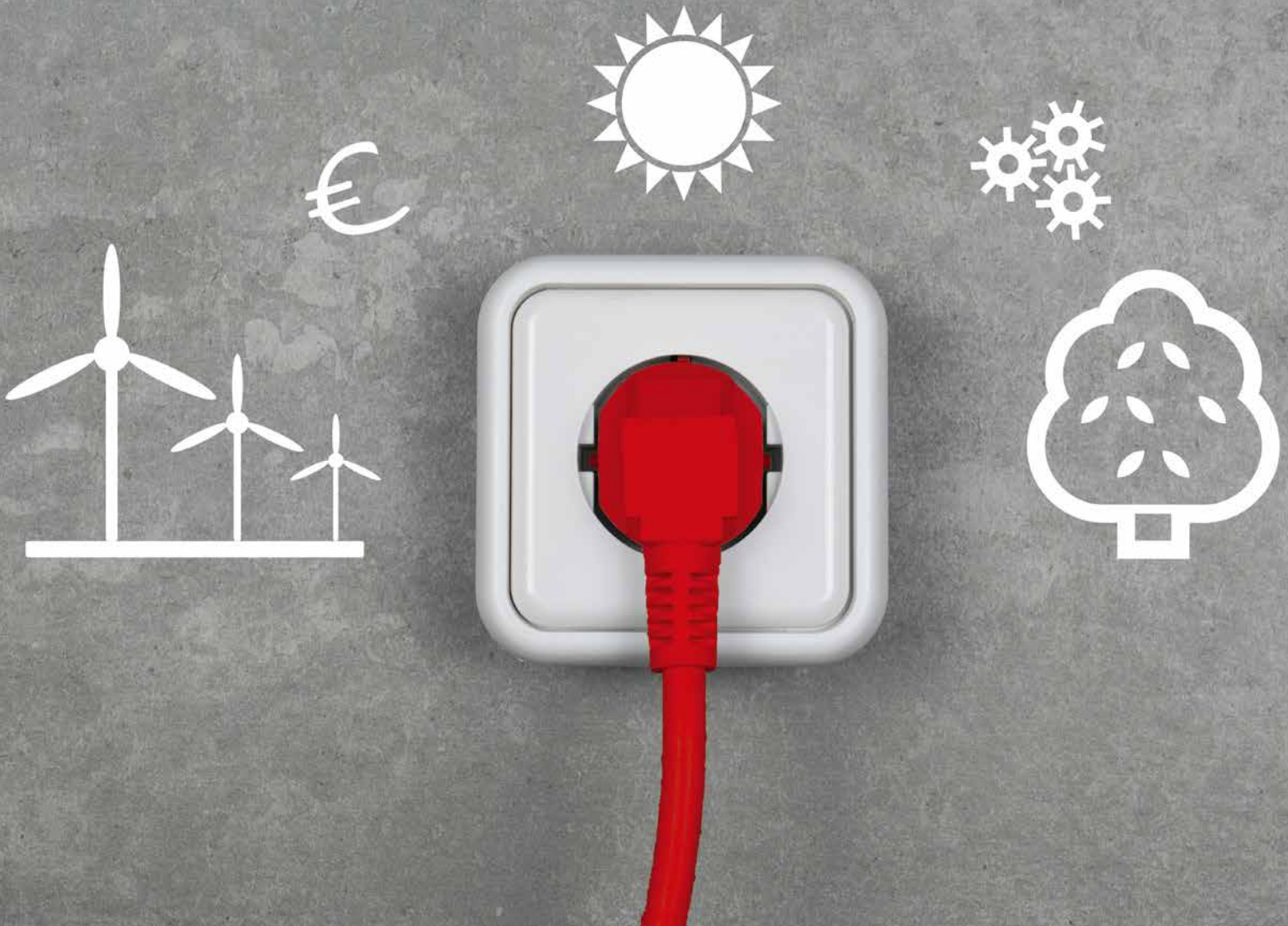


Wirtschaft im Süden



Interview:

Ein Konzept für die Energiewende

Sebastian Haag, Geschäftsführer der Stadtwerke Bruchsal GmbH, Seite 4

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Guido Aehlen, Geschäftsführer der Hitachi Solutions Germany GmbH**, Seite 16
- › Interview mit **Federica Sartor, Geschäftsführerin der Marcolin Covering s.r.l.**, Seite 18

Special Wirtschaft im Süden



Sebastian Haag,
Geschäftsführer der Stadtwerke Bruchsal GmbH

4



Daniel Vogel,
Geschäftsführer der AKO - KUNSTSTOFFE ALFRED KOLB GmbH

6



Markus Schwarzkopf,
Geschäftsführer der Hans Pregler GmbH & Co. KG

8



Michael Drolshagen,
CEO der WashTec AG

10



Rainer Auerbacher,
Vorstand Vertrieb | Service | Marketing der Hans Hundegger AG

12



Dr.-Ing. Karsten Gruber, Geschäftsführer und
Joachim Ernst, Geschäftsführer
der OBERMEYER Infrastruktur GmbH & Co. KG

14



Guido Aehlen,
Geschäftsführer der Hitachi Solutions Germany GmbH

16



Special Wirtschaft im Süden



Federica Sartor,
Geschäftsführerin der Marcolin Covering s.r.l.



18



Joachim Kratschmayr,
Geschäftsführer der Packservice Gruppe

20

Kontakte Seite 22



Ein Konzept für die Energiewende



Interview mit
Sebastian Haag,
Geschäftsführer
der Stadtwerke Bruchsal GmbH

In Zeiten der Wärmewende und massiv gestiegener Energiekosten stehen Stadtwerke als kommunale Grundversorger landauf, landab unter Druck. Die Stadtwerke Bruchsal haben nun in einem detaillierten Konzept vorgestellt, wie die Energiewende in ihrer Stadt gestaltet werden soll – und bereits rasch und entschlossen mit der Umsetzung begonnen.

Wirtschaftsforum: Herr Haag, Anfang 2025 hat der Aufsichtsrat der Stadtwerke Bruchsal eine umfassende Strategie für das Transformationsprogramm verabschiedet, mit dem Sie in Bruchsal die Energie- und Wärmewende umsetzen möchten – auf welchen Eckpfeilern basiert dieses Konzept?

Sebastian Haag: Wir waren in der glücklichen Lage, dass es für Bruchsal bereits einen kommunalen Energieleitplan gibt, auf dem wir bei der Erarbeitung unserer holistischen Strategie aufbauen konnten: Diese soll nun als Orientierung für die Bürger unserer Stadt, die Politik, aber auch unsere Mitarbeiter dienen. In unserem Strategiepapier haben wir dabei

zunächst – Geschäftsfeld für Geschäftsfeld – die konkreten Marktgegebenheiten sowie die Erwartungen für die Zukunft und den Investitionsbedarf beschrieben. So prognostizieren wir bis 2045 ein Gesamtinvestitionsvolumen von 275 Millionen EUR, was etwa einer Verdopplung unserer jährlichen Investitionssummen entspricht, sowie eine Bilanzerrhöhung um etwas mehr als das Dreifache des derzeitigen Wertes. Auch wenn am Kapitalmarkt immer zielgerichtete strukturierte Finanzprodukte für derartige Vorhaben angeboten werden, stehen bei Themen der Grundversorgung letzten Endes doch auch die politischen Strukturen vom Bund bis zur Kommune in der Pflicht: Denn am Ende muss die Energiewende

auch für die Bürger und die Industrie finanzierbar bleiben. Wir sind froh, dass wir als Stadtwerke gemeinsam mit der Stadt mit einem solch umfassenden Konzept die Energiewende vor Ort angehen und damit Verantwortung für die Energieversorgung der Zukunft für unsere Bürgerinnen, Bürger und die Industrie übernehmen können.

Wirtschaftsforum: Wie ambitioniert fallen die Ziele Ihrer Gemeinde dabei aus?

Sebastian Haag: Wir wollten uns mit diesem Strategiepapier im Hinblick auf die erreichbaren Ziele ehrlich machen: Während die Europäische Union bis 2050 CO₂-neutral werden will, will der

Bund dieses Ziel bereits bis 2045 erreicht haben, das Land Baden-Württemberg bis 2040. Mit unserem umfassenden Transformationskonzept verfügen wir nun über eine starke Grundlage, auf deren Basis wir in einen Dialog mit den politischen Entscheidungsträgern eintreten und ihnen klar vorstellen können, mit welchen Kosten eine vollständige Dekarbonisierung bis zu einem bestimmten Zeitpunkt einhergehen wird. Für den Moment gehen wir davon aus, unser Transformationskonzept bis zum Jahr 2045 abgeschlossen zu haben.

Wirtschaftsforum: Zu welchen inhaltlichen Ergebnissen kamen Sie im Rahmen dieser Strategieentwicklung?

Sebastian Haag: Wir haben genau sondiert, welche erneuerbaren Energien für uns in der Zukunft wichtig werden – im Ergebnis stand, dass Windkraft für uns eine höhere Bedeutung haben wird als etwa Photovoltaikanlagen. Den Genehmigungsantrag für die Errichtung unseres Windparks konnten wir bereits einreichen – ein wichtiger Schritt, auch um der allgemeinen Öffentlichkeit zu verdeutlichen, dass wir schnell in die Umsetzung gehen werden: Denn die Menschen erwarten nun selbstverständlich zeitnah konkrete Maßnahmen. Gleichzeitig ertüchtigen wir bereits unser Geothermiekraftwerk, das neben Großwärmepumpen das Herzstück unseres Fernwärmenetzes bilden soll. Der systematische Ausbau des entsprechenden Leitungsnetzes wird über die nächsten Jahre erfolgen. In diesem Zuge spielt auch die Sektorenkopplung eine wichtige Rolle. Neben unserem Fernwärmeangebot rechnen wir mit einer deutlichen Zunahme der Wärmepumpen im Markt, weswegen wir den Ausbau unseres Stromnetzes ebenso entschieden vorantreiben – mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von über 100 Millionen EUR.



Der Ausbau der Fernwärme bringt in den nächsten Jahren einige Baustellen mit sich



Idealerweise sollen sich die Bürger über Baustellen freuen – dadurch geht schließlich etwas voran

Wirtschaftsforum: Ein ausgefeiltes Konzept ist sicherlich eine wichtige Basis – aber wie lässt es sich in Zeiten des Fachkräftemangels auch verlässlich und planbar umsetzen?

Sebastian Haag: Derzeit haben wir keine großen Schwierigkeiten, offene Stellen mit qualifizierten Mitarbeitern zu besetzen – auch auf der Führungsebene. Das dürfte auch an unserem klaren Fahrplan sowie den vielfältigen Möglichkeiten liegen, sich bei dieser wirklich gesamtheitlichen Transformation wirksam einzubringen: Wer anpacken will, ist bei uns richtig. Gleichzeitig möchten wir als Stadtwerke Bruchsal auch nicht alles selbst machen,

sondern setzen an vielen Stellen auf ein starkes Netzwerk aus örtlichen Handwerksbetrieben, die so ebenfalls an dieser Transformation Anteil haben können – etwa durch die Einrichtung von Wärmeübergabestationen oder den Einbau von Wärmepumpen. So wollen wir den Betrieben vor Ort deutlich machen, dass wir ihnen kein Geschäft wegnehmen. Im Gegenteil – denn die Aufgaben sind so umfangreich, dass am Ende mehr als genug Geschäft für alle da ist.

Wirtschaftsforum: Wie nehmen Sie die Bürger von Bruchsal mit auf diesen Weg?

Sebastian Haag: Eine breite Akzeptanz in der Bevölkerung ist sicherlich die wichtigste Grundlage überhaupt, damit diese Transformation gelingen kann. Denn wir werden in den nächsten Jahren auch für viele größere Baustellen in der Stadt verantwortlich sein: Idealerweise – auch wenn das vielleicht ein hehres Ziel ist – sollen sich die Menschen aber eher darüber freuen und nicht zu sehr davon verärgert sein. Gleichzeitig stehen wir in intensivem Austausch mit Bürgerenergieinitiativen – denn wenn neue Infrastruktur vor der eigenen Haustür entsteht, sollen sich die Menschen vor Ort auch daran beteiligen können.



Der ÖPNV soll sukzessive auf E-Mobilität umgestellt werden



Das kommunale Carsharing-Angebot setzt bereits vollumfänglich auf erneuerbare Energien



KONTAKTDATEN

Stadtwerke Bruchsal GmbH
Schnabel-Henning-Straße 1a
76646 Bruchsal
Deutschland
☎ +49 7251 7060
info@stadtwerke-bruchsal.de
www.stadtwerke-bruchsal.de

Mut statt Stillstand: Wie AKO in der Krise wächst



Interview mit



*Daniel Vogel,
Geschäftsführer
der AKO - KUNSTSTOFFE
ALFRED KOLB GmbH*

Während viele Unternehmen in der Krise den Rotstift ansetzen, investiert AKO Kunststoffe aus Hoffenheim antizyklisch in Anlagen im Millionenbereich. Das Familienunternehmen, das 1956 mit Bakelit-Knöpfen für Traktoren startete, will mit mutigen Entscheidungen und nachhaltiger Energiestrategie den Standort Deutschland stärken. Geschäftsführer Daniel Vogel verrät, wie das Unternehmen von der Energiewende profitieren will.



Präzision im Werkzeugbau: In der neuen Linearfertigungszelle entstehen komplexe Werkzeugkomponenten für Spritzgießwerkzeuge – effizient, digital und nachhaltig

Es war ein Wagnis, das sich auszahlen sollte: Mitten in der Coronapandemie und der Automobilkrise investierte AKO Millionen in eine neue Produktionshalle und eine 2000-t-Spritzgussmaschine. „Als Familienunternehmen haben wir nicht nur die nächsten zwei oder drei Jahre im Blick, sondern die nächsten 20 bis 30 Jahre“, erklärt Geschäftsführer Daniel Vogel die langfristige Strategie.

Von Traktor-Knöpfen zu High-tech-Komponenten

1956 begann alles mit Bakelit-Knöpfen für Traktoren in einer alten Mühle. Heute fertigt die 3. Generation komplexe Kunststoffteile für die Agrarbranche, die

Sanitärbranche, die Automobilindustrie und seit Neuestem auch für Airbus. „Wir sind quasi mit früher Lanz, heute John Deere aus Mannheim mitgewachsen“, erzählt der Geschäftsführer.

Nachhaltigkeit als Wettbewerbsvorteil

AKO setzt konsequent auf erneuerbare Energien: 2014 kam die Photovoltaikanlage mit über 1 MW Peak-Leistung, 2022 ein wasserstofffähiges Blockheizkraftwerk. Der nächste Schritt: Ein Windrad soll direkt an die Produktion angebunden werden. „Dann sind wir energetisch zu 100% autark“, so Daniel Vogel. Die Abwärme des Blockheizkraftwerks beheizt be-



Kunststoffteile von AKO sorgen in Bosch-Wallboxen für sichere Ladeprozesse und ansprechende Optik



reits heute die Häuser der Mitarbeiter im Nahwärmenetz Hoffenheim. Für den frischgebackenen Familienvater Vogel ist Nachhaltigkeit auch ein persönliches Anliegen: „Ich will zeigen, dass Ökologie und Ökonomie Hand in Hand gehen können und müssen.“

Optimismus trotz schwieriger Zeiten

Trotz schwieriger Marktlage blickt AKO optimistisch nach vorn – auch dank konsequenter Digitalisierung. Intelligente Stromzähler an jeder Maschine ermöglichen produktspezifisches Energie-Tracking, EDI-Systeme verbinden direkt mit Kunden, KI unterstützt die Qualitätssicherung. „Wir können den Energieanteil für jedes produzierte Gut tracken“, betont Daniel Vogel. Besonders die Metallsubstitution durch Hochleistungskunststoffe sieht er als Chance. Smart Farming,

autonome Kleingeräte in der Landwirtschaft, E-Mobilität und Drohentechnik – überall dort werden leichte, funktionale Kunststoffteile benötigt. „Diese Geräte sind alle zu 90% akkubetrieben und müssen leicht sein“, so Daniel Vogel. Mit nachhaltiger Energie, digitalen Prozessen und langfristiger Strategie will AKO beweisen, dass deutsche Mittelständler auch in schwierigen Zeiten wachsen können.

KONTAKTDATEN

AKO - Kunststoffe Alfred Kolb GmbH
Große Minke 10
74889 Sinsheim-Hoffenheim
Deutschland
☎ +49 7261 945330
info@ako-kolb.de
www.ako-kolb.de

ako[®]
KUNSTSTOFFE
ALFRED KOLB GMBH

WER HAT DAS GANZE JAHR ALLES WICHTIGE IM BLICK?



Unser Werk!

Damit Bruchsal Monat für Monat, Woche für Woche
und Tag für Tag zuverlässig versorgt ist.

Die Synergie von Hydraulik und Elektronik



In der dynamischen Welt der Maschinenbau- und Automatisierungstechnik hat sich die Hans Pregler GmbH & Co. KG als innovativer Partner etabliert. Das Unternehmen, das sich auf die Entwicklung von Hydraulik- und Elektroniklösungen spezialisiert hat, bietet maßgeschneiderte Systeme für verschiedenste Industrien an. Geschäftsführer Markus Schwarzkopf spricht über die Herausforderungen und Chancen in diesem spannenden Sektor.

Innovative Systemlösung: Ein von Pregler entwickelter und gebauter, elektrohydraulischer Prüfstand, mit dem ein Kunde seine produzierten Teile testet

Interview mit



*Markus Schwarzkopf,
Geschäftsführer
der Hans Pregler GmbH &
Co. KG*

Wirtschaftsforum: Herr Schwarzkopf, welche Rolle spielt die Hans Pregler GmbH & Co. KG in der Branche?

Markus Schwarzkopf: Pregler hat sich seit der Gründung im Jahr 1929 als zuverlässiger Partner für Unternehmen etabliert, die individuelle Hydraulik- und Elektroniklösungen für ihre Anwendungen benötigen. Aus dieser fast 100-jährigen Historie heraus verfügen wir über eine außergewöhnliche technische Expertise. Stets kombiniert mit innovativen Ansätzen und Technologien können wir auch sehr hohen Kundenanforderungen gerecht werden.

Wirtschaftsforum: Was sind die Hauptprodukte und Dienstleistungen von Pregler?

Markus Schwarzkopf: Unser Leistungsspektrum umfasst die Entwicklung und den Bau von Hydraulikaggregaten und Schalt-

schränken. Zudem bieten wir Dienstleistungen wie Montagen, Verrohrungen und Softwareprogrammierungen an. In den Jahren nach der Inbetriebnahme stehen wir unseren Kunden bei Wartungen, Erweiterungen und Optimierungen zur Verfügung.

Wir liefern überall dorthin, wo die Kraft der Hydraulik und die Intelligenz der Elektronik benötigt werden – und das ist ein sehr breites Anwendungsspektrum. Sicherlich zählen der Fahrzeugbau oder der Maschinenbau zu unseren Kunden, aber auch in Müllverbrennungsanlagen, Kraftwerken, Chemieanlagen sowie beim Testen von Hubschrauber- oder Flugzeugteilen werden unsere Anlagen eingesetzt.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Pregler von anderen Anbietern in der Branche?

Markus Schwarzkopf: Unsere besondere Stärke sind Projekte, in denen wir unsere Kernkompe-

tenzen Hydraulik und Elektronik kombinieren. Mit der Möglichkeit, solche elektrohydraulischen Komplettsysteme aus einer Hand anzubieten, grenzen wir uns von vielen Wettbewerbern ab. Besonders bei anspruchsvollen Kundenanforderungen können wir früh erkennen, ob die konkrete Problemstellung besser hydraulisch, elektronisch oder mit einer Kombination aus beidem zu lösen ist.

Wirtschaftsforum: Welche konkreten Vorteile hat dies für Ihre Kunden?

Markus Schwarzkopf: Für unsere Kunden bedeutet das, dass sie sich nicht um die komplizierte Schnittstelle zwischen Hydraulik und Elektronik kümmern müssen, sondern ein perfekt abgestimmtes elektrohydraulisches System erhalten. Dieses ist häufig leistungsstärker, benutzerfreundlicher und energieeffizienter als ein System, bei dem Hydraulik und

Elektronik separat beschafft werden. Auch die Projektabwicklung ist für den Kunden effizienter, da er nicht gleichzeitig den Hydrauliklieferanten und den Anbieter der Automatisierung koordinieren muss.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich das Unternehmen in den letzten Jahren entwickelt?

Markus Schwarzkopf: In den letzten fünf Jahren haben wir unseren Umsatz um 30% gesteigert und auch unsere Effizienz und Profitabilität haben sich sehr positiv entwickelt. Das ist beachtlich, wenn man bedenkt, dass die industrielle Produktion in Deutschland seit 2018 rückläufig ist. Viele unserer Kunden beschäftigen sich derzeit eher mit Kurzarbeit und Personalabbau und weniger mit Investitionen, die ja der Treiber für unser Geschäft sind.

Wichtig war in den letzten Jahren zudem, dass wir unsere Kundenbasis kontinuierlich erweitert

haben. Das war leichter gesagt als getan, denn mit begrenzten Ressourcen und in einem schwierigen Marktumfeld neue Kunden aufzubauen, ohne die bestehen-



Retrofit: Zwei über 40 Jahre alte Pressen, die Pregler im Auftrag eines Kunden hydraulisch und steuerungstechnisch modernisiert hat

den zu vernachlässigen, ist herausfordernd. Heute ist der breite Kunden- und Branchenmix jedoch ein wesentlicher Baustein für unsere Resilienz in schwierigen Marktsituationen.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen haben Sie in der Branche erlebt?

Markus Schwarzkopf: Eine der größten Herausforderungen war die Materialversorgung, insbesondere während und nach der Corona-Pandemie. Da wir auf die zuverlässige Belieferung mit hydraulischen und elektronischen Komponenten angewiesen sind, stellten die damaligen Lieferverzögerungen ein ernsthaftes Problem dar. Eine Anlage kann erst ausgeliefert werden, wenn auch das letzte Bauteil eingetroffen ist – bis dahin lässt sich in der Regel auch keine Rechnung stellen. Zudem ist auch bei uns der Fachkräftemangel in technischen Berufen spürbar. Aktuell suchen

wir noch nach Industriemechanikern und Elektronikern. In diesen Berufen bilden wir selbst aus und bieten auch Plätze für duale Studenten in den Fachrichtungen Maschinenbau und Elektrotechnik an. Mitarbeitende, die bei uns ausgebildet wurden, sowie Empfehlungen bestehender Beschäftigter haben sich als die besten Wege erwiesen,

qualifizierte Fachkräfte langfristig zu gewinnen.

Wirtschaftsforum: Welche Trends sehen Sie in der Branche?

Markus Schwarzkopf: Ein klarer Trend ist die zunehmende Digitalisierung und Automatisierung in der Industrie. Unsere Kunden sehen darin die Möglichkeit, effizienter und qualitativ besser zu arbeiten. Auch zur Reduzierung monotoner oder gefährlicher Tätigkeiten kann ein höherer Automatisierungsgrad der Schlüssel



Nachhaltige Produktion: Preglers moderner Unternehmensstandort im niederbayrischen Deggendorf. Mit der Photovoltaikanlage auf dem Dach wird im Jahr mehr Strom produziert als verbraucht

sein. Deutlich stärker als in der Vergangenheit rücken zudem die Themen Umweltschutz und Energieeinsparung in den Fokus. Bei all diesen Bestrebungen unterstützt Pregler mit seinen elektrohydraulischen Lösungen.

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist Nachhaltigkeit für Pregler?

Markus Schwarzkopf: Das Dach unseres Firmengebäudes wurde schon beim Neubau vollständig mit Photovoltaikmodulen ausgestattet. Damit produzieren wir im

und steuerungstechnisch auf den neuesten Stand gebracht – ohne dass eine Neuanschaffung der gesamten Presse erforderlich wäre.

Wirtschaftsforum: Wie blicken Sie in die Zukunft?

Markus Schwarzkopf: Was die weitere Entwicklung von Pregler betrifft, bin ich sehr optimistisch. Selbst in den krisenreichen letzten Jahren ist uns eine positive Entwicklung gelungen. Aber bei aller

Jahr mehr Strom, als wir verbrauchen. Den überschüssigen Strom speisen wir ins Netz ein – und auch unsere Mitarbeitenden profitieren: Das Laden privater Elektrofahrzeuge ist für sie kostenlos. Auch in unseren Kundenprojekten spielt Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle. Mit unserer patentierten Motor-Pumpen-Einheit SAVE ENERGY für Regelpumpen können unsere Kunden erhebliche Energieeinsparungen erzielen. Und bei Retrofit-Projekten werden beispielsweise 40 oder 50 Jahre alte Pressen hydraulisch

Expertise, Flexibilität und Stärke, die wir zweifellos haben: Wir leben nicht auf einer Insel der Glückseligen. Langfristig brauchen wir weiterhin starke und erfolgreiche Industriekunden, mit denen wir zusammenarbeiten und gemeinsam wachsen können. Das sehe ich nur dann als möglich an, wenn Deutschland als Industriestandort wieder zu alter Stärke zurückfindet.



KONTAKTDATEN

Hans Pregler GmbH & Co. KG
Kreuzacker 6
94469 Deggendorf
Deutschland
☎ +49 9931 89630
info@pregler.de
www.pregler.de

Die digitale Zukunft der Fahrzeugreinigung



Interview mit



*Michael Drolshagen,
CEO
der WashTec AG*

Als Weltmarktführer für Autowaschtechnologie setzt die WashTec AG seit jeher auf Innovation, Qualität und technische Überlegenheit. Angesichts der Herausforderungen eines dynamischen Marktes richtet das Unternehmen heute seinen Fokus klar auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Im Interview spricht CEO Michael Drolshagen, der im Mai vergangenen Jahres zu WashTec kam, über seine Vision und Strategien für die Zukunft.



SmartCare Connect ist die erste vernetzte Portalwaschanlage, die intelligente Steuerung mit digitaler Integration verbindet

Wirtschaftsforum: Herr Drolshagen, nach Ihren Führungspositionen bei Porsche und Thyssenkrupp, was hat Sie dazu bewogen, zu WashTec zu wechseln?

Michael Drolshagen: Ich habe mich für WashTec entschieden, weil ich hier die Chance sah, einen echten Veränderungsprozess anzustoßen. Mein Ziel ist es, die Unternehmenskultur weiterzuentwickeln und die Digitalisierung konsequent voranzutreiben. Als

Vollsortimenter im Bereich der Autowaschtechnologie wollen wir sowohl in Produktentwicklung als auch im Service Spitzenleistungen bieten, die Effizienz steigern und gleichzeitig höchste Qualität sichern. Besonders wichtig ist mir, dass unsere Mitarbeiter aktiv in diesen Prozess eingebunden sind und ihre Ideen einbringen können.

Wirtschaftsforum: Wie stellt sich die aktuelle Marktsituation dar?

Michael Drolshagen: Der Markt befindet sich im Wandel. In Europa und Nordamerika sehen wir stagnierende Entwicklungen, während in den USA ein starkes Wachstum bei automatisierten Waschanlagen zu verzeichnen ist. Die Nachfrage nach schnellen, effizienten und qualitativ hochwertigen Lösungen steigt kontinuierlich. Gleichzeitig legen die Kunden immer mehr Wert auf Nachhaltigkeit – eine Herausforderung, die uns auch Chancen eröffnet.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet WashTec von anderen Anbietern in der Branche?

Michael Drolshagen: Wir bieten das gesamte Spektrum von Roll-over- bis Tunnelwaschanlagen an und setzen stark auf Digitalisierung. Mit Funktionen wie automatischer Nummernschilderkennung oder App-basierter Bezahlung ermöglichen wir ein modernes und bequemes Wascherlebnis. Unsere Kunden können sich auf effiziente, benutzerfreundliche und zuverlässige Lösungen verlassen.

Wirtschaftsforum: Smarte Technologien halten im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung immer stärker Einzug. Welche Pläne haben Sie hier?

Michael Drolshagen: Die Digitalisierung ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Strategie. Wir haben bereits viele digitale Lösungen implementiert, die unseren Kunden helfen, ihre Waschanlagen effizient zu betreiben. Dazu gehören die Fernüberwachung der Anlagen, die Analyse von Waschzahlen und die Möglichkeit, Wartungsarbeiten proaktiv zu

planen. Wir arbeiten daran, diese digitalen Lösungen weiter auszubauen und neue Produkte zu entwickeln, die den Bedürfnissen unserer Kunden gerecht werden. Ein Beispiel dafür ist unser Konfigurator, der es unseren Vertriebsteams ermöglicht, die Anlagen individuell auf die Bedürfnisse der Kunden zuzuschneiden.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen dürfen wir in naher Zukunft erwarten?

Michael Drolshagen: Wir planen, im Jahr 2026 ein neues Produkt im Bereich der SB-Waschanlagen einzuführen. Dieses Produkt wird mit innovativen Funktionen ausgestattet sein, die es den Kunden ermöglichen, ihre Fahrzeuge bequem und effizient zu reinigen. Darüber hinaus werden wir unsere bestehenden Produkte kontinuierlich weiterentwickeln, um den neuesten technologischen Standards zu entsprechen. Ein wichtiger Aspekt ist die Integration von digitalen Zahlungssystemen, die den Kunden ein einfacheres und schnelleres Wascherlebnis bieten.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit in Ihrer Unternehmensstrategie?

Michael Drolshagen: Nachhaltigkeit ist für uns von zentraler Bedeutung. Wir haben innovative Chemieprodukte entwickelt, die biologisch abbaubar sind, und wir setzen auf Wasseraufbereitung, um den Frischwasserverbrauch zu minimieren. Aktuell kann man mit einer Wasserrückgewinnungsanlage bis zu 90% des Frischwassers einsparen. Wir möchten unseren Kunden die Möglichkeit geben, umweltfreundlich zu waschen, ohne Kompromisse bei der Qualität einzugehen. Darüber hinaus haben wir auch in der chemischen Entwicklung Fortschritte gemacht, um umweltfreundliche Lösungen anzubieten, die gleichzeitig effektiv sind.

Wirtschaftsforum: Wie sieht die zukünftige Marktstrategie von WashTec aus?

Michael Drolshagen: Wir konzentrieren uns auf die Märkte in Europa und Nordamerika, wo wir großes Potenzial sehen. Gleichzeitig beobachten wir den Mittleren Osten, der ebenfalls interessante Möglichkeiten bietet. Wir haben die Absicht, unsere Präsenz in diesen Märkten auszubauen und unseren Kunden vor Ort einen hervorragenden Service zu bieten.

Dabei werden wir unsere digitalen Lösungen weiterentwickeln, um die Effizienz und Qualität unserer Dienstleistungen zu steigern. Zudem planen wir, in neue Technologien zu investieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie in der Branche für die kommenden Jahre?

Michael Drolshagen: Eine der größten Herausforderungen wird der Fachkräftemangel sein, den wir in vielen technischen Berufen erleben. Wir müssen sicherstellen, dass wir talentierte Mitarbeiter gewinnen und halten können. Außerdem müssen wir uns ständig an die sich ändernden Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse anpassen. Die Digitalisierung wird weiterhin eine treibende Kraft sein, und wir müssen sicherstellen, dass wir mit den neuesten Technologien Schritt halten. Schließlich ist die Nachhaltigkeit ein Thema, das immer wichtiger wird, und wir müssen proaktiv Lösungen entwickeln, die den Anforderungen unserer Kunden und der Gesellschaft gerecht werden.



KONTAKTDATEN

WashTec AG
Argonstraße 7
86153 Augsburg
Deutschland
☎ +49 821 55840
✉ washtec@washtec.com
www.washtec.com

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die Zukunft von WashTec?

Michael Drolshagen: Ich bin optimistisch, was die Zukunft von WashTec betrifft. Wir haben ein starkes Team und eine klare Strategie, die auf Innovation und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist. Ich glaube, dass wir in der Lage sind, unsere Marktposition weiter auszubauen und unseren Kunden weiterhin exzellente Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Die Investitionen in Digitalisierung und Nachhaltigkeit werden uns helfen, uns von der Konkurrenz abzuheben und neue Märkte zu erschließen.



Mit der JetWash SB-Waschanlage können Kunden ihr Fahrzeug optimal selbst pflegen



Zügig ans Ziel: In einer Zeit, in der alles beschleunigt werden soll, setzt WashTec auf kürzere Waschvorgänge

Die Zukunft des Holzbaus

Hightech aus dem Unterallgäu: Die PBA-Drive 3600 von Hundegger verarbeitet großformatige Holzplatten millimetergenau



Interview mit



Rainer Auerbacher,
Vorstand Vertrieb | Service |
Marketing
der Hans Hundegger AG

Während die Baubranche noch über Digitalisierung diskutiert, ist sie in Hawangen längst Realität: Die Hans Hundegger AG steuert ganze Hallen mit Holzbearbeitungsmaschinen per Mausklick. Als Weltmarktführer definiert das unterallgäuer Familienunternehmen die Zukunft des Holzbaus. Rainer Auerbacher, Vorstand Vertrieb | Service | Marketing erklärt, wie aus einem kleinen Mechanisierer für Sägewerke ein globales Hightechunternehmen wurde.

Was in den 1970er-Jahren als Pionierarbeit von Firmengründer Hans Hundegger begann, ist heute Hightech auf höchstem Niveau. Der gelernte Maschinenbauer und Konstrukteur erkannte früh, dass Zimmereien noch völlig handwerklich arbeiteten und entwickelte die erste automatische Abbundanlage. „Abbinden heißt ja einen Dachstuhl erstellen“, erklärt Rainer Auerbacher, seit Jahresbeginn im Vorstand der Hans Hundegger AG. „Der Kunde zeichnet heute in 3D den Dachstuhl, gibt die Daten ein und hinten kommt ein kompletter Bausatz heraus.“

Von der Nische zum Weltmarkt

Aus dieser Grundidee entwickelte sich über die Jahrzehnte eine komplette Produktpalette. Zu den ursprünglichen Abbundmaschinen kamen Zuschnittanlagen überwiegend für den angelsächsischen Markt und seit 1999 Plattenbearbeitungsmaschinen hinzu. „Hans Hundegger erkannte, dass man aus Seitenware, also quasi Abfallholz von Sägewerken, auch Wände zusammenbauen könnte“, so Rainer Auerbacher. Daraus entstanden die MHM-Wände, eine eigene

Lizenzierung von Hundegger für kostengünstige Massivholzwände. Seit eineinhalb Jahren setzt das Unternehmen verstärkt auf Elementierung – das Zusammenfügen von Holzrahmenbauwänden. Diese strategische Erweiterung kam genau zur rechten Zeit. „Hundegger entwickelt sich vom reinen Zerspanen auch wieder zurück ins Fügen“, erklärt Rainer Auerbacher. „Wir wollen komplette Holzelemente für den Holzbau

ermöglichen – vom Einfamilienhaus bis zum Objektbau.“

Software als Herzstück der Digitalisierung

Neben dem Maschinenbau liegt ein weiteres Geheimnis des Erfolgs in der Software. Seit Anbeginn setzt Hundegger auf eigenentwickelte Software und seit 2012 auf die einheitliche und vollintegrierte Plattform für alle Maschinen: die CAMBIUM® Produk-



Kompakt und automatisiert: Die ROBOT-Compact 650 verbindet Flexibilität mit Präzision im Abbund

tionsplattform. „Wir haben nicht mehr nur eine Software für eine Maschine, sondern eine Software für alle Maschinen“, betont Rainer Auerbacher. Besonders ungewöhnlich: Hundegger nutzt kaum SPS-Steuerungen, sondern Windows-Steuerungen auf normalen PCs in Echtzeit – alles eigenentwickelt. Diese Integration ermöglicht nahtlose Prozesse vom CAD-Programm des Holzbauzeichners über die Arbeitsvorbereitung und CAM-Bearbeitung bis zur Schnittstelle zum ERP-System. „Der Hundegger-Kunde bekommt Maschinenteknik und Software ohne weiteren Ansprechpartner aus einer Hand“, erklärt Rainer Auerbacher stolz. Das Unternehmen arbeitet mit digitalen Zwillingen, um alle Bearbeitungen vorab zu simulieren, und kann Anlagen aus der Zentrale remote erreichen. „Uns ist wichtig, als Komplettanbieter gesehen zu werden“, betont Rainer Auerbacher. Hundegger bietet Maschine, Werkzeug, Service und Software aus einer Hand – ein sorgenfreies Einsatzszenario für die Kunden. „Der Kunde muss sich mit dem CNC-Teil und jetzt auch mit der Elementierung nicht groß Gedanken machen.“ Diese ganzheitliche Betreuung unterscheidet Hundegger von reinen Maschinenherstellern und schafft langfristige Kundenbin-



Die Hundegger WALL-Master bietet das komplette Bearbeitungsspektrum für die Fertigung und Dämmung von Holzbauelementen



Die Software CAMBIUM® ist das digitale Herzstück aller Hundegger-Maschinen

dung. Mit rund 100 Servicemitarbeitern allein in der DACH-Region gewährleistet das Unternehmen schnelle Hilfe bei Wartungen oder Stillständen.

Kunden fordern mehr Automatisierung

Die größten Herausforderungen der Kunden sind der Fachkräftemangel und der Wunsch nach mehr Automatisierung. „Es wird versucht, über einen Experten mehrere Anlagen zu bedienen“, berichtet Rainer Auerbacher. Körperliche Entlastung, Konnektivität, Reporting und Schnittstellen zu ERP-Systemen stehen auf der Wunschliste. Hundeggers Antwort: noch mehr Integration und Automation. Auch das Thema Nachhaltigkeit treibt die Branche. Energieeffizienz der Maschinen, Verschnittoptimierung zur besseren Holznutzung und kürzere Maschinenlaufzeiten sind wichtige Entwicklungsfelder. „Eine Ma-

schine macht heute Dinge, für die früher zwei Maschinen notwendig waren“, erklärt Rainer Auerbacher. Als Familienunternehmen investiert Hundegger stark in die Mitarbeiter. Eine attraktive Entlohnung mit Mitarbeiterbeteiligung, starke Ausbildung und eine offene Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien sollen gegen den Fachkräftemangel helfen. „Die Türen stehen offen, und wir haben eine Du-Kultur“, beschreibt Rainer Auerbacher die Atmosphäre.

Innovations-Pipeline bleibt gefüllt

Der Blick nach vorn ist optimistisch geprägt. „Wir erkennen, dass zusehends mehr in Holz gebaut wird“, sagt Rainer Auerbacher. Gebäudeklassen 4 und 5, große Wohnbaukomplexe und Objektbauten, die früher undenkbar in Holz entstanden, gewinnen an Bedeutung. Mit dem Weltmarktführer-Status im Rücken plant

Hundegger weitere Innovationen. „Wir steigen natürlich auch auf den Trend der Vorfertigung ein“, erklärt Rainer Auerbacher. Das Thema industrielle Vorfertigung gewinnt in der Baubranche massiv an Bedeutung. Hundeggers Vorteil: Das integrierte Datenmodell ist bereits vorhanden. „Wir bauen zusätzlich nur noch – in Anführungszeichen – eine Maschine dazu und bündeln unser Know-how anders, bewegen uns aber nicht auf neuem Terrain“, so Rainer Auerbacher. Die gerade gestartete Elementierung soll stabilisiert und ausgebaut werden. „Hundegger – Innovationen für den Holzbau“ ist nicht nur ein Markenclaim,“ betont Rainer Auerbacher. „Wenn der Holzbau wächst, wollen wir weiterhin der erste Ansprechpartner sein.“



Vom Unterallgäu in die Welt: Der Hauptsitz der Hans Hundegger AG in Hawangen

HUNDEGGER
Innovationen für den Holzbau

KONTAKTDATEN

Hans Hundegger AG
Kemptener Straße 1
87749 Hawangen
Deutschland
☎ +49 8332 92330
info.de@hundegger.com
www.hundegger.com

Hochleistungskorridor der Deutschen Bahn: Neubaustrecke Ebensfeld-Erfurt. Foto: Hajo Dietz – Nürnberg Luftbild



Löcher stopfen und Daten managen

Seit über sechs Jahrzehnten prägt die Münchener OBERMEYER Gruppe die Ingenieur- und Planungskultur in Deutschland. 2020 wurde die OBERMEYER Infrastruktur GmbH & Co. KG als eigenständige Gesellschaft gegründet, um sich noch gezielter den Herausforderungen moderner Verkehrsträger und Versorgungsnetze zu widmen. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum verraten die Geschäftsführer Dr.-Ing. Karsten Gruber und Joachim Ernst, was OBERMEYER stark macht.



OBERMEYER Infrastruktur ist mit 18 Standorten in ganz Deutschland vertreten



Interview mit

*Dr.-Ing. Karsten Gruber,
Geschäftsführer
und*

*Joachim Ernst,
Geschäftsführer
der OBERMEYER Infrastruktur
GmbH & Co. KG*

Wirtschaftsforum: Herr Dr. Gruber, Herr Ernst, kurz zu Ihren beruflichen Hintergründen: Was hat Sie zu OBERMEYER geführt?

Dr. Karsten Gruber: Ich komme ursprünglich aus dem operativen Baugeschäft, bin seit über 13 Jahren in der Welt der Planungsbüros tätig und seit 2022 Sprecher der Geschäftsführung von OBERMEYER Infrastruktur. Mich fasziniert die Breite und Tiefe der Infrastrukturthermen, die wir bearbeiten –

von Wasser über Schiene bis hin zu Straßenprojekten.

Joachim Ernst: Ich habe eine Ausbildung im Bereich Wirtschaftsprüfung absolviert, war viele Jahre kaufmännischer Geschäftsführer in der Branche und bin 2024 zu OBERMEYER gewechselt. Besonders reizt mich hier die Kombination aus Größe, Internationalität und dennoch familiärem Charakter.

Wirtschaftsforum: OBERMEYER Infrastruktur wurde 2020 aus der Gruppe herausgelöst und eine eigenständige Gesellschaft. Was zeichnet das Unternehmen seither besonders aus?

Dr. Karsten Gruber: Wir sind mit rund 650 Mitarbeitenden eines der größten Planungsbüros in Deutschland. Das verschafft uns eine enorme Kompetenzbreite. Wir können alle Facetten abdecken, von der technischen Planung über die Projektsteuerung bis hin zur Bauüberwachung. Zugleich sind wir dezentral aufgestellt mit 18 Standorten in Deutschland, die eng zusammenarbeiten und ihr Wissen bündeln. Dieses Zusammenspiel macht uns für Kunden besonders wertvoll.

Joachim Ernst: In einem Markt, der oft kleinteilig ist, können wir so umfassende Lösungen anbieten. Kunden schätzen es, dass sie bei uns alles aus einer Hand bekommen – und dass wir bei Bedarf auch in Ingenieurgemeinschaften mit anderen kooperieren.

Wirtschaftsforum: Welche Themen bestimmen aktuell Ihr Geschäft?

Dr. Karsten Gruber: Der Bedarf an Infrastrukturmaßnahmen ist riesig,

sei es bei Straßen, Schienen, Ingenieurbauwerken, Energietrassen oder in der Wasserversorgung. Die größte Herausforderung ist weniger das Auftragsvolumen, es sind die Ressourcen. Es fehlt an Fachkräften. Darum ist es entscheidend, als Arbeitgeber attraktiv zu sein.

Joachim Ernst: Wir investieren stark in unsere Unternehmenskultur, setzen auf Vernetzung, Austausch und Weiterbildung. Unser Frauennetzwerk für Frauen in Führungspositionen ist ein wichtiger Baustein, ebenso wie klare Werte, die wir gemeinsam mit den Mitarbeitenden erarbeitet haben: Pioniergeist, Menschlichkeit, Verbindlichkeit. All das trägt dazu bei, dass wir von Fokus und Kununu als hervorragender Arbeitgeber ausgezeichnet wurden.

Wirtschaftsforum: Wie begegnen Sie dem Thema Digitalisierung?

Joachim Ernst: Für uns bedeutet Digitalisierung nicht, jedem Hype hinterherzulaufen, sondern Daten zu strukturieren und nutzbar zu machen. Wir investieren siebenstellige Beträge in Datenmanagement und entwickeln eigene Methoden, die uns hier zum Vorreiter machen. Unterstützt werden wir vom Leonhard Obermeyer Center, das wir zusammen mit der TU München gegründet

haben. Es ermöglicht uns, aktuelle Forschungsthemen direkt in die Praxis zu übertragen.

Dr. Karsten Gruber: Die Digitalisierung eröffnet uns auch neue Möglichkeiten im Lifecycle-Management: Eine Brücke lässt sich heute nicht nur planen, sondern über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg begleiten. So schaffen wir einen echten Mehrwert im Hinblick auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung.

Wirtschaftsforum: Stichwort Nachhaltigkeit – welche Rolle spielt sie in Ihrem Geschäftsmodell?

Joachim Ernst: Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil unserer Arbeit, ob in der Verkehrsplanung, bei Energietrassen oder innerstädtischen Mobilitätskonzepten. Wir haben mit der Creditreform ein Verfahren entwickelt, um ESG-Kriterien praxisnah umzusetzen – ohne unnötige Bürokratie, aber mit messbaren Effekten.

Dr. Karsten Gruber: Während in Ländern wie den Niederlanden oder Skandinavien Nachhaltigkeit selbstverständlich ist, stehen wir in Deutschland noch am Anfang. Wir versuchen, pragmatische und finanzierbare Lösungen zu entwickeln. Letztlich geht es darum,

Verantwortung zu übernehmen: für die Umwelt, aber auch für die Gesellschaft.

Wirtschaftsforum: Wohin steuert OBERMEYER Infrastruktur in den kommenden Jahren?

Dr. Karsten Gruber: Wir werden unser Kerngeschäft kontinuierlich erweitern, insbesondere in den Bereichen Wasserwirtschaft und Projektsteuerung. Gleichzeitig setzen wir auf qualitatives Wachstum – mit Verstand und Augenmaß, nicht um jeden Preis.

Joachim Ernst: Unser Ziel ist es, die 650 Mitarbeitenden sicher durch den Wandel zu begleiten. Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Fachkräftesicherung werden uns noch lange beschäftigen. Entscheidend ist für uns, dabei die Freude an der Arbeit zu bewahren.



KONTAKTDATEN

OBERMEYER Infrastruktur GmbH & Co. KG
Hansastraße 40
80686 München
Deutschland
☎ +49 89 57990
info@obermeyer-group.com
www.obermeyer-group.com



Digitale Transformation zwischen KI, Remote-Arbeit und Verantwortung



Digitale Transformation, Remote-Arbeit und künstliche Intelligenz stellen Unternehmen vor große Aufgaben. Die Hitachi Solutions Germany GmbH begleitet sie dabei mit technologischem Know-how und internationaler Schlagkraft. Geschäftsführer Guido Aehlen erklärt, wie er Beratung neu denkt und warum Mensch und Technologie dabei untrennbar zusammengehören.

Interview mit
Guido Aehlen,
Geschäftsführer
der Hitachi Solutions
Germany GmbH



Wirtschaftsforum: Herr Aehlen, welche Veränderungen haben die vergangenen Jahre, insbesondere die Coronapandemie, für Ihr Geschäft mit sich gebracht?

Guido Aehlen: Corona war für uns ein Wendepunkt. Plötzlich mussten Transformationsprojekte mit sehr hohem Remote-Anteil funktionieren. Früher waren Berater vier oder fünf Tage pro Woche beim Kunden, heute ist es üblich, große Teile digital umzusetzen. Das hat

neue Effizienzvorteile gebracht – etwa geringere Reisekosten oder eine einfachere internationale Zusammenarbeit – bedeutete aber auch, die Balance zwischen persönlichem Austausch und digitaler Zusammenarbeit neu zu finden. In den vergangenen fünf Jahren gab es kein Jahr, das dem anderen gleich – ständiger Wandel prägt unsere Branche und macht sie spannend.

Wirtschaftsforum: Neben Remote-Arbeit ist KI das Thema der Stunde. Wie wirkt sich das auf Ihr Geschäft aus?

Guido Aehlen: Die meisten Kundenanfragen drehen sich mittlerweile um KI. Schnell lässt sich ein Prototyp bauen, doch die eigentliche Herausforderung beginnt bei der Skalierung: Datenmodelle, Schnittstellen zu anderen Systemen, Einbindung von Betriebsräten und rechtliche Fragen. Viele

Projekte verlaufen hier im Sande. Deshalb gehen wir bewusst über die reine Technik hinaus. Mit unseren Advisory Services unterstützen wir Unternehmen auch beim Change Management, bei der Kommunikation mit Mitarbeitern oder bei der Auswahl sinnvoller Use Cases. Das macht für uns den Unterschied – wir liefern nicht nur Technologie, sondern sorgen dafür, dass sie auch im Alltag angenommen wird.

Hitachi Solutions



Direkter Austausch: Fachliche Expertise und Nähe prägen die Zusammenarbeit



Offene Perspektiven: Innovative Ideen entstehen im Dialog und werden direkt in konkrete Lösungen übersetzt



In Bewegung bleiben: Wissenstransfer und Kooperation treiben die Projekte voran

Wirtschaftsforum: Wie ist Hitachi Solutions heute strukturiert – und welche Kennzahlen beschreiben Ihr Geschäft am besten?

Guido Aehlen: Wir sind in Europa mit rund 900 Mitarbeitenden aktiv, davon etwa 120 in Deutschland. Neben Nürnberg haben wir Standorte in Frankfurt, Braunschweig und Hamburg sowie europäische Niederlassungen in London, Paris, Wien, Porto und Sofia. Unser Gesamtumsatz in Europa liegt bei etwa 120 Millionen EUR, davon entfallen rund 20 Millionen EUR auf Deutschland. Wachstum sehen wir vor allem in internationalen Projekten, die wir in enger Kooperation als europäische Gruppe stemmen. Diese Mischung aus lokaler Nähe und europäischer Zusammenarbeit ist für viele Kunden ein entscheidender Mehrwert. Gerade deutsche Mittelständler mit internationalen Standorten schätzen unsere Fähigkeit, Projekte global und gleichzeitig lokal ausgerichtet umzusetzen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle nehmen Sie persönlich in dieser Struktur ein?

Guido Aehlen: Ich sehe mich als Wegbereiter und Motivator. Die Nähe zu unseren Teams und Kunden ist mir besonders wichtig. Beratung lebt nicht von Produkten, sondern von Menschen und ihrem Know-how – wir verkaufen keine Maschinen, sondern leben von unseren Beratern. Deshalb setze ich darauf, die richtigen Leitplanken zu setzen, Perspektiven zu schaffen und gleichzeitig die lokalen Märkte im Blick zu behalten. International denken und lokal handeln – das ist für mich der Schlüssel.

Wirtschaftsforum: Ihr Portfolio basiert vollständig auf Microsoft-Technologien. Wie prägt das Ihre Arbeit?

Guido Aehlen: Unsere Kunden wissen: Mit uns setzen sie auf Microsoft. Wir sind in allen Domains ausgezeichnet und gestalten Projekte von ERP bis CRM. Zu-

nehmend wichtig sind Automatisierung und KI. Dazu kommt Microsoft Teams, das sich immer stärker zum zentralen Hub entwickelt. Dank unserer engen Partnerschaft mit Microsoft sind wir in Early-Releases eingebunden, können Feedback aus Projekten direkt einbringen und so unseren Kunden zukunftsfähige Lösungen bieten. Auch unsere Marktstrategie basiert auf dieser klaren Positionierung: Wir treten konsequent als Microsoft-Spezialist auf – eine bewusste Differenzierung, die uns im Markt klar positioniert und für Wiedererkennung sorgt.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie Ihr Unternehmen in den kommenden Jahren?

Guido Aehlen: Für uns zählt nicht, die Nummer 1 in Deutschland oder Europa zu werden. Viel wichtiger ist es, Beratung mit Substanz zu liefern. Wir wollen profitabel wachsen, spannende Projekte realisieren und langfristige Beziehungen pflegen. Dazu gehört auch, neue Märkte zu

erschließen – etwa den Public-Sektor in Deutschland. Gleichzeitig profitieren wir von einer besonderen Kombination: Auf der einen Seite steht die Konzernstärke und Stabilität des Hitachi-Konzerns mit weltweit 500.000 Mitarbeitenden. Auf der anderen Seite agieren wir in Deutschland mit kurzen Wegen und flachen Hierarchien – eine Mischung, die Kunden sehr schätzen. Die meisten unserer Kunden begleiten uns seit vielen Jahren – eine stabile Basis, die uns Planungssicherheit gibt. Hinzu kommt die japanische Unternehmenskultur der Verlässlichkeit: Ein gegebenes Commitment wird immer eingehalten. Diese Haltung prägt unsere Arbeit und gibt unseren Kunden Vertrauen für die Zukunft.

Hitachi Solutions

KONTAKTDATEN

Hitachi Solutions Germany GmbH
Frankenstraße 146
90461 Nürnberg
Deutschland
☎ +49 911 277880
info@hitachi-solutions.de
www.hitachi-solutions.de

„Innovation ist unser Tagesgeschäft“

Was auf den ersten Blick nach einer sehr speziellen Nische klingt, ist in Wahrheit ein hochdynamischer und technisch anspruchsvoller Markt: Verdecksysteme für Nutzfahrzeuge. Die Marcolin Covering s.r.l. aus dem norditalienischen Pordenone bringt über 50 Jahre Erfahrung mit – und überrascht durch eine Innovationsfreude, die in der Branche ihresgleichen sucht. Mit Fokus auf Design, Funktionalität und Umweltverträglichkeit zeigt Marcolin, wie sich Tradition und Fortschritt vereinen.



Robust und patentiert: Das Eletta®-System sorgt für eine sichere Abdeckung – auch unter extremen Bedingungen



Zwei Verdeckvarianten im direkten Vergleich – offen für Beladung, geschlossen für sicheren Transport



Marcolin präsentiert Innovationen und Systemlösungen auf der Fachmesse 'Bauma 2025' – im Dialog mit Kunden und Partnern

Wirtschaftsforum: Frau Dr. Sartor, Marcolin Covering ist seit Jahrzehnten am Markt. Was steckt hinter dieser Beständigkeit?

Federica Sartor: Unsere Geschichte reicht bis ins Jahr 1968 zurück – gegründet wurde Marcolin von zwei Familien, die bis heute eng miteinander verbunden sind. Ich selbst gehöre zur 2. Generation, gemeinsam mit Antonella Sartor und Luca Marcolin leite ich das Unternehmen. Jeder von uns hält ein Drittel und wir führen es im echten Sinne gemeinsam. Angefangen hat alles mit der Fertigung

einfacher PVC-Planen. Heute entwickeln und produzieren wir komplexe Verdecksysteme vollständig im eigenen Haus – Mechanik, Elektronik, Montage, alles unter einem Dach hier in Pordenone. Der familiäre Charakter prägt uns bis heute. Seit 2023 sind wir auch in Frankreich mit einer Tochtergesellschaft vertreten, seit 2025 besteht der Standort in Deutschland. Uns ist wichtig, unsere Kunden nicht nur zu beliefern, sondern sie auch langfristig zu begleiten und ihnen maßgeschneiderte Lösungen anzubieten.

Wirtschaftsforum: Der Begriff 'Innovation' fällt im Business-Kontext häufig. Was heißt das konkret bei Ihnen?

Federica Sartor: Für uns ist Innovation nicht nur ein schöner Marketingbegriff, sondern täglicher Anspruch. Unser Entwicklungsteam arbeitet interdisziplinär, mit wissenschaftlicher Methodik und mit umfassenden Praxistests. In den letzten Monaten allein haben wir fünf neue Patente angemeldet. Unser Innovationszentrum nennen wir Kawara, angelehnt an traditionelle

Interview mit



Federica Sartor,
Geschäftsführerin
der Marcolin Covering s.r.l.

marcolin
the covering evolution

KONTAKTDATEN

Marcolin Covering s.r.l.
Via O. Michelin 3
33170 Pordenone
Italien
☎ +39 0434 570261
info@marcolincovering.it
www.marcolincovering.it



Wissen weitergeben, Perspektiven verbinden: Interne Trainings stärken die Teamkompetenz bei Marcolin

japanische Tempeldächer, die für Langlebigkeit und Schutz stehen. Genau das bringen wir in unsere Systeme – zum Beispiel mit dem modularen Konzept 'Archi & Telo Pro' (Bögen & Plane Pro), das nicht nur hinsichtlich Robustheit und Wartungsfreundlichkeit innovativ ist, sondern auch dank Solarpanels komplett energieautark funktionieren. Oder mit Kitai, einer hochergonomischen Fernbedienung mit Halfduplex-Technologie für eine bidirektionale Kommunikation, entwickelt zusammen mit ISIA Roma Design. Diese Verbindung von Ingenieurskunst, Design und echter Alltagstauglichkeit ist typisch für unsere Arbeit.

Wirtschaftsforum: Wer sind die typischen Kunden von Marcolin Covering?

Federica Sartor: Wir bedienen ganz klar den professionellen B2B-Bereich. Unsere Kunden

sind überwiegend Hersteller von Fahrzeugaufbauten, spezialisierte Installationsbetriebe oder auch Endnutzer mit eigenen Fuhrparks – alle vereint durch ihren hohen Anspruch an Sicherheit, Robustheit, Langlebigkeit und Effizienz im täglichen Einsatz sowie bei Installations- und Wartungsarbeiten. Unsere Lösungen finden vor allem Anwendung in den Bereichen Bau, Landwirtschaft sowie in der Umwelt- und Entsorgungswirtschaft. Deutschland, Frankreich, Österreich, Spanien, Belgien, Schweiz und Polen zählen dabei zu unseren wichtigsten Auslandsmärkten, in denen wir seit Jahren stark vertreten sind. Insgesamt liegt unsere Exportquote aktuell bei rund 40% – mit klarer Tendenz nach oben.

Wirtschaftsforum: Nachhaltigkeit ist ein großes Thema in den meisten Branchen. Wie gehen Sie damit um?

Federica Sartor: Nachhaltigkeit beginnt bei uns schon beim Produktdesign. Wir entwickeln Materialien, die vollständig recyclingfähig sind, und achten auf möglichst langlebige Komponenten. Wo früher ganze Bauteile ersetzt werden mussten, genügt heute oft der Austausch einzelner Elemente, das spart Ressourcen und Kosten. Zusätzlich führen wir 2025 unseren ersten umfassenden Nachhaltigkeitsbericht ein. Ein weiterer wichtiger Punkt: Seit 2019 steuern wir unsere Prozesse über eine Lean-Management-Organisation, die uns hilft, effizienter und ressourcenschonender zu arbeiten. Weniger Ausschuss, weniger Lagerbestand, schnellere Ausführung und bessere Planbarkeit – davon profitieren auch unsere Kunden.

Wirtschaftsforum: Wie stellen Sie sicher, dass Kunden nicht lange auf Ersatzteile oder Service warten müssen?

Federica Sartor: Geschwindigkeit ist im Service entscheidend. Wir verfügen über ein Netzwerk von rund 300 Servicestellen in ganz Europa und bieten eine Ersatzteillogistik, die in der Regel innerhalb von 24 Stunden liefern kann – zuverlässig und termintreu. Das gilt nicht nur für die

Lieferung, sondern auch für die Reaktion auf Kundenanfragen. Ein Produkt allein reicht eben nicht – entscheidend ist, wie schnell und unkompliziert wir helfen können, wenn es darauf ankommt.

Wirtschaftsforum: Wohin geht die Reise für Marcolin in den nächsten Jahren?

Federica Sartor: Wir wollen weiter wachsen – aber organisch und durchdacht. Die neue deutsche Tochtergesellschaft spielt dabei eine Schlüsselrolle. Mit ihr bieten wir Beratung, Service und Co-Engineering direkt vor Ort. Unsere Produktentwicklung bleibt dabei ein zentrales Element: Wir möchten intelligente, robuste und nachhaltige Systeme auf den Markt bringen, die nicht nur technisch überzeugen, sondern im Alltag bestehen. Letztlich wollen wir als Unternehmen dort sein, wo unsere Kunden uns brauchen – mit Lösungen, die wirklich etwas verbessern.

Verpackt für den Erfolg: Nachhaltige Präsentationen

Die Packservice Gruppe hat sich seit ihrer Gründung im Jahr 1980 in Karlsruhe zu einem führenden Anbieter von hochwertigen Verpackungslösungen und Logistikdienstleistungen entwickelt. Mit über 20 Standorten und mehr als 1.000 Mitarbeitern im DACH-Raum bedient das Unternehmen namhafte Markenhersteller in verschiedenen Branchen. Im Interview spricht Geschäftsführer Joachim Kratschmayr über die Herausforderungen und Erfolge des Unternehmens sowie über die Zukunft der Verpackungsindustrie.

Interview mit



Joachim Kratschmayr,
Geschäftsführer
der Packservice Gruppe



Fleißige Hände: Eine Mitarbeiterin bestückt das Point-of-Sale-Display



Attraktive Präsentation: Das Point-of-Sale-Display zieht die Aufmerksamkeit der Kunden auf sich und steigert den Absatz



Das Mehrweg-Display reduziert Verpackungsmüll und überzeugt durch ansprechendes Design

Wirtschaftsforum: Herr Kratschmayr, Sie sind seit 2002 für Packservice tätig. Wie kam es zur Gründung und zum Wachstum des Unternehmens?

Joachim Kratschmayr: Die Packservice Gruppe übernahm Ralph Spiering 1996 von seinem Vater. 2001 stießen Oliver Fischer und ich als Geschäftsführer dazu. Wir expandierten nach Österreich, wo wir zunächst mit einem Mitarbeiter und einem Lager begannen. Heute haben wir 400 Mitarbeiter

in Österreich und bedienen globale Marken wie Coca-Cola, Ganix, BrauUnion und Nestlé.

Wirtschaftsforum: Können Sie die verschiedenen Dienstleistungen Ihres Unternehmens genauer beschreiben?

Joachim Kratschmayr: Packservice bietet ein breites Spektrum an Dienstleistungen, die auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind. Zu unseren Kernkompetenzen gehört das

Co-Packing, bei dem wir die Verpackung, Konfektionierung und Zweitplatzierung von Produkten übernehmen. Besonders stark sind wir im Bereich Aktionsverpackungen, etwa bei Mischpackungen oder Sonderangeboten. Darüber hinaus unterstützen wir Kunden bei der Entwicklung nachhaltiger und effizienter Verpackungslösungen, etwa durch Materialoptimierung oder die Umstellung auf Mehrwegdisplays wie unser 'LOOPOS'-System. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Gestaltung und Produktion individueller Point-of-Sale-Displays, die Aufmerksamkeit erregen und den Absatz steigern. Dabei setzen wir auf ansprechendes Design und funktionale Lösungen, die den Verkauf fördern. Neben der Verpackung bieten wir auch

Lagerhaltung, Kommissionierung und Versand an – alles aus einer Hand. Zudem beraten wir Unternehmen bei der Umstellung auf nachhaltigere Verpackungsprozesse, etwa durch Reduzierung von Plastik oder den Einsatz recycelbarer Materialien.

Wirtschaftsforum: Was sind die besonderen Stärken Ihres Unternehmens?

Joachim Kratschmayr: Unser größter Vorteil ist unsere Flexibilität. Wir bieten nicht nur klassisches Co-Packing, sondern auch individuelle Lösungen wie das Mehrwegsystem 'LOOPOS'. Wir sind dort, wo die Ware ist – ob in Produktionsstätten, Speditionen oder Zentrallagern. Zudem setzen wir auf Nachhaltigkeit, etwa durch





Auch in der Kommissionierung setzt Packservice auf viele fleißige Hände, um seine Kunden optimal zu unterstützen



Im Lager arbeiten Teams im Zweischicht- oder Dreischichtbetrieb, um auch hohe Auftragsvolumina termingerecht zu realisieren



Maßgeschneiderte Zweitverpackungen für optimale Produktpräsentation und Schutz



Nachhaltige Präsentation: Das Karton POS-Display kombiniert Umweltfreundlichkeit mit ansprechender Produktpräsentation

reduzierten Verpackungsmüll und Mehrwegdisplays.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele verfolgen Sie für die nächsten Jahre?

Joachim Kratschmayr: Wir wollen unsere internationale Präsenz ausbauen, insbesondere in Europa. Zudem setzen wir auf Digitalisierung und KI, um

Prozesse effizienter zu gestalten. Ein besonderes Augenmerk liegt auf Nachhaltigkeit – wir möchten noch mehr umweltfreundliche Verpackungslösungen entwickeln.

Wirtschaftsforum: Wie integrieren Sie Nachhaltigkeit in Ihr Geschäftsmodell?

Joachim Kratschmayr: Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer Strategie. Mit 'LOOPOS' haben wir ein Mehrwegsystem entwickelt, das Verpackungsmüll reduziert. Zudem arbeiten wir an alternativen Verpackungsmaterialien und fördern den Einsatz von Karton statt Plastik. Unser Ziel ist es, langfristig eine Kreislaufwirtschaft zu etablieren.

Wirtschaftsforum: Wie unterstützen Sie Ihre Kunden bei der Umsetzung ihrer Projekte?

Joachim Kratschmayr: Wir bieten nicht nur Verpackungsdienstleistungen, sondern auch Beratung und individuelle Lösungen. Unser Team arbeitet eng mit den Kunden zusammen, um maßgeschneiderte Verpackungskonzepte

zu entwickeln. Zudem bieten wir Schulungen und Support, um sicherzustellen, dass unsere Lösungen optimal umgesetzt werden.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie in der Verpackungsbranche?

Joachim Kratschmayr: Die größte Herausforderung ist die Balance zwischen Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit. Kunden erwarten umweltfreundliche Lösungen, aber diese sind oft teurer. Zudem gibt es technische Grenzen bei der Automatisierung von Verpackungsprozessen. Wir setzen auf Innovation und Partnerschaften, um diese Herausforderungen zu meistern.

Wirtschaftsforum: Wie entwickeln sich die Anforderungen an Verpackungen in den nächsten Jahren?

Joachim Kratschmayr: Die Nachfrage nach nachhaltigen und recycelbaren Verpackungen wird weiter steigen. Zudem wird die Digitalisierung der Lieferketten eine immer größere Rolle spielen. Wir

erwarten, dass KI und Automatisierung eine größere Bedeutung erlangen werden, um Prozesse effizienter zu gestalten. Zudem wird die Zusammenarbeit mit Kunden und Partnern noch enger werden, um innovative Lösungen zu entwickeln. Mit unserer Flexibilität und unserem Engagement für Innovation sind wir bestens darauf vorbereitet, den steigenden Anforderungen der Branche gerecht zu werden.



KONTAKTDATEN

PACKSERVICE AUSTRIA Ost GmbH
Wildenhofer Straße 1
2481 Achau
Österreich
☎ +43 505 6990
info@packservice.at
www.packservice.com



Umweltfreundlich und effektiv: Das LOOPOS-Mehrwegdisplay kombiniert Nachhaltigkeit mit ansprechender Produktpräsentation am Verkaufsort

Kontakte

BADEN-WÜRTTEMBERG

Stadtwerke Bruchsal GmbH
Schnabel-Henning-Straße 1a
76646 Bruchsal
Deutschland
☎ +49 7251 7060
info@stadtwerke-bruchsal.de
www.stadtwerke-bruchsal.de

AKO - Kunststoffe Alfred Kolb GmbH
Große Minke 10
74889 Sinsheim-Hoffenheim
Deutschland
☎ +49 7261 945330
info@ako-kolb.de
www.ako-kolb.de

BAYERN

Hans Pregler GmbH & Co. KG
Kreuzäcker 6
94469 Deggendorf
Deutschland
☎ +49 9931 89630
info@pregler.de
www.pregler.de

WashTec AG
Argonstraße 7
86153 Augsburg
Deutschland
☎ +49 821 55840
washtec@washtec.com
www.washtec.com

Hans Hundegger AG
Kemptener Straße 1
87749 Hawangen
Deutschland
☎ +49 8332 92330
info.de@hundegger.com
www.hundegger.com

OBERMEYER Infrastruktur GmbH &
Co. KG
Hansastraße 40
80686 München
Deutschland
☎ +49 89 57990
info@obermeyer-group.com
www.obermeyer-group.com

Hitachi Solutions Germany GmbH
Frankenstraße 146
90461 Nürnberg
Deutschland
☎ +49 911 277880
info@hitachi-solutions.de
www.hitachi-solutions.de

ITALIEN

Marcolin Covering s.r.l.
Via O. Michelin 3
33170 Pordenone
Italien
☎ +39 0434 570261
info@marcolincovering.it
www.marcolincovering.it

ÖSTERREICH

PACKSERVICE AUSTRIA Ost GmbH
Wildenhofer Straße 1
2481 Achau
Österreich
☎ +43 505 6990
info@packservice.at
www.packservice.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