

Wirtschaft im Süden



Interview:

Besonders bleiben

Martin Ebner, CEO der StramaGroup, Seite 08

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Korbinian Hermann, Geschäftsführer der CSP GmbH & Co. KG**, Seite 12
- › Interview mit **Andrea Babbi, Verkaufsleiter der Babbi Srl**, Seite 18

DIAGNOSTIC AND TEST SOLUTIONS BY SOFTING



AUTOMOTIVE

automotive.softing.com

Special Wirtschaft im Süden

04

Andreas Fischer,
Geschäftsführer der erfi Ernst Fischer GmbH & Co. KG



06

Thomas Peter,
Vertriebsleiter der Schill GmbH & Co. KG



Martin Ebner,
CEO der StramaGroup

08



Korbinian Hermann,
Geschäftsführer der CSP GmbH & Co. KG

12



Dr. Thomas Feulner und Sebastian Kronenberger,
Vorstand der Business Systemhaus AG

14



Timo Fechtig,
Geschäftsführer der Fechtig Gruppe

16

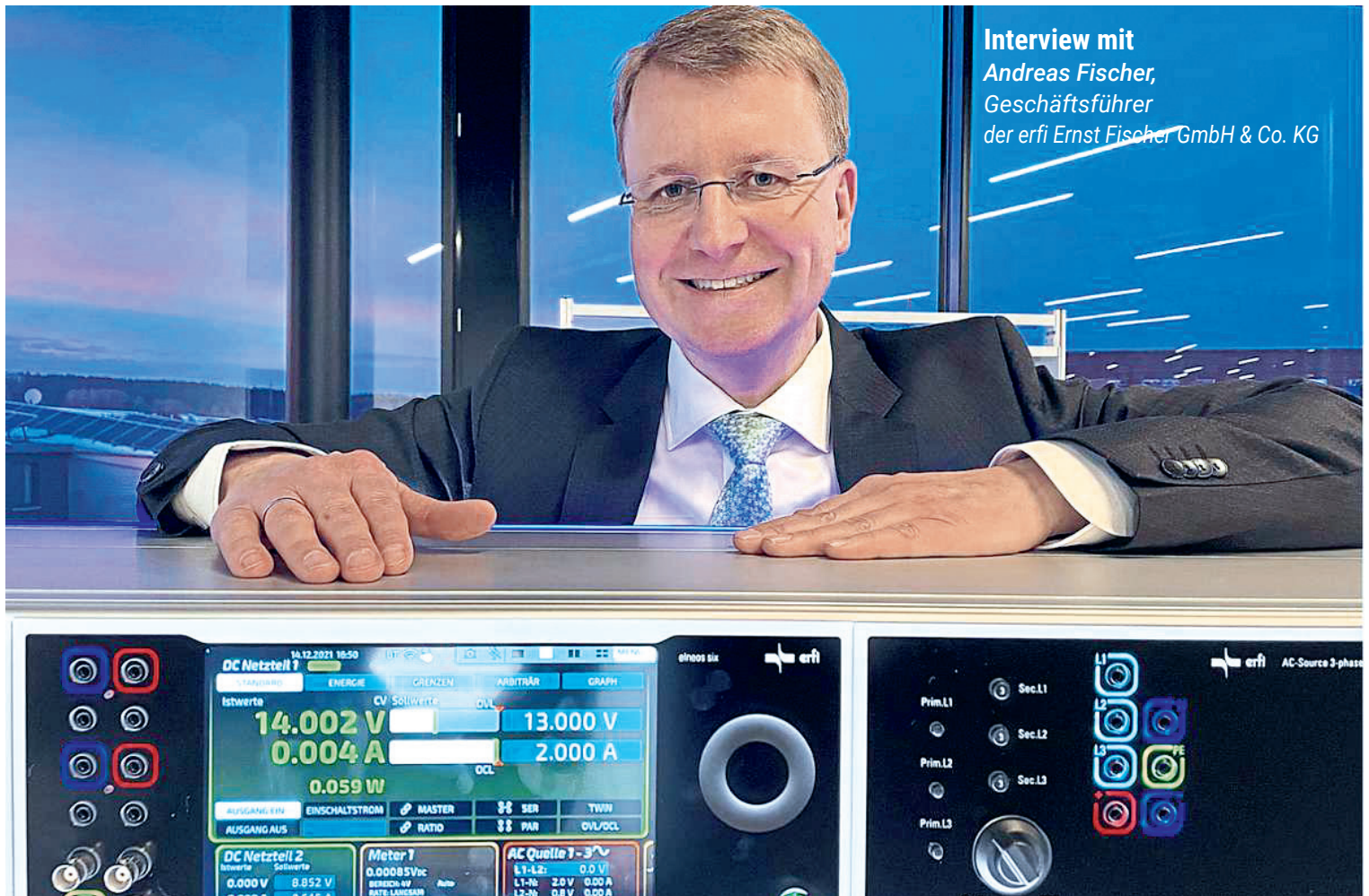
18

Andrea Babbi,
Verkaufsleiter der Babbi Srl



Kontakte Seite 20

Interview mit
Andreas Fischer,
Geschäftsführer
der erfi Ernst Fischer GmbH & Co. KG



Der geschäftsführende Gesellschafter Andreas Fischer präsentiert das innovative Laborerätssystem elneos six, das weltweit Maßstäbe setzt

Zukunftsschmiede der Technologie

Eine Erfolgsgeschichte made in Freudenstadt – erfi zeigt, wie deutsche Mittelstandsunternehmen die Technologiewelt von morgen gestalten. Die Firma erfi steht für mehr als nur Laborausstattung. Seit 1955 entwickelt das Familienunternehmen innovative Arbeitsplatzsysteme für Forschung, Industrie und Bildung und hat sich als Marktführer in der Elektroniklaboreinrichtung etabliert. Das Unternehmen ist nicht nur ein klassischer Mittelstandsbetrieb, sondern eine Technologieschmiede, die internationale Konzerne und Bildungseinrichtungen mit hochpräzisen Arbeitsplatzsystemen beliefert.

Wirtschaftsforum: Herr Fischer, erfi ist ein Hidden Champion im Bereich technischer Arbeitsplatzsysteme. Was steckt hinter Ihrem Erfolgskonzept?

Andreas Fischer: Wir sind Spezialisten für technische Arbeitsplatzsysteme. Unsere Kernkom-

petenz liegt in drei Bereichen: Elektroniklaboreinrichtungen, Arbeitsplatzsysteme für Industrie und Ausbildung sowie Testsysteme für elektrische Sicherheit und Funktion. Im Kern bedeutet das, wir entwickeln maßgeschneiderte Lösungen für Forschung, Entwicklung und Produktion. Unsere

Produkte reichen von technischen Laborarbeitsplatzsystemen, Mess- und Prüfgeräten sowie Montagearbeitsplätzen bis hin zu hochkomplexen Testsystemen für elektrische Sicherheit und Funktion.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre typischen Kunden?

Andreas Fischer: Das Spektrum ist breit: Es reicht von Industrieriesen wie BMW, Mercedes, Siemens und Bosch über öffentliche Einrichtungen wie Berufsschulen, Fachhochschulen und Universi-

täten bis hin zur Bundeswehr. Wir liefern komplette Laborsysteme. Das sind Entwicklerplätze inklusive den Mess- und Prüfgeräten mit modernster Softwaresteuerung sowie designprämierte Laborschränke. Besonders stolz sind wir auf Projekte wie die Batterieforschungslabore bei VW oder die Ausbildungszentren der Berliner Verkehrsbetriebe. Jeder Kunde erhält eine maßgeschneiderte Lösung, die genau auf seine spezifischen Anforderungen zugeschnitten ist.

Wirtschaftsforum: Was macht erfi besonders?

Andreas Fischer: Unsere Innovationskraft ist unser Alleinstellungsmerkmal. Unser neues Produkt elneos six ist weltweit das erste Laborgerät, das berührungslos per Sprache und 3D-Gesten steuerbar ist – und das komplett ohne Internetverbindung. Dieses Gerät erfüllt höchste Hygieneanforderungen und wurde mit dem German Design Award ausgezeichnet. Wir entwickeln nicht nur



elneos six – das taktile Laborerätssystem bietet einen nahtlosen Hygienestandard und verbesserte Leistungswerte mit vielen neuen Features

Produkte, sondern Zukunftstechnologien.

