteneingangstüren und das Smart XL Industrietor. Der neue Normstahl SPARK Garagentorantrieb, der seit dem 1. Juli 2024 erhältlich ist, repräsentiert die Spitze der technischen Entwicklung im Bereich Garagentoröffner. „Dieses innovative Produkt überzeugt nicht nur durch sein modernes Design, sondern auch durch seine fortschrittliche Technik“, erklärt Bastian Molzer. Der SPARK bietet eine standardmäßig integrierte Konnektivität, die das umständliche Hantieren mit herkömmlichen Sendern überflüssig macht. Nutzer haben jederzeit und überall die volle Kontrolle über die Sicherheit ihrer Garage, sogar wenn sie nicht zu Hause sind. Die Energieeffizienz des SPARK ist mit einer Standby-Leistungsaufnahme von maximal 0,6 W im Netzwerkbetrieb bemerkenswert. Dank der Yale Home App können Nutzer ihr Garagentor bequem mit dem Smartphone steuern. Das RCB100E-Modul sorgt zudem für zuverlässige, störungsfreie Funkverbindungen. Eine weitere bedeutende Produktneuheit ist die energieeffiziente Seiteneingangstür von Normstahl. „Diese Tür ist die perfekte Ergän-

zung zu unseren Garagentoren“, so Molzer. Die Seiteneingangstür zeichnet sich durch 60 mm dicke thermisch getrennte Aluminiumprofile, eine thermisch getrennte Bodenschwelle und eine 42 mm dicke thermisch getrennte Füllung aus. Diese Merkmale setzen neue Maßstäbe in Sachen Energieeffizienz. Zusätzlich bietet die Tür eine standardmäßige Dreipunktverriegelung, die maximale Sicherheit gewährleistet. Mit 16 verschiedenen Größen und zwei Preiskategorien ist für jeden Bedarf das passende Modell dabei. Für industrielle Anwendungen bietet Normstahl das Smart XL Tor an. „Das Smart XL Tor ist die ideale Lösung für große Garagen oder Hallen“, erklärt Bastian Molzer. Dieses Tor verfügt über eine integrierte Servicetür und eine Lichtbandsektion, die nicht nur den Zutritt zur Garage für Fußgänger erleichtern, sondern auch für ausreichend Licht im Innenraum sorgen. Die hochwertige Verarbeitung und die robuste Bauweise garantieren eine lange Lebensdauer und eine zuverlässige Funktion, während die breite Auswahl an Größen und Farben eine individuelle Anpassung an die Kundenwünsche ermöglicht.

Basis für die Zukunft

Ein weiteres Highlight im Produktportfolio ist das Garagentor Superior, das umfassend überarbeitet wurde. „Das neue Superior 2.0 ist noch sicherer und anwenderfreundlicher gestaltet und spart dem Einbauer bis zu 30 Minuten Zeit pro Tor“, erklärt Bastian Molzer. Durch die vormontierten Laufschiene wird die Installation erheblich vereinfacht, und der Fingerschutz sorgt für eine sichere und komfortable Handhabung. „Und das alles zum gleichen Preis wie beim bisherigen Modell Superior“, betont Bastian Molzer. Das Kerngebiet des Unternehmens ist Bayern und Süddeutschland. „Unser Ziel ist es, unseren Partnern und Händlern das Vertrauen in die Marke zurückzugeben“, so der Country Manager Germany. „Wir haben aus der Vergangenheit Lehren gezogen und verfügen über eine sehr gute Basis.“ Mit einer starken Marke, innovativen Produkten und einem klaren Fokus auf Qualität und Kundenservice ist die doors and parts Germany GmbH unter der Leitung von Bastian Molzer bereit, die Marke Normstahl in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.



Das Garagentor Superior



Das neue Industrietor SMART XL



Innenansicht des Garagentors Superior

Globale Präsenz und technologische Expertise

© iStock - 1368207709

Interview mit



*Martin Stiborski,
Geschäftsführer
der BRESSNER Technology
GmbH*

Seit 30 Jahren hat sich die BRESSNER Technology GmbH als führender Anbieter von Industriecomputern und Embedded-Lösungen in der DACH-Region etabliert. Als Tochter von One Stop Systems agiert das Unternehmen als zentraler Akteur in Mitteleuropa. Unter der Leitung von Martin Stiborski bietet BRESSNER maßgeschneiderte industrielle Hardwarelösungen. Im Gespräch gibt der Geschäftsführer Einblicke in die Entwicklung des Unternehmens, seine strategischen Ziele und zukünftigen Visionen.

Die BRESSNER Technology GmbH wurde 1994 von Josef Bressner gegründet und startete als Spezialist für Industriecomputer. Im Laufe der Jahre hat sich das Unternehmen ein umfangreiches sowie breites und dennoch hoch spezialisiertes Produktportfolio für individuelle All-in-One-Hardware-Systeme sowie Komponenten für jedes industrielle Umfeld aufgebaut.

Seit dem Ausscheiden von Josef Bressner im Jahr 2018 gehört das Unternehmen vollständig zu One Stop Systems und fungiert als deren europäische Tochtergesellschaft. Heute beschäftigt BRESSNER Technology rund 45 Mitarbeiter und bietet ein umfangreiches Portfolio von über 1.500 Produkten an.

Maßgeschneiderte Lösungen und technologische Innovationen

BRESSNER Technology ist stolz auf seine Fähigkeit, individuelle Lösungen für seine Kunden zu entwickeln. „Unser Erfolg basiert auf der engen Zusammenarbeit mit unseren Kunden, die wir von der ersten Idee bis zur finalen Umsetzung begleiten“, erklärt Martin Stiborski. Das Unternehmen bietet nicht nur Hardware, son-

dern auch Dienstleistungen wie Beratung, Customizing und technischen Support an. Durch die Unabhängigkeit von Herstellern kann die BRESSNER Technology GmbH eine flexible Systemintegration nach Kundenwunsch bieten und sich als verlässlicher Partner etablieren. Das Unternehmen ist in zahlreichen Branchen tätig, darunter Automotive, Medizintechnik und

„Moderne und maßgeschneiderte Hardwarelösungen für die Industrie“

© iStock - 1184804468



Optimale Benutzerfreundlichkeit durch Human Machine Interfaces:
Effiziente Bedienlösungen für komplexe Maschinensteuerungen



Fortschrittliche Machine Vision-Lösungen bei BRESSNER
Technology GmbH

Luftfahrt. „Unsere Kunden schätzen unsere breite Aufstellung und unsere Fähigkeit, komplexe technische Anforderungen zu erfüllen“, so Martin Stiborski. Besonders im Bereich Rugged Edge Computing hat sich BRESSNER Technology einen Namen gemacht. Diese Technologien sind besonders in rauen Umgebungen gefragt und bieten hohe Zuverlässigkeit und Robustheit. Die stetige Weiterentwicklung der Produkte und Dienstleistungen bleibt ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie.

Internationalisierung und Kundenbindung

BRESSNER Technology agiert weltweit und bedient Kunden in vielen verschiedenen Ländern. „Unsere Exportquote ist hoch und wir sind in der Lage, unsere Produkte und Dienstleistungen global anzubieten“, betont Martin Stiborski. Das Unternehmen setzt auf einen technischen Vertrieb, der nicht nur auf den Verkauf abzielt, sondern auch auf die langfristige

Beratung und Betreuung der Kunden vor Ort. „Wenn Kunden zu uns kommen, ist es uns sehr wichtig, sie direkt zu beraten und gemeinsam Roadmaps zu entwickeln“, erklärt er weiter.

Das Unternehmen legt zudem großen Wert darauf, die eigene Marke sowie die Kundenbindung zu stärken. „Wir sind regelmäßig auf wichtigen Branchenmessen wie der Embedded World, der SPS und der Medica vertreten, um sowohl Neukunden zu gewinnen, als auch unsere Bestandskunden persönlich zu beraten“, so der Geschäftsführer.

Nachhaltigkeit, Unternehmenskultur und Zukunftsperspektiven

Nachhaltigkeit spielt eine zentrale Rolle in der Unternehmensstrategie der BRESSNER Technology GmbH. Das Unternehmen ist nach ISO 9001 zertifiziert und arbeitet derzeit an der Zertifizierung nach ISO 14001, um auch in Zukunft den hohen Anforderungen an Umweltstandards gerecht zu werden. „Wir möchten unseren

Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten und arbeiten kontinuierlich daran, unsere Prozesse zu optimieren“, erklärt Martin Stiborski.

Die Unternehmenskultur bei BRESSNER Technology ist geprägt von Offenheit und Kollegialität. „Wir haben eine sehr offene und amerikanisch geprägte Kultur, in der es flache Hierarchien gibt“, betont der Geschäftsführer. Das Unternehmen organisiert regelmäßig Events und fördert den Austausch zwischen den Mitarbeitern, um ein positives Arbeitsklima zu schaffen. „Wir verändern uns ständig und stellen uns den spannenden Herausforderungen“, fügt Martin Stiborski hinzu. Die BRESSNER Technology GmbH hat klare Ziele für die Zukunft. Das Unternehmen plant, weiter zu wachsen und seine Marktpräsenz international auszubauen. „Wir wollen die Lücke zwischen technischer Komplexität und Anwenderfreundlichkeit schließen und uns als Bindeglied zwischen diesen beiden Welten etablieren“, so Martin Stiborski.

BRESSNER
A ONE STOP SYSTEMS COMPANY

KONTAKTDATEN

BRESSNER Technology GmbH
Industriestraße 51
82194 Gröbenzell
Deutschland
☎ +49 8142 472840
info@bressner.de
www.bressner.de

Zudem soll das Produktsortiment weiter um neueste Technologien erweitert und die Marke BRESSNER weiter ausgebaut werden. „Es gibt immer etwas Neues zu entdecken und genau das treibt uns an“, fasst der Geschäftsführer zusammen. Mit einem klaren Fokus auf Innovation, Kundennähe und Nachhaltigkeit ist die BRESSNER Technology GmbH bestens gerüstet, um auch in den kommenden Jahren eine führende Rolle in der Branche zu spielen und die Herausforderungen der Zukunft erfolgreich zu meistern.

BRESSNER erfüllt die komplexen
technischen Anforderungen seiner Kunden



„Die Datenübertragungsgeschwindigkeit hat sich vervierzigfacht!“

Autos werden immer stärker Teil der Informationstechnologie – dementsprechend müssen bei der Entwicklung wie bei der Herstellung und später auch im Aftersales-Kontext immer größere Datenmengen auf die Fahrzeuge übertragen, beziehungsweise dort ausgelesen werden. An dieser Stelle ist seit Jahrzehnten die gewachsene Expertise von Softing gefragt. Mit welchen Innovationen sich das Unternehmen derzeit beschäftigt, erläuterten Oliver Fieth und René Schneider im Interview mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr Fieth, Herr Schneider, schon seit etlichen Jahren werden Autos immer mehr zur Informationstechnologie – Daten spielen dabei natürlich eine Schlüsselrolle.

Oliver Fieth: Wir verstehen uns prinzipiell als der 'Daten-Lieferando' im Automotive-Segment: Unsere Lösungen sorgen dafür, dass Daten reibungslos auf das jeweilige Fahrzeug aufgespielt, beziehungsweise auf diesem später ausgelesen werden können. Die entsprechenden Anwendungsfelder erstrecken

sich dabei über den gesamten Produktlebenszyklus der jeweiligen Fahrzeuge hinweg: vom Entwicklungsingenieur, der ein neues Fahrzeug testen will, über die spätere Massenproduktion bei den OEMs bis hin zum Aftersales-Bereich in der Werkstatt.

Wirtschaftsforum: Spricht man dieser Tage über Daten, landet man schnell beim Thema KI – ist diese Innovation auch für Softing von Bedeutung?

Oliver Fieth: Da lautet unsere Devise: Schuster, bleib bei deinen

Leisten! Wir haben uns in gut vier Jahrzehnten eine umfassende Expertise in der Bereitstellung und Übertragung großer Datenmengen innerhalb kurzer Zeit erarbeitet und sind hierfür in den relevanten Fachkreisen unserer Branche auch weithin bekannt. Natürlich geben wir im Rahmen unserer Erfahrungswerte auch Einschätzungen zu KI-Themen, wenn sie unsere Kernkompetenzen betreffen – aber Softing Automotive Electronics selbst bietet keine KI-Lösungen an. Die wirklich relevanten Innovationen in unserem Leistungsspektrum

Interview mit
Oliver Fieth (li.),
und
René Schneider,
Geschäftsführer
der Softing Automotive
Electronics GmbH

optimize!
softing

KONTAKTDATEN

Softing Automotive Electronics GmbH
Richard-Reitzner-Allee 6
85540 Haar
Deutschland
☎ +49 89 45656420
info.automotive@softing.com
www.automotive.softing.com

finden in einem anderen Kontext statt.

Wirtschaftsforum: Wo genau?

René Schneider: Sie haben recht mit Ihrer Beobachtung: Autos werden immer mehr zur Informationstechnologie – und dementsprechend steigen auch die Datenmengen, die auf den Fahrzeugen ausgelesen und übertragen werden müssen, rapide an. Wo früher 300 MB schon als viel galten, sprechen wir heute von gut und gerne 10 GB, die im Rahmen des Herstellungsprozesses auf das jeweilige Fahrzeug aufgespielt werden müssen. Ohne bedeutsame Innovationen, die die entsprechende Datenübertragungsgeschwindigkeit wesentlich beschleunigen konnten, wären die Taktzeiten bei den OEMs vor diesem Hintergrund schon lange nicht mehr einzuhalten. Mithilfe des Einsatzes von Ethernet an den Fahrzeugschnittstellen errei-

chen wir heute etwa die vierzigfache Geschwindigkeit im Vergleich zu einem CAN-Anschluss. Gleichzeitig verändern sich auch die Prozesse beim eigentlichen Deployment der jeweiligen Software: Hier arbeiten wir an verschiedenen Produkten, die als Smart Vehicle Interface ähnlich wie ein klassisches Smartphone funktionieren und sich so eine bekannte Topologie zunutze machen, um die erforderliche Datenübertragung möglichst reibungslos und intuitiv auszuführen. Darüber hinaus bestehen entsprechende Remote- und Proximity-Lösungen.

Wirtschaftsforum: Der fundamentale Wandel, den die Automobilindustrie derzeit durchläuft, spielt sich in der Antriebstechnik ab – bringt die E-Mobilität auch Veränderungen für Softing Automotive Electronics mit sich?

Oliver Fieth: Ja, aber eher mittelbar: Bei Hybridsystemen oder vollelektrischen Fahrzeugen steigt der Elektronik-Content graduell und nicht überproportional an – aus rein elektronischer Sicht ist der Unterschied für unsere Lösungen also nicht sonderlich groß. Der weiter fortschreitende Umstieg auf Fahrzeuge mit Elektroantrieb bringt jedoch eine Vielzahl an

neuen internationalen Standards mit sich, die wiederum eine immense Auswirkung auf unsere Lösungen haben. Denn Standardschnittstellen und -datenformate sind unerlässlich, um eine nachhaltige Kompatibilität sämtlicher Komponenten zu gewährleisten. Die damit einhergehenden Novellen sind für uns relevanter als die eigentliche Veränderung in der Antriebstechnik. An dieser Stelle ist dann auch unser ganzes Know-how gefragt, das wir gerne an unsere Kunden weitergeben, etwa in Form von Webinaren.

Wirtschaftsforum: Welchen Wandel wird Softing Automotive Electronics in den nächsten Jahren erfahren?

René Schneider: Der Kern der Diagnoseverfahren wird sich weiter verändern – und damit auch Softing ein Stück weit mehr zu einem agilen Software-Haus werden. Unsere mittelständische Bodenständigkeit mit kurzen Entscheidungswegen und schnellen Umsetzungszyklen werden wir uns jedoch auch perspektivisch bewahren.



Eine High-speed-Flash-Lösung von Softing



NUMMER 1

Interviews mit Geschäftsführern und Managern

Mehrere Tausend persönlich geführte Interviews pro Jahr.

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



Folgen Sie uns auf Facebook

hier klicken




Medizin zwischen Starts und Landungen

Ein medizinischer Zwischenfall auf Reisen ist im besten Fall ärgerlich, im schlimmsten lebensbedrohlich. Eine optimale kassen- und privatärztliche medizinische Versorgung am Münchener Flughafen muss jedoch auch unter den besonderen Bedingungen dieses Standorts optimal gewährleistet sein. Klinikleiter Georg Heydn gab im Interview mit Wirtschaftsforum einen Einblick in die außergewöhnlichen Herausforderungen seines Alltags.



Ein Rettungseinsatz am Flughafen geht mit vielen logistischen Besonderheiten einher

Wirtschaftsforum: Herr Heydn, mit der Privatklinik Munich AirportClinic GmbH und der kassenärztlichen Klinik MediCare Flughafen München Medizinisches Zentrum GmbH wollen Sie Hightech-Medizin mit internationalem Flair bieten – am größten Flughafen in Süddeutschland. Welche besonderen Herausforderungen müssen Sie dabei im Tagesgeschäft bewältigen?

Georg Heydn: Am Ende steht und fällt unser Angebot mit seiner me-

dizinischen Exzellenz, und unser oberstes Ziel besteht stets darin, für jeden Patienten den bestmöglichen Outcome zu erzielen – das ist bei uns also nicht anders als in jeder anderen Klinik auch. Unsere einmalige Lage direkt im Flughafen ist jedoch wirklich eine große Besonderheit und bringt auf verschiedenen Ebenen Fragestellungen mit sich, denen man andernorts in der medizinischen Praxis selten begegnen dürfte. Das beginnt bei eigentlich banalen Themen wie der Beschreibung

des Einsatzortes. Setzt man im Alltag einen Notruf ab, muss man dabei lediglich eine konkrete Adresse nennen und wenige Minuten später treffen Sanitäter und Notarzt am Fichtenweg 9 oder in der Kohl gasse 13 ein. Hier am Flughafen mit seinen vielen verschiedenen Ebenen und weitläufigen Arealen ist das schon deutlich komplizierter.

Wirtschaftsforum: Auch die Durchführung medizinischer Eingriffe unter diesen besonderen

Interview mit



Georg Heydn,
*Geschäftsführer
der Medicare Flughafen
München Medizinisches
Zentrum GmbH*

Umgebungsbedingungen dürfte ziemlich komplex sein.

Georg Heydn: Tritt eine Notfallsituation etwa in einem Flugzeug ein, wird der Rettungseinsatz durch die sehr beengten Platzverhältnisse zusätzlich erschwert. Hinzu kommen die hohen Sicherheitsanforderungen samt den damit einhergehenden bürokratischen Erfordernissen, etwa zu den Ausweisen, die unser Personal entsprechend vorhalten muss. Die medizinische Versorgung an sich unterscheidet sich jedoch nicht von den Interventionen oder Abläufen in anderen Einrichtungen. Ich vergleiche uns dabei gerne mit der Feuerwehr: Auch eine Werksfeuerwehr muss unter anderen Rahmenbedingungen arbeiten als ein Zug in der örtlichen Straße – doch die grundsätzliche Aufgabenstellung ist identisch: Brände löschen.

Wirtschaftsforum: Sie werden sich in Ihrem Alltag jedoch mit Problemstellungen beschäftigen müssen, denen kaum ein anderer Klinikleiter begegnen dürfte.



Die Erweiterung des medizinischen Leistungsangebots geht stets mit einer Zunahme an Komplexität einher, um den besten Outcome für die Patienten gewährleisten zu können

Georg Heydn: Das ist richtig – und macht diese Tätigkeit für mich auch außerordentlich reizvoll, weswegen ich mich sehr gefreut habe, als ich hier vor wenigen Monaten die Geschäftsführung antreten durfte. Seitdem musste ich mich in der Tat mit diversen Themen beschäftigen, über die ich mir zuvor nie Gedanken gemacht hatte. Stellen Sie sich beispielsweise einen Notfall mit laufender Reanimation in einem Flugzeug vor, das gerade aus China angekommen ist – die Patientin hat aber gar kein Schengen-Visum, weil sie als Transitreisende direkt in die USA weiterfliegen wollte. Jetzt muss sie aber hier in unserer Klinik behandelt werden – und dazu ja eigentlich einreisen. Wie können wir in einer solchen Situation richtig handeln? Das ist für mich eine extrem spannende Frage – und unterstreicht, wie wichtig unsere enge Kooperation mit allen anderen Stellen am Flughafen ist, unter anderem eben mit der Bundespolizei.

Wirtschaftsforum: Neben der kassenärztlichen Klinik mit ihrer

Notfallambulanz betreiben Sie am Standort auch eine Privatklinik – wieso möchten die Patienten ihre medizinischen Eingriffe gerade am Flughafen vornehmen lassen?

Georg Heydn: Wir sind eine orthopädische Klinik an einem ganz besonderen Standort. Trotzdem läuft das Klinik-Tagesgeschäft unabhängig von unserer Notfallambulanz ganz 'normal' ab, jeder Patient kann sich bei uns behandeln lassen. Die stationären Patienten kommen extra zu uns, während die Notfallbehandlungen klassischerweise ambulant sind. Die Umgebung ist natürlich sehr anziehend: Unsere Räumlichkeiten liegen direkt im Terminal 1 und unsere Patienten können somit von ihren Zimmern aus viele Starts und Landungen bewundern – das nimmt gerade bei ungeplanten Behandlungen auf Reisen ein wenig das Ärgernis. Doch trotz dieses netten Features ist am Ende die erstklassige Kompetenz unserer Ärzteschaft und unseres Pflegepersonals entscheidend für unsere Attraktivität als Gesundheitsdienstleister – da-



KONTAKTDATEN

Medicare Flughafen München
Medizinisches Zentrum GmbH
Terminal 1, Modul E
Terminalstraße West
85356 München-Flughafen
Deutschland
☎ +49 89 97563328
info@munich-airport-clinic.com
www.munich-airport-clinic.com



Von vielen Patientenzimmern aus kann man bei der Genesung den Starts und Landungen der Flugzeuge zuschauen

für konnten sich unsere Kliniken in den über zwei Jahrzehnten ihres Bestens auch eine erstklassige Reputation aufbauen. Unser spannender Standort macht uns indes die Mitarbeitergewinnung ein wenig leichter – so können wir auch bei all unseren Pflegekräften ausnahmslos auf examiniertes Personal setzen, was wiederum zu unserer nachgewiesenen medizinischen Exzellenz beiträgt.

Wirtschaftsforum: Welche Veränderungen prägen derzeit den Alltag in Ihren Gesundheitseinrichtungen?

Georg Heydn: Um weiterhin die bestmögliche Behandlung unserer Patienten gewährleisten zu können, sondieren wir

permanent, welche medizinstrategische Ausrichtung für uns die sinnvollste ist. Dabei werden wir unser Angebot sicherlich noch erweitern – seit Kurzem bieten wir etwa auch endoprothetische Eingriffe am Knie an, was die Etablierung völlig neuer Prozesse bei der Aufnahme, im OP sowie auf Station und bei der Abrechnung erforderlich machte. Denn die Einführung neuer Leistungen ist nie trivial. Der perspektivische Blick in die Zukunft fällt aufgrund der anstehenden Krankenhausreform derzeit jedoch leider schwer. Dass uns durch diese Novelle eher eine Zunahme als ein Abbau an Bürokratie bevorsteht, lässt sich hingegen jetzt schon ziemlich sicher prognostizieren.

„Zahnersatz muss easy sein!“

Globales Wachstum mit modernen
Zahnersatzmaterialien

Interview mit



Marian Schmitz,
*Geschäftsführer / Managing
Director
der DSSM GmbH*

sagemax®

KONTAKTDATEN

DSSM GmbH
Ludwig-Kick-Straße 2
88131 Lindau
Deutschland
www.sagemax.com

Als einer der weltweit führenden Hersteller für Zirkoniumdioxid-basierte Dentallösungen setzt Sagemax weiterhin auf ein starkes globales Wachstum und hat in diesem Zuge sein Händlernetzwerk in wenigen Jahren auf über 90 Partner ausgedehnt. Mit Wirtschaftsforum sprach Marian Schmitz, Geschäftsführer der DSSM GmbH, über die damit einhergehenden Herausforderungen und das starke Marketing & Sales-Team hinter dieser Entwicklung.

Wirtschaftsforum: Herr Schmitz, als Geschäftsführer / Managing Director verantworten Sie den weltweiten Vertrieb und Markenauftritt von Sagemax – welches Produktspektrum verbirgt sich dahinter genau?

Marian Schmitz: Im Kern engagiert sich unser Unternehmen in der Herstellung von Zirkoniumdioxid, dem Grundmaterial, aus dem verschiedenste Zahnersatzlösungen von Kronen und Brücken über Abutments, Inlays und Onlays bis hin zu Veneers gefertigt werden. Früher wurden Zahnrekonstruktionen vornehmlich mit Metallkeramikronen ausgeführt, deren Erzeugung und Anpassung viel aufwendiger war als die heute

verfügbaren Lösungen. Deshalb hat Zirkoniumdioxid dank seiner überzeugenden physikalischen Eigenschaften und des ästhetisch ansprechenden Erscheinungsbildes seit über 20 Jahren weltweit stark Einzug in die zahnmedizinische Praxis gehalten. Aufgrund der individuell unterschiedlichen Zahnfarben der Patientinnen sowie der verschiedenen Transluzenzstufen stehen hinter nahezu jedem unserer Produkte mehrere Hundert Einzelartikel, deren Herstellung gerade im Fall aufwendiger Farbverläufe technologisch hochkomplex werden kann.

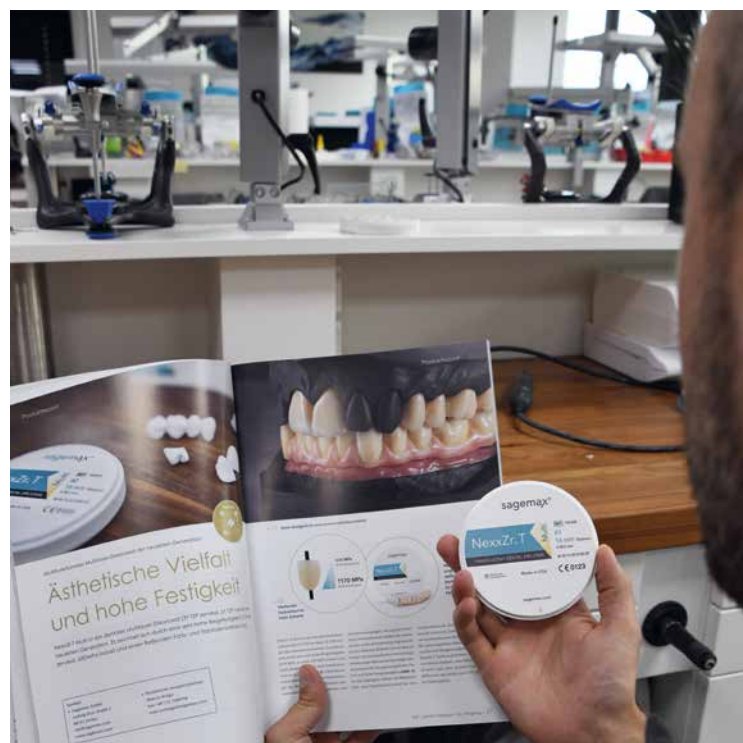
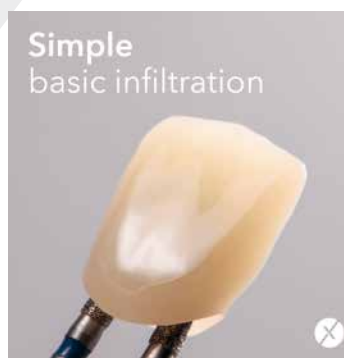
Wirtschaftsforum: Welche Veränderungen haben sich in den letzten Jahren für Sagemax ergeben?

Marian Schmitz: Mit der Akquisition von Sagemax im Jahr 2016 wurde seitens der Muttergesellschaft Ivoclar Vivadent AG entschieden, diese neue Firma separat weiterzuführen. Das war auch der Zeitpunkt, an dem ich die Leitung des Marketings und Produktmanagements übernahm. In den ersten Jahren bis 2020 waren wir ein sehr kleines Team. 2018 habe ich mit der Repositionierung der Marke die strategische Neuausrichtung eingeleitet, welche wir bis heute operativ umsetzen und implementieren. Neben Portfolioberreinigung und -ausbau haben wir systematisch das globale Händlernetzwerk auf- und ausgebaut. Anfangs war seitens Vertrieb lediglich Herr Slobodan Jarni, heu-

te Sales Director Sagemax EMEA, für die Handelspartner und Direktkunden verantwortlich. Zwischenzeitlich hat Herr Jarni ein starkes Team in Europa und Middle East aufbauen können und gleichzeitig das Händlernetzwerk ausgebaut. Global zählen wir aktuell 25 Kolleginnen und Kollegen im Vertrieb.

Wirtschaftsforum: Wie konnten Sie in diesen wenigen Jahren so viele Partner von Sagemax überzeugen?

Marian Schmitz: Hinter unserem Vertriebsansatz steckt die klare Überzeugung, dass Menschen am Ende des Tages mit Menschen Geschäfte machen – auch der schönste Webshop der Welt wird also niemals genug sein, wenn man sich langfristig erfolgreich im Markt bewegen will. Deshalb überzeugen wir unsere Händler mit einem umfassenden Service-



Aus Zirkoniumdioxid entsteht ansprechender Zahnersatz

Ansprechende Werbe- und Informationsmaterial sind ein entscheidender Schlüssel für den Erfolg des globalen Händlernetzes

angebot und stellen ihnen verschiedenste Assets bis hin zu Newslettern, Opinion Leadern, Brand Ambassadors und Social Media-Posts individuell und kostenlos zur Verfügung, damit sie in ihren Märkten selbstbewusst und überzeugend auftreten können. Außerdem unterstützen wir sie zudem bei Weiterbildungskursen und Seminaren. Ich bin davon überzeugt, dass das Fundament der erfolgreichen Partnerschaften und Handelsbeziehungen maßgeblich auf dem umfassenden und konsequenten Servicelevel unseres Teams ruht – das ist wichtiger als ein einzelnes Produktfeature. Um nicht nur unsere umfassende Kompetenz, sondern auch unseren individuellen Look and Feel als Marke nachhaltig und unverfälscht zu transportieren, erarbeiten wir all diese Materialien ausschließlich selbst – ich bin besonders stolz, ein hochmo-

tiviertes Marketingteam zu haben, welches 100% der Inhalte und Visualisierung steuert und erstellt.

Wirtschaftsforum: Soll dieses Händlernetz noch weiter wachsen – und welche Voraussetzungen sollten neue kompetente Partner mitbringen?

Marian Schmitz: Unbedingt – denn wir sehen auch in nahezu allen Märkten weltweit weiterhin großes Wachstumspotenzial. Insbesondere für den südostasiatischen Raum – speziell für Thailand, Malaysia und Vietnam – sind wir auf der Suche nach Kolleginnen mit Erfahrung in dieser Region, die sich in unserem jungen und dynamischen Team engagieren möchten. Das Wichtigste ist dabei klar ein starkes (inter-)kulturelles Verständnis und eine genaue Kenntnis der regionalen Marktumgebungen.

Das zahntechnische Hintergrundwissen kann man lernen.

Wirtschaftsforum: Welche Marketing-Impulse spielen darüber hinaus eine wichtige Rolle für Sagemax?

Marian Schmitz: Inzwischen setzen wir auch auf einen starken Community-Gedanken, der die Anwender unserer Produkte miteinander verbinden soll (www.sagemax.com/community), um so einen wertvollen fachlichen Austausch zu ermöglichen. Mittlerweile stellen uns Zahnärztinnen und Zahntechniker gerne besonders interessante Fälle sowie die von ihnen entwickelten Lösungen vor. Wir bereiten ihre Berichte dann in ansprechenden Flyern, Videos oder Social Media-Posts auf, die dann bisweilen auch den Weg in ihre Wartezimmer finden, sodass ihre Patientinnen erfahren

können, wie Zahnersatz eigentlich hergestellt wird und wie die entsprechende zahnmedizinische Versorgung im Detail erfolgt.

Wirtschaftsforum: Welche Vision steht dabei im Zentrum von Sagemax?

Marian Schmitz: 'Easy' wird ein wichtiges Schlagwort für uns bleiben, denn Zahnersatz muss einfach sein und sich aus dem Grundmaterial möglichst intuitiv herstellen lassen. Damit wollen wir nicht nur den Patienten eine ansprechende und erschwingliche Lösung zur Verfügung stellen, sondern insbesondere auch die Zahntechnikerinnen in ihrer komplexen Tätigkeit unterstützen – denn am Ende des Tages sind sie die 'Smile-Creators', die für das Lächeln ihrer Patienten verantwortlich sind.

Damit nichts und niemand ins Rutschen kommt

Mit der Erfindung der Antirutschmatte unter Teppichen und Tischdecken hat Claus Kolckmann Maßstäbe gesetzt. Damit legte er den Grundstein für den Erfolg der A. Kolckmann GmbH, die ihr Angebot im Laufe der Jahrzehnte ständig weiterentwickelt hat. Bis heute ist das Unternehmen aus Alfdorf im Schwäbischen Wald im Familienbesitz und weit über die Grenzen Deutschlands aktiv.

Interview mit



*Johanna Kolckmann,
Gesellschafterin
der A. Kolckmann GmbH*



Nachhaltig und langlebig: Die Krabbelmatte wächst mit und kann zum Spielen sowie für Gymnastik und Yoga genutzt werden

„Der wichtigste Erfolgsfaktor für unser Unternehmen war die Idee meines Vaters Claus Kolckmann, eine Anti-Rutschmatte zu entwickeln und dieses Produkt kontinuierlich zu verbessern“, beschreibt Johanna Kolckmann, Gesellschafterin der A. Kolckmann GmbH. „Wir sind die Pioniere der Teppichunterlagen und haben sie als erstes Unternehmen weltweit erstmalig 1964 auf der Messe Heimtextil in Frankfurt vorgestellt. Seit dieser Zeit besitzen wir Patente auf verschiedene Produkte und haben erst kürzlich eine neue Teppichunterlage patentieren lassen. Bis heute tüfteln wir – wie

mein Vater – weiter an unseren Produkten, um sie besser zu machen.“ Längst hat sich das Produktspektrum erweitert und heute machen Bodenbeläge, Teppich-, Verlege- und Tischdeckenunterlagen sowie technische Matten, Yoga- und Babymatten das Portfolio des Familienunternehmens aus.

Eigene Weberei

Eine Besonderheit von A. Kolckmann ist die große Fertigungstiefe innerhalb des Betriebes. „Wir haben die komplette Wertschöpfungskette bei uns im Haus“, verdeutlicht die Gesellschafterin. „Wir

weben das Grundgewebe selbst, wir beschichten es und wir konfektionieren es auch – alles hier an unserem Firmensitz in Alfdorf.“ Besonders ist auch die kontinuierliche Weiterentwicklung des Unternehmens. „Unsere Yogamatte ist aus der Teppichunterlage heraus entstanden“, erinnert sich Johanna Kolckmann. „Aus der Yogamatte wurde unsere Krabbelmatte konzipiert. Ein Standbein sind unsere technischen Produkte für die Industrie. Eine weitere wichtige Säule im Portfolio sind Sicherheitsmatten für den Außenbereich, die mit Granulat beschichtet sind und deshalb eine

starke Anti-Rutschwirkung haben. Ihren Einsatz finden sie zum Beispiel vor Altersheimen, wo Menschen gerade im Winter schnell stürzen können.“

Familienbetrieb

Gemeinsam mit ihren drei Geschwistern Ariane, Georg und Claus Joachim ist Johanna Kolckmann Gesellschafterin des Unternehmens, das heute 45 Menschen beschäftigt und einen Jahresumsatz von 8,5 Millionen EUR erwirtschaftet. Doch auch das operative Geschäft ist mit der Familie verbunden, denn Geschäftsführer Cornelius Sorg ist



Neuestes Patent: Die Anti-Rutschunterlage AKO PRIMA besteht aus einem PSE-Glasgarngewebe, ummantelt mit einem speziellen Acrylatschaum



Wenn Trittsicherheit und Rutschfestigkeit – vor allem im Winter – gefragt sind: AKO-Sicherheitsmatte

der Cousin von Johanna Kolckmann.

Um auf sich aufmerksam zu machen ist die A. Kolckmann GmbH auf Fachmessen präsent, teils als Aussteller, teils als Besucher. Mit einem eigenen Stand ist das Un-

ternehmen zum Beispiel auf der 'Domotex' in Hannover und auf der Münchener 'Bau' vertreten. renzprojektes. „Die BASF hat einen Weichmacher entwickelt, der zu 100% aus Kunststoffabfällen besteht“, erklärt Johanna Kolckmann. „Und wir sind im Moment die Einzigen, die diesen umweltfreundlichen Weichmacher für Yogamatten einsetzen.“ Für die kommenden Jahre möchte die Gesellschafterin für das Unternehmen auf jeden Fall den aktuellen Status halten und weiterhin gut am Markt präsent bleiben. Vor allem aber möchte sie – trotz der heute wahrlich schwierigen Zeiten – weiter positiv in die Zukunft schauen.

8,5

**MILLIONEN EUR
UMSATZ**

ternehmen zum Beispiel auf der 'Domotex' in Hannover und auf der Münchener 'Bau' vertreten.

Kernmarkt Europa

Knapp 40% des Umsatzes erzielt der Familienbetrieb außerhalb Deutschlands. Obwohl auch Kunden in Japan, Neuseeland und Australien beliefert werden, liegt der Schwerpunkt eindeutig auf dem europäischen Markt. Die Langlebigkeit der Matten ist sicherlich gerade heute ein wichtiger Aspekt. So werden auf verschiedene Produkte zehn Jahre Garantie gegeben. Nachhaltigkeit steht auch im Fokus eines Refe-



KONTAKTDATEN

A. Kolckmann GmbH
Obere Schloßstraße 140
73553 Alfdorf
Deutschland
☎ +49 7172 3040
ako@kolckmann.de
www.kolckmann.de

Unsere Themenwelten auf:
www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



charly macht Zahnarztpraxen zukunftsfit

Interview mit
Wilhelm Baumeister,
Produktmanager
der solutio GmbH & Co. KG

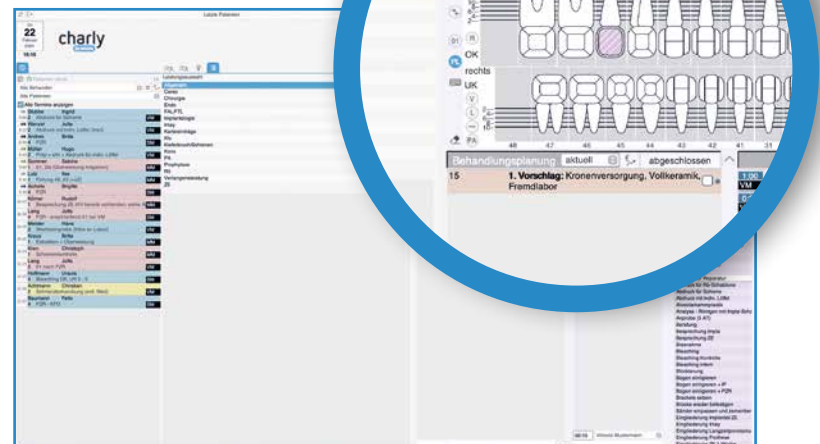
In Zahnarztpraxen geht es um Menschen. Diese sollten im Mittelpunkt stehen. Tatsächlich aber werden Zahnarztpraxen seit Jahren verstärkt mit administrativen Aufgaben belastet, die einen hohen Zeitaufwand erfordern. Die solutio GmbH & Co. KG ist einer der führenden Anbieter von Managementsoftware für Zahnarztpraxen. Mit seinen Lösungen unterstützt das Unternehmen Zahnärzte dabei, sich auf das zu konzentrieren, was zählt: auf die Patienten.

Wirtschaftsforum: Herr Baumeister, was sind wichtige Features Ihrer Softwarelösung charly?

Wilhelm Baumeister: charly ist eine 360-Grad-Managementsoftware für Zahnarztpraxen. Kernelemente sind unter anderem das vorausschauende Terminbuch, die Dokumentation, die die Grundlage für die Abrechnung darstellt, sowie die Abrechnung selbst, mit integrierten Controlling-Werkzeugen. Mit charly lässt sich die gesamte Behandlung eines Patienten planen, inklusive der Vor- und Nachbereitung. HKPs, Finanz- und Materialverwaltung sowie ein KFO-Modul sind ebenfalls enthalten. charly ist ganzheitlich in die Abläufe der Praxis integriert und ermöglicht eine aktive Steuerung der Praxis.

Wirtschaftsforum: Was zeichnet charly im Vergleich zu anderen Management-Softwarelösungen für Zahnärzte aus?

Wilhelm Baumeister: Uns zeichnet dieser ganzheitliche Ansatz aus, der eine Steuerung der Praxis ermöglicht. Was charly einzigartig macht, ist, dass wir nicht nur einzelne Systeme, Themen oder Bereiche, sondern Patienten entlang der gesamten Wertschöpfungskette begleiten. Alle Behandlungsschritte sind integriert, so wird der Zahnarzt und das gesamte Team geführt, was vor, während und nach den Behandlungen passieren muss. Alle Elemente einer Behandlung werden geplant. So bleibt dem Team der Praxis mehr Zeit für die wichtigen Dinge: die Behandlung der Patienten. Das ist ein Luxus, den bislang nur wir unseren Kunden in dem Ausmaß anbieten können. Zudem wird der Patient nicht nur über eine Behandlung hinweg begleitet, sondern langfristig. Darüber hinaus bieten wir nicht nur unsere IT-Lösung an, sondern begleiten unsere Kunden partnerschaftlich in ihrem Praxisalltag. Wir sind vor



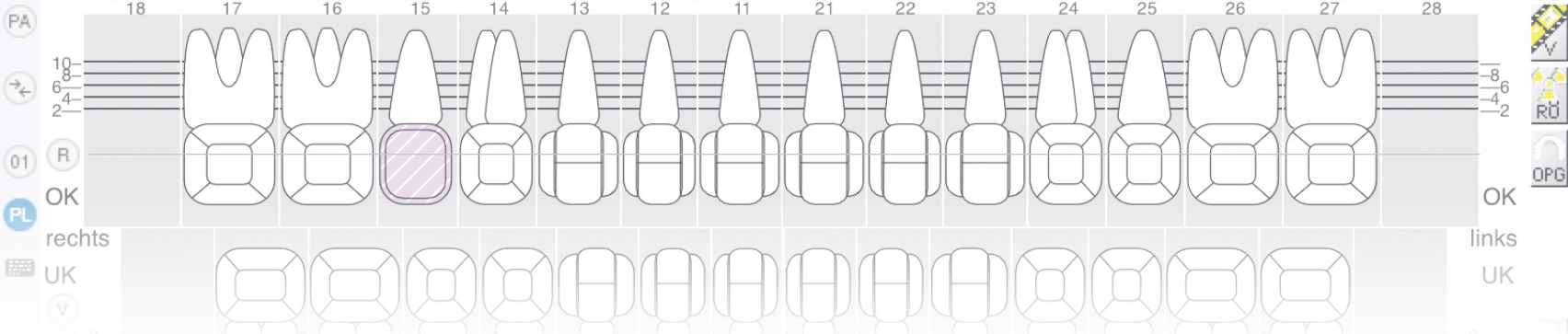
charly begleitet ganzheitlich alle Schritte: vor, während und nach der Behandlung

Ort in den Praxen, führen regelmäßig Analysen durch, zeigen Potenziale auf und unterstützen unsere Kunden dabei, nachhaltig wettbewerbsfähig zu bleiben. Darüber hinaus bieten wir den Zahnärzten auch einen eigenen Abrechnungsservice bei ihnen vor Ort an. Da die Fachkräfte rar sind, wird dieses Angebot gerne angenommen. Wir setzen also auf ein partnerschaftliches Verhältnis mit unseren Kunden. Gerade in Zeiten wie diesen wird diese Un-

terstützung sehr geschätzt. Dabei begleiten wir sowohl junge Zahnärzte, die sich gerade selbstständig machen, als auch etablierte Praxen.

Wirtschaftsforum: Wie würden Sie Ihre Firmenkultur beschreiben?

Wilhelm Baumeister: Auch hier ist Partnerschaftlichkeit ein Teil unserer Antwort. Wir nennen uns selbst die 'Solutianer', denn wir



haben einen gemeinsamen Geist. Unser Spirit ist entscheidend von unserem Gründer geprägt worden und ist noch heute allgegenwärtig in unserem Unternehmen. Er hat begeistert und ein Miteinander geschaffen. Wir sind eine große Familie. Das begeistert unsere Mitarbeiter – mich selbst übrigens auch.

Wirtschaftsforum: Was genau meinen Sie mit 'Zeiten wie diesen'?

Wirtschaftsforum: charly ist offensichtlich sehr lösungsorientiert aus der Perspektive der Zahnärzte entwickelt worden. Was sind die Wurzeln von solutio und was waren bis heute wichtige Entwicklungsschritte, die solutio zu dem gemacht haben, was das Unternehmen heute am Markt ist?

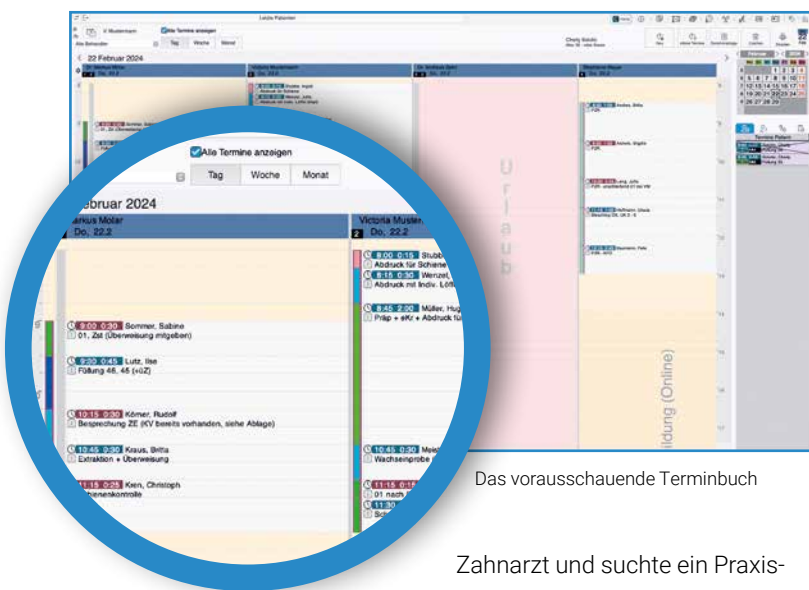
Wilhelm Baumeister: Wir haben 2022 unser 30-jähriges Jubiläum gefeiert. solutio ist von Dr. Walter F. Schneider im Jahr 1992 gegründet worden. Er war selbst

die Vorteile von charly erkannt haben. Seit mehr als 15 Jahren ist Ilona Schneider, die Frau unseres Gründers, unsere Geschäftsführerin und Inhaberin. Wir sind auf 130 Mitarbeiter angewachsen und über 3.800 Kunden verlassen sich heute auf unsere Lösung. Ich selbst bin seit 2020 im Unternehmen.

Wirtschaftsforum: Was steht auf Ihrer Agenda 2024?



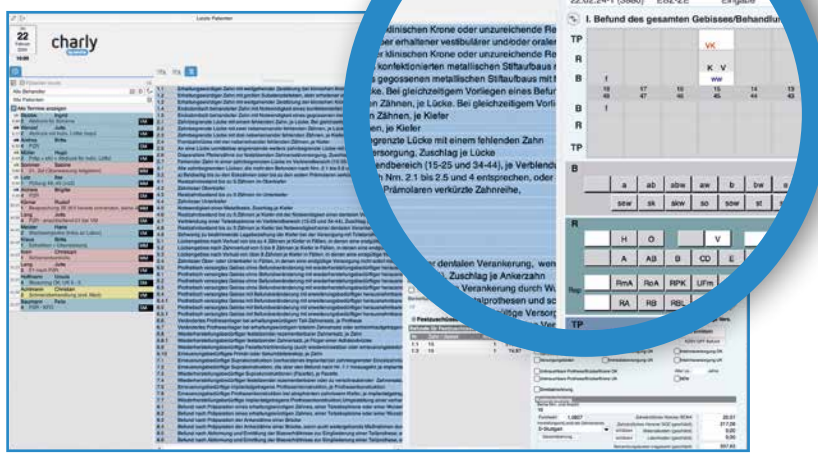
KONTAKTDATEN
solutio GmbH & Co. KG
Zahnärztliche Software und
Praxismanagement
Max-Eyth-Straße 42
71088 Holzgerlingen
Deutschland
☎ +49 7031 4618700
info@solutio.de
www.solutio.de



Das vorausschauende Terminbuch

Wilhelm Baumeister: Zahnärzte sind weder IT-Spezialisten noch Techniker und auch keine Bürokraten. Schon seit Jahren werden von unterschiedlichsten Seiten der Politik immer neue Herausforderungen an sie herangetragen. charly ist ein ganzheitliches Lösungspaket, das den Zahnärzten diese Problematik und oft zeitaufwendige Prozesse abnimmt.

Zahnarzt und suchte ein Praxisverwaltungssystem für die eigene Praxis. Gemeinsam mit Entwicklern hat er charly aufgebaut, in den Markt gebracht und das Unternehmen gegründet. Der Unterschied zu anderen Systemen war damals wie heute, dass charly nicht nur einzelne Systeme abdeckt, sondern ganzheitlich integriert ist und dadurch steuert. Wir sind über die Jahre kontinuierlich, zum Teil sogar rasant gewachsen, da die Zahnärzte sofort



Die Erstellung eines Heil- und Kostenplanes

Wilhelm Baumeister: Aktuell arbeiten wir daran, unsere Software-Architektur zu erneuern. charly ist inzwischen seit mehr als 30 Jahren im Markt etabliert und wir sind dabei, die Lösung von Grund auf zu erneuern und zu modernisieren. Die Oberfläche wird browser-basiert und wir werden neue Features implementieren, wie zum Beispiel Standortunabhängigkeit oder mobile Endgeräte. Wir arbeiten hier intensiv mit unseren Kunden zusammen,

um bestmögliche Lösungen für ihre aktuellen und zukünftigen Bedarfe zu liefern. Wir möchten die Zahnärzte in Zukunft noch besser dabei unterstützen, den vielfältigen Anforderungen an das Praxismanagement bestmöglich gerecht zu werden. Das Berufsbild des Zahnarztes ändert sich und wir begleiten mit charly diese Veränderungen.

Vom Ländle in die Welt: Labortechnik vom Marktführer

DNA-Analyse. Stammzellenforschung. Oder auch einfach nur das große Blutbild beim Hausarzt. In Forschung und Medizin geht nicht viel ohne Labortechnik. Und die muss einiges leisten können, um zuverlässige Ergebnisse zu liefern – oft unter höchst variablen Rahmenbedingungen. Auch jenseits der Life Sciences ist das top ausgestattete Labor unentbehrlich, etwa in der Kosmetikindustrie und Lebensmitteltechnik. Für diese Vielfalt an Bedarfen gibt es die Andreas Hettich GmbH & Co. KG als Experte für Laborzentrifugen.

Interview mit



Dr. Peter Kunze
Director Sales & Marketing
der Andreas Hettich GmbH &
Co. KG

Wirtschaftsforum: Medizintechnik aus Baden-Württemberg. Das hört sich nach Tradition an, nach einer guten Mischung aus Präzision und Zuverlässigkeit, vor allem aber auch nach Innovations- und Schaffensfreude. Kann man Hettich unter diesen Vorzeichen einordnen?

Dr. Peter Kunze: Das trifft es schon ganz gut. Uns gibt es jetzt seit 120 Jahren als klassisches schwäbisches Unternehmen hier in Tuttlingen – einem Städtchen, das so etwas wie das Weltzentrum der Medizintechnik und ein entsprechender Innovationshub ist – bei all der notwendigen Folklore, die am Standort dazugehört. Wir sind im 21. Jahrhundert immer noch ein Familienunternehmen, heute in Händen der Familie Eberle. Und ja natürlich zu Innovations- und Schaffensfreude, das bringt uns aktuell auch eine recht dynamische Entwicklung, denn wir vertiefen gerade unser Portfolio.

Wirtschaftsforum: Es klingt, als sei das eher ungewöhnlich. Können Sie das für unsere Leser kurz ein bisschen ausführen?

Dr. Peter Kunze: Natürlich. Wir sind absoluter Spezialist im Bereich Laborzentrifugen, haben von der Handzentrifuge für den Feldeinsatz bis zu robotischen Zentrifugen eine Expertise, die ihresgleichen sucht, und uns bei den automatisierten Zentrifugen auch

zum Weltmarktführer macht. Als Geschäftspartner beschert uns das entsprechend Konzerne wie Roche, Siemens oder Abbott. Gleichzeitig bewegen wir uns aber mit all der angestammten Expertise auch in einem internationalen Umfeld, in dem Unternehmenskonsolidierungen an der Tagesordnung sind und wir als Familienunternehmen noch einmal genauer hinsehen müssen, was passiert. Deswegen haben

wir vor Kurzem einen für uns

wichtigen Schritt getan und auf der anderen Seite des Schwarzwalds die Firma Kirsch gekauft, die hochwertige Kühl- und Gefrierschränke für Labore entwickelt und herstellt. Das ist für uns ein wirklich guter Fit.

Wirtschaftsforum: Das internationale Umfeld ist aber schon seit Jahren Spielwiese von Hettich, oder?

Dr. Peter Kunze: Sicher ist es das. Wir haben sechs weitere Standorte im inner- und außereuropäischen Ausland und einige Gründungen im Programm. Unser Ruf eilt uns da wirklich im allerbesten Sinne voraus. Auch wenn unser Stammhaus im deutschsprachigen Raum liegt, das 'Made in Germany'-Label, das wir verkörpern, steht weltweit für Qualität und Langlebigkeit. Die Chinesen zum Beispiel sind besonders an den Robotikzentrifugen interessiert.



'Made in Germany'-Produkte
von Weltruf



Ein Spezialist, an dem man nicht vorbeikommt: Bei Hettich geht es um Laborzentrifugen – in jeglicher Ausführung und am Kundenwunsch orientiert, für medizinische Zwecke und weitere industrielle Anwendungen



KONTAKTDATEN

Andreas Hettich GmbH & Co. KG
Föhrenstraße 12
78532 Tuttlingen
Deutschland
☎ +49 7461 7050
info@hettichlab.com
www.hettichlab.com



Jenseits vom großen Robotikprodukt für Hochdurchsatz-Diagnostiklabore: Auch kleinere Tischzentrifugen für den Einsatz in Arztpraxis und Apotheke gehören zum Produktportfolio

Dank der Fusion mit Kirsch nimmt die internationale Vernetzung jetzt weiter Fahrt auf, der Vertrieb wird verstärkt und entsprechende Möglichkeiten ergeben sich im Export, in dem Kirsch bisher nicht so aktiv war.

Wirtschaftsforum: Ist China nicht auch ein kritischer Markt mit den aktuellen Rahmenbedingungen?

Dr. Peter Kunze: Ich habe selbst in Südostasien gelebt und hege so eine gute Portion interkulturelle Neugier gerade für asiatische Länder. Die Chinesen werden nach wie vor von deutschen Firmen umworben, sind gleichzeitig aber viel selbstbewusster als früher unterwegs. Das erlebe ich auch auf Messen, zuletzt jetzt gerade im März auf der analytica, auf der chinesische Firmen große, prominente Stände hatten. Die Rahmenbedingungen, die kritisch sind, sehe ich eher in den Liefer-

ketten, die durch die volatile Weltlage leiden. Stellen Sie sich vor, dass eine Zentrifuge aus circa 1.000 Teilen besteht. Wenn dann ein Handelsembargo greift oder ein Suezkanal de facto stillliegt, dann können Probleme entstehen. Bis dato sind wir hier aber glücklicherweise gut durchgekommen.

Wirtschaftsforum: Welchen Herausforderungen müssen Sie sich aktuell noch stellen?

Dr. Peter Kunze: Ein Dauerbrenner ist bei uns natürlich das Regulatorische in der Medizintechnik. Man muss einfach sehen, dass außerhalb der EU jedes Land wieder andere Gesetze hierfür hat, entsprechende Produktnachweise und Dokumentationen fällig werden. Das ist einerseits spannend, andererseits aber auch arbeitsintensiv, gerade international. Unsere Niederlassung in Singapur zum

Beispiel kümmert sich hierfür im südostasiatischen Raum. In Europa hatten wir vor Jahren den Skandal mit den Silikonimplantaten in Frankreich. Das hat auch regulatorisch Auswirkungen gehabt, für die wir sehr viel Ressourcen einsetzen mussten. Übrigens old school in Papierform. Viele Einreichungen sind zwar bereits digital, aber die Dokumentation erfolgt auf Papier und je exotischer die Länder, desto mehr Stempel, Beglaubigungen und Apostillen werden benötigt.

Wirtschaftsforum: Jenseits vom unsäglichen Bürokratieaufwand bei behördlichen Genehmigungen – old school bei Hettich ist aber auch Teil des Erfolgsrezepts, oder?

Dr. Peter Kunze: Da greife ich gern zurück auf unseren Gesprächsbeginn. Unsere schwäbische Schaffensfreude geht nämlich auch mit etwas einher, das uns im Markt ganz nach vorne katapultiert: Der Langlebigkeit unserer Produkte. Ich treffe auf Messen Kunden, die sagen: „Ach, Sie sind das! Von Ihnen habe ich eine Laborzentrifuge. Die ist 25 Jahre alt und funktioniert immer noch so gut wie früher.“ Da stelle ich mir dann unser blau-türkises Produkt vor, denke an die Menschen, die es entwickelt haben und auch an die, denen es zugutekommt. Besser geht es nicht.

Gebäude der Zukunft



SAUTER übernimmt das Facility Management der Bavaria Towers in München und sorgt für effiziente Abläufe

Die Anfänge von SAUTER Deutschland reichen fast 100 Jahre zurück. Gegründet im Jahr 1925, hat sich das Unternehmen von einem kleinen Betrieb zu einem der führenden Spezialisten von Gebäude- und Raumautomation sowie Facility Management entwickelt. Von Anfang an legte man dabei Wert auf Innovation und Qualität: beides ist bis heute das Fundament des Erfolgs.

Gebäudeautomation sorgt dafür, dass moderne Bauten effizienter, komfortabler und umweltfreundlicher betrieben werden können. Durch die smarte Vernetzung und Automatisierung von Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage sowie Beleuchtung und Sicherheitssystemen lassen sich Energieverbrauch und Betriebskosten erheblich optimieren. SAUTER Deutschland bietet eine breite Palette an Produkten und Dienstleistungen im Bereich Gebäudeautomation, Systemintegration und Facility Management an. Die Technologien und

Services begleiten den gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes, von Neubauten bis zu Modernisierungsmaßnahmen. Wesentliches Ziel der SAUTER-Lösungen ist es, Immobilien werthaltig, energieeffizient und somit fit für die Zukunft zu machen.

In den letzten zehn Jahren hat SAUTER massiv in die Digitalisierung investiert, um den Herausforderungen des Fachkräftemangels und den steigenden Anforderungen in puncto Nachhaltigkeit zu begegnen. „Die Digitalisierung treibt uns an, unsere Prozesse zu automatisieren und somit Perso-

nalengpässe zu kompensieren. Gleichzeitig ermöglicht sie uns, CO₂-Emissionen zu reduzieren und unseren Dekarbonisierungspfad einzuhalten“, erklärt der Ge-

SAUTER setzt auf innovative Gebäudeautomation, um die Effizienz und Nachhaltigkeit am Flughafen Frankfurt zu steigern



Interview mit



Werner Ottilinger,
Geschäftsführer
SAUTER Deutschland

schäftsführer Werner Ottilinger. Diese Investitionen haben sich ausgezahlt, denn das Unternehmen konnte in den letzten zehn Jahren seinen Umsatz verdoppeln und beschäftigt mittlerweile rund 1.500 Mitarbeiter an 35 Standorten in Deutschland.

Wachstum durch Expansion

Die Wachstumsstrategie von SAUTER umfasst sowohl organisches als auch anorganisches Wachstum. „Deutschland ist ein gesättigter Markt, daher konzentrieren wir uns auf Zukäufe im europäischen Ausland. Länder wie die Schweiz, Österreich, Frankreich, Italien, Spanien und Polen bieten vielversprechende Möglichkeiten“, so Werner Ottilinger. Das Unternehmen plant, sei-

ne Marktpräsenz durch gezielte Akquisitionen weiter auszubauen, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Trotz der Krise in der Bauindustrie zeigt sich das Unternehmen bislang unbeeindruckt. „Unsere Auftragsbücher sind noch voll, da wir als nachgelagerte Bauindustrie von der aktuellen Baukrise erst in zwei bis vier Jahren betroffen sein werden“, erläutert der Geschäftsführer. Diese positive Auftragslage ermöglicht es dem Unternehmen, weiterhin stark in seine Zukunft zu investieren.

Nachhaltigkeit als Kernkompetenz

Ein zentraler Bestandteil der Unternehmensphilosophie ist das Thema Nachhaltigkeit. „Wir haben uns selbst nachhaltigkeitszertifizieren lassen und bieten gleichzeitig Lösungen an, die unseren Kunden helfen, ihren CO₂-Ausstoß zu verringern“, betont Werner Ottilinger. Das Unternehmen entwickelt intelligente Software-Tools, die von der automatischen Beschattung bis zur smarten Raumautomation reichen. Diese Lösungen tragen dazu bei, Energie nur dann zu nutzen, wenn sie tatsächlich benötigt wird, und somit den ökologischen Fußab-

druck zu minimieren. Ein weiteres Beispiel für das Engagement des Unternehmens in Sachen Nachhaltigkeit ist die Umstellung auf Elektrofahrzeuge und die Nutzung wiederverwertbarer IT- und Investitionsgüter. „Wir möchten mit gutem Beispiel vorangehen und unsere Kunden dazu ermutigen, ebenfalls nachhaltige Praktiken zu übernehmen“, erklärt Werner Ottilinger.

Herausforderungen und strategische Ausrichtung

Wie in vielen Branchen ist der Fachkräftemangel auch für SAUTER deutlich zu spüren. „Der Arbeitsmarkt ist leergefegt. Geeignete Mitarbeiter zu finden wird in den nächsten Jahren unsere größte Aufgabe sein“, sagt Werner Ottilinger. Das Unternehmen investiert bereits viel in Employer Branding, um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden. Durch Werbung auf Plattformen wie Xing, LinkedIn und sogar bei MediaMarkt und Saturn versucht SAUTER Deutschland, die besten Talente für sich zu gewinnen. Weiterhin sieht der visionäre Geschäftsführer besonders in den Bereichen Digitalisierung und künstliche Intelligenz enor-

mes Potenzial. „Maschinelles Lernen wird schneller Einzug halten als echte künstliche Intelligenz, aber beide bieten spannende Möglichkeiten für die Gebäudeautomation“, prognostiziert Werner Ottilinger. Außerdem betont er die Bedeutung einer klaren politischen Richtung in Bezug auf Nachhaltigkeit und Energiepolitik: „Die Unsicherheit rund um das Gebäudeenergiegesetz muss schnellstens beseitigt werden. Wir brauchen klare Vorgaben, um Investitionen zu planen und umzusetzen.“

SAUTER hat spannende Zeiten vor sich. „Unsere Expertise ermöglicht es uns, flexibel auf Marktanforderungen zu reagieren und gleichzeitig nachhaltige Lösungen zu bieten, die unsere Kunden und die Umwelt gleichermaßen profitieren lassen“, fasst Werner Ottilinger zusammen. Mit modernster Technologie treibt das Unternehmen die Gebäudeautomation voran und setzt neue Maßstäbe. Gleichzeitig engagiert sich SAUTER Deutschland intensiv für Nachhaltigkeit und gestaltet dadurch aktiv eine grünere Zukunft.



KONTAKTDATEN

SAUTER Deutschland
Sauter-Cumulus GmbH
Hans-Bunte-Straße 15
79108 Freiburg
Deutschland
☎ +49 761 51050
✉ info@de.sauter-bc.com
www.sauter-cumulus.de



SAUTER-Lösungen bringen modernste Technologie in die Münchner Bavaria Towers

SAUTER legt großen Wert auf die kontinuierliche Weiterbildung der Mitarbeiter, um stets auf dem neuesten Stand zu bleiben



„Mit dem Scharfen Maxx wollen wir ein bisschen frech sein!“

Interview mit



David Jost,
Geschäftsführer
der Käserei Studer AG

Eigentlich war es ein Missgeschick: Ein Produktionsmitarbeiter schüttete einmal versehentlich zu viel Rahm in den Käsefertiger. Doch als der Käse schließlich ausgereift war, schmeckte er viel besser als die Originalrezeptur. Geboren war der 'Scharfe Maxx', der seither in europäischen Kühlregalen zum Dauerbrenner geworden ist. An welchen Innovationen das Unternehmen hinter diesem beliebten Produkt derzeit arbeitet und wie es sich nachhaltig im Markt positionieren möchte, erläuterte Geschäftsführer David Jost im Interview mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr Jost, getreu ihrem Claim will die Käserei Studer 'original anders' sein – worauf ist dieser Anspruch zurückzuführen?

David Jost: Im Kern auf einen glücklichen Zufall, der eigentlich mit einem Missgeschick begann: Einer unserer Käser hatte versehentlich zu viel Rahm in den Käsefertiger geschüttet. Aber anstatt das Produkt dann zu verworfen, beschloss man, es ganz normal ausreifen zu lassen und im Anschluss zu kosten, was bei einer solchen Abweichung von der Rezeptur herauskommen würde. Das Ergebnis hat dann alle ein bisschen überrascht – denn dieser Käse schmeckte auf einmal viel besser. Die Konsumenten sahen es später genauso, als wir ihn schließlich als 'Scharfen Maxx' auf den Markt brachten.

Wirtschaftsforum: Der Beginn einer langen Erfolgsgeschichte, die bis heute anhält.

David Jost: Mit Sicherheit hat uns das in unserem Ansatz bestärkt, 'original anders' zu sein und damit neue Wege zu gehen, neue Dinge auszuprobieren und uns mutig zu positionieren – auch in der Markenführung. Wir sehen uns unverrückbar als Premium-Hersteller und verwenden für unsere Produkte nur die beste Milch von 40 regionalen Lieferanten. Die Qualität unserer Rohstoffe überprüfen wir täglich in unserem hausinternen Labor. Zudem blicken wir auf über 150 Jahre

Einzelne Produkte der Käserei Studer reifen länger als ein Jahr heran



Der 'Scharfe Maxx' ist das bekannteste Produkt der Käseerei Studer und in den Kühlregalen von Geschäften in ganz Europa erhältlich



KONTAKTDATEN

Käserei Studer AG
Romanshornestrasse 253
8580 Hefenhofen TG
Schweiz
☎ +41 58 2273060
info@kaeserei-studer.ch
www.kaeserei-studer.ch

Käserei Studer vertraut nur auf die hochwertigsten Rohstoffe

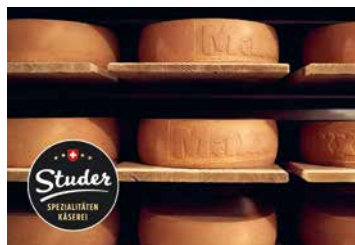
Erfahrung in der Käseherstellung zurück; in diesem Prozess-Know-how liegt schließlich die unverzichtbare Grundlage für unsere fortwährende Weiterentwicklung. Denn uns ist klar, dass Tradition und Innovation Hand in Hand gehen müssen, wenn wir auch die nächsten 150 Jahre erfolgreich bestreiten wollen.

Wirtschaftsforum: Welche Emotionen soll der Scharfe Maxx bei den Kunden wecken?

David Jost: Wir sehen den Scharfen Maxx gerne als den leuchtenden Stern im Käseregal, der nicht nur geschmacklich, sondern auch durch sein Erscheinungsbild an der Theke oder in den Selbstbedienungsmärkten aus dem breiten Angebot an Käseprodukten heraussticht – angefangen beim Verpackungsdesign mit etwas Mut zu den Farben rot und schwarz, ein bisschen frech und am besten unvergesslich präsent. Wenn der Kunde unseren Käse sieht und ihn kauft, soll immer ein kleines Lächeln auf seinem Gesicht erscheinen.

Wirtschaftsforum: Der Scharfe Maxx dürfte dabei einen deutlich höheren Bekanntheitsgrad erlangt haben als die Käseerei Studer.

David Jost: Das stimmt! Wenn ich gefragt werde, wo ich arbeite, und dann mit Käseerei Studer antworte, kennen diesen Namen nur recht wenige Menschen. Wenn ich aber entgegne, dass unser Unternehmen den Scharfen Maxx herstellt, ernte ich oft Begeisterung: „Der ist bei uns Dauergast im Kühlschrank!“, „Ach, der Lieblingskäse meiner Tochter!“ und so weiter. Man sieht also, wie stark diese Marke in der Schweiz und in Deutschland bereits verankert ist – darauf wollen wir nun in den nächsten Jahren aufbauen. Denn eine Marke ist immer auch ein Versprechen. Deshalb erwarten die Konsumenten von uns als Premium-Hersteller nicht nur ein kompromisslos hochwertiges Produkt, sondern auch, dass wir als Unternehmen die Extrameile gehen: bei den Anstellungsbedingungen, bei der Firmenkultur, bei den Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten für unsere



Die Käseerei Studer will auch in den nächsten 150 Jahren 'original anders' sein

Mitarbeiter sowie bei der Nachhaltigkeit. Es freut mich, dass wir bei all diesen Aspekten bereits mit einem hochwertigen Angebot überzeugen können und uns auch hier konsequent weiter verbessern: So produzieren wir mittlerweile fast die Hälfte unseres Strombedarfs mithilfe unserer eigenen Photovoltaikanlage selbst und erzeugen die in unserer Fertigung benötigte Wärmeenergie mit einer Hackschnitzelheizung. Für nächstes Jahr streben wir bereits eine vollkommen CO₂-neutrale Käseproduktion an. Auch unser Produktspektrum werden wir in nächster Zeit noch erweitern – etwa mit einem neuen Grillkäseprodukt, das auch nach dem Grillen durch einen natürlichen käsigen Geschmack überzeugt und beim Verzehr nicht quietscht, sondern in allen Facetten ein hochwertiges Genusserlebnis bietet.



Wirtschaftsforum: Sie selbst haben erst vor Kurzem die Geschäftsführung der Käseerei Studer übernommen. Was reizt Sie an dieser Aufgabe?

David Jost: Schon mein Vater und mein Großvater waren Käser, ich selbst habe ebenfalls Käser gelernt und anschließend an der ETH Zürich Lebensmittelwissenschaft studiert. Insofern schlägt ein waschechtes Käseherz in mir, und deshalb war es für mich auch eine besondere Ehre, als sich die Gelegenheit bot, nun eine der besten Käseereien in der Schweiz zu führen. Man kennt unser Handwerk, man kennt unser Qualitätsversprechen und ich freue mich nun außerordentlich, diese Tradition nachhaltig fortführen zu dürfen.

Kontakte

BAYERN

digital ZEIT GmbH
Max-Eyth-Straße 40/1
89231 Neu-Ulm
Deutschland
☎ +49 731 2055570
info@digital-zeit.de
www.digital-zeit.de

semiQuarz GmbH
Bürgermeister-Neumeyr-Straße 3a
85391 Allershausen
Deutschland
☎ +49 8166 991900
info@semi-quarz.de
www.semi-quarz.de

doors and parts Germany GmbH
Am Söldnermoos 17
85399 Hallbergmoos
Deutschland
☎ +49 811 998650
info@normstahl.com
www.normstahl.com

BRESSNER Technology GmbH
Industriestraße 51
82194 Gröbenzell
Deutschland
☎ +49 8142 472840
info@bressner.de
www.bressner.de

Softing Automotive Electronics GmbH
Richard-Reitzner-Allee 6
85540 Haar
Deutschland
☎ +49 89 45656420
info.automotive@softing.com
www.automotive.softing.com

Medicare Flughafen München
Medizinisches Zentrum GmbH
Terminal 1, Modul E
Terminalstraße West
85356 München-Flughafen
Deutschland
☎ +49 89 97563328
info@munich-airport-clinic.com
www.munich-airport-clinic.com

DSSM GmbH
Ludwig-Kick-Straße 2
88131 Lindau
Deutschland
www.sagemax.com

BADEN-WÜRTTEMBERG

A. Kolckmann GmbH
Obere Schloßstraße 140
73553 Alfdorf
Deutschland
☎ +49 7172 3040
ako@kolckmann.de
www.kolckmann.de

solutio GmbH & Co. KG
Zahnärztliche Software und
Praxismanagement
Max-Eyth-Straße 42
71088 Holzgerlingen
Deutschland
☎ +49 7031 4618700
info@solutio.de
www.solutio.de

Andreas Hettich GmbH & Co. KG
Föhrenstraße 12
78532 Tuttlingen
Deutschland
☎ +49 7461 7050
info@hettichlab.com
www.hettichlab.com

SAUTER Deutschland
Sauter-Cumulus GmbH
Hans-Bunte-Straße 15
79108 Freiburg
Deutschland
☎ +49 761 51050
info@de.sauter-bc.com
www.sauter-cumulus.de

SCHWEIZ

Käserei Studer AG
Romanshonerstrasse 253
8580 Hefenhofen TG
Schweiz
☎ +41 58 2273060
info@kaeserei-studer.ch
www.kaeserei-studer.ch

Impressum



Verleger:

360 Grad Marketing GmbH

Adresse:

360 Grad Marketing GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0

☎ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann



WISSEN, WAS ZÄHLT

Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbemarkt