

Wirtschaft im Süden



Interview:

Mit Haltung aufs Dach – und darüber hinaus

Sebastian Engelskirchen, Geschäftsführer der Otto Lehmann GmbH, Seite 14

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Dr. med. Sonja Sattler, Geschäftsführerin der Rosenparkklinik GmbH**, Seite 4
- › Interview mit **Stefan Page, Geschäftsführer der BusinessBike GmbH**, Seite 12

Special Wirtschaft im Süden



Dr. med. Sonja Sattler,
Geschäftsführerin der Rosenparkklinik GmbH

4



Thomas Möhring,
Geschäftsführer der Julius Ulrich GmbH & Co. KG

6



Michael Bader,
Geschäftsführer und Inhaber der magnetic GmbH & Co. KG

8



Christian Munzinger, Geschäftsführer und
André Elz, Geschäftsführer
der GSN Maschinen-Anlagen-Service GmbH

10

Special Wirtschaft im Süden



Stefan Page,
Geschäftsführer der BusinessBike GmbH

12



Sebastian Engelskirchen,
Geschäftsführer der Otto Lehmann GmbH

14



Manuel Weißenberger,
Geschäftsführer der K. Weißenberger Bedachungen GmbH

18



Michael Tschenett,
Vertriebsleiter der Mayer Schaltechnik GmbH

20



Annemarie Pucher,
Geschäftsführerin der ISIS Papyrus Europe AG

22



DI Dr. Stefan Gintenreiter,
Geschäftsführer der LIWEST Kabelmedien GmbH

24



Kontakte Seite 26



Interview mit



*Dr. med. Sonja Sattler,
Geschäftsführerin
der Rosenparkklinik GmbH*



Die Rosenpark Klinik hilft Menschen, sich in ihrem Körper wohlfühlen

Rosenpark
Klinik



„Neu heißt nicht gleich gut.“

Die Rosenparkklinik GmbH in Darmstadt ist eine Fachklinik für ästhetisch-operative Dermatologie und eine der ersten Adressen für minimalinvasive Gesichtsverjüngung, Fettabsaugung und Plastische Chirurgie in Deutschland. Geschäftsführerin Dr. med. Sonja Sattler sprach mit Wirtschaftsforum über die Vorteile der sicheren Behandlungsmethoden, die Bedeutung von Forschung und Qualität in der ästhetischen Medizin und darüber, warum es dringend eine geregelte Ausbildung in diesem Bereich braucht.

KONTAKTDATEN

Rosenparkklinik GmbH
Heidelberger Landstraße 18-20
64297 Darmstadt
Deutschland
☎ +49 6151 95470
✉ info@rosenparkklinik.de
www.rosenparkklinik.de

Wirtschaftsforum: Frau Dr. Sattler, worauf ist die Rosenpark Klinik spezialisiert?

Dr. med. Sonja Sattler: Drei Bereiche stehen bei uns ganz klar im Fokus: die minimalinvasive Gesichtsverjüngung, die Plastische Chirurgie und die Fettabsaugung. Gerade Letztere ist bei uns etwas Besonderes. Wir nutzen eine Methode in Tumescenz-Lokalanästhesie, die ohne Vollnarkose auskommt und dem Patienten maximale Sicherheit bietet. Es ist keine

Seltenheit, dass jemand, dem fünf oder sechs Liter Fett abgesaugt wurden, direkt nach dem Eingriff durch unseren Garten spaziert. Am nächsten Tag gehen die Patienten bereits nach Hause. Das muss eine Klinik erst einmal nachmachen.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Ihre Methode konkret von anderen?

Dr. med. Sonja Sattler: Sie ist zeitintensiver, aber deutlich schonender. Wir nehmen uns die

Zeit, die es braucht. Qualität und Sicherheit stehen über Effizienz. Das ist auch der Grund, warum wir in den letzten 28 Jahren rund 40.000 Fettabsaugungen erfolgreich durchgeführt haben, ohne schwerwiegende Komplikationen. Diese Erfolgsquote spricht für sich. Mein Mann hat diese Methode bis aufs i-Tüpfelchen perfektioniert.

Wirtschaftsforum: Sie selbst haben einen anderen Schwerpunkt: die Gesichtsverjüngung.

Dr. med. Sonja Sattler: Genau. Ich sehe mich als Hausärztin für Ästhetik. Viele meiner Patienten begleite ich über Jahrzehnte. Für mich war es immer wichtig, dass die Menschen in ihrem eigenen Ich bleiben und nicht verfremdet aussehen. Dabei kommt mir unsere Forschung zugute. Ich weiß genau, welche Produkte langfristig gut sind, welche nicht schwellen und welche wir lieber nicht einsetzen. Dieses Wissen teilen wir übrigens auch mit Kollegen.



Das Team der Rosenpark Klinik liefert Leistung höchster Qualität – ohne den Menschen aus dem Blick zu verlieren



Eine Klinik muss nicht nach Klinik aussehen: der freundlich gestaltete Empfangsbereich



Die Behandlungsräume sind modern und funktional

Wirtschaftsforum: Stichwort Forschung – wie wichtig ist dieser Bereich für Ihre Klinik?

Dr. med. Sonja Sattler: Extrem wichtig. Forschung und Behandlung sind bei uns eng verzahnt. Wir sind deutschlandweit sehr gut vernetzt und haben mit der Rosenpark Research GmbH ein eigenes wissenschaftliches Zentrum aufgebaut. Dort führen wir unter anderem klinische Studien für Medikamentenzulassungen durch – vor allem im Bereich Dermatologie und Ästhetik. Diese Verbindung aus täglicher Praxis und Forschung ist ein echtes Alleinstellungsmerkmal der Rosenpark Klinik.

Wirtschaftsforum: Sie engagieren sich sehr für die Lehre in der ästhetischen Medizin. Warum?

Dr. med. Sonja Sattler: Weil es in Deutschland praktisch keine geregelte Ausbildung dafür gibt. Weder im Medizinstudium noch in der Facharztzubereitung ist ästhetische Medizin ein Thema. Das ist ein strukturelles Problem. Gleichzeitig ist Deutschland einer der unreguliertesten Märkte welt-

weit. Es gibt Menschen, die über den schnellen Weg der Homöopathie ohne medizinische Ausbildung ästhetische Behandlungen anbieten. Sie haben dann auch die Erlaubnis zu spritzen. Das ist nicht nur fahrlässig, sondern auch gefährlich. Eine schlechte Injektion kann zur Erblindung führen. Wir brauchen hier dringend klare Standards und gesetzliche Regelungen. Auch die minimalinvasiven Geräte sollten nur von Ärzten angewendet werden dürfen. So ist es in anderen Ländern, beispielsweise in Asien. Dort ist der Markt viel stärker reguliert.

Wirtschaftsforum: Sie sind nicht nur Ärztin, sondern auch Unternehmerin. Wie sehen Sie die Rolle der Digitalisierung?

Dr. med. Sonja Sattler: Digitalisierung ist für uns kein Neuland. Wir arbeiten seit 2012 papierlos. Besonders spannend finde ich den Einsatz künstlicher Intelligenz in der Diagnostik. Wir sind Teil eines Start-ups, das eine KI entwickelt hat, die das Gesicht analysieren und einen sogenannten Facial Aesthetic Index berechnen kann – ähnlich dem BMI. Damit können

Behandlungsverläufe objektiv bewertet und optimiert werden. Das hat großes Potenzial für die Zukunft. Auch wenn es sonst heißt, Deutschland hinke bei der Digitalisierung hinterher – in diesem Bereich sind wir ganz vorn und sogar besser als die Chinesen.

Wirtschaftsforum: Sie sind schon lange im Geschäft. Was motiviert Sie nach all den Jahren noch?

Dr. med. Sonja Sattler: Das stimmt, ich habe das Unternehmen 1996 gemeinsam mit meinem Mann gegründet. Damals war ich 28 Jahre alt, mein inzwischen verstorbener Mann war 13 Jahre älter. Wir haben klein angefangen, hatten aber von Anfang an einen sehr hohen Qualitätsanspruch. Noch heute steht für mich der zufriedene Patient an erster Stelle. Ich liebe meine Arbeit, weil sie sinnvoll ist und weil sie Menschen hilft, sich wohlfühlen. Außerdem bin ich neugierig. Ich teste neue Produkte im Research, um sie zum Wohl unserer Patienten einzusetzen und noch besser zu werden – aber nur, wenn ich wirklich davon überzeugt bin. Neu heißt nicht automatisch gut.

Wir setzen nichts ein, was nicht erprobt ist, auch wenn es gerade auf Instagram gehypt wird.

Wirtschaftsforum: Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Dr. med. Sonja Sattler: Ich wünsche mir eine echte Anerkennung der ästhetischen Medizin als Teil der medizinischen Versorgung und eine Anerkennung dessen, was wir für die Menschen tun, die sich durch unsere Behandlungen besser fühlen. Unser Bereich sollte als eigene Fachrichtung anerkannt werden oder zumindest in einer anderen Fachrichtung unterkommen. Wir werden innerhalb der Medizin oft belächelt. Deshalb möchte sich niemand so richtig um das Thema kümmern. Aber wir brauchen eine fundierte Ausbildung, eine stärkere Regulierung und mehr Transparenz für die Patienten. Und natürlich wünsche ich mir, dass wir mit der Rosenpark Klinik weiterhin jeden Tag höchste Qualität liefern und dabei nie den Menschen aus dem Blick verlieren.

Mit großem Erfolg auf dem Holzweg

Holz fasziniert die Menschen seit jeher – als Baumaterial, Energieträger und Gestaltungselement. Das natürliche Material begeistert mit einer einzigartigen Kombination aus Ästhetik und Funktionalität. Es ist zeitlos und zugleich hochaktuell und punktet als nachwachsender Rohstoff in Sachen Nachhaltigkeit. Die Julius Ulrich GmbH & Co. KG beschäftigt sich seit über 100 Jahren mit Holz, kennt die Vorteile, aber auch Herausforderungen. Das Holzgroßhandelsunternehmen ist aus Tradition innovativ – eine bewährte Kombination.

Interview mit
Thomas Möhring,
Geschäftsführer
der Julius Ulrich GmbH & Co. KG

Wirtschaftsforum: Herr Möhring, Sie leiten gemeinsam mit ihrem Bruder Ulrich Möhring die Firma Julius Ulrich. Entspricht das Unternehmen dem Klischee des klassischen Familienunternehmens?

Thomas Möhring: Wir sind ein traditioneller Familienbetrieb mit Wurzeln, die mehr als 100 Jahre zurückreichen. Die Familie meiner Großmutter besaß bereits ein Sägewerk; als meine Großmutter einen Holzhändler namens Ulrich heiratete, war das ein für die damalige Zeit üblicher Zusammenschluss. Bei meinen Eltern war das ähnlich. Mein Vater kam aus einem Sägewerk und Zimmereibetrieb aus Nürnberg, ist hierhergezogen und hat meine Mutter geheiratet. Deshalb trägt heute keiner von uns mehr den Namen Ulrich, sondern Möhring. Mein Bruder und ich sind seit Tag eins mit dem Unternehmen verbunden und vertreten heute die 4. Generation.

Wirtschaftsforum: Über 100 Jahre haben das Unternehmen



Seit über 100 Jahren steht das Mitarbeiterteam von Julius Ulrich den Kunden zur Seite – mit Kompetenz, Engagement und einem offenen Ohr für ihre Bedürfnisse

geformt. Gab es in der jüngeren Vergangenheit besondere Meilensteine?

Thomas Möhring: Wir hatten viele Jahre eine normale Entwicklung. Vor elf Jahren haben wir dann einen großen Sprung gemacht, als wir in ein hochmodernes Lager und die IT inves-

tiert haben. Es waren entscheidende Investitionen mit Blick auf die Zukunft.

Wirtschaftsforum: Warum haben Sie diese Investitionen getätigt?

Thomas Möhring: Weil wir zukunftsfähig sein und für un-

sere Handwerker präsent sein müssen. Sie müssen sich darauf verlassen können, Leistungen zuverlässig abrufen zu können. Das geht nur mit entsprechenden Lagerkapazitäten und einer modernen IT.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie Julius Ulrich nach diesen zu-



Die Investition in ein hochmodernes Lager bedeutete vor allem auch einen Mehrwert für die Kunden



Julius Ulrich ist bekannt für schnelle und unkomplizierte Auftragsabwicklungen



Ein zuverlässiger Partner für jedes Bauprojekt mit dem direkten Draht zum Kunden

kunftsorientierten Investitionen am Markt?

Thomas Möhring: Wir sind nur im Großraum Stuttgart tätig und hier im Holzhandel unter den führenden Anbietern. Unser Vorteil ist, dass wir die rund 65 bis 70 Handwerker, die täglich zu uns kommen, direkt bedienen können. Sie holen das benötigte Material und fahren auf die Baustellen. Dass wir das als Händler vor Ort leisten können, ist ein Alleinstellungsmerkmal.

Wirtschaftsforum: Kommen wir auf das Portfolio zu sprechen. Gibt es Schwerpunkte?

Thomas Möhring: Wir haben drei Hauptstandbeine: konstruktive Produkte wie Konstruktionsvollholz (KVH) oder Brettschichtholz (BSH) für Dachdecker und Zimmerer, Platten und Türen für Schreiner und klassische Produkte für Montagebetriebe. Seit letztem Jahr bieten wir zudem Möbelfertigteile für Schreiner und Montagebetriebe an, die wir mit einem speziellen Planungsprogramm entwerfen und fertigen. Damit richten wir uns an Schreiner, Dachdecker und

Zimmerer, aber auch direkt an den Endverbraucher.

Wirtschaftsforum: Während der Coronazeit sind viele selbst aktiv geworden, haben renoviert und gebastelt. Wie ist Julius Ulrich durch diese Zeit gekommen und wie ist das Unternehmen für aktuelle Herausforderungen aufgestellt?

Thomas Möhring: Wir sind relativ krisenfest, unter anderem, weil wir mit unseren Handwerkskunden viel im Bereich Sanierungen und Renovierungen tätig sind. Aber natürlich spüren wir eine Verunsicherung am Markt; es wird nicht so investiert, wie wir es uns wünschen würden. Wir sind in unserer Branche vom Rundholz abhängig. In den vergangenen Jahren gab es in Mitteleuropa sehr viele Stürme und damit viel Sturmholz. Hinzu kommt, dass es aufgrund der zunehmend heißen Sommer Probleme mit Käfern und damit viel Käferholz gibt. Dieses günstige Holz hat die Preise relativ stabil gehalten. Herausfordernd sind natürlich die gestiegenen Energiepreise und der Fachkräftemangel. Wir haben immer gro-

ßen Wert auf Ausbildung gelegt, bilden zum Kaufmann, Lageristen und Lkw-Fahrer aus und versorgen uns damit personell aus unserem eigenen Lehrlingspool.

Wirtschaftsforum: Wie geht Julius Ulrich mit dem Thema Nachhaltigkeit um?

Thomas Möhring: Wir hatten schon immer Bio-Produkte, sind nach FSC und PEFC zertifiziert und arbeiten mit Lieferanten zusammen, die zu 75% garantieren können, dass ihr Holz aus nachwachsenden Forsten stammt. Aktuell arbeiten wir an dem neuen RAL Umweltgütezeichen. Daneben versuchen wir Abfall zu vermeiden und zu reduzieren, haben eine 120 KW-PV-Anlage und heizen komplett mit Holz.

Wirtschaftsforum: Über 100 Jahre am Markt – wo liegt das Geheimnis dieser langen Erfolgsgeschichte?

Thomas Möhring: Wir sind unkompliziert, schnell in der Abwicklung, telefonisch immer erreichbar und haben ein großes Lagerprogramm. Das schätzen Kunden.

Wirtschaftsforum: Wie soll es in Zukunft weitergehen?

Thomas Möhring: Wir wollen noch mehr Kunden an uns binden und unsere laufenden Projekte weiterverfolgen. Um uns noch stärker aufzustellen, planen wir eine neue 2.000 m² große Fläche für Büro, Ausstellung und Sozialräume. Vor allem wollen wir weiterhin gute Produkte und Services zu vernünftigen Preisen bieten.

ULRICH ÜBER 100 JAHRE
AUS TRADITION INNOVATIV

KONTAKTDATEN

Julius Ulrich GmbH & Co. KG
Ulmer Straße 141
70188 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 711 168520
info@holz-ulrich.de
www.holz-ulrich.de

„Nutzen stiften statt Gewinn maximieren“



Mit klarer Haltung, einem feinen Gespür für Marktveränderungen und einem tiefen Verständnis für die Bedürfnisse des Handwerks hat Michael Bader, Geschäftsführer der magnetic GmbH & Co. KG, sein Unternehmen zu einem erfolgreichen Player im SHK-Bereich gemacht. Im Interview spricht er über Wachstum, Internationalisierung und Unternehmenskultur – und über seine ganz persönliche Motivation.

Wirtschaftsforum: Herr Bader, die magnetic GmbH & Co. KG blickt auf eine über 30-jährige Entwicklung zurück. Welche Meilensteine waren für Sie besonders prägend?

Michael Bader: Ein wichtiger Wendepunkt war 2007. Damals haben wir entschieden, nicht mehr an Endverbraucher, sondern ausschließlich an das Handwerk zu verkaufen. Das war ein klares Bekenntnis zum zweistufigen Vertrieb – direkt, ohne Großhandel. 2014 folgte dann der Schritt zur Eigenproduktion. Zuvor waren wir ausschließlich Händler gewesen. Mit der eigenen Herstellung konnten wir unsere Produktqualität besser steuern. Und seit 2016 bauen wir unser Auslandsgeschäft aktiv aus. Das hat sich sehr positiv entwickelt.

Wirtschaftsforum: Wie ist Ihr Unternehmen heute strukturiert?

Michael Bader: Unser Firmensitz mit Lager, Fertigung und Verwaltung befindet sich in Untermünchheim. Unsere Außendienstmitar-

beiter sind in ganz Deutschland im Einsatz. Seit zwei Jahren haben wir auch eine Niederlassung in Großbritannien. Derzeit beschäftigen wir insgesamt etwa 50 Mitarbeiter.

Wirtschaftsforum: Was hat für Sie den Ausschlag gegeben, die Niederlassung in UK zu etablieren?

Michael Bader: Das ist tatsächlich durch einen guten Kontakt zustande gekommen. Ein ehemaliger Kunde wollte dort etwas aufbauen – wir haben dieses Vorhaben gemeinsam umgesetzt. Der britische Markt ist spannend, und so haben wir den Schritt gewagt.

Wirtschaftsforum: Wie hoch ist Ihr Exportanteil und wie stellt sich die Umsatzentwicklung insgesamt dar?

Michael Bader: Wir exportieren zwischen 12 und 15% unserer Produkte – mit steigender Tendenz. Besonders gut laufen derzeit Spanien, Schweden, Norwegen, die Slowakei, Polen, Tschechien und Belgien sowie

Estland, Lettland und Litauen, außerdem Norditalien, Kroatien und Österreich. Auch in Frankreich sind wir aktiv. Darüber hinaus haben wir Partner in Mexiko, Neuseeland, Slowenien, Rumänien und der Schweiz. Wir wachsen seit 2007 im Schnitt um etwa 20% jährlich. Dabei war kein Jahr im Minus. Es gab ruhigere Jahre, aber auch Spitzen mit 50% Wachstum. Unser Ziel ist es, weiterhin zweistellig zu wachsen – allerdings mit Substanz, nicht nur in Zahlen, denn Wachstum heißt für mich, sich jedes Jahr neu zu erfinden. Wie Reinhold Würth sagte: Wer zweistellig wachsen will, muss sich ständig neu erfinden. Das treibt mich an.

Wirtschaftsforum: Das sind beeindruckende Zahlen – worin, denken Sie, unterscheidet sich magnetic von anderen Anbietern, worin liegen die Gründe für den Erfolg des Unternehmens?

Michael Bader: Unser Erfolg beruht im Wesentlichen auf drei Säulen: Zum einen ist Produktqualität für uns Standard, kein Alleinstellungsmerkmal. Un-

Interview mit



Michael Bader,
Geschäftsführer und Inhaber
der magnetic GmbH & Co. KG



Ein Kunde bei der Befüllung und Nachspeisung von Heizungswasser

ser USP liegt im Service: Unsere Außendienstler bringen Zeit für den Kunden mit. Wir begleiten Handwerker bei der Einführung neuer Produkte – auch direkt auf der Baustelle. Dazu bieten wir kostenlose Wasseranalysen mit klarer Handlungsempfehlung. Und wir schützen den Handwerker: Unsere Produkte sind nicht auf Internetplattformen erhältlich, sondern ausschließlich im Fachhandel. Das schafft Vertrauen. Ein weiterer wichtiger Punkt ist Innovation: Heizungswasser ist oft der Schwachpunkt



Der Firmensitz der magnetic GmbH & Co. KG im baden-württembergischen Untermünkheim



Sie haben Lust, etwas zu bewegen: Die Mitarbeiter von magnetic sind ein starkes Team, in dem sich jeder Einzelne entfalten kann

in der Energieeffizienz. Unsere Produkte optimieren bestehende Heizungen – durch Reinigung und Aufbereitung des Wassers. So sparen Kunden messbar Energie. Wir entwickeln Lösungen, die Heizkreisläufe effizienter und langlebiger machen – auch bei Altanlagen. Und nicht zuletzt sind uns Werte wichtig: Gewinnmaximierung ist nicht unser Ziel. Wir setzen auf Nutzenmaximierung – für Kunden und Mitarbeiter. Nur wenn alle Seiten profitieren, ist es ein gutes Geschäft.

Wirtschaftsforum: Wie sieht es vor diesem Hintergrund bei Ihnen mit der Gewinnung neuer Mitarbeiter aus?

Michael Bader: Anders als andere spüren wir den Fachkräftemangel nicht. Tatsächlich haben wir im Außendienst aktuell sogar einen Bewerbungsstopp! Unsere intensive Einarbeitung limitiert die Anzahl neuer Kräfte pro Jahr; hierbei gilt für uns Qualität vor Quantität. Für uns entscheidet die Motivation: Unsere Leute müssen Lust haben, etwas zu bewegen.

Wirtschaftsforum: Welche Erwartungen haben Sie an die Politik?

Michael Bader: Ich würde mir weniger Einmischung wünschen. Unternehmen sollten sich am Markt orientieren, nicht an Subventionen. Subventionen schaffen falsche Anreize und verzerren betriebswirtschaftliches Handeln. Wir wollen mit Qualität überzeugen – nicht mit Förderprogrammen!

Wirtschaftsforum: Zum Schluss eine persönliche Frage, Herr Bader: Was motiviert Sie an Ihrem Beruf?

Michael Bader: Ganz klar: der Wunsch, Nutzen zu stiften. Ich freue mich, wenn unser Tun anderen hilft – Kunden, Mitarbeitern, Partnern. Natürlich will ich selbst Erfolg haben. Aber echte Erfüllung ist, wenn man zurückblickt und sieht, was gewachsen ist. Dabei ist mir ein gesundes

Wachstum wichtig, sowohl in Deutschland als auch international. Aber vor allem möchte ich die Werte eines Familienunternehmens bewahren – das ist unser wichtigstes Gut. Meine Frau und ich haben das Unternehmen aufgebaut und bei unserer Tochter Jessica und unserem Schwiegersohn Daniel wissen wir, dass auch in der nächsten Generation die Unternehmenskultur weitergelebt wird.



Familie Bader: vorn sitzend (v.r.) Geschäftsführer Michael Bader und seine Ehefrau Blanca Bader, hinten stehend (v.r.) Tochter Jessica Bader mit Ehemann Daniel Bader



magnetic

KONTAKTDATEN

magnetic GmbH & Co. KG
 Am Richtbach 5
 74547 Untermünkheim
 Deutschland
 ☎ +49 7944 941990
 info@magnetic-online.de
 www.magnetic-online.de

Maschinen ein zweites Leben schenken



Montage einer Werkzeugmaschine: Präzision und fundiertes Fachwissen vereinen sich, um höchste Effizienz und Leistung zu gewährleisten

Wirtschaftsforum: Herr Munzinger, Herr Elz, können Sie uns etwas über Ihre beruflichen Hintergründe erzählen und wie Sie zur GSN gekommen sind?

Christian Munzinger: Ich bin seit meinem Abitur bei GSN und habe hier Maschinenbau studiert. Nach verschiedenen Positionen, unter anderem in den USA, wo ich einen Servicestandort aufbaute,

bin ich in den Vertrieb gewechselt und schließlich in die Geschäftsführung. Ich leite den Bereich Maschinenanlagenbau und bin stolz darauf, dass wir bestehenden Maschinen ein zweites Leben schenken.

André Elz: Ich habe als Werkzeugmacher begonnen und dann Wirtschaftsingenieurwesen studiert. Nach langjähriger Tätigkeit

Neu bedeutet nicht zwangsläufig besser – insbesondere, wenn man die Kosten berücksichtigt. Als führender, herstellerunabhängiger Anbieter von innovativen Engineering-Lösungen im Bereich der Sondermaschinen und Automatisierungstechnik hat sich die GSN Maschinen-Anlagen-Service GmbH auf die Wiederverwendung und Modernisierung bestehender Maschinen spezialisiert. In einem Interview mit den Geschäftsführern Christian Munzinger und André Elz werden die Herausforderungen und Chancen des Unternehmens beleuchtet.



in der Instandhaltung bei großen Unternehmen wie Ford und Getrag habe ich mich entschieden, zu GSN zu wechseln. Hier kann ich meine Expertise im Bereich Instandhaltungsservices einbringen.

Wirtschaftsforum: GSN wurde 1992 gegründet. Welche Meilensteine haben zur heutigen Erfolgsgeschichte beigetragen?

Christian Munzinger: Ein wichtiger Schritt war der Einstieg in die technische Dienstleistung im Jahr 2001, als wir für Mercedes in Kölleda die Instandhaltung übernahmen. Dies war der Beginn unserer Expansion in diesem Bereich. Ein weiterer bedeutender Meilenstein war die Gründung unserer Niederlassung in Mexiko, wo wir europäische Unternehmen unterstützen, die dort tätig sind.



Interview mit
*Christian Munzinger (re.),
Geschäftsführer
und*

*André Elz (li.),
Geschäftsführer*

*der GSN Maschinen-Anlagen-
Service GmbH*



A HELLER company

KONTAKTDATEN

GSN Maschinen-Anlagen-Service
GmbH
Benzstraße 1
72108 Rottenburg-Hailfingen
Deutschland
☎ +49 7457 94840
✉ info@gsn-service.de
www.gsn-service.de

André Elz: Die Gründung von Standorten in Polen und die Ausweitung unserer Dienstleistungen in der Automobilindustrie waren ebenfalls entscheidend. Wir haben uns stets an den Bedürfnissen unserer Kunden orientiert und unsere Standorte strategisch platziert, um vor Ort Unterstützung bieten zu können.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich GSN im Laufe der Jahre an die Veränderungen in der Industrie angepasst?

Christian Munzinger: Der Trend geht klar in Richtung Nachhaltigkeit und Wiederverwendung. Wir modernisieren bestehende Maschinen, um sie effizienter und umweltfreundlicher zu machen. Dies ist nicht nur wirtschaftlich sinnvoll, sondern auch ein Beitrag zur Reduzierung von CO₂-Emissionen und Materialverbrauch.

André Elz: Wir bieten ein breites Spektrum an Dienstleistungen, von der Instandhaltung über die Automatisierung bis hin zur kom-

pletten Neugestaltung von Fertigungsprozessen. Unsere Mitarbeiter sind flexibel und können sich auf unterschiedliche Projekte einstellen, was uns einen Wettbewerbsvorteil verschafft.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie in der aktuellen Marktsituation?

André Elz: Die Unsicherheit in der Branche ist groß. Viele Maschinenbauer wissen nicht, wie sich die Bedarfe in den nächsten Jahren entwickeln werden. Während wir weiterhin im Bereich Verbrennungsmotoren tätig sind, haben wir auch die Batterietechnologie und Automatisierung als Wachstumsfelder identifiziert.

Christian Munzinger: Ein weiteres Thema ist, dass viele Maschinenhersteller unter Druck stehen. Dies führt dazu, dass es mehr Bedarf an unseren Dienstleistungen gibt, da Unternehmen zunehmend auf die Wiederverwendung bestehender Maschinen setzen.

Wirtschaftsforum: Wie sieht die Zukunft von GSN aus?

Christian Munzinger: Wir sind optimistisch, auch wenn die Unsicherheiten bestehen bleiben. Wir planen, unsere Dienstleistungen weiter auszubauen und uns verstärkt auf die Automatisierung und Digitalisierung zu konzentrieren.

André Elz: Wir haben bereits viele Projekte erfolgreich umgesetzt und werden weiterhin flexibel bleiben, um auf die sich ändernden Marktbedingungen reagieren zu können. Unsere Unternehmenskultur fördert Innovation und Zusammenarbeit, was uns hilft, auch in turbulenten Zeiten erfolgreich zu sein.

Wirtschaftsforum: Was sind die Unternehmenswerte, die Ihnen wichtig sind?

André Elz: Wir legen großen Wert auf offene Kommunikation und kurze Entscheidungswege. Jeder Mitarbeiter soll sich einbringen

können, und wir fördern eine familiäre Arbeitsatmosphäre.

Christian Munzinger: Das ist ein Schlüssel zu unserem Erfolg. Unsere Mitarbeiter sind hochqualifiziert und motiviert, was sich in der Qualität unserer Dienstleistungen widerspiegelt.

Wirtschaftsforum: Zum Abschluss, was möchten Sie unseren Lesern mit auf den Weg geben?

Christian Munzinger: GSN steht für Innovation und Nachhaltigkeit. Wir sind stolz darauf, als herstellernunabhängiger Dienstleister eine wichtige Rolle in der Industrie zu spielen und freuen uns auf die Herausforderungen, die die Zukunft mit sich bringt.

André Elz: Wir sind bereit, uns den Veränderungen zu stellen und unsere Kunden bestmöglich zu unterstützen. Unsere Flexibilität und unser Know-how sind unsere größten Stärken.



Untersuchung einer Hauptspindel: Experten bei der Arbeit – mit über 400 engagierten Mitarbeitern wird sichergestellt, dass jede Maschine höchsten Qualitätsstandards entspricht



Überholung einer 4-Achs-Werkzeugmaschine – neben der Optik werden Funktion, Qualität und Zuverlässigkeit wiederhergestellt und erhöht

Mit Rückenwind in die Zukunft der Mobilität

Ob steigende Benzinpreise, verstopfte Innenstädte oder der Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit: Das Thema Mobilität beschäftigt Politik, Wirtschaft und Gesellschaft wie selten zuvor. Die BusinessBike GmbH aus Herzogenaurach bietet mit ihrem digitalen Leasingmodell eine Lösung, die wirtschaftlich, ökologisch und gesundheitlich überzeugt. Wir haben mit Geschäftsführer Stefan Page über die Erfolgsfaktoren des Unternehmens, aktuelle Entwicklungen in der Fahrradbranche und die Mobilität von morgen gesprochen.



Interview mit



Stefan Page,
Geschäftsführer
der BusinessBike GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Page, was unterscheidet BusinessBike von anderen Anbietern im Markt?

Stefan Page: Vor allem unser ausgeprägter Kundenfokus. Wir gestalten unsere Prozesse so einfach wie möglich – für Arbeitgeber, Arbeitnehmer und Fachhändler. Mit unserem mehrfach ausgezeichneten Echtzeitportal können Nutzer ihr Wunschrad bequem online oder im Handel auswählen. Der Arbeitgeber

aktiviert den Leasingprozess digital, der Mitarbeiter erhält einen Code – und schon kann das Rad beim Händler abgeholt werden. Einfacher geht es kaum. Außerdem arbeiten wir mit fast allen Fahrradhändlern in Deutschland zusammen. Dadurch ist das Leasing für unsere Kunden nahezu überall verfügbar.

Wirtschaftsforum: Wie genau funktioniert das Full Service-Angebot von BusinessBike?

Stefan Page: Wir bieten echtes 100%-Leasing – inklusive Versicherung, Wartung, Reparatur und Abholung nach Ende der Laufzeit. Das bedeutet: Der Kunde hat keinerlei Aufwand. Kein Papierkram, keine logistischen Herausforderungen. Wenn das Leasing ausläuft, wird das Rad einfach beim Mitarbeiter zu Hause abgeholt. Dieses Rundum-sorglos-Paket macht uns besonders.

Wirtschaftsforum: Wie sieht es mit der Nachfrage nach Dienstverradleasing aus – stagniert der Markt oder wächst er weiter?

Stefan Page: Die Nachfrage wächst weiter – insbesondere bei kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie in der öffentlichen Hand. Während große Konzerne Dienstverradler längst als attraktiven Mitarbeiter-Benefit erkannt haben, ziehen jetzt viele kleinere Betriebe nach.



Mit dem Dienstrad von BusinessBike sind Arbeitnehmer nachhaltig, gesund und flexibel unterwegs – beruflich wie privat



Ob fürs Büro oder den Einkauf – mit dem BusinessBike-Lastenrad wird Mobilität alltags-tauglich, nachhaltig und entspannt

Denn das Dienstrad vereint mehrere Vorteile: Es fördert die Gesundheit, schont das Klima, ist steuerlich attraktiv – und für Unternehmen völlig kostenlos.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen von einer Vision. Welche Werte leiten Sie bei BusinessBike?

Stefan Page: Wir orientieren uns an vier zentralen Werten: Vertrauen, Nachhaltigkeit, Innovation und Partnerschaftlichkeit. Vertrauen bedeutet für

uns Transparenz und Fairness im Umgang mit Kunden und Partnern. Nachhaltigkeit leben wir nicht nur über unser Produkt, sondern auch intern – etwa durch Umweltzertifizierungen. Innovation heißt, dass wir ständig an der Weiterentwicklung unserer Plattform arbeiten, um die besten digitalen Services zu bieten. Und Partnerschaftlichkeit ist die Basis unserer engen Zusammenarbeit mit dem Fachhandel.



Wirtschaftsforum: Was sind die nächsten Ziele von BusinessBike?

Stefan Page: Wir wollen unsere Position als einer der Top 3-Anbieter im Markt weiter ausbauen und neue Zielgruppen erschließen – etwa Selbstständige, kleine Betriebe oder Organisationen der öffentlichen Hand. Technologisch investieren wir viel in die Weiterentwicklung unserer Plattform, damit alle Prozesse intuitiv auf jedem Endgerät funktionieren. Langfristig möchten wir auch ein strategischer Partner für neue Mobilitätslösungen sein – über das reine Fahrradleasing hinaus.

Wirtschaftsforum: Herr Page, zum Abschluss noch eine persönliche Frage: Was motiviert Sie an Ihrer Aufgabe bei BusinessBike?

Die BusinessBike GmbH hat ihr Office in Herzogenaurach



KONTAKTDATEN

BusinessBike GmbH
Ohmstraße 2
91074 Herzogenaurach
Deutschland
☎ +49 9132 6459000
service@businessbike.de
www.businessbike.de

Stefan Page: Ganz ehrlich? Das Produkt selbst. Mit Fahrrädern tun Sie allen etwas Gutes – der Umwelt, der Gesellschaft, der Gesundheit der Menschen. Es gibt keine Verlierer beim Fahrradfahren. Diese Klarheit, diese Nachhaltigkeit motivieren mich jeden Tag. Und es macht Spaß, an einer echten Zukunftslösung für unsere Mobilität mitzuarbeiten.

Mit Haltung aufs Dach – und darüber hinaus



Die Anforderungen an Bauprodukte steigen – sie sollen effizient, langlebig, nachhaltig und zugleich wirtschaftlich sein. Die Otto Lehmann GmbH mit Sitz in Neutraubling beweist seit Jahrzehnten, dass gerade spezialisierte mittelständische Unternehmen hier entscheidende Impulse setzen können. Als Traditionsbetrieb mit über 170 Jahren Geschichte und hoher Kompetenz in der Metallverarbeitung hat sich das Unternehmen eine starke Position im Markt erarbeitet – und richtet den Blick nun entschlossen nach vorn.

Schnell, sicher, effizient: Die durchdachte Konstruktion der Montagesysteme erleichtert Handwerkern die Installation von Solarmodulen erheblich

Interview mit



Sebastian Engelskirchen,
Geschäftsführer
der Otto Lehmann GmbH



KONTAKTDATEN

Otto Lehmann GmbH
Berliner Straße 21
93073 Neutraubling
Deutschland
☎ +49 9401 7860
info@otto-lehmann-gmbh.de
www.otto-lehmann-gmbh.de

Wirtschaftsforum: Herr Engelskirchen, Sie sind seit Juli 2025 Geschäftsführer der Otto Lehmann GmbH. Was hat Sie an dieser Aufgabe gereizt?

Sebastian Engelskirchen: Ich hatte Lehmann zuvor schon über meine Tätigkeit beim Bundesverband Feuerverzinken kennengelernt. Als sich die Gelegenheit

ergab, gemeinsam mit Andreas Batzl die Geschäftsführung zu übernehmen, war für mich klar: Das ist ein spannender Schritt. Lehmann ist ein Unternehmen mit langer Tradition, starker DNA und viel Potenzial – genau der richtige Ort, um gemeinsam mit einem engagierten Team neue Impulse zu setzen.



Energie clever montiert: Mit durchdachten Aufdachmodulhaltern unterstützt die Otto Lehmann GmbH die Energiewende – direkt vom Dach aus

Wirtschaftsforum: Was zeichnet Lehmann Ihrer Meinung nach besonders aus?

Sebastian Engelskirchen: Da gibt es mehrere Punkte. Erstens: Wir sind stark in einer Nische. Unsere



Produktion mit Haltung: Am Firmensitz im bayerischen Neutraubling entstehen hochwertige Metalllösungen – Made in Germany bleibt hier gelebte Überzeugung



Ein Team, das zusammenhält: Viele Mitarbeiter sind seit Jahrzehnten bei der Otto Lehmann GmbH – diese gelebte Verbundenheit ist ein Schlüssel zum Erfolg

Produkte – etwa Sicherheitsdachhaken oder Aufdachmodulhalter für Solarpaneele – sind technisch anspruchsvoll, aber sehr gefragt. Zweitens: Wir verfügen über jahrzehntelange Kompetenz in der Metallverarbeitung. Und drittens – und das ist vielleicht das Wichtigste – leben unsere Mitarbeiter das Unternehmen. Viele sind 30 oder mehr Jahre bei uns. „Einmal Lehmann, immer Lehmann“ ist bei uns keine leere Phrase, sondern gelebte Unternehmenskultur.

Wirtschaftsforum: Wie wollen Sie diesen Unternehmensgeist für die Zukunft bewahren und weiterentwickeln?

Sebastian Engelskirchen: Uns ist wichtig, das Zwischenmenschliche in den Mittelpunkt zu stellen – verbunden mit einem klaren Sinn hinter dem, was wir tun. Deshalb haben wir im Rahmen eines Change-Management-Prozesses eine neue Mission und Vision entwickelt. Unsere Vision: Gemeinsam die Welt ein Stück sicherer und klimafreundlicher machen.

Unsere Mission: Wir verbinden traditionelle Fertigungstechnik mit innovativem Denken. Das Ziel ist, Qualität und Nachhaltigkeit stetig zu verbessern und Lösungen für Märkte im Wandel zu bieten.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt dabei das Thema Innovation konkret?

Sebastian Engelskirchen: Eine sehr zentrale. Unser Anspruch ist es, Technologieführer zu werden. Das bedeutet auch: Wir müssen mehr eigene Patente entwickeln, unser Produktportfolio erweitern und unsere Prozesse noch effizienter gestalten. Wir haben dafür einen Kollegen ins Team geholt, der sich gezielt um den Aufbau von Forschung und Entwicklung kümmert. Und wir wollen mit neuen Produkten auch neue Märkte erschließen. Unser Bestseller ist derzeit der Aufdachmodulhalter für Solarpaneele – ein Produkt, das Handwerker schätzen, weil es einfach, robust und effizient ist. Aber wir wollen uns nicht nur auf

das Dach konzentrieren. Wenn wir das Dach können, können wir auch andere Bauprodukte. Auch Anwendungen im Bereich erneuerbarer Energien und neue Absatzmärkte wie Frankreich, Spanien, die USA oder Kanada sind für uns im Fokus. Zudem wollen wir perspektivisch beim Wiederaufbau der Ukraine unterstützen – etwa durch unsere Kompetenzen bei dezentralen Energienetzen.

Wirtschaftsforum: Lehmann produziert weiterhin ausschließlich in Deutschland. Ist das ein bewusster Standortentscheid?

Sebastian Engelskirchen: Absolut. Wir sind ein bayerisches Unternehmen – von Bayern in die Welt. Für uns gehört die Produktion hier zur Identität. Natürlich ist das in einem Hochlohnland eine Herausforderung. Aber durch Automatisierung, Effizienz und gute Beziehungen zu unserem Betriebsrat schaffen wir es, wettbewerbsfähig zu bleiben – und gleichzeitig faire Löhne und ein gutes Miteinander zu bieten.



In der modernen Fertigung trifft handwerkliches Know-how auf automatisierte Prozesse

Wirtschaftsforum: Sie selbst sind seit 20 Jahren SPD-Mitglied. Wie sehen Sie die aktuelle politische Lage aus Unternehmenssicht?

Sebastian Engelskirchen: Politik und Wirtschaft sollten idealerweise Hand in Hand gehen. Was mir derzeit fehlt, ist der Mut zu tiefgreifenden Reformen – etwa bei Krankenversicherung, Rente oder Steuern.





LEHMANN

IN KÜRZE

Kernkompetenz

Hochwertige Metallverarbeitung für die Baubranche

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1851

Struktur: GmbH

Niederlassungen: Neutraubling, Berlin, Österreich

Mitarbeiter: rund 400

Umsatz: 80 Millionen EUR

Leistungsspektrum

Metallprodukte für den Dachbau, insbesondere Aufdachmodulhalter für Photovoltaikanlagen, Rinnenhaken, Sicherheitsdachhaken und Zubehör, ergänzt durch individuelle Lösungen im Bereich metallischer Baukomponenten

Messen und Ausstellungen

BAU München, Dach+Holz, Expo Real, Klimafestival

Philosophie

„Von Bayern in die Welt“: Regional verwurzelt, global ausgerichtet.

Das Unternehmen verbindet traditionelle Fertigung mit Innovationskraft, stellt Mitarbeiter und Kunden in den Mittelpunkt und verpflichtet sich zu Nachhaltigkeit und gesellschaftlicher Verantwortung.

Zukunft

Technologieführerschaft, Digitalisierung interner Prozesse, Ausbau der internationalen Märkte, Erweiterung des Produktportfolios durch Innovationen und Patente, Stärkung der Markenbekanntheit sowie Engagement im Wiederaufbau klimafreundlicher Infrastruktur weltweit.



Kraftvoll verankert: Der Aufdachmodulhalter ermöglicht die einfache und sichere Montage von Solarpaneelen



In der Fertigung entstehen mit modernster Technik und viel Erfahrung langlebige Produkte für Dach und Fassade

Die größten Kosten für Unternehmen sind nicht Energie oder Rohstoffe, sondern die Sozialversicherungsabgaben, die Arbeitgeber abführen müssen. Wir müssen an die Strukturen ran, sonst fährt das System gegen die Wand. Gleichzeitig ist es gut, dass die Regierung in Zukunft investiert – das unterstützen wir voll.

Wirtschaftsforum: Zum Schluss eine persönliche Frage: Was motiviert Sie, Teil der Wirtschaft zu sein – und nicht etwa Vollzeitpolitiker?

Sebastian Engelskirchen: Als Unternehmer hat man die direkte Verantwortung für Menschen, für Arbeitsplätze, für gesellschaftliche Wirkung. Man sieht, was das eigene Handeln bewirkt. Außerdem habe ich hier die Möglichkeit, Führung neu zu denken – nicht top-down, sondern im Dialog. Das ist herausfordernd, aber auch sinnstiftend. Und wenn man ein Unternehmen wirklich verändern will, geht es nur gemeinsam mit den Menschen.



EIN FENSTER LANG. EIN LEBEN LANG.

HANDWERK IN PERFEKTION

Mit Fenstern von Gaulhofer

Ob Neubau oder Sanierung: Fenster nehmen als bewegliche Bauteile zentrale Bedeutung für die Wohnatmosphäre ein.

www.gaulhofer.com



„Vielseitigkeit ist unsere Konstante“



Beispiel für den öffentlichen Objektbau: Kindertagesstätte in Karlstadt



Montagearbeiten an einem Holzbauprojekt: Einsatz moderner Technik im Rohbau



Detailansicht eines aktuellen Wohnbauprojekts: Funktionale Ästhetik aus einer Hand

Interview mit



Manuel Weißenberger,
Geschäftsführer
der K. Weißenberger
Bedachungen GmbH

Zukunft braucht Substanz – und Menschen, die sie mutig und innovativ gestalten. Die K. Weißenberger Bedachungen GmbH mit Sitz in unterfränkischen Arnstein steht seit über drei Jahrzehnten für Qualität im Dachdecker-, Spengler- und Holzbau. Das familiengeführte Unternehmen hat sich vom klassischen Dachdeckerbetrieb zu einem modernen Anbieter im Objektbau entwickelt. Mit unternehmerischem Mut und Weitblick setzt Geschäftsführer Manuel Weißenberger auf nachhaltiges Wachstum und zukunftsfähige Strukturen.

Wirtschaftsforum: Herr Weißenberger, Ihre Firma ist seit über 30 Jahren aktiv. Wie begann die Entwicklung Ihres Unternehmens?

Manuel Weißenberger: Gegründet wurde der Betrieb 1991 von meinem Vater als Ein-Mann-Unternehmen. Er war Dachdeckermeister und Spengler und hat von Anfang an mit großem Engagement investiert – sei es in Maschinen oder in Mitarbeiter. Die Firma ist kontinuierlich gewachsen. 2009 bin ich als Zimmermeister eingestiegen. Wir haben damals beschlossen, den Holzbau fest ins Portfolio aufzunehmen. Das war ein entscheidender Schritt, denn damit konnten wir uns breiter aufstellen und kom-

plexe Bauprojekte aus einer Hand realisieren. Heute sind wir etwa 35 Mitarbeiter, davon rund 15 im Holzbau. Zehn Auszubildende verstärken derzeit unsere Teams – das ist eine sehr erfreuliche Entwicklung.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihr Kerngeschäft, und für welche Kundengruppen arbeiten Sie?

Manuel Weißenberger: Unsere Stärke liegt in unserer Vielseitigkeit. Wir bedienen sowohl Privatkunden mit Einfamilienhäusern als auch Bauträger und Investoren im Mehrfamilienwohnungsbau. Ebenso zählen öffentliche Auftraggeber – etwa Schulen, Kindergärten oder Kasernen – zu

unseren Kunden. Dabei sind wir stark im Objektbau engagiert. Unsere Projekte zeichnen sich oft durch besondere architektonische oder technische Anforderungen aus. Wir arbeiten überwiegend regional im Umkreis von etwa 100 km, wobei sich dieser Radius bei großen Projekten auch erweitern kann.

Wirtschaftsforum: Wie gelingt es Ihnen, in Zeiten des Fachkräftemangels ausreichend Nachwuchs zu gewinnen?

Manuel Weißenberger: Wir investieren stark in Nachwuchsförderung. Neben Ausbildungsmessen sind wir regelmäßig an Schulen aktiv, beim 'Tag des Handwerks'



KONTAKTDATEN

K. Weißenberger Bedachungen GmbH
Kaistener Straße 27
97450 Schwebenried
Deutschland
☎ +49 9728 1397
info@weissenberger-bedachungen.de
www.weissenberger-bedachungen.de

oder bei Praxisprojekten. Die Schüler bauen etwa Vogelhäuser und lernen dabei unsere Berufe ganz praktisch kennen. Auch über die sozialen Medien erreichen wir mit Einblicken ins Handwerk eine junge Zielgruppe. Dabei geht es nicht primär um Werbung für uns, sondern um Begeisterung für die Berufe.

Wirtschaftsforum: Was ist das größte Alleinstellungsmerkmal Ihres Unternehmens?

Manuel Weißenberger: Ganz klar unser Team! Wir haben ein extrem engagiertes, fachlich starkes und loyales Team mit hoher Betriebszugehörigkeit. Diese Menschen tragen unser Unternehmen.



Blick auf den neuen Standort der Firma in Arnstein – 8.500 m² für modernes Handwerk



Das Team der K. Weißenberger Bedachungen GmbH – engagiert, erfahren und bestens eingespielt

Hinzu kommt unsere Innovationsbereitschaft – sei es beim Thema Bauweise, Maschinen oder Organisation. Stillstand ist für uns keine Option. Unser Leitsatz lautet: Wer sich nicht weiterentwickelt, fällt zurück.

Wirtschaftsforum: Was sind Ihre Pläne für die kommenden Jahre?

Manuel Weißenberger: Wir befinden uns mitten in der größten Investition unserer Firmengeschichte. Aktuell bauen wir unseren neuen Standort, nur wenige hundert Meter vom jetzigen entfernt. Dort stehen uns künftig 8.500 m² Fläche zur Verfügung – fast das Dreifache der bisherigen Betriebsfläche. Mit neuer Anlagentechnik und optimierten Prozessen wollen wir nicht nur effizienter arbeiten, sondern auch neue Arbeitsplätze schaffen. Unser Ziel ist es, auf

mindestens 50 Beschäftigte zu wachsen. Der Umzug ist für Anfang kommenden Jahres geplant.

Wirtschaftsforum: Eine solche Investition forderte sicherlich einiges an Mut?

Manuel Weißenberger: Absolut, so eine Entscheidung trifft man nicht nebenbei. Es geht um Summen, die einen erstmal schlucken lassen. Aber wenn man an sein Team, seine Leistungen und seine Strategie glaubt, dann ist Mut die logische Konsequenz. Wir haben immer wieder bewiesen, dass wir solche Schritte meistern können. Natürlich bleibt ein Restrisiko – aber wer nichts wagt, gewinnt auch nichts. Und wer in unserer Branche auf Sicht fährt, wird langfristig überholt.

www.klaes.com



Fenster. Tür. Fassade. Wintergarten. Klaes. Die Software.

Klaes Software bietet Ihnen alles, was Sie für die effiziente Produktion hochwertiger Fenster, Türen, Fassaden und Wintergärten benötigen. Eine solide Plattform, die sich dank skalierbarer Softwarestruktur flexibel an Ihre Unternehmensgröße und Bedürfnisse anpasst.

Von der Arbeitsvorbereitung über Planung, Beschaffung, Produktion, Versand und Verwaltung bis hin zum Vertrieb sind Klaes Lösungen in allen Arbeitswelten verankert – für eine nachhaltige Optimierung aller Geschäftsprozesse.

Lösungspakete für Produzenten und Händler

Integriertes Workflow-Management

Professionelle Stammdatenpflege

Über 40 Jahre Erfahrung

KLAES 

Effizienz in Beton gegossen

Ob Brücken, Hochhäuser oder Wohnanlagen – ohne Schalung entstehen keine Bauwerke aus Beton. In diesem hochspezialisierten Markt hat sich die Mayer Schaltechnik GmbH aus Bergheinfeld einen Namen gemacht. Seit mehr als 30 Jahren entwickelt das Familienunternehmen Lösungen, die sich konsequent an den Anforderungen der Praxis orientieren – von der ersten Säulenschalung PAX bis zum innovativen Deckenschalungssystem klappMAX.

Interview mit



Michael Tschenett,
Vertriebsleiter
der Mayer Schaltechnik GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Tschenett, Sie sind erst seit Kurzem bei Mayer Schaltechnik. Was hat Sie gereizt, diese Position zu übernehmen?

Michael Tschenett: Ich bin seit 17 Jahren in der Schalungsbranche tätig und habe zuvor viele Jahre als Geschäftsführer ein anderes Unternehmen geleitet. Nach einer kurzen Auszeit war es schließlich die Philosophie von Mayer, die mich überzeugt hat: Unsere Produkte richten sich nach der Baustelle,



Mit klappMAX hat Mayer Schaltechnik ein innovatives Deckenschalungssystem entwickelt, das von nur einer Person sicher und effizient bedient werden kann

nicht umgekehrt. Das heißt, wir entwickeln nicht im stillen Kämmerlein, sondern stellen die Frage: Was brauchen Bauunternehmen wirklich, um effizienter und sicherer zu arbeiten? Diese Denkweise, gepaart mit hoher Innovationskraft, hat mich begeistert.

Wirtschaftsforum: Welche Entwicklungen stehen exemplarisch für diesen Innovationsansatz?

Michael Tschenett: Ein Meilenstein war Anfang der 1990er-Jah-

re die Säulenschalung PAX. Sie war die erste wirklich praktikable Lösung am Markt und hat sich bis heute bewährt – es gibt kaum ein vergleichbares System, das diese Qualität und Flexibilität erreicht. Ein weiteres Highlight ist FLUXX. Wer Hohlwände baut, kennt das Problem: Zwischen den Wänden bleibt ein Spalt, den man provisorisch mit Schaum oder Holz verschließen musste – mit schlechtem Betonbild und hohem Aufwand. Unsere FLUXX-Wand- und Bodenschienen schaffen hier



Mit innovativen Schalungslösungen realisiert Mayer anspruchsvolle Bauprojekte

eine elegante Lösung: Sie ermöglichen sauberes Betonieren ohne Zusatzarbeiten. Das spart Zeit, Personal und liefert eine deutlich bessere Qualität.

Die jüngste Innovation ist der klappMAX – eine Deckenschalung, die nach fünf Jahren Entwicklungszeit und einer intensiven Testphase auf den Markt kam. Das System lässt sich von einer einzigen Person, sicher vom Boden aus, ohne Leiter oder Absturzsicherung bedienen. Inspiriert wurde es von einer



Ob Wohnungsbau, Gewerbe oder Infrastruktur: Referenzprojekte weltweit zeigen, wie vielseitig die Systeme von Mayer Schaltechnik eingesetzt werden



Die PAX-Säulenschalung war die erste große Innovation von Mayer Schaltechnik und setzt bis heute Maßstäbe für Qualität und Flexibilität

klappbaren Tischtennisplatte – einfach aufklappen, aufstellen und loslegen. Das reduziert nicht nur den Zeitaufwand, sondern erhöht auch die Sicherheit auf der Baustelle erheblich.

Wirtschaftsforum: Wie stellen Sie sicher, dass solche Produkte in der Praxis bestehen?

Michael Tschenett: Schon 2008 haben wir einen Kundenbeirat gegründet, in dem Unternehmer und Praktiker aus der Bauwirtschaft ihre Erfahrungen und Ideen einbringen. Dort werden neue Konzepte offen diskutiert, getestet und weiterentwickelt. So ist etwa klappMAX in mehrjähriger Zusammenarbeit entstanden – mit zahlreichen Prototypen und Baustellentests in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Dieses direkte Feedback ist unschätzbar wertvoll.

Wirtschaftsforum: Welchen konkreten Nutzen haben Bauunternehmen von diesen Innovationen?

Michael Tschenett: Unsere Systeme sind darauf ausgelegt, mit

weniger Personal auszukommen – ein entscheidender Vorteil angesichts des Fachkräftemangels und hoher Lohnkosten. Zum Beispiel dauert das Aufstellen einer 20 m² großen Decke mit herkömmlichen Holzträgern rund 20 Minuten und benötigt mehrere Arbeiter. Mit unserem klappMAX-System schafft ein geübter Polier dieselbe Fläche in unter vier Minuten – und zwar allein. Ein weiterer Vorteil ist die Planungssicherheit: Dank klar definierter Lastpunkte benötigt man etwa nur halb so viele Stützen wie bei Holzträgern. Das erleichtert die Arbeitsvorbereitung erheblich und spart Materialkosten. Zudem ist klappMAX so konstruiert, dass die fertigen Schalboxen durch jede Rohbau-Tür passen – ein Detail, das in der Praxis enorm wichtig ist.

Wirtschaftsforum: Wird an weiteren Entwicklungen gearbeitet?

Michael Tschenett: Ja, wir haben derzeit Erweiterungen für klappMAX in der Pipeline, zum Beispiel eine Version, die größere Flächen

auf einmal abdeckt. Ziel bleibt es, maximale Effizienz mit einfacher Handhabung zu verbinden. Und natürlich behalten wir auch neue Anforderungen aus der Praxis im Blick – wenn mehrere Kunden dieselbe Herausforderung schildern, suchen wir gezielt nach einer Lösung.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie Mayer Schaltechnik in den kommenden Jahren?

Michael Tschenett: Kurzfristig liegt unser Fokus weiterhin auf der DACH-Region, da es hier noch großes Potenzial gibt. Parallel erschließen wir neue Märkte: Skandinavien ist aufgrund hoher Lohnkosten besonders interessant, mittelfristig sehen wir Chancen im Mittleren Osten und langfristig auch in den USA. Ich habe in meiner Karriere bereits international Vertriebsstrukturen aufgebaut – dieses Wissen setze ich jetzt für Mayer ein.

Wirtschaftsforum: Und wie bleibt dabei der Charakter als Familienunternehmen erhalten?

Michael Tschenett: Das ist uns sehr wichtig. Mit rund 45 Mitarbeitern sind wir noch so aufgestellt, dass wir eine familiäre Unternehmenskultur leben können. Einige Kolleginnen und Kollegen sind seit über 20 Jahren dabei. Bei uns stehen der Mensch und das Miteinander im Mittelpunkt – sei es bei Mitarbeiter-Events, auf unserer Hausmesse oder im Alltag. Mit Marion Mayer-Sorgo als Nachfolgerin von Firmengründer Bernhard Mayer bleibt die nächste Generation fest im Unternehmen verankert. Gleichzeitig bringt Bernhard Mayer weiterhin seine Ideen in die Produktentwicklung ein – ein Gewinn für uns alle.



KONTAKTDATEN

Mayer Schaltechnik GmbH
Richtbergstraße 8
97493 Bergtheimfeld
Deutschland
☎ +49 9721 7896-0
info@mayerschaltechnik.de
www.mayerschaltechnik.de

„Wir bringen die Prozesse auf die Businesssebene!“



Der Hauptsitz von ISIS Papyrus liegt im Großraum Wien. Das Unternehmen unterhält weltweit zahlreiche weitere Niederlassungen: von Dallas bis Singapur

Interview mit



Annemarie Pucher,
Geschäftsführerin
der ISIS Papyrus Europe AG

PAPYRUS
SOFTWARE

KONTAKTDATEN

ISIS Papyrus Europe AG
Papyrus Platz 1
2345 Brunn am Gebirge
Österreich
☎ +43 2236 275510
info@isis-papyrus.com
www.isis-papyrus.com

Seit seiner Gründung im Jahr 1988 hat sich der österreichische Softwareentwickler ISIS Papyrus mit einer Plattform zur Steuerung der Geschäftskommunikation sowie Prozesse weltweit im Markt etabliert und dabei stets auf eine besondere Verlässlichkeit und Innovationskraft gesetzt – eine Strategie, die gerade im schnelllebigen Softwarebusiness Früchte trägt: Denn während KI für viele noch Neuland ist, arbeitet ISIS Papyrus schon seit Jahrzehnten mit innovativen Technologien. Wo den Kunden des Unternehmens gerade besonders der Schuh drückt und welche Wachstumsimpulse es derzeit verfolgt, verriet Geschäftsführerin Annemarie Pucher im Interview.

Wirtschaftsforum: Frau Pucher, seit 37 Jahren engagiert sich ISIS Papyrus als schlagkräftiger Partner für die digitale Kommunikation und das Dokumentenmanagement im Markt – wie unterstützen Sie Ihre Kunden dabei genau?

Annemarie Pucher: Grundsätzlich stellen wir eine Plattform als Standardsoftware zur Verfügung, mit der sich der gesamte Lebenszyklus der Geschäftskommunikation abbilden lässt – denn heutzutage ist ja jeder Teilbereich eines

Unternehmens schier untrennbar mit dem Prozessmanagement verbunden. Diese Plattform kann unser Kunde dann mittels intuitiver Tools für den Fachbereich genau so nutzen, wie es für seine konkrete Anwendungsumgebung optimal ist. Neben einer möglichst einfachen Benutzererfahrung ist dabei auch die verlässliche Stabilität unserer Lösung von entscheidender Bedeutung: Denn viele Unternehmen sind ja regelmäßig in jahrzehntelang bestehende Vertragsverhältnisse

eingebunden, die sich jederzeit lückenlos nachvollziehen lassen müssen – auch wenn einzelne Dokumente mitunter sogar älter sind als ISIS Papyrus.

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist dabei gleichzeitig eine immerwährende Innovationsbereitschaft?

Annemarie Pucher: Darin liegt natürlich eine nicht minder relevante Grundvoraussetzung für unseren anhaltenden Erfolg. Gleichzeitig können wir für unsere Kunden

gerade dank unserer jahrzehntelangen Erfahrung als wichtiger Orientierungspunkt dienen. In diesem Zuge besteht derzeit natürlich vor allem beim Thema KI sehr viel Gesprächsbedarf. Denn die Technologie dahinter ist inzwischen vielen bekannt – doch sowohl im Hinblick auf die genauen Use Cases als auch zu Fragen der Sicherheit besteht weiterhin sehr viel Unsicherheit.

Wirtschaftsforum: ISIS Papyrus beschäftigt sich schon seit Jahr-



In der gewachsenen Beratungskompetenz von ISIS Papyrus liegt eine wichtige Grundlage des anhaltenden Unternehmenserfolgs



Regelmäßige Vorträge und Firmenveranstaltungen bieten hervorragende Networking-Möglichkeiten

zehnten mit Machine Learning und künstlicher Intelligenz. Stellt die aktuelle KI-Revolution alles Bisherige in den Schatten – oder wird nur einfach ein neues Kapitel aufgeschlagen?

Annemarie Pucher: Es ist ein weiteres Kapitel in einer langen Geschichte – wir haben schon 2008 unsere erste KI patentieren lassen, als sich noch niemand besonders dafür interessiert hat. Nun hat sich mit GenAI eben ein neues Spektrum aufgetan, bei dem wir mit IBM zusammenarbeiten, das uns einen selbstlernenden Agenten zur Verfügung stellt. IBM garantiert die Richtigkeit der Ergebnisse, was nicht nur ein wichtiger Vertrauensbeweis ist, sondern auch eine essenzielle Geschäftsgrundlage, damit unsere Kunden den Agenten bedenkenlos einsetzen können.

Wirtschaftsforum: Wo liegen – neben der KI – derzeit die größten Pain Points Ihrer Kunden?

Annemarie Pucher: Gerade im deutschsprachigen Raum hat sich das Angebot der Dokumentenmanagementsysteme in den letzten Jahren merklich ausgedünnt, nachdem viele Hersteller ihre jeweiligen Sparten verkauft und den Service ihrer Bestandsprodukte eingestellt haben. Demzufolge tritt bei vielen unserer Kunden nun das Problem auf, dass sie ihre bestehende Landschaft auf eine neue Lösung migrieren müssen. Viele stellen sich das als fürchterliche Sisyphus-Aufgabe vor, mit klassischer Handarbeit und enormen Kosten. Vor zwei Jahren haben wir jedoch einen verlässlichen Converter im Markt eingeführt, der meist etwa 90% des Datenbestandes automatisiert konvertieren kann, was den Prozess enorm verschlankt hat. Dadurch werden manuelle Schritte auf ein absolutes Minimum reduziert und nicht zuletzt Zeit und Kosten erheblich eingespart.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen sind für ISIS Papyrus derzeit besonders wichtig?

Annemarie Pucher: Heute besteht für die meisten Anwender die Herausforderung, dass sie ihre transaktionellen Daten gar nicht mehr verstehen können. Um die damit einhergehende Komplexität so weit wie möglich zu reduzieren, ermöglichen wir es unseren Kunden, konsequent in ihrer Geschäftssprache zu arbeiten, wobei die Daten automatisiert gemappt werden können – ohne dass der Anwender vielschichtige Logiken in diffizilen Programmiersprachen definieren muss. So bringen wir die Prozesse wirklich auf die Businesssebene – und reduzieren damit nicht nur nachhaltig die Komplexität, sondern setzen auch einen sinnvollen Impuls gegen die massiven Auswirkungen des allgegenwärtigen Fachkräftemangels in der IT.

Wirtschaftsforum: Welche weiteren Ziele hat sich ISIS Papyrus für die nahe Zukunft gesetzt?

Annemarie Pucher: Wir fokussieren uns derzeit stark auf weiteres

Wachstum, weil wir überzeugt sind, unsere Kunden mit einem sehr umfassenden und wirkmächtigen System unterstützen zu können, nicht zuletzt auch im Zuge unserer Zusammenarbeit mit IBM. Dazu wollen wir in all unseren Märkten auch mit entsprechenden Consulting- und Vertriebsteams vertreten sein und setzen zudem auf ein starkes Partnernetzwerk. Neben unseren vier Entwicklungszentren im Raum Wien, in Düsseldorf, Barcelona und Italien sind wir zudem in allen relevanten Märkten wie Singapur und den USA mit eigenen Gesellschaften vor Ort vertreten, die dort unsere Softwarelösungen implementieren und sich auch um den Support kümmern – um immer nahe am Kunden zu sein.

Interview mit
DI Dr. Stefan
Gintenreiter,
Geschäftsführer
der LIWEST Kabel-
medien GmbH



Von Kabel-TV zu Glasfaser: Die Evolution der Telekommuni- kationsdienste



Die Telekommunikationsbranche hat sich in den letzten Jahren rasant entwickelt, geprägt von technologischen Innovationen und einem verstärkten Wettbewerb. Die LIWEST Kabelmedien GmbH, als führender Anbieter in Oberösterreich, hat sich erfolgreich an diese Veränderungen angepasst. Im folgenden Interview mit Wirtschaftsforum erläutert Dr. Stefan Gintenreiter, der Geschäftsführer des Unternehmens, die Herausforderungen und Chancen, die sich aus dieser dynamischen Entwicklung ergeben.

Wirtschaftsforum: Herr Dr. Gintenreiter, können Sie uns zunächst etwas über Ihren Werdegang und Ihre Rolle bei LIWEST erzählen?

Dr. Stefan Gintenreiter: Ich bin seit achteinhalb Jahren Geschäftsführer von LIWEST. Das Unternehmen ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Linz AG, die über 400.000 Kunden in Oberösterreich versorgt. Ursprünglich komme ich nicht aus der Telekommunikation, sondern aus dem Kundenservice der Linz AG. Mein Fokus lag immer auf der Prozessoptimierung und der Digitalisierung, was in der heutigen Zeit von großer Bedeutung ist.

Wirtschaftsforum: Die Medien- und Telekommunikationslandschaft hat sich durch die rasante technologische Entwicklung



Feierlicher Spatenstich für den Glasfaserausbau in Pregarten-Gutau: Ein wichtiger Schritt in die digitale Zukunft und für den Zugang zu schnellem Internet auch in ländlichen Gebieten

erheblich gewandelt. Welche spezifischen Veränderungen hat LIWEST in den letzten Jahren durchlebt, um sich an diese neuen Gegebenheiten anzupassen?

Dr. Stefan Gintenreiter: LIWEST hat sich von einem klassischen

Kabel-TV-Anbieter zu einem integrierten Dienstleister für Telekommunikationsdienstleistungen entwickelt. Wir bieten heute nicht nur Kabel-TV, sondern auch Glasfaser-Internet und Mobilfunkdienste an. Unsere Transformation begann 2019 mit dem Erwerb

von 5G-Lizenzen, und wir haben seither ein eigenes 5G-Netzwerk aufgebaut.

Wirtschaftsforum: Welche Technologien bieten Sie derzeit an?

Dr. Stefan Gintenreiter: Wir nutzen verschiedene Technologien, darunter Glasfasernetze und unser 5G-Standalone-Netzwerk. Diese ermöglichen es uns, Festnetztelefonie, Internet und TV-Services auf IP-Basis anzubieten. Zudem haben wir eine Kooperation mit einem Mobilfunkanbieter, die es uns erlaubt, SIM-Karten und SIM-Only-Verträge anzubieten.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen von einer Transformation. Welche Herausforderungen sehen Sie dabei?

Dr. Stefan Gintenreiter: Eine der größten Herausforderungen ist die Geschwindigkeit des Wandels. Technologische Entwicklungen, insbesondere im Bereich der künstlichen Intelligenz, verändern die Anforderungen an die Arbeitskräfte. Viele Berufe, die wir heute kennen, werden sich in den nächsten Jahren wandeln oder sogar verschwinden. Daher ist es entscheidend, dass wir uns auf die neuen Anforderungen vorbereiten und unsere Mitarbeiter entsprechend schulen.



Mit den Dienstleistungen von LIWEST werden Arbeiten und Leben flexibler: Ob auf der Couch oder im Homeoffice, schnelles Internet ermöglicht neue Wege der Zusammenarbeit



KONTAKTDATEN

LIWEST Kabelmedien Gesellschaft mbH
Lindengasse 18
4040 Linz
Österreich
☎ +43 732 942424
office@teamlwest.at
www.liwest.at

Wirtschaftsforum: Wie sieht die Kundenbetreuung bei LIWEST aus?

Dr. Stefan Gintenreiter: Wir legen großen Wert auf persönlichen Service. Unsere Techniker unterstützen die Kunden von der Anschlussherstellung bis zur Einrichtung aller Geräte. Wir wissen, dass die Qualität der Kundenberatung entscheidend ist, insbesondere wenn es um die Installation von WLAN-Netzen in den eigenen vier Wänden geht.

Wirtschaftsforum: Wie gehen Sie mit dem Wettbewerb um?

Dr. Stefan Gintenreiter: Der Wettbewerbsdruck in Österreich ist enorm. Wir sehen uns sowohl im Festnetz- als auch im Mobilfunkbereich einem massiven Verdrängungswettbewerb gegenüber. Um in diesem Markt erfolgreich zu bleiben, müssen wir strategisch investieren und unsere Dienstleistungen kontinuierlich verbessern.

Wirtschaftsforum: Was sind die nächsten Schritte für LIWEST?

Dr. Stefan Gintenreiter: Wir planen, unser Glasfasernetz weiter auszubauen und gleichzeitig unsere Mobilfunkangebote zu erweitern. Zudem wollen wir KI-

Technologien in unseren Kundenservice integrieren, um die Effizienz zu steigern und den Kunden eine noch bessere Betreuung zu bieten.

Wirtschaftsforum: Wie blicken Sie in die Zukunft?

Dr. Stefan Gintenreiter: Wir sind optimistisch und bereit, die Herausforderungen des Marktes anzugehen. Die Bereinigung im Telekommunikationssektor könnte uns helfen, unsere Marktposition zu verbessern. Wir glauben, dass wir durch strategische Akquisitionen und Investitionen in neue Technologien wachsen können.

Wirtschaftsforum: Was macht LIWEST besonders?

Dr. Stefan Gintenreiter: Unser Fokus auf Qualität und Kundenservice hebt uns von anderen Anbietern ab. Wir bieten nicht nur Produkte an, sondern kümmern uns auch um die individuelle Betreuung unserer Kunden. Das Vertrauen, das uns unsere Kunden entgegenbringen, ist für uns von größter Bedeutung.

Wirtschaftsforum: Abschließend, was möchten Sie unseren Lesern mit auf den Weg geben?

Dr. Stefan Gintenreiter: Die Telekommunikationsbranche wird sich weiterhin schnell entwickeln, und wir bei LIWEST sind bereit, diese Veränderungen aktiv zu gestalten. Wir laden alle ein, Teil dieser spannenden Reise zu sein und die Vorteile unserer Dienstleistungen zu entdecken.



Von der Gründung 1978 bis heute: Die Meilensteine von LIWEST zeigen, wie sich das Unternehmen kontinuierlich weiterentwickelt hat. Mit jedem Schritt hat sich das Tempo der Innovationen weiter beschleunigt

Kontakte

HESSEN

Rosenparkklinik GmbH
Heidelberger Landstraße 18-20
64297 Darmstadt
Deutschland
☎ +49 6151 95470
info@rosenparkklinik.de
www.rosenparkklinik.de

BADEN-WÜRTTEMBERG

Julius Ulrich GmbH & Co. KG
Ulmer Straße 141
70188 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 711 168520
info@holz-ulrich.de
www.holz-ulrich.de

magnetic GmbH & Co. KG
Am Richtbach 5
74547 Untermünkheim
Deutschland
☎ +49 7944 941990
info@magnetic-online.de
www.magnetic-online.de

GSN Maschinen-Anlagen-Service GmbH
Benzstraße 1
72108 Rottenburg-Hailfingen
Deutschland
☎ +49 7457 94840
info@gsn-service.de
www.gsn-service.de

BAYERN

BusinessBike GmbH
Ohmstraße 2
91074 Herzogenaurach
Deutschland
☎ +49 9132 6459000
service@businessbike.de
www.businessbike.de

Otto Lehmann GmbH
Berliner Straße 21
93073 Neutraubling
Deutschland
☎ +49 9401 7860
info@otto-lehmann-gmbh.de
www.otto-lehmann-gmbh.de

K. Weißenberger Bedachungen GmbH
Kaistener Straße 27
97450 Schwebenried
Deutschland
☎ +49 9728 1397
info@weissenberger-bedachungen.de
www.weissenberger-bedachungen.de

Mayer Schaltechnik GmbH
Richtbergstraße 8
97493 Bergrheinfeld
Deutschland
☎ +49 9721 7896-0
info@mayerschaltechnik.de
www.mayerschaltechnik.de

ÖSTERREICH

ISIS Papyrus Europe AG
Papyrus Platz 1
2345 Brunn am Gebirge
Österreich
☎ +43 2236 275510
info@isis-papyrus.com
www.isis-papyrus.com

LIWEST Kabelmedien Gesellschaft mbH
Lindengasse 18
4040 Linz
Österreich
☎ +43 732 942424
office@teamliwest.at
www.liwest.at

Impressum



Verleger:

360 Grad Marketing GmbH

Adresse:

360 Grad Marketing GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0

☎ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann



WISSEN, WAS ZÄHLT

Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbemarkt