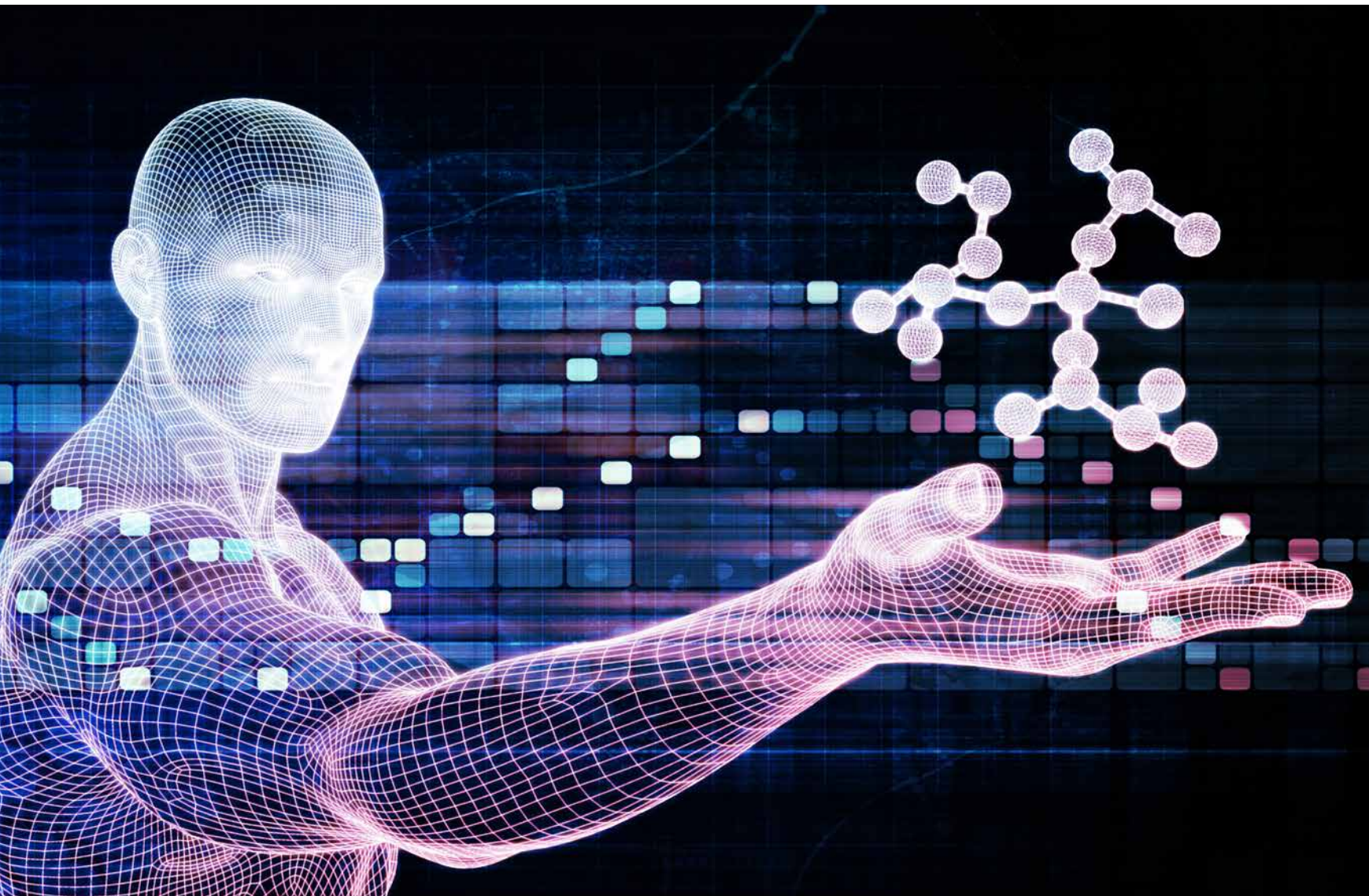


Wirtschaft im Süden



Interview:

„Aus Ideen funktionierende Produkte entstehen lassen!“

mit Berthold Kramer, Geschäftsführer der ENGESSER GmbH, Seite 20

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Hans Köppen**, Geschäftsführer der Haus des Meeres Betriebs GmbH, Seite 4
- › Interview mit **Kathleen Pfennigsdorf**, Geschäftsführerin der AKOMA GmbH, Seite 25

Wirtschaft im Süden



Hans Köppen,
Geschäftsführer
der Haus des Meeres Betriebs GmbH

4



Vlassis Karouzos,
CEO
der Codere SA

6



Andreas Ziegler,
Geschäftsführer
der FlowChief GmbH

7



Klaus Brugberger,
Geschäftsführer
der UG Systems GmbH & Co. KG

8



Mathias Körber,
Geschäftsführer
der OKP Parts and Engineering GmbH

10



Gunther Gamst,
CEO
der Vaventus AG Kälte Klima Lüftung

12



Stepan Lialine,
Co-Founder und Geschäftsführer
der 3Keys GmbH

15



Wirtschaft im Süden



Stephan Riese,
CEO
der reputatio systems GmbH & Co. KG

16



Alexander Schaal,
Geschäftsführer Sport
der SPORTSTÄTTENBAU Garten-Moser GmbH u. Co. KG

18



Berthold Kramer,
Geschäftsführer
der ENGESSER GmbH

20



Steffen Bayer,
Geschäftsführer
der METALLART Treppen GmbH

22



Jürgen Fien,
Geschäftsführer
der Fien GmbH Bauunternehmen

24



Kathleen Pfennigsdorf,
Geschäftsführerin
der AKOMA GmbH

25

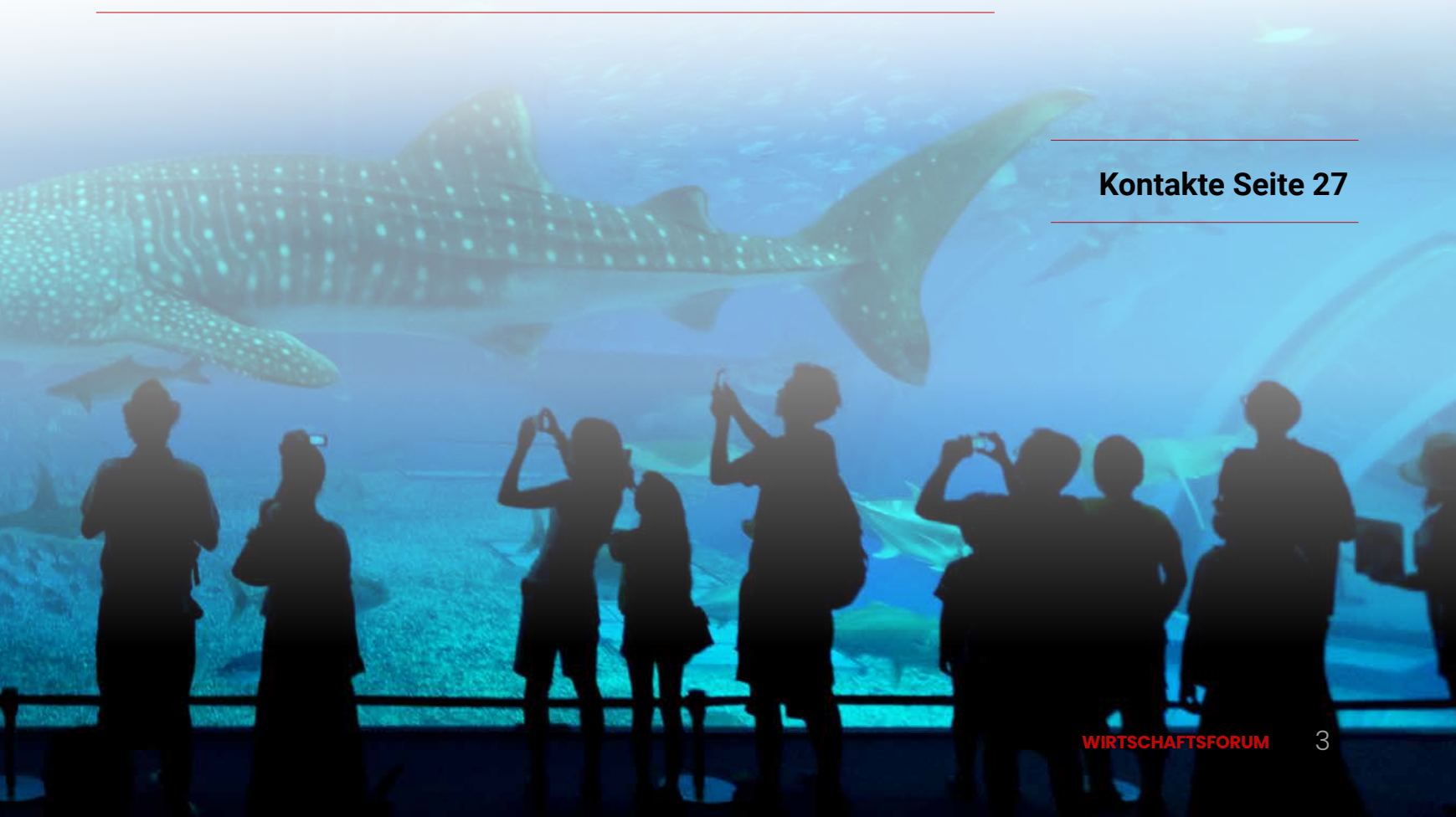


Semi Ouanes,
Geschäftsführer
der Ouanes Früchte GmbH

26



Kontakte Seite 27





Kürzlich eröffnet: die neue Giftschlangenabteilung



Der Haifisch, der hat Zähne: eindrucksvoll zu bestaunen im Haus des Meeres

„Das Tierwohl steht an erster Stelle!“



In den letzten Jahrzehnten wandelte sich das Haus des Meeres, die einst erste Meerwasserausstellung in Österreich, von einem Verein in wirtschaftlich prekärer Lage zu einem rentablen Unternehmen, bei dem das Tierwohl weiterhin sämtliche Entscheidungen bestimmt. Geschäftsführer Hans Köppen stellte im Gespräch mit Wirtschaftsforum vor, was es dort zu bestaunen gibt – und wie dabei auch die wirtschaftliche Rechnung aufgeht.

Wirtschaftsforum: Herr Köppen, schon seit vielen Jahrzehnten bietet das Haus des Meeres im Herzen von Wien seinen Besuchern ein beeindruckendes Zooerlebnis. Was gibt es dort Besonderes zu bestaunen?

Hans Köppen: Schon unser Standort ist in vielerlei Hinsicht außergewöhnlich – nicht nur durch unsere Lage in einem beeindruckenden Naturpark trotz unmittelbarer Nähe zu mehreren U-Bahn-Stationen, sondern auch durch unsere Unterbringung in einem ehemaligen Flakturm aus dem 2. Weltkrieg, den wir über die Jahrzehnte sukzessive umgebaut haben. Wie unser Name schon

sagt, zeigen wir in erster Linie Meerestiere – von Haien über Meeresschildkröten bis hin zu Korallenfischen, aber auch ausgefallene Arten wie etwa Rochen. Ferner gibt es bei uns verschiedenste Reptilien und Amphibien von Komodowaranen bis zu Krokodilen und natürlich auch einige der giftigsten Schlangen der Welt zu sehen. Als wissenschaftlich geführtem Zoo liegt uns dabei auch ein nachhaltiges Bildungserlebnis am Herzen. So sind unsere Schauaquarien eher naturbelassen, eben weil wir die Natur als solche zeigen wollen. Da dürfen sich also auch ein paar Algen auf den Steinen ansammeln.

Wirtschaftsforum: Darüber hinaus engagieren Sie sich in zahlreichen Artenschutz- und Zuchtprojekten.

Hans Köppen: Wir sind eines von weltweit sehr wenigen Häusern aus einem Binnenland, das etwa Blaupunktstechrochen und Seepferdchen züchtet. Grundsätzlich verzichten wir so weit wie möglich auf Wildfänge, sondern stellen primär Zuchttiere aus, die wir uns bisweilen auch im Austausch mit anderen Zoos beschaffen, wenn dort entsprechende Überpopulationen bestehen – selbstverständlich jedoch stets ohne Entgeltzahlungen. Das Tierwohl steht bei uns immer an

Interview mit



Hans Köppen,
Geschäftsführer
der Haus des Meeres Betriebs
GmbH

erster Stelle, denn nur wenn sich die Tiere in ihren Lebensräumen bei uns wohlfühlen, kann auch ein attraktives Erlebnis für unsere Gäste entstehen.

Wirtschaftsforum: Wie funktioniert der Betrieb des Hauses des Meeres aus wirtschaftlicher Sicht?

Hans Köppen: Das war ein langer Prozess: Mit der Gründung im Jahre 1958 firmierte unsere Einrichtung noch als Verein, löste aber schon im ersten Jahr ihres Bestehens als erste Meerwasserausstellung Österreichs wahre Besucheranstürme aus. Als dann immer mehr Wiener unser Haus



Auf der Dachterrasse kann man nicht nur eine schmackhafte Mahlzeit, sondern auch einen beeindruckenden Blick auf Wien genießen



Bei einer Weihnachtsfeier im Lighthouse10, der Event-Location des Hauses des Meeres



Bei Bauarbeiten zu einem...



...neuen Tropenhaus, hier bereits in fertigem Zustand



HAUS DES MEERES

KONTAKTDATEN
 Haus des Meeres Betriebs GmbH
 Fritz-Grünbaum-Platz 1
 1060 Wien
 Österreich
 ☎ +43 1 5871417
 office@haus-des-meeres.at
 www.haus-des-meeres.at

kannten, nahmen die Besucherzahlen mit der Zeit deutlich ab, bis sich das Haus des Meeres in den 1990er-Jahren in einer immer prekärer werdenden wirtschaftlichen Gesamtsituation befand. Glücklicherweise konnte man damals durch den enormen persönlichen Einsatz eines Vereinsmitgliedes unseren heute noch bestehenden Glaszubau verwirklichen, nach dessen Fertigstellung ein starker Wiederanstieg der Besucherzahlen einsetzte. Das verdeutlichte allen, dass mit dem Haus des Meeres durch nachhaltige Investitionen auch attraktive Renditen erzielt werden konnten.

Wirtschaftsforum: In den letzten 20 Jahren haben sich die Besucherzahlen auf inzwischen über 1 Million EUR verdreifacht, auch nachdem Sie infolge der Umwandlung des Hauses des Meeres in ein Wirtschaftsunternehmen

2008 die Geschäftsführung übernahmen.

Hans Köppen: Schon seit längerer Zeit können wir uns ohne staatliche Subventionen oder Sponsoren vollkommen eigenständig finanzieren und haben inzwischen sämtliche Stockwerke des ehemaligen Flakturms ausgebaut. Auch unseren Zubau haben wir bereits merklich erweitert. Diesen Sommer wird ferner ein neues Süßwasseraquarium mit einem Fassungsvermögen von über 40.000 l folgen, wo wir vornehmlich afrikanische Fische ausstellen werden. Zudem arbeiten wir derzeit an der Modernisierung unserer Event-Locations, um ab September wieder für viele schöne Veranstaltungen öffnen zu können. Damit verfolgen wir zahlreiche Impulse, um unsere Besucher auch in Zukunft zu begeistern. Fast drei Viertel von

ihnen stammen inzwischen aus dem Ausland: vorwiegend aus unseren Nachbarländern wie insbesondere Deutschland, aber auch aus Amerika, Australien und Asien.

Wirtschaftsforum: Was zeichnet Ihre Besucher aus?

Hans Köppen: Unseren Besuchern liegt das Tierwohl sehr am Herzen – genau wie uns. Dieses Thema emotionalisiert sich seit einigen Jahren zudem immer stärker, auch wenn das bisweilen in Kritik an Zoos als Ganzes mündet. Natürlich können wir als Zoo bedrohte Lebensräume in der Natur nicht wiederherstellen, wir können jedoch attraktive natürliche Lebensräume für die Tiere in unserer Obhut und damit auch eine Plattform schaffen, damit die Menschen die Tiere und ihre Bedürfnisse besser verstehen

können. Gleichzeitig wirken wir aktiv an der Wiederansiedlung von Zuchttieren in ihren natürlichen Lebensräumen mit, um ihnen dort wieder ein gutes Leben zu ermöglichen.

Wirtschaftsforum: Die durchschnittliche Verweildauer der Menschen im Haus des Meeres hat sich in den letzten Jahren deutlich erhöht, von ehemals einer Stunde auf mittlerweile zweieinhalb Stunden. Worauf führen Sie diesen Effekt zurück?

Hans Köppen: Ich glaube, dass wir einfach ein schönes Gesamterlebnis anbieten können, neben unserem Zoo auch mit einem schönen Restaurant, das wir selbst betreiben und in dem wir großen Wert auf eine ansprechende Kulinarik und ein schönes Ambiente legen!

Präzision, die Sicherheit schafft

Ob Fahrwerke für Verkehrsflugzeuge, Komponenten für die Uhrenindustrie oder Bauteile für die Medizintechnik: Erst eine präzise Wärmebehandlung verleiht Metallen die dafür notwendigen Eigenschaften. Die Codere SA aus Alle im Schweizer Jura entwickelt modulare Industrieöfen und verbindet metallurgisches Know-how mit kundenspezifischen Lösungen.



Das modular aufgebaute System 250 ermöglicht effiziente und kundenspezifische Wärmebehandlungsprozesse

Codere wurde 1989 gegründet und ist international tätig. Seit rund eineinhalb Jahren führt Vlassis Karouzos das Unternehmen als CEO. Zuvor hatte er Codere über viele Jahre aus der Muttergesellschaft begleitet und war fünf Jahre Mitglied des Verwaltungsrats. Sein Ziel ist es, Stabilität zu sichern und das technische Wissen stärker am Markt zu positionieren.

Lösungen für jede Größenordnung

Das Spektrum reicht von kompakten Anlagen für kleine Präzisionsbauteile bis zu Öfen, die Bauteile mit einem Gewicht von bis zu 5 t behandeln können. Einsatzfelder sind Luft- und Raumfahrt, Automobilindustrie, Härtereien, Defense, Werkzeugmaschinenbau sowie Uhren- und Schmuckindustrie. Auch Fahrwerkskomponenten



Das erfahrene Team von Codere verbindet metallurgisches Know-how mit internationaler Projekterfahrung

Interview mit
Vlassis Karouzos,
CEO
der Codere SA



ten großer Passagierflugzeuge werden in Codere-Anlagen gehärtet.

„Wir wollen nicht nur High-End-Kunden bedienen, sondern für unterschiedliche Anforderungen die passende Lösung anbieten“, sagt Vlassis Karouzos. Neben dem Anlagenbau gewinnt deshalb der Kundendienst an Bedeutung. Wartung, technische Unterstützung und langfristige Betreuung stärken die Kundenbindung.

Mehr Effizienz durch Integration

Codere entwickelt etablierte Wärmebehandlungsverfahren durch Digitalisierung, Automatisierung und zusätzliche Prozessschritte weiter. Die Anlagen sind vollständig digitalisiert und können mit Robotik, Prüfverfahren und Systemen anderer Anbieter verbunden werden. Ziel ist eine Gesamtlösung, die Produktivität und Prozesssicherheit erhöht. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Energieeffizienz und niedrigen Emissionen. Die Anlagen werden zu einem hohen Anteil in der Schweiz gefertigt. International

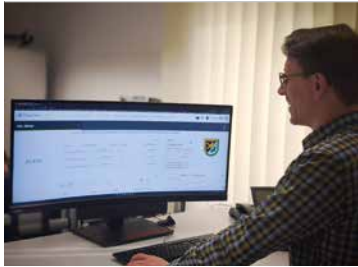
arbeitet Codere weltweit mit Partnern. In Europa erfolgt der Vertrieb überwiegend direkt, in China bestehen lokale Partnerschaften, in den USA sollen neue Strukturen entstehen.

Das Unternehmen beschäftigt rund 30 Mitarbeitende und erzielt etwa 10 Millionen EUR Umsatz. Die Auslastung liegt bei 100%. Wachstumspotenzial sieht Vlassis Karouzos in effizienteren Abläufen, einem starken Team mit innovativer Ausrichtung und der Weitergabe von Wissen an die nächste Generation.



KONTAKTDATEN

Codere SA
Route de Miécourt 12
2942 Alle
Schweiz
☎ +41 32 4651010
info@codere.ch
www.codere.ch



Beim Energiedatenmanagement



In der Leitwarte können die Anwender jederzeit eingreifen



Auch in Kläranlagen sorgt FlowChief für einen reibungslosen Fluss

Digitale Lösungen für den Betrieb von morgen

Als etablierter Softwarehersteller stellt FlowChief die erforderlichen digitale Systeme für die kritische Infrastruktur als auch zur Visualisierung und Steuerung von Maschinen und Anlagen für die Industrie bereit. Worin die zentralen Vorteile seiner Softwarelösung liegen und welche neuen Möglichkeiten sich durch die KI ergeben, verriet Geschäftsführer Andreas Ziegler im Interview mit Wirtschaftsforum.

„Auf schätzungsweise über 2.500 Anlagen wird unser System heute in der Wasserwirtschaft eingesetzt“, fasst Andreas Ziegler, Geschäftsführer von FlowChief, die Breitenwirkung zusammen, die der Softwarehersteller in den letzten Jahrzehnten erzielen konnte: „Als im Grunde klassisches Prozessleitsystem soll unsere Software die entsprechenden Anlagen als digitalen Zwilling visualisieren sowie die dabei erfassten Daten systematisch dokumentieren und archivieren, um so eine langfristige Protokollierung zu ermöglichen. Ursprünglich haben wir uns dabei voll und ganz auf die Wasser- und Abwasserwirtschaft konzentriert, wo auch heute noch der Schwerpunkt unseres Kundenkreises liegt. Inzwischen wird unser System aber auch in der Gebäudeleittechnik, bei der Steuerung von Biogasanlagen und in vielen weiteren Industrie-

bereichen eingesetzt“, erläutert Andreas Ziegler.

Ein wichtiger Schlüssel, um diese umfassende Breitenwirkung zu erzielen, liegt in der einfachen Bedienbarkeit der Lösung sowohl für die Endanwender als auch für die Systempartner, die mit der Implementierung betraut sind: „Das Onboarding dauert in der Regel nur zwei Tage, bevor anschließend noch kleinere themenspezifische Seminare folgen“, erklärt Andreas Ziegler.

Neue Impulse durch KI

„Ein wichtiger technologischer Vorteil liegt ferner in der Web-Fähigkeit unserer Lösung, auf die wir seit der ersten Stunde setzen“, fährt Andreas Ziegler fort: „Alle User können einfach über ihre Webbrowser oder ihre mobilen Endgeräte auf das System zugreifen, das somit nicht eigens auf ihren Client-PCs installiert werden muss. Neben

einer On-Premise-Lösung halten wir zudem schon lange eine starke Cloud-Applikation bereit.“ In der breiten Funktionalität von FlowChief sieht Andreas Ziegler einen weiteren zentralen Wettbewerbsvorteil: „Wir verstehen uns als Softwareplattform, die neben der reinen Datenaggregation und -archivierung etwa auch eine Alarmierung direkt aus dem System heraus ermöglicht, wenn die Istzustände von den Sollwerten abweichen. Damit können wir mühelos unterschiedlichsten Kundenanforderungen gerecht werden.“

Die KI wird dabei in Zukunft verstärkt automatische Datenauswertungen ermöglichen: „Wir haben den großen Vorteil, dass wir schon lange Daten auf den Anlagen protokollieren, sodass unsere Kunden bereits einen umfassenden Datenbestand nutzen können“, erklärt Andreas Ziegler. „In Verbindung mit unserem ge-

Interview mit



Andreas Ziegler,
Geschäftsführer
der FlowChief GmbH

wachsenen Prozess-Know-how werden wir damit den Nutze-gewinn perspektivisch noch einmal deutlich steigern können.“



KONTAKTDATEN

FlowChief GmbH
Alte Salzstraße 9
90530 Wendelstein
Deutschland
☎ +49 9129 147220
info@flowchief.de
www.flowchief.de

Die Kunst der kleinsten Details



Durch die Kombination aus Prüftechnik, Software und moderner Bildverarbeitung erkennt das Oberflächenprüfsystem von UG SYSTEMS selbst Fehler im Submillimeterbereich und gewährleistet eine vollständige Rückverfolgbarkeit der Prüfergebnisse

Interview mit



*Klaus Brugberger,
Geschäftsführer
der UG Systems GmbH & Co. KG*

Schon als die meisten Prüf- und Testsysteme noch von klassischer SPS-Technik bestimmt wurden, setzte die UG Systems GmbH & Co. KG aus Bamberg auf softwarebasierte Lösungen. Dieser frühe Perspektivwechsel prägt das Unternehmen bis heute. Aus dem Softwareanbieter entwickelte sich ein international tätiger Spezialist für Prüf- und Automatisierungstechnik, dessen Systeme weltweit eingesetzt werden. Geschäftsführer Klaus Brugberger erläutert, warum kontinuierliche Innovation, technologische Neugier und der Mut, neue Wege zu beschreiten, entscheidende Erfolgsfaktoren sind – und wie sich das Unternehmen mit KI-gestützter Bildverarbeitung und neuen Anwendungsfeldern weiterentwickelt.

Wirtschaftsforum: Herr Brugberger, UG SYSTEMS entwickelt Prüf- und Automatisierungslösungen für die Industrie. Was unterscheidet Ihr Unternehmen von klassischen Maschinenbauern?

Klaus Brugberger: Unsere Wurzeln liegen in der Softwareentwicklung. Viele Unternehmen kommen aus der Mechanik und ergänzen später Software und Elektrik. Bei uns war es genau umgekehrt: Wir haben von Anfang an die Software als Kern betrachtet, um dann Elektrik und Mechanik darauf abzustimmen. Dadurch entstehen flexible Systeme, die

sich an neue Anforderungen anpassen lassen und gleichzeitig eine lückenlose Datenauswertung und Dokumentation ermöglichen.

Wirtschaftsforum: Welche Schritte haben UG SYSTEMS in seiner Entwicklung besonders geprägt?

Klaus Brugberger: Bereits seit 2001 wurde an softwarebasierten Lösungen für Test- und Prüfsysteme gearbeitet. 2008 entstand daraus die UG SYSTEMS als eigenständiges Unternehmen. Die frühe Entscheidung für PC-basierte Systeme verschaffte uns einen technologischen Vorsprung,

etwa beim weltweiten Remote-Support von Anlagen. Gleichzeitig bauten wir unser Know-how kontinuierlich aus und etablierten uns insbesondere im Bereich lichttechnischer Prüfungen und optischer Inspektion.

Wirtschaftsforum: Welchen Vorteil bietet der softwaregetriebene Ansatz Ihren Kunden heute?

Klaus Brugberger: Die Anforderungen werden immer komplexer. In unserem Bereich gibt es kaum Lösungen von der Stange. Neue Materialien, Funktionen und Qualitätskriterien erfordern flexible

Systeme, die sich schnell anpassen lassen. Genau hier spielt unsere Software ihre Stärken aus: Sie ermöglicht eine zentrale Steuerung, eine lückenlose Dokumentation und die schnelle Integration neuer Technologien und Prozesse.

Wirtschaftsforum: Welche Aufgaben übernehmen Ihre Systeme konkret?

Klaus Brugberger: Wir realisieren individuelle Automatisierungslösungen, Montageanlagen und Testsysteme für elektronische, lichttechnische und mechatroni-



Lichttechnische Komponenten übernehmen heute weit mehr als reine Beleuchtungsfunktionen und werden zunehmend komplexer: Entsprechend hoch sind die Anforderungen an Prüfung, Dokumentation und Qualitätssicherung, die UG SYSTEMS mit spezialisierten Prüf- und Testsystemen unterstützt

sche Komponenten. Dazu gehören beispielsweise die optische Prüfung von Oberflächen und die Qualitätskontrolle moderner Lichtsysteme. Selbst kleinste Details wie Kratzer, Staubeinschlüsse oder Lackfehler müssen zuverlässig erkannt und dokumentiert werden – häufig im Bereich von Millimeterbruchteilen. Entscheidend ist dabei nicht nur die Erkennung der Fehler, sondern auch die lückenlose Dokumentation der Ergebnisse. Genau dafür verbinden wir Prüftechnik, Software und Automatisierung in einer integrierten Lösung.

Wirtschaftsforum: Viele Ihrer Kunden stammen aus der Automobilindustrie. Welche weiteren Märkte rücken für UG SYSTEMS in den Fokus?

Klaus Brugberger: Die Automobilzulieferindustrie ist weiterhin unser Kernmarkt. Dort arbeiten wir für zahlreiche Tier-1- und Tier-2-Zulieferer, insbesondere im Bereich lichttechnischer Prüfungen und Oberflächenprüfungen. Gleichzeitig übertragen wir unser Know-how zunehmend auf ande-

re Branchen. Ob Medizintechnik, Bauindustrie oder Konsumgüter: Wo höchste Qualitätsanforderungen gelten, werden automatisierte Prüfverfahren benötigt. Deshalb sehen wir gerade außerhalb der Automobilindustrie interessante Wachstumsperspektiven.

Wirtschaftsforum: Welche Bedeutung haben Digitalisierung und KI für Ihr Geschäft?

Klaus Brugberger: Eine sehr große. Gerade bei der automatisierten Erkennung von Oberflächenfehlern eröffnen Bildverarbeitung und KI neue Möglichkeiten. Wir beschäftigen uns seit mehreren Jahren mit diesen Technologien und konnten wertvolle Erfahrungen sammeln. Gleichzeitig müssen wir Datenschutz, Geheimhaltung und Cybersecurity berücksichtigen. Deshalb prüfen wir, wie sich KI in geschützten Umgebungen nutzen lässt, ohne Abstriche bei Vertraulichkeit und Datensicherheit zu machen.

Wirtschaftsforum: Die Automobilbranche steht derzeit unter

Druck. Wie wirkt sich das auf Ihr Geschäft aus?

Klaus Brugberger: Natürlich beobachten wir die Entwicklung aufmerksam. Gleichzeitig bewegen wir uns in einer sehr speziellen Nische. Qualitätssicherung bleibt unabhängig von Konjunkturzyklen unverzichtbar. Ob 10 oder 1.000 Fahrzeuge produziert werden – die Bauteile müssen geprüft und die Ergebnisse dokumentiert werden. Deshalb konnten wir uns in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich entwickeln. Unser bislang bestes Geschäftsjahr hatten wir sogar in einer Phase, in der vielerorts von Krise gesprochen wurde.

Wirtschaftsforum: Welche Faktoren sind aus Ihrer Sicht entscheidend für den langfristigen Erfolg und die weitere Entwicklung von UG SYSTEMS?

Klaus Brugberger: Stillstand ist Rückschritt – gerade in unserem Umfeld. Wer langfristig erfolgreich sein will, darf vor neuen Technologien und Themen nicht

zurückschrecken. Dieses Denken hat uns in der Vergangenheit geholfen und wird auch künftig wichtig sein. Deshalb sehen wir Potenzial in neuen Märkten und Anwendungsfeldern und wollen unsere Innovationskraft weiter stärken. Dazu gehört auch die Modernisierung und Wiederverwendung bestehender Anlagen, die von vielen Kunden zunehmend nachgefragt wird. Entscheidend ist für uns, technologische Entwicklungen früh aufzugreifen und daraus Lösungen zu entwickeln, die unseren Kunden einen echten Mehrwert bieten. So schaffen wir die Voraussetzungen, auch in Zukunft technologisch vorne mitzuspielen.



KONTAKTDATEN

UG Systems GmbH & Co. KG
Kronacher Straße 41
96052 Bamberg
Deutschland
☎ +49 951 70085800
info@ug-systems.com
www.ug-systems.com

Interview mit
Mathias Körber,
Geschäftsführer
der OKP Parts and Engineering GmbH



Mit Leidenschaft für klassische italienische Automobile auf Erfolgskurs: die OKP-Gründer Mathias Körber (links) und Christian Ondrak

Leidenschaft, die in jedem Teil steckt



Klassische Automobile sind weit mehr als Fortbewegungsmittel. Sie verkörpern Design, Klang, Geschichte und ein Lebensgefühl, das viele moderne Fahrzeuge kaum noch vermitteln können. Damit diese automobilen Ikonen auch nach Jahrzehnten zuverlässig auf der Straße bleiben, braucht es Spezialisten mit Erfahrung, technischer Kompetenz und einem sicheren Gespür für den Markt. Die OKP Parts and Engineering GmbH aus München widmet sich seit inzwischen 40 Jahren der Ersatzteilversorgung klassischer italienischer Sportwagen – mit besonderer Leidenschaft für Alfa Romeo.

OKP kennt nicht nur jedes Detail klassischer italienischer Fahrzeuge, sondern auch die Lücken, die der Markt hinterlassen hat – und schließt sie mit eigenen Nachfertigungen, großer Lagerkompetenz und einem über Jahrzehnte gewachsenen Gespür für den tatsächlichen Bedarf. Diese Verbindung aus Praxiswissen, unternehmerischem Mut und internationaler Reichweite macht das Münchner Unternehmen zu einer festen Größe in der Szene.

Vom Hobby zum Unternehmen

Die Geschichte von OKP begann lange vor der eigentlichen Unternehmensgründung. Bereits als junge Männer teilten Mathias Körber und sein Geschäftspartner Christian Ondrak ihre Begeisterung für italienische Sportwagen – auch wenn diese damals finanziell noch außer Reichweite lagen. Mit 18 Jahren kaufte Mathias Körber seinen ersten Alfa Romeo: stark verrostet, aber der Beginn einer Leidenschaft, die sein weiteres Leben prägen sollte.

Gemeinsam mit Gleichgesinnten mieteten die beiden eine Werkstatt, restaurierten nachts ihre Fahrzeuge und sammelten dabei umfassendes technisches Wissen. Schon bald sprach sich in München herum, dass es dort einige junge Enthusiasten gab, die nahezu jedes Problem rund um Alfa Romeo lösen konnten. 1986 eröffneten Mathias Körber und Christian Ondrak schließlich ein kleines Ladengeschäft in der Münchner Schellingstraße. „Wir haben mit sehr wenig angefangen und Tag und Nacht gearbeitet“, sagt Geschäftsführer Mathias Körber. „Trotzdem hatten wir nie das Gefühl, wirklich zu arbeiten, weil wir unser Hobby zum Beruf gemacht hatten.“

Lieferfähigkeit als entscheidender Erfolgsfaktor

Aus dem kleinen Ladengeschäft entwickelte sich über vier Jahrzehnte ein international tätiger Ersatzteilspezialist mit heute 21 Mitarbeitenden. Der Schwerpunkt liegt weiterhin auf klassischen

Alfa Romeo-Modellen. Ergänzt wurde das Angebot in den vergangenen Jahren um Ersatzteile für Ferrari sowie ausgewählte Komponenten für Maserati und Lamborghini. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist die hohe Warenverfügbarkeit. Rund 90% der angebotenen Artikel können direkt ab Lager geliefert werden. Viele Komponenten sind beim ursprünglichen Fahrzeughersteller längst nicht mehr erhältlich. Deshalb lässt OKP zahlreiche Ersatzteile nach eigenen Vorgaben neu produzieren. „Wir verfügen inzwischen über mehr als 1.000 eigene Produktionen, für die wir Exklusivrechte besitzen. Dabei arbeiten wir möglichst mit namhaften Herstellern aus aller Welt zusammen“, erläutert Mathias Körber. Von den eigenen Produktionen profitieren nicht nur Endkunden und Werkstätten, sondern auch Wettbewerber, die von OKP beliefert werden. Seriosität, Verlässlichkeit und eine professionelle Logistik bilden dabei seit jeher die Grundlage des Geschäfts.

Tradition trifft digitale Dynamik

Mit dem Wandel der Automobilkultur verändert sich auch die Kundschaft. Viele Menschen erfüllten sich früher mit einem Oldtimer den automobilen Traum ihrer Jugend. Jüngere Generationen interessieren sich heute häufig eher für Fahrzeuge aus den 1990er- oder 2000er-Jahren – oder messen dem eigenen Auto insgesamt weniger Bedeutung bei. Gleichzeitig eröffnen digitale Vertriebskanäle neue Möglichkeiten. Der OKP-Webshop umfasst inzwischen rund 11.000 unterschiedliche Artikel. Auch Social Media gewinnt zunehmend an Bedeutung, um bestehende Kunden zu binden und neue Zielgruppen zu erreichen. Künstliche Intelligenz betrachtet das Unternehmen dabei als wertvolle Unterstützung, etwa bei Recherchen, Texten oder künftig auch bei der automatisierten Rechnungsprüfung. Dennoch bleibt menschliche Kontrolle unverzichtbar. „Künstliche Intelligenz ist eine enorme Hilfe, aber die Ergebnisse müssen geprüft und an

das Unternehmen angepasst werden. Entscheidend ist, dass die eigene Identität erhalten bleibt“, sagt Mathias Körber.

International ist OKP bereits stark positioniert. Im vergangenen Jahr lieferte das Unternehmen in 66 Länder; auch der Exportanteil lag bei rund 66%. Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten sieht Mathias Körber weiterhin gute Perspektiven – insbesondere für Anbieter, die über umfassendes Wissen, große Lagerbestände und eine gewachsene Kundenbasis verfügen.

Vom Ersatzteilgeschäft zur Lifestyle-Marke

Für Mathias Körber verkörpern klassische italienische Automobile bis heute Freiheit, Individualität und Lebensfreude. Alfa Romeo stehe für Dolce Vita, außergewöhnliches Design, charakteristische Motoren und einen unverwechselbaren Klang.

„Ein klassisches Fahrzeug ist mehr als ein Auto. Es erzählt eine Geschichte, vermittelt Emotionen und hebt sich von der Gleichförmigkeit vieler moderner Fahrzeuge ab“, erklärt Mathias Körber. Auch Nachhaltigkeit spielt eine Rolle: Viele der Fahrzeuge wurden vor 50, 60 oder sogar 70 Jahren gebaut und werden bis heute erhalten, restauriert und weiter genutzt. Die langfristige Nutzung bestehender Technik sei ein Aspekt, der in der öffentlichen Diskussion häufig unterschätzt werde. Künftig möchte sich OKP noch stärker als Marke positionieren und das Thema Lifestyle ausbauen. Denkbar sind unter anderem Accessoires, Mode und neue Angebote rund um die Faszination klassischer Automobile. Unterstützung erhält das Unternehmen dabei aus der nächsten Generation: Der Sohn von Mathias Körber soll künftig insbesondere

im Marketing neue Impulse setzen. „Wir möchten das Unternehmen weiterentwickeln und noch stärker in Richtung Lifestyle denken. Aus unserer Leidenschaft und unserer Geschichte kann eine Marke entstehen, die weit über Ersatzteile hinausgeht“, sagt Mathias Körber.

Nach 40 Jahren ist die Begeisterung für klassische Automobile bei OKP ungebrochen. Technisches Know-how, internationale Lieferfähigkeit und die Bereitschaft, sich immer wieder neuen Entwicklungen anzupassen, schaffen die Basis für die Zukunft. Oder, wie Mathias Körber es formuliert: „Man darf nicht nur darüber sprechen, was schwierig ist. Man muss die Dinge einfach machen.“



Rennsport aus Leidenschaft: Mit dem Alfa Romeo GTAm ist der OKP Racing Club auf historischen Rennstrecken unterwegs

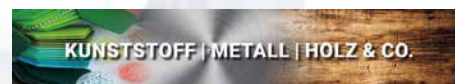
OKP
40 YEARS
MONACO DI BAVIERA • EST. 1986
PARTS & ENGINEERING FOR ITALIAN CARS

KONTAKTDATEN

OKP Parts and Engineering GmbH
Xaver-Weismor-Straße 94
81829 München
Deutschland
☎ +49 89 3221180
info@okp.de
www.okp.de

Besuchen Sie unsere Themenwelten auf:

www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



Gemeinsam Zukunft gestalten



Interview mit
Gunther Gamst,
CEO
der Vaventus AG Kälte Klima Lüftung

Wirtschaftsforum: Herr Gamst, können Sie kurz erklären, was die Vaventus AG macht?

Gunther Gamst: Die Vaventus AG ist ein Unternehmen aus der Kälte-, Klima-, Lüftungs- und Wärmepumpentechnik, das regionale Fachbetriebe akquiriert, die keinen Nachfolger finden. Ziel ist es, die-

Laut Studie der staatlichen Förderbank KfW finden immer mehr Unternehmer in Deutschland keinen Nachfolger und denken über eine Schließung ihres Betriebs nach. Allein im Handwerk droht demnach 54.000 mittelständischen Betrieben in den nächsten zwei Jahren das Aus. Die Vaventus AG Kälte Klima Lüftung kennt die Zahlen. Und zieht Konsequenzen. Als Impulsgeber, Investor, Innovator, vor allem aber als Partner, übernimmt sie betroffene Betriebe, erhält sie und bringt sie auf einen nachhaltigen Wachstumskurs.

se in der Region und unter ihrem Namen mit dem ehemaligen Inhaber und dem bestehenden Team zu erhalten und mithilfe unserer Kompetenzen in den Bereichen Controlling, Marketing, Human Ressource, Key Account und Finance zu regionalen Marktführern zu machen. Das heißt, die Vaventus löst als 100%ige Eigentümerin gemeinsam mit dem ehemaligen Inhaber und dem Team ein Nachfolgeproblem, das in den meisten Fällen sonst ungelöst bliebe; diese Firmen würden einfach vom Markt verschwinden. Wichtig ist uns, dass es dabei um Partnerschaften auf Augenhöhe geht.

Wirtschaftsforum: Die Gründe für Nachfolgeprobleme sind vielfäl-

tiger Art. Oft gibt es keine geeigneten Nachfolger in der Familie, Mitarbeiter verfügen nicht über die notwendigen finanziellen Mittel, es gibt zu hohe bürokratische Hürden oder eine mangelnde Vorbereitung. Können Sie Beispiele für Firmen geben, die Vaventus übernommen hat?

Gunther Gamst: Die älteste von uns akquirierte Firma war 105 Jahre alt. Mit unserer Arbeit können wir eine solche über Generationen geschaffene Lebensleistung in die Zukunft führen; das ist uns wichtig. Diese Firmen zu erhalten, ist eine besondere Herausforderung und Herzensangelegenheit, bei der es weniger um die Vaventus als um die Betriebe

geht. Wir selbst treten auf der Homepage der Betriebe bewusst nicht in Erscheinung. Die Betriebe sind für die regionale Abwicklung der Projekte zuständig, wir unterstützen sie nur dabei. Seit der Vaventus-Gründung am 1. Februar 2021 konnten wir 23 Betriebe übernehmen und mit knapp 700 Mitarbeitenden 105 Millionen EUR umsetzen. Wir fokussieren uns dabei auf mittelständische Betriebe mit Umsätzen zwischen 3 und 15 Millionen EUR.

Wirtschaftsforum: Was hat Sie persönlich zu Vaventus geführt?

Gunther Gamst: Ich komme aus der Kälte-, Klima- und Lüftungstechnik, bin gelernter Mecha-



Grad°macher – die Recruitingmarke der Vaventus AG ist ein Netzwerk aus über 20 Betrieben in Deutschland



Bei Grad°macher stehen die Menschen im Mittelpunkt

troniker für Kältetechnik, habe Energie- und Kraftwerkstechnik studiert und war 25 Jahre für den japanischen Klimaanlage- und Wärmepumpenhersteller Daikin tätig. Nach dieser langen Zeit in einem Großkonzern war für mich irgendwann der Moment gekommen, etwas Eigenes zu machen. Gemeinsam mit einem Architekten habe ich zunächst die VIVAERO GmbH gegründet und ein Konzept für die dezentrale Beheizung, Lüftung und Klimatisierung von Mehrfamilienhäusern entwickelt. Im Magdeburger Klinker-Viertel konnten wir ein Pilotprojekt mit 95 Einheiten realisieren. Jede Wohnung wird autark mit einer Wärmepumpe betrieben und mit einer zentralen PV-Anlage inklusive Speicher versorgt. Damit sind die Wohnungen bis zu 85% energieautark und dank grünem Strom beinahe CO₂-neutral. Es folgten weitere Projekte, bis ich 2021 mit drei Kollegen die Vaventus gegründet habe.

Wirtschaftsforum: Sie kommen aus der Branche und bringen entsprechende Erfahrung und Know-how mit. Das allein reicht aber wahrscheinlich nicht, um 23

Firmen zu übernehmen und erfolgreich in die Zukunft zu führen. Wie sieht das Konzept der Übernahmen genau aus?

Gunther Gamst: Hinter uns steht ein Family Office mit mehreren Unternehmerfamilien. Wir sind davon überzeugt, dass Unternehmer mit Unternehmern sprechen müssen. Wir sprechen dank unserer Historie die gleiche Sprache, wissen, was wichtig ist, worum es wirklich geht. So haben wir einen anderen Zugang zu den Betrieben und können ihre Entwicklung anders steuern. Um die Betriebe regional zu unterstützen, arbeiten wir mit 26 Mitarbeitenden in einem Shared Service Center. Weil es uns nicht allein um Zahlen geht, sondern genauso um Kulturen und Geschichten, darum, 23 Betriebe, verschiedene Universen und Philosophien zusammenzubringen, stellen wir den Menschen immer in den Mittelpunkt. Unsere Kunden sind Menschen und unsere Mitarbeitenden sind Menschen, die wir fördern und fordern wollen und müssen. Deshalb haben wir unter anderem eine Führungskräftewerkstatt ins Leben gerufen, in der wir Nachwuchskräfte aus

den Unternehmen weiterentwickeln, aber auch Unternehmenskulturen und Leitbilder. Für den klassischen Handwerker ist das häufig noch Neuland. Deshalb ist es wichtig, zunächst Vertrauen aufzubauen, etwa durch eine offene, transparente Kommunikation. Die Mitarbeitenden sollen spüren, dass sie dazugehören und ein wichtiger Teil des Ganzen sind. Entscheidungen sollen weiter in der Region getroffen werden, wir unterstützen dabei im Hintergrund, wenn es notwendig ist. Zu diesem Thema haben wir zwei weitere Firmen gegründet. Die Klimea GmbH, eine Wissensplattform für den privaten Endkunden rund um die Nutzung einer Wärmepumpe oder eines Klimageräts, sowie die Recruitingmarke Grad°macher. Da Ausbildung ein zentrales Thema für uns ist, verfügen wir über ein eigenes Ausbildungszentrum in Münster und bauen derzeit ein zweites an unserem Standort in Frechen auf. Aktuell absolvieren 87 Auszubildende ihre Ausbildung in verschiedenen Bereichen.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen stellen sich häu-



KONTAKTDATEN

Vaventus AG Kälte Klima Lüftung
Grünwalder Weg 32
82041 Oberhaching
Deutschland
☎ +49 89 55290602
info@vaventus.de
www.vaventus.de

fig bei einer Übernahme und wie geht Vaventus damit um?

Gunther Gamst: Betriebe und Monteure müssen sich unter Umständen an neue Produkte und Prozesse gewöhnen und sich umstellen. Wir nehmen uns Zeit, um mit Mitarbeitenden über die Gründe zu sprechen, sie zu involvieren, um so Verständnis zu schaffen. Einmal im Jahr organisieren wir eine Veranstaltung mit 150 Mitarbeitenden, bei der es um das Zusammenwachsen geht. Dort ist es beeindruckend zu sehen, wie viel in den vergangenen Jahren passiert ist, welche Stimmung dort herrscht, wie wir zusammengewachsen sind, wie Mitarbeitende sich austauschen und netzwerken.



Netzwerktreffen der Vaventus AG stärken das Gemeinschaftsgefühl



Vaventus setzt konsequent auf innovative, nachhaltige Technologien

IN KÜRZE

Kernkompetenz

Partner für mittelständische Unternehmen der Klima-, Kälte-, Lüftungs- und Wärmepumpentechnik

Zahlen und Fakten

Gegründet: 2021

Struktur: AG

Mitarbeiter: 26, insgesamt knapp 700

Umsatz: 105 Million EUR

Leistungsspektrum

Übernahme von Firmen mit Nachfolgeproblem; Unterstützung in den Bereichen Finance, Controlling, Human Ressource, Marketing, Key Account; Einführung digitaler Technologien; intensive Schulungen

Philosophie

Langfristiger Partner auf Augenhöhe, Investor, Innovator, Impulsgeber im Hintergrund, um Firmen mit notwendigen Ressourcen für ein nachhaltiges Wachstum auszustatten

Zukunft

Akquise weiterer Firmen in ganz Deutschland, Umsatzwachstum auf 300 Millionen EUR



Der Wärmepumpentag begeisterte mehr als 3.000 interessierte Besucher



Dank des Vaventus-Konzepts bleiben regionale Handwerksbetriebe zukunftsfähig

Wirtschaftsforum: Wie entwickelt sich der Markt momentan für Vaventus?

Gunther Gamst: Wir sind für dieses Jahr fast ausgelastet. Man muss sagen, dass wir von Deutschlands Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen profitieren. Wir können jedes Gebäude, egal ob neu oder alt, mit effizienter Kälte-, Klima- und Lüftungstechnik ausstatten. Deshalb sehen wir auch in Zukunft großes Potenzial.

Wirtschaftsforum: Das heißt, Vaventus soll weiter wachsen?

Gunther Gamst: Ja. In ein paar Jahren wollen wir ganz Deutschland abdecken und einen Umsatz von 300 Millionen EUR erreichen. In den nächsten fünf Jahren werden tausende von Firmen schließen. Wenn Kunden keinen Handwerker mehr vor Ort haben, ist das eine ernsthafte Herausforderung, aber auch eine große Chance für uns.

Wirtschaftsforum: Welche dieser Firmen ist für Vaventus interessant?

Gunther Gamst: Firmen, die bereit sind, mit innovativen, nachhaltigen Technologien zu arbeiten. Das Entscheidende sind immer die Menschen; Menschen, die sich engagieren, sich in eine Struktur einbringen wollen, um etwas nachhaltig zu entwickeln und zu gestalten. Wenn man vom Kollegen zur Führungskraft wird, ist

das eine seltene Chance, zugleich aber auch eine außergewöhnliche Herausforderung. Deshalb stehen wir in engem Austausch mit den Mitarbeitenden und organisieren gezielte Schulungen, damit sie gestärkt in ihre neue Rolle hineinwachsen können. Besonders wichtig ist uns zu vermitteln, dass sie eine Vorbildfunktion haben, kritikfähig sein und souverän mit Menschen umgehen können müssen.



Unsichtbare Sicherheit für globale Lieferketten

Gefälschte Produkte, wachsende regulatorische Anforderungen und immer komplexere Lieferketten stellen Unternehmen weltweit vor neue Herausforderungen. Die 3Keys GmbH aus Würzburg hat sich auf genau dieses Spannungsfeld spezialisiert. Das IT-Unternehmen entwickelt Track-and-Trace-Lösungen, mit denen sich Produkte über den gesamten Lebenszyklus hinweg eindeutig nachverfolgen lassen. Aus einer Beratung heraus entstanden, verbindet das Unternehmen heute internationale Projekterfahrung mit eigener Softwareentwicklung und richtet den Blick konsequent auf die Zukunft.

Interview mit Stepan Lialine, Co-Founder und Geschäftsführer der 3Keys GmbH

Wenn Arzneimittel oder andere regulierte Produkte vom Hersteller bis zum Endkunden gelangen, muss ihre Herkunft jederzeit nachvollziehbar sein. Hier setzt die 3Keys GmbH an. Das Unternehmen unterstützt Pharmahersteller dabei, gesetzliche Anforderungen an Serialisierung und Rückverfolgbarkeit umzusetzen. „Wir kümmern uns darum, dass jedes einzelne Produkt von der Produktion bis zur Apotheke nachverfolgt wird“, beschreibt Stepan Lialine, Co-Founder und Geschäftsführer der 3Keys GmbH, den Kern des Geschäfts. Ziel ist es, Produktfälschungen zu bekämpfen und Lieferketten transparenter zu machen. Gegründet wurde das Unternehmen

vor knapp zehn Jahren von drei Partnern mit Erfahrung in regulatorischen IT-Projekten. Zunächst lag der Fokus auf Beratung und Implementierung etablierter Softwarelösungen. Die Gewinne flossen in die Entwicklung einer eigenen Plattform. Daraus entstand 2020 die Kvinta GmbH mit ihrer Lösung, die heute bei mehr als 50 Kunden eingesetzt wird.

Eigene Software als Wachstumstreiber

Regulatorische Anforderungen beschränken sich längst nicht mehr auf die Pharmabranche. Auch die Tabakindustrie und weitere Industriezweige setzen zunehmend auf Track-and-Trace-Technologien. Das eröffnet neue Märkte. Gleichzeitig suchen viele Unternehmen angesichts wirtschaftlicher Unsicherheiten kosteneffiziente Alternativen zu großen Plattformanbietern. Davon profitiert 3Keys mit einer flexi-

blen, wirtschaftlich optimierten Lösung. „Wir waren zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Leuten und der richtigen Idee da“, sagt Stepan Lialine.

Heute ist die Unternehmensgruppe mit rund 70 bis 80 Festangestellten und einem ähnlich großen Netzwerk freier Spezialisten international aktiv. Zu den wichtigsten Märkten zählen Europa, Indien, die USA und Kasachstan. Strategisch stehen der Ausbau des US-Geschäfts und die Erschließung weiterer Industrien im Mittelpunkt. Parallel investiert das Unternehmen in künstliche Intelligenz, sowohl in der Beratung als auch bei der Weiterentwicklung der eigenen Software. Ziel sind effizientere und leistungsfähigere Lösungen.

Neben der Technologie spielt die Unternehmenskultur eine entscheidende Rolle. Obwohl 3Keys seit Jahren erfolgreich mit verteilten Teams arbeitet, hält Stepan Li-

aline persönlichen Austausch für unverzichtbar. „Unsere Mitarbeitenden sollen trotz Remote-Arbeit den gemeinsamen Kontext nicht verlieren. In einem hoch spezialisierten Markt mit ständig neuen regulatorischen Anforderungen ist dieses Verständnis ein wesentlicher Erfolgsfaktor“, schließt der Geschäftsführer.



KONTAKTDATEN

3Keys GmbH
Haugerglasisstraße 5a
97080 Würzburg
Deutschland
☎ +49 931 40705361
backoffice@3keys.com
www.3keys.com

„Keep it simple“ – Einfachheit als Geschäftsmodell



reputatio
systems

Was braucht ein Unternehmen wirklich, um zu funktionieren?

Für Stephan Riese ist die Antwort klarer, als viele denken. Mit reputatio systems entwickelt er Lösungen, die Komplexität reduzieren. Ein Gespräch über unternehmerische Haltung, technologische Realität und die Kunst, Dinge einfach zu machen.



Interview mit
Stephan Riese,
CEO
der reputatio systems
GmbH & Co. KG

dungen betrifft. Der Fokus liegt klar auf dem Mittelstand. Unsere Kunden haben meist mehrere Standorte und genau da wird es schnell komplex. Unser Ansatz ist: Wir nehmen diese Komplexität raus. Der Kunde soll sich nicht mit Technik beschäftigen müssen, sondern mit seinem Geschäft.

Wirtschaftsforum: Sie haben das Unternehmen 2004 gegründet. Was war der Auslöser?

Stephan Riese: Der Wunsch, Dinge anders zu machen. Ich habe

früh erlebt, wie stark Unternehmen rein zahlengetrieben handeln – ohne langfristige Perspektive. Ich wollte ein Unternehmen mit „Herz, Hirn und Verstand“ aufbauen. Das klingt vielleicht pathetisch, ist aber sehr konkret gemeint: nachhaltig wirtschaften, Verantwortung übernehmen und Lösungen bauen, die wirklich funktionieren.

Wirtschaftsforum: Ihr eigener Weg ist eher ungewöhnlich.

Stephan Riese: Absolut. Ich habe auf der Hauptschule angefangen, mich Schritt für Schritt hochgearbeitet und später Informatik in Karlsruhe studiert. Parallel war ich immer selbstständig. Diese Mischung aus Praxis und Theorie hat mich geprägt. Und auch die Erkenntnis: Man bekommt nichts geschenkt. Wenn

man etwas erreichen will, muss man es sich erarbeiten.

Wirtschaftsforum: Was macht Ihr Geschäftsmodell heute besonders?

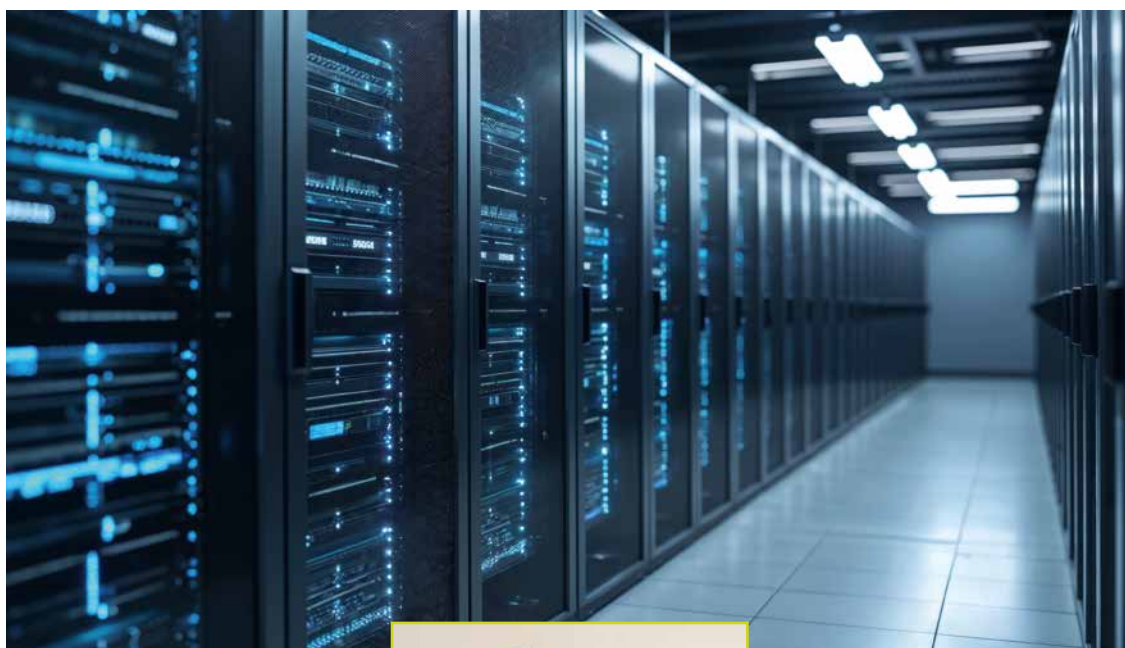
Stephan Riese: Wir vereinen Dinge, die klassisch getrennt sind. Carrier, Infrastruktur, Telefonanlage – das kommt bei uns aus einer Hand. Der Kunde hat einen Ansprechpartner, einen Vertrag, eine Lösung. Und vor allem: keine unnötigen Entscheidungen mehr. Ich sage immer: „Lasst die Technik nicht zum Selbstzweck werden.“

Wirtschaftsforum: Können Sie das konkretisieren?

Stephan Riese: Früher mussten Unternehmen überlegen, wie viele Telefonamtsleitungen sie brauchen, welche Anlage und

Wirtschaftsforum: Herr Riese, Ihr Unternehmen ist ein typischer Hidden Champion. Was steckt hinter reputatio systems?

Stephan Riese: Wir kümmern uns um die Kommunikationsinfrastruktur von Unternehmen – vereinfacht gesagt um alles, was Sprache, Netze und Verbin-



Virtuelles Rechenzentrum

Baugruppen sie installieren, wie Standorte verbunden werden. Das entfällt. Unsere Cloud-Telefonie-Lösung skaliert automatisch. Der Kunde nutzt einfach – ohne Planungs-overhead. „Just use it“ ist da kein Marketing-Spruch, sondern gelebte Praxis.

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist dabei die eigene Infrastruktur?

Stephan Riese: Extrem wichtig. Wir betreiben unsere Systeme auf eigener Infrastruktur. Das reduziert Abhängigkeiten und erhöht die Sicherheit. Mir war immer wichtig, die Wertschöpfungskette möglichst weit in der eigenen Hand zu behalten. Nur so kann man Qualität wirklich kontrollieren.

Wirtschaftsforum: Sie arbeiten unter anderem für große Kunden wie Volkswagen. Wie passt das zu Ihrer Größe?

Stephan Riese: Das ist genau der Punkt: Größe ist nicht alles. Wir



Pedro Carrasco, Marketingleiter

sind ein kleines, sehr fokussiertes Unternehmen – ein Schnellboot. Wir können schnell reagieren und sehr nah am Kunden arbeiten. Gleichzeitig sind wir wirtschaftlich stark. Diese Kombination überzeugt viele Kunden.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich Ihr Geschäft in den letzten Jahren verändert?

Stephan Riese: Deutlich. Der Trend geht klar in Richtung Cloud und integrierte Lösungen. Themen wie Homeoffice oder New Work haben das beschleunigt. Früher war Telefonie ein separates System, heute ist sie Teil

der gesamten IT-Strategie. Wer das nicht versteht, verliert den Anschluss.

Wirtschaftsforum: Und wirtschaftlich?

Stephan Riese: Wir machen rund 6,5 Millionen EUR Umsatz mit knapp 20 Mitarbeitern – stabil und kontinuierlich wachsend. Keine großen Ausschläge, sondern eine verlässliche Entwicklung. Man könnte sagen: „langweilig auf die gute Art“.

Wirtschaftsforum: Was treibt Sie persönlich an?

Stephan Riese: Der Gestaltungswille. Und die Überzeugung, dass man Dinge besser machen kann. Dazu gehört auch, in Themen zu investieren, deren Nutzen nicht sofort sichtbar ist – etwa Unternehmenskultur oder Recruiting. Am Ende entscheidet genau das über den langfristigen Erfolg.



KONTAKTDATEN

reputatio systems GmbH & Co. KG
Friedenstraße 87
75173 Pforzheim
Deutschland
☎ +49 (0)7231-3977-0
info@reputatio.com
<https://reputatio.systems>

Wirtschaftsforum: Was ist Ihnen bei Mitarbeitern besonders wichtig?

Stephan Riese: Fachlichkeit ist wichtig, aber nicht alles. Entscheidend ist der kulturelle Fit. Ein hoch qualifizierter Mitarbeiter, der nicht ins Team passt, richtet mehr Schaden an als Nutzen. Deshalb schauen wir sehr genau hin. Unternehmenskultur ist kein Schlagwort – sie ist gelebte Realität.

Wirtschaftsforum: Blick nach vorn: Wohin entwickelt sich reputatio systems?

Stephan Riese: Wir werden sichtbarer. Marketing, Marke, Internationalisierung – das sind klare Themen. Aber ohne unseren Kern zu verlieren. Wir bleiben Berater, keine Verkäufer. Und wir bleiben unserem Prinzip treu: Komplexität reduzieren, nicht erhöhen. Oder anders gesagt: Keep it simple.

„Entscheidend sind Qualität und Termintreue!“

Interview mit
Alexander Schaal,
Geschäftsführer Sport
der SPORTSTÄTTENBAU Garten-
Moser GmbH u. Co. KG

Die Unternehmensgruppe Garten Moser engagiert sich nicht nur im klassischen Garten- und Landschaftsbau, sondern auch in der Errichtung und Pflege von Outdoor-Sportanlagen: Zu den Auftraggebern zählen neben Bundesligisten auf allen Ebenen auch kleinere Sportflächenbetreiber und nicht zuletzt die öffentliche Hand. Geschäftsführer Alexander Schaal sprach im Interview mit Wirtschaftsforum über dieses besondere Geschäftsfeld, die Herausforderungen des Klimawandels und die wichtigsten Erfolgsgrundlagen.

Wirtschaftsforum: Herr Schaal, schon seit über 90 Jahren steht Garten Moser für weit mehr als Grün- und Landschaftspflege – an welcher Stelle engagiert sich dabei die Tochtergesellschaft, die Sie verantworten?

Alexander Schaal: Neben Dachbegrünungs- und Beregnungstechnikunternehmen sowie einer starken Elektrotechniksparte, die allesamt als eigenständige Gesellschaften firmieren, steht unser Teilbereich für die gesamte Vielfalt des Outdoor-Sports. Dabei übernehmen wir nicht nur sämtliche Installationsarbeiten für

Kunst- oder Naturrasenspielfelder sowie leichtathletische Anlagen samt Laufbahnen, sondern kümmern uns auch um entsprechende Pflege-, Renovierungs- und Regenerationsarbeiten: Allein im Rahmen der Frühjahrsinstandsetzung fallen bei uns jährlich etwa 1.300 Tennisplätze an. Im Moment stehen zudem gerade Sanierungsmaßnahmen in den Augsburger und Hoffenheimer Fußballstadien an, bevor wir anschließend bereits nach Stuttgart weiterziehen. Zudem bauen wir derzeit für den FC Bayern einen großen beheizten Trainingsplatz samt zusätzlichem Torwarttrai-

ningsplatz mit einem aufwendigen Sichtschutzzaun, wie es ihn in dieser Form bisher noch nicht gab – ein technologisches Novum, das wir gemeinsam mit einer Partnerfirma entwickeln.

Wirtschaftsforum: Wie gestaltet sich dabei die Zusammenarbeit mit Ihren Kunden?

Alexander Schaal: Zu unseren Auftraggebern zählt auch die öffentliche Hand auf kommunaler wie auf Bundes- und Landesebene. Hier nehmen wir auf dem üblichen Wege an Ausschreibungen teil, werden als einer von wenigen hoch spezialisierten Marktteilnehmern in unserem Segment aber auch bisweilen explizit zur Angebotsabgabe aufgefordert. Mehr als die Hälfte unserer Aufträge stammt allerdings direkt von den entsprechenden Sportvereinen von der Kreisligaebene bis hinauf zu den Bundesligisten. Auf Basis unseres jahrzehntelang gewach-

senen Fachwissens ist unsere Expertise dort auch vielfach bereits in der ersten Planungsphase sowie bei der Zuschussbeantragung gefragt.

Wirtschaftsforum: Wie haben Sie sich dieses Vertrauen über die Jahre erarbeitet?

Alexander Schaal: Trotz unserer Größe – inzwischen beschäftigt die gesamte Unternehmensgruppe über sämtliche Teilbereiche hinweg nahezu 300 Mitarbeiter – sind wir durch und durch ein Familienbetrieb mit kurzen Entscheidungswegen geblieben. Diese breite Entscheidungsfreiheit für die einzelnen CEOs der Konzerngesellschaften und das starke Rückgrat, das die Unternehmerfamilie uns zuteilwerden lässt, hält auch mich persönlich bereits seit über 25 Jahren bei Garten Moser. Aus dieser Haltung heraus ergibt sich für uns zudem unser unbedingtes Qualitätsbewusstsein, für



Das Froschenstadion aus der Vogelperspektive: ein weiteres wichtiges Referenzprojekt von Garten Moser

das wir seit Jahrzehnten im Markt stehen: Denn wir prüfen nicht nur sämtliche von uns eingesetzten Materialien unter realen und Laborbedingungen, sondern lassen unsere Ausführungsqualität bisweilen auch extern überwachen. Das schafft Vertrauen und Transparenz.

Wirtschaftsforum: Worauf kommt es den Vereinen neben Ihrem starken Qualitätsversprechen besonders an?

Alexander Schaal: Auf die bedingungslose Einhaltung der verabredeten Zeitvorgaben! Denn umfassende Sanierungs- und Ausführungsarbeiten lassen sich nur während der Spielpausen umsetzen – nach diesem Kalender hat sich also alles andere auszurichten. Diese verlässliche Termintreue haben wir dabei schon

oft genug unter Beweis gestellt, nicht zuletzt dank unseren erfahrenen langjährigen Mitarbeitern, die die unumstößliche Grundlage für unseren anhaltenden Unternehmenserfolg darstellen: Auch sie schätzen unsere Verlässlichkeit als alteingesessener Familienbetrieb und zugleich unsere Flexibilität, mit der wir eine Tätigkeit bei uns attraktiv machen können: etwa mit einer Viertagewoche und einer attraktiven Vergütung bei Einsätzen auf Montage.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen stehen derzeit im Zentrum Ihrer Aufmerksamkeit?

Alexander Schaal: Inzwischen gibt es eigentlich kaum noch ein Stadion ohne Hybridrasen; das war vor einigen Jahren noch anders. Gleiches gilt für Rasenhei-

zungen, die vom DFB inzwischen bis in die 3. Bundesliga hinunter für die Stadien vorgesehen sind: Aus Gründen der Energieeffizienz müssen diese zusätzlich mit einer entsprechenden Dämmschicht versehen werden, damit nach unten hin nicht unnötig Abwärme abgestrahlt wird. Auch beim Wasserverbrauch wird das Thema Nachhaltigkeit für die Vereine immer wichtiger; hier arbeiten viele inzwischen mit Zisternen. Trotz der immer heißeren und trockeneren Sommer bestehen die Vereine gerade im professionellen Bereich natürlich auf ganzjährig hochbelastbare Spielfelder, was immer größere technologische Herausforderungen mit sich bringt. Selbstverständlich können auch wir die Natur nicht verbiegen, wohl aber auf Basis unserer langjährigen Erfahrung neue Lösungen entwickeln, die auch unter

extremere Wetterbedingungen tragen. Das ist nicht billig und gerade für die kleineren Vereine, die jeden Euro umdrehen müssen, tut die Politik aus meiner Sicht zu wenig, nicht zuletzt auch angesichts der deutlich gestiegenen Energiepreise. Gleichzeitig steigen die bürokratischen Anforderungen weiterhin beständig an, was nicht nur bei uns, sondern auch bei den Vereinen oftmals unnötig viele Ressourcen bindet.



KONTAKTDATEN

SPORTSTÄTTENBAU Garten-Moser
GmbH u. Co. KG
Dewanger Straße 2
73457 Essingen
Deutschland
☎ +49 7365 919040
sport@garten-moser.de
www.garten-moser.de

Echte Interviews.
Echte Entscheidungen.
Echter Einfluss.

WIRTSCHAFTSFORUM

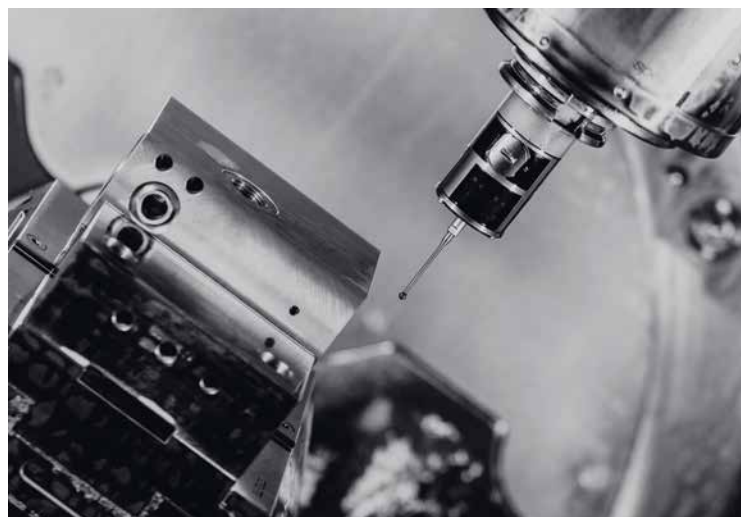
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

www.wirtschaftsforum.de

KONTAKTDATEN

ENGESSER GmbH
Tuttlinger Straße 8
78187 Geisingen
Deutschland
☎ +49 7704 92840
info@engesser.de
www.engesser.de

Materialvielfalt: Beim Spritzguss können unterschiedliche Kunststoffe eingesetzt werden



Optimale Maßhaltigkeit, Oberflächengüte und Präzision: Fortschrittliche CNC-Technologie und 5-Achs-Bearbeitung sind Standard bei der Zerspaltung

Interview mit



Berthold Kramer,
Geschäftsführer
der ENGESSER GmbH

„Aus Ideen funktionierende Produkte entstehen lassen!“

Erfolg entsteht dort, wo Menschen Herausforderungen als Chance begreifen. Aus Ideen werden präzise Bauteile und aus anspruchsvollen Aufgaben wirtschaftliche Lösungen. Diesem Anspruch folgt die ENGESSER GmbH aus dem baden-württembergischen Geisingen. Mit Werkzeug- und Formenbau, Zerspaltung sowie Kunststoffspritzguss verbindet der Betrieb technisches Know-how mit Innovationskraft. Digitalisierung, Verlässlichkeit und partnerschaftliches Handeln bilden dabei das Fundament für nachhaltigen Erfolg.

Wirtschaftsforum: Herr Kramer, Sie haben die ENGESSER GmbH 2021 übernommen. Was hat Sie an dieser Aufgabe gereizt?

Berthold Kramer: Mich hat die Möglichkeit begeistert, ein erfolgreiches mittelständisches Unternehmen weiterzuentwickeln und gleichzeitig eigene Ideen einzubringen. Die ENGESSER GmbH blickt auf eine lange Geschichte zurück. Firmengründer Heinrich Engesser hat den Betrieb 1988 als Werkzeugbau aufgebaut und ihn Schritt für Schritt zu einem mo-

deren Fertigungsunternehmen entwickelt.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich das Unternehmen seitdem verändert?

Berthold Kramer: Der Werkzeugbau war der Ausgangspunkt. Um die Maschinen besser auszulasten, entstand die Lohnfertigung. Später kamen Spritzgussmaschinen hinzu, zunächst um die eigenen Werkzeuge im Haus zu testen. Daraus entwickelte sich schließlich ein dritter Geschäfts-

bereich. Heute vereinen wir Formenbau, Zerspaltung und Kunststoffspritzguss unter einem Dach und können unseren Kunden komplette Lösungen anbieten.

Wirtschaftsforum: Was zeichnet Ihre Arbeitsweise aus?

Berthold Kramer: Wir liefern nicht einfach nur Bauteile, sondern begleiten Projekte von Anfang an. Bevor wir ein Angebot erstellen, analysieren wir gemeinsam mit Konstruktion, Fertigung, Qualität und Logistik die Machbarkeit. So



Mehr als 30 Jahre Expertise und moderne Technologie: Maßgeschneiderte Lösungen für den Kunststoff-Formenbau



Lohnfertiger für Zerspantung: ENGESSER setzt Vorgaben der Kunden präzise um



Flexibel und kundenorientiert: ENGESSER produziert Spritzgussteile auch in kleinen Stückzahlen

erkennen wir Risiken frühzeitig und können unseren Kunden wirtschaftlich sinnvolle Lösungen aufzeigen. Diese intensive Projektvorbereitung ist ein wichtiger Bestandteil unseres Erfolgs.

Wirtschaftsforum: Beratung spielt also eine große Rolle?

Berthold Kramer: Absolut. Gerade bei anspruchsvollen Bauteilen lassen sich durch kleine konstruktive Anpassungen häufig erhebliche Einsparungen erzielen. Wir zeigen unseren Kunden transparent auf, welche Möglichkeiten es gibt und welche Auswirkungen bestimmte Anforderungen auf Qualität, Fertigungsaufwand und Kosten haben. So entsteht eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe.

Wirtschaftsforum: Wie breit ist Ihr Leistungsspektrum?

Berthold Kramer: In der Zerspantung fertigen wir Einzelteile ebenso wie Serien mit mehreren

tausend Stück. Im Formenbau entstehen überwiegend individuelle Werkzeuge. Im Kunststoffspritzguss produzieren wir kleinere und mittlere Serien. Unsere Kunden können entscheiden, ob sie die Werkzeuge selbst einsetzen oder die komplette Fertigung der Kunststoffteile an uns vergeben.

Wirtschaftsforum: Aus welchen Branchen stammen Ihre Kunden in der Regel?

Berthold Kramer: Wir arbeiten für Unternehmen aus der Medizintechnik, dem Maschinenbau, der Automobilindustrie, der Elektromobilität und der Verteidigungstechnik. Diese breite Aufstellung macht uns flexibel und eröffnet uns viel Know-How in diesen speziellen Märkten.

Wirtschaftsforum: Welche Bedeutung haben Digitalisierung und künstliche Intelligenz in Ihrer täglichen Arbeit?

Berthold Kramer: Sie werden für unsere Branche immer wichtiger. Besonders bei der Programmierung von Werkzeugmaschinen sehen wir enormes Potenzial. Der Weg vom digitalen 3D-Modell bis zum fertigen Maschinenprogramm lässt sich künftig mit KI deutlich effizienter gestalten. Wer diese Entwicklung frühzeitig nutzt, verschafft sich einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Wirtschaftsforum: Nachhaltigkeit ist ebenfalls ein großes Thema. Wie setzen Sie diese um?

Berthold Kramer: Nachhaltigkeit beginnt für uns bei intelligenten technischen Lösungen. Unsere Spritzgussfertigung arbeitet beispielsweise mit einem energieeffizienten Kühlsystem, das ohne zusätzliches Kälteaggregat auskommt. Für dieses Konzept wurden wir bereits ausgezeichnet. Darüber hinaus bereiten wir aktuell unsere Umweltzertifizierung vor.

Wirtschaftsforum: Was erwarten Ihre Kunden heute besonders?

Berthold Kramer: Verlässlichkeit. Qualität, Termintreue und transparente Kommunikation sind entscheidend. Deshalb investieren wir viel Zeit in strukturierte Prozesse und eine sorgfältige Planung. Unser Ziel ist es, Probleme gar nicht erst entstehen zu lassen.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele verfolgen Sie für die Zukunft?

Berthold Kramer: Wir wollen die Digitalisierung konsequent vorantreiben, insbesondere den Einsatz künstlicher Intelligenz. Gleichzeitig möchten wir unsere Marktposition weiter ausbauen und neue Kunden in Deutschland sowie im deutschsprachigen Ausland gewinnen. Wir wollen auch zukünftig technologischer Partner für anspruchsvolle Fertigungsaufgaben sein.

Wirtschaftsforum: Was motiviert Sie persönlich?

Berthold Kramer: Mich begeistert es, gemeinsam mit Kunden Lösungen zu entwickeln und aus Ideen funktionierende Produkte entstehen zu lassen. Außerdem bin ich überzeugt, dass nachhaltiger Erfolg nur gemeinsam möglich ist. Deshalb setzen wir bewusst auf langfristige Partnerschaften mit Kunden, Lieferanten und auch mit Unternehmen, die in einzelnen Bereichen Wettbewerber sind. Zusammenarbeit ist für mich ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Zukunft.

Interview mit
Steffen Bayer,
Geschäftsführer
der METALLART
Treppen GmbH



Zwischen Handwerk und Kunst



Stufen mit Charakter: Freitragende Treppe im Frankfurter Hotel Marriott

Treppen verbinden Ebenen und schaffen Räume mit Charakter. Wo handwerkliche Präzision auf außergewöhnliches Design und durchdachte Funktion trifft, entstehen individuelle Treppenkonzepte, die weit mehr sind als der Weg von unten nach oben. Von der ersten Idee bis zur perfekten Umsetzung bietet die METALLART Treppen GmbH Full Service-Lösungen, die Architektur erlebbar machen und jedes Projekt zu einem Unikat werden lassen.

Wirtschaftsforum: Herr Bayer, die METALLART Treppen GmbH ist Inbegriff für außergewöhnliche Treppen, die auf Yachten, in exklusiven Juwelierläden, gestalterisch anspruchsvollen Privathäusern und Hotels als hochfunktionale und besonders ästhetische Bauelemente wahrgenommen werden. Wie kam es dazu?

Steffen Bayer: Die Wurzeln der METALLART Treppen GmbH, die als kleine Schmiedewerkstatt begann, reichen mehr als 100 Jahre zurück. Im Laufe der Zeit entwickelte sich aus dem kleinen Handwerksbetrieb ein leistungsfähiges, hochmodernes Unternehmen. Ausgehend von der Fertigung von Treppen,

Vordächern, Wintergärten und Automatiktüren entwickelte sich der Treppenbau im Laufe der Zeit zu unserem zentralen Geschäftsfeld. Der Schwerpunkt liegt heute auf der Herstellung hochwertiger Stahltreppen und moderner Glasgeländer. Das kontinuierliche Wachstum machte in der Folge umfassende interne Umstrukturierungen erforderlich. Vor diesem Hintergrund kam ich 2023 als Fertigungsleiter ins Unternehmen und übernahm die Aufgabe, diesen Veränderungsprozess aktiv zu gestalten.

Wirtschaftsforum: Heute sind Sie alleiniger Geschäftsführer der METALLART. Wie ist das Unternehmen aufgestellt?

Steffen Bayer: Die METALLART ist einer von 50 Betrieben, die unter dem Dach der DIVACO-Holding agieren, und beschäftigt aktuell 85 Mitarbeitende. Derzeit verfügt das Unternehmen über vier Standorte. In Salach bei Göppingen befinden sich Werk 1 mit Lager und Edelstahlfertigung sowie Werk 2, in dem die Treppen gefertigt werden. Im benachbarten Sößen konzentriert sich Werk 3 auf die Laservorfertigung, die Lackierung und den Versand. Die Verwaltung ist derzeit noch an einem separaten Standort in Salach untergebracht, soll jedoch in absehbarer Zeit in die Werke 1 und 2 integriert werden.

Wirtschaftsforum: Sie konzentrieren sich auf Treppen, die oft extravagant und preisgekrönt sind. Was genau macht METALLART Treppen anders als andere Treppenbauer?

Steffen Bayer: Zu uns kommen nur selten Kunden, die eine Stan-

darttreppe für ihr Eigenheim suchen. Viel häufiger wenden sich Menschen an uns, die das Besondere suchen und individuelle Lösungen erwarten. Genau darin liegt unsere Stärke: Wir realisieren anspruchsvolle Treppenprojekte aus einer Hand, von der ersten Idee über die Planung und Fertigung bis hin zur fachgerechten Montage. Jede Treppe ist ein Unikat, das passgenau nach den Wünschen unserer Kunden entsteht. Ob freitragende Treppe, Wendel- oder Spindeltreppe oder markante Faltwerktreppe, wir begleiten jedes Projekt mit handwerklicher Präzision, technischem Know-how und einem Netzwerk ausgewählter Partner bis zur erfolgreichen Umsetzung. Unsere Kunden erhalten ein umfassendes Servicepaket; wir übernehmen Verantwortung für jedes Projekt und kümmern uns um alle Herausforderungen auf dem Weg zur perfekten Lösung. Von Anbauten über Bodenbeläge bis hin zu Holz- und Wandverkleidungen

übernehmen wir die Koordination aller beteiligten Gewerke und sorgen dafür, dass die Arbeiten nahtlos ineinandergreifen. Dieser ganzheitliche Ansatz rund um die Treppe unterscheidet uns vom Wettbewerb. Dabei behalten wir nicht nur Gestaltung und Qualität im Blick, sondern stellen bereits in der Planungsphase sicher, dass jede Idee auch technisch präzise und wirtschaftlich umsetzbar ist. Durch unsere eigene Konstruktionsabteilung mit zehn Mitarbeitenden haben wir eine hohe Fertigungstiefe und sind damit in der Lage, komplexe Ideen umzusetzen. Bei unseren Projekten spielt Statik eine zentrale Rolle, insbesondere, wenn es um freitragende Treppen geht. Hier haben wir immer den Anspruch, überzeugende Lösungen zu finden.

Wirtschaftsforum: Mit welchen Materialien arbeiten Sie?

Steffen Bayer: Grundsätzlich arbeiten wir mit Stahl, bei aus-

gewählten Projekten auch mit Edelstahl. Die Oberfläche des Stahls wird geschliffen, gespachtelt, grundiert und nach Kundenwunsch lackiert. Aktuell sind spezielle Metalloberflächen in Gold und Silber und unterschiedlichsten Schattierungen besonders gefragt. Unter Umständen sind diese Metallbeschichtungen teurer als die gesamte Treppe. Exklusive Juweliere entscheiden sich häufig für diese außergewöhnlichen Oberflächen, da sie hervorragend zu ihren glänzenden Produkten passen.

Wirtschaftsforum: Die Treppen sind exklusiv und komplex. Wie erfolgt die Montage?

Steffen Bayer: In der Regel werden die Treppen in Einzelteilen in ein Gebäude gebracht und vor Ort zusammengebaut, geschliffen, gespachtelt und grundiert.

Wirtschaftsforum: Wer zählt zu den Kunden von METALLART?

Steffen Bayer: Es sind Unternehmer und Marken von internationalem Rang, darunter einige der größten Global Player weltweit. Wir bauen Treppen für die größten, exklusivsten Schiffe, für Juweliere, Autohäuser, wohlhabende Geschäfts- und Privatleute. Wir sind nicht die günstigsten Anbieter am Markt, überzeugen aber mit ausgereiften Gesamtlösungen, die dank unseres Know-how und unserer Erfahrung dauerhaft funktionieren.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie das Unternehmen angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen in den kommenden Jahren?

Steffen Bayer: Unser Fokus für die kommenden Jahre liegt darauf, unsere Prozesse weiter zu stabilisieren, Strukturen zu optimieren und Kosten effizienter zu gestalten. Der Markt ist derzeit von hoher Dynamik und großer Unsicherheit geprägt, was lang-


METALLART

KONTAKTDATEN
METALLART Treppen GmbH
Hauffstraße 40
73084 Salach
Deutschland
☎ +49 7162 932000
info@metallart.com
www.metallart.com

fristige Prognosen erschwert. Wir werden einzelne Bereiche gezielt verschlanken, unsere Effizienz steigern und unsere Marktposition nachhaltig sichern. Gleichzeitig erschließen wir neue Geschäftsfelder: Neben der Ausweitung unserer Fertigungskompetenzen durch Lohnfertigung entwickeln wir einen Webshop und sehen insbesondere im Kunstbereich interessante Möglichkeiten. In der Vergangenheit haben wir immer wieder Kunstprojekte mitgeliefert; jetzt arbeiten wir an eigenen Kunstprojekten. Wir haben den Namen und die Fertigkeiten dafür.

Besuchen Sie unsere Themenwelten

auf:

www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



KUNSTSTOFF | METALL | HOLZ & CO.



Jürgen Fien verbindet persönliche Verantwortung mit dem Anspruch, auch anspruchsvolle Bauprojekte zuverlässig und termingerecht umzusetzen



Die Fien GmbH realisiert regionale Bauvorhaben vom ersten Rohbauabschnitt bis zur schlüssigen baulichen Struktur



Bauen mit Handschlagqualität



Interview mit Jürgen Fien, Geschäftsführer der Fien GmbH Bauunternehmen

Die Geschichte der Fien GmbH begann 1954 mit der Gründung durch Josef Fien. Seine Enkel Sigfried und Werner übernahmen den Betrieb 1979 und entwickelten ihn in den 1990er Jahren weiter. Nach einer schwierigen Phase Anfang der 2000er-Jahre wurde das Unternehmen als Einzelfirma weitergeführt. 2011 stieg Jürgen Fien in den Betrieb ein. 2015 erfolgte die Umfirmierung zur Fien GmbH. Seit 2024 führt er das Unternehmen, das heute 40 Mitarbeitende beschäftigt, allein.

Breit aufgestellt, regional verwurzelt

Das Leistungsspektrum reicht von Sanierungen und Wohnungs-

Vom kleinen Auftrag für private Bauherren bis zum Rohbauprojekt in Millionenhöhe: Die Fien GmbH Bauunternehmen aus Wehr verbindet die Flexibilität eines mittelständischen Familienbetriebs mit der Leistungsfähigkeit größerer Bauunternehmen. Regionale Nähe, persönliche Verantwortung und ein hoher Qualitätsanspruch bilden dabei die Grundlage des Erfolgs.

bau bis zu Gewerbe- und Industrieprojekten. Neben kleineren Aufträgen übernimmt das Unternehmen auch Rohbauprojekte mit einem Volumen von bis zu 5 Millionen EUR. Zu den jüngsten Referenzen zählen der Neubau einer Bank mit Wohnungen sowie ein größeres Industrieprojekt. Die meisten Baustellen liegen im Umkreis von rund 25 km um Wehr. Viele Aufträge entstehen über Empfehlungen und Stammkunden. „Zuverlässigkeit, hohe Qualität und Termintreue sind unsere größten Stärken“, sagt Jürgen Fien. Vom Vergabegespräch über die Baustelle bis zur Abrechnung bleibt er persönlich eingebunden. Entscheidungen können schnell getroffen werden, zugleich wissen Kunden jederzeit, wer für ihr Projekt verantwortlich ist.

Digitalisierung als Langstrecke

Die Digitalisierung zählt zu den wichtigsten Zukunftsaufgaben. Rapportwesen, Fotodokumenta-

tion, Planverwaltung und Abrechnung sollen stärker miteinander verknüpft werden. Die Herausforderung liegt in der Vielzahl unterschiedlicher Systeme. Neue Lösungen müssen parallel zum laufenden Betrieb eingeführt, von den Mitarbeitenden akzeptiert und mit Kunden, Steuerberatung und weiteren Partnern abgestimmt werden. Digitalisierung ist für Jürgen Fien deshalb kein kurzer Kraftakt, sondern ein Prozess über Monate und Jahre. Auch bei der Nachwuchsgewinnung geht das Unternehmen neue Wege. Über Instagram zeigt Fien Einblicke in Baustellen, Team und Arbeitsalltag. Das wirkt: Nach vielen Jahren ohne Bewerbungen interessieren sich wieder junge Menschen für Ferienjobs und Ausbildungsplätze. Moderne Arbeitskleidung, gutes Werkzeug und ein respektvoller Umgang gehören ebenso dazu wie verlässliche Perspektiven.

Mittelstand mit Handschlagqualität

Die Unternehmenskultur ist familiär und direkt. Viele Mitarbeitende sind seit Jahren im Betrieb. Künftig möchte man bei Fien Prozesse vereinfachen, Fachkräfte halten und Leistungen wie betriebliche Altersvorsorge oder Bonusmodelle ausbauen. Wachstum bleibt möglich, doch nicht um jeden Preis. Entscheidend ist, dass Qualität, persönliche Verantwortung und der Zusammenhalt im Team erhalten bleiben.



KONTAKTDATEN

Fien GmbH Bauunternehmen
Eisenlohrstraße 5
79664 Wehr
Deutschland
☎ +49 7762 3320
info@fienbau.de
www.fienbau.de

Bauen mit Sicherheit und Nähe



Interview mit
Kathleen Pfennigsdorf,
Geschäftsführerin
der AKOMA GmbH

Gegründet wurde die AKOMA GmbH 2013 von Kathleen Pfennigsdorf und ihrem Vater Olaf Pfennigsdorf. Beide befanden sich damals in einer beruflichen Umbruchphase und suchten nach einem Geschäftsmodell, in das sie ihre unterschiedlichen Stärken einbringen konnten. Die Entscheidung fiel auf Town & Country Haus: Kathleen Pfennigsdorf übernahm den kaufmännischen



Regionale Handwerkspartner sorgen für eine zuverlässige Ausführung vom Rohbau bis zur Fertigstellung

Ein eigenes Haus bleibt für viele Menschen ein Lebenstraum. Doch steigende Baukosten, hohe Zinsen und komplexe Vorgaben erschweren den Weg ins Eigenheim. Die AKOMA GmbH aus Remchingen begleitet private Bauherren in der Region Pforzheim, Karlsruhe und Enzkreis persönlich durch den gesamten Prozess. Dabei verbindet sie die Stärke von Town & Country Haus mit den kurzen Wegen eines Familienunternehmens.

Bereich und den Vertrieb, ihr Vater die technische Geschäftsführung und Planung. Seit 2014 ist AKOMA als Lizenzpartner aktiv. Heute errichtet das Unternehmen schlüsselfertige Massivhäuser mit regionalen Handwerkspartnern. Zum Angebot gehören Ein- und Zweifamilienhäuser, Bungalows, Doppel- und Reihenhäuser sowie kleinere Mehrfamilienhäuser. Das Einzugsgebiet umfasst rund 100 km um Remchingen. Bauherren profitieren von festen Ansprechpartnern, kurzen Entscheidungswegen und Bemusterungsmöglichkeiten in der Region.

Ehrliche Beratung statt Überraschungen

AKOMA verbindet die Vorteile einer bundesweiten Marke mit der Flexibilität eines Familienunternehmens. Mehr als 40 Haustypen lassen sich individuell anpassen. Gleichzeitig bietet Town & Country Haus ein umfangreiches Sicherheitspaket für die Zeit vor, während und nach dem Bau. Regionale Partner, zentrale Einkaufsvorteile und eine klare Planung sorgen für ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Besonderen Wert legt Kathleen Pfennigsdorf auf Transparenz. Bei Bauherren-Infoabenden und persönlichen Gesprächen informiert sie über Hauspreise, Bauneben-

kosten, Grundstück, Finanzierung und zeitliche Abläufe. Vom ersten Gespräch bis zur Schlüsselübergabe sollten Bauherren mit etwa 14 bis 16 Monaten rechnen. „Wir wollen ehrlich beraten, damit unsere Kunden von Anfang an wissen, was auf sie zukommt“, betont die Geschäftsführerin.

Wohnen verändert sich

Die vergangenen Jahre haben den Markt tiefgreifend verändert. Baukosten und Zinsen sind gestiegen, während Grundstücke knapp und teuer bleiben. Dadurch hat sich auch die Zielgruppe verschoben: Für viele Normalverdienende ist ein Neubau kaum noch finanzierbar. Gefragt sind zunehmend kleinere Häuser, Bungalows, Mehrgenerationenlösungen oder Gebäude mit Einliegerwohnung. Auch private Kapitalanleger interessieren sich verstärkt für Doppel-, Reihen- und Mehrfamilienhäuser.

Beim Thema Energie setzt AKOMA auf einen ausgewogenen Ansatz. Die Häuser erfüllen das Gebäudeenergiegesetz und verfügen standardmäßig über moderne Wärmepumpen, Fußbodenheizung und dreifach verglaste Fenster. In Baden-Württemberg kommt die vorgeschriebene Photovoltaikanlage hinzu. Zusätzliche Dämmung ist aus Sicht des



Ein schlüsselfertiges Massivhaus von AKOMA verbindet moderne Architektur mit energieeffizienter Technik

Unternehmens nicht automatisch wirtschaftlicher oder nachhaltiger. Für die kommenden Jahre plant AKOMA den Ausbau des Vertriebsteams und des regionalen Netzwerks. Auch Digitalisierung, Automatisierung und KI sollen die Abläufe weiter erleichtern. Der persönliche Kontakt bleibt jedoch zentral. Denn beim Hausbau entscheiden nicht nur Zahlen und Grundrisse, sondern auch Vertrauen und das Gefühl, mit dem richtigen Partner zusammenzuarbeiten.



KONTAKTDATEN

AKOMA GmbH
Eichwaldweg 1
75196 Remchingen-Wilferdingen
Deutschland
☎ +49 7232 3646112
akoma@tc.de
<https://akoma-hausbau.tc.de>

Datteln direkt vom Ursprung

Interview mit
Semi Ouanes,
Geschäftsführer
der Ouanes Früchte GmbH



Auf internationalen Fachmessen präsentiert die Ouanes Früchte GmbH ihr Sortiment und stärkt ihre langjährigen Partnerschaften

Vor fast 30 Jahren begann die Geschichte der Ouanes Früchte GmbH mit einem Kleintransporter und einer mutigen Idee. Heute importiert das Familienunternehmen jährlich rund 2.000 t Datteln aus Tunesien, Palästina, Südafrika und weiteren Herkunftsländern. Trotz eines Jahresumsatzes von über 6 Millionen EUR wird das Unternehmen bis heute ausschließlich von Vater und Sohn geführt. Der Schlüssel zum Erfolg liegt in langjährigen Partnerschaften, konsequenter Qualitätskontrolle und der Spezialisierung auf eines der ursprünglichsten Naturprodukte der Welt.

Als Firmengründer Hafedh Ouanes vor knapp 30 Jahren erstmals nach Tunesien fuhr, passte die gesamte Ware noch in einen Kleintransporter. Ein Lastwagen erschien dem damaligen Lieferanten unrealistisch. Erst nach einem persönlichen Gespräch erhielt er die Chance, seine ersten Datteln direkt zu importieren. Daraus entwickelte sich eine bis heute bestehende Partnerschaft. Während anfangs auch Melonen, Orangen, Kartoffeln und Granatäpfel importiert wurden, kristallisierten sich Datteln schnell als Kernprodukt heraus. 2015 folgte mit der Gründung der Ouanes Früchte GmbH der nächste Entwicklungsschritt. Bis heute arbeitet das Unternehmen bewusst als Familienbetrieb.

Vater und Sohn übernehmen Einkauf, Qualitätskontrolle, Vertrieb und Logistik selbst.

Qualität entsteht auf der Plantage

Das Unternehmen versteht sich nicht als reiner Importeur. Entscheidend sind die engen Beziehungen zu den Produzenten vor Ort. Die Familie reist regelmäßig nach Tunesien, besucht Lieferanten und kontrolliert die Plantagen persönlich. Viele Partnerschaften bestehen seit der Unternehmensgründung. Gerade bei Datteln entscheidet der Anbau über die Qualität. Die Früchte benötigen viel Sonne, ausreichend Wasser im Wurzelbereich und möglichst wenig Regen. Pestizide spielen

bei den langjährigen Partnerbetrieben keine Rolle. Stattdessen schützen Netze, moderne Bewässerungssysteme und sorgfältige Handarbeit die Ernte. Sämtliche Chargen werden regelmäßig auf Rückstände und Qualität geprüft.

Flexibilität als Wettbewerbsvorteil

Heute beliefert Ouanes Früchte vor allem Großhändler, Industrieunternehmen und Handelsketten. Neben Standardverpackungen entwickelt das Unternehmen individuelle Verpackungslösungen bis hin zum kompletten Verpackungsdesign. Jährlich werden rund 100 bis 150 Container beziehungsweise etwa 2.000 t Datteln umgeschlagen. Gelagert wird in einem 1.000 m² großen Kühlhaus

mit mehreren Kühlräumen, da unterschiedliche Dattelsorten verschiedene Temperaturanforderungen haben. Trotz steigenden Wettbewerbs setzt das Unternehmen auf Spezialisierung statt Wachstum um jeden Preis. Künftig sollen neue Herkunftsländer wie Saudi-Arabien sowie weitere Dattelsorten das Sortiment ergänzen. Parallel wird die Rückverfolgbarkeit weiter digitalisiert. Langfristig soll jeder Kunde nachvollziehen können, von welcher Plantage seine Datteln stammen. Persönliche Beziehungen, Vertrauen und kompromisslose Qualität bleiben dabei das wichtigste Erfolgsrezept.



KONTAKTDATEN

Ouanes Früchte GmbH
Daimlerstraße 13
78655 Dunningen
Deutschland
☎ +49 7403 12613
info@ouanesfruechte.de
www.ouanesfruechte.de



Sonne, Bewässerung und Schutznetze schaffen optimale Bedingungen für hochwertige Datteln



Regelmäßige Plantagenbesuche sichern bei der Ouanes Früchte GmbH die Qualität von Anbau, Ernte und Produkten

Kontakte

ÖSTERREICH

Haus des Meeres Betriebs GmbH
Fritz-Grünbaum-Platz 1
1060 Wien
Österreich
☎ +43 1 5871417
office@haus-des-meeres.at
www.haus-des-meeres.at

SCHWEIZ

Codere SA
Route de Miécourt 12
2942 Alle
Schweiz
☎ +41 32 4651010
info@codere.ch
www.codere.ch

BAYERN

FlowChief GmbH
Alte Salzstraße 9
90530 Wendelstein
Deutschland
☎ +49 9129 147220
info@flowchief.de
www.flowchief.de

UG Systems GmbH & Co. KG
Kronacher Straße 41
96052 Bamberg
Deutschland
☎ +49 951 70085800
info@ug-systems.com
www.ug-systems.com

OKP Parts and Engineering GmbH
Xaver-Weismor-Straße 94
81829 München
Deutschland
☎ +49 89 3221180
info@okp.de
www.okp.de

Vaventus AG Kälte Klima Lüftung
Grünwalder Weg 32
82041 Oberhaching
Deutschland
☎ +49 89 55290602
info@vaventus.de
www.vaventus.de

3Keys GmbH
Haugerglaciisstraße 5a
97080 Würzburg
Deutschland
☎ +49 931 40705361
backoffice@3keys.com
www.3keys.com

BADEN-WÜRTTEMBERG

reputatio systems GmbH & Co. KG
Friedenstraße 87
75173 Pforzheim
Deutschland
☎ +49 (0)7231-3977-0
info@reputatio.com
https://reputatio.systems

SPORTSTÄTTENBAU Garten-Moser
GmbH u. Co. KG
Dewanger Straße 2
73457 Essingen
Deutschland
☎ +49 7365 919040
sport@garten-moser.de
www.garten-moser.de

ENGESSER GmbH
Tuttlinger Straße 8
78187 Geisingen
Deutschland
☎ +49 7704 92840
info@engesser.de
www.engesser.de

METALLART Treppen GmbH
Hauffstraße 40
73084 Salach
Deutschland
☎ +49 7162 932000
info@metallart.com
www.metallart.com

Fien GmbH Bauunternehmen
Eisenlohrstraße 5
79664 Wehr
Deutschland
☎ +49 7762 3320
info@fienbau.de
www.fienbau.de

AKOMA GmbH
Eichwaldweg 1
75196 Remchingen-Wilferdingen
Deutschland
☎ +49 7232 3646112
akoma@tc.de
https://akoma-hausbau.tc.de

Ouanes Früchte GmbH
Daimlerstraße 13
78655 Dunningen
Deutschland
☎ +49 7403 12613
info@ouanesfruechte.de
www.ouanesfruechte.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