

# Wirtschaft im Süden



Interview:

**FOLIEN von heute – innovativ und klimaneutral**

mit Thomas Eisemann, Geschäftsleitung der RHEIN-PLAST GmbH, Seite 08

Porträts:

› **European Bank for Financial Services GmbH**, Seite 14

› **Hotel Edelweiss Wagrain GmbH**, Seite 18

**NEU!**

# WIRTSCHAFTSFORUM SHOWROOMS



**JETZT ANSEHEN** ►



Mare Kaffee



Themenwelten



Ducati Motor Deutschland GmbH



Slyrs Destillerie GmbH & Co. KG



ASSMANN  
Büromöbel



HONDA Deutschland



## Special Wirtschaft im Süden

# 04

# 06



**Steffen Groß,**  
Leiter Services DACH  
der TOPdesk Deutschland GmbH



**Peter Jaksch,**  
Geschäftsführer  
der Richard Wenzel  
GmbH & Co. KG

# 14



**Kai Friedrich,**  
CEO  
der European Bank for Financial  
Services GmbH

# 08



**Thomas Eisemann,**  
Geschäftsleitung  
der RHEIN-PLAST GmbH

# 11



**Florian Gottschaller,**  
Vorstand  
der SPENDIT AG

# 12



**Lumir Boureanu,**  
Geschäftsführer  
der compacer GmbH

# 16



**Katalin Fürstin von Wrede,**  
Geschäftsführerin  
der Fürst von Wrede GmbH  
& Co. Unternehmens KG



# 22



**Dott. Fabrizio Nicoli,**  
CEO  
der NOVA S.r.l.



# 20



**Christian Hofer,**  
Geschäftsführer  
der Tertiüs Hotel Betriebs  
GmbH

# 18



**Saskia Bergmüller,**  
Inhaberin und  
Geschäftsführerin  
der Hotel Edelweiss Wagrain  
GmbH

# Kerzen aus Deutschland in höchster Qualität

Seit Jahrhunderten fasziniert Kerzenlicht die Menschen. Es zaubert eine stimmungsvolle und warme Atmosphäre und erinnert an Zeiten ohne elektrische Beleuchtung, als Kerzen als Lichtquelle dienten. Bis heute haben Kerzen nichts von ihrer Magie verloren. Im Unterschied zu Billigerstellern setzt die Richard Wenzel GmbH & Co. KG aus Aschaffenburg weiter auf handwerkliches Können. Das Familienunternehmen bietet eine Vielzahl unterschiedlichster Kerzenvariationen in höchster Qualität.

**Wirtschaftsforum:** Herr Jaksch, was sind für Sie die Gründe, dass Sie sich als Kerzenhersteller mit Sitz in Deutschland trotz großer Konkurrenz aus dem Ausland sehr gut am Markt behaupten können?

**Peter Jaksch:** Da spielt die Qualität eine große Rolle. Als deutscher Hersteller legen wir größten Wert auf qualitativ hochwertige Produkte. So wurde zum Beispiel unsere Safe Candle von der Stiftung Warentest mit 'Sehr gut' bewertet und war bei der Brennqualität sogar Testsieger. Nicht zu unterschätzen ist auch die Verfügbarkeit unserer Kerzen. Dank unserer Hochregallager mit einer Kapazität von 8.000 Europaletten können wir die Wünsche unserer

Kunden schnell und zuverlässig erfüllen. Kerzen bieten darüber hinaus auch ein Stück Tradition, wie bei den Adventskränzen gut zu sehen ist. Außerdem ist die Kerze ein Produkt, das sich verbraucht. Ist sie abgebrannt, kauft sich der Kunde eine neue.

**Wirtschaftsforum:** Welche Arten von Kerzen führen Sie in Ihrem Sortiment?

**Peter Jaksch:** Wir bieten unseren Kunden eine Vielzahl an Kerzen für ganz verschiedene Anlässe. Allein unsere Standardkerzen sind in fast 50 unterschiedlichen Farbvarianten erhältlich. Unsere selbstverlöschende Safe Candle ist ebenfalls in diversen Durchmesser und Längen verfügbar.

## Interview mit



*Peter Jaksch,  
Geschäftsführer  
der Richard Wenzel  
GmbH & Co. KG*



Edles Ambiente: Kerzenkollektion Rustic

Weiter haben wir in unserem Portfolio Stumpfen-, Kamin-, Spitz- und Stabkerzen sowie Schwimm-, Oval-, Dreidocht- und Kugelkerzen. Ein weiteres Standbein ist die Produktion von Lichten in diversen Größen und unterschiedlicher Brenndauer.

**Wirtschaftsforum:** Beeindruckend. Seit der Gründung ist Ihr Betrieb ein Familienunternehmen. Erzählen Sie uns doch bitte etwas zur Geschichte und über die heutigen Strukturen.





Bunte Vielfalt: Summerlights

**Peter Jaksch:** Als Wachszieherei hat mein Urgroßvater das Unternehmen 1899 gegründet. Mein Großvater Richard Wenzel übernahm 1938 die Verantwortung. Seine Tochter Rosemarie, also meine Mutter, und mein Vater Rudolf Jaksch haben die Firma dann 1972 übernommen und das Sortiment von den bislang fast ausschließlich gefertigten Kirchenkerzen um Konsumkerzen erweitert. 1988 haben wir einen Neubau errichtet, sind an unseren heutigen Standort umgezogen und haben mit Floristen und dem Großhandel weitere Kundengruppen gewonnen. Die folgenden Jahrzehnte waren von Erweiterungsbauten sowie der Errichtung unseres vollautomatischen Hochregallagers geprägt. Seit Anfang 2021 führe ich zusammen mit meinem Bruder Andreas offiziell das Unternehmen. Seit etwa zwei Jahren arbeitet mit meiner Tochter die fünfte Generation mit. Heute beschäftigen wir an unseren zwei Standorten in Aschaffenburg insgesamt 200 Mitarbeiter. Unser Umsatz, der seit der Gründung 1899 kontinuierlich gewachsen

ist, liegt bei mehr als 20 Millionen EUR.

**Wirtschaftsforum:** Welche Rolle spielt bei Ihnen das Thema Nachhaltigkeit?

**Peter Jaksch:** Mittlerweile verwenden wir neben Paraffin auch viele Wachse aus natürlichen und nachwachsenden Rohstoffen, zum Beispiel Raps- und Olivenwachs. Hier wird die Nachfrage immer größer. Außerdem gehen wir immer mehr von der Plastikverpackung weg.

**Wirtschaftsforum:** Und wer sind Ihre Kunden?

**Peter Jaksch:** Nahezu ein Viertel unserer Kerzen geht an Floristen und Großhändler. Weitere Abnehmer sind die Drogeriemärkte, Kirchen- und Floristengroßhändler, Gartencenter, Verarbeiter und sonstige Kunden.

**Wirtschaftsforum:** Und wie erreichen Sie bestehende und mögliche neue Kunden?



Mit Kerzen Stimmung zaubern: Für jede Dekoration gibt es das passende Design

**Peter Jaksch:** Mittels unserem Internetauftritt und unserem Katalog. Außerdem sind wir auf Fachmessen präsent und haben Vertreter in Deutschland sowie in den Nachbarländern, die hier unsere Kunden betreuen.

**Wirtschaftsforum:** Apropos Nachbarländer. Wie hoch ist Ihr Exportanteil?

**Peter Jaksch:** Etwa ein Drittel unserer Kerzen verkaufen wir ins Ausland. Neben dem europäischen Ausland haben wir mittlerweile auch in den USA Fuß gefasst.

**Wirtschaftsforum:** Zum Abschluss die Frage nach der Perspektive. Wie geht es mit der Richard Wenzel GmbH & Co. KG weiter?

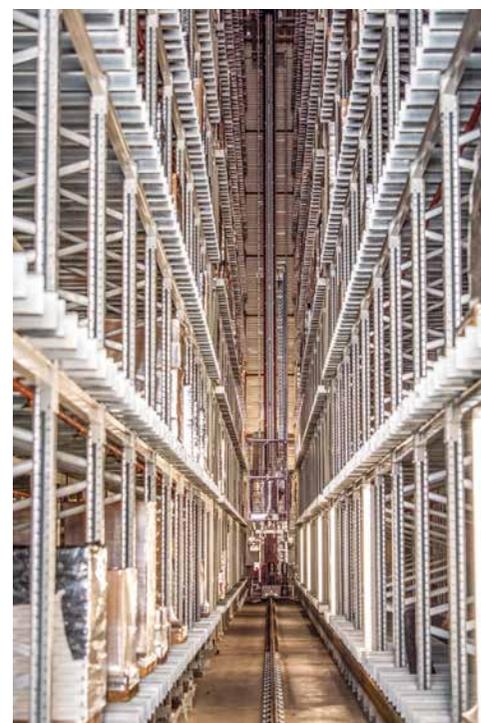
**Peter Jaksch:** Wir werden ein neues ERP-System einführen, neue Produkte auf den Markt bringen und die kommenden Jahre für die Übergabe an die fünfte Generation nutzen.

## KONTAKTDATEN

Richard Wenzel GmbH & Co. KG  
Benzstraße 5  
63741 Aschaffenburg  
Deutschland  
☎ +49 6021 34690  
✉ +49 6021 346988  
info@wenzel-kerzen.de  
www.wenzel-kerzen.de



Hier legt der Chef selbst Hand an: Geschäftsführer Peter Jaksch



Platz für 8.000 Europaletten: Blick in das vollautomatische Hochregallager

# Tool, Prozess & Mensch

Gerade in Zeiten sozialer Distanz ist es für Unternehmen wichtig, Kundenbetreuung über die vorhandenen – online und telefonisch – Kommunikationskanäle so gut wie möglich abzubilden. Wichtige Voraussetzungen dafür sind neben einer entsprechenden Infrastruktur, ein hohes Maß an Automation und performante Tools. Die TOPdesk Deutschland GmbH aus Kaiserