

Wirtschaft im Süden



Interview:

Wasserstoff ist kein Trend, sondern eine Notwendigkeit

Dr. Hans Michael Kellner, Geschäftsführer der Messer Schweiz AG,
Seite 4

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Hendrik Hasch, CEO der iSi Automotive Holding GmbH**, Seite 8
- › Interview mit **Martin Weihe, Geschäftsführer der Obra Bautenschutz GmbH**, Seite 22

Wirtschaft im Süden



Dr. Hans Michael Kellner,
Geschäftsführer der Messer Schweiz AG

4



Matthias Renner,
CEO der GLAESER AG

6



Hendrik Hasch,
CEO der iSi Automotive Holding GmbH

8

Patrick Meyer,
Geschäftsführer der Meyerlub s.r.l.

10



Wirtschaft im Süden



Rafael Menke,
Geschäftsführer der Lyra Pet GmbH

12



Benjamin Johansson,
Vorstand der GIEAG Immobilien AG

14

Peter Schmelz,
Geschäftsführer und Vertriebsleiter der LIMES GmbH – Deutsches Solarzentrum

16



Florian Heckmeier,
Geschäftsführer der Heckmeier Gebäudetechnik GmbH

18



Dr. Roman Zantl,
Geschäftsführer und
Dr. Valentin Kahl
Geschäftsführer der ibidi GmbH

20



Martin Weihe,
Geschäftsführer der Obra Bautenschutz GmbH

22



Hans-Werner Holdermann,
Geschäftsführer der Deutsche Blistergesellschaft mbH

24



Christian Rawcliffe,
Geschäftsführer der Assure Consulting GmbH

26



Kontakte Seite 27

Wasserstoff ist kein Trend, sondern eine Notwendigkeit



Ein Messer-Lkw mit Wasserstofftrailer auf einer Alpenstraße: Die neue Technologie verdichtet H_2 ohne Strom – leise, effizient und nahezu emissionsfrei. So verbindet Messer nachhaltige Energieversorgung mit zuverlässiger Logistik selbst in anspruchsvollen Regionen

Interview mit



*Dr. Hans Michael Kellner,
Geschäftsführer
der Messer Schweiz AG*



KONTAKTDATEN

Messer Schweiz AG
Seonerstrasse 75
5600 Lenzburg
Schweiz

☎ +41 6288 64141

✉ info@messer.ch

www.messer.ch

Die Energiewende stellt Industrie und Mobilität vor tiefgreifende Herausforderungen. Steigende Anforderungen an CO_2 -Reduktion, Versorgungssicherheit und Effizienz rücken innovative Gastechnologien in den Fokus. Die Messer Schweiz AG, seit über 100 Jahren in Lenzburg verwurzelt, gehört heute zu den technologischen Treibern – besonders im Bereich Wasserstoff. Im Gespräch erläutert Geschäftsführer Dr. Hans Michael Kellner, warum gerade jetzt neue Lösungen gefragt sind und welche Rolle Messer dabei einnimmt.

Wirtschaftsforum: Herr Dr. Kellner, wie sind Sie selbst zur Gasindustrie gekommen?

Dr. Hans Michael Kellner: Ich bin Ingenieur, in Barcelona geboren, in Deutschland ausgebildet und seit meiner Diplomarbeit mit Gasen beschäftigt. Seit 1987 arbeite ich durchgehend in dieser Branche – bei Messer Schweiz seit 2007, ab 2012 als Geschäftsführer. Gase begleiten mich seit fast vier Jahrzehnten; es wird nie langweilig,

weil ständig neue Anwendungen entstehen. Zu Messer zog mich damals besonders die Mischung aus Tradition, technischem Anspruch und echter Gestaltungsmöglichkeit.

Wirtschaftsforum: Messer Schweiz blickt auf eine lange Geschichte zurück. Welche Meilensteine prägen das Unternehmen heute?

Dr. Hans Michael Kellner: Die Wurzeln reichen bis 1891 zurück, seit 1911 produzieren wir Sauerstoff. Mit dem Einstieg der Messer-Gruppe ab 1971 begann die Modernisierung. 2009 folgte der Luftzerleger in Visp/Lalden, der uns heute mit Sauerstoff, Stickstoff und Argon versorgt. Dazu kamen spezialisierte Anlagen wie unsere CO_2 -Rückgewinnung 2016 und der kontinuierliche Ausbau der Wasserstofftechnologien.

Wirtschaftsforum: Sie sprachen CO_2 -Rückgewinnung an. Warum ist dieses Thema wichtiger denn je?

Dr. Hans Michael Kellner: Es klingt paradox, aber: Die Industrie hat regelmäßig CO_2 -Mangel, obwohl wir darüber diskutieren, dass zu viel CO_2 in der Atmosphäre ist. Rückgewinnungsanlagen schlagen die Brücke. Wir reinigen CO_2 aus Rauchgasen oder Biogasanlagen auf Lebensmittelqualität – das vermeidet Transporte und



Ob privat oder öffentlich: Wasserstoff ist eine tragfähige Energiequelle der Zukunft – sichtbar im Toyota Mirai 2 und dem H₂-Bus im Hintergrund, beide sauber und leise unterwegs

schont Ressourcen. Europa zieht hier inzwischen stark nach.

Wirtschaftsforum: Ein großer Schwerpunkt bei Ihnen ist Wasserstoff. Welche Rolle spielt er heute?

Dr. Hans Michael Kellner: Eine zentrale. Messer produziert seit den 1950er-Jahren Wasserstoff und wir gelten heute als größter Anbieter der Schweiz mit internationalem Know-how. Wir waren an den ersten Brennstoffzellenprojekten im Land beteiligt und haben zahlreiche Forschungsinitiativen begleitet. Industrie und Logistik erkennen zunehmend, dass Wasserstoff in vielen Anwendungen die sinnvollste Alternative ist – gerade bei schweren Lasten und langen Distanzen.

Wirtschaftsforum: Ihre neueste Entwicklung sorgt weltweit für Aufmerksamkeit. Worum geht es?

Dr. Hans Michael Kellner: Um Verdichtung ohne elektrische Energie. Wir nutzen Metallhydride, die Wasserstoff chemisch aufnehmen und wieder freisetzen – völlig ohne bewegliche Teile, Lärm

oder Vibration. Die Abwärme einer bestehenden Anlage reicht als Energiequelle. Die erste Tankstelle dieser Art steht bereits bei uns in Lenzburg, ein großer Pilot für Lkw- und Busflotten entsteht mit Partnern in Südkorea.

Wirtschaftsforum: Das klingt nach einem entscheidenden Schritt. Welche weiteren Innovationen verfolgen Sie?

Dr. Hans Michael Kellner: Unser jüngstes Patent ermöglicht es, auch andere Gase – etwa Stickstoff oder Argon – per Wärme statt Strom zu verdichten. Das spart enorm Energie. Parallel entwickeln wir ein Mini-Kraftwerk, das industrielle Abwärme direkt in Strom umwandelt. Für Elektrolyseure bedeutet das: Sie können ihre Produktionskosten weiter senken. Diese Technologien stehen noch am Anfang, aber sie haben großes Potenzial.

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist Zusammenarbeit innerhalb der Messer-Gruppe?

Dr. Hans Michael Kellner: Sehr wichtig. Jedes Land hat seine

Stärken: Frankreich im Lebensmittelbereich, Österreich in der Metallurgie, die Schweiz im Wasserstoff. Wir tauschen uns eng aus, entwickeln gemeinsam und bleiben trotzdem lokal verankert. Das ist ein Vorteil einer großen, aber familiengeführten Gruppe: Man kann schneller handeln und regionale Besonderheiten berücksichtigen.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen begegnen Ihnen aktuell im Markt?

Dr. Hans Michael Kellner: Der Fachkräftemangel ist spürbar. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach nachhaltigen Lösungen. Viele Unternehmen haben klare CO₂-Ziele und suchen Partner, die praktische Technologien liefern. Durch unseren Bekanntheitsgrad und unsere Forschung sind wir hier gut positioniert.

Wirtschaftsforum: Und wohin entwickelt sich Messer Schweiz strategisch?

Dr. Hans Michael Kellner: Wir wollen ein Kompetenzzentrum für Wasserstofftechnologien etablieren und unser internes Know-how bündeln – von Produktion über Logistik bis Anwendungstechnik. Wir sehen großes Potenzial für neue Entwicklungen. Entscheidend ist, dass wir weiterhin Lösungen schaffen, die ökologisch sinnvoll und gleichzeitig wirtschaftlich tragfähig sind.

Wirtschaftsforum: Sind Sie optimistisch, was die Energiezukunft betrifft?

Dr. Hans Michael Kellner: Absolut. Viele Innovationen der letzten 100 Jahre konnte sich niemand vorstellen. Das wird auch künftig so sein. Wichtig ist, dass wir unseren Teil dazu beitragen – und dass die nächste Generation darauf aufbauen kann. Fortschritt entsteht, wenn man mutig vorangeht.



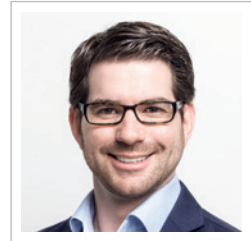
Weltweit erster thermischer H₂-Verdichter: effiziente, stromfreie Trailerbefüllung für nachhaltige Wasserstofflogistik

Handwerk mit Zukunft



GLAESER investiert regelmäßig in Maschinen und ist offen für innovative Technologien

Interview mit



Matthias Renner,
CEO
der GLAESER AG

Holz erlebt eine Renaissance. Als vielseitiger, langlebiger und natürlicher Werkstoff passt es perfekt in eine Zeit, die immer mehr Wert auf Qualität, Regionalität und Umweltbewusstsein legt. Mit dieser Wiederentdeckung wächst die Bedeutung des Tischlerhandwerks: Traditionelles Können verbindet sich mit modernem Design und innovativer Technik. Die GLAESER AG aus Baden in der Schweiz ist eine Schreinerei, die traditionelle Handwerkskunst und innovative Technologien verbindet, um außergewöhnliche Projekte in den Bereichen Möbelbau und Innenausbau zu realisieren.

Wirtschaftsforum: Herr Renner, Sie sind CEO und Inhaber der GLAESER AG, einer traditionsreichen Schreinerei aus dem Schweizer Kanton Aargau. Wenn wir zurückschauen, wie sah die Unternehmensentwicklung in großen Zügen aus?

Matthias Renner: Die Schreinerei existiert seit 128 Jahren, wurde 1898 in Baden gegründet; die damalige Werkstatt lag an der Limmat, sodass Maschinen mit Wasserkraft betrieben wurden. In den 1970er-Jahren erfolgte der Umzug an den heutigen Standort; seitdem ist GLAESER konstant gewachsen. Heute haben wir rund 60 Mitarbeiter und beschäftigen uns mit sehr spannenden Projekten.

Wirtschaftsforum: Um welche Projekte geht es dabei?

Matthias Renner: Wir unterscheiden zwischen den Sparten Retail-Shop, Gastro-Hotel, Institutionen und Schulen. Das heißt, wir arbeiten für Hotels, Cafés, Casinos, aber auch für Büros, Versicherungen, Banken, Spitäler und Residenzen. Generell sind wir im gehobenen Segment tätig, dazu zählen Vier- oder Fünfsternehotels, hin und wieder auch Dreisternehäuser. Einen Spezialbereich bildet der Vitrinenbau; für Museen bauen wir Vitrinen, um wertvolle Exponate zu schützen. Neben Sicherheitsaspekten spielen Licht und Klimatechnik eine zentrale Rolle. Für derart anspruchsvolle Herausforderungen setzen wir eine Spezialbeleuchtung ein, die wir selbst herstellen. Zudem sind wir im Segment Schulmöbel tätig, ein kleiner, aber spannender Bereich.

Wirtschaftsforum: Sind Sie mit diesen Leistungen ausschließlich in der Schweiz tätig?

Matthias Renner: Natürlich liegt der Schwerpunkt der Arbeit in der Schweiz, aber wir realisieren Aufträge in der ganzen Welt – zum Beispiel in Melbourne, Australien. Aber auch Projekte in Tokio, Monte Carlo, London und New York stehen auf unserer Referenzliste.

Wirtschaftsforum: Versteht sich GLAESER als klassische Schreinerei, die vor allem mit dem Werkstoff Holz arbeitet?

Matthias Renner: Wir arbeiten zwar vorrangig mit Holz, aber je nach Auftrag auch mit Glas, Metall und Kunststoffen. Wichtig ist, dass wir ganze Anlagen realisieren, also zum Beispiel Theken mit integrierten Kühlanlagen oder

Vitrinen mit Beleuchtungssystem. Die Komponenten stellen wir zum Teil selbst her, zum Teil kaufen wir sie zu. Mit dieser Vielfalt gehen unsere Arbeiten oft über klassische Schreinerarbeiten hinaus. Dabei arbeiten wir eng mit Architekten zusammen.

Wirtschaftsforum: Sie selbst sind gelernter Schreiner. Wie sind Sie zu GLAESER gekommen?

Matthias Renner: Ich habe nach meiner vierjährigen Ausbildung zum Schreiner in verschiedenen Betrieben gearbeitet, um anschließend eine Ausbildung zum Holztechniker zu absolvieren. Nach Auslandsaufenthalten in Melbourne und London bin ich in die Schweiz zurückgekehrt, habe in einer Firma in der Ostschweiz gearbeitet, bevor ich zu GLAESER kam. Da mein Vater mehr als 40



In der Jungschreiner-Akademie werden acht Lehrlinge ausgebildet; qualifizierte Fachkräfte kommen damit aus den eigenen Reihen

GLAESER



Jahre für die Firma tätig und Mitinhaber war, gab es seit Langem eine Verbindung.

Wirtschaftsforum: GLAESER steht mit einer 128-jährigen Geschichte für Tradition und Kontinuität. Was unterscheidet das Unternehmen darüber hinaus vom Wettbewerb?

Matthias Renner: Eine unserer Stärken ist unsere Flexibilität. Ein starkes Partnernetzwerk ermöglicht es uns, in kurzer Zeit Projekte abzuwickeln. Wir pflegen langjährige Beziehungen zu Lieferanten und profitieren damit von kurzen Lieferzeiten. Voraussetzung für zuverlässig abgewinkelte Projekte sind zudem ein starkes Projektmanagement und konstante Investitionen in den Maschinenpark. Nur so können die Ansprüche der Kunden in einer entsprechenden Qualität und Zeit realisiert werden. Dieses Partnernetzwerk war auch in Pandemiezeiten, als Materialengpässe eine Herausforderung waren, eine große Hilfe.

Wirtschaftsforum: GLAESER arbeitet mit Holz, einem nachwachsenden natürlichen Rohstoff. Welche Rolle spielt der Nachhaltigkeitsgedanke?

Matthias Renner: Nachhaltigkeit spielt auf verschiedenen Ebenen eine große Rolle. Wir versuchen ressourcenschonend zu arbeiten, indem wir zum Beispiel LED-Beleuchtungen einsetzen und in eine neue, energieeffiziente Absauganlage investiert haben. In diesem Zusammenhang kommt auch dem Lean Management

eine zentrale Bedeutung zu. 2016 haben wir damit begonnen, sämtliche Prozesse zu analysieren, um nachhaltig zu wirtschaften. Wir arbeiten ausschließlich mit FSC-zertifizierten Hölzern, was von Kundenseite ausdrücklich gewünscht wird. Insgesamt spüren wir, dass der Baustoff Holz in der gesamten Nachhaltigkeitsdiskussion an Bedeutung gewonnen hat.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie für die Zukunft?

Matthias Renner: Weil wir in unserer eigenen Jungschreiner-Akademie Ausbildung großschreiben, haben wir ein hervorragendes Mitarbeiterteam und können Perspektiven bieten. Ich denke, KI wird in Zukunft ein zentrales Thema sein, wird jedoch kein Handwerk ersetzen können. Insgesamt hoffen wir auf ein Umdenken in der Wirtschaft. Das Handwerk muss stärker gefördert werden.



GLAESER am Standort Baden – eine traditionsreiche Schreinerei, die im gehobenen Möbel- und Innenausbau Maßstäbe setzt

KONTAKTDATEN

GLAESER AG
Im Grund 16
5405 Baden
Schweiz
☎ +41 56 4833600
info@glaeser.ch
www.glaeser.ch

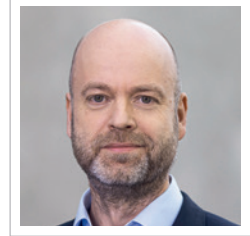
Präzision für den Ernstfall



Präzision in Serie: Qualität und Prozessstabilität ist bei iSi Automotive ein zentraler Anspruch

Die Automobilzulieferindustrie befindet sich im Umbruch: Elektrifizierung, Kostendruck und fragile Lieferketten erhöhen die Anforderungen an Tempo, Qualität und globale Lieferfähigkeit. Gleichzeitig bleibt ein Bereich konstant essenziell – die passive Sicherheit. Airbags und Rückhaltesysteme sind hochreguliert, technisch anspruchsvoll und auch im E-Auto unverzichtbar. Genau hier setzt die iSi Automotive Group an, ein familiengeführter Tier-1-Lieferant rund um Airbagmodule und Gasgeneratoren.

Interview mit



Hendrik Hasch,
CEO
der iSi Automotive Holding
GmbH



KONTAKTDATEN

iSi Automotive Holding GmbH
Scheydgasse 30-32
1210 Wien
Österreich
☎ +43 1 24644
info@isi-automotive.com
www.isi.com

Wirtschaftsforum: Herr Hasch, stellen Sie sich bitte kurz vor: Was hat Sie zur iSi Automotive Group geführt?

Hendrik Hasch: Ich führe die iSi Automotive Group als CEO gemeinsam mit einer Kollegin, die den Finanzbereich verantwortet. Ich bin seit Ende 2020 dabei. Mein beruflicher Hintergrund liegt seit vielen Jahren in der passiven Sicherheit: Ich habe seit 2006 in der Branche bei einem Wettbewerber gearbeitet, in Funktionen

wie Produktionsleiter, Werkleiter und später in übergeordneten Managementrollen – unter anderem bei Takata beziehungsweise dem Nachfolgeunternehmen. Eigentlich wollte ich 2020 einmal etwas völlig anderes machen. Dann kam iSi über eine Personalberatung auf mich zu – und das Gespräch mit der Eigentümerfamilie war für mich so interessant, dass ich dieses Angebot nicht ausschlagen wollte.

Wirtschaftsforum: Was zeichnet iSi Automotive innerhalb der iSi Group aus – und welche Meilensteine waren besonders prägend?

Hendrik Hasch: Die iSi Group hat Wurzeln in allem, was mit komprimiertem Gas zu tun hat. Diese Erfahrung war auch der Einstieg in den Automotivebereich: Seit 1995 sind wir in der Automobilindustrie aktiv, zunächst als Zulieferer für Zulieferer mit hoch komprimierten Gasspeichern. Daraus haben wir uns weiterentwickelt – bis

hin zum Gasgenerator, einem Kernprodukt für Airbags. Ein entscheidender Schritt war 2009 die Übernahme eines Entwicklungsstandorts in Berlin, als sich durch die Delphi-Insolvenz eine Chance ergab. Damit sind wir in komplette Airbagsysteme gegangen und heute Tier-1-Lieferant. Unser Gesellschafter beschreibt das gern so: Wir sind damals in die 'Champions League' der Automobilindustrie aufgestiegen.



Sicherheitsrelevante Produktion: Ein Mitarbeiter überwacht Prozesse und Qualität in der Serienfertigung

Wirtschaftsforum: Die Branche steht unter Druck. Welche Herausforderungen treffen Sie aktuell besonders?

Hendrik Hasch: Der Umstieg zur Elektromobilität trifft uns weniger stark als viele andere Zulieferer – ein Airbag wird im Verbrenner genauso gebraucht wie im E-Auto. Was uns dagegen sehr beschäftigt hat, sind die Krisen der letzten Jahre: Pandemie, geopolitische Verwerfungen, Ukrainekrieg – das alles hat Lieferketten durcheinandergebracht. Seit ich dabei bin, waren wir gefühlt durchgehend im Krisenmodus. In so einer Phase konzentriert man sich auf das Wesentliche: lieferfähig bleiben, Liquidität sichern, eng mit Kunden und Lieferanten zusammenarbeiten, offen kommunizieren und sich gegenseitig unterstützen. Damit sind wir aus meiner Sicht vergleichsweise gut durch diese Zeit gekommen – auch wenn das Umfeld weiterhin unruhig ist.

Wirtschaftsforum: Wie sieht Ihr Fokus im Portfolio aus – und wo sehen Sie Ihre Stärken?

Hendrik Hasch: Wir sind sehr erfolgreich im Kopfschutz und waren früh dabei, die Kaltgastechologie dafür einzusetzen. Als 'USP' im engeren Sinne würde ich das heute nicht mehr bezeichnen, aber es zeigt, woher wir kommen: technologisch weit vorne zu sein und gemeinsam mit Kunden neue Anwendungen zu entwickeln – oft auch Speziallösungen, die man eher in höherklassigen Fahrzeugen findet. Ein Beispiel ist ein neues Airbag-Portfolio, das wir gemeinsam mit Mercedes für die S-Klasse entwickelt haben. Solche Innovationen stehen nicht immer für die größten Stückzahlen, aber sie prägen unsere Kompetenz, besonders im Seitenbereich und Kopfschutz.

Wirtschaftsforum: Wie international ist die iSi Automotive Group aufgestellt?

Hendrik Hasch: Wir sind global aktiv und in allen wichtigen Märkten vertreten. Strukturell konzentrieren wir uns auf Europa, China/Asien-Pazifik sowie den amerikanischen Kontinent – mit entsprechender Produktion in den Regionen. Entwickelt wird vor allem in Europa und in China.

Wirtschaftsforum: Wie groß ist die Gruppe – und welche Rolle spielt der Standort Österreich?

Hendrik Hasch: Weltweit sprechen wir von rund 4.000 Mitarbeitenden. In Österreich – in Wien – haben wir einen Hauptstandort, an dem wir Gasgeneratoren herstellen, dort sind es knapp 400 Beschäftigte. Die Fertigung ist komplex und stark automatisiert und natürlich ist es nicht selbstverständlich, so etwas in Zentraleuropa zu betreiben. Aber es ist auch Tradition: Solche Strukturen gibt man nicht leichtfertig auf.

Wirtschaftsforum: Wohin entwickelt sich passive Sicherheit – was verändert automatisiertes Fahren?

Hendrik Hasch: Automatisiertes und autonomes Fahren wird die passive Sicherheit verändern. Wenn Fahrzeuge anders genutzt werden – etwa wenn Sitze gedreht werden oder Menschen sich anders positionieren –, muss

sich auch das Rückhaltesystem anpassen. Dazu kommt verbesserte Sensorik: Wenn Gefahrensituationen früher erkannt werden, steht mehr Zeit zur Verfügung, um Schutzsysteme in Position zu bringen. Das sind Vorentwicklungsprojekte in enger Abstimmung mit Kunden. Parallel halten wir unsere bestehenden Produkte wettbewerbsfähig – mit kleineren Innovationen, um auch in den nächsten Jahren als starker Lieferant wahrgenommen zu werden.

Wirtschaftsforum: Welche Werte prägen die Unternehmenskultur?

Hendrik Hasch: Als iSi Group arbeiten wir intensiv an unseren Werten. Auf Ebene der Vision sind das Independence, Sustainability und Integrity – Unabhängigkeit ist als Familienunternehmen zentral. Dazu kommen Leitlinien für Führung: Inspiring, Supporting, Integrating. Und für iSi Automotive haben wir einen klaren Slogan: „We are Safety.“

Wirtschaftsforum: Und ganz persönlich: Was treibt Sie an?

Hendrik Hasch: Vor allem die Möglichkeit, ein Unternehmen zu führen – und jeden Tag mit Menschen zu arbeiten. Mich treibt auch an, erfolgreich im Markt zu sein, die Krisen wirklich hinter uns zu lassen und iSi Automotive so aufzustellen, dass wir langfristig robust und resilient bleiben.

Reibungslos bei extremen Einsätzen – Schmierung mit Präzision

Während sich viele Branchen mit Digitalisierung, Automatisierung oder KI-Lösungen beschäftigen, bleibt eine technische Grundvoraussetzung für nahezu alle Prozesse unverändert: Maschinen brauchen Schmierung. Ohne sie steht alles still – ob in der Produktion, auf der Baustelle oder auf dem Feld. Die Meyerlub s.r.l. aus Vittuone bei Mailand hat sich genau darauf spezialisiert – mit einem klaren Fokus auf hoch spezialisierte Schmierstoffe für extreme Einsatzbereiche. Das Unternehmen überzeugt durch technisches Know-how, internationale Ausrichtung und ein tiefes Verständnis für die Anforderungen von Industrie, Bau und Landwirtschaft.

„Schon mein Vater hat sich in den 1970er-Jahren mit Spezialschmierstoffen beschäftigt – das Thema begleitet unsere Familie also seit Jahrzehnten“, erklärt Geschäftsführer Patrick Meyer. Zunächst war die Familie in einem Joint Venture aktiv, 1999 folgte die Gründung einer neuen Gesellschaft gemeinsam mit dem damaligen Inhaber der Marke ANDEROL. „Das war ein wichtiger Schritt in Richtung Eigenständigkeit.“ Im Jahr 2016 übernahmen Patrick Meyer und sein Bruder das Unternehmen vollständig und firmieren seither unter dem Namen Meyerlub s.r.l.

Vom Firmensitz im norditalienischen Vittuone – nur 15 km westlich von Mailand – steuert das Unternehmen seine Aktivitäten. Dort betreibt Meyerlub ein 4.000 m² großes Lager mit angeschlossenen Büroflächen. Rund 75% des Umsatzes werden in Italien generiert, der Rest entfällt auf den Export in über 50 Länder. „Besonders stolz sind wir auf unsere starke Präsenz in Norwegen, Kanada und dem Nahen Osten“, betont Patrick Meyer. Einen

maßgeblichen Anteil am internationalen Erfolg hat ein spezielles Schmierfett für Hydraulikhämmer, das unter extremsten Bedingungen – etwa in Steinbrüchen oder Minen – zum Einsatz kommt. „Dieses Produkt war für uns ein Türöffner. Es hat unsere Marke in vielen Märkten erst bekannt gemacht.“ Durch eine exklusive Vertriebspartnerschaft mit einem weltweit bekannten Hersteller konnte Meyerlub direkt in dessen globales Vertriebsnetzwerk einsteigen. Parallel wurde ein eigenes Markenprodukt entwickelt. „Inzwischen vertreiben wir beide Varianten erfolgreich – je nach Zielmarkt und Kundenbedarf.“

Drei Zielmärkte, ein klarer Fokus

Das Produktportfolio von Meyerlub orientiert sich an drei Hauptbranchen: Industrie, Bau und Landwirtschaft. Im Industriesegment liegt der Schwerpunkt auf hochwertigen Kompressorenölen. „Unsere Kunden schätzen vor allem die lange Standzeit und die Zuverlässigkeit unserer Produkte – in manchen Fällen sparen sie

sich dadurch einen kompletten Wartungszyklus“, so Patrick Meyer. Im Baubereich dominiert das Hydraulikhämmerfett, das heute zu den wichtigsten Umsatzträgern gehört. In der Landwirtschaft sieht Meyerlub dagegen noch erhebliches Wachstumspotenzial.

„Die Technik in modernen Landmaschinen wird immer komplexer – damit steigen auch die Anforderungen an die Schmierstoffe“, erklärt Patrick Meyer. Um diesen Markt gezielt zu erschließen, baut Meyerlub derzeit eine eigene Vertriebsstruktur auf. Erste Regionen in Norditalien werden bereits direkt betreut. „Wir setzen dabei auf persönliche Beratung und schnelle Lieferung – das ist in der Landwirtschaft entscheidend.“ Geliefert wird per eigenem Lieferfahrzeug direkt zum Kunden. Ergänzt wird das Angebot durch rund 30 technische Sprays, die in Standardkartons mit 12 oder 20 Stück verfügbar sind. „Das klingt simpel, ist aber ein unterschätzter Erfolgsfaktor – wir bieten Qualität, die sofort verfügbar ist.“ Insgesamt hält Meyerlub rund 300 t Fertigware auf Lager.

Interview mit
Patrick Meyer,
Geschäftsführer
der Meyerlub s.r.l.



Hochleistungsfette von Meyerlub für extreme Anwendungen in Bau und Industrie

International präsent – lokal verankert

Mit zwölf festen Mitarbeitern, drei Consultants und etwa 40 Handelsvertretern – davon 37 in Italien – ist Meyerlub schlagkräftig aufgestellt. „Unsere Struktur ist kompakt, aber extrem effizient“, betont Patrick Meyer. Während der Vertrieb in Italien über ein feines Agentennetz erfolgt, setzt Meyerlub im Ausland gezielt auf Vertriebspartner. So können auch entlegene Märkte wie Norwegen oder Kanada zuverlässig bedient werden. „In Norwegen verzeichnen wir starkes Wachstum – vor allem durch Anwendungen in der Gesteinsbearbeitung“, erklärt Patrick Meyer. Auch in Kanada haben sich die Produkte von Meyerlub etabliert: „Dort beliefern wir inzwischen sogar Minen für die Li-

thiumförderung – ein Bereich mit enormem Zukunftspotenzial.“ Neben den Kernprodukten spielt auch der Bereich Lebensmittel-schmierstoffe eine zunehmend wichtige Rolle. Über 100 NSF-zertifizierte Produkte befinden sich im Sortiment. „Diese Zertifikate sind aufwendig zu bekommen, aber sie schaffen Vertrauen – besonders bei internationalen Kunden“, so Patrick Meyer. Die Coronajahre hat das Unternehmen weitgehend unbeschadet überstanden. „Unsere Produkte waren systemrelevant – wir konnten durchgängig liefern.“ Stärker spürbar war dagegen die Finanz-

krise 2008/2009. „Damals brach die Bauwirtschaft ein, wir verloren bis zu 35% Umsatz. Das hat uns gelehrt, wie wichtig Diversifikation ist.“

Wachstum mit Strategie und Anspruch

Heute setzt Meyerlub gezielt auf Messen und Veranstaltungen, um neue Kunden zu gewinnen. „Die Bauma in München war für uns ein voller Erfolg“, berichtet Patrick Meyer. Für 2026 ist eine Teilnahme an der CibusTec in Parma geplant – mit dem Ziel, den Lebensmittelsektor weiter auszubauen. Auch personell ist

Wachstum vorgesehen: „Mittelfristig wollen wir in Italien 80 bis 100 Außendienstmitarbeiter beschäftigen – nur so können wir flächendeckend präsent sein.“ Gleichzeitig wird das Exportgeschäft strategisch weiterentwickelt – mit Fokus auf margenstarke Produkte und neue Zielmärkte. Patrick Meyer bringt es auf den Punkt: „Unser Ziel ist nicht Masse, sondern Qualität und Verlässlichkeit – dort, wo andere nicht mehr weiterkommen, beginnt unser Anspruch.“



KONTAKTDATEN

Meyerlub s.r.l.
Via G. Pascoli 2
20009 Vittuone (MI)
Italien
☎ +39 02 9011341
export@meyerlub.it
www.meyerlub.it



NUMMER 1

Interviews mit Geschäftsführern und Managern

Mehrere Tausend persönlich geführte Interviews pro Jahr.

Jetzt anrufen!
(+49) 5971 92164-0

Wir informieren Sie gerne.

NEUER SHOW ROOM

KOMM VORBEI!

JEDEN 1. SONNTAG IM MONAT

SCHAU TAG

14 – 17 UHR

Schulstraße 23 • 29399 Wahrenholz • 0 58 35 / 9 60-0 • www.m-s-m.de

Tierisch erfolgreich im E-Commerce



Hunde-Trocken- und Nassfutter von Lyra Pet: Ob knusprige Kroketten oder saftige Menüs

Vom Nischenmarkt zum Wachstumssegment: Die Heimtierbranche profitiert davon, dass Haustiere für viele Menschen zum Alltag gehören. Entsprechend steigen die Erwartungen an Transparenz, Qualität und Nachhaltigkeit. Wie sich ein Unternehmen in diesem Umfeld erfolgreich positioniert, zeigt die Lyra Pet GmbH aus Albstadt. Im Interview spricht Geschäftsführer Rafael Menke über den Weg vom Handel zur Eigenmarke – und darüber, was im digitalen Heimtiermarkt heute zählt.

Wirtschaftsforum: Herr Menke, wie sind Sie zur Lyra Pet GmbH gekommen – und was hat Sie an der Branche gehalten?

Rafael Menke: Ich bin seit 1993 in der Branche unterwegs. Angefangen habe ich über eine Handelsvertretung und bin so in den Zoofachhandel hineingewachsen – erst im Außendienst, später auch selbstständig mit Futtermitteln. Den Gründer der Lyra Pet habe ich schon Jahre vorher kennengelernt. 2012 bin ich dann eingestiegen, damals waren wir

zu zweit plus Aushilfe – Aufträge ausdrucken, Paketscheine schreiben, selbst packen, Ware abladen, E-Mails beantworten. Dieses 'Machen' hat mich geprägt – und bis heute motiviert.

Wirtschaftsforum: Lyra Pet wurde 2009 gegründet. Was waren die wichtigsten Entwicklungsschritte?

Rafael Menke: Am Anfang war es tatsächlich ein reines Handelsgeschäft: einkaufen, über Plattformen – damals vor allem eBay

– verkaufen. Irgendwann standen wir vor der Frage: Wie differenzieren wir uns? Nur Handelsware bedeutet, man ist immer vergleichbar. 2017/2018 haben wir deshalb umgestellt und konsequent eine Eigenmarke aufgebaut: weg von Handelsprodukten, hin zu 'Lyra Pet'. Seitdem haben wir die Eigenmarke ausgebaut – erst stark im Wildvogelfutter, später deutlich breiter Richtung Hund und Katze, zusätzlich Katzenstreu, Snacks, inzwischen auch Pferde- und Fischfutter.



Interview mit

Rafael Menke,
Geschäftsführer
der Lyra Pet GmbH



KONTAKTDATEN

Lyra Pet GmbH
Marktstraße 28-30
72458 Albstadt
Deutschland
☎ +49 7431 6029130
info@lyra-pet.de
www.lyra-pet.de

Wirtschaftsforum: Was ist heute Ihr Anspruch an Sortiment und Positionierung?

Rafael Menke: Unser Leitsatz ist „Einfach tierisch gut“. Das heißt: Wir bieten das an, was der Kunde wirklich braucht – in dem Gebinde, das er möchte. Also eher Großgebinde statt Mini-Packungen. Dazu kommen schnelle Lieferung und eine Qualität, hinter der wir stehen. Preis und Leistung müssen stimmen – ich verkaufe lieber einen Artikel zehnmal am Tag zu einem vernünftigen Preis



Ultra-Bentonit-Katzenstreu: Feinkörnig, stark klumpend und geruchsbindend

als dreimal zu teuer. Und alles, was wir verkaufen, würden wir auch unseren eigenen Tieren geben.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen oft über Geschwindigkeit und Prozesse. Was macht hier den Unterschied?

Rafael Menke: In unserem Geschäft ist Automatisierung das A und O. Alles, was wiederkehrend ist, muss automatisiert werden – sonst ist man zu langsam. Wir haben ein starkes IT-Setup, arbeiten mit Schnittstellen und integrieren Marktplätze technisch ins System. So läuft vieles vollautomatisch, auch wenn einzelne Plattformen unterschiedliche Anforderungen an Texte, SEO oder Artikelattribute haben. Und beim Sortiment sind wir klar: Ein Artikel sollte sich mindestens einmal am Tag verkaufen, sonst passt der Lagerumschlag nicht.

Wirtschaftsforum: Welche Vertriebskanäle sind für Sie entscheidend?

Rafael Menke: Unsere Devise lautet: so breit wie möglich. Der Kunde soll uns dort finden, wo er gern einkauft – Amazon, eBay, eigener Shop, Kaufland, weitere Marktplätze wie ManoMano, aber auch Partner wie Fressnapf oder Zooplus. Wir gehen zudem auf weitere Marktplatzwelten, zum Beispiel Baumärkte. Zusätzlich haben wir eine B2B-Registrierungsmöglichkeit auf der Website – das ist spannend, braucht aber mehr Personal, um es konsequent auszubauen.

Wirtschaftsforum: Neben Wachstum gab es auch Krisen. Was hat das Unternehmen besonders gefordert?

Rafael Menke: Der größte Einschnitt war ein Vollbrand Anfang 2020 – Lagerhalle und Büros waren komplett weg, inklusive Daten.

Am nächsten Tag ging es aus dem Homeoffice weiter, wir haben kurzfristig wieder Büros organisiert und Ware nachbeschafft. Das hat wehgetan, aber auch gezeigt, wie resilient wir sind. Heute arbeiten wir mit externem Lager, was die Versorgung deutlich stabiler macht.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie aktuell im Markt?

Rafael Menke: Stark sind gerade regulatorische Themen: Verpackungsverordnungen, europäische und nationale Vorgaben – jedes Land 'kocht sein Süppchen'. Rezyklat ist ein Riesenthema, wir stellen Kunststoffverpackungen schrittweise auf hohe Rezyklatanteile um. Dazu kommt Qualitätsmanagement: Wir importieren aus vielen Ländern und sind als Inverkehrbringer in der Verantwortung,

die Qualität dauerhaft hochzuhalten.

Wirtschaftsforum: Wohin soll sich Lyra Pet in den nächsten Jahren entwickeln?

Rafael Menke: Wir sehen uns als Grundversorger: Kernprodukte für Tierhalter – in guter Qualität und zu vernünftigen Preis. Gleichzeitig profitieren wir von einer starken Mutter: Nach Eigentümerwechseln gehören wir heute zur The Platform Group. Perspektivisch sind Zukäufe möglich, außerdem denken wir über einen eigenen Store nach – auch als Franchise oder Shop-in-Shop. Und langfristig wollen wir eine eigene Plattform aufbauen, an die sich weitere Hersteller anbinden können. Für mich ist das mehr als ein Job: Ich habe das Unternehmen vom kleinen Umsatzniveau an mit aufgebaut – es ist ein Stück weit mein 'Baby', und ich möchte es weiterwachsen sehen.



Vogelfutter: Eine ausgewogene Mischung aus Körnern und Saaten

Wert schaffen, wenn der Markt bremst

Interview mit

Benjamin Johansson,
Vorstand
der GIEAG Immobilien AG



Projektentwickler stehen seit Jahren unter Druck: Zinsen, Baukosten, geopolitische Unsicherheiten und ein deutlich vorsichtigerer Investmentmarkt haben die Spielregeln verändert. Für die GIEAG Immobilien AG ist diese Phase vor allem eines: ein Stresstest für Prozesse, Partnerschaften und Haltung. Das Unternehmen setzt auf das Zwei-Säulen-Modell aus Projektentwicklung und Bestand sowie auf Transparenz als Wettbewerbsfaktor.

Wirtschaftsforum: Herr Johansson, woher kommt die GIEAG – und wo steht das Unternehmen heute?

Benjamin Johansson: Die GIEAG gibt es seit knapp 26 Jahren. Gegründet wurde sie 1999 von Alexander Pferschy, später hat sein Sohn das Unternehmen übernommen. Im Juli 2024 ist Philipp Pferschy aus persönlichen Gründen ausgeschieden – und ich habe die Leitung als externer Vorstand übernommen, aktuell als Alleinvorstand.

Wirtschaftsforum: Was ist das Geschäftsmodell in einem Satz – und was macht es in der Praxis aus?

Benjamin Johansson: Wir sind Projektentwickler und Bestandshalter. Im konservativeren Teil halten und managen wir vor allem Wohnimmobilien im süddeutschen Raum, häufig aus den 1970er- und 1980er-Jahren. Parallel entwickeln wir Projekte in Büro, Wohnen und Light Industrial, die wir nach Fertigstellung üblicherweise am Kapitalmarkt verkaufen.

Wirtschaftsforum: Wie groß ist die Organisation hinter dieser Wertschöpfungskette?

Benjamin Johansson: Wir arbeiten aus München und Stuttgart heraus mit einem schlanken Team von rund 20 Mitarbeiten-



Kwartier Homes in Karlsruhe – moderne Wohnarchitektur mit klarer Fassadengliederung und großzügigen Außenbereichen. Credits: Kresings Architekten



Kwartier Homes in Karlsruhe in stimmungsvoller Abendbeleuchtung – ein urbanes Wohnensemble mit markanten Linien und warmen Lichtakzenten. Credits: Kresings Architekten

den. Wir steuern die Projekte selbst – von Ankauf und Business Case über Baurecht und Planung bis zur Realisierung und Vermarktung. Externe Projektsteuerung nutzen wir in der Regel nicht; wir kaufen gezielt Architekten-, Ingenieur- und Bauleistungen zu und führen die Partner eng. Und wenn ein Exit nicht möglich oder nicht sinnvoll ist, übernehmen wir mit eigenem Asset Management-Team die Bewirtschaftung.

Wirtschaftsforum: Sie betonen häufig den 'Projektgedanken'. Was heißt das konkret?

Benjamin Johansson: Ein Projekt muss zum Standort und zu den Bedürfnissen passen – sonst entwickelt man am Bedarf vorbei. Deshalb ist der Dialog mit Umfeld, Anwohnern oder Gewerbetreibenden wichtig: Was fehlt, was wird gebraucht, wo liegen die Probleme? Daraus entstehen Impulse, die wir in die Planung integrieren können. Ich sage manchmal:



'The Nest' – Überblick über das geplante Areal. Credits: HENN Architekten



'The Nest' in Ottobrunn – zentraler Platzbereich als Treffpunkt im Quartier, mit hoher Aufenthaltsqualität und klarer Gestaltung. Credits: HENN Architekten



Bauabschnitt C von 'The Nest' in Ottobrunn: Teilbereich des Areals, 1. Bauabschnitt

Bevor der Architekt den ersten Strich macht, sollte man vielleicht erst den Soziologen fragen – weil Immobilien zwar gebaut werden, aber am Ende immer für Menschen funktionieren müssen.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen vom 'Projektentwicklerdreieck' – wo setzt die GIEAG dabei an?

Benjamin Johansson: Ideen und Grundstücke sind vorhanden, und grundsätzlich steht auch Eigenkapital zur Verfügung. Gleichzeitig ist Kapital in der Projektentwicklung naturgemäß über längere Zeiträume gebunden, insbesondere solange Projekte noch nicht realisiert oder veräußert sind. Deshalb setzen wir auf strategische Kapitalpartner, um Projekte schneller und stabiler umzusetzen. Uns ist dabei wichtig: „Skin in the game“. Also nicht: „Wir gehen mit 0 rein und der Partner bringt 100“, sondern gemeinsam investieren. Und wir wollen kein kleinteiliges, schwer steuerbares Finanzierungsgeflecht mit vielen Einzelgläubigern – das kann in Krisen gefährlich werden.

Wirtschaftsforum: Ein konkretes Beispiel ist 'Kwartier Homes' in Karlsruhe. Was war dort die Herausforderung?

Benjamin Johansson: Kwartier Homes ist ein Wohnprojekt mit circa 220 Einheiten. Es war schon weit – inklusive Baugrube – und sollte über einen Forward Deal global verkauft werden. Dann kam die Krise, der Investor zog sich zurück, das Projekt stand faktisch still. Gleichzeitig gab es technischen und zeitlichen Druck: eine viergeschossige, wasserdichte Baugrube, Kurzzeitanker mit normativ definierter Haltbarkeit. Wir sind damit offen auf die Stadt zugegangen, haben mit Gutachten und Sensorik gearbeitet, um Stabilität nachzuweisen, und gemeinsam Optimierungen umgesetzt – etwa ein Mobilitätskonzept, um Stellplätze zu reduzieren und die Tiefgarage zu verkleinern. Auf dieser Basis konnten wir einen Kapitalpartnerprozess starten und das Projekt just in time wieder in Gang bringen.

Wirtschaftsforum: Und der Blick nach vorn: Was ist Ihre Vision, worauf fokussieren Sie sich?

Benjamin Johansson: Strategisch bleiben wir bei den beiden Zweigen Projektentwicklung und Bestandshaltung. Wir wollen effizienter und digitaler werden – und gesund wachsen. Weiterhin möchten wir uns Kapitalpartnern öffnen, um Synergien aus Anlagekapital und Kompetenz zu erzeugen. Ein Fokus ist ein Mammutprojekt in Ottobrunn bei München: Dort haben wir nach einem fünfjährigen Prozess Baurecht erhalten. Für 'The Nest' sehen wir Schwerpunkte wie KI, Digitalisierung, Forschung und Entwicklung, wie zum Beispiel Robotik und – verändert durch die Zeitenwende – auch Defense-nahe Themen wie Cybersecurity oder Sensorik; zusätzlich prüfen wir etwa ein Data-Center mit 26 MW. Mit dem ersten Bauabschnitt, der zu circa 60% bereits vermarktet ist, wollen wir noch dieses Jahr starten. Gleichzeitig ist klar: So ein Projekt muss auf mehreren Schultern verteilt werden – über Joint Venture-Partner oder weitere Entwickler, damit es schneller Wirkung entfaltet.



Bauabschnitt C: Modern gestaltete Baukörper und flexibel nutzbare Flächen, 1. Bauabschnitt



KONTAKTDATEN

GIEAG Immobilien AG
Nymphenburger Straße 64
80335 München
Deutschland
☎ +49 89 290516-0
info@gieag.de
www.gieag.de

Zwischen Strommarkt, Speicher und Stabilität

Die Energiewende verlangt nach Photovoltaiklösungen, die wirtschaftlich tragfähig und langfristig planbar sind. Neben der reinen Stromerzeugung rücken Speicher, Vermarktung und Systemintegration in den Fokus. Die LIME GmbH – Deutsches Solarzentrum hat sich auf umfangreiche PV-Projekte im B2B-Umfeld spezialisiert und kombiniert Dach- und Freiflächenanlagen mit intelligenten Speicherlösungen für Investoren und Unternehmen.



Die Photovoltaikanlage des ATSV Forchheim, Bayern mit 207,46 kWp ist ein Beispiel für das Dachpachtmodell von LIME: Der Verein verpachtet seine Dachfläche langfristig und erhält die Pacht vorab, während Planung, Bau und Betrieb der Anlage übernommen werden

Während die Solarbranche von starken Zyklen geprägt ist, setzt die LIME GmbH konsequent auf Kontinuität. Wachstum um jeden Preis ist nicht das Ziel. „Ich brauche nicht jedes Jahr mehr Umsatz – entscheidend ist eine gewisse Konstanz“, betont Geschäftsführer Peter Schmelz. Förderkultissen, politische Richtungswechsel und Marktverwerfungen gehören für ihn zum Alltag. „Neu ist vor allem die Geschwindigkeit und die Unvorhersehbarkeit, mit der sich die Rahmenbedingungen ändern.“

Stabilität als Voraussetzung

Aus dieser Haltung ergibt sich ein klarer Fokus auf Stabilität, der alle Unternehmensbereiche prägt.

Projekte werden heute deutlich selektiver ausgewählt als früher. „Früher hat man vieles gemacht, heute schaut man sehr genau hin“, sagt Peter Schmelz. Entscheidend ist, ob ein Projekt technisch sauber umsetzbar ist, wirtschaftlich trägt und strategisch zur Ausrichtung des Unternehmens passt. LIME versteht diese Zurückhaltung nicht als Verzicht. „Stabilität ist für uns die Voraussetzung, um in einem komplexen Markt langfristig handlungsfähig zu bleiben.“

Mehrwert durch Speicher

Ein zentrales Unterscheidungsmerkmal von LIME ist die Verknüpfung von Photovoltaik und Stromspeichern. Insbesondere

bei Freiflächenprojekten sind Speicherlösungen heute fester Bestandteil der Planung. Ziel ist es, Marktverwerfungen wie Negativstrompreise abzufedern und die Erlöse für Investoren zu stabilisieren. „Wir produzieren nicht nur Strom – wir sorgen dafür, dass er zum richtigen Zeitpunkt genutzt oder vermarktet wird“, sagt der Geschäftsführer. Beim Speichertrading steuert eine KI den Ein- und Verkauf von Strom an der Börse. Strom wird bei Überangebot aufgenommen und bei Knappheit wieder eingespeist. „Das passiert datenbasiert und automatisiert“, betont Peter Schmelz. Neben der wirtschaftlichen Komponente sieht er darin

Interview mit
Peter Schmelz,
Geschäftsführer und
Vertriebsleiter
der LIME GmbH – Deutsches
Solarzentrum

auch einen systemischen Nutzen: „Speicher helfen, Netzschwankungen auszugleichen und den Bedarf an teuren Reservekraftwerken zu reduzieren.“ Das stärkt aus seiner Sicht sowohl die Versorgungssicherheit als auch die Wirtschaftlichkeit.

Herausforderung Regulierung

Mit Blick auf die politischen und regulatorischen Rahmenbedin-

gungen verweist der Geschäftsführer insbesondere auf die begrenzte Planungssicherheit für Investitionen: „Die schlechteste Entscheidung ist besser als keine Entscheidung.“ Gerade bei Freiflächen- oder Speicherprojekten ziehen sich Genehmigungsverfahren häufig über einen langen Zeitraum und sind mit hohen Vorlaufkosten verbunden. „Da sind schnell sechsstellige Beträge investiert, bevor überhaupt klar ist, ob gebaut werden darf“, fügt er hinzu. Politisch angekündigte Beschleunigungen der Verfahren kommen in der Praxis bislang nur begrenzt an. Entscheidungen werden häufig vertagt oder sind nachgelagert. Für ein projektgetriebenes Geschäftsmodell bedeutet diese Situation eine anhaltende Unsicherheit – nicht nur finanziell, sondern auch in der langfristigen Planung gegenüber Investoren und Partnern.

Mehr als Strom liefern

Neben klassischen Gewerbe- und Industriedächern hat LIMES ein eigenes Dachpachtmodell etabliert, das insbesondere bei Sportvereinen und Verbänden auf großes Interesse stößt. Dächer werden langfristig gepachtet, die Eigentümer erhalten die Pacht häufig im Voraus für einen Zeitraum von bis zu 20 Jahren. „Gerade im Amateurbereich fehlt es an finanziellen Spielräumen – über die Dachpacht schaffen wir sofortige Liquidität“, erklärt Peter Schmelz. Für viele Vereine eröffnet sich damit die Möglichkeit, dringend benötigte Investitionen zu tätigen

oder laufende Kosten zu decken, ohne selbst Kapital aufbringen zu müssen. LIMES übernimmt Planung, Bau und Betrieb der Anlagen. Zu den realisierten Projekten zählen Vereinsanlagen, Stadien sowie große öffentliche und institutionelle Dachflächen. Für das Unternehmen verbinden sich hier wirtschaftliche Tragfähigkeit, langfristige Nutzungskonzepte und gesellschaftlicher Mehrwert.

Ein Marktplatz für Investoren

Mit 'PV24 exklusiv' hat LIMES zusätzlich einen eigenen Online-marktplatz für Photovoltaikanlagen geschaffen. Investoren erhalten dort einen transparenten Überblick über verfügbare

Projekte, inklusive Wirtschaftlichkeitskennzahlen, rechtlicher Rahmenbedingungen und Projektdokumentationen. Gleichzeitig können auch externe Anlagen über die Plattform angeboten werden. „Wir wollten mehr Transparenz in einen Markt bringen, der für viele Investoren schwer durchschaubar ist“, sagt der Geschäftsführer. Der Ansatz orientiert sich bewusst an Immobilienportalen: vergleichen, prüfen, fundiert entscheiden. Vertrieb im klassischen Sinne spielt dabei kaum eine Rolle. Sichtbarkeit entsteht vielmehr über Vertrauen, gewachsene Netzwerke und langjährige Beziehungen, etwa zu Steuerkanzleien oder institutionellen Anlegern.



Die gut integrierte PV-Freiflächenanlage ermöglicht Stromerzeugung in großem Maßstab, technisch sinnvoll und raumverträglich



KONTAKTDATEN

LIMES GmbH – Deutsches
Solarzentrum
Huttenstraße 18 R
97072 Würzburg
Deutschland
☎ +49 931 2998597
info@limes-solarzentrum.de
www.limes-deutsches-solarzentrum.de

Klein, flexibel, unabhängig

Mit rund 13 festen Mitarbeitern und regionalen Baupartnern bleibt LIMES bewusst schlank organisiert. Entscheidungswege sind kurz, die Organisation flexibel. Eine Besonderheit ist die konsequente Unabhängigkeit von Banken. „Wir sind nicht bankenabhängig – das gibt uns enorme Freiheit in der Projektumsetzung“, sagt der Geschäftsführer. Zwischenfinanzierungen oder Fremdkapital seien kein Muss, sondern eine bewusste Ausnahme. Auch beim Thema Fachkräfte sieht er keinen akuten Engpass. Flexible Arbeitszeitmodelle, Homeoffice-Lösungen und faire Bezahlung hätten sich bewährt. „Wenn die Rahmenbedingungen stimmen und man den Menschen Wertschätzung entgegenbringt, bleiben sie auch“, so Peter Schmelz. Für die kommenden Jahre steht daher weniger Expansion als vielmehr Stabilität im Fokus – mit dem Ziel, Strukturen zu festigen und das Unternehmen langfristig gut aufzustellen.

Heimatverbunden. Zukunftsorientiert. Technikbegeistert!

Ein Familienunternehmen in 3. Generation steht nicht nur für Beständigkeit, sondern auch für gelebte Werte, Erfahrung und Innovationskraft. Seit vielen Jahren verbindet die Heckmeier Gebäudetechnik GmbH traditionelles Handwerk mit zukunftsorientierter Technik. Dabei geht es nicht nur um effiziente und nachhaltige Heizlösungen, sondern auch um Verantwortung gegenüber kommenden Generationen. Mit einem klaren Fokus auf klimafreundliche, innovative Technologien zeigt Heckmeier, wie viel Potenzial im Handwerk steckt.

Interview mit



Florian Heckmeier,
Geschäftsführer
der Heckmeier Gebäudetechnik
GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Heckmeier, Sie sind Geschäftsführer des Familienunternehmens in der 3. Generation. Wie hat sich das Unternehmen im Laufe der Zeit entwickelt?

Florian Heckmeier: Mein Großvater Josef Heckmeier gründete das Unternehmen ursprünglich als klassische Schmiede. Da wir stets offen für neue Technologien waren, sind wir heute breit aufgestellt. Neben der Planung und Installation von Heizungen, Lüftungen, Wasserleitungen,

PV-Anlagen, Bädern und Pools bieten wir zum Beispiel einen 24-Stunden-Störungs- und Notdienst an. Wir legen großen Wert auf fachkundige Beratungen. Die Technologien sind kontinuierlich komplexer geworden und wir haben uns auf diese Entwicklung eingestellt.

Wirtschaftsforum: Wie groß ist Heckmeier Gebäudetechnik heute?

Florian Heckmeier: Wir sind ein mittelständischer Betrieb am Rande von München, beschäftigen knapp 100 Mitarbeiter und setzen um die 15 Millionen EUR um. In den vergangenen Jahren konnten wir stetig wachsen. Mit der Krise in der Baubranche, insbesondere im Bereich Neubau, der 50% unserer Aufträge ausmacht, hat sich das geändert. Entgegen unserer Erwartungen konnten wir unseren Wachstumskurs im vergangenen Jahr dennoch fortsetzen.



Edles Design und moderne, nachhaltige Energietechnik in perfekter Harmonie

Wirtschaftsforum: Heckmeier wächst gegen den Trend. Woran liegt das?

Florian Heckmeier: Ein großer Vorteil ist unsere breite Aufstellung; wir haben uns nie spezialisiert und konnten so Marktschwankungen leichter kompensieren. In Zeiten, in denen wenig neu gebaut wird, können wir uns beispielsweise stärker auf Sanierungen oder PV-Anlagen

konzentrieren. Aufgrund unserer Größe sind wir auch bei komplexeren Bauvorhaben ein professioneller Partner. Nicht zuletzt profitieren wir von unserer Lage; wir sind vor allem im Norden Münchens tätig, einer Region mit hoher Kaufkraft.

Wirtschaftsforum: Heckmeier hat sich mit den Technologien weiterentwickelt. Wie drückt sich diese Affinität zu neuer Technik im Portfolio aus?



Heckmeier arbeitet zu 80% für Privatkunden. Schwimmbadtechnik bildet dabei eine wichtige Säule



Eine Wellness-Oase im eigenen Garten – Heckmeier realisiert Träume



Egal ob Fußbodenheizung, Pool, Wärmepumpe oder PV-Anlage – Heckmeier überzeugt mit Erfahrung und Kompetenz

Florian Heckmeier: Wir sind in einer Branche aktiv, die sich in den letzten Jahren deutlich gewandelt hat. Der Trend geht weg von fossilen Energien hin zu alternativen Quellen. Wärmepumpen sind derzeit sehr gefragt und in meinen Augen alternativlos. Wir beschäftigen uns schon seit 20, 25 Jahren mit diesem Thema und waren ein Vorreiter in der Branche. Da Wärmepumpen heute so gefragt sind, gibt es immer mehr Firmen, die sie installieren. Wir können uns hier mit unserer jahrzehntelangen Erfahrung abheben und haben hoch qualifizierte Mitarbeiter, die nicht nur professionell installieren, sondern auch reparieren. Wärmepumpenanlagen bilden unser heutiges Kerngeschäft und bieten auch in Zukunft großes Potenzial. Wir versuchen, in jedem Gebäude eine Wärmepumpe zu installieren, auch in Altbauten. Die Industrie hat inzwischen gute Anlagen auf den Markt gebracht, die auch im Hochtemperatursegment fahren können. Laufen die staatlichen Förderungen nicht aus, werden sich auch in der Sanierung weiter gute Aufträge generieren lassen.

Wirtschaftsforum: Wie lange sind Sie bereits im Unternehmen tätig? War es von Anfang an klar, dass Sie in die Fußstapfen Ihres Vaters treten würden?

Florian Heckmeier: Ich bin seit 2008 im Unternehmen, habe hier meine Ausbildung absolviert und konnte mir nie vorstellen, etwas anderes zu machen. Mir war immer wichtig, die Kontinuität des Familienunternehmens sicherzustellen. Zudem sind wir in einem zukunftssträchtigen Bereich tätig, der angesichts der Energiewende spannende Perspektiven bietet und weiterhin ein wichtiger Wirtschaftszweig sein wird. Dennoch haben wir seit mehreren Jahren das Problem, qualifizierte Mitarbeiter zu finden. Um dem entgegenzuwirken, setzen wir unter anderem auf gezieltes Social Media-Marketing. Mit der zunehmenden Technologisierung hat sich das Berufsbild signifikant verändert. Die Arbeit ist körperlich weniger anstrengend als noch vor Jahren, dafür technologisch anspruchsvoller. Ich hoffe, dass sich wieder mehr junge Men-

schen für den Beruf begeistern werden. Wir haben hier eine sehr geringe Mitarbeiterfluktuation und Mitarbeiter, die seit 40 Jahren bei uns sind. Diese lange Betriebszugehörigkeit spricht für eine interessante Tätigkeit und ein gutes Betriebsklima.

Wirtschaftsforum: Sie gehen davon aus, dass die Wärmepumpe auch in Zukunft eine tragende Säule der Energiewende sein wird. Welche langfristigen Pläne haben Sie für die Heckmeier Gebäudetechnik?

Florian Heckmeier: Auch langfristig sehe ich den Betrieb in seiner jetzigen Größe am jetzigen Standort. Wir wollen kein Wachstum um jeden Preis, sondern auch in Zukunft solide Arbeit für unsere Kunden leisten und ein zuverlässiger Arbeitgeber sein. Es wäre schön, wenn die Industrie weitere innovative Technologien auf den Markt bringen würde, die wirtschaftlich und umweltfreundlich sind. Wir waren schon immer experimentierfreudig und wären unter den Ersten, die sich damit beschäftigen würden. Ansonsten



Heckmeier steht für effiziente Technik mit Herzblut

wünsche ich mir von der Politik eine klarere Linie für mehr Planungssicherheit sowie weniger bürokratische Hindernisse.



KONTAKTDATEN

Heckmeier Gebäudetechnik GmbH
Loipertshausener Straße 2
85301 Sünzhausen
Deutschland
☎ +49 8444 92740
info@heckmeier.com
www.heckmeier.com

Zellen verstehen, Leben verbessern



Aus einer universitären Idee entstand ein international tätiges Hightech-Unternehmen: Die ibidi GmbH entwickelt Zell-Biochips und Systeme für die moderne Mikroskopie. Mit Fokus auf 3D-Zellkultur, dem Ziel, Tierversuche langfristig ersetzen zu können, sowie einem Schwerpunkt auf Immunonkologie das Unternehmen auf dem Weg, Weltmarktführer für Systeme zur Analytik lebender Zellen außerhalb des Körpers zu werden.



Interview mit
Dr. Roman Zantl,
Geschäftsführer
und

Dr. Valentin Kahl,
Geschäftsführer
der ibidi GmbH

Die ibidi GmbH entstand vor rund 25 Jahren aus der Technischen Universität München und der LMU

München. Die Gründer arbeiteten damals selbst mit hochauflösender Mikroskopie und suchten nach besseren Lösungen für die Zellbeobachtung. „Wir sind eigentlich eine Ausgründung aus der TU München und der LMU München und haben die Idee im Rahmen unserer Doktorarbeiten entwickelt. Unser Ziel war es von Anfang an, bessere Trägersysteme für die hochauflösende Mikroskopie zu schaffen“, erklärt Geschäftsführer Dr. Valentin Kahl. Aus einer ersten Idee zur DNA-

Analyse entwickelte sich rasch ein klarer Fokus: innovative Träger für die Lebendzellmikroskopie. Statt klassischer Glaslösungen setzte ibidi früh auf spezielle Kunststoffe mit vergleichbarer optischer Qualität, die sich flexibler verarbeiten lassen. „Wir haben Kunststoffe identifiziert, die genauso dünn und optisch hochwertig sind wie Glas, aber wesentlich einfacher zu verarbeiten. So konnten wir aus der klassischen Petrischale einen Zell-Biochip entwickeln“, so Dr. Valentin Kahl. Dieser Schritt

legte den Grundstein für das heutige Kerngeschäft.

Werkzeuge für die Forschung von morgen

Im Mittelpunkt stehen sogenannte Zell-Biochips sowie passende Peripheriegeräte. Sie ermöglichen es, lebende Zellen unter Bedingungen zu untersuchen, die dem menschlichen Körper möglichst nahekommen. Temperatur, CO₂-Gehalt und Sauerstoffkonzentration werden präzise reguliert. Geschäftsführer Dr. Roman Zantl



Ideal für die Bildgebung von lebenden Zellen: ibidi Kammer-Objektträger



Die Mehrheit der Kunden von ibidi stammt aus dem universitären Bereich, Forschungsinstituten und öffentlichen Einrichtungen. Auch die Pharmaindustrie zählt zum Kundenkreis

beschreibt den Ansatz so: „Wir haben sehr früh begonnen, Zellen nicht nur zweidimensional zu kultivieren, sondern in eine körperähnliche, physiologische Umgebung zu bringen. Wenn man Zellen in Kanäle setzt und Fluss anlegt, verhalten sie sich völlig anders als auf einer statischen Oberfläche.“ Damit war ibidi ein Vorreiter dessen, was heute unter 3D-Zellkultur und Organmodellen bekannt ist. Das Unternehmen versteht sich dabei als Technologiepartner der Forschung. „Es gehört zu unserem Selbstverständnis, dass man für einen komplexen Mikroskopie-Assay bei ibidi eine Lösung findet. Wir arbeiten selbst im Labor und entwickeln gemeinsam mit unseren Kunden neue Anwendungen“, betont Dr. Roman Zantl. Rund drei Viertel des Umsatzes entfallen auf Verbrauchsprodukte, ein weiteres Viertel auf Geräte.

Die Forschung als Hauptkunde

Etwa 80% der Kunden stammen aus Universitäten, Forschungsinstituten und öffentlichen Einrichtungen, weitere 20% aus

der Pharmaindustrie. „Unsere Produkte werden vor allem in der Grundlagenforschung eingesetzt, aber auch in hoch spezialisierten Assays der Pharmaindustrie. Es sind High-End-Anwendungen, die von qualifizierten Experten durchgeführt werden“, erläutert Dr. Valentin Kahl. ibidi ist international aufgestellt. Rund 30% des Umsatzes werden in Deutschland erzielt, 70% weltweit. Die USA spielen eine wichtige Rolle. „Wir sind noch in einer klaren Wachstumsphase. Gerade in den USA sehen wir großes Potenzial, weil dort noch viel Territorium nicht vollständig erschlossen ist“, sagt Dr. Roman Zantl. Insgesamt erwirtschaftet das Unternehmen im Endkundenbereich einen Umsatz von rund 20 bis 25 Millionen EUR.

Ersatz von Tierversuchen

Ein zentrales Zukunftsthema ist der Ersatz von Tierversuchen. „Tierversuche sind nicht immer gut geeignet, um menschliche Erkrankungen realitätsnah abzubilden. Deshalb entwickeln wir Systeme, mit denen man Organoid und Sphäroide stabil kultivie-

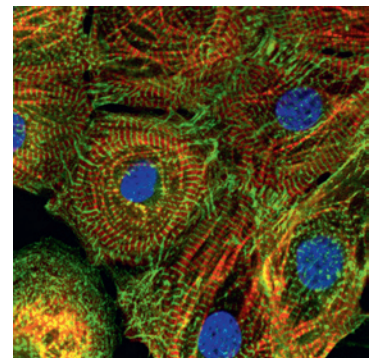
ren und analysieren kann“, erklärt Dr. Roman Zantl. Dazu gehören Perfusionssysteme, spezielle Kammern und neue Materialien, die eine bessere Versorgung der Zellmodelle ermöglichen. Auch die Immunonkologie steht im Fokus. „Bei Krebserkrankungen geht es nicht nur darum, dass Zellen unkontrolliert wachsen, sondern auch darum, dass das Immunsystem sie nicht erkennt. Wir entwickeln Werkzeuge, mit denen sich die Wechselwirkung zwischen Immunzellen und Krebszellen gezielt untersuchen lässt“, beschreibt Dr. Valentin Kahl. Ziel sei es, Therapien präziser und schonender zu machen. Langfristig verfolgt ibidi ein klares Ziel. „Wir wollen Weltmarktführer für Systeme zur Analytik lebender Zellen außerhalb des Körpers werden. Immer wenn Zellen über längere Zeit kultiviert und mikroskopisch untersucht werden, sollen unsere Produkte im Spiel sein“, formuliert Valentin Kahl den Anspruch. Für Roman Zantl liegt der Antrieb auch in der Nähe zur Wissenschaft: „Es ist äußerst inspirierend, auf Konferenzen zu sehen, welche Fortschritte in



KONTAKTDATEN

ibidi GmbH
Lochhamer Schlag 11
82166, Gräfelfing
Deutschland
☎ +49 89 52046170
info@ibidi.de
www.ibidi.com

der Krebsforschung oder Neurowissenschaft erzielt werden. Wenn wir mit unseren Technologien einen kleinen Beitrag dazu leisten können, ist das eine enorme Motivation.“



Fluoreszenzmikroskopie: Angefärbte lebende Zellen unter dem Mikroskop



Im Labor unverzichtbar: Inkubatoren



Zellkultur-Kammerobjektträger



Bei Obra ist jeder Mitarbeiter gefragt, sich einzubringen

Interview mit



Martin Weihe,
Geschäftsführer
der Obra Bautenschutz GmbH

Wachstum trotz Baukrise

Dank seines breiten Leistungsportfolios konnte die Obra Bautenschutz GmbH in den letzten Jahren trotz einer rückläufigen Marktentwicklung weiter wachsen und ihr Tätigkeitsspektrum noch umfassender ausbauen: Im Interview mit Wirtschaftsforum verriet Geschäftsführer Martin Weihe, warum eine unbedingte Termintreue gerade in seinem Geschäftsfeld unabdingbar für den Unternehmenserfolg ist – und welche Impulse er sich von neuen jungen Kollegen auf der Führungsebene verspricht.



Kompetenz und Erfahrung: Nur so lassen sich Termintreue und Qualität gewährleisten



In den letzten Jahren konnte Obra sein Leistungsversprechen noch erweitern

Wirtschaftsforum: Herr Weihe, wie hat Obra die vergangenen turbulenten Jahre in der Baubranche erlebt?

Martin Weihe: Aufgrund unserer breiten Ausrichtung im Markt sind wir bis zum heutigen Tage gut durch diese Zeit gekommen –

das liegt zuallererst an unserem umfangreichen und vielfältigen Portfolio, das sich von Bauwerk-instandsetzungen über Industriebodenbeschichtungen bis hin zu vielfältigen Rohbaumaßnahmen und zahlreichen weiteren Tätigkeiten erstreckt. Unser Fokus lag dabei in den letzten Jahren

vornehmlich auf der Instandsetzung im Industriesektor, wo wir bei Großunternehmen trotz einer schwierigen gesamtwirtschaftlichen Lage keine Zurückhaltung in der Sanierungs- und Investitionsbereitschaft erkennen mussten. So konnten wir uns in den letzten Jahren personell und

unternehmerisch sogar noch verstärken und unser Portfolio weiter ausbauen, etwa durch noch umfassendere Leistungen in der Betoninstandsetzung, gerade auch im tragwerksrelevanten Umfeld, wo wir bereits über eine breite Expertise verfügen.



Ein fairer Umgang miteinander prägt das Bild: sowohl gegenüber den Mitarbeitern als auch in der Zusammenarbeit mit den Kunden



In der Bauwerksanierung und -instandsetzung besteht keine nennenswerte Zurückhaltung bei der Investitionsbereitschaft, erläutert Martin Weihe



KONTAKTDATEN

Obra Bautenschutz GmbH
Max-Born-Straße 17
68169 Mannheim
Deutschland
☎ +49 621 321530
info@obra.de
www.obra.de

Wirtschaftsforum: Worin sehen Sie die weiteren Gründe für diese beständige Auslastung trotz Wirtschaftskrise?

Martin Weihe: Eine zentrale Erfolgsgrundlage von Obra liegt in unserer extremen Flexibilität, in deren Zuge wir teilweise sogar Just-in-Time-Instandsetzungen anbieten können. Denn viele Sanierungsmaßnahmen in der Industrie resultieren aus kurzfristigen Stillständen, wo dann in sehr kurzer Zeit ein großes Investitionsvolumen verlässlich abgewickelt werden muss, weil die dazu erforderliche parallele Abschaltung der Maschinen- und Anlagentechnik nicht über einen langen Zeithorizont möglich ist. Unser erfahrenes Personal kann sich perfekt auf derart komplexe Situationen einstellen und gemeinsam mit dem Kunden hierfür das jeweils optimale Konzept entwickeln und konsequent umsetzen.

Wirtschaftsforum: Welche Werte prägen dabei die Zusammenarbeit mit Ihren Kunden?

Martin Weihe: Unser Vertrauensverhältnis basiert nicht nur auf einer unbedingten Termintreue, sondern auch auf einem fairen Umgang miteinander und einer größtmöglichen Flexibilität. Denn bei der Sanierung im Industriebereich ist zu Beginn eines Projekts meist noch nicht konkret absehbar, welche Maßnahmen am Ende tatsächlich vonnöten sein werden, um eine zielgerichtete Lösung umzusetzen. Obra kann dank seiner Erfahrung auch äußerst kurzfristig auf neue Begebenheiten reagieren – und damit für alle Seiten einen überzeugenden Erfolg sicherstellen.

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist inzwischen auch das Thema Nachhaltigkeit für Sie und Ihre Kunden?

Martin Weihe: Als Teil der Sax + Klee-Gruppe treiben wir die Integration der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsdimensionen in unser unternehmerisches Handeln konsequent voran und setzen dabei eine Vielzahl von

verschiedenen Impulsen um: So sind alle verfügbaren Betriebsflächen von Obra inzwischen mit Photovoltaikanlagen ausgestattet. Darüber hinaus haben wir einen beachtlichen Teil unseres Fuhrparks bereits auf Fahrzeuge mit Elektroantrieb umgestellt, einschließlich der Anschaffung von bisher vier E-Sprintern – weitere werden folgen, während auch unser Maschinen- und Anlagenpark sukzessive auf Elektrolösungen umgestellt wird. Die Aufstockung unseres Bürogebäudes haben wir derweil in nachhaltiger Holzbauweise ausgeführt, wovon auch eine besondere Strahlkraft für Obra als Unternehmen und als attraktiver Arbeitgeber ausgehen soll. Diesen Weg wollen wir in den nächsten Jahren in der gesamten Unternehmensgruppe konsequent beschreiten.

Wirtschaftsforum: Welche Veränderungen wird Obra in nächster Zeit durchlaufen?

Martin Weihe: In den letzten vier Jahren haben wir uns unter anderem in der Geschäftsleitung und auf weiteren Führungsebenen personell etwas verjüngen kön-

nen, was mich sehr freut: Denn dadurch kommen neue Perspektiven und auch eine gewisse neue Rasanze in das Unternehmen, wovon am Ende die gesamte Organisation profitiert. Diese zukunftsorientierte Frische soll so auch in den nächsten Jahren eine neue Dynamik bei Obra entfachen.

Wirtschaftsforum: Worin liegt Ihre persönliche Motivation, diesen Wandel mitzugestalten?

Martin Weihe: Ich bin jetzt Anfang 50, und ich habe eine unbändige Freude daran, mit intelligenten jungen Menschen zusammenzuarbeiten, die mit Ehrgeiz, Optimismus und Sachverstand neue Impulse in unser Unternehmen einbringen, indem sie viele Dinge aus anderen Blickwinkeln betrachten und sich neue Wege für unsere gemeinsame Zukunft bei Obra überlegen. So entsteht auch ein gewisser konstruktiver Druck – und nur unter Druck entstehen Diamanten.

Wenn Qualität Leben rettet



Der Blisterwürfel zeigt die strukturiert portionierte Medikamentenausgabe

Die Verblisterung von Arzneimitteln könnte die Patientensicherheit revolutionieren. Doch während technisch bereits Weltspitze erreicht ist, hinkt der rechtliche Rahmen dramatisch hinterher. Die Deutsche Blistergesellschaft arbeitet mit Fehlerquoten im Nanobereich, während manuelle Tablettenstellung eine Fehlerrate von 3% aufweist. Hans-Werner Holdermann, geschäftsführender Gesellschafter des Familienunternehmens, spricht über 150 Jahre Apothekergeschichte, technologische Führerschaft und die Herausforderungen eines unregulierten Marktes.

Interview mit



Hans-Werner Holdermann,
Geschäftsführer
der Deutsche Blistergesellschaft
mbH

Wirtschaftsforum: Herr Holdermann, Ihr Unternehmen blickt auf eine lange Familientradition zurück. Wie kam es zur Spezialisierung auf die Verblisterung?

Hans-Werner Holdermann: Das ist das Ergebnis von 150 Jahren Apothekergeschichte der Familie Holdermann. Wir sind seit vier Generationen eine Apotheker-Familie und waren insbesondere in den letzten drei Generationen sehr stark im vollversorgenden Pharmagroßhandel tätig. Die Idee war eigentlich ganz einfach: So wie der Stahlhändler auf die Baustelle zugeschnittene Stahlträger liefert, sollte auch der Pharmagroßhändler genau portionierte Tabletten in

die Apotheke schicken. Das war gedacht als Veredlungsabteilung des Pharmagroßhandels. Da sich aber die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Pharmagroßhandel über die letzten 50 Jahre verschlechtert haben, hat sich die Familie entschieden, nur noch den Teil der Verblisterung zu behalten und alle anderen Unternehmensanteile zu verkaufen.

Wirtschaftsforum: Wie ist die Deutsche Blistergesellschaft heute aufgestellt?

Hans-Werner Holdermann: Wir haben 70 Mitarbeiter und machen aktuell 8 bis 9 Millionen EUR Umsatz. Der große Vorteil der Verblis-

terung ist, dass wir als nationaler Anbieter über Nacht jede Apotheke in Deutschland anfahren können, teils mit eigenen Kurierdiensten, teils über Kooperationspartner im Pharmagroßhandel. Von Baden-Baden aus können wir problemlos Bremen, Dresden, München und Berlin bedienen.

Wirtschaftsforum: Die Coronapandemie hat viele Branchen hart getroffen. Wie haben Sie diese Phase erlebt?

Hans-Werner Holdermann: Die Einbruchstendenz war brutal. Wir haben innerhalb von wenigen Monaten zwischen 20 und 30% unserer zu beliefernden Patienten

verloren, weil die Impfungen zu spät gestartet sind. Ganze Heime sind da entvölkert worden innerhalb von wenigen Wochen. Die fehlende Impfpflicht war das Todesurteil für viele alte Menschen.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Ihr Unternehmen von anderen Anbietern?

Hans-Werner Holdermann: Wir waren das erste Unternehmen in Deutschland, das vor 18 Jahren die optische Erkennung der





Die automatisierte Verblisterung unter GMP-Bedingungen gewährleistet weltweit einzigartige Sicherheit und Genauigkeit



Präzise entblisternd – für maximale Sicherheit in jedem weiteren Prozessschritt

Blisterinhalte eingeführt hat. Wir haben Reklamationsquoten von eins zu mehreren Millionen verpackter Tabletten. Das Institut für Qualität und Wirtschaftlichkeit im Gesundheitswesen (IQWiG) hat die Zahl bestätigt, dass das manuelle Stellen von Arzneimitteln eine 3%ige Fehlerquote beinhaltet. Wenn Sie das auf 250.000 Tabletten rechnen, die bei einem durchschnittlichen Heim von 70 bis 80 Bewohnern im Jahr verabreicht werden, da kann sich jeder ausrechnen, was 3% Fehlerquote bedeuten im Vergleich zu einer Fehlerquote im Nanobereich. Als einziges Blisterzentrum weltweit garantieren wir die Übereinstimmung von Medikationsplan und Blisterinhalt auch datentechnisch. Darauf haben wir ein Patent.

Wirtschaftsforum: Trotz dieser technischen Exzellenz kämpfen Sie mit regulatorischen Herausforderungen. Woran liegt das?

Hans-Werner Holdermann:

Auf der einen Seite haben wir Hightech vom Feinsten und versorgen die Patienten auf absolut höchstem Niveau. Mehr geht gar nicht, weil kein Land auf der Welt außer Deutschland unter GMP-Bedingungen verblisternd. Das machen nur wir in Deutschland. Auf der anderen Seite sind wir von der politischen und organisatorischen Seite her auf Drittwelt-Niveau. Deutschland ist vermutlich eines der ganz wenigen Länder, wo die Fremdverblisterung wirklich unter GMP-Bedingungen läuft. In anderen Ländern ist das rechtlich gesehen eine ausgegliederte Apothekenabteilung. Die Rabattverträge haben das Verblistern extrem verteuert und verkompliziert. Bei der Einführung des E-Rezepts haben sich DAV und SpäBu darauf geeinigt, dass immer die Chargennummer zu jedem Rezept mitgeteilt werden muss, obwohl es keinerlei Rechtsgrundlage

hierfür gibt. Das bedeutet für uns, dass wir praktisch jederzeit vor dem Nichts stehen, solange es keine explizite rechtskonforme Lösung gibt. Die Apotheke kennt bei der Abrechnung die Chargennummer bei verblisternd abgegebenen Tabletten ja gar nicht. Sie bekommt sie erst mit, wenn der Blister kommt. Diese getrennten logistischen Vorgänge werden vertragsrechtlich in Deutschland nicht zur Kenntnis genommen. Die ganze Rechtssystematik des Verblisternd beruht auf einer wackeligen Konstruktion.

Wirtschaftsforum: Was müsste sich aus Ihrer Sicht ändern?

Hans-Werner Holdermann:

Abgesehen von der Lösung des obengenannten Problems brauchen wir keine Anpassung der Arzneimittelpreisverordnung. Das ist gar nicht notwendig, weil unsere Dienstleistung permanent



KONTAKTDATEN

Deutsche Blistergesellschaft mbH
Rheinstraße 201
76532 Baden-Baden
Deutschland
☎ +49 7221 50015
info@deutsche-blister.de
www.deutsche-blister.com

nachgefragt wird. Wir haben Personalmangel in den Heimen, das Verblistern wird durch die Heimaufsicht angeraten bei festgestellten Mängeln. Es müsste geklärt werden, dass die Heime das eingesparte Personal auch im Pflegesatz berücksichtigen können. Es geht nicht um Mehrkosten, sondern darum, dass Rationalisierungsergebnisse auch wirklich in Euro erwirtschaftet werden können. Das Ministerium bestreitet die Vorteile nicht, stellt sie aber auch nicht klar.

Vom Projekt-Dschungel zur klaren Roadmap



Interview mit
Christian Rawcliffe,
Geschäftsführer
der Assure Consulting GmbH

KONTAKTDATEN
Assure Consulting GmbH
Philipp-Reis-Straße 2
61267 Neu-Anspach
Deutschland
☎ +49 6081 44470
info@assure.de
www.assure.de

Wer in unsicheren Zeiten handlungsfähig bleiben will, braucht mehr als gute Absichten: Es geht um Klarheit, Prioritäten – und um konsequente Umsetzung. Genau hier setzt die Assure Consulting GmbH an. Das 2003 gegründete Beratungshaus mit Sitz in Neu-Anspach begleitet Unternehmen dabei, Strategien in wirksame Programme und Projekte zu übersetzen – vom klassischen Projektmanagement bis zu agilen Transformationen, Change Management und Portfoliosteuerung.

Für Christian Rawcliffe, Geschäftsführer der Assure Consulting GmbH, ist die aktuelle Lage geprägt von selektiveren Investitionen. „Es wird mehr darauf geachtet, in welche Initiativen Geld fließt – viele fokussieren sich eher auf Projekte von A bis D statt auf das ganze Alphabet“, sagt Christian Rawcliffe. Genau dort setzt Assure an: Mit Portfoliosteuerung, Priorisierung und transparenter Entscheidungsgrundlage hilft das Team, den Blick auf die Vorhaben zu lenken, die den

größten Beitrag zu Stabilität und Wachstum leisten.

Fokus in unsicheren Zeiten

„Wir sind über die Jahre stetig gewachsen – und haben uns immer stärker als Experten für die Umsetzung von Strategien positioniert“, sagt Christian Rawcliffe. Inhaltlich spiegelt sich das in einer klaren Spezialisierung: Neben etablierter Projekt- und Programmleitung wurden Kompetenzfelder für Agilität, Change Management sowie Portfolio- und Programm-

Management systematisch ausgebaut. „Struktur trifft Pragmatismus – wir bringen Methoden mit, aber entscheiden gemeinsam mit dem Kunden, was im konkreten Kontext wirklich passt“, betont Christian Rawcliffe. Dass dieser Ansatz Wirkung zeigt, belegen Projekte in unterschiedlichen Branchen: von komplexen Carve-outs im Industriekontext bis zur Digitalisierung operativer Kernprozesse – etwa im Umfeld großer Mobilitäts- und Infrastrukturprogramme. Gleichzeitig bleibt

der Blick nach vorn gerichtet: Mit der „Vivid Vision 2026“ definiert Assure, wie das Unternehmen seine Spezialisierung weiter vertieft und Kunden noch zielgenauer unterstützt.

KI und Partnerschaften: Mehrwert statt Hype

Ein zentrales Thema in fast jedem Transformationsprogramm ist aktuell künstliche Intelligenz. Christian Rawcliffe mahnt zur richtigen Einordnung: „Im allgemeinen Hype muss man unterscheiden: Wo ist es wirklich künstliche Intelligenz – und wo reden wir eigentlich über Prozessautomatisierung?“, gibt er zu bedenken. Assure baut dafür intern Expertise auf, unter anderem mit einem Team, das KI-Anwendungsfälle im Projektmanagement bewertet und in die Praxis überführt. Trotz aller Technologie bleibt für Christian Rawcliffe der Mensch entscheidend. „Die menschliche Intelligenz steckt immer noch in der Bewertung – eine künstliche Intelligenz ist zunächst einmal auch nur eine Prognosemaschine“, sagt Christian Rawcliffe. Genau deshalb versteht sich Assure Consulting als langfristiger Partner: Statt kurzer Konzeptstudien begleitet die Beratung die Umsetzung, stabilisiert Organisationen im Change und stärkt die Fähigkeit, schneller auf externe Impulse zu reagieren.

Kontakte

CH

GLAESER AG
Im Grund 16
5405 Baden
Schweiz
☎ +41 56 4833600
info@glaeser.ch
www.glaeser.ch

Messer Schweiz AG
Seonerstrasse 75
5600 Lenzburg
Schweiz
☎ +41 6288 64141
info@messer.ch
www.messer.ch

ÖSTERREICH

iSi Automotive Holding GmbH
Scheydgasse 30-32
1210 Wien
Österreich
☎ +43 1 24644
info@isi-automotive.com
www.isi.com

IT

Meyerlub s.r.l.
Via G. Pascoli 2
20009 Vittuone (MI)
Italien
☎ +39 02 9011341
export@meyerlub.it
www.meyerlub.it

DEUTSCHLAND

Assure Consulting GmbH
Philipp-Reis-Straße 2
61267 Neu-Anspach
Deutschland
☎ +49 6081 44470
info@assure.de
www.assure.de

Deutsche Blistergesellschaft mbH
Rheinstraße 201
76532 Baden-Baden
Deutschland
☎ +49 7221 50015
info@deutsche-blister.de
www.deutsche-blister.com

GIEAG Immobilien AG
Nymphenburger Straße 64
80335 München
Deutschland
☎ +49 89 290516-0
info@gieag.de
www.gieag.de

Heckmeier Gebäudetechnik GmbH
Loipertshausener Straße 2
85301 Sünzhausen
Deutschland
☎ +49 8444 92740
info@heckmeier.com
www.heckmeier.com

ibidi GmbH
Lochamer Schlag 11
82166, Gräfelfing
Deutschland
☎ +49 89 52046170
info@ibidi.de
www.ibidi.com

LIMES GmbH – Deutsches
Solarzentrum
Huttenstraße 18 R
97072 Würzburg
Deutschland
☎ +49 931 2998597
info@limes-solarzentrum.de
www.limes-deutsches-solarzentrum.de

Lyra Pet GmbH
Marktstraße 28-30
72458 Albstadt
Deutschland
☎ +49 7431 6029130
info@lyra-pet.de
www.lyra-pet.de

Obra Bautenschutz GmbH
Max-Born-Straße 17
68169 Mannheim
Deutschland
☎ +49 621 321530
info@obra.de
www.obra.de

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