Wirtschaft im Süden



WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Interview:
„Wir machen einfach – und liefern Ergebnisse“
mit Sebastian Betz, geschäftsführender Gesellschafter LIP Invest GmbH, Seite 8

Unsere Leseempfehlung:

- Interview mit **Niels Stenzel, stellvertretender Geschäftsführer der SHINING 3D Technology GmbH,** Seite 14
- Interview mit **Madeleine Keller, Leiterin Marketing der Sattel-Hochstuckli AG,** Seite 22

Wirtschaft im Süden



Florian Wollner,
Geschäftsführer
der enve print services GmbH **4**



Alessandro Bracalente,
International Sales Manager
der B.A.G. S.p.A. **6**



Sebastian Betz,
geschäftsführender Gesellschafter
der LIP Invest GmbH **8**



Christian Dorfner,
Geschäftsführer
der SK Verbundenergie AG **10**



Dr. Alexander Guggenmos,
CEO
der UltraFast Innovations GmbH **12**



Wirtschaft im Süden



Niels Stenzel,
stellvertretender Geschäftsführer
der SHINING 3D Technology GmbH **14**



Paul Schwenk,
CEO
der Theben AG **16**



Stefan Wahle,
General Manager
der Wolters Kluwer Tax & Accounting Deutschland GmbH **18**



Horst Schuon,
Geschäftsführer
der Gebrüder Schuon Logistik GmbH **20**







Madeleine Keller,
Leiterin Marketing
der Sattel-Hochstuckli AG **22**

Kontakte Seite 23

Aus Betroffenen Beteiligte machen

enve print services aus dem Großraum Augsburg tritt seit vielen Jahren als schlagkräftiger Verpackungspartner für die Brillenindustrie auf. Im Zuge der Übernahme durch VENDO aus Österreich wird sich die grundlegende Firmenstrategie dabei fundamental wandeln: eine Transformation, die unter engster Beteiligung der gesamten Belegschaft vorangetrieben wird. Geschäftsführer Florian Wollner verriet im Interview, wie beide Unternehmen dabei konsequent in Generationen statt in Quartalszahlen denken und wie er die Brillenindustrie entlang ihrer gesamten Wertschöpfung vom Rohling bis zum Feinschliff beim Optiker in Zukunft noch konsequenter unterstützen will.



Der neue Firmensitz von enve print services in Gersthofen bei Augsburg

Interview mit
Florian Wollner,
Geschäftsführer
der enve print services GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Wollner, zum 1. April 2026 ist die enve print services GmbH, ein Traditionsbetrieb aus dem Großraum Augsburg, in der oberösterreichischen VENDO Kommunikation + Druck GmbH aufgegangen. Was waren dabei die Hintergründe?

Florian Wollner: enve print services hat sich in der Vergangenheit auf die Herstellung von Optikverpackungsprodukten beziehungsweise von Geschenkverpackungen im E-Commerce-Bereich spezialisiert. Die Veräußerung an VENDO, ebenfalls ein Familienunternehmen, erfolgte primär, weil für enve print services keine sinnvolle familieninterne Nachfolgeregelung gefunden werden konnte.

Wirtschaftsforum: Die Synergien liegen derweil auf der Hand.

Florian Wollner: VENDO hat sich über Jahrzehnte hinweg ein breit diversifiziertes Druckgeschäft aufgebaut, insbesondere mit hochvolumigen Druckprodukten für Versicherungen, Energieversorger, Kreditkartenanbieter und ähnliche Kunden, für die VENDO den digitalen Rechnungsversand sowie die Zustellung der entsprechenden Dokumente auf dem postalischen Weg übernimmt. Daneben bieten wir verschiedenste Mailing- und Printlösungen für sämtliche Werbematerialien in allen gängigen Drucksorten an; ein klassisches Beispiel sind etwa Visitenkarten. Die bisher in Neusäß bei Augsburg beheimatete Optikproduktion von enve print services wurde nun an unseren Standort im österreichischen Vöcklabruck verlagert.

Wirtschaftsforum: Der neue Sitz von enve print services liegt in Gersthofen lediglich am anderen Ende von Augsburg, allerdings nun mit einem neuen Geschäftsmodell.

Florian Wollner: enve print services wandelt sich gerade vom Produktions- zum Handelsunternehmen, in dessen Zuge wir von nun an primär als lösungsorientierter Anbieter von Verpackungen im Optikbereich sowie als Preferred Supplier eines großen E-Commerce-Anbieters für Geschenkverpackungen im Markt auftreten wollen. Unser Leistungsspektrum soll sich dabei auf die gesamte Wertschöpfung in der Brillenindustrie erstrecken, vom Rohling über die Fertigung im Labor bis hin zum letzten Schliff beim Optiker.

Wirtschaftsforum: Wie unterschiedlich fallen die Verpackungsprodukte dabei aus?

Florian Wollner: In den riesigen Laboren der Hersteller, wo die Brillengläser dioptriert, geschliffen und – im Fall von Sonnenbrillen – gefärbt werden, sind nicht selten bis zu 1.000 Mitarbeitende im Einsatz, während die Verpackungsprozesse weitgehend automatisiert sind und deshalb so friktionsfrei wie möglich ablaufen müssen. Unsere Brillenglastaschen müssen also nicht nur höchsteffizient eingesetzt werden können, sondern gleichzeitig einen optimalen Schutz vor Kratzern bieten. Beim Optiker wird das Brillenglas schließlich in den Rahmen eingesetzt, bevor das fertige Produkt anschließend in einer Versandtasche verpackt wird, die enve print services ebenfalls bereitstellt, genauso wie Mikrofaserputztücher, -pouches sowie entsprechende Brillenhüllen. Dabei stehen wir über VENDO sowohl als verlängerte Werkbank zur Verfügung, als auch als Gesamtlösungsanbieter, der entsprechende Produkte über ein starkes Partnernetzwerk beziehen kann. Mit diesem breiten Ansatz unterstützen wir inzwischen neben unseren europäischen Kunden auch führende Labs in Nordamerika und Asien.

Wirtschaftsforum: Welche Vision verfolgen Sie bei enve print services für die nächsten Jahre?

Florian Wollner: Bis 2032 wollen wir klar zum bevorzugten Verpackungs- und Systempartner entlang der gesamten europäischen Optikwertschöpfungskette sowie von ausgewählten E-Commerce-Kunden avancieren. Dabei verbinden wir Verpackungsentwicklung, globales Sourcing, einheitliche Qualitätsstandards und lokale Lieferfähigkeit zu durchgängigen Lösungen, wobei wir die Komplexität und Versorgungsrisiken minimieren, Neuentwicklungen beschleunigen und stets die Total Cost of Ownership im Blick behalten wollen. Intern steckt hinter unserem Kulturwandel derweil das klare Ziel, stets vom Kundenerfolg her zu denken und dabei ausnahmslos zu halten, was wir versprechen. So wollen wir weiterhin jeden Tag ein Stück besser werden.

Wirtschaftsforum: Wie vollzieht sich dieser Kulturwandel bei enve print services genau?

Florian Wollner: Wenn eine solche Firma nach vielen Jahrzehnten plötzlich verkauft wird und der neue Geschäftsführer nicht nur von der anderen Seite des Lechs, sondern aus Österreich kommt, ist das natürlich eine deutliche Veränderung. Umso wichtiger war es uns, alle Mitarbeitenden von Anfang an in den damit einhergehenden Strategieprozess einzubeziehen und sie gleichzeitig wohlbehütet durch diese Transformation zu begleiten, um aus Betroffenen Beteiligte zu machen. In unserem Unternehmen steckt enorm viel Herzblut, mit einer tiefen Bindung der Mitarbeitenden an unsere Werte und Kultur, und gleichzeitig eine enorme Veränderungsbereitschaft sowie die unbändige Lust, Neues auszuprobieren. Uns alle eint, dass wir nicht auf Quick Wins aus sind, sondern in Ruhe eine nachhaltige Zukunft gestalten wollen. Schon in meinem Vorstellungsgespräch sagte mir einer der Inhaber, das wir nicht in Quartalszahlen, sondern in Generationen denken: eine tolle Perspektive, der ich mich auch persönlich verpflichtet fühle.

KONTAKTDATEN
enve print services GmbH
Daimlerstraße 19
86368 Gersthofen
Deutschland
+49 821 48010
anfrage@enve-print.de
www.enve-print.de



Stiefel mit Stammbaum



Einblick in den Nero Giardini Store in Mailand

„Made in Italy“ ist im Schuhhandel weiterhin ein starkes Kaufargument. Darauf baut die B.A.G. S.p.A. aus Monte San Pietrangeli in Mittelitalien seit 50 Jahren: mit Stiefeln komplett aus Leder und einer Logistik, die Händler innerhalb von 24 Stunden beliefert. Mit der Marke Nero Giardini ist das Familienunternehmen heute in über 34 Ländern vertreten und will nun den DACH-Raum zum zweitwichtigsten Markt nach Italien machen.



Interview mit
Alessandro Bracalente,
International Sales Manager der B.A.G. S.p.A.

Wirtschaftsforum: Herr Bracalente, Ihr Unternehmen hat 2025 sein 50-jähriges Bestehen gefeiert. Wie hat alles angefangen?

Alessandro Bracalente: Gegründet haben die Firma 1975 mein Vater Enrico Bracalente und sein Bruder Luigi, als kleinen Betrieb, der Komponenten für andere Schuhhersteller fertigte. Für eigene Räume fehlte das Geld, also haben sie im Untergeschoss einer Kirche hier in Monte San Pietrangeli angefangen. Dort habe ich als Kind meine Hausaufgaben gemacht. 1980 kam der erste eigene Firmensitz. Anfang der 1990er-Jahre hat mein Vater entschieden, die Lohnfertigung zurückzufahren und mit der eigenen Marke Nero Giardini an den Markt zu gehen. Ab den 2000er-Jahren haben wir sie auch dem Endverbraucher gezeigt, erst in Italien, dann international.

1975
GEGRÜNDET

Wirtschaftsforum: Welche Rolle haben Sie heute im Unternehmen, und wie ist es aufgestellt?

Alessandro Bracalente: Mein Vater ist nach wie vor Präsident und Geschäftsführer. Seit Mai 2025 bin ich International Sales Manager und verantworte den Vertrieb außerhalb Italiens. Am Firmensitz arbeiten über 300 Menschen, mit den Partnerbetrieben sind es in unserer Region fast 1.000. Unsere Händler in Deutschland betreuen wir von unserem Standort in Stuttgart aus.

Wirtschaftsforum: Womit heben Sie sich vom Wettbewerb ab?

Alessandro Bracalente: Mit dem Produkt. Schuhe für Damen, Herren und Kinder machen über 90% unseres Umsatzes aus, dazu kommen Taschen und Bekleidung. Ich besuche unsere Partner in ganz Europa persönlich und habe dabei gelernt: Dass wir auch in der Krise in Qualität und Design investieren, unterscheidet uns. Wir haben jüngere Designer ins Haus geholt und 2026 neue Kooperationen gestartet. Weil sich die Jahreszeiten verschieben, bieten wir dem Handel in vier Kollektionen von Januar bis Dezember Ware, die sich verkauft, vom Winterstiefel bis zur Sandale.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich das Geschäft in den vergangenen Jahren entwickelt?

NeroGiardini
MADE IN ITALY

KONTAKTDATEN
B.A.G. S.p.A.
Via dell'Industria 11
63815 Monte San Pietrangeli
Italien
+39 0734 96641
info@nerogiardini.it
www.nerogiardini.it



Handarbeit am Leder: Jede Haut wird vor der Verarbeitung geprüft



Das voll automatisierte Logistikzentrum liefert innerhalb von 24 Stunden an den Handel

Alessandro Bracalente: Die Pandemie hat die ganze Schuhbranche getroffen und uns natürlich auch. Danach ging es erst einmal wieder bergauf; bis 2023 sind wir gewachsen. Seit 2025 spüren wir aber, dass die Kunden zurückhaltender sind, und das gilt für den gesamten Markt. Die nächsten zwei Jahre werden nicht einfach, das sage ich ganz offen. Trotzdem ziehen wir keine Projekte zurück. Mein Vater hat über die Jahre Entscheidungen getroffen, die dem Unternehmen eine stabile finanzielle Grundlage gegeben haben und genau das erlaubt uns heute, weiter zu investieren und zuversichtlich nach vorn zu schauen.

Wirtschaftsforum: In welchem Preissegment bewegen Sie sich?

Alessandro Bracalente: Der durchschnittliche Verkaufspreis liegt bei 180 bis 190 EUR. Unsere Stiefel sind komplett aus Leder, Obermaterial wie Futter, und für 230 bis 240 EUR findet man das heute kaum noch. Mit Stiefeln haben wir Anfang der 2000er-Jahre den Markt geöffnet, sie sind bis heute unser Kerngeschäft. Sommermodelle wie Mokassins und Sneaker liegen bei 145 bis 160 EUR. Eine Marktforschung im vergangenen Jahr hat bestätigt, dass „Made in Italy“ für den Endkunden weiterhin ein starkes Kaufargument ist.

FAST
1.000
BESCHÄFTIGTE

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen Groß- und Onlinehandel?

Alessandro Bracalente: Über 90% unseres Umsatzes machen wir im B2B-Geschäft mit dem Großhandel, und das bleibt so. Online ist aktuell der Kanal, der am stärksten wächst; deshalb investieren wir in unseren E-Commerce und arbeiten mit spezialisierten Onlinepartnern zusammen. In der Coronazeit haben wir über 10 Millionen EUR in ein voll automatisiertes Logistikzentrum wenige Kilometer vom Firmensitz investiert. Damit halten wir unsere Bestseller das ganze Jahr vorrätig. Ein Händler aus Deutschland oder der Schweiz, der zehn Paar verkauft hat, bestellt über unsere B2B-Plattform nach, und innerhalb von etwa 24 Stunden geht die Ware raus: Bestellt er am Freitag, steht sie am Montag im Laden. Den Bau habe ich von 2016 bis 2020 selbst begleitet, das Projekt ist für mich also auch persönlich von großer Bedeutung.

Wirtschaftsforum: Welche Märkte stehen in den kommenden Jahren im Fokus?

Alessandro Bracalente: Wir starten Projekte auch außerhalb Europas. In den Vereinigten Arabischen Emiraten standen wir kurz vor einem Vertrag für Geschäftseröffnungen, dann kam der Krieg dazwischen, das Projekt liegt vorerst auf Eis. In Mexiko sind wir aktiv, die USA wachsen stark, in Asien sind wir in Japan und Korea präsent. Unser Hauptmarkt bleibt aber Europa, und dort vor allem die DACH-Region. Mein persönliches Ziel ist, dass sie nach Italien zu unserem wichtigsten Markt wird. Im Handel kennt man uns dort, beim Endverbraucher ist die Marke noch nicht stark genug. Unsere Marktforschung hat gezeigt, dass Verbraucher im DACH-Raum unsere Schuhe kaufen wollen, sobald sie sie in der Hand halten. Die Nachfrage ist also da. Jetzt müssen wir dafür sorgen, dass sie unsere Marke auch kennen, und daran arbeiten wir in den nächsten drei Jahren.



Logistikimmobilien verbinden stabile Nachfrage mit planbaren Cashflows und zählen damit zu den verlässlichsten Investmentvehikeln im Immobilienmarkt



Interview mit
Sebastian Betz,
geschäftsführender Gesellschafter
der LIP Invest GmbH

„Wir machen einfach – und liefern Ergebnisse“

Unternehmerischer Einsatz, konsequente Spezialisierung und die Stabilität einer unverzichtbaren Assetklasse: LIP Invest GmbH ist auch in einem anspruchsvollen Marktumfeld auf Wachstumskurs. Das Münchener Investmenthaus verwaltet seine Logistikimmobilien vollständig vermietet, hat sein Team weiter ausgebaut und innerhalb eines Jahres neues institutionelles Kapital in erheblichem Umfang investiert.

Wirtschaftsforum: Herr Betz, Ihr Geschäftspartner ist in den Ruhestand gegangen. Wo steht LIP Invest heute?

Sebastian Betz: Der Übergang wurde langfristig vorbereitet. Bodo Hollung und ich haben LIP Invest 2017 gemeinsam aufgebaut. Aus zwei Mitarbeitenden sind inzwischen mehr als 20 geworden, allein im vergangenen Jahr haben wir fünf neue Kollegen eingestellt. Trotz eines anspruchsvollen Marktumfelds entwickeln wir uns planmäßig weiter. Ein wesentlicher Grund dafür ist unsere konsequente Spezialisierung auf Logistikimmobilien in Deutschland. Dadurch verfügen wir über ein tiefes Marktverständnis.

Wirtschaftsforum: Welche Entwicklungen haben die vergangenen zwölf Monate besonders geprägt?

Sebastian Betz: Für unsere institutionellen Anleger sind stabile Ergebnisse entscheidend. Deshalb hat die Vollvermietung unserer Portfolios höchste Priorität. Aktuell sind sämtliche von uns verwalteten Objekte zu 100% vermietet. Das bildet die Grundlage für stabile Cashflows, eine positive Performance und eine verlässliche Wertentwicklung der Fonds. Gleichzeitig konnten wir seit August 2025 Logistikimmobilien mit einem Investitionsvolumen von rund 125 Millionen EUR erwerben. Für unseren fünften Fonds wurden innerhalb eines Jahres rund 90 Millionen EUR Eigenkapital eingeworben und investiert. Das zeigt, dass institutionelles Kapital wieder verstärkt in hochwertige Logistikimmobilien fließt.

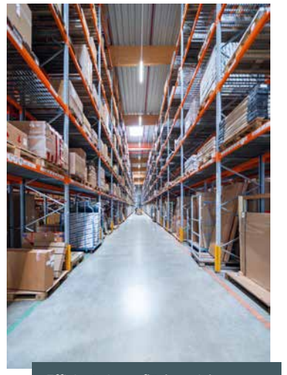
Wirtschaftsforum: Warum bleiben Logistikimmobilien auch in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld attraktiv?

Sebastian Betz: Weil Logistik unverzichtbar ist. Produkte müssen transportiert, gelagert und verteilt werden, unabhängig davon, wie die konjunkturelle Lage aussieht. Gleichzeitig sorgen geopolitische Entwicklungen, veränderte Handelsströme und neue Lieferketten dafür, dass Unternehmen zusätzliche Lager- und Pufferkapazitäten benötigen. Hinzu kommen strukturelle Wachstumstreiber wie der wieder anziehende E-Commerce, die steigende Bedeutung der Pharmalogistik oder die zunehmende Komplexität in der Automobilindustrie durch neue Antriebstechnologien und größere Modellvielfalt. All diese Entwicklungen sorgen für zusätzlichen Flächenbedarf und damit für eine nachhaltig stabile Nachfrage nach Logistikimmobilien.

Wirtschaftsforum: Welche Vorteile bietet die Assetklasse aus Investorensicht?



Unverzichtbar für Lieferketten: Logistikzentren sorgen für nachhaltige Flächennachfrage



Effiziente Lagerflächen sichern stabile Erträge und Wachstum



Solarstrom vom Hallendach stärkt Wirtschaftlichkeit und ESG-Ziele

Sebastian Betz: Einer der größten Vorteile liegt in ihrer Planbarkeit. Bei einem Mieterwechsel bleiben die Investitionen häufig überschaubar. Viele Nutzer bauen die Flächen individuell für ihre Prozesse aus und passen sie bei Bedarf selbst an. Dadurch bleibt die Kostenbasis vergleichsweise gering und Ausschüttungen lassen sich verlässlich kalkulieren. Genau diese Stabilität ist für institutionelle Anleger attraktiv. Aktuell können Ausschüttungsrenditen von rund 5 bis 5,5% erzielt werden, die damit deutlich über der Rendite deutscher Staatsanleihen liegen. Gleichzeitig ist die Volatilität der vergangenen Jahre weitgehend aus dem Markt verschwunden. Anleger erhalten heute wieder mehr Planungssicherheit.

Wirtschaftsforum: Worauf kommt es beim Ankauf neuer Immobilien besonders an?

Sebastian Betz: Für uns steht immer zuerst der Standort im Mittelpunkt, danach das Objekt und erst anschließend der Nutzer. Ein langfristiger Mietvertrag allein macht noch keine gute Immobilie aus, denn auch er endet irgendwann. Entscheidend ist die langfristige Qualität des Standorts. Dank unseres Netzwerks aus Logistikern, Projektentwicklern und Eigentümern verfügen wir über einen sehr guten Marktzugang.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen beschäftigen die Branche derzeit?

Sebastian Betz: Der Neubau von Logistikflächen hat deutlich nachgelassen. Gründe dafür sind unter anderem anspruchsvollere Finanzierungskonditionen und die begrenzte Verfügbarkeit geeigneter Grundstücke. Gleichzeitig bleibt die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Standorten hoch. Dadurch gewinnen Bestandsimmobilien zusätzlich an Bedeutung. Aktuell verwalten wir 66 Objekte, weitere befinden sich in Exklusivität. Umso wichtiger ist es, dass wieder institutionelles Kapital in den Markt zurückkehrt und investiert wird.

Wirtschaftsforum: Welche Themen werden das Asset Management künftig prägen?

Sebastian Betz: Neben der Vermietung gewinnen Energieversorgung, Ladeinfrastruktur und Photovoltaik immer stärker an Bedeutung. Das sind nicht nur Nachhaltigkeitsthemen, sondern oft auch wirtschaftlich attraktive Lösungen für Eigentümer und Nutzer. Gleichzeitig erfordern regulatorische Anforderungen eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Immobilien. Entscheidend bleibt deshalb ein aktives Asset Management, das Chancen erkennt und die Objekte langfristig wettbewerbsfähig hält.

Wirtschaftsforum: Was zeichnet LIP Invest als Unternehmen besonders aus?

Sebastian Betz: Wir verstehen uns als Unternehmer. Erfolg entsteht nicht von allein. Unsere Mitarbeiter sind im gesamten Bundesgebiet unterwegs, weil Immobilien, Nutzer und Investoren persönliche Betreuung benötigen. Wenn Herausforderungen auftreten, suchen wir vor Ort nach Lösungen. Diese Mentalität prägt unsere Unternehmenskultur. Herausforderungen sind dazu da, angegangen zu werden. Fachwissen ist wichtig, doch mindestens genauso wichtig sind Teamgeist, Verantwortung und die Bereitschaft, Dinge voranzubringen. Unsere Bereiche greifen wie Zahnräder ineinander. Wenn wir unsere Anleger dauerhaft zufriedenstellen und die versprochenen Ergebnisse liefern, entsteht daraus weiteres Wachstum fast automatisch.

KONTAKTDATEN
LIP INVEST GmbH
Rosental 6
80331 München
Deutschland
+49 89 2421 01230
info@lip-invest.com
www.lip-invest.com



Strategisch positionierte Logistikzentren stehen für stabile Cashflows



Das Team von LIP Invest: Spezialisierung, Nähe zum Markt und Unternehmergeist

Flexibilität für die Energiewende



Flexible grüne Energie: Die von SKVE gesteuerte Biogasanlage produziert Strom gezielt dann, wenn er gebraucht wird.

Der Ausbau von Wind- und Solarenergie schreitet voran. Doch eine zentrale Frage bleibt: Was passiert, wenn die Sonne nicht scheint und der Wind nicht weht? Die SK Verbundenergie AG hat sich auf diese Herausforderung spezialisiert. Das Unternehmen vernetzt und steuert Biogas-, PV- und Speicheranlagen digital und macht sie so zu flexiblen Energielieferanten. Vorstand Christian Dorfner sieht darin einen wichtigen Baustein für das Gelingen der Energiewende.



Interview mit
Christian Dorfner,
Geschäftsführer der SK Verbundenergie AG

Wirtschaftsforum: Herr Dorfner, wie entstand die Idee hinter der SK Verbundenergie AG?

Christian Dorfner: Die Anfänge liegen etwa 15 Jahre zurück. Gemeinsam mit meinen Mitgründern haben wir uns damals mit erneuerbaren Energien beschäftigt und festgestellt, dass ein wesentlicher Baustein für die Energiewende fehlt: flexible, speicherbare grüne Energie. Wind- und Solaranlagen liefern Strom, wenn die Bedingungen passen. Für die Zeiten dazwischen braucht es jedoch Anlagen, die gezielt einspringen. Für uns war früh klar, dass Biogas hier eine besondere Rolle spielen kann.

Wirtschaftsforum: Die Energiewende basiert zunehmend auf dezentralen Erzeugern. Welche Rolle können Biogasanlagen dabei übernehmen?

Christian Dorfner: Der entscheidende Unterschied ist die Speicherbarkeit. Während Wind- und Solaranlagen von den Wetterbedingungen abhängen, kann Biogas zwischengespeichert und genau dann genutzt werden, wenn Energie benötigt wird. Darin liegt sein besonderer Wert für das Energiesystem. Die Anlagen müssen dafür allerdings anders betrieben werden als früher. Statt rund um die Uhr gleichmäßig Strom zu erzeugen, produzieren sie gezielt in Zeiten hoher Nachfrage und höherer Strompreise. Damit übernehmen sie eine ähnliche Funktion wie flexible Reservekraftwerke oder Pumpspeicher.

Wirtschaftsforum: Dafür braucht es eine digitale Steuerung.

Christian Dorfner: Wir haben früh erkannt, dass diese Aufgabe nur digital lösbar ist. Unsere Systeme erfassen die relevanten Daten der Anlagen, erstellen digitale Zwillinge und verbinden sie mit den Strommärkten. So entsteht ein virtuelles Kraftwerk. Algorithmen entscheiden, welche Anlage wann Strom liefern kann und wann sich die Einspeisung lohnt. Heute steuern wir auf diese Weise rund 500 Biogasanlagen in ganz Deutschland.

Wirtschaftsforum: Trotz aller Digitalisierung legen Sie großen Wert auf persönliche Betreuung. Warum?

Christian Dorfner: Weil unsere Kunden keine anonymen Großkonzerne sind. Wir arbeiten überwiegend mit mittelständischen Unternehmen und landwirtschaftlichen Betreibern, die oft erstmals mit Themen wie Flexibilisierung, Stromhandel oder virtuellen Kraftwerken in Berührung kommen. Deshalb investieren wir viel Zeit in Beratung und Aufklärung. Technologie ist wichtig, aber am Ende möchten unsere Kunden einen Ansprechpartner haben, der ihre Anlage kennt und erreichbar ist. Genau diese Kombination aus Softwarekompetenz und persönlicher Betreuung macht uns aus.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet das für die Betreiber?

Christian Dorfner: Viele Biogasanlagen wurden ursprünglich als zusätzlicher Betriebszweig in der Landwirtschaft gebaut. Heute entstehen durch die Flexibilisierung neue Möglichkeiten. Wer Strom gezielt zu nachfragestarken Zeiten produziert, kann höhere Erlöse erzielen. Unser Ansatz ist dabei partnerschaftlich. Wir arbeiten mit einem Beteiligungsmodell, sodass Betreiber und wir dasselbe Ziel verfolgen: die vorhandenen Anlagen möglichst effizient einzusetzen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen Batteriespeicher inzwischen?

Christian Dorfner: Gerade bei großen PV-Anlagen gehören Batteriespeicher zunehmend zum Gesamtkonzept. Sie nehmen Strom auf, wenn viel Sonnenenergie verfügbar und der Preis niedrig ist, und geben ihn später ins Netz ab. Für uns ist das eine logische Erweiterung des Geschäftsmodells. Künftig werden außerdem Elektrolyseure und weitere flexible Verbraucher hinzukommen, die sich intelligent steuern lassen.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen für die Energiewende?

Christian Dorfner: Weniger bei den Erzeugern als bei den Netzen. Viele Anlagen sind bereits digital steuerbar. Auch Verbraucher werden zunehmend intelligent vernetzt. Was noch fehlt, ist eine stärkere Digitalisierung der Netzinfrastruktur. Oft wird noch über zusätzliche Leitungen nachgedacht. Ich bin überzeugt, dass digitale Steuerung künftig eine wesentlich größere Rolle spielen wird, um bestehende Netze effizienter zu nutzen.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die Zukunft der Biogasanlagen?

Christian Dorfner: Ich würde mir wünschen, dass möglichst viele der bestehenden Anlagen erhalten bleiben und konsequent flexibilisiert werden. Sie sind nicht der größte Baustein der Energiewende, aber ein wertvoller. Biogas bietet speicherbare, erneuerbare Energie, ist dezentral verfügbar und kann das Stromsystem genau dann unterstützen, wenn andere erneuerbare Energien an ihre Grenzen stoßen.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele verfolgt die SK Verbundenergie AG für die kommenden Jahre?

Christian Dorfner: Wir wollen weiter wachsen, aber mit Augenmaß. Die Energiewende eröffnet zahlreiche Chancen, sei es bei flexiblen Biogasanlagen, Batteriespeichern oder künftig auch bei Wasserstoffanwendungen. Wir fühlen uns dabei im Mittelstand zu Hause und möchten Technologien entwickeln, die einen konkreten Beitrag leisten. Unser Anspruch ist nicht, die Welt zu beherrschen. Wir möchten das Puzzleteil liefern, das die Energiewende ein Stück besser macht.

SKVE
FLEXIBLE SPEICHERKRAFT

KONTAKTDATEN
SK Verbundenergie AG
Dr.-Gessler-Straße 8
93051 Regensburg
Deutschland
+49 941 2082860
info@skve.de
www.skve.de

Echte Interviews.
Echte Entscheidungen.
Echter Einfluss.

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



Vom Licht zur Lösung

Eine Attosekunde ist so kurz, dass sie sich unserer Vorstellung entzieht – und doch eröffnet sie den Blick auf Prozesse, die lange unsichtbar blieben. Aus der Forschung in dieser kaum fassbaren Dimension ist die UltraFast Innovations GmbH im Münchner Raum hervorgegangen. Heute entwickelt sie hoch spezialisierte Optiken und Systeme für ultrakurze Laserpulse, von der Halbleitertechnologie bis zur Fusionsenergie.

Interview mit
Dr. Alexander Guggenmos,
CEO
der UltraFast Innovations GmbH



Präzise Analyse: GLACIER ermöglicht die präzise Messung der Reflektivität optischer Komponenten und liefert wichtige Daten für deren Charakterisierung

Wirtschaftsforum: Herr Dr. Guggenmos, Sie sind Geschäftsführer der UltraFast Innovations GmbH. Zu den Produkten, die Sie selbst besonders faszinieren, gehört der Light Field Synthesizer. Was genau kann dieses Gerät und wofür braucht man es?

Dr. Alexander Guggenmos: Vereinfacht gesagt zerlegen wir Licht in verschiedene spektrale Bereiche, manipulieren diese einzeln und setzen sie anschließend wieder zusammen. So können wir Licht gezielt formen und die Eigenschaften erzeugen, die für eine bestimmte Anwendung benötigt werden. Das zeigt, worum es bei unserer Arbeit geht: Wir stellen unseren Kunden optische Werkzeuge zur Verfügung, mit denen sie Dinge realisieren können, die sonst nicht möglich wären.

Wirtschaftsforum: Die Wurzeln dieser Technologie liegen in der Grundlagenforschung. Wie entstand daraus ein Unternehmen, das Forschung und Industrie mit hoch spezialisierten Optiken und Systemen beliefert?

Dr. Alexander Guggenmos: Die Forschungsgruppen von Prof. Ferenc Krausz an der Ludwig-Maximilians-Universität München und Prof. Ulf Kleineberg am Max-Planck-Institut für Quantenoptik entwickelten spezielle Optiken für immer kürzere Laserpulse. In der Attosekundenphysik machen solche Lichtpulse selbst Bewegungen von Elektronen beobachtbar. Aus dieser Arbeit entstand 2009 UFI als gemeinsames Spin-off, um die Technologie anderen Forschungseinrichtungen zugänglich zu machen. Noch im selben Jahr verkauften wir erste Spiegel, später kamen Instrumente hinzu. Heute verteilt sich unser Umsatz etwa zur Hälfte auf Optiken und Geräte. Der Physik-Nobelpreis 2023 für Ferenc Krausz unterstreicht das wissenschaftliche Niveau, aus dem UFI hervorgegangen ist.

Wirtschaftsforum: Sie haben das Unternehmen zunächst aus wissenschaftlicher Perspektive kennengelernt. Was fasziniert Sie persönlich daran, es nun als Geschäftsführer weiterzuentwickeln?

Dr. Alexander Guggenmos: Ich habe 2010 meine Doktorarbeit in der Gruppe von Ferenc Krausz begonnen und damals bereits UFI unterstützt. Heute macht es mir große Freude, die Entwicklung des Teams und des Unternehmens mitzugestalten. Wir übertragen Erkenntnisse aus der Spitzenforschung in industrielle Anwendungen und machen Technologien global verfügbar. Besonders spannend finde ich, wie aus wissenschaftlichen Erkenntnissen konkrete Anwendungen mit wirtschaftlichem Potenzial entstehen.

Wirtschaftsforum: Aus dem Forschungs-Spin-off ist ein Unternehmen mit rund 35 Mitarbeitenden geworden. Wie haben sich Märkte und Angebot entwickelt?

Dr. Alexander Guggenmos: Anfangs kamen unsere Kunden vor allem aus der Physik und Forschung. Inzwischen reichen die Anwendungen von physikalischer Chemie und Biologie bis zu industriellen Einsatzfeldern. Mit TUNDRA, unserem ersten kompletten optischen Messsystem, haben wir gezeigt, dass unsere Kompetenz über einzelne Optiken hinausgeht. Heute bieten wir Komponenten, Geräte und komplette Lösungen. Unsere Stärke ist, vom gewünschten Ergebnis her zu denken: Der Kunde beschreibt sein Ziel, und wir entwickeln die passende optische Lösung. Design, Fertigung, Beschichtung und Charakterisierung decken wir weitgehend selbst ab; rund 70% unserer Optiken sind kundenspezifisch.

Wirtschaftsforum: Besonders große Chancen sehen Sie in der Trägheitsfusion.

Dr. Alexander Guggenmos: Dabei werden zahlreiche leistungsstarke Laser auf ein kleines Target gerichtet, um die Bedingungen für eine Kernfusion zu erzeugen. Dafür braucht man unter anderem sehr große Optiken mit extrem hoher Zerstörschwelle. Hier können wir Know-how aus der Attosekundenphysik einsetzen. Wir arbeiten an Optiken mit Durchmessern von bis zu 1 m und sehen darin einen großen Zukunftsmarkt. Langfristiges Ziel ist, die Kernfusion für die Energieerzeugung nutzbar zu machen.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie darüber hinaus wichtige Zukunftsmärkte, und welche Rolle spielt KI für UFI?

Dr. Alexander Guggenmos: Großes Potenzial sehen wir in der Ultrakurzpuls-Lasermaterialbearbeitung, etwa beim Advanced Packaging in der Halbleiterindustrie, aber auch in der Lithographie und Lithographie-Inspektion.
Laser sind heute von der Chipherstellung bis zur Medizintechnik unverzichtbar, und ständig kommen neue Anwendungen hinzu. KI setzen wir bereits für Analysen und Optimierungen ein; zugleich digitalisieren wir unsere Prozesse von der Fertigungssteuerung bis zur Inline-Messtechnik bei Beschichtungen. In einem Markt, der sich so schnell entwickelt, halte ich es für das größere Risiko, zu lange zu warten und den Anschluss zu verlieren.

Wirtschaftsforum: UFI ist bereits international erfolgreich und will weiter wachsen. Welche nächsten Schritte haben Sie geplant?

Dr. Alexander Guggenmos: Mehr als 50% unseres Umsatzes erzielen wir außerhalb der Europäischen Union. In den USA arbeiten wir unter anderem mit Edmund Optics und Alio Labs zusammen, gleichzeitig setzen wir auf robuste Lieferketten mit einem Schwerpunkt in Europa. Auch am Standort schaffen wir die Voraussetzungen für weiteres Wachstum: In einem neuen Gebäude im Münchner Raum wollen wir auf rund 2.100 m^2 unsere beiden bisherigen Standorte zusammenführen und zusätzliche Kapazitäten schaffen. Langfristig wollen wir UFI noch internationaler aufstellen – perspektivisch mit eigenen Fertigungs- und Supportstrukturen in wichtigen Märkten.



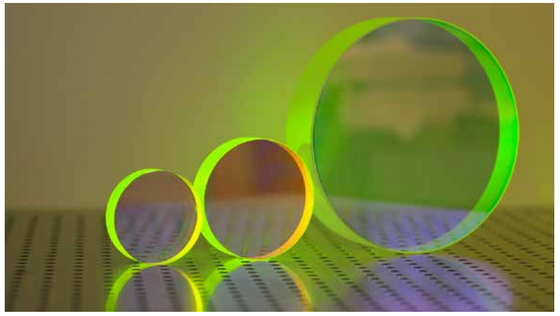
Licht nach Maß: Der CAPELLA Light Field Synthesizer formt ultrakurze Laserpulse gezielt

UltraFast Innovations

KONTAKTDATEN
UltraFast Innovations GmbH
Dieselstraße 5
85748 Garching
Deutschland
+49 89 36039437
info@ultrafast-innovations.com
www.ultrafast-innovations.com



Das UFI-Team präsentiert seine Lösungen auf der LASER World of PHOTONICS, einem internationalen Treffpunkt der Photonikindustrie



Präzision für ultrakurze Laserpulse: Die spezialisierten Spiegel von UFI kommen in unterschiedlichsten Anwendungen in Forschung und Industrie zum Einsatz



Interview mit
Niels Stenzel,
stellvertretender Geschäftsführer der SHINING 3D Technology GmbH

Vielfalt in 3D

International aufgestellt, technologisch breit gefächert und dennoch nah am Kunden: SHINING 3D verbindet globale Stärke mit lokaler Präsenz. Die SHINING 3D Technology GmbH mit Sitz in Stuttgart steht dabei für den deutschen Markt. Der stellvertretende Geschäftsführer Niels Stenzel erklärt, wie Diversifizierung und Kundennähe das Wachstum vorantreiben – und warum hochpräzise 3D-Technologie künftig für immer mehr Menschen selbstverständlich werden soll.



Industrielle Messtechnik in der Praxis: Bauteile werden digital erfasst und präzise vermessen, um Abweichungen zu erkennen

Von zwei auf rund 95 Mitarbeitende in weniger als zehn Jahren: Als Niels Stenzel 2017 zu SHINING 3D kam, war er der zweite Mitarbeiter der erst ein Jahr zuvor gegründeten deutschen Gesellschaft. Heute verantwortet er den Standort in einem der wichtigsten Märkte des international tätigen Technologieunternehmens. Deutschland war 2016 die erste Niederlassung außerhalb Asiens; inzwischen sind in Stuttgart neben Vertrieb, Service und Anwendungstechnik auch Forschung und Entwicklung angesiedelt. Weltweit beschäftigt SHINING 3D mehr als 1.300 Mitarbeitende und erzielt rund 221 Millionen USD Umsatz. „Mit der Gründung der deutschen Gesellschaft konnten wir in Deutschland und Europa noch näher an unseren Kunden und Partnern sein und eigene Strukturen aufbauen“, sagt Niels Stenzel. Diese Nähe ist bis heute entscheidend: „Unsere Kunden wissen, dass Service und Support direkt aus Deutschland kommen – und die meisten unserer Kunden kennen wir auch persönlich.“

Breite als Stärke

Dentaltechnik und Automobilindustrie, Orthopädie und Maschinenbau, Energie sowie zivile Luft- und Raumfahrt: Die Bandbreite der Anwendungen ist groß. „Eine unserer großen Stärken ist, dass wir so breit aufgestellt sind“, sagt der Standortleiter. „Unser breites Portfolio hat unser Geschäftsmodell widerstandsfähiger und flexibler gemacht.“ Gerade in den vergangenen Jahren mit steigenden Kosten, unterbrochenen Lieferketten und geopolitischen Unsicherheiten hat sich die Diversifizierung bewährt. Schwächelt ein Markt, können andere Bereiche dies auffangen. Die unterschiedliche Dynamik der Märkte eröffnet SHINING 3D zusätzliche Wachstumsperspektiven. So hat sich die Dentaltechnik zu einem der wichtigsten Standbeine entwickelt: In diesem Bereich zählt das Unternehmen inzwischen zu den Marktführern.

Digital und intelligent

Digitale Prozesse bilden die Grundlage der Anwendungen bei SHINING 3D – von der industriellen Messtechnik bis zur Dentaltechnik. Zugleich gewinnt künstliche Intelligenz an Bedeutung. Im Dentalbereich wird sie bereits konkret eingesetzt, etwa um Bild- und Scandaten automatisiert zu bereinigen und den Zahnstatus zu analysieren. So lassen sich nicht nur Abläufe beschleunigen, sondern auch Ergebnisse konsistenter auswerten und Anwender entlasten. In der industriellen Messtechnik steht der KI-Einsatz noch am Anfang, soll künftig aber ebenfalls dazu beitragen, Abläufe zu vereinfachen und stärker zu automatisieren. Für SHINING 3D ist KI damit weniger ein eigenständiges Thema als vielmehr ein weiterer Baustein auf dem Weg zu leichter nutzbaren 3D-Lösungen.

Vom Scan zum Produkt

In der Dentaltechnik spielt der Intraoralscanner eine zentrale Rolle: Er erfasst Zähne und Strukturen direkt im Mund des Patienten digital. Darauf bauen weitere Anwendungen auf – etwa Aligner sowie Schienen gegen Zähneknirschen. In Verbindung mit 3D-Druckern kann SHINING 3D große Teile der Prozesskette vom Scan bis zum fertigen Produkt mit eigenen Lösungen abbilden. Eine aktuelle Entwicklung ist die Video-Fotogrammetrie, eine hochpräzise Technologie aus der industriellen Messtechnik, die für diesen Bereich nutzbar gemacht wurde. „Wir betreiben viel Cross R&D“, sagt Niels Stenzel. „Technologien, die wir in der hochpräzisen industriellen Messtechnik einsetzen, können wir auf unser Dentalgeschäft übertragen.“

Einfach in der Anwendung

Technologische Präzision und einfache Anwendung sollen bei SHINING 3D Hand in Hand gehen – „Ease of Use“. „Wir wollen, dass jeder unsere Produkte ohne großen Aufwand, langwierige Trainings und wochenlanges Lernen benutzen kann“, sagt der Standortleiter. In der industriellen Messtechnik zeigt sich, was das konkret bedeutet. 3D-Scanner erfassen Bauteile optisch und machen Produktionsabweichungen sichtbar. Neuere Geräte können die Auswertung direkt anzeigen. So können Mitarbeitende in der Wareneingangskontrolle ein Bauteil scannen und unmittelbar erkennen, ob es den Vorgaben entspricht oder genauer geprüft werden muss. Der nächste Schritt besteht darin, solche Abläufe zunehmend zu automatisieren.

Messen auf Knopfdruck

„Viele Kunden wollen den Knopfdruck: Bauteil drauflegen, messen und am Ende den Report bekommen.“ Was Niels Stenzel so einfach beschreibt, ist ein wichtiger Entwicklungsschwerpunkt – und zugleich eine Antwort auf den Fachkräftemangel. Sensorik und Scanner lassen sich beispielsweise mit Cobots verbinden, die Bauteile automatisiert vermessen und den Messvorgang zuverlässig wiederholen. Das beschleunigt die Qualitätskontrolle und reduziert den Bedarf an spezialisierten Fachkräften. Wachstumspotenzial sieht SHINING 3D unter anderem im Energiesektor, wo etwa Turbinenschaufeln regelmäßig inspiziert und vermessen werden müssen. Auch Medizin und Orthopädietechnik sowie die zivile Luft- und Raumfahrt sollen in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen.

Digital statt wegwerfen

Einmal gescannt, dauerhaft verfügbar: Digitale Zwillinge ermöglichen es, Bauteile auch später noch auszuwerten – ohne weiteren Transport und ohne das physische Teil erneut vermessen zu müssen. Wurde bei der ersten Auswertung ein bestimmtes Maß nicht berücksichtigt, lassen sich die vorhandenen Scandaten einfach erneut heranziehen. „Wir haben diesen digitalen Zwilling immer“, erklärt der Standortleiter. „Ich kann die Scandaten öffnen und auch Maße nachträglich ermitteln, die ich anfangs vielleicht noch nicht für wichtig gehalten habe.“ Gleichzeitig helfen präzise digitale Messungen, Fehler frühzeitig zu erkennen, Ausschuss zu reduzieren und Entwicklungszyklen zu verkürzen. Auch beim Reverse Engineering eröffnen sich neue Möglichkeiten:
Alte oder beschädigte Bauteile, für die keine Zeichnungen oder 3D-Daten mehr existieren, lassen sich einscannen, digital rekonstruieren und anschließend neu fertigen oder 3D-drucken.
Das gilt für Komponenten in Flugzeugen oder Autos ebenso wie für Alltagsgegenstände. Selbst ein nicht mehr erhältliches Ersatzteil einer Kaffeemaschine kann so reproduziert werden, statt das gesamte Gerät zu ersetzen.

Mehr Raum in Stuttgart

In Stuttgart schafft SHINING 3D derzeit die Voraussetzungen für weiteres Wachstum: Die Betriebsfläche wird auf mehr als 5.000 m^2 erweitert. Neben Forschung und Entwicklung soll dort künftig auch eine kleinere Produktion entstehen. „Wir wollen auch lokal direkt verfügbar sein“, sagt Niels Stenzel. Eine stärkere Produktion in Deutschland soll helfen, Abhängigkeiten von Lieferketten und geopolitischen Entwicklungen zu reduzieren. Parallel verstärkt SHINING 3D seine Präsenz in wichtigen Zukunftsmärkten. Neben der DACH-Region rückt innerhalb Europas insbesondere Osteuropa stärker in den Fokus; auch Asien und die USA bleiben wichtige Märkte.

Technologie für viele

Wachstum allein ist nicht das Ziel von SHINING 3D. Die Vision reicht weiter: 3D-Technologie soll einfacher, erschwinglicher und damit für immer mehr Anwender nutzbar werden. Wohin das führen könnte, macht der Standortleiter an einem alltäglichen Beispiel deutlich. Statt einen Raum künftig mit Zollstock oder Maßband auszumessen, könnte ein 3D-Scanner einen digitalen Zwilling erstellen, auf dessen Grundlage sich etwa eine Küche planen lässt. Was heute vor allem in Industrie, Medizin oder Dentaltechnik eingesetzt wird, könnte damit zunehmend Einzug in den Alltag halten. Seit 2017 erlebt Niels Stenzel die Entwicklung von SHINING 3D aus nächster Nähe. In dieser Zeit ist nicht nur der deutsche Standort stark gewachsen; auch die Einsatzmöglichkeiten der Technologie sind immer vielfältiger geworden. Gerade die Verbindung aus Unternehmensentwicklung und neuen Anwendungen macht für ihn den Reiz seiner Aufgabe aus. Dahinter steht eine klare persönliche Überzeugung: „Mir ist wichtig, dass technologische Innovationen für einen möglichst breiten Anwenderkreis zugänglich werden. Präzise 3D-Technologien dürfen kein exklusives Werkzeug für Großunternehmen oder spezialisierte Labore bleiben.“

SHINING 3D

KONTAKTDATEN
SHINING 3D Technology GmbH
Breitwiesenstraße 28
70565 Stuttgart
Deutschland
+49 711 2844 4089
sales@shining3d.com
www.shining3d.com



Auch im Energiesektor ist 3D-Messtechnik gefragt: Große Bauteile werden präzise erfasst, vermessen und geprüft



Messtechnik für komplexe Geometrien: 3D-Scanner erfassen Bauteile schnell, berührungslos und exakt



Video-Fotogrammetrie: Präzision aus der industriellen Messtechnik für den Dentalbereich

105 Jahre unter Strom



Interview mit
Paul Schwenk,
CEO
der Theben AG

Wind weht, Sonne scheint, und das Stromnetz stößt an seine Grenzen: Die Energiewende verlangt, Erzeugung und Verbrauch intelligent aufeinander abzustimmen. Genau das macht die Theben AG seit 105 Jahren. Mit einer Zeitschaltuhr hat alles angefangen. Wie das Familienunternehmen als Hidden Champion die digitale Energiewende mitgestaltet, erläutert CEO Paul Schwenk.

Wirtschaftsforum: Herr Schwenk, die Theben AG feiert in diesem Jahr 105 Jahre. Welche Meilensteine waren aus Ihrer Sicht entscheidend?

Paul Schwenk: Mein Urgroßvater hat das Unternehmen 1921 in Stuttgart gemeinsam mit seiner Frau gegründet. Sein Ziel war es, das wertvolle Gut Elektrizität effizient einzusetzen. Nachhaltigkeit war damals noch kein Begriff, aber sie wurde schon gelebt. Im 2. Weltkrieg sind wir nach Haigerloch umgezogen, wo wir bis heute zu Hause sind. Ein Meilenstein war in den 1970er-Jahren die Steckdosenschaltuhr, für mich die Geburtsstunde des Smart Home, lange bevor es diesen Begriff gab. Über 33 Millionen Mal wurde sie verkauft, und wir geben bis heute 30 Jahre Garantie darauf.

Wirtschaftsforum: Wie ist das Unternehmen heute aufgestellt?

Paul Schwenk: Wir sind global unterwegs, mit 17 Tochterunternehmen im Vertrieb, von Europa bis Australien, Südostasien, Indien und in den Mittleren Osten. In der Gruppe arbeiten knapp 1.000 Menschen, der Umsatz liegt dieses Jahr zwischen 200 und 220 Millionen EUR. Getrieben wurde das Wachstum zuletzt vom Smart Meter Gateway. Weil das bislang vor allem ein deutsches Thema ist, ist unsere Internationalisierungsquote gesunken, aber etwa die Hälfte des Umsatzes entsteht weiterhin im Ausland.

Wirtschaftsforum: Welche Geschäftsbereiche tragen Theben?

Paul Schwenk: Zum einen unser Ursprung, die Zeitschalttechnik, in der wir weiterhin führend sind. Dann die Gebäudeautomation, etwa mit Präsenzmeldern und Wetterstationen, die Beschattung, Lüftung und Licht steuern. Hier stehen wir im harten Wettbewerb mit Konzernen wie ABB, Siemens oder Schneider und punkten als Qualitätsanbieter. Der dritte Block ist Smart Energy: Hier bilden wir die Schnittstelle vom Gebäude ins Energienetz. Unsere Kunden sind Energieversorger und Messstellenbetreiber, die ihre Netze entlasten wollen, indem sie zum Beispiel Photovoltaikanlagen bei Überlast herunterregeln.

Wirtschaftsforum: Was macht Sie langfristig erfolgreich?

Paul Schwenk: Der Kunde steht im Mittelpunkt. Wir sind ein Premiumanbieter und punkten nicht über den Preis, sondern über Qualität, Service und Support. Das wird auch künftig zählen. Dazu müssen wir Operations, Supply Chain und Prozesse weiter voranbringen. Und wir setzen auf Wachstum, denn die Elektrifizierung geht weiter: Wir werden elektrisch fahren und heizen, und Erzeugung und Verbrauch werden dezentraler. Deshalb investieren wir aktuell sehr viel in die Zukunft.

Wirtschaftsforum: Welche Botschaft möchten Sie an die Politik richten?

Paul Schwenk: Die Kosten der Energiewende werden ständig diskutiert, dabei sind es Investitionen. Deutschland hat ein Energiesystem, das für hohe Lasten ausgelegt ist, eine tolle Basis. Wenn wir Netze, Verbrauch und Gebäudesteuerung in Einklang bringen, haben wir die Chance, Vorreiter zu sein und diese Technologie international auszurollen. Wenn wir jetzt zurückrudern und wieder mehr auf fossile Energien setzen, verlieren wir Boden, wie schon bei Photovoltaik und Speichern. Dort kamen viele Grundlagen aus Deutschland und wir haben es verpasst, sie zu fördern und zu industrialisieren. Beim Smart Meter Gateway sind wir dagegen Pionier. Das ist nicht vergleichbar mit Ländern, die von 100% Smart Meter-Ausrollung sprechen.

Wirtschaftsforum: Energie ist auch eine Frage der Sicherheit.

Paul Schwenk: Absolut. Wir erleben hybride Kriegsführung und Angriffe auf kritische Infrastruktur, nicht nur auf das Schienennetz, sondern auch auf das Strom- und Energienetz. Mit sicherer Kommunikation und mehr Unabhängigkeit von anderen Staaten schaffen wir mehr Resilienz. Das ist letztlich auch eine Art von Aufrüstung, denn wir machen uns weniger erpressbar. Man sieht in der Ukraine, dass das Energienetz die Hauptschlagader einer funktionierenden Gesellschaft ist. Im Automobilbereich werden wir uns schwertun, den Anschluss zu halten. Bei Gebäuden und Energieinfrastruktur haben wir dagegen echte Chancen.

Wirtschaftsforum: Wohin soll die Reise gehen, und was treibt Sie persönlich an?

Paul Schwenk: Wir wollen weiter wachsen, auch international, und im Gebäudeenergiemanagement ein relevanter Player werden. Dazu gehören nicht nur Hardware, sondern auch Software und Services, bis hin zum Cybersecurity-Anbieter. Persönlich möchte ich das Erbe der 4. Generation erfolgreich weiterführen und den Boden bereiten, damit es nachhaltig weitergeht. Ich habe drei Kinder zwischen sechs und zwölf Jahren. Ihnen möchte ich, wie ich es selbst erlebt habe, die Freiheit lassen, ihren Weg zu wählen.



Seit 50 Jahren steuert sie Weihnachtsbeleuchtung und Aquarium: Die Steckdosen-Zeitschaltuhr wurde über 33 Millionen Mal verkauft und hat 30 Jahre Garantie

theben

KONTAKTDATEN
Theben AG
Hohenbergstraße 32
72401 Haigerloch
Deutschland
+49 7474 6920
info@theben.de
www.theben.de

Besuchen Sie unsere Themenwelten auf:
www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



Interview mit
Stefan Wahle,
General Manager
der Wolters Kluwer Tax &
Accounting Deutschland GmbH




Das Motto „Aim High and Deliver Fast" sowie ein starkes Miteinander stehen bei Wolters Kluwer im Vordergrund

„Durch Digitalisierung wird der Mittelstand mündiger!"

Die E-Rechnung könnte für den Mittelstand zum Digitalisierungsturbo werden und langfristig dazu beitragen, Steuerbetrug einzudämmen, meint Stefan Wahle, General Manager bei Wolters Kluwer Tax & Accounting. Das Unternehmen entwickelt Softwarelösungen für durchgängige Prozesse in Steuerberatungskanzleien. Im Interview mit Wirtschaftsforum spricht Stefan Wahle über die Zukunft des Berufsstandes, die zunehmende Konsolidierung des Marktes und die Bedeutung von KI in seinem Geschäftsfeld.

Wirtschaftsforum: Herr Wahle, seit Jahrzehnten beschäftigt sich Wolters Kluwer mit der Digitalisierung von Steuerberatungskanzleien und ihrer Schnittstelle zu mittelständischen Unternehmen. Wie spannend waren die vergangenen Jahre für Sie?

Stefan Wahle: Natürlich haben wir jede Menge technologischen Fortschritt erlebt und viele gesetzliche Neuerungen, bei denen unsere Plattformen und Prozesse gefordert waren, etwa die Mehrwertsteueranpassungen während und nach der Pandemie oder die Grundsteuerreform. Hier konnten wir mit unseren Produktlösungen zwischen Unternehmen und ihren Steuerberatern die Zusammenarbeit spürbar erleichtern.

Wirtschaftsforum: Die nächste große Neuerung steht mit der E-Rechnung an – auch wenn es um dieses Thema in der allgemeinen Berichterstattung noch auffällig ruhig ist.

Stefan Wahle: Zum 1. Januar 2027 müssen Unternehmen mit einem Vorjahresumsatz von mehr als 800.000 EUR im B2B-Kontext grundsätzlich E-Rechnungen versenden. Für Unternehmen mit einem Vorjahresumsatz bis 800.000 EUR gilt die Übergangsregelung noch bis Ende 2027. Wenngleich man neuen regulatorischen Vorschriften durchaus skeptisch gegenüberstehen darf, erwarte ich mir von der stärkeren Verbreitung der E-Rechnung nachhaltige Vorteile. Vielleicht kann sie sogar zum Digitalisierungsturbo für den Mittelstand werden, weil sie den gesamten Markt zu effizienteren Prozessen zwingt. Wenn am Ende dieses Prozesses auch ein flächendeckendes Meldesystem in Deutschland eingeführt wird, wie es etwa in Italien bereits besteht, könnte dies zudem eine wirksame Maßnahme zur Bekämpfung des Umsatzsteuerbetrugs sein.

Wirtschaftsforum: Was müssen die Betriebe jetzt tun?

Stefan Wahle: Wer Mandant einer Kanzlei ist, die unser System ADDISON Direkt einsetzt, kann sich entspannt zurücklehnen. Wir haben Mitte des Jahres eine entsprechende Lösung auf den Markt gebracht – auch wenn sich 80% aller Unternehmen noch gar nicht mit dem Thema beschäftigt haben. Dazu kommt es zumeist erst im allerletzten Quartal vor der Einführung. Das lehren zumindest unsere Erfahrungen aus Spanien, Belgien und Italien.

Wirtschaftsforum: Ist KI ein weiterer Digitalisierungsturbo im Tax- und Accounting-Bereich?

Stefan Wahle: Disruptionen haben es an sich, dass man die daraus entstehenden kurzfristigen Veränderungen oft überschätzt, den langfristigen Wandel hingegen unterschätzt. Das dürfte auch auf KI zutreffen. Ein Ende des Steuerberaterberufs, wie wir ihn kennen, sehe ich aber auch auf längere Sicht nicht. Denn selbst wenn sich viele Prozesse in der Buchhaltung durch die Digitalisierung straffen oder sogar vollständig automatisieren lassen, dürften viele Betriebe in diesen Bereichen auch künftig auf professionelle Unterstützung setzen. Genauso wird in den Kanzleien schon aus Haftungsgründen weiterhin ein Human in the Loop involviert bleiben. KI wird vermutlich vor allem durch einen immer höheren Automatisierungsgrad grundlegende Veränderungen herbeiführen und die Effizienz steigern. Dadurch werden wiederum Ressourcen für das Kanzleipersonal frei, um mehr Mandanten zu betreuen und weiter zu wachsen. Gerade in Zeiten des Fachkräftemangels, der auch Steuerberater und Wirtschaftsprüfer erfasst hat, sind das gute Nachrichten.

Wirtschaftsforum: Wie wird sich Wolters Kluwer vor diesem Hintergrund verändern?

Stefan Wahle: Es wird viele Start-ups geben, die sich darauf konzentrieren, einzelne Teilprozesse mit spezifischen KI-Tools zu automatisieren – Impulse, die die Branche dankbar aufnehmen wird. Durch unsere tiefe und jahrzehntelange Verankerung in den Workflows fällt unserem Unternehmen jedoch eher die Aufgabe zu, mit unserer laufend gepflegten Berechnungslogik weiterhin eine verlässliche regulatorische Ausführung zu gewährleisten. Denn auch wenn wir unsere Lösungen um KI-Systeme ergänzen, müssen am Ende nachvollziehbare, deterministische und damit auch rechtssichere Ergebnisse stehen.

Wirtschaftsforum: Gleichzeitig befindet sich der Steuerberatermarkt in einer zunehmenden Konsolidierungsphase.

Stefan Wahle: Diese wird auch durch Private Equity-Kapital gestützt – eine Entwicklung, die das Fremdbesitzverbot nicht zum Erliegen bringen dürfte. Für Wolters Kluwer ergeben sich daraus weitere Wachstumschancen. Natürlich werden wir unsere Lösungen auch künftig bei einzelnen Kanzleien platzieren. Durch die Zusammenarbeit mit starken Marktkonsolidatoren werden wir unsere Breitenwirkung aber noch verstärken können.


„Drive Customer Value" und „Prioritize What Matters" zählen zu den zentralen Ansprüchen von Wolters Kluwer und rücken den Kundennutzen in den Fokus

Wirtschaftsforum: Wie profitiert der Mittelstand von den Digitalisierungsimpulsen durch KI, E-Rechnung und effiziente Plattformlösungen?

Stefan Wahle: Der Mittelstand wird dadurch mündiger werden, weil er in einen ganz anderen Dialog mit seinen Steuerberatern eintreten und so noch stärker von deren Beratungskompetenz profitieren kann. Diesen Wandel wollen wir bei Wolters Kluwer gern begleiten. Schließlich sind wir selbst ein mittelständisches Unternehmen und gleichzeitig in internationale Konzernstrukturen eingebunden, auf deren Basis wir auf umfassendes Wissen aus dem Ausland zurückgreifen können. Das wird uns auch in Zukunft stark machen.


Global aufgestellt und zugleich flexibel: So tritt Wolters Kluwer auf dem deutschen Markt auf

Wolters Kluwer

KONTAKTDATEN
Wolters Kluwer Tax & Accounting
Deutschland GmbH
Kammererstraße 39
71636 Ludwigsburg
Deutschland
+49 7141 9140
addison@wolterskluwer.com
www.wolterskluwer.com

Von Logistik bis Lagerei



Interview mit
Horst Schuon,
Geschäftsführer
der Gebrüder Schuon Logistik GmbH

Die Gebrüder Schuon Logistik GmbH hat sich als schlagkräftiger Logistikanbieter fest im Markt etabliert und unterstützt ihre Kunden heute nicht nur mit vielfältigen Mehrwertdiensten, sondern auch mit einem angeschlossenen Softwarehaus. Im Interview mit Wirtschaftsforum verriet Geschäftsführer Horst Schuon, wie in seinem Unternehmen Pioniergeist auf Verlässlichkeit trifft, wie er die aktuelle Marktlage in der Konsumgüterlogistik bewertet und wie er mit kurzfristigen Auftragsspitzen umgeht.

Wirtschaftsforum: Herr Schuon, schon seit vielen Jahrzehnten tritt Ihr Unternehmen als starker Partner für flexible Fulfillment- und Logistiklösungen in Deutschland auf. Welche Leistungen bieten Sie Ihren Kunden dabei im Detail an?

Horst Schuon: Neben dem Fulfillment, in dessen Rahmen wir je nach Auftragseingang circa 2.000 bis 10.000 Pakete pro Tag bewegen, engagieren wir uns auch in der Produktionsversorgung und -entsorgung für unsere Kunden und betreiben zudem ein Überhanglager, das sie bei entsprechenden Engpässen nutzen können. Dabei bewegt sich unser Unternehmen weit überwiegend im Konsumgüterbereich – von der rückläufigen Marktentwicklung im Maschinenbau- und Automotive-Segment sind wir also nur insoweit betroffen, als dass viele Logistikanbieter, die in der Vergangenheit ihren Fokus auf diese Branchen gerichtet hatten, nun auch in den Consumer Goods-Markt drängen und dort für einen höheren Preisdruck sorgen. Dank unserer starken Flexibilität im Hinblick auf die umgeschlagenen Volumina und unserer nachhaltigen Serviceorientierung haben wir dadurch bisher jedoch noch keinen Kunden verloren.

Wirtschaftsforum: Daneben bieten Sie auch zahlreiche Mehrwertleistungen an.

Horst Schuon: Wir unterstützen unsere Partner auch bei der Kommissionierung, Verpackung und beim Displaybau: So haben wir für einen unserer Kunden kürzlich etwa 7.000 Warendisplays in vier Wochen aufgebaut und bestückt, die wir anschließend an die Zentralläger auslieferten. Im Supermarkt muss dann nur noch die Schutzhaube abgezogen werden und schon ist die Ware verkaufsbereit. Trotz der mitunter erheblichen Auftragsschwankungen setzen wir dabei weit überwiegend auf eigenes Personal und allenfalls punktuell in sehr geringem Umfang auf Leiharbeitskräfte. Verlässlichkeit ist dabei natürlich besonders wichtig. In einer der Hitzewellen im vergangenen Sommer erreichten uns von einem unserer Kunden, der Klimaanlagen versendet, beispielsweise auf einmal 2.000 Aufträge pro Tag anstelle der üblichen 200. Wir konnten bei vollem Einsatz das gesamte Volumen zielgerichtet abarbeiten – der Engpass lag dann eher beim nachgelagerten Paketdienstleister.

Wirtschaftsforum: Wie gelingt es Ihnen, diese besondere Flexibilität nachhaltig sicherzustellen?

Horst Schuon: Bei hohem Versandvolumen verkürzen sich die Laufwege, weil man die Ware oftmals direkt palettenweise aus den Regalen entnehmen kann. Noch entscheidender ist aber, dass der Chef dann auch selbst mitanpackt, wenn es schnell gehen muss. Gleichzeitig können wir auf ein gutes Verhältnis zu unseren Mitarbeitenden bauen, die in Spitzenzeiten auch zur einen oder anderen Überstunde bereit sind. Das hat uns gerade in schwierigen Zeiten zusammengeschweißt. Daneben betreiben wir einen eigenen kleinen Fuhrpark mit insgesamt fünf Sattelzugmaschinen und 25 Aufliegern, mit denen wir erforderlichenfalls innerhalb von gerade einmal zwei Stunden Verkehre vom und zum Kunden durchführen können.

Wirtschaftsforum: Schon seit den frühen 1990er-Jahren beschäftigen Sie sich zudem intensiv mit Softwarelösungen, die nicht nur Ihnen in Ihrem eigenen Unternehmen das Leben leichter machen sollen.

Horst Schuon: Wir haben der Gebrüder Schuon Logistik GmbH inzwischen ein eigenes Softwarehaus angegliedert, mit Lösungen, die schon seit 2010 in der Cloud bereitgestellt werden, zu einer Zeit, als das noch lange nicht dem Standard entsprach. Mittlerweile stellen wir sie auch externen Dritten zur Verfügung. Doch nicht nur hier haben wir Pionierarbeit geleistet. Für das reine Palettenhandling können wir inzwischen innerhalb von 24 Stunden eine entsprechende Anbindung an die SAP-Umgebung unseres Kunden herstellen, bei Fulfillment-Lösungen immerhin in zwei oder drei Tagen. Selbstverständlich müssen im Problemfall dann auch keine lästigen Tickets gelöst werden, bis von uns eine Reaktion kommt. Das ist für uns vielleicht ein bisschen kostspielig, aber es schafft Vertrauen und Flexibilität, und das ist, was zählt. Wir waren immer offen für Neues und haben mitunter auch dort eine Chance gesehen, wo andere sie nicht ergreifen wollten, immer mit der Frage im Hinterkopf, wo unseren Kunden gerade der Schuh drückt.

Wirtschaftsforum: Wo drückt Ihre Kunden heute der Schuh?

Horst Schuon: Die Zahlen im Onlinehandel sind im Vergleich zu den Vorjahren um fast ein Drittel rückläufig, denn die Warenflüsse sind derzeit nicht mehr ganz so verlässlich oder leicht kalkulierbar. Wir können unsere Kunden an dieser Stelle durch eine zuverlässige und hochwertige Leistung unterstützen – mit einer Fehlerquote von gerade einmal 0,02%.

Wirtschaftsforum: Diese konnten Sie durch eine neue Innovation kürzlich noch einmal weiter senken.

Horst Schuon: Vor zwei Jahren hat uns eine Fehlsendung in die Vereinigten Arabischen Emirate nicht nur sehr geärgert, sondern auch viel Lehrgeld gekostet. Innerhalb von 24 Stunden hatten wir dann eine Lösung entwickelt, die dieses Problem in Zukunft verlässlich verhindert. Entstanden ist ein Ampelsystem, in dessen Zuge jede Palette gescannt wird. Springt die Ampel auf Rot, konnten wir soeben eine Fehlsendung vermeiden.



Von Haiterbach aus bietet das Unternehmen umfassende Logistik- und Fulfillment-Lösungen an

gebrüder schuon logistik gmbh

KONTAKTDATEN
Gebrüder Schuon Logistik GmbH
Schillerstraße 10
72221 Haiterbach
Deutschland
+49 7456 693839
info@schuon-logistik.de
www.schuon-logistik.com

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

SOCIAL MEDIA

WIRTSCHAFT HAT VIELE GESICHTER. WIR ZEIGEN SIE.

Menschen, Ideen und Einlicke.
Entdecken Sie Wirtschaftsforum auf Social Media.



JETZT FOLGEN
wirtschaftsforum.de

SOCIAL MEDIA

Ein Berg für alle Jahreszeiten



Interview mit
Madeleine Keller,
Leiterin Marketing der Sattel-Hochstuckli AG



Mit Aussicht nach oben: Die Drehgondelbahn bringt die Gäste auf den Berg und dreht sich während der Fahrt zweimal um die eigene Achse

Vom Skigebiet zum vielseitigen Familienberg: Die Sattel-Hochstuckli AG hat ihr Angebot über Jahrzehnte konsequent erweitert. Heute prägen Sommererlebnisse, digitale Services und Angebote für Familien das Profil. Die Nähe zu Zürich und Luzern macht den Berg zudem zu einem attraktiven Ziel für Tagesausflüge. Dabei bleibt eines zentral: Die Gäste sollen einen besonderen Tag in der Natur erleben.

Seit 1950 entwickelt sich Sattel-Hochstuckli kontinuierlich weiter. Wichtige Meilensteine waren die Rodelbahn 1993, die Drehgondelbahn 2005 und die Hängebrücke 2010. Heute beschäftigt das Unternehmen saisonabhängig rund 50 bis 70 Mitarbeiter. Damit hat sich der Berg über die Jahrzehnte von einem klassischen Winterziel zu einem vielseitigen Freizeitangebot entwickelt.

Der Sommer gewinnt an Gewicht

Während früher der Winter im Mittelpunkt stand, ist die Sommersaison inzwischen deutlich länger. Sie beginnt zu Ostern und reicht regulär bis Ende Oktober. Damit hat sich auch das Angebot verändert. Rodelbahn, Hüpfburganlage, Tubing und Themenwege richten sich insbesondere an Familien. Im Winter positioniert sich Sattel-Hochstuckli bewusst als Berg für Einsteiger, auf dem Kinder ebenso wie Erwachsene erste Erfahrungen auf Skiern sammeln können.

Die Lage zwischen Luzern und Zürich unterstützt diese Ausrichtung. Viele Besucher kommen für einen Tagesausflug. Der wichtigste Einzugsbereich liegt etwa eineinhalb Stunden rund um die Bahn, wobei das Marketing aktuell verstärkt den Raum Zürich anspricht. Seit dem Beitritt zum Magic Pass kommen zudem vermehrt Gäste aus der Westschweiz und aus Frankreich.

Um neue Zielgruppen zu erreichen, setzt Madeleine Keller nicht allein auf digitale Kanäle. Eine Plakatkampagne im Raum Zürich gehörte ebenso zu den jüngeren Maßnahmen wie ungewöhnlichere Werbeformen. „Wir probieren auch immer wieder mal etwas Neues“, sagt sie.

Erlebnisse schaffen, Natur bewahren

Auch die Digitalisierung verändert den Betrieb. Tickets können online gekauft und inzwischen direkt per QR-Code für den Zugang genutzt werden. Veranstaltungen und weitere Angebote werden ebenfalls digital abgewickelt. Für Madeleine Keller ist dieser Prozess keineswegs abgeschlossen. Auch die künftigen Möglichkeiten von KI, etwa in der Kommunikation mit Gästen, beobachtet sie aufmerksam.

Gleichzeitig bleibt die Natur die Grundlage des Geschäfts. Bei temporären Angeboten wie der Lichtinstallation „Light & Landscape“ achtet das Unternehmen darauf, dass nach dem Abbau keine langfristigen Spuren zurückbleiben. „Wir arbeiten mit der Natur“, betont Madeleine Keller.

Für die kommenden Jahre soll der Familienberg weiterentwickelt werden. Neue Angebote sollen zusätzliche Bereiche erschließen, während im Winter das Profil als Anfängerberg gestärkt wird. Dabei geht es Madeleine Keller nicht allein um Attraktionen: „Für mich persönlich ist es einfach immer wichtig, dass die Gäste Freude haben, die zu uns kommen.“ Im besten Fall fahren sie am Abend nach Hause und sagen: „Wow, was für ein schöner Tag.“

Sattel Hochstuckli

KONTAKTDATEN
Sattel-Hochstuckli AG
Kreisel 2
6417 Sattel
Schweiz
+41 41 8368080
info@sattel-hochstuckli.ch
www.sattel-hochstuckli.ch

Kontakte

BAYERN

enve print services GmbH
Daimlerstraße 19
86368 Gersthofen
Deutschland
+49 821 48010
anfrage@enve-print.de
www.enve-print.de

B.A.G. S.p.A.
Via dell'Industria 11
63815 Monte San Pietrangeli
Italien
+39 0734 96641
info@nerogiardini.it
www.nerogiardini.it

LIP INVEST GmbH
Rosental 6
80331 München
Deutschland
+49 89 2421 01230
info@lip-invest.com
www.lip-invest.com

SK Verbundenergie AG
Dr.-Gessler-Straße 8
93051 Regensburg
Deutschland
+49 941 2082860
info@skve.de
www.skve.de

UltraFast Innovations GmbH
Dieselstraße 5
85748 Garching
Deutschland
+49 89 36039437
info@ultrafast-innovations.com
www.ultrafast-innovations.com

BADEN-WÜRTTEMBERG

SHINING 3D Technology GmbH
Breitwiesenstraße 28
70565 Stuttgart
Deutschland
+49 711 2844 4089
sales@shining3d.com
www.shining3d.com

Theben AG
Hohenbergstraße 32
72401 Haigerloch
Deutschland
+49 7474 6920
info@theben.de
www.theben.de

Wolters Kluwer Tax & Accounting Deutschland GmbH
Kammererstraße 39
71636 Ludwigsburg
Deutschland
+49 7141 9140
addison@wolterskluwer.com
www.wolterskluwer.com

Gebrüder Schuon Logistik GmbH
Schillerstraße 10
72221 Haiterbach
Deutschland
+49 7456 693839
info@schuon-logistik.de
www.schuon-logistik.com

SCHWEIZ

Sattel-Hochstuckli AG
Kreisel 2
6417 Sattel
Schweiz
+41 41 8368080
info@sattel-hochstuckli.ch
www.sattel-hochstuckli.ch



360 Grad Marketing GmbH ist korporatives Mitglied:

der Handelskammer Deutschland-Schweiz (AHK Schweiz)
Handelskammer Deutschland Schweiz

der Deutsch-Italienische Handelskammer (AHK Italien)
AHK Deutsch-Italienische Handelskammer Camera di Commercio Italo-Germanica

der Deutschen Handelskammer (AHK Hongkong)
AHK German Industry and Commerce Ltd. 德國工商會有限公司

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