Wirtschaftsforum: Wie sind Sie wirtschaftlich durch die letzten Jahre gekommen?

Andreas Fischer: Überraschend robust. 2023 steigerten wir unseren Umsatz um 30%, 2024 nochmals um 20%. Aktuell haben wir einen sehr hohen Auftragsbestand. Allerdings sehen wir Herausforderungen durch die politische Situation, insbesondere die Haushaltsunsicherheiten in Deutschland. Während viele Unternehmen Kurzarbeit einführen mussten, haben wir Vollbeschäftigung. Unsere Strategie ist es jetzt,

verstärkt in internationale Märkte zu expandieren, insbesondere in die USA.

Wirtschaftsforum: Welche Zukunftspläne verfolgen Sie?

Andreas Fischer: Wir haben mehrgleisige Strategien. Kurzfristig fokussieren wir uns auf den US-Markt, wo wir bereits erste Vertriebsstrukturen aufbauen. Mittelfristig arbeiten wir an neuen Produktinnovationen. Unser neuer 400-seitiger Katalog ist bereits der umfassendste Möbelkatalog für Labore und technische Arbeitsplätze. Für die nächsten zwei bis drei Jahre haben wir große Innovationen in der Pipeline, über die ich noch nicht im Detail sprechen möchte.

Wirtschaftsforum: Wie steht es bei erfi um Nachhaltigkeit?

Andreas Fischer: Nachhaltigkeit ist für uns mehr als nur ein Schlagwort. Wir heizen unsere Produktionshallen mit Holzspänen aus unserer eigenen Produktion und decken bereits die Hälfte unseres Strombedarfs durch Photovoltaik. Unsere neuen Systeme bestehen weitgehend aus recycelbarem Aluminium. Die



KONTAKTDATEN

erfi Ernst Fischer GmbH & Co. KG
Alte Poststraße 8
72250 Freudenstadt
☎ +49 7441 91440
✉ erfi@erfi.de
www.erfi.de

Tischplatten können gehäckselt und verwertet werden. Wir denken in Kreisläufen, nicht in linearen Prozessen.

Wirtschaftsforum: Was macht erfi anders als die internationale Konkurrenz?

Andreas Fischer: Unsere Stärke liegt in der Kombination von deutscher Ingenieurskunst, Familientradition und Innovationskraft. Während Wettbewerber aus Ländern wie Indien oder China unsere Produkte kopieren wollen, setzen wir auf Qualität, Individualität und enge Kundenbeziehungen. Wir produzieren nicht massenhaft, sondern maßgeschneidert. Jeder Arbeitsplatz, jedes Laborgerät wird individuell für den Kunden entwickelt.

Am 1. Juni feiert erfi sein 70-jähriges Jubiläum. Seit 1955 prägt unser Familienunternehmen in 2. Generation die Branche mit Innovation und Präzision. Für uns ein Jubiläum, das Tradition und Zukunftsorientierung eindrucksvoll vereint.



Innovatives Kabelmanagement



Zuverlässig und robust: Die Kabeltrommeln von Schill sind die Wahl der Profis

Die Schill GmbH & Co. KG ist ein führender Hersteller von hochwertigen Kabeltrommeln und ein prägender Akteur in der Elektrotechnikbranche. Ob Bühnentechnik, Industrie oder E-Mobilität – das Unternehmen setzt auf Qualität made in Germany, hohe Fertigungstiefe und maßgeschneiderte Lösungen für anspruchsvolle Anwendungen. Vertriebsleiter Thomas Peter spricht über die internationale Expansion, den Einfluss von Digitalisierung auf die Produktion sowie die Herausforderungen im globalen Wettbewerb.

Interview mit



Thomas Peter,
Vertriebsleiter
der Schill GmbH & Co. KG

Die Schill GmbH & Co. KG wurde 1948 von Otto Schill gegründet und hat sich in den letzten Jahrzehnten als einer der führenden Hersteller von Kabeltrommeln etabliert. Das Unternehmen brachte bereits in den 1950er-Jahren mit der ersten tragbaren Kabeltrommel aus Blech eine bahnbrechende Innovation auf den Markt. In den 1970er-Jahren folgte dann die erste voll isolierte Kabeltrommel aus Kunststoff – ein Produkt, das den Markt nachhaltig veränderte. Heute wird das Unternehmen in der 3. Generation geführt und kombiniert



Sonderlösungen, die Maßstäbe setzen – Schill entwickelt individuelle Kabelmanagementsysteme für höchste Anforderungen



Innovationen für extreme Bedingungen – Schill Kabeltrommeln beweisen sich weltweit unter härtesten Einsatzbedingungen

erfolgreich traditionelle Werte mit modernster Technologie. Mit 65 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von rund 10 Millionen EUR ist Schill eine feste Größe im internationalen Markt. Der Produktionsstandort befindet sich in Laichingen nahe Ulm, während

die Verwaltungs- und Vertriebszentrale in Fellbach bei Stuttgart angesiedelt ist. Besonders beeindruckend ist die hohe Fertigungstiefe: Nahezu 100% der Produktion erfolgen in Deutschland, wodurch das Unternehmen seinen hohen Qualitätsanspruch si-

chert. Schill setzt stark auf Export und internationale Expansion. Rund 50% des Umsatzes stammen aus dem Ausland. Die Produkte werden in über 40 Länder exportiert. Besonders gefragt sind die Trommeln in spezialisierten Branchen und Anwendungsfällen



Intelligente Ladetechnik für die Mobilität der Zukunft – der LAVOSCH Kabelaufroller von Schill sorgt für effizientes, sicheres und flexibles Laden



KONTAKTDATEN

Schill GmbH & Co. KG
Bruckstraße 44
70734 Fellbach
Deutschland
☎ +49 711 5788070
info@schill.de
www.schill.de

mit besonderen Anforderungen (Sonderlösungen). Trotz dieser Erfolge steht das Unternehmen vor Herausforderungen, insbesondere durch den internationalen Wettbewerb und den zunehmenden Fachkräftemangel.

Qualität, Innovation und Digitalisierung als Wachstumstreiber

Um sich langfristig im Wettbewerb zu behaupten, setzt Schill bewusst auf Qualität und Individualisierung. Während viele Hersteller auf kostengünstige Massenproduktion in Asien setzen, verfolgt Schill eine andere Strategie: „Natürlich gibt es günstigere Alternativen, aber wir setzen auf Langlebigkeit und Sonderlösungen. Unsere Trommeln halten 20 bis 30 Jahre – das unterscheidet uns vom Wettbewerb“, erklärt Thomas Peter. Ein wichtiger Fokus liegt auf der digitalen Transformation. Schill nutzt moderne ERP- und PDM-Systeme, um Produktions- und Logistikprozesse zu optimieren. Zudem wurden EDI-Schnittstellen eingeführt, die eine effiziente Kommunikation mit Großkunden ermöglichen. Nach-

haltigkeit ist ein weiteres zentrales Thema. Das Unternehmen produziert ausschließlich in Deutschland und bietet Ersatzteile sowie Reparaturservices, um die Lebensdauer der Produkte zu verlängern. Besonders im E-Mobility-Sektor hat sich Schill neu positioniert. Die neu entwickelten LAVOSCH Kabelaufroller mit integrierter Wallbox sind speziell für Flottenbetreiber und Ladeparks konzipiert und bieten eine sichere und flexible Ladetechnik. Auch für E-Bike-Ladestationen entwickelt Schill bereits neue Lösungen.

Messen, Marketing und internationale Expansion

Die internationale Expansion ist ein zentraler Bestandteil der Unternehmensstrategie. Neben bestehenden Märkten in Europa und Nordamerika sollen verstärkt Asien und der Mittlere Osten erschlossen werden. Hier setzt Schill auf gezielte Marketingstrategien, Partnerschaften und Networking-Events. Messen spielen dabei eine essenzielle Rolle. Das Unternehmen ist regelmäßig auf

Leitmessen der Elektroinstallations-, Bühnen- und Audiotechnik vertreten, darunter die IBC in Amsterdam sowie Fachmessen in Deutschland und den USA. „Der persönliche Austausch mit Kunden bleibt für uns entscheidend. Messen sind eine wertvolle Plattform, um bestehende Kontakte zu pflegen und neue Kunden zu gewinnen“, betont Thomas Peter. Auch innerhalb des Unternehmens wird auf Wachstum gesetzt. Aufgrund des zunehmenden Fachkräftemangels, besonders auf der Schwäbischen Alb, setzt Schill auf eine langfristige Mitarbeiterbindung und eine offene Unternehmenskultur. „Für uns sind Werte wie Respekt, Vertrauen und Verbindlichkeit essenziell. Unsere Mitarbeiter sind das Fundament unseres Erfolgs“, so Thomas Peter weiter. Neben den internationalen Messen setzt Schill auch auf interne Veranstaltungen zur Stärkung der Unternehmenskultur. Regelmäßige Workshops und Teamevents fördern den Austausch und die Innovationskraft innerhalb des Unternehmens.

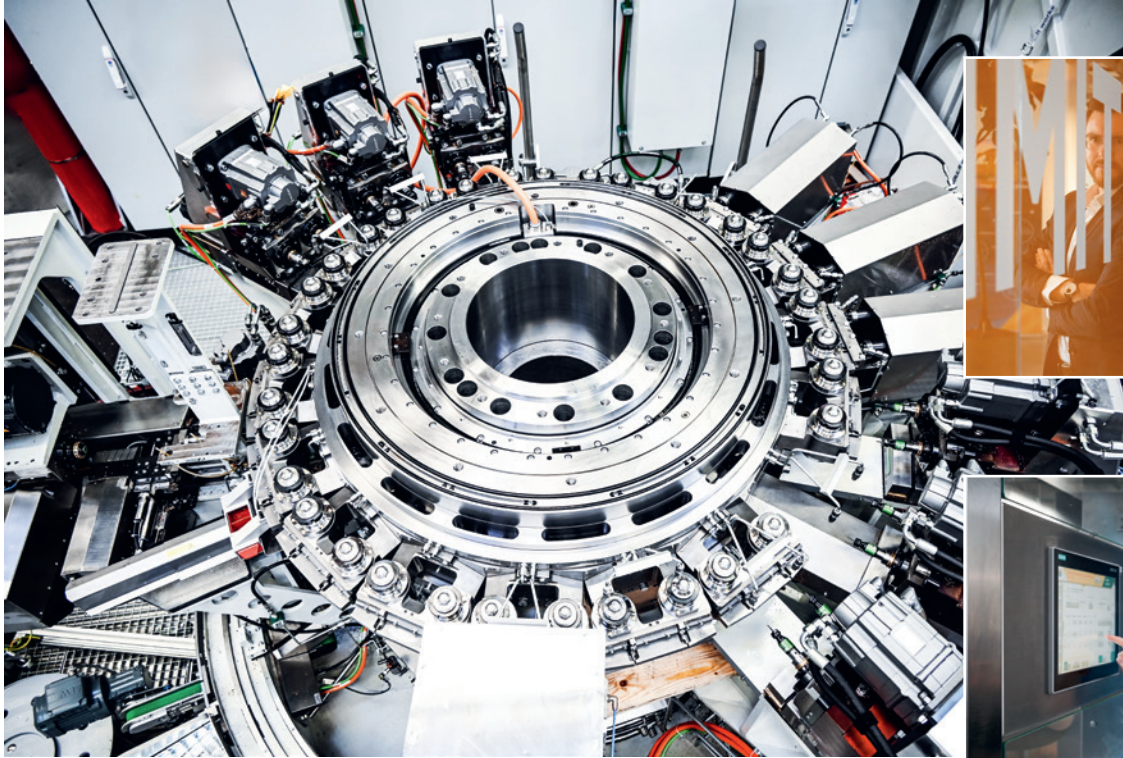
Zukunftsvisionen: Innovation und nachhaltiges Wachstum

Für die kommenden Jahre verfolgt Schill ambitionierte Wachstumsziele. Neben der weiteren Expansion in internationale Märkte soll auch die Produktionskapazität erhöht werden. Besonders die E-Mobility-Sparte wird stark ausgebaut, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden. Ein weiteres zentrales Thema ist die Entwicklung neuer Technologien. Schill arbeitet kontinuierlich an innovativen Lösungen für Spezialbranchen und treibt die Forschung im Bereich intelligenter Kabelmanagementsysteme voran. Ziel ist es, sich als führender Anbieter von Speziallösungen für die Industrie und den öffentlichen Sektor zu etablieren. Mit dieser Mischung aus Tradition, Innovation und Nachhaltigkeit bleibt die Schill GmbH & Co. KG ein Vorzeigebispiel für den deutschen Mittelstand – und ein Unternehmen, das global neue Maßstäbe setzt und die Branche nachhaltig prägt.

Besonders bleiben



Interview mit
Martin Ebner,
CEO
der StramaGroup



Sondermaschinen, jede Maschine ein Unikat – Markenzeichen der StramaGroup



Martin Ebner – entschieden, etwas zu bewegen



Innerhalb der StramaGroup ist alles vernetzt; jeder Kunde bekommt einen eigenen Leitrechner

Der Sondermaschinenbau ist ein anspruchsvolles Tätigkeitsfeld, das konstante Veränderung mit sich bringt. Beispielhaft ist die Integration modernster Automatisierungstechnik, die Produktionen effizienter, flexibler und zukunftssicherer macht und neue Perspektiven eröffnet. Die StramaGroup, mit dem Hauptsitz Strama-MPS in Straubing, steht seit Jahrzehnten für Qualität, Kontinuität und Zuverlässigkeit im Maschinen- und Anlagenbau. Die international operierende Gruppe wird heute als Lösungsanbieter für den Sondermaschinenbau geschätzt.

Bohren, Drehen, Fräsen – klassische Tätigkeiten eines Maschinenbauunternehmens. Lange Zeit war dies auch das Kerngeschäft der StramaGroup. Heute ist das Aufgabenfeld differenzierter und die StramaGroup genießt als Sondermaschinenbauer international hohes Ansehen.

Von null auf komplett

Alfred Michaelis gründete das Unternehmen 1946 in Straubing;

in der Nachkriegszeit begann er bei null, setzte Maschinen in Stand und unterstützte damit den Wiederaufbau. Der erste Mitarbeiter war ein Auszubildender – eine bewusste Entscheidung, die die StramaGroup bis heute prägt. Bis in die späten 1990er-Jahre standen klassische CNC-Bearbeitungen wie Fräsen, Drehen und Montage im Fokus der Strama; dann kam ein Wendepunkt, der Beginn von etwas Neuem. „Nach einer

Unternehmensspaltung entstand die MPS“, erklärt Geschäftsführer Martin Ebner. „Die Fusion von Strama und MPS im Jahr 2001 war der Kick-off für unsere heutige Kernkompetenz und damit ein entscheidender Meilenstein. Seitdem ging die Entwicklung weg von der reinen CNC-Bearbeitung hin zum Sondermaschinenbau, zur Automatisierungstechnik.“ Bis 2015 wuchs die StramaGroup kontinuierlich; national und



KONTAKTDATEN

Strama-MPS Maschinenbau
GmbH & Co. KG
Ittlinger Straße 195
94315 Straubing
Deutschland
☎ +49 9421 7390
info@strama-mps.de
www.strama-mps.de

international. Standorte in China, Mexiko und den USA wurden gegründet, Greenfield-Gründungen, aber auch Brownfield-Investitionen. Schon 2014, und damit früh, richtete das Unternehmen den Fokus auf die E-Mobilität, realisierte kleinere Projekte, 2016 das



Mit dem Thema E-Mobility hat sich die Gruppe früh auseinandergesetzt; heute bildet es einen Schwerpunkt



Jede Anlage zeichnet sich durch besondere, kundenspezifische Merkmale aus

erste größere Projekt und vollzog damit einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Zukunft: weg vom Maschinenbauer hin zum Generalunternehmer, der Maschinen und Anlagen baut. War man früher ausschließlich im Bereich Automotive tätig, entwickelt die StramaGroup heute auch Automatisierungslösungen für Kunden aus der Medizintechnik, dem Bereich Aviation oder dem E-Bike-Sektor.

Global handeln, in der Nähe der Kunden

Nach dieser dynamischen Entwicklung sind heute rund 1.850 Mitarbeiter für die Gruppe tätig; die Mehrheit, rund 1.200 Mitarbeiter, in Deutschland, 400 in Kroatien, 100 in China, weitere 100 in Nordamerika. Mit einer

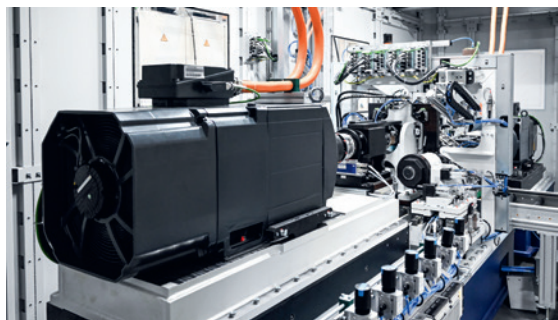
Gesamtleistung von 300 Millionen EUR im Jahr ist die StramaGroup eines der größeren Sondermaschinenbauunternehmen; zum Teil, beispielsweise im Bereich E-Mobilität und hier im Speziellen bei Automatisierungen für Batterietechnik, ist das Unternehmen unter den Top 10 weltweit. „Es gibt kaum ein Land auf der Welt, in dem es keine Maschine von uns gibt“, betont Martin Ebner. „Wir haben Kunden rund um den Globus. China boomte lange Zeit; die Nachfrage hat in den letzten Jahren allerdings deutlich abgenommen. Heute bildet Osteuropa einen starken Markt, zudem gibt es eine klare Tendenz zu Nordamerika.“ Um Kunden global bedienen zu können, hat die StramaGroup Standorte in Nordamerika, Mexiko, den USA,

China und Singapur. Es gibt Service-Standorte in Indien, eine Niederlassung in Kroatien, drei in Deutschland. Ein Netzwerk, das Kundennähe garantiert und Herausforderungen mit sich bringt; aktuell befindet sich die StramaGroup in der Phase der Gruppenbildung auf internationalem Niveau. „Unser Ziel ist es, in Gänze als StramaGroup wahrgenommen zu werden“, sagt Martin Ebner. „Wir müssen die internationale Stärke der Gruppe noch transparenter und Synergien nutzbar machen.“ Kunden in aller Welt schätzen die Philosophie des Unternehmens und schenken ihm Vertrauen. Oft jahrzehntelang. „Wir lösen Probleme, sind offen für Veränderungen und an langfristigen Partnerschaften interessiert“, betont Martin Ebner.

„Die Leidenschaft für Innovation führt zu besonderen Lösungen, die andere nicht bieten können.“

In die Ausbildung und damit die Zukunft investieren

Getragen wird die positive Entwicklung von den Mitarbeitern; Mitarbeiter, die seit Langem für das Unternehmen tätig sind und sich mit dessen Philosophie identifizieren. Ein wichtiges Element dieser Philosophie ist der starke Fokus auf Ausbildung, der seit der Gründung in der DNA des Unternehmens verankert ist. „Wenn der erste Mitarbeiter ein Auszubildender ist, sagt das viel über ein Unternehmen aus“, erklärt Martin Ebner. „Im Headquarter in Straubing sind heute über 100 Auszubildende beschäftigt. Seit 2022 haben wir eine eigene Academy für Weiterbildungsangebote. Unsere Mitarbeiter sind in einem sehr speziellen Bereich tätig, dem Sondermaschinenbau. Nahezu jede Maschine ist ein Unikat mit besonderen Merkmalen; dafür bieten wir entsprechende Schulungen an.“

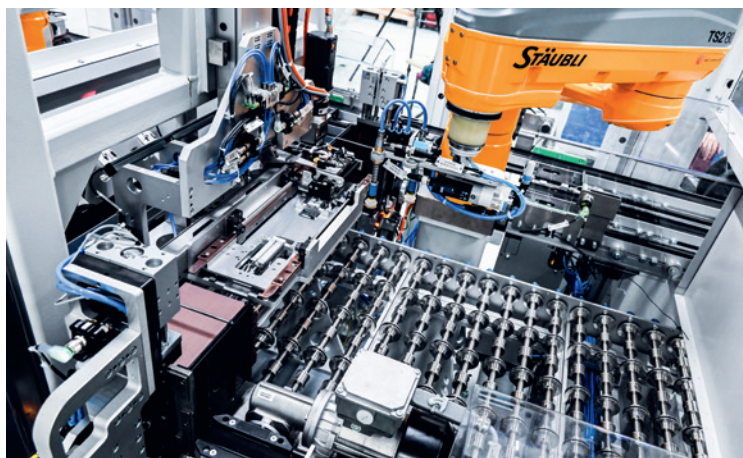


Automatisierungslösungen für Prüfstände – wichtiger Tätigkeitsbereich



Im Bereich der Automatisierung für Batterietechnik ist die StramaGroup weltweit führend





Strama ist konsequent den Weg vom Maschinenbauer zum Lösungsanbieter für Sondermaschinen gegangen



Um innovativ zu bleiben, arbeitet man mit State-of-the-Art-Technologien



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Sondermaschinenbau im Bereich der Automatisierungstechnik

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1946 in Straubing

Struktur: GmbH

Niederlassungen: Nordamerika, Mexiko, China, Singapur, Indien, Kroatien, Ungarn, Deutschland

Mitarbeiter: 1.850 in der Gruppe

Umsatz: 300 Millionen EUR

Export: weltweit

Philosophie

Aus- und Weiterbildung im Fokus, eigene Academy

Langfristige Partnerschaften mit Kunden

Innovativ und kreativ sein, besonders bleiben

Global agieren in der Nähe der Kunden

Zukunft

Stärkere Wahrnehmung als Gruppe

Martin Ebner ist selbst ein gutes Beispiel für die Ausbildungsmöglichkeiten im Unternehmen. Er ist seit 15 Jahren für Strama tätig, lernte sämtliche Bereiche von der Pike auf kennen. Er absolvierte eine Ausbildung, war dualer Student und ist seit 2022 Geschäftsführer. „Dass die StramaGroup seit jeher großen Wert auf Ausbildung legt, hat sich vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels bewährt“, betont Martin Ebner. „Wir haben früh investiert, können auf einen soliden Mitarbeiterstamm bauen und haben deshalb aktuell keine gravierenden Probleme. Schon seit 2008 bieten wir die Möglichkeit des dualen Studiums an, die jährlich fünf bis zehn Studenten nutzen. Auszubildende finden innerhalb der StramaGroup ein spannendes Arbeitsfeld vor. Weil wir global agieren, gibt es zum Beispiel die Möglichkeit, andere Länder zu erkunden. Nicht zuletzt bieten wir nicht das eine Produkt oder die eine Maschine, sondern Unikate, innovative Produkte mit individuellen Merkmalen. So kann jeder hier seinen Traumjob finden.“ Hervorragend ausgebildete Mit-

arbeiter sind ein Alleinstellungsmerkmal und das wichtigste Fundament; ein anderes ist die sehr differenzierte Unternehmensaufstellung. „Wir haben den großen Bereich der E-Mobilität, daneben aber auch kleinere Bereiche bei Sonderbearbeitungszentren, Prüfständen oder Robotikapplikationen. Es gibt auf diesem Markt größere Player, wir wollen unser Portfolio aber bewusst nicht zu breit machen, um nicht den Fokus zu verlieren. Unser Ziel ist, unterschiedliche Technologiebereiche innerhalb der Automatisierungstechnik bedienen zu können und damit Resilienz zu schaffen.“

Chancen nutzen,

Grenzen verschieben

Die StramaGroup agiert am Puls der Zeit, liefert innovative Automatisierungslösungen für komplexe Bauteile und Systeme von morgen. Dafür setzt das Unternehmen auf moderne digitale Technologien. „Für die Digitalisierung sind Standards essenziell“, sagt Martin Ebner. „Wir entwickeln seit 20 Jahren eigene SPS- und Software-Standards, durch die wir sehr flexibel sind,

können aber auch Standards der Kunden bedienen. Natürlich ist auch KI für uns ein Thema. Wir nutzen bestimmte Algorithmen, die Prozesse noch sicherer und damit effizienter machen, und beschäftigen uns mit virtuellen Inbetriebnahmen.“

Besonders bleiben

Die StramaGroup erarbeitet mit einem ausgeprägten Innovationsgeist Lösungen für die Probleme von morgen – dazu zählt auch, sich konstruktiv mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen. PV-Anlagen zur umweltfreundlichen Stromerzeugung, Müllsortierung und Recycling sind Standard; bei den Maschinen selbst geben die Kunden den Takt vor, wie Martin Ebner sagt. Projekte mit alternativen Technologien wurden bereits realisiert. In Zukunft will die StramaGroup die innovativen Automatisierungslösungen in neuen Branchen etablieren, finanziell unabhängig und nicht zuletzt besonders bleiben und Besonders voranbringen. „Moving the limits together, constantly“ lautet nicht ohne Grund eine Maxime des Unternehmens.

Kantonspital Baden

HEALING ARCHITECTURE

ARCHITECTURE FOR LIFE

Nickl & Partner Architekten ist ein international tätiges Büro mit Standorten in Europa und Asien. Seit über 45 Jahren gestalten wir zukunftsweisende Gebäude in den Bereichen Gesundheitswesen, Forschung, Bildung und Wohnen.

Unser Fokus liegt auf Innovation, Nachhaltigkeit und Healing Architecture, um inspirierende Räume zu schaffen, die das Wohlbefinden der Menschen fördern.

SCIENCE

Labor & Forschungsgebäude BSS der ETH Zürich, Basel

Effiziente Anomalie-erkennung für die Industrie



Interview mit



*Korbilian Hermann,
Geschäftsführer
der CSP GmbH & Co. KG*



Effiziente Qualitätskontrolle in Echtzeit:
Mit Curve Anomaly AI werden Fehler
vermieden und Produktionsprozesse
optimiert

In der wettbewerbsintensiven Produktionsindustrie ist Qualitätssicherung von entscheidender Bedeutung. Die CSP GmbH & Co. KG unterstützt Unternehmen dabei, ihre Produktionsprozesse durch innovative Lösungen zur Überwachung und Dokumentation von Qualitätsstandards zu optimieren. Mit der Einführung ihrer neuen Softwarelösung zur Anomalieerkennung, Curve Anomaly AI, hat CSP ein weiteres leistungsstarkes Werkzeug geschaffen, das es Unternehmen ermöglicht, ihre Produktionsabläufe weiter zu verbessern und die Produktqualität signifikant zu steigern.

CSP wurde vor über 30 Jahren gegründet und hat seine Wurzeln in der Automobilbranche. Der Standort in Großköllnbach, in der Nähe von Dingolfing, ermöglicht enge Kooperationen mit großen Automobilherstellern wie BMW. CEO Korbilian Hermann, der seit über 13 Jahren bei CSP tätig ist, hebt hervor: „CSP ist in den letzten Jahren auf 120 Mitarbeiter gewachsen. Diese Entwicklung ist nicht nur auf die steigende Nachfrage nach Qualitätsmanage-

mentlösungen zurückzuführen, sondern auch auf die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Produkte und Dienstleistungen.“

Ständig wachsendes Portfolio

CSP bietet ein umfassendes Portfolio, das sich nicht nur auf die Automobilindustrie beschränkt, sondern auch in anderen Branchen Anwendung findet. Das Portfolio umfasst Lösungen wie IPM, die auf Fehlervermeidung und eine Null-Fehler-Strategie

abzielen, sowie das Werkerassistenzsystem PG, das die Produktionsmitarbeiter durch intuitive Anleitungen und Echtzeit-Feedback bei der Fehlerreduzierung und Effizienzsteigerung unterstützt. Mit QS-Torque bietet CSP umfassende Werkzeug- und Prozessprüfungen, während Chronos die revisionssichere Datenarchivierung sicherstellt. „Unsere Lösungen helfen, die gesamte digitale Lebensakte eines Produkts zu erfassen und zu speichern, was für

Intelligente Datenanalyse in Aktion: Curve Anomaly AI zeigt in Echtzeit Anomalien und wichtige Leistungskennzahlen an, um sofortige Entscheidungen zur Optimierung der Produktionsqualität zu treffen

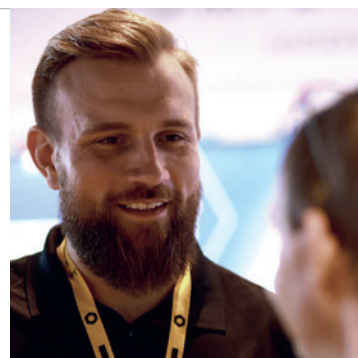
die Qualitätssicherung und Produkthaftung von entscheidender Bedeutung ist“, erklärt der CEO. „Sämtliche großen deutschen Automarken nutzen CSP-Produkte, was für die Qualität und Zuverlässigkeit unserer Lösungen spricht.“

Erkennung versteckter Ausreißer in i.O.-Kurven mit Curve Anomaly AI

Das neueste Produkt im CSP-Portfolio ist Curve Anomaly AI, eine innovative KI-Lösung, die CSP am 1. Oktober 2024 eingeführt hat und die sich auf die



Geschäftsführer Korbinian Hermann durfte am 20. November 2024 die Auszeichnung des Landkreises Dingolfing-Landau und des Niederbayernforums für CSP als eines der drei besten Unternehmen Niederbayerns entgegennehmen



Alexander Brünig (links) und Philipp Gläßer haben einem begeisterten Publikum auf der SchraubTec in Dresden die Vorteile der Curve Anomaly AI präsentiert

International auf Wachstumskurs

CSP sieht großes Potenzial in der internationalen Expansion und plant, seine Präsenz in verschiedenen Branchen auszubauen.

„Die Nachfrage nach unseren innovativen Lösungen wird weiter steigen“, ist sich der Geschäftsführer sicher. Das Unternehmen hat bereits erste Schritte in Richtung einer stärkeren internationalen Zusammenarbeit unternommen, insbesondere durch Partnerschaften mit Firmen in Rumänien.

Eine starke Unternehmenskultur

CSP legt großen Wert auf eine positive Unternehmenskultur, die Flexibilität und Vertrauen fördert. Die Mitarbeiter können ihre Arbeitszeiten flexibel gestalten. „Besonders wichtig ist uns die Vereinbarkeit von Beruf und Familie“, erklärt Korbinian Hermann. Homeoffice wird seit der Coronapandemie stärker gefördert, und das Unternehmen hat eine Dreizehneins-Regelung eingeführt, die drei Tage Homeoffice, zwei Tage Büroarbeit und einen Tag im Büro mit dem Team vorsieht.

Weiterentwicklungschancen

Die Mitarbeiterentwicklung spielt ebenfalls eine zentrale Rolle. Viele

der Softwareentwickler bei CSP haben sich intern weiterentwickelt und übernehmen nun Verantwortung in verschiedenen Produktbereichen. Der CEO betont: „Die Zusammenarbeit im Team und der Austausch zwischen den Abteilungen sind entscheidend für den Erfolg des Unternehmens.“

Für die Zukunft gut aufgestellt

Mit der Einführung von Curve Anomaly AI und der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Produkte ist CSP gut aufgestellt, um den Herausforderungen der Zukunft zu begegnen. Korbinian Hermann schließt mit der Überzeugung: „Die Kombination aus innovativen Technologien und einer starken Unternehmenskultur ist der Schlüssel zum weiteren Wachstum und Erfolg von CSP.“

CSP

KONTAKTDATEN

CSP GmbH & Co. KG
Herrenackerstraße 11
94431 Großköllnbach
Deutschland
☎ +49 9953 30060
info@csp-sw.de
www.csp-sw.de

Analyse von i.O.-klassifizierten Schraubkurven konzentriert. „In der heutigen Fertigungslandschaft ist es entscheidend, dass wir uns besonders den bereits als i.O. eingestuften Kurven widmen“, erklärt Korbinian Hermann. „Unsere KI-Technologie durchsucht systematisch alle als i.O. eingestuften Kurven nach Ausreißern. Sobald sie fündig wird, markiert sie diese Kurven als False-Positives – sie wurden also fälschlicherweise als i.O. eingestuft. Diese versteckten Anomalien aufzuspüren, ist die Aufgabe von Curve Anomaly AI.“ Die KI wurde mit Qualitäts- und Produktionsdaten aus über 30 Jahren trainiert, um selbst kleinste Abweichungen in scheinbar einwandfreien Kurven zu erkennen.

Präzise Nachkontrolle von i.O.-Kurven

Die Vorteile von Curve Anomaly AI sind bedeutend. „Unsere KI-Technologie fungiert als zusätzliche Qualitätssicherungsinstanz, die ausschließlich bereits als i.O. klassifizierte Kurven einer weite-

ren Prüfung unterzieht“, erklärt Hermann. „Die KI unterstützt unsere Experten, indem sie gezielt auf Anomalien in vermeintlich fehlerfreien Kurven hinweist.“ Mit Curve Anomaly AI wird die Qualitätssicherung durch diese fokussierte Überprüfung bereits freigegebener Kurven daher nicht nur einfacher, sondern noch präziser, zuverlässiger und effektiver, was Produktionsausfälle und Qualitätsmängel minimiert. Zudem führt die Automatisierung der Datenanalyse zu einer erheblichen Reduzierung manueller Eingriffe, was wertvolle Ressourcen spart. „Die Mitarbeiter können sich auf komplexere Aufgaben konzentrieren, während die KI die Routineanalysen übernimmt“, so der CEO. Ein weiterer entscheidender Aspekt ist die kontinuierliche Überwachung der Produktionsprozesse, die sicherstellt, dass höchste Qualitätsstandards eingehalten werden. „Unsere Produkte müssen den Erwartungen der Kunden stets gerecht werden“, betont Korbinian Hermann.

Team für die digitale Transformation



Mehr als 50 Jahre Erfahrung, ein ausgeprägter Teamplay-Ansatz und der Einsatz modernster Softwaretools zeichnen die Business Systemhaus AG aus. Vor allem der Fokus auf Zusammenhalt und Partnerschaften, sowohl innerhalb des Unternehmens als auch im Verhältnis zu den Kunden, haben das deutschland- und europaweit agierende IT-Systemhaus groß gemacht.



Interview mit

Dr. Thomas Feulner,

Vorstand

der Business Systemhaus AG

Interview mit

Sebastian Kronenberger,

Vorstand

der Business Systemhaus AG

Die Business Systemhaus AG mit Sitz in Bayreuth betreut Unternehmen aus verschiedensten Branchen in allen Bereichen der IT, aktuell insbesondere bei der Digitalisierung und Optimierung von Geschäftsprozessen. Das Leistungsspektrum reicht dabei von der Beratung und Konzeptionierung von maßgeschneiderten IT-Lösungen über das Projektmanagement, die Prozess- und Anforderungsanalyse, Softwareentwicklung und Systembetreuung bis hin zu Trainings, Schulungen und fortlaufendem Support. Geleitet wird die Business Systemhaus AG in gemeinsamer Verantwortung von den beiden Vorständen Dr. Thomas Feulner und Sebastian Kronenberger. Thomas Feulner, promovierter Mathematiker, ist seit rund elf

Jahren im Unternehmen und kam damals frisch von der Uni. „Wir haben nicht nur Informatiker, sondern viele Quereinsteiger im Unternehmen, das macht es sehr bunt“, sagt Dr. Thomas Feulner. Eingestiegen als Softwareentwickler, habe er im Laufe der Zeit immer mehr Verantwortung übernommen, zunächst für die gesamte Softwareentwicklung und dann auch für den Bereich Personal. Sebastian Kronenberger hat vor acht Jahren als Berater für die Logistikbranche bei der Business Systemhaus AG angefangen. Zum 1. Juli 2023 sind beide zu Vorständen berufen worden. Zusätzlich gebe es drei Prokuristen in der Geschäftsleitung. „Der Teamplayer-Gedanke ist sehr wichtig für uns“, erläutert Sebastian Kronenberger. „Alle

Entscheidungen werden im Konsens getroffen.“ Das gelte auch für die Zusammenarbeit mit dem Aufsichtsrat, dem als Hauptaktionär Willi Deppner und sein Sohn Matthias Deppner angehören. „Wir spielen alle im gleichen Team und tauschen uns regelmäßig aus“, erklärt Dr. Thomas Feulner. „Das ist das Geheimnis unseres Erfolgs, der Schlüssel dafür, dass es dem Unternehmen gut geht“, ergänzt Sebastian Kronenberger. Die Rechtsform einer Aktiengesellschaft passe im Grunde nicht zu diesem familiären Ansatz, aber sie ermögliche eine bessere Unterstützung der langfristig ausgerichteten Wachstumspläne der Business Systemhaus AG. Dazu gehöre auch, dass man nicht auf das schnelle Geld aus sei, sondern auf eine vertrauensvolle,

langjährige Zusammenarbeit mit den Kunden des Unternehmens.

Partnerschaften mit Personen

Die Historie der Business Systemhaus AG reicht zurück bis in das Jahr 1952, als Franz Koch in Bayreuth eine Bezirksstelle der Stuttgarter Büro- und Informationstechnik-Organisation Taylorlix gründete. Das Jahr 1967 kennzeichnete die Entwicklung hin zum EDV-Organisationsanbieter. 1989 übernahm der langjährige Prokurist Willi Deppner, heute Hauptaktionär, die damalige Taylorlix-Vertriebs GmbH. „In diesen Jahren wurde viel Wissen aufgebaut, deswegen gibt es uns schon so lange“, so Dr. Thomas Feulner. „Wir haben Kunden, die seit 38 Jahren durch dieselben Personen betreut werden. Part-

Seit über 50 Jahren betreut die Business Systemhaus AG in Bayreuth Kunden aus verschiedensten Branchen



nerschaften gibt es bei uns nicht mit dem Unternehmen, sondern mit Personen.“ Seit 2001 firmiert man als Business Systemhaus AG. Einen Meilenstein in der nachfolgenden Entwicklung stellt das Jahr 2020 dar, als man sich neu als IT-Beratungsunternehmen definiert habe: mit der Entwicklung eines eigenen, innovativen, agilen Beratungspakets für ‘Business Transformation as a Service’ mit der Bezeichnung 365XPert. Aktuell hat die Business Systemhaus AG 58 Mitarbeitende, von denen manche bereits seit 45 Jahren dabei sind. Der Umsatz sei stetig gewachsen, auf geschätzte 8,2 Millionen EUR dieses Jahr.

Alles für den Modern Workplace

Wichtigster Schwerpunkt im Portfolio der Business Systemhaus AG liegt auf Microsoft Dynamics 365, der integrierten Suite von Anwendungen für Enterprise Resource Planning und Customer

Relationship-Management, die von Microsoft angeboten wird. Zielgruppe seien hauptsächlich mittelständische Unternehmen, von 3 bis hin zu 400 Arbeitsplätzen und mehr. „Wir führen neu ein und bauen den Bestand aus“, erklärt Sebastian Kronenberger. „Wir sehen uns da, wo andere aufgeben und retten die Kunden, die von anderen Systemhäusern zu uns wechseln.“ Einen weiteren Schwerpunkt bildet der Geschäftsbereich Modern Workplace mit den Anwendungen rund um Microsoft Office 365 inklusive Microsoft Teams. Das Unternehmen verfügt auch über eigene Abteilungen für Datenauswertung und IT-Infrastruktur, Letztere sei aber rückläufig. „Ganz aussterben wird sie jedoch nie“, versichert Dr. Thomas Feulner. Das Team der Business Systemhaus AG könne in allen Bereichen beraten und verfüge über viele Spezialisten. „Und wenn es mal einen Bereich

gibt, in dem wir nicht direkt helfen können, haben wir ein starkes Partnernetzwerk, mit Partnern, die genauso ticken wie wir“, betont Sebastian Kronenberger den Teampay-Gedanken, der sich durch das gesamte Unternehmen zieht.

Geballtes Know-how

Als erfolgreiches IT-Beratungsunternehmen ist die Business Systemhaus AG deutschlandweit und international innerhalb von Europa aktiv. Schwerpunkte liegen dabei auf dem Produktionssektor, dem Einzelhandel und allgemein der Finanzbuchhaltung. Neue Kunden gewinne man oft über Mund-zu-Mund-Propaganda, vor allem dort, wo Microsoft-Software bereits im Einsatz ist. „Messen sind für uns nicht so relevant, weil wir keinen Branchenfokus haben, sondern Unternehmen aus allen Bereichen betreuen“, so Dr. Thomas Feulner. Vielmehr besuche

man Hausmessen von Kunden und veranstalte alle zwei Jahre einen Kundentag in Bayreuth. „Es gibt viele Systemhäuser, die sich auf eine bestimmte Branche fokussieren“, erläutert Sebastian Kronenberger. „Wir hingegen sind sehr breit aufgestellt und verfügen über geballtes Know-how, das wir voll ausschöpfen.“



KONTAKTDATEN

Business Systemhaus AG
Himmelkronstraße 18
95445 Bayreuth
Deutschland
☎ +49 921 5950
info@bsh-ag.de
www.bsh-ag.de

„Wir blicken zuversichtlich in die Zukunft“

In kleinerem Umfang beschäftigt sich die Fechtig Gruppe auch mit Badsanierungen in Eigenheimen

Obwohl die Baubranche und damit auch das Heizungs- und Sanitär Gewerk derzeit eine starke Marktkorrektur erfahren, können sich die vier Unternehmen der Fechtig Gruppe, die sich vornehmlich mit der Planung und Ausführung von Heizungsbau-, Raumlüftungs- und Sanitärarbeiten beschäftigen, nicht über Auftragsmangel beklagen. Worauf dieser anhaltende Erfolg basiert, warum auch der Fachkräftemangel für ihn derzeit kein Thema ist und weshalb die Fortführung der Familientradition als Unternehmer für ihn die kleinste Motivation für seine Tätigkeit ist, verriet Geschäftsführer Timo Fechtig im Interview.

Wirtschaftsforum: Herr Fechtig, die letzten drei Jahre waren im Heizungsgeschäft zwischen Energiekrise und unübersichtlichen politischen Richtungsentscheidungen ziemlich turbulent – wie haben Sie diese Zeit erlebt?

Timo Fechtig: Insgesamt relativ entspannt – hauptsächlich jedoch, weil sich unsere Unternehmen vorwiegend im Industriekontext, bei öffentlichen

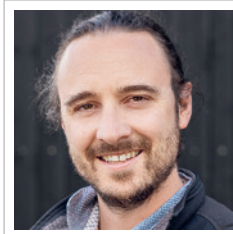
Baumaßnahmen und bei größeren Wohnungsbauprojekten engagieren, die von dem komplexen Förderungsgeflecht weitgehend unberührt blieben. Im kleineren Sanierungsgeschäft herrscht seit Mitte 2024 praktisch Stillstand, weil viele Eigenheimbesitzer erst einmal die weiteren Entwicklungen abwarten möchten – und bis die neue Bundesregierung eine klare Marschroute vorgegeben hat, dürfte das auch so bleiben.

Wirtschaftsforum: Als jemand, der tagtäglich an der handwerklichen Basis mit der Energiewende zu tun hat – welche Wünsche würden Sie an die neue Bundesregierung richten wollen?

Timo Fechtig: Das größte Problem ist die anhaltende Unsicherheit: Niemand kann verlässlich sagen, was wann und wie gemacht werden soll – und das betrifft nicht nur den Heizungs- und Sani-

tärssektor, sondern beispielsweise auch die gesamte Automobilindustrie, an der in Deutschland Millionen von Arbeitsplätzen hängen. Deshalb wünsche ich mir zumindest für unsere Branche nicht nur ein klar strukturiertes Programm mit übersichtlichen Eckpfeilern, sondern auch eine verlässliche Kontinuität, damit für alle Marktteilnehmer Planungssicherheit herrscht.

Interview mit



*Timo Fechtig,
Geschäftsführer
der Fechtig Gruppe*



KONTAKTDATEN

Fechtig Heizung Sanitär GmbH
Daimlerstraße 3
87448 Waltenhofen-Lanzen
Deutschland
☎ +49 831 522990
info@fechtig-haustechnik.de
www.fechtig-haustechnik.de

Wirtschaftsforum: Wie bewerten Sie die aktuelle Marktlage im Heizungs- und Sanitärgeschäft und in Ihren Unternehmen?

Timo Fechtig: Wir selbst haben in den letzten Jahren sogar vor dem Hintergrund der schwierigen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung keinen nennenswerten Rückgang an Projekten erlebt, und auch für 2025 sind unsere Auftragsbücher schon Ende Januar zu 80% voll. Gerade viele kleinere Kollegen und Wettbewerber hat die allgemeine wirtschaftliche Unsicherheit jedoch schwer getroffen, das will ich nicht außer Acht lassen.

Wirtschaftsforum: Wie wandelt sich dabei Ihr Blick?

Timo Fechtig: Ich habe meinen Beruf vor 20 Jahren ergriffen, mich dann zum Meister und Betriebswirt weitergebildet. Seit 2014 bin ich nun in leitenden Positionen in unseren Unternehmen tätig und in all dieser Zeit ging es wirtschaftlich für unsere gesamte Branche eigentlich nur bergauf. Die jetzige Korrektur, die wir gerade erleben, erfolgte von einem sehr komfortablen Hochpunkt aus, nachdem es jahrelang immer nur höher, schneller und weiter ging. Sicherlich wird auch unser Unternehmen in nächster Zeit gewisse Einschnitte erleben, aber wir stehen in engem Kontakt zu Planern und Bauherren und werden auch in den kommenden Jahren genug Arbeit für unsere

Mitarbeiter haben – gut möglich, dass dringend benötigte Wohnungsbauprogramme der neuen Bundesregierung auch bald wieder zu einer positiveren Entwicklung für die ganze Branche beitragen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt zudem der Fachkräftemangel für Ihr Unternehmen?

Timo Fechtig: Derzeit ehrlicher Weise keine nennenswerte. Erst heute habe ich mich mit meinem Team bei einer Projektleitungssitzung zu unserer Personalsituation ausgetauscht, und wir sind mit der Anzahl und den Fähigkeiten unserer Mitarbeiter sehr zufrieden – nicht zuletzt, weil wir selbst stark auf Aus- und Weiterbildung setzen. 10 unserer 40 Monteure absolvieren gerade ihre Ausbildung bei uns und wir hoffen, dass wir in den nächsten Jahren weitere engagierte Auszubildende für uns gewinnen können. Dazu haben wir auch einen eigenen Ausbildungsplan aufgestellt und betreiben eine eigene Lehrwerkstatt. Die umfassenden Kompetenzen unseres Personals sind dabei die zentrale Grundlage für unseren anhaltenden Erfolg: In den letzten Jahren hätten wir sicherlich ein paar Aufträge mehr annehmen können, als wir tatsächlich umgesetzt haben, doch darunter hätte wahrscheinlich die Qualität unserer Arbeit gelitten, was wir nicht wollten: Dieses eiserne Qualitätsversprechen und unsere verlässliche Termintreue werden auch von unseren Auftraggebern

honoriert, auch wenn wir nicht immer das günstigste Angebot abgeben – doch wenn wir uns einmal auf einen Preis festlegen, bleibt dieser auch fix!

Wirtschaftsforum: Worin liegt derweil Ihr persönlicher Antrieb, diese Erfolgsgeschichte fortzuschreiben?

Timo Fechtig: Natürlich möchte ich das weiterführen, was mein Vater und mein Großvater aufgebaut haben – aber das ist, offengestanden, meine kleinste Motivation. In meiner Position ist es

mir möglich, 90 Menschen einen sicheren Arbeitsplatz zu geben, auf den sie und ihre Familien bauen können, mit einer Tätigkeit, die ihnen auch noch Spaß macht. Ich muss dabei oft an die Worte meines Großvaters denken, der mir schon als kleiner Junge immer wieder deutlich machte: 'Ohne die Jungs und Mädels im Büro und auf der Baustelle hätten auch wir keine Arbeit!' Diese Haltung hat mich sehr geprägt – und ich freue mich, sie auch heute weiterhin mit Leben füllen zu dürfen.



Die Fechtig Gruppe ist für ihre gewachsene Kompetenz auch bei komplexen technischen Einrichtungen bekannt



Die Unternehmen der Fechtig Gruppe engagieren sich vor allem bei Industrie- und größeren Wohnungsbauprojekten

Dolce Vita in Perfektion – seit 1952

Ob edle Patisserie-Spezialitäten oder hochwertige Zutaten für die Eisherstellung – die Firma Babbi Srl steht seit mehr als sieben Jahrzehnten für exzellente Qualität und handwerkliche Tradition. Das Familienunternehmen aus Mittelitalien setzt auf erlesene Rohstoffe und Liebe zum Detail. Wirtschaftsforum sprach mit Andrea Babbi, Verkaufsleiter, über die Erfolgsgeschichte, internationale Expansion und die Bedeutung von Nachhaltigkeit in der Süßwarenbranche.

Wirtschaftsforum: Herr Babbi, Ihr Unternehmen blickt auf eine lange Familientradition zurück. Wie hat sich die Firma über die Jahre entwickelt?

Andrea Babbi: Das Unternehmen wurde 1952 von meinem Urgroßvater Attilio Babbi gegründet, der zuvor als Handelsvertreter für Süßwaren tätig gewesen war. Er startete mit der Produktion von Eiswaffeln, nachdem eine der von ihm vertretenen Firmen nach dem 2. Weltkrieg zerstört worden war. Schnell folgten hochwertige Zutaten für die Eisherstellung. Ende der 1950er-Jahre erweiterten wir unser Sortiment um edle Patisserie-Spezialitäten, die bis

heute ein zentraler Bestandteil unseres Geschäfts sind. Heute führen wir die Familientradition fort und kombinieren bewährte Handwerkskunst mit moderner Technologie.

Wirtschaftsforum: Worin unterscheidet sich Babbi von anderen Anbietern auf dem Markt?

Andrea Babbi: Unsere DNA besteht aus zwei Säulen: erstklassige Zutaten für die Eis- und Patisserie-Produktion sowie exklusive Süßwarenspezialitäten für den gehobenen Einzelhandel. Unsere Produkte sind keine Massenware, sondern stehen für höchste Qualität. So verwenden

**Interview mit
Andrea Babbi,
Verkaufsleiter
der Babbi Srl**



Babbi Srl – ein Familienunternehmen in 4. Generation

wir beispielsweise nur die besten Rohstoffe wie sizilianische Pistazien und Haselnüsse aus dem Piemont. Hinzu kommt unser Fokus auf Innovation: Mit unserer Marke „Babbi Home Bakery“ bringen wir seit Kurzem hochwertige Backzutaten für Endverbraucher auf den Markt. Außerdem setzen wir stark auf Weiterbildung: Unsere Babbi Academy bietet Fachkräften weltweit Schulungen an, um

die Kunst des handwerklichen Gelato und der Patisserie weiterzugeben.

Wirtschaftsforum: Welche Schulungsprogramme bietet die Babbi Academy an und wie profitieren Ihre Teilnehmer davon?

Andrea Babbi: Jährlich bieten wir über 40 praxisnahe Schulungen an – von Einsteigerkursen bis zu Profitrainings. Neben unserer Hauptakademie in Italien betreiben wir Schulungseinrichtungen in Deutschland und Spanien, um Kunden und Partner direkt vor Ort zu unterstützen. Dabei geht es nicht nur um Technik, sondern auch um Trends, innovative Rezepte und effiziente Produktionsprozesse. Mit diesem Wissen steigern wir die Qualität unserer



Feine Patisserie-Spezialitäten von Babbi – handwerkliche Perfektion seit 1952



Die Babbi Academy: Hochwertige Schulungen für Eis- und Patisserie-Experten



Handwerkskunst, die man schmeckt: Traditionelle Eiskreationen von Babbi



Nur die besten Zutaten: Babbi setzt auf erlesene Rohstoffe



KONTAKTDATEN

Babbi Srl – Headquarter
Viale Caduti di Via Fani 78/80
47032 Bertinoro (FC)
Italien

☎ +39 0543 448598

info@babbi.com

www.babbi.com

Babbi GmbH

Kurzes Gelände 8

86156 Augsburg

Deutschland

☎ +49 821 45560384

info.de@babbi.com

www.babbi.com



Produkte, fördern kreative Impulse in der Branche und stärken unsere Marke weltweit.

Wirtschaftsforum: Welche internationalen Märkte spielen für Babbi eine besondere Rolle?

Andrea Babbi: Unser Hauptmarkt bleibt Italien, aber die Internationalisierung schreitet schnell voran. Wir sind mittlerweile in rund 70 Ländern aktiv, mit Schwerpunkten in Deutschland, der Schweiz, Spanien und Japan. Besonders stolz sind wir auf unsere Partnerschaften mit Premium-Warenhäusern wie dem KaDeWe in Berlin, Oberpollinger in München oder Isetan in Japan. Während unser Eiszutaten-Geschäft bereits stark internationalisiert ist, bauen wir unsere Süßwarenlinie mit einer selektiven Strategie weiter aus. Dabei legen wir großen Wert darauf, unsere Marke gezielt in hochwertigen Feinkostgeschäften und exklusiven Boutiquen zu positionieren, um unser Premium-Image weltweit zu stärken.

Wirtschaftsforum: Die vergangenen Jahre waren wirtschaftlich herausfordernd. Wie hat Babbi sie gemeistert?

Andrea Babbi: Flexibilität war der Schlüssel. Während der Pande-

mie haben wir unsere digitalen Vertriebswege gestärkt, unser Geschäft diversifiziert und uns auf unsere Kernkompetenzen besonnen. Trotz steigender Rohstoffpreise, insbesondere bei Pistazien, Haselnüssen und Kakao, konnten wir dank langfristiger Partnerschaften mit Lieferanten unsere Qualität und Produktionssicherheit aufrechterhalten. Zudem sehen wir eine wachsende Nachfrage nach hochwertigen Produkten – Menschen legen wieder mehr Wert auf Qualität statt Quantität, insbesondere in unserem Premium-Segment.

Wirtschaftsforum: Welche Zukunftspläne verfolgt Babbi mittel- bis langfristig?

Andrea Babbi: Unser Ziel ist es, unsere internationale Expansion konsequent weiter voranzutreiben und neue Märkte zu erschließen. In Deutschland haben wir

bereits eine eigene Niederlassung in Augsburg etabliert, während wir in Spanien mit einem Logistikzentrum eine noch effizientere Versorgung unserer Kunden sicherstellen. Parallel dazu investieren wir kontinuierlich in die Entwicklung neuer Produkte und innovativer Rezepturen, um unser Sortiment weiter zu verfeinern und noch gezielter auf die Bedürfnisse unserer Kunden einzugehen. Gleichzeitig bleibt Nachhaltigkeit ein zentrales Thema unserer Unternehmensstrategie: Wir optimieren stetig unsere Produktionsprozesse, setzen verstärkt auf umweltfreundliche Verpackungen und achten darauf, unsere Rohstoffe verantwortungsvoll zu beziehen. Unser langfristiges Ziel ist es, Babbi als Synonym für exklusive Süßwaren und Premium-Eiszutaten weltweit zu etablieren und damit unsere Position als führender Anbieter in diesem Segment nachhaltig zu festigen.



Firmengründer Attilio Babbi – seine Vision lebt bis heute



Zeitreise in die Vergangenheit: Die ersten Babbi-Eiswagen erobern Italien



Attilio und Giulio Babbi – von Generation zu Generation gelebte Qualität

Flüssige Perfektion: Die Kunst der Schokoladenverarbeitung bei Babbi

Kontakte

BADEN-WÜRTTEMBERG

erfi Ernst Fischer GmbH & Co. KG
Alte Poststraße 8
72250 Freudenstadt
☎ +49 7441 91440
erfi@erfi.de
www.erfi.de

Schill GmbH & Co. KG
Bruckstraße 44
70734 Fellbach
Deutschland
☎ +49 711 5788070
info@schill.de
www.schill.de

BAYERN

Strama-MPS Maschinenbau
GmbH & Co. KG
Ittlinger Straße 195
94315 Straubing
Deutschland
☎ +49 9421 7390
info@strama-mps.de
www.strama-mps.de

CSP GmbH & Co. KG
Herrenäckerstraße 11
94431 Großköllnbach
Deutschland
☎ +49 9953 30060
info@csp-sw.de
www.csp-sw.de

Business Systemhaus AG
Himmelkronstraße 18
95445 Bayreuth
Deutschland
☎ +49 921 5950
info@bsh-ag.de
www.bsh-ag.de

Fechtig Heizung Sanitär GmbH
Daimlerstraße 3
87448 Waltenhofen-Lanzen
Deutschland
☎ +49 831 522990
info@fechtig-haustechnik.de
www.fechtig-haustechnik.de

ITALIEN

Babbi Srl – Headquarter
Viale Caduti di Via Fani 78/80
47032 Bertinoro (FC)
Italien
☎ +39 0543 448598
info@babbi.com
www.babbi.com

Babbi GmbH
Kurzes Geländ 8
86156 Augsburg
Deutschland
☎ +49 821 45560384
info.de@babbi.com
www.babbi.com

Impressum



Verleger:

360 Grad Marketing GmbH

Adresse:

360 Grad Marketing GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0

☎ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann



WISSEN, WAS ZÄHLT

Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbemarkt