

Wirtschaft im Süden



Interview:

Anders denken und überzeugen

Anke Tennigkeit, Vorstand der innovIT AG Seite 12

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Timo Szabo, Geschäftsführer der Szabo GmbH**, Seite 14
- › Interview mit **DI (FH) Michael Schranz, Geschäftsführer der Handler Bau GmbH**, Seite 24

Wirtschaft im Süden



Almir Marghella,
Geschäftsführer
DIGITERRA, powered by Crealogix



Jie Zhang,
Managing Director Europe
der GoodWe Europe GmbH

6



Florian Kunze-Scheffler,
CFO/CIO/CDO
der Kunze GmbH

8



Kurt Faltenbacher,
Geschäftsführer
der Faltenbacher Jalousienbau GmbH & Co. KG

10



Anke Tennigkeit,
Vorstand
der innovIT AG

12



Wirtschaft im Süden



Timo Szabo,
Geschäftsführer
der Szabo GmbH

14



Manuel Fink,
Geschäftsführer
der ProServ Produktionsservice und Personaldienste GmbH

16



Joachim Himmelsbach,
Geschäftsführer
der Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH

18



Silvio Stöltzel,
Gründer und Geschäftsführer
der PLU CO Immobilienvermittlungs GmbH

20



Philipp Kain,
Geschäftsführer
der Elektrizitätswerk Perg GmbH

23



DI (FH) Michael Schranz,
Geschäftsführer
der Handler Bau GmbH

24



Lukas M. Walchhofer,
geschäftsführender Gesellschafter
von STAY SPICED !

26

Kontakte Seite 27

Das Banking der Zukunft gestalten

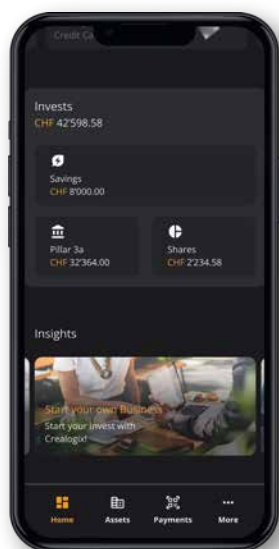
Die Bankenwelt steht unter enormem Veränderungsdruck. Neue digitale Anbieter, steigende regulatorische Anforderungen und der rasante Fortschritt im Bereich künstliche Intelligenz verändern die Erwartungen der Kunden grundlegend. Die Schweizer CREALOGIX AG zählt seit Jahrzehnten zu den Unternehmen, die diese Entwicklung aktiv mitgestalten. Mit innovativen Digital Banking-Lösungen unterstützt das Unternehmen Banken dabei, moderne Kundenerlebnisse zu schaffen und gleichzeitig bestehende Systeme flexibel weiterzuentwickeln.



Interview mit



Almir Marghella,
Geschäftsführer
DIGITERRA,
powered by Crealogix



Mobile Banking wird immer stärker zum zentralen Zugangspunkt für Finanzdienstleistungen – CREALOGIX entwickelt flexible digitale Lösungen, die Banken moderne Kundenerlebnisse und maximale Innovationsfreiheit ermöglichen

Wirtschaftsforum: Herr Marghella, Sie sind seit vielen Jahren in der Softwarebranche tätig. Was hat Sie damals an CREALOGIX besonders gereizt?

Almir Marghella: CREALOGIX war in der Schweiz schon sehr früh ein Synonym für digitales Banking. Wer vor Jahren Internetbanking genutzt hat, kam an unseren Lösungen kaum vorbei. Das Unternehmen stand immer für technologische Innovation und digitale Transformation.

Wirtschaftsforum: CREALOGIX blickt mittlerweile auf rund 30

Jahre Unternehmensgeschichte zurück. Wie hat sich das Unternehmen entwickelt?

Almir Marghella: Wir haben uns im Banking-Software-Umfeld Schritt für Schritt weiterentwickelt. Anfangs lag der Fokus auf einzelnen Softwarelösungen, später kamen durch Akquisitionen weitere Technologien hinzu – etwa Wealth Management-Lösungen in England, E-Banking-Frameworks in Spanien oder Digitalisierungslösungen für Sparkassen in Deutschland. Über die Jahre wurde das Thema E-Banking immer wichtiger. Heute

unterstützen wir Banken dabei, ihre digitalen Angebote flexibel weiterzuentwickeln und moderne Kundenerlebnisse zu schaffen.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet CREALOGIX heute von anderen Anbietern im Markt?

Almir Marghella: Unsere größte Stärke ist die hohe Flexibilität. Banken verfügen häufig über sehr komplexe und über Jahre gewachsene IT-Landschaften. Wir setzen auf den bestehenden Kernbankensystemen auf und ergänzen sie um moderne digitale Frontends, mobile Anwendungen

und Kundenschnittstellen. So können Banken ihre digitalen Angebote weiterentwickeln, ohne ihre bestehende Infrastruktur vollständig ersetzen zu müssen. Genau diese Fähigkeit zur Integration unterschiedlichster Systeme macht uns besonders stark.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen prägen den Markt aktuell besonders?

Almir Marghella: Die gesamte Bankenwelt befindet sich permanent im Umbruch. Vor allem das Kundenverhalten verändert sich massiv. Neue Anbieter wie Revolut setzen die klassischen Banken unter Druck, weil sie sehr intuitive und einfache digitale Services anbieten. Der Innovationsdruck kommt heute nicht mehr primär von den Banken selbst, sondern von den Kunden. KI wird das Banking grundlegend verändern. Die Art, wie Menschen Bankdienstleistungen konsumieren, wird sich komplett wandeln.



Mit einer flexiblen Backend-for-Frontend-Architektur schafft CREALOGIX die technologische Grundlage für den Einsatz von künstlicher Intelligenz und die schnelle Integration neuer digitaler Banking-Services

In Zukunft wird niemand mehr zehnmal durch eine App klicken wollen, um den Kontostand zu prüfen. Stattdessen wird man per Spracheingabe fragen: „Wie ist mein Kontostand?“ oder „Ist mein Gehalt eingegangen?“ Genau auf diese Entwicklung bereiten wir uns vor.

Wirtschaftsforum: Wie reagieren Sie technologisch auf diese Veränderungen?

Almir Marghella: Wir setzen auf eine sogenannte Backend-for-Frontend-Architektur. Sie bildet eine flexible Verbindungsschicht zwischen den digitalen Kanälen einer Bank und ihren bestehenden Systemen. Darüber lassen sich neue Services gezielt orchestrieren und deutlich einfacher in Mobile Banking oder Web-Anwendungen integrieren. Das gibt ihnen enorme Innovationsfreiheit.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet das konkret für Banken?

Almir Marghella: Banken können beispielsweise sehr schnell neue Angebote wie Microloans oder KI-gestützte Beratungsfunktionen integrieren. Gleichzeitig behalten sie die volle Kontrolle über ihre digitale Customer Experience. Das ist ein entscheidender Unterschied zu vielen klassischen Kernbankensystemen, die eher auf starre Strukturen ausgelegt sind.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen auch von Live mit AI. Was steckt dahinter?

Almir Marghella: Wir haben KI bereits produktiv integriert. Banken können heute schon Voice Banking oder generative KI für Beratungsprozesse einsetzen. Wir reden also nicht mehr über Zukunftsvisionen, sondern über reale Anwendungen, die bereits bei Kunden im Einsatz sind.

Wirtschaftsforum: CREALOGIX wurde kürzlich von Vencora übernommen. Welche Auswirkungen hat das auf das Unternehmen?

Almir Marghella: Vencora hat uns geholfen, unsere Marktsegmente noch klarer zu fokussieren. Früher war CREALOGIX sehr breit aufgestellt. Heute arbeiten wir in spezialisierten Geschäftseinheiten mit klar definierten Zielmärkten. Dadurch investieren wir gezielter in Innovationen und können unsere Kunden deutlich fokussierter betreuen.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele verfolgen Sie für die kommenden Jahre?

Almir Marghella: Unser Fokus liegt klar auf der Weiterentwicklung flexibler digitaler Banking-Plattformen und KI-basierter Services. Unsere innovativen Digital Banking-Lösungen bündeln wir künftig unter der Marke DIGITERRA. Damit unterstützen wir Banken dabei, neue Services schnell zu integrieren, flexibel weiterzuentwickeln und gezielt auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zuzuschneiden.



Der Hauptsitz der CREALOGIX AG in Zürich ist zugleich das Zentrum der Marke DigiTerra, unter der das Unternehmen seine innovativen Digital Banking-Lösungen bündelt



KONTAKTDATEN

CREALOGIX AG
Maneggstrasse 17
8041 Zürich
Schweiz
☎ +41 58 4048000
info@crealogix.com
www.crealogix.com



GOODWE

KONTAKTDATEN

GoodWe Europe GmbH
Perchtinger Straße 10
81379 München
Deutschland
☎ +49 89 78072890
sales.de@goodwe.com
www.goodwe.com

Für das Smart Home der Zukunft hält GoodWe zahlreiche essenzielle Komponenten bereit

Das Energieökosystem der Zukunft



Mit Photovoltaikmodulen, Wechselrichtern, Wärmepumpen und vielen weiteren Artikeln hält der chinesische GoodWe-Konzern alle wesentlichen Komponenten bereit, damit die Energiewende gelingen kann. Kein Wunder, dass das Unternehmen in den 16 Jahren seines Bestehens ein beeindruckendes Wachstum erzielen konnte – insbesondere in Europa. Managing Director Europe Jie Zhang sprach mit Wirtschaftsforum über weiteres Marktpotenzial.

Photovoltaikmodulen auch Batteriespeicherlösungen, Ladegeräte für Fahrzeuge mit Elektroantrieb, Wärmepumpen, Smart Meter sowie viele weitere Produkte und Zubehörgeräte an.



Interview mit
Jie Zhang,
Managing Director Europe
der GoodWe Europe GmbH

GOODWE

Wirtschaftsforum: Über die Hälfte seines Auslandsgeschäfts bestreitet GoodWe in Europa – zu einem signifikanten Anteil im DACH-Raum. Wie wichtig ist Deutschland für GoodWe als Wachstumsmarkt?

Jie Zhang: Der deutsche Markt ist nun einmal der größte und damit auch bedeutendste für erneuerbare Energien in Europa. Deshalb hat GoodWe schon mit dem Beginn seines Exportgeschäfts zwei Jahre nach der Firmengründung seine Europa-Zentrale in München eingerichtet. Heute ist der DACH-Raum eines von sieben Territorien, in dem wir in Europa und Zentralasien aktiv sind. Inzwischen erzielen wir außerhalb von Deutschland sogar

Wirtschaftsforum: Herr Zhang, seit seiner Gründung vor 16 Jahren konnte der chinesische GoodWe-Konzern enorme Wachstumsraten verzeichnen und dabei auf einem breiten Produktportfolio aufbauen.

Jie Zhang: Insgesamt arbeiten heute etwa 6.500 Menschen für GoodWe, circa 400 von ihnen außerhalb Chinas, und davon wiederum etwa die Hälfte in Europa. Unser Produktsortiment ist dabei klar auf unsere Mission

und Vision zugeschnitten: Wir wollen die Energiewende weltweit entscheidend vorantreiben und dabei mit allen relevanten Stakeholdern zusammenarbeiten. Vor diesem Hintergrund bieten wir neben Wechselrichtern und

höhere Wachstumsraten als in unserem einstigen europäischen Kernmarkt.

Wirtschaftsforum: Ist das primär der Rezession in Deutschland geschuldet oder eher Ausfluss einer strategischen Überlegung von GoodWe?

Jie Zhang: Ich glaube, hier spielen beide Elemente eine Rolle. Letztes Jahr blieb das Wachstum von Deutschland nun einmal hinter dem in anderen Ländern zurück. Gleichzeitig ist auch GoodWe als Organisation gereift – insbesondere im Zuge unseres Turn-arounds im letzten Jahr. Denn 2024 war das einzige Jahr in unserer Unternehmensgeschichte, in dem wir keinen Gewinn erzielen konnten, auch bedingt durch den starken Lagerbestandsaufbau bei unseren Händlern.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich GoodWe in Europa in diesem Zuge neu aufgestellt?

Jie Zhang: Bevor ich zu GoodWe kam, hatte ich ein eigenes Softwareunternehmen in Europa gegründet und viele Jahre lang bis zu meinem erfolgreichen Exit betrieben: Ich wusste daher aus eigener Erfahrung, welche Innovationskraft sich in einem Start-up-Umfeld freisetzen lässt, eben weil dort flache Hierarchien und effiziente Strukturen herrschen. Demzufolge haben wir dann auch bei GoodWe einige organisatorische Ebenen abgeschafft und arbeiten heute stärker in Teams als in Silos. Gleichzeitig haben wir spannendes Verbesserungs-

potenzial erkannt, das wir nun gezielt nutzen möchten.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele will GoodWe damit erreichen?

Jie Zhang: Wir haben in Europa ein starkes Servicenetzwerk aufgebaut, mit dem wir verdeutlichen wollen, dass wir langfristig in den europäischen Märkten präsent sein und nicht nur schnell unsere Produkte absetzen wollen. Dazu möchten wir auch in einen noch weitreichenderen Dialog mit Montagebetrieben, den Eigentümern von Liegenschaften sowie den Investoren eintreten, um auch auf der Pre- und Aftersales-Ebene eng mit allen Stakeholdern zu kooperieren. Um gerade in diesem Kontext weiterhin agil auftreten zu können, haben wir zudem unser Produktspektrum deutlich verschlankt: In der Vergangenheit führten wir zeitweise über 10.000 Artikel auf unseren Preislisten, was sowohl uns als auch unsere Kunden vor zahlreiche Herausforderungen gestellt hat. Inzwischen fokussieren wir uns auf die Kernszenarien, die für unsere Kunden tatsächlich relevant sind, und halten für jedes davon eine Handvoll Lösungen bereit, samt vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten. Darüber hinaus wollen wir in den nächsten Jahren noch deutlicher über den Residential-Markt hinauswachsen und vor diesem Hintergrund noch stärker als bisher Photovoltaikanwender aus Handel und Industrie unterstützen.

Wirtschaftsforum: Wie blicken Sie auf Basis Ihrer Erfahrung in



GoodWe wurde 2010 im chinesischen Suzhou gegründet: Dort befindet sich auch heute noch die Konzernzentrale

China und anderen europäischen Märkten auf die Energiewende in Deutschland?

Jie Zhang: Ich sehe viele positive Elemente, denn Deutschland war eines der ersten Länder, das sich überhaupt auf den Weg in die Zukunft der nachhaltigen Energieerzeugung gemacht hat. Viele andere Märkte waren da deutlich langsamer. Gleichzeitig war ich ehrlich überrascht von dem Stand der Digitalisierung, den ich vorfand, als ich zum ersten Mal aus Norwegen, wo ich seit vielen Jahren lebe, nach Deutschland kam – doch auch darin sehe ich Chancen: Man kann sich leicht vorstellen, wie viel Produktivität hierzulande erst freigesetzt werden kann, wenn wir es großen wie kleinen Unternehmen leichter machen, mit ihren Innovationen durchzustarten und die Möglichkeiten der Digitalisierung voll auszunutzen!



GoodWe will seine Stärke im Aftersales-Markt in Zukunft noch konsequenter ausspielen



Stromspeicher spielen eine Schlüsselrolle bei der Energiewende

Wenn Standard nicht hoch genug reicht



Die Zweiegearbeitsbühne RR19 von Platform Basket ermöglicht flexible Einsätze auf Straße und Schiene und zählt zu den innovativen Speziallösungen der Kunze GmbH im Bereich moderner Höhenzugangstechnik

Wer heute auf Baustellen entlang von Bahnstrecken arbeitet oder schwer zugängliche Industrieanlagen wartet, braucht mehr als Standardtechnik. Die Kunze GmbH aus Bruckmühl hat sich genau auf diese anspruchsvollen Einsatzbereiche spezialisiert. Das Familienunternehmen zählt heute zu den führenden Anbietern im Bereich Höhenzugangstechnik und setzt dabei konsequent auf Nischenlösungen, Digitalisierung und nachhaltiges Wachstum. Mit innovativen Zweiege-Arbeitsbühnen, einem stark ausgebauten Mietpark und einem neuen Unternehmensstandort stellt die Kunze GmbH die Weichen für die Zukunft.

Interview mit



*Florian Kunze-Scheffler,
CFO/CIO/CDO
der Kunze GmbH*



Die Kunze GmbH hat sich als Spezialist für anspruchsvolle Lösungen im Bereich Höhenzugangstechnik etabliert und gehört insbesondere bei Zweiege-Arbeitsbühnen für den Einsatz auf Schienen zu den führenden Anbietern in Deutschland. Die besondere Stärke des Familienunternehmens liegt in der Verbindung aus technischer Nischenkompetenz, umfassendem Serviceangebot und einer konsequent digitalisierten Arbeitsweise, die Kunden maßgeschneiderte und effiziente Lösungen ermöglicht.

Vom Pioniergeist zum Marktführer

Die Geschichte des Unternehmens begann 1989 mit einer mutigen Entscheidung. Gründer Karl Kunze kündigte seinen sicheren Arbeitsplatz, nahm einen Kredit auf und investierte in seine erste Arbeitsbühne. „Mein Bruder ist damals von Maler zu Maler gefahren und hat gesagt: ‚Die Arbeitsbühne hat Zukunft‘“, erinnert sich Florian Kunze-Scheffler, CFO/CIO/CDO der Kunze GmbH. „Damals wurde er dafür eher belächelt. Heute wissen wir, wie sich der Markt entwickelt hat.“



Ein Blick in den Mietpark der Kunze Rental GmbH zeigt die große Bandbreite moderner Arbeitsbühnen und Spezialmaschinen für unterschiedlichste Einsatzbereiche im Höhenzugang

Bereits Anfang der 1990er-Jahre erkannte man bei Kunze das Potenzial der Vermietung und baute diesen Bereich konsequent aus. Heute umfasst der Mietpark mehr als 200 Maschinen. Hinzu kommen Niederlassungen in Österreich sowie Nordrhein-Westfalen.

Besonders erfolgreich ist das Unternehmen im Bereich der Zweiege-Arbeitsbühnen, die sowohl auf der Straße als auch auf Schienen eingesetzt werden können. Gemeinsam mit dem italienischen Hersteller Platform Basket entwickelte Kunze spe-



Die Raupenarbeitsbühne Spider 54T von Platform Basket erreicht eine Arbeitshöhe von 54 m und bietet optimale Lösungen für anspruchsvolle Einsätze



Der neue Standort der Kunze GmbH in Bruckmühl vereint moderne Architektur, nachhaltige Bauweise und optimale Voraussetzungen für weiteres Wachstum

zielle Lösungen für den Einsatz auf Bahnstrecken. „Im Bereich Zweiwege-Arbeitsbühnen sind wir heute Marktführer“, erklärt Florian Kunze-Scheffler. „Keine Maschine kommt ohne unser Know-how und unsere Zulassungskompetenz auf die deutsche Schiene.“

Nischenstrategie als Erfolgsmodell

Während viele Unternehmen auf Masse setzen, verfolgt die Kunze GmbH bewusst eine andere Strategie. „Unser Ansatz war immer: Gehe in die Nische“, betont Florian Kunze-Scheffler. Genau dort habe das Unternehmen seine größten Wachstumschancen gefunden. Das zeigt sich auch bei den aktuellen Innovationen. Im Juni weiht die Kunze GmbH ihren neuen Standort in Bruckmühl offiziell ein. Gleichzeitig präsentiert das Unternehmen mit der Spider 54T die weltweit höchste Raupenarbeitsbühne ihrer Art mit 54 m Arbeitshöhe. Die Maschine eignet sich insbesondere für Windparks und schwer zugängliche Einsatzorte.

„Die Standardarbeitsbühne hat heute fast jeder Anbieter“, sagt Florian Kunze-Scheffler. „Wir konzentrieren uns dagegen auf spezielle Herausforderungen und entwickeln dafür die passenden Lösungen.“

Auch der Bereich Minikrane wird derzeit massiv ausgebaut. Die kompakten Raupenkrane passen durch schmale Türen und können dennoch mehrere Tonnen heben – ein entscheidender Vorteil bei Sanierungsprojekten und engen Baustellen.

Darüber hinaus versteht sich Kunze als „360-Grad-Lösungsprofi“ für Höhenzugangstechnik. Kunden erhalten nicht nur Maschinen, sondern auch Vermietung, Service, Schulungen, Gebrauchtgeräte und digitale Lösungen aus einer Hand. Durch die Partnerschaft mit der System Lift Gruppe stehen über 23.000 Mietgeräte an über 70 Standorten zur Verfügung.

KI als Wachstumstreiber

Ein weiterer Schwerpunkt des Unternehmens liegt auf der Digitalisierung. Die Kunze GmbH arbeitet

bereits heute mit vollständig digitalen Prozessen und setzt künstliche Intelligenz gezielt im Tagesgeschäft ein. Besonders sichtbar wird dies im Servicebereich. Jede Maschine verfügt über einen Barcode, über den Kunden digitale Supportprozesse starten können. Fotos, Fehlercodes und Videos werden automatisch an das Serviceteam übertragen und zentral dokumentiert. Zusätzlich unterstützt KI-basierte Software die Servicetechniker bei der Fehleranalyse. Systeme wie Microsoft Copilot liefern bereits automatisierte Lösungsvorschläge zu bestimmten Fehlercodes. „Wir nutzen KI mittlerweile in allen Bereichen“, sagt Florian Kunze-Scheffler. „Unser Ziel ist es, immer einen Schritt voraus zu sein.“ Die Digitalisierung trägt maßgeblich dazu bei, dass das Unternehmen trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen stark gewachsen ist. Zwischen 2020 und 2025 verdoppelte die Kunze GmbH ihren Umsatz trotz Pandemie, Lieferkettenproblemen und geopolitischen Krisen.



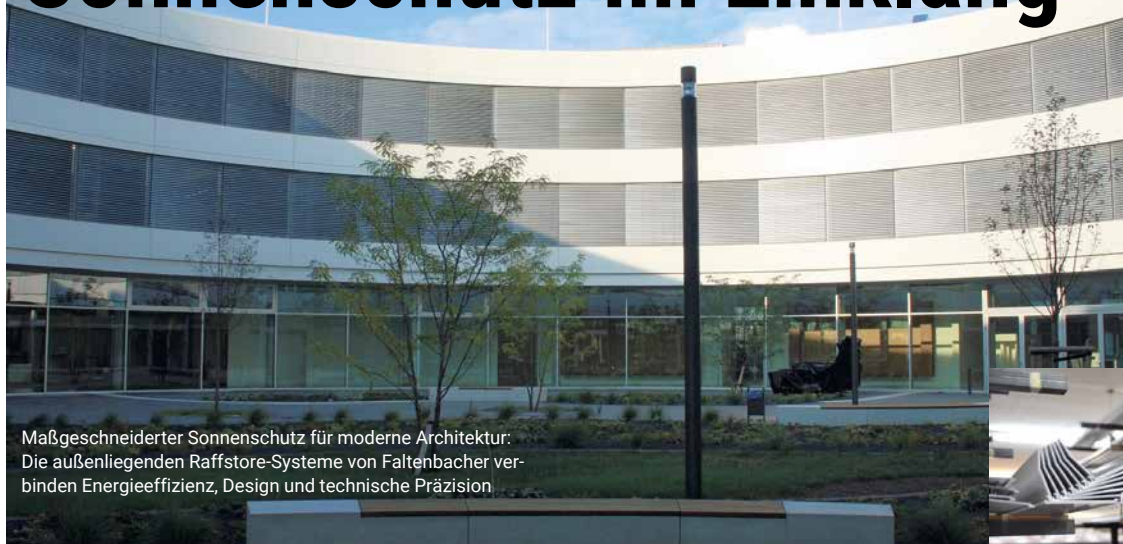
KONTAKTDATEN

Kunze GmbH
Marie-Curie-Allee 7
83052 Bruckmühl
Deutschland
☎ +49 8062 726110
marketing@kunze-buehnen.com
www.kunze-buehnen.com

Klare Werte

Trotz Wachstum und technologischem Fortschritt bleibt die Unternehmenskultur stark von familiären Werten geprägt. Die Kunze GmbH setzt bewusst auf Eigenständigkeit und möchte auch künftig ohne Investoren wachsen. Auch Nachhaltigkeit gehört fest zur Unternehmensstrategie. Der neue Standort in Bruckmühl wurde in Holzbauweise errichtet und setzt auf eine besonders gute CO₂-Bilanz. „Wir wollen unsere Position weiter ausbauen und gleichzeitig flexibel bleiben“, sagt Florian Kunze-Scheffler. „Am Ende geht es immer darum, gemeinsam mit dem Kunden die passende Lösung zu finden.“

Architektur, Technik und Sonnenschutz im Einklang



Maßgeschneiderter Sonnenschutz für moderne Architektur: Die außenliegenden Raffstore-Systeme von Faltenbacher verbinden Energieeffizienz, Design und technische Präzision



FALTENBACHER
JALOUSIENBAU

WIR STELLEN DIE SONNE IN DEN SCHATTEN

KONTAKTDATEN

Faltenbacher Jalousienbau GmbH & Co. KG

Im Gewerbepark 15
92681 Erbandorf
Deutschland

☎ +49 9682 92200
info@faltenbacher.de
www.faltenbacher.de

Steigende Temperaturen und hohe Anforderungen an die Energieeffizienz machen Sonnenschutz heute wichtiger denn je. Die Faltenbacher Jalousienbau GmbH & Co. KG steht für individuelle Sonnenschutzlösungen – von Raffstores und Markisen bis zu integrierten Systemen im Isolierglas. Geschäftsführer Kurt Faltenbacher spricht über Entwicklung, Innovationen, Nachhaltigkeit und die Zukunft der Branche.



Interview mit

Kurt Faltenbacher,
Geschäftsführer
der Faltenbacher Jalousienbau
GmbH & Co. KG

Wirtschaftsforum: Herr Faltenbacher, wie hat sich die Faltenbacher Jalousienbau GmbH & Co. KG seit der Gründung entwickelt?

Kurt Faltenbacher: Mein Vater hat das Unternehmen 1967 auf dem Dachboden gegründet und zunächst Innen- und Außenjalousien produziert. Später kamen eine größere Werkstatt, neue Hallen sowie weitere Produktbereiche wie Rollläden und Markisen hinzu. Ich bin 1995 in die Unternehmensführung eingestiegen und habe den Betrieb übernommen. Heute führe ich das Unternehmen gemeinsam mit einem weiteren Geschäftsführer. Ein großer Meilenstein war 2016

der Umzug an unseren heutigen Produktionsstandort mit inzwischen 12.000 m² Fläche. 2017 haben wir den Bereich integrierter Sonnenschutzsysteme von Roth nach Düsseldorf verlagert, zusätzlich produzieren wir in Plauen. Heute beschäftigen wir rund 130 Mitarbeiter an den Standorten Erbandorf, Düsseldorf/Willich und Plauen und erwirtschaften etwa 13 Millionen EUR Umsatz.

Wirtschaftsforum: Was umfasst Ihr Portfolio heute?

Kurt Faltenbacher: Wir fertigen nahezu alles rund um Sonnenschutz: außenliegende Systeme wie Raffstores, Jalousien, Markisen, Markisoletten oder Lamellendä-

cher ebenso wie innenliegenden Sonnenschutz, Stoffrollos, Lamellenvorhänge, Plissees oder Jalousien im Isolierglas. Außer Terrassendächern produzieren wir den Sonnenschutz vollständig selbst. Standardprodukte gibt es bei uns eigentlich nicht; jede Anlage wird individuell geplant und gefertigt. Besonders im Objektbereich arbeiten wir mit eigenen Technikern und CAD-Planung. Für ein Denkmalschutzprojekt in München haben wir beispielsweise historische Messingmarkisoletten originalgetreu nachgebaut und dafür sogar eine Auszeichnung erhalten.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Faltenbacher Jalousienbau von anderen Anbietern?

Kurt Faltenbacher: Unsere Stärke ist die Kombination aus hoher Fertigungstiefe, technischer Planung und individueller Umsetzung. Wir können Sonnenschutz exakt an architektonische Anforderungen anpassen und liefern gleichzeitig die notwendigen physikalischen Berechnungen für Energie- und Lichtwerte. Gerade bei größeren Gebäuden kombinieren wir außenliegenden Sonnenschutz mit innenliegendem Blendschutz. Außerdem legen wir großen Wert auf Qualität und Langlebigkeit. Unsere integrierten Sonnenschutzsysteme im Iso-

lierglasbereich werden umfangreichen Dauertests unterzogen und auf langfristige Belastbarkeit ausgelegt.

Wirtschaftsforum: Welche Märkte und Kunden bedienen Sie?

Kurt Faltenbacher: Unsere Kunden sind vor allem Rollladenbauer, Fensterbauer, Metallbauer, Architekten, Generalunternehmer und öffentliche Auftraggeber. Besonders häufig arbeiten wir für Schulen, Krankenhäuser, Kindergärten oder Bürogebäude. Mit Montage bedienen wir den gesamten deutschsprachigen Raum, reine Produktlieferungen gehen auch nach Asien, die USA oder Kanada. Wir haben beispielsweise bereits Projekte für das FBI umgesetzt. Der Exportanteil liegt – je nach Projektlage – zwischen 10 und 35%. Neue Aufträge gewinnen wir hauptsächlich über Empfehlungen, Ausschreibungen und erfolgreich realisierte Projekte. Klassisches Marketing oder Social Media spielen dabei nur eine untergeordnete Rolle, ebenso Messen, die seit Corona deutlich an Bedeutung verloren haben.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen Digitalisierung, handwerkliche Kompetenz und Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?

Kurt Faltenbacher: Viele unserer Maschinen arbeiten heute digital gesteuert und verarbeiten Material sehr effizient. Trotzdem bleibt rund ein Drittel der Fertigung klassische Handwerksarbeit, weil nahezu jedes Projekt individuell

umgesetzt wird. Nachhaltigkeit beginnt bei uns bereits beim Produkt selbst: Sonnenschutz spart Heiz- und Kühlenergie. Zusätzlich achten wir auf möglichst wenig Materialverlust und führen Aluminium- sowie PVC-Reste wieder dem Kreislauf zu. Für die Energieversorgung unserer Standorte setzen wir auf Photovoltaik, Energiespeicher und Wärmepumpen.

Wirtschaftsforum: Welche Philosophie prägt Ihr Unternehmen und wie blicken Sie in die Zukunft?

Kurt Faltenbacher: Wir setzen auf Ehrlichkeit, Offenheit und schnelle Entscheidungen. Als mittelständisches Unternehmen profitieren wir davon, eng mit unseren Mitarbeitern zusammenzuarbeiten und Ideen direkt umzusetzen. Gleichzeitig stellen wirtschaftliche Unsicherheiten, der Klimawandel sowie neue Material- und Nachhaltigkeitsvorgaben die Branche vor große Herausforderungen. Für die Zukunft sehen wir dennoch gute Chancen, weil energieeffizienter Sonnenschutz immer wichtiger wird. Dabei geht es für uns nicht unbedingt darum, immer größer zu werden, sondern unseren guten Ruf zu bewahren und uns kontinuierlich weiterzuentwickeln. Mich persönlich begeistert Sonnenschutz seit meiner Kindheit – und genau diese Begeisterung treibt mich bis heute an. Besonders bedanken möchte ich mich bei unseren Mitarbeitern und langjährigen Kunden, die wesentlich zum Erfolg des Unternehmens beitragen.



WIRTSCHAFTSFORUM

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Echte Interviews.

Echte Entscheidungen.

Echter Einfluss.

www.wirtschaftsforum.de



Anders denken und überzeugen

Die Bedeutung von Rechenzentren wächst kontinuierlich, da sie die Grundlage für digitale Infrastrukturen und datengetriebene Anwendungen bilden. Besonders modulare Rechenzentren, die eine flexible, skalierbare und schnelle Bereitstellung von IT-Kapazitäten ermöglichen, gewinnen an Relevanz. Die innovIT AG aus Seeheim-Jugenheim nimmt in diesem zukunftssträchtigen Marktsegment eine Sonderrolle ein: Sie denkt Rechenzentren neu.



Markenzeichen von innovIT –
modulare, ortsunabhängige
KI-Module

Interview mit



Anke Tennigkeit,
Vorstand
der innovIT AG

Wirtschaftsforum: Frau Tennigkeit, gemeinsam mit Ihrem Mann Jörg Tennigkeit sind Sie Vorstandsmitglied der innovIT AG, einem Unternehmen, das mit modularen, hocheffizienten Rechenzentrums-lösungen eine Ausnahmestellung in einem rasant wachsenden Markt einnimmt. Worum geht es bei diesen Rechenzentren?

Anke Tennigkeit: Mein Mann, ein leidenschaftlicher Techniker, hat innovIT vor 16 Jahren gegründet, weil er am Markt den Bedarf für eine neue Art von Rechenzentren sah. Zu der Zeit sollten Rechenzentren per Katalog in Serie verkauft werden – ein Ansatz, der im Projektgeschäft nicht funktioniert, weil jeder Standort, jeder Kunde und jede Anwendung andere Anforderungen hat. Wir haben deshalb von Anfang an konsequent maßgeschneidert gebaut.

Heute, in Zeiten der KI-Server, sind die Anforderungen an die IT-Infrastruktur deutlich gestiegen. Die regulatorischen Anforderungen sind in unserer Modulplattform standardmäßig abgedeckt – individuell zugeschnitten wird hingegen die Rack-Konfiguration pro Raum. Das ist heute wichtiger denn je: Während über viele Jahre Leistungsdichten von 2 bis 25 kW pro Rack der Standard waren, hat der Aufstieg der KI-Server – allen voran auf NVIDIA-Basis – zu einem dramatischen Sprung geführt. Aktuelle KI-Plattformen erreichen rund 150 kW pro Rack, einzelne Systeme gehen bereits darüber hinaus. Genau für diese Leistungsklassen ist unsere modulare Bauweise ausgelegt: Sie sichert hohe Leistungsdichten zuverlässig ab und verbindet Stabilität mit Energieeffizienz.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet dieser Sprung für die Entwicklung der Rechenzentren?

Anke Tennigkeit: Rechenzentren müssen heute anders gebaut werden, um den Anforderungen von KI-Servern gerecht zu werden. Konkret heißt das: KI-Racks lassen sich bei diesen Leistungsdichten nicht mehr rein luftgekühlt betreiben – Direct Liquid Cooling wird zur Voraussetzung, also Wasserleitungen direkt bis ans Rack. Für uns ist das kein Bruch, sondern eine konsequente Weiterentwicklung. Wir denken Rechenzentren seit 16 Jahren anders – und haben bereits damals Konzepte umgesetzt, die heutige Effizienzanforderungen, wie sie das Energieeffizienzgesetz vorgibt, vorweggenommen haben.

Wirtschaftsforum: Können Sie das genauer erläutern?

Anke Tennigkeit: Klassische Rechenzentren arbeiten gegen die Physik und zwingen kalte Luft entgegen ihrer natürlichen Strömungsrichtung – mit hohem Energieaufwand. Wir drehen das Prinzip um: Kaltluft fällt von oben durch die Server, Warmluft steigt darüber ab. Das funktioniert für kleine Edge-Module ebenso wie für große Multi-Megawatt-Serverräume. Hinzu kommt unser modularer Ansatz: Statt einer zentralen Kälteerzeugung, an der das ganze Rechenzentrum hängt, arbeiten wir mit kleinen, autarken Einheiten – jeweils maximal 20 Racks, eigene redundante Klimatisierung und Stromversorgung. Die Fehlerdomäne bleibt klein – fällt eine Einheit aus, läuft alles andere weiter.

Wirtschaftsforum: Wie ist innovIT bei der Entwicklung und Vermark-



Aus vielen einzelnen Bausteinen entsteht das große Ganze – ein Rechenzentrum, das hohe Anforderungen an Sicherheit, Verfügbarkeit und Energieeffizienz erfüllt



KONTAKTDATEN

innovIT AG
 Schloss Heiligenberg
 64342 Seeheim-Jugenheim
 Deutschland
 ☎ +49 6257 5060300
 info@innovit.ag
 www.innovit.ag

tung dieser innovativen Rechenzentren aufgestellt?

Anke Tennigkeit: Ein wichtiger Meilenstein und Wachstumsmotor war die 2024 erfolgte Übernahme durch die noris network AG aus Nürnberg, einem führenden Anbieter von IT-Dienstleistungen und Rechenzentren in Deutschland. Gemeinsam haben wir die Modulgeneration komplett überarbeitet. Wie erfolgreich die Zusammenarbeit ist, zeigt ein dreigeschossiges Rechenzentrum mit über 9.000 m² Whitespace, das wir derzeit gemeinsam in Nürnberg bauen – aus genau jenen modularen Einheiten zu einer großen Anlage zusammengefügt. Durch noris network sind wir in der Lage, auch Projekte dieser Größenordnung schnell und effizient umzusetzen.

Wirtschaftsforum: Was sind die Vorteile der innovIT-Lösungen?

Anke Tennigkeit: KI-Server oder Rechenzentren sind große Investments – und in der Regel dauert es, bis die Mittel freigegeben sind. Liegen sie dann vor, muss es schnell gehen. Genau hier

setzt unser Modell an: Wir starten die Produktion bereits parallel zum Genehmigungsverfahren, nicht erst nach Vorliegen der Baugenehmigung. Das verkürzt die Time-to-Market spürbar. Hinzu kommt unsere Wertschöpfungstiefe: Wir sind der einzige Anbieter am Markt, der modulare Rechenzentren mit einem eigenen Team produziert, schlüsselfertig liefert und über den gesamten Lebenszyklus begleitet – von Planung und Beratung über Fertigung und Installation bis hin zu Wartung und Betrieb. Aus einer Hand, mit durchgängiger Verantwortung.

Wirtschaftsforum: An wen wendet sich innovIT mit den modularen Lösungen?

Anke Tennigkeit: Wir bedienen verschiedene Zielgruppen: Unternehmen, die eigene KI- und Hochleistungsrechenkapazitäten aufbauen – etwa für Forschung, autonome Systeme oder Robotik – und Colocation-Anbieter, die ihr Angebot schnell skalieren wollen.

Wirtschaftsforum: Durch KI, Colocation und Cloud Computing

wächst der Markt für Rechenzentren rasant. Wie hat sich innovIT vor dem Hintergrund dieser Dynamik entwickelt?

Anke Tennigkeit: Unser Umsatz hat sich seit der Übernahme durch noris network verdreifacht – nicht zuletzt, weil wir am Markt deutlich sichtbarer geworden sind. Heute kommen auch die ganz großen Marktplayer auf uns zu.

Wirtschaftsforum: Warum ist die modulare Bauweise heute gefragt?

Anke Tennigkeit: Auch ein in Beton gegossenes Rechenzentrum kann die Vorgaben des Energieeffizienzgesetzes erfüllen – unsere modularen Anlagen unterschreiten sie um rund 25%. Dazu kommt die Flexibilität der modularen Bauweise: Kapazitäten entstehen genau dort, wo sie gebraucht werden – als Edge-Einheit oder als modular zusammengesetztes Großprojekt. Unsere KI-Module sind innerhalb von drei Monaten einsatzbereit – in dieser Leistungsklasse am Markt einmalig.

Wirtschaftsforum: Wird sich das Wachstum der Vergangenheit damit in Zukunft fortsetzen? Was sind Ziele für die Zukunft?

Anke Tennigkeit: Allein der deutsche Markt bietet uns enormes Potenzial – und mit noris network im Rücken realisieren wir auch Großprojekte in der gewohnten Geschwindigkeit. Der Markt wird in den nächsten drei bis zehn Jahren massiv wachsen, getrieben von KI, Cloud und Souveränitätsanforderungen. Hinzu kommt: Rechenzentren werden nach 10 bis 15 Jahren grundsätzlich überholt – das schafft kontinuierlich Folgegeschäft. Gerade für Colocation-Anbieter ist unsere modulare Bauweise dabei ein echter Hebel: Sie ermöglicht ein konsequentes Pay-as-you-grow – Kapazitäten werden genau dann ergänzt, wenn die Nachfrage da ist, statt jahrelang ungenutzte Flächen vorzufinanzieren. Mit unserer dezentralen Philosophie und industrialisierten Bauweise liefern wir genau das, was der Markt jetzt braucht: schnell, skalierbar, energieeffizient.

Wir reparieren keine Autos, – wir lösen Probleme

Interview mit



Timo Szabo,
Geschäftsführer
der Szabo GmbH

Kaum eine Branche verändert sich derzeit so dynamisch wie der Automobilhandel. Zwischen Elektromobilität, Digitalisierung und wachsendem Wettbewerbsdruck sind klare Strategien gefragt. Die Szabo GmbH begegnet diesem Wandel mit einer konsequenten Serviceorientierung und dem Mut, neue Wege zu gehen. Geschäftsführer Timo Szabo erläutert im Interview, warum für ihn der Mensch wichtiger ist als das Fahrzeug.

Wirtschaftsforum: Herr Szabo, Sie führen das Unternehmen inzwischen in 2. Generation. Wie verlief Ihr Weg in die Geschäftsführung?

Timo Szabo: Ich bin praktisch in die Branche hineingeboren. Meine Eltern haben das Unternehmen 1977 gegründet, sodass das Autohaus von Anfang an Teil meines Lebens war. Nach meiner Ausbildung zum Kfz-Mechaniker bei Mercedes habe ich zunächst außerhalb des Familienbetriebs Erfahrungen gesammelt, unter anderem als Serviceberater und

später als Serviceleiter einer großen Autohausgruppe. Ende 2007 bin ich zurückgekehrt und habe das operative Geschäft übernommen. Damals bestand unser Team aus sieben Mitarbeitenden, heute beschäftigen wir 33 Menschen. 2014 habe ich die Gesamtverantwortung übernommen.

Wirtschaftsforum: Was war aus Ihrer Sicht der entscheidende Erfolgsfaktor für dieses Wachstum?

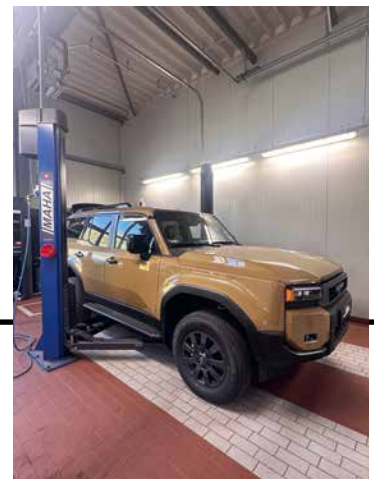
Timo Szabo: Ich bin überzeugt, dass nachhaltiger Erfolg auf einer stabilen Basis entsteht. Viele

Unternehmen konzentrieren sich auf Zusatzleistungen oder kleine Aufmerksamkeiten. Das ist alles schön, ersetzt aber niemals eine zuverlässige Kernleistung. Unser Anspruch ist es, unser Handwerk jeden Tag sauber und gewissenhaft auszuführen. Wenn wir etwas nicht mit voller Überzeugung leisten können, dann sagen wir das offen. Konsequenz, Verlässlichkeit und Ehrlichkeit sind für mich die Grundlagen erfolgreicher Unternehmensführung.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet Dienstleistung für Sie konkret?



Mit dem Carsharing-Angebot erweitert die Szabo GmbH ihr Leistungsspektrum um moderne Mobilitätslösungen



Der Werkstattbereich bietet optimale Bedingungen für hochwertige Service- und Reparaturleistungen



Am Standort Wertheim vereint die Szabo GmbH Verkauf, Service und Mobilitätslösungen unter einem Dach

KONTAKTDATEN

Szabo GmbH
Roter Sand 11
97877 Wertheim
Deutschland
☎ +49 9342 967920
info@szabo.de
www.szabo.de



Timo Szabo: Wir 'reparieren' eigentlich keine Autos, sondern beschäftigen uns mit den konkreten Herausforderungen in Sachen Mobilität, denen sich Menschen gegenübersehen. Unser Ziel ist es, unseren Kunden zu helfen. Wenn jemand wegen einer Reparatur kurzfristig mobil bleiben muss oder Unterstützung benötigt, versuchen wir auch dafür eine Lösung zu finden. Dieses zwischenmenschliche Miteinander ist tief in unserer Unternehmenskultur verankert und wahrscheinlich einer der wichtigsten Gründe für unseren langjährigen Erfolg.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt dabei die Elektromobilität?

Timo Szabo: Wir haben uns früh mit diesem Thema beschäftigt und den Wandel bewusst angenommen. Bereits 2021 haben wir unsere Ladeinfrastruktur aufgebaut und verfügen heute über zwölf Ladepunkte. Rund 40% unserer aktuell verkauften Fahrzeuge sind Batterieelektrische Fahrzeuge, weitere 50% sind bei Toyota ohnehin Hybrid- und Plugin-Hybriden, die ja auch einen elektrischen Antrieb besitzen. Für mich ist klar: Elektromobilität wird

dauerhaft Teil unserer Mobilität bleiben. Deshalb ergibt es keinen Sinn, sich dagegen zu stellen. Wer sich früh darauf einstellt, hat langfristig bessere Voraussetzungen.

Wirtschaftsforum: Neben dem klassischen Autohaus entwickeln Sie weitere Mobilitätsangebote. Warum?

Timo Szabo: Ich halte es für wichtig, auch neue Wege auszuprobieren. Deshalb haben wir vor einigen Jahren ein Carsharing-Angebot aufgebaut, das inzwischen mit neun Fahrzeugen sowohl Privatkunden als auch Unternehmen zur Verfügung steht. Außerdem haben wir zeitweise eine Pendler-App entwickelt, mit der Unternehmen Fahrgemeinschaften organisieren und ihre eingesparten CO₂-Emissionen dokumentieren konnten. Nicht jedes Projekt entwickelt sich wirtschaftlich wie geplant. Trotzdem liefern solche Erfahrungen wichtige Erkenntnisse und stärken gleichzeitig unsere Position als innovativer Mobilitätsdienstleister.

Wirtschaftsforum: Welche Bedeutung haben Ihre Mitarbeitenden für den Unternehmenserfolg?

Timo Szabo: Eine sehr große. Für mich macht es keinen Unterschied, ob ich mit einem Kunden oder einem Mitarbeiter spreche, im Mittelpunkt steht immer der Mensch. Ich möchte, dass unsere Mitarbeitenden das Gefühl haben, für ihre Leistung Wertschätzung zu erfahren. Natürlich gehören heute viele Angebote wie Verpflegung oder Gesundheitsleistungen fast schon zum Standard. Entscheidend bleibt aber der respektvolle Umgang miteinander und das ehrliche Interesse am Menschen.

Wirtschaftsforum: Sie engagieren sich außerdem stark für das Handwerk. Warum liegt Ihnen dieses Thema besonders am Herzen?

Timo Szabo: Ich bin Kreishandwerksmeister und davon überzeugt, dass unsere Gesellschaft ohne ein starkes Handwerk künftig erhebliche Probleme bekommen wird. Deshalb werbe ich aktiv dafür, jungen Menschen die Chancen einer handwerklichen Ausbildung aufzuzeigen. Das betrifft nicht nur unser Unternehmen sondern die gesamte Handwerksbranche im Landkreis.



Bei der Betriebsversammlung stehen Dialog und Teamgeist im Mittelpunkt

Wirtschaftsforum: Welche Ziele verfolgen Sie für die kommenden Jahre?

Timo Szabo: Wir denken als Familienunternehmen in Generationen. Zwei meiner Kinder interessieren sich bereits für den Betrieb. Natürlich sollen sie ihren eigenen Weg gehen, aber ich möchte ihnen die Möglichkeit bieten, das Unternehmen eines Tages weiterzuführen. Deshalb investieren wir kontinuierlich, zuletzt unter anderem in die komplette Modernisierung unseres Werkstattbereichs.



Mit ihrer umfassend modernisierten Werkstatt investiert die Szabo GmbH konsequent in Qualität und Zukunftssicherheit



Auch während der Wartezeit steht der Servicegedanke im Mittelpunkt – im modern eingerichteten Kundenbereich lässt sich die Zeit gemütlich bei einer Tasse Kaffee verbringen

„Unser Produkt ist der Mensch!“



ProServ hat sich als schlagkräftiger Personaldienstleister in Produktion und Logistik nicht nur dank seines weltbekannten Gesellschafters Michelin einen Namen gemacht. Geschäftsführer Manuel Fink verriet im Interview mit Wirtschaftsforum, wie sich das Unternehmen derzeit verändert und wie er auf die gesamtwirtschaftliche Lage blickt.

Wirtschaftsforum: Herr Fink, seit 27 Jahren tritt ProServ als Matchmaker zwischen engagierten Bewerbern und attraktiven Unternehmen aus der Logistik und dem produzierenden Gewerbe auf – was machen Sie dabei anders als andere Marktteilnehmer?

Manuel Fink: Eine Besonderheit liegt bereits in unserer Gesellschafterstruktur: Als Tochterunternehmen des Personaldienstleistungsweltmarktführers Adecco ist ProServ ein Joint Venture der Michelin Reifenwerke, wo unsere Kompetenz im Bereich Produktion und Manufacturing herrührt, und der LGI Logistics, einem der größten Logistikunternehmen in Deutschland. Schon durch die DNA unserer Gesellschafter können wir auf eine umfassende Expertise in diesen Branchen zurückgreifen und sie als Personaldienstleister in der vollen Breite bespielen – vom

Staplerfahrer bis hin zum kaufmännischen Leiter. Dass wir seit über 25 Jahren und mittlerweile an 12 bundesweiten Standorten mit 1.200 Mitarbeitenden den strengen Qualitätskriterien dieser Weltkonzerne entsprechen, verschafft uns nicht nur eine nachhaltige Glaubwürdigkeit im Markt, sondern ist gleichermaßen auch eine ideale Grundlage für unsere beständige Weiterentwicklung.

Wirtschaftsforum: Wie haben Michelin und LGI Logistics die ProServ geprägt?

Manuel Fink: Michelin stellt ein Hochsicherheitsprodukt her, mit entsprechend hohen Anforderungen an Qualität und Arbeitssicherheit, die auch ProServ prägen: So wurden wir für unsere innovativen Arbeitsschutzkonzepte inzwischen mehrfach ausgezeichnet. In der Logistik geht es derzeit vor allem um Geschwindigkeit und



Manuel Fink und Heiko Schöppler bilden das Geschäftsführungsduo

Flexibilität – zwei gleichermaßen unabdingbare Erfolgsfaktoren für Personaldienstleister: Schließlich sind wir die Frühindikatoren im gesamtwirtschaftlichen Auf und Ab.

Wirtschaftsforum: Davon können ganze Branchen gerade ein Lied singen – wie hat ProServ die letzten Jahre erlebt?

Manuel Fink: Die Deindustrialisierung spüren wir schon seit 2017, auch wenn es im Umfeld der Coronapandemie ein kurzes Hockeystick-Hoch gab, als sich die Nachholeffekte in Produktion und Logistik bemerkbar machten. Trotzdem hat sich die Branche in den letzten zehn Jahren halbiert – aber so funktioniert nun einmal unser Geschäftsmodell, schließlich stehen wir für die Flexibilisierung des Arbeitsmarktes. Insofern werden wir dann auch wieder die Ersten sein, die mit neuen



Interview mit
Manuel Fink,
Geschäftsführer
der ProServ Produktionsservice
und Personaldienste GmbH

Personalkonzepten unterstützen, sobald die Konjunktur anzieht – denn der Fachkräftemangel wird uns als Brandthema erhalten bleiben.

Wirtschaftsforum: Wie wird sich Ihre Rolle als Personaldienstleister in Zukunft verändern?

Manuel Fink: Viele vergessen, dass unser Produkt am Ende des Tages der Mensch ist – wir bauen eben keine Autos und backen kei-



ProServ vermittelt Fachpersonal aus Produktion und Logistik



Das Thema Schulung und Weiterbildung wird immer wichtiger

ne Brötchen. Themen wie Fluktuation, Produktivität, Arbeitgeberattraktivität und Mitarbeiterbindung sind somit für unser Überleben wichtig. In diesem Zuge bieten wir unseren Kunden schon heute deutlich umfangreichere Lösungen als die reine Arbeitnehmerüberlassung und -vermittlung an, etwa ein umfassendes Fehlzeitenmanagement und eine professionelle Begleitung zu einschlägigen Personalthemen. Viele Unternehmen haben ihre HR-Abteilungen inzwischen sogar vollständig outgesourct. Auch die permanente Weiterqualifizierung unserer Mitarbeiter wird für uns in Zukunft noch stärker in den Fokus rücken.

Wirtschaftsforum: Die Zeitarbeitsbranche hat sich in den letzten Jahren stark verändert, und trotzdem bestehen weiterhin

gewisse Vorbehalte – bleibt das ein struktureller Nachteil?

Manuel Fink: Ich habe in den letzten 26 Jahren alle Veränderungen der Branche miterlebt: Inzwischen unterliegen 95% unserer Arbeitsverhältnisse der Tarifbindung samt Weihnachts- und Urlaubsgeld, auch in der untersten Einkommensstufe selbstverständlich oberhalb des Mindestlohns. Ich glaube, dass die jüngere Generation die Vorteile inzwischen deutlicher erkennt – und offen gestanden: Wenn ich heute Anfang 20 wäre, würde ich wahrscheinlich erst einmal ein paar Jahre in einem Zeitarbeitsverhältnis verbringen.

Wirtschaftsforum: Weshalb?

Manuel Fink: Weil man dabei in einigen Jahren problemlos eine

Handvoll Betriebe aus nächster Nähe kennenlernen kann, während man zugleich die ganze Zeit über in der Stabilität und Sicherheit eines einzigen Arbeitsverhältnisses verbleibt. Dabei kann man unglaublich viel lernen. Das ist natürlich auch in späteren Lebensabschnitten noch möglich: Bei Adecco Medical hatten wir einmal den Fall einer Pflegefachkraft aus Hamburg, die für ein halbes Jahr nach Köln ziehen wollte. Auch das ist in einem Zeitarbeitsverhältnis bei gleichem Arbeitgeber kein Problem.

Wirtschaftsforum: Krankte die Zeitarbeit damit an zu viel Regulierung?

Manuel Fink: In manchen Bereichen ist das aus meiner Sicht tatsächlich so – zum Beispiel bei der Höchstüberlassungsdauer,



KONTAKTDATEN

ProServ Produktionsservice und Personaldienste GmbH
Pfannkuchstraße 8
76185 Karlsruhe
Deutschland
☎ +49 721 597260
info@proserv-dl.de
www.proserv-dl.de

die nur Verlierer produziert. Oder auch in der Hinsicht, dass wir Arbeitskräfte von außerhalb der EU von der Anwerbung nicht in die Überlassung geben können. Dabei sind wir als Zeitarbeitsunternehmen mit Abstand der größte und erfolgreichste Integrator von ausländischen Arbeitskräften überhaupt.



Der Fachkräftemangel wird auch in den nächsten Jahrzehnten ein Brandthema bleiben



Zeitarbeit bietet viele attraktive Jobchancen für Menschen, die viel lernen und erleben möchten

Wenn Engineering auf Zukunftstechnologien trifft

Interview mit
Joachim Himmelsbach,
Geschäftsführer
der Erwin Junker Maschinen-
fabrik GmbH



Mit höchster Präzision und individuell abgestimmten Lösungen entwickelt die Junker-Gruppe Schleifmaschinen für anspruchsvolle Anwendungen in Zukunftsbranchen wie Robotik, Luftfahrt und Datenzentren



Die industrielle Fertigung steht weltweit vor tiefgreifenden Veränderungen. Neue Technologien, geopolitische Verschiebungen und steigende Anforderungen an Effizienz und Präzision verlangen Unternehmen ein hohes Maß an Anpassungsfähigkeit ab. Die Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH mit Sitz in Nordrach begegnet diesen Herausforderungen mit technologischer Spezialisierung, internationaler Aufstellung und einem klaren Fokus auf individuelle Kundenlösungen.

Seit mehr als sechs Jahrzehnten entwickelt die Junker-Gruppe hochpräzise Schleiftechnologien für unterschiedlichste Branchen – von der Automobilindustrie bis hin zu humanoiden Robotern und Datenzentren. Ihre Stärke liegt vor allem in ihrer hohen Anpassungsfähigkeit. Statt standardisierter Produkte entwickelt das Unternehmen individuelle Lösungen für die jeweiligen Anforderungen sei-

ner Kunden. „Wir wollen dem Kunden keine Maschine verkaufen, sondern ihm eine Lösung bieten, die exakt seinen Anforderungen entspricht“, erklärt Geschäftsführer Joachim Himmelsbach.

Maßgeschneiderte Lösungen für komplexe Anforderungen

Grundlage dafür ist ein breites technologisches Portfolio. International bekannt ist Junker insbe-

sondere für das sogenannte CBN-Hochgeschwindigkeitsschleifen. Diese Technologie ermöglicht die hochpräzise Bearbeitung großer Stückzahlen in sehr kurzen Taktzeiten. Dabei bewegt sich die Genauigkeit im Mikrometerbereich. Gerade diese Präzision macht die Maschinen des Unternehmens für zahlreiche Zukunftsbranchen unverzichtbar.

Hinzu kommt ein hoher Engineering-Anteil. Viele Maschinen werden individuell konfiguriert und exakt auf die jeweilige Anwendung zugeschnitten. Dadurch entstehen hoch spezialisierte Fertigungslösungen für unterschiedlichste industrielle Einsatzgebiete.

Neue Märkte als Wachstumstreiber

Lange Zeit war die Automobilindustrie der wichtigste Absatzmarkt der Junker-Gruppe. Doch das Unternehmen reagierte frühzeitig auf die Veränderungen der Branche und erschloss neue Geschäftsfelder. Heute gehören Anwendungen für humanoide Roboter zu den besonders dynami-

schen Wachstumsbereichen. Die Maschinen von Junker kommen dort bei der Herstellung hochpräziser Antriebselemente zum Einsatz.



In der Produktion der Junker-Gruppe entstehen hochpräzise Schleiflösungen für industrielle Anwendungen, bei denen Genauigkeit im Mikrometerbereich entscheidend ist

und sind deshalb eng mit automatisierten Fertigungsprozessen verbunden. Dafür verfügt das Unternehmen über einen eigenen Geschäftsbereich für Automa-



Am Hauptsitz der Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH in Nordrach sind jahrzehntelange Engineering-Kompetenz und modernste Fertigungstechnologie vereint

sche Entscheidung wurde bereits in den 1990er-Jahren getroffen: Damals integrierte Unternehmensgründer Erwin Junker Produktionsstandorte in Tschechien

weiterhin eine hohe Investitionsbereitschaft. Für die kommenden Jahre setzt Junker auf nachhaltiges Wachstum und technologische Weiterentwicklung. „Wir planen keine extremen Wachstumssprünge, sondern wollen in kleinen, stabilen Schritten weiter wachsen“, sagt Joachim Himmelsbach. Gleichzeitig verfolgt die Unternehmensgruppe das Ziel, sich auch künftig durch individuelle Lösungen und höchste Präzision vom internationalen Wettbewerb abzuheben. Dabei spielen Kundennähe und Flexibilität eine zentrale Rolle. Statt auf standardisierte Maschinen setzt Junker weiterhin auf passgenaue Konzepte für unterschiedlichste Anforderungen und Branchen. Genau dieser Lösungsansatz hat das Unternehmen über Jahrzehnte hinweg erfolgreich gemacht und bildet auch künftig die Grundlage der Unternehmensstrategie. Die Vision der Gruppe fasst Joachim Himmelsbach in einem Satz zusammen: „Technologie, die bewegt. Lösungen, die verbinden. Präzision, die begeistert.“

Auch die steigende Nachfrage nach Notstromversorgung für internationale Datenzentren eröffnet neue Potenziale. Für die dort benötigten Großmotoren müssen große Kurbelwellen, Nockenwellen und Getriebebauteile mit höchster Genauigkeit bearbeitet werden – ein Einsatzgebiet, in dem die Schleiftechnologien von Junker ihre Stärken ausspielen. Darüber hinaus entwickelt das Unternehmen Lösungen für Anwendungen in der Luftfahrtindustrie. Überall dort, wo höchste Präzision, Prozesssicherheit und Effizienz gefragt sind, wächst die Nachfrage nach spezialisierten Schleiftechnologien. Automatisierung spielt dabei seit vielen Jahren eine zentrale Rolle. Die Maschinen produzieren Bauteile in extrem kurzen Intervallen

tisierungslösungen – sowohl für eigene Maschinen als auch für komplette Produktionslinien. Auch das Thema künstliche Intelligenz gewinnt zunehmend an Bedeutung. Erste Anwendungen nutzt Junker bereits im Software- und Servicebereich, etwa zur schnelleren Analyse von Störungen oder zur Optimierung von Abläufen.

Internationale Struktur sichert Wettbewerbsfähigkeit

Die Junker-Gruppe beschäftigt weltweit rund 1.100 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz zwischen 170 und 190 Millionen EUR. Neben dem Hauptsitz in Nordrach ist das Unternehmen international mit Niederlassungen und Produktionsstandorten aufgestellt. Eine wichtige strategi-

in die Unternehmensgruppe. Dort erfolgen bis heute Fertigung und Vormontage vieler Maschinen. Diese internationale Struktur trägt wesentlich dazu bei, die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens langfristig zu sichern. Gleichzeitig hält Junker konsequent am Qualitätsanspruch „Engineering in Germany“ fest. Langjährige Erfahrung, technisches Know-how und erfahrene Mitarbeiter bilden dabei die Grundlage für die hohe Qualität der Produkte.

Solides Wachstum mit klarem Zukunftskurs

Trotz der wirtschaftlich angespannten Lage in Europa blickt man bei der Junker-Gruppe optimistisch in die Zukunft. Besonders außerhalb Europas beobachtet das Unternehmen



KONTAKTDATEN

Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH
Junkerstraße 2
77787 Nordrach
Deutschland
☎ +49 7838 840
info@junker.de
www.junker-group.com

Beratung am offenen Herzen der Immobilie

Kapitalanlageimmobilien in Metropolregionen bilden den Beratungsschwerpunkt

Der Immobilienmarkt hat in den vergangenen Jahren eine Phase tiefgreifender Verunsicherung erlebt: Steigende Zinsen, Energiekrise und neue regulatorische Anforderungen haben Anlageentscheidungen spürbar verändert. Gefragt sind Einordnung, Transparenz und eine Beratung, die auch vom Kauf abraten kann. Hier setzt die PLU CO Immobilienvermittlungs GmbH aus Staig an – mit einem klaren Ansatz und der Überzeugung, dass eine gute Immobilienentscheidung zur Lebensplanung des Kunden passen muss.

Interview mit



Silvio Stöltzel,
*Gründer und
Geschäftsführer
der PLU CO Immobilien-
vermittlungs GmbH*

Wirtschaftsforum: Herr Stöltzel, PLU CO wurde 2015 gegründet. Was war der Ausgangspunkt?

Silvio Stöltzel: Korrekt, die Firma selbst gibt es seit 2015. Der Erfahrungsschatz dahinter ist aber deutlich älter. Mein Geschäftspartner Holger Säger und ich sind beide schon seit den 1990er-Jahren in diesem Markt unterwegs; ich selbst seit 1992 mit dem gleichen Thema. Als wir PLU CO gegründet haben, war der Gedanke, unsere Erfahrung in eine sehr klare Beratungsleistung zu übersetzen. Wir wollten nicht klassisch makeln, also Häuser oder Wohnungen verkaufen, in die jemand selbst einzieht. Unser Thema ist die Kapitalanlageimmobilie – also Vorsorge, Altersvorsorge, Vermögensaufbau und Diversifizierung. Das ist ein anderes Thema, weil es nicht

nur um ein schönes Objekt geht, sondern um eine langfristige Entscheidung.

Wirtschaftsforum: Wie würden Sie das Kerngeschäft beschreiben?

Silvio Stöltzel: Im Kern sind wir Beratungsdienstleister. Auf der einen Seite arbeiten wir mit Projektentwicklern, Bauträgern oder Unternehmern, die Bestandsim-

mobilien sanieren oder Projekte entwickeln. Dort begleiten wir die vertriebliche Projektierung bis hin zur Marktreife. Auf der anderen Seite beraten wir Endkunden oder Dienstleister, die bereits ein Vertrauensverhältnis zu ihren Kunden haben – etwa Finanzdienstleister, Banken, Versicherungsmakler oder Steuerberater. Wir liefern nicht einfach ein Produkt, sondern erklären das Projekt so, dass der Kunde eine fundierte Entschei-

dung treffen kann. Und manchmal ist diese Entscheidung eben auch: Das ist im Moment nicht mein Weg. Genau diese Möglichkeit gehört für uns zu einer seriösen Beratung dazu.



Neubau in Berlin aus dem Jahr 2018: PLU CO begleitet Neubauprojekte ebenso wie Bestands- und Denkmalsanierungen



Historische Bausubstanz, modern gedacht: Denkmalsanierung in Ulm



Sanierungsprojekt in Leipzig aus dem Jahr 2023: Bestandsimmobilien bleiben ein wichtiger Baustein zukunftsfähiger Kapitalanlagen



Sanierungsprojekt in Leipzig aus dem Jahr 2011: Denkmalsanierungen verbinden Werterhalt und Standortqualität



KONTAKTDATEN

PLU CO Immobilienvermittlungs GmbH
Weißdornweg 5
89195 Staig
Deutschland
☎ +49 731 3885288
info@pluco.de
www.pluco.de

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Sie von klassischen Maklern oder großen Vertriebsplattformen?

Silvio Stöltzel: Wir sind im Markt eher leise. Wir haben keine großen Maklerbüros in den Innenstädten und keine Plattform, auf der alle Projekte offen sichtbar sind. Unsere Homepage ist eher eine Visitenkarte. Wir arbeiten stark über gewachsene Netzwerke und vertraute Verbindungen. Wenn ein Finanzdienstleister sagt: „Ich habe Kunden, für die Immobilien als Kapitalanlage interessant sein könnten, aber ich brauche einen Profi an meiner Seite“, dann kommen wir ins Spiel. Wir gehen dann gemeinsam über den Kommunikationsweg dieses Partners auf den Kunden zu. Das ist ein anderer Ansatz als viele Posts, viel Werbung und viel Druck. Unsere Projekte kommen erst dann auf den Tisch, wenn klar ist, wer sich ernsthaft dafür interessiert und zu wem sie passen könnten. Das ist für uns Beratung am offenen Herzen der Immobilie: nah am Objekt, nah an der Lebenssituation des Kunden und mit der nötigen Klar-

heit, auch kritische Punkte offen anzusprechen.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen von „Beratung am offenen Herzen der Immobilie“. Was meinen Sie damit?

Silvio Stöltzel: Es geht um Klarheit. Wer eine Immobilie kauft, kauft Verantwortung, Bindung und eine Lage, die er nicht verändern kann. Das muss man erst einmal verstehen. Eine Immobilie ist keine Spekulation, die man morgen wieder verkauft, weil es gerade nicht passt. Sie ist eine echte Bindung – ich sage manchmal, fast wie eine Hochzeit. Deshalb bauen wir zunächst ein Szenario auf: Was kaufst du da

eigentlich? Passt das zu deiner Lebensplanung, deiner Familie, deiner finanziellen Situation? Welche Chancen entstehen daraus, aber auch welche Verpflichtungen? Wir sind natürlich auch auf den Verkauf aus, aber wir haben durch unser Netzwerk die Möglichkeit, bei einem Kunden auch einmal das Gas herauszunehmen und zu sagen: Stopp, im Moment passt es nicht.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt Ihr Netzwerk für Projektentwickler?

Silvio Stöltzel: Eine sehr große. Projektentwickler tragen enorme Verantwortung. Sie müssen ein Projekt inszenieren, finanzieren

und durchhalten. Für sie ist es entscheidend, dass der Absatz funktioniert. Durch unser Netzwerk können wir Käufergruppen mobilisieren und Projekte schließen. Das ist auch für Erwerber wichtig, gerade im Neubau: Wenn ein Projekt in der Bauphase einen hohen oder vollständigen Verkaufsstand erreicht, schafft das Bonität und Sicherheit. In diesem Feld haben wir uns ein Image erarbeitet. Manche Entwickler fragen uns zuerst, bevor sie den klassischen Weg über den offenen Markt gehen. Für sie ist entscheidend, dass wir nicht nur vermitteln, sondern ein Projekt erklären, einordnen und die richtigen Käufergruppen ansprechen.



Anstehender QNG-Neubau in Leipzig in bester Lage



Neubauprojekt in Leipzig aus dem Jahr 2021: Neubauimmobilien in gefragten Lagen stehen im Fokus privater Investoren



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Beratung und Vermittlung von Kapitalanlageimmobilien für private Investoren, Banken, Finanzdienstleister und Projektanbieter

Zahlen und Fakten

Gegründet: 2015

Struktur: GmbH

Niederlassungen: Deutschland

Mitarbeiter: 12

Umsatz: 150 Millionen EUR

Leistungsspektrum

Beratung zu Kapitalanlageimmobilien • Vertriebliche Projektentwicklung bis zur Marktreife • Objekt- und Standortprüfung • Unterstützung von Banken und Finanzdienstleistern

Messen und Ausstellungen

Kundenveranstaltungen online und in Präsenz, Projekt- und Objektpräsentationen im Netzwerk

Philosophie

Leise im Markt, klar in Beratung und Entscheidung

Zukunft

Nachhaltige Immobilienentscheidungen tragfähig machen



PLU CO begleitet Projekte bereits in frühen Entwicklungs- und Bauphasen



Neubauprojekt in Berlin während der Bauphase: Transparenz im Projektverlauf ist ein wesentlicher Bestandteil der Beratung

Wirtschaftsforum: Wie ist Ihr Unternehmen heute strukturiert?

Silvio Stöltzel: Wir sind heute ein enges Team von zwölf Mitarbeitern. Ein Teil unterstützt im Backoffice, vor allem in den digitalen Welten, damit die Berater am Kunden den Kopf frei haben. Der größere Teil ist direkt am Kunden, in Kooperationen mit Banken oder Finanzdienstleistern oder an den Projekten selbst unterwegs. Wir haben keine klassische Bürostruktur im Sinne von Schaufensterstandorten. Viel läuft digital, aber irgendwann kommt der Punkt, an dem man sich in die Augen schaut. Das ist für das Bauchgefühl wichtig. Das Objekt kann noch so überzeugend sein – am Ende wird Vertrauen über Menschen vermittelt. Diese Mischung aus digitaler Vorbereitung und persönlicher Verbindlichkeit ist für uns sehr wichtig geworden.

Wirtschaftsforum: Welche Auswirkungen hatten die Krisen der vergangenen Jahre auf Ihr Geschäft?

Silvio Stöltzel: In der Pandemie haben wir zunächst gelernt, wirklich digital zu werden. Das

Geschäft lief für uns fast nahtlos weiter, weil viele Kunden Zeit hatten, sich mit Investments zu beschäftigen und die ersten Gespräche plötzlich selbstverständlich online stattfanden. Schwieriger wurde es mit der Ukraine-Thematik, der Energiekrise und vor allem dem Zinsanstieg. Das hat in der Branche eine Vollbremsung ausgelöst. Kunden, die stark auf Fremdfinanzierung angewiesen waren, waren plötzlich zurückhaltend oder gar nicht mehr da. Gleichzeitig haben vermögendere Kunden weiter investiert. Sie hatten auf einmal Ruhe und konnten sich mit Angeboten beschäftigen, ohne sofort unter Druck zu geraten. Wir hatten Rückgänge, aber keine echte Krisenstimmung. Dazu trägt auch unser Team bei: Wir haben sehr selbstverantwortliche, loyale und optimistische Menschen an Bord. Das hilft enorm, wenn sich das Business einmal nicht mehr so leicht bewegt wie zuvor und Entscheidungen wieder mehr Erklärung, Geduld und Vertrauen brauchen.

Wirtschaftsforum: Welche Themen werden den Markt künftig prägen – und welche Rolle spielt dabei das Thema Nachhaltigkeit?

Silvio Stöltzel: Wir befinden uns in der größten Transformation der Immobilienwirtschaft und der Immobiliennutzung in Deutschland. Es geht um die Frage: Wie werden wir künftig wohnen? Bestandshäuser müssen energetisch aufgewertet werden, Neubauten werden anders gedacht, Photovoltaik, Wärmepumpen und nachhaltige Konzepte spielen eine immer größere Rolle. Viele sprechen im Moment über steuerliche Themen wie Abschreibungen. Mir wird aber noch zu wenig darüber gesprochen, was das langfristig für den Käufer bedeutet. Wer heute in eine energetisch hochwertige Immobilie investiert, kann in 10, 12 oder 15 Jahren die Benchmark haben. Nachhaltigkeit ist damit nicht nur ein ökologisches Thema, sondern auch ein wesentlicher Faktor für Werthaltigkeit und Zukunftsfähigkeit. Diese Transformation ist ein riesiger Markt – und unsere Beratungsleistung passt genau dort hinein. Denn je komplexer die Entscheidung wird, desto wichtiger ist es, sie nicht schönzureden, sondern zu erklären – sodass der Käufer eine Entscheidung trifft, die er auch Jahre später nicht bereut.

Vom Wasserkraftwerk zur smarten Energiezentrale

Die Energiewirtschaft steht vor großen Veränderungen: Digitalisierung, Dekarbonisierung und neue Anforderungen an die Netze prägen die Branche zunehmend. Die Elektrizitätswerk Perg GmbH begegnet diesem Wandel mit regionaler Nähe, technischer Modernisierung und klaren Zukunftsplänen. Geschäftsführer Philipp Kain spricht über historische Wurzeln, erneuerbare Energien und die Chancen kleiner Energieversorger.



Das Blockheizkraftwerk des E-Werks Perg steht vor der nachhaltigen Transformation

Die Elektrizitätswerk Perg GmbH wurde 1909 gegründet – ursprünglich zur Elektrifizierung der Straßenbeleuchtung in Perg. Heute versorgt das Unternehmen ein rund 80 km² großes Gebiet mit etwa 9.000 Zählpunkten und 85 bis 90 Millionen kWh jährlich. Das E-Werk betreibt vier Wasserkraftwerke sowie ein Blockheizkraftwerk und befindet sich weiterhin zu 100% im Besitz der Stadt Perg. Seit 1999 agiert das Unternehmen als eigenständige GmbH. Mit 23 Mitarbeitern erwirtschaftet es rund 13 Millionen EUR Umsatz. Geschäftsführer Philipp Kain bringt Erfahrung aus Elektrotechnik und Vertrieb mit und treibt die Modernisierung interner Prozesse voran. „Das



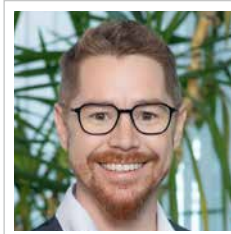
Seit über 100 Jahren Teil der regionalen Energieversorgung: Das Wasserkraftwerk Kegel-schmiede verbindet historische Substanz mit der Erzeugung erneuerbarer Energie

große Thema, das sich durch viele Bereiche zieht, ist die Digitalisierung“, erklärt er. Dazu gehören digitale Netzberechnungen, moderne Leitungsdokumentation, Smart Meter-Technologie und KI-gestützte Prognosen. KI- und Coding-Lösungen eröffnen heute auch kleinen Netzbetreibern neue Möglichkeiten. Das Unternehmen setzt bewusst auf Kundennähe statt anonymer Hotlines. Nicht Preisführerschaft sei dabei das Ziel, sondern Verlässlichkeit, regionale Präsenz und direkter Service. Auch als Arbeitgeber profitiert das Unternehmen vom starken Zusammenhalt im kleinen Team und davon, dass die große Pensionierungswelle bereits erfolgreich bewältigt wurde.

Zwischen Wasserkraft und Zukunftstechnologien

Ein zentrales Zukunftsprojekt ist die Modernisierung des gasbetriebenen Blockheizkraftwerks, das zahlreiche öffentliche Gebäude mit Wärme versorgt. Künftig soll eine Kombination aus Photovoltaik, Speichertechnologie und Wärmepumpen die fossile Energieversorgung ersetzen und gleichzeitig Förderfähigkeit sowie CO₂-Ziele sichern. Geplant sind unter anderem PV-Carports auf bestehenden Parkplatzflächen. Parallel dazu beschäftigt sich das Unternehmen mit Speicherlösungen, intelligenten Netzen, LED-Straßenbeleuchtung sowie E-Mobilität. „Mit jeder zusätzlichen Speicherkapazität können

Interview mit



Philipp Kain,
Geschäftsführer
der Elektrizitätswerk Perg GmbH

wir mehr Photovoltaikleistung im Netz unterbringen“, sagt Philipp Kain. Gleichzeitig erschweren sinkende Wassermengen durch den Klimawandel langfristig die Stromproduktion aus Wasserkraft. Zusätzliche Herausforderungen entstehen durch Diskussionen rund um Windkraft in Oberösterreich sowie durch den notwendigen Strombezug aus vorgelagerten Netzen. Trotz vieler paralleler Projekte setzt Philipp Kain bewusst auf schrittweises Wachstum und klare Prioritäten. „Man muss manchmal auch gute Ideen bewusst zurückstellen und Schritt für Schritt vorgehen“, betont Philipp Kain. Das junge Team, die regionale Verantwortung und der enge Zusammenhalt bilden dabei die Grundlage für die weitere Entwicklung und den Erfolg des Unternehmens.



KONTAKTDATEN

Elektrizitätswerk Perg GmbH
Feldstraße 21
4320 Perg
Österreich
☎ +43 7262 52332
ewerk@ewerk-perg.at
www.ewerk-perg.at

Vom Handwerk zur internationalen Hochbaustrategie



Zimmerleute fertigen präzise Bauelemente in der modernen Produktionshalle vor



Im Werk bewegt ein Mitarbeiter Holzplatten per Hebevorrichtung – wirtschaftlich, ergonomisch und wetterunabhängig

Vom regionalen Zimmereibetrieb zum innovativen Totalunternehmer: Die Handler Bau GmbH hat sich in mehr als 160 Jahren zu einem führenden Player im großvolumigen Wohn- und Hochbau entwickelt. Im Gespräch erläutert Geschäftsführer Michael Schranz, wie konsequente Vorfertigung, strategische Integration von Gewerken und Digitalisierung das Unternehmen prägen – und warum der Blick zunehmend auf den deutschen Markt gerichtet ist.

Wirtschaftsforum: Herr Schranz, Handler Bau blickt auf eine lange Geschichte zurück. Wie hat sich das Unternehmen entwickelt?

Michael Schranz: Unser Unternehmen wurde 1862 als kleine Zimmerei gegründet und ist bis heute familiengeführt. Über viele Jahrzehnte hinweg waren wir regional tätig, bevor wir uns Schritt für Schritt Richtung Wien entwickelt haben. Ein entscheidender Meilenstein war die Zusammenführung der Zimmerei mit dem Baumeisterbetrieb. Daraus entstand die Grundlage für unser heutiges Geschäft als Generalunternehmer.

Wirtschaftsforum: Welche strategischen Veränderungen haben die Entwicklung besonders geprägt?

Michael Schranz: Ein wesentlicher Schritt war der Ausbau unserer Rolle als General- und später Totalunternehmer. Parallel dazu haben wir begonnen, verstärkt in den großvolumigen Wohnbau einzusteigen. In den vergangenen 10 bis 15 Jahren hat sich unser Unternehmen von einem klassischen Sanierer zu einem Bauunternehmen entwickelt, welches Neubauten im Wohn-, Gewerbe- und Bildungsbau realisiert. Gleichzeitig haben wir erkannt, wie wichtig es ist, die Wertschöpfungskette stärker selbst abzudecken.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet das konkret für Ihre Organisation?

Michael Schranz: Heute vereinen wir mehrere Gewerke unter einem Dach – vom Holzbau über

Dachdecker, Spengler und Elektrik bis hin zur Haustechnik. Ziel ist es, Projekte möglichst aus einer Hand umzusetzen. Dadurch reduzieren wir Schnittstellen, steigern die Effizienz sowie die Qualität und sichern uns einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt dabei die Vorfertigung?

Michael Schranz: Eine zentrale Rolle. Wir verfolgen konsequent das Ziel, industrielle Prinzipien in die Bauwelt zu übertragen. Möglichst viele Bauteile werden im Werk vorgefertigt und dann auf der Baustelle montiert. Das verkürzt Bauzeiten erheblich, steigert die Präzision und reduziert Fehler. Wichtig ist dabei, dass wir nicht in starren Systemen denken, son-

Interview mit



DI (FH) Michael Schranz,
Geschäftsführer
der Handler Bau GmbH

dern Individualität mit Systembau verbinden.

Wirtschaftsforum: Ein Thema, das häufig mit Vorfertigung verbunden wird, ist der Holzbau. Wie positionieren Sie sich hier?

Michael Schranz: Der Holzbau ist für uns ein strategisches Zukunftsfeld. Wir haben bereits vor rund zehn Jahren eine moderne Produktionsanlage aufgebaut, die heute voll ausgelastet ist. Projekte wie das HoHo Wien oder ausgezeichnete Wohnbauten zeigen, welches Potenzial in dieser Bauweise steckt. Holzbau ermöglicht



Vorgefertigte Wandelemente werden per Kran montiert – schnell, präzise und mit deutlich verkürzter Bauzeit



Das Woody-M Projekt in Wien steht für preisgekrönten Holzbau, hohe Vorfertigung und moderne, nachhaltige Architektur

HANDLER

KONTAKTDATEN

Handler Bau GmbH
Walter Handler Straße 1
2853 Bad Schönau
Österreich
☎ +43 2646 22737
office@handler-group.com
www.handler-group.com

nachhaltiges und zugleich hoch industrialisiertes Bauen – vorausgesetzt, man nutzt die Vorfertigung konsequent.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie Ihre besonderen Stärken?

Michael Schranz: Unser größter Hebel liegt im Engineering und in der frühen Einbindung in Projekte. Wenn wir bereits in der Planungsphase mitarbeiten, können wir unsere Erfahrung in Vorfertigung, Konstruktion und Kostenoptimierung einbringen. Genau daraus entstehen innovative Lösungen, die sowohl technisch als auch wirtschaftlich überzeugen.

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist Digitalisierung?

Michael Schranz: Essenziell. Wir modellieren Projekte intern neu, unabhängig von externen Planungsständen, und nutzen digitale Modelle für Kalkulation und Variantenentwicklung. Darüber hinaus setzen wir stark auf visuelles Management und digitale Zusammenarbeit – auch intern. Strategische Themen werden in klar definierte, kurzfristige Ziele

heruntergebrochen, was die Umsetzung deutlich beschleunigt.

Wirtschaftsforum: Wie beurteilen Sie die aktuelle Marktsituation?

Michael Schranz: Die Nachfrage ist grundsätzlich da, aber der Wettbewerb ist intensiv und die Margen stehen unter Druck. Umso wichtiger ist es, produktiver zu werden und die eigene Organisation ständig weiterzuentwickeln. Wir sehen uns hier gut aufgestellt, weil wir frühzeitig in Digitalisierung, Vorfertigung und Integration investiert haben.

Wirtschaftsforum: Welche strategischen Ziele verfolgen Sie?



Das Woody-M Wohnprojekt: helle Bäder mit Holzakzenten...

Michael Schranz: Wir arbeiten aktuell stark daran, unsere internen Strukturen weiter zu schärfen und unsere Gewerke noch enger zu verzahnen. Gleichzeitig wollen wir gezielt wachsen – sowohl organisch als auch durch selektive Zukäufe. Besonders wichtig ist uns dabei, unsere Prozesse zu standardisieren und in bestimmten Produktsegmenten Exzellenz aufzubauen.

Wirtschaftsforum: Ein Stichwort, das Sie betont haben, ist Expansion. Welche Märkte stehen im Fokus?

Michael Schranz: Ein zentraler Wachstumsschritt ist für uns Deutschland. Wir sehen dort großes Potenzial für unsere Kompe-

tenz im Bereich Vorfertigung und Hybridbau. Erste Projekte sind bereits in Vorbereitung. Unser Ziel ist es, unser Know-how in neuen Märkten einzubringen und dort langfristig zu wachsen.

Wirtschaftsforum: Abschließend: Was treibt Sie persönlich an?

Michael Schranz: Mich motiviert die kontinuierliche Weiterentwicklung – sowohl des Unternehmens als auch der Branche. Bauen verändert sich massiv, und wir gestalten diese Veränderung aktiv mit. Wenn es gelingt, Innovation, Wirtschaftlichkeit und Qualität miteinander zu verbinden, dann ist das für mich der größte Erfolg.



...lichtdurchflutete Treppenträume verbinden klare Linien und Funktion...



...ruhige Flure schaffen wohnliche Atmosphäre durch Holz und Weiß

Geschmack trifft Emotion



Interview mit
Lukas M.
Walchhofer,
geschäftsführender
Gesellschafter
von STAY SPICED !



Von der Gewürzmischung über Verpackung und Versand bis zur Vielfalt der Dosen und Geschenkboxen: STAY SPICED ! verbindet handwerkliche Qualität, Design und Genuss



Was macht aus einem Gewürz ein Lifestyle-Produkt? Die SPICEWORLD GmbH vereint in ihrer Marke STAY SPICED ! hochwertige Rohstoffe, nachhaltige Produktion und eine emotionale Markenwelt. So entwickelte sich das Unternehmen von der kleinen Gewürzmanufaktur zur internationalen Genussmarke. Geschäftsführer Lukas M. Walchhofer spricht über Qualität, Herkunft und Gewürze als pure Emotion.

Gewürze verleihen Speisen nicht nur Geschmack, sondern Charakter und Emotion. Zusatzstoffe, künstliche Inhaltsstoffe und unklare Herkunft stoßen jedoch zunehmend auf Kritik. STAY SPICED ! setzt deshalb auf reine Gewürze, Clean Label-Produkte und nachvollziehbare Lieferketten. „Wir möchten verstehen, wo unser Gewürz wächst und was der Bauer damit macht“, erklärt Geschäftsführer Lukas M. Walchhofer. Das Unternehmen arbeitet mit ausgewählten Partnern zusammen und baut inzwischen sogar eigene Rohstoffe wie Kümmel oder Koriander im Innviertel an. Qualität, Reinheit und Transparenz stehen dabei klar im Mittelpunkt. Jedoch baut STAY SPICED ! nicht nur selbst an, son-

dern behält auch den gesamten Prozess von der Entwicklung der Rezeptur über die Mischung im eigenen Haus und die Abfüllung bis hin zum Versand in eigener Hand. „Das ist in unserer Branche leider nicht selbstverständlich“, sagt der Geschäftsführer. „Viele kaufen fertige Mischungen zu, lassen diese von einem Lohnabfüller abfüllen, lagern extern ein und designen lediglich das Etikett selbst.“

Genuss als Erlebnis

STAY SPICED ! hat sich zur modernen Lifestyle-Marke entwickelt. Neben Gastronomie und Hotellerie zählen heute auch Endkunden zu den wichtigsten Zielgruppen. Mit dem Markenrelaunch 2019 ent-

stand eine emotionale Markenwelt rund um Qualität und Genuss.

„Gewürz ist nicht nur Geschmack, sondern pure Emotion“, beschreibt Lukas M. Walchhofer die Philosophie des Unternehmens. Kooperationen mit bekannten Köchen wie Roland Trettl, Haya Molcho oder Tom Heinze unterstreichen diesen Anspruch. Die Gewürzdosen sind Teil des Markenkonzepts: Sie wurden eigens für STAY SPICED ! designt, werden exklusiv in Österreich produziert und verbinden modernes Design mit Funktionalität und Nachhaltigkeit.

Stores als Erlebnisorte

Neben dem Onlinehandel setzt STAY SPICED ! auf stationäre

KONTAKTDATEN

STAY SPICED ! by SPICEWORLD GmbH
Salzburger Straße 1
5141 Moosdorf
Österreich
☎ +43 662 890919
office@stayspiced.com
www.stayspiced.com

Erlebniswelten. In den Concept Stores in Salzburg, Wien und Dornbirn können Kunden mehr als 500 Gewürze und Mischungen riechen, probieren und vergleichen. Die Geschäfte verstehen sich als Kompetenzzentren rund ums Würzen, in denen Beratung, Inspiration und das sinnliche Erlebnis im Mittelpunkt stehen. Besonders gefragt sind asiatische Gewürzwelten, Grill- und Barbecue-Themen sowie individuelle Mischungen für die Gastronomie.

Nachhaltigkeit und Wachstum

Nachhaltigkeit ist Teil der Unternehmensstrategie und bestimmt Produktion, Verpackung und den effizienten Einsatz von Ressourcen. Gleichzeitig investiert STAY SPICED ! in Digitalisierung, automatisierte Abläufe und KI-gestützte Systeme in Logistik und Kundenservice. Heute beschäftigt das Unternehmen mehr als 40 Mitarbeiter und erzielt bereits über die Hälfte des Umsatzes im Export. Besonders Deutschland gilt als wichtiger Wachstumsmarkt. „Dort planen wir auch weitere Concept Stores“, betont der Geschäftsführer. „Wichtig bleibt, unsere Qualitätsphilosophie konsequent weiterzuführen.“

Kontakte

SCHWEIZ

CREALOGIX AG
Maneggstrasse 17
8041 Zürich
Schweiz
☎ +41 58 4048000
info@crealogix.com
www.crealogix.com

DEUTSCHLAND

GoodWe Europe GmbH
Perchtinger Straße 10
81379 München
Deutschland
☎ +49 89 78072890
sales.de@goodwe.com
www.goodwe.com

Kunze GmbH
Marie-Curie-Allee 7
83052 Bruckmühl
Deutschland
☎ +49 8062 726110
marketing@kunze-buehnen.com
www.kunze-buehnen.com

Faltenbacher Jalousienbau GmbH &
Co. KG
Im Gewerbepark 15
92681 Erbendorf
Deutschland
☎ +49 9682 92200
info@faltenbacher.de
www.faltenbacher.de

innovIT AG
Schloss Heiligenberg
64342 Seeheim-Jugenheim
Deutschland
☎ +49 6257 5060300
info@innovit.ag
www.innovit.ag

Szabo GmbH
Roter Sand 11
97877 Wertheim
Deutschland
☎ +49 9342 967920
info@szabo.de
www.szabo.de

ProServ Produktionsservice und
Personaldienste GmbH
Pfannkuchstraße 8
76185 Karlsruhe
Deutschland
☎ +49 721 597260
info@proserv-dl.de
www.proserv-dl.de

Erwin Junker Maschinenfabrik GmbH
Junkerstraße 2
77787 Nordrach
Deutschland
☎ +49 7838 840
info@junker.de
www.junker-group.com

PLU CO Immobilienvermittlungs GmbH
Weißdornweg 5
89195 Staig
Deutschland
☎ +49 731 3885288
info@pluco.de
www.pluco.de

ÖSTERREICH

Elektrizitätswerk Perg GmbH
Feldstraße 21
4320 Perg
Österreich
☎ +43 7262 52332
ewerk@ewerk-perg.at
www.ewerk-perg.at

Handler Bau GmbH
Walter Handler Straße 1
2853 Bad Schöna
Österreich
☎ +43 2646 22737
office@handler-group.com
www.handler-group.com

STAY SPICED ! by SPICEWORLD GmbH
Salzburger Straße 1
5141 Moosdorf
Österreich
☎ +43 662 890919
office@stayspiced.com
www.stayspiced.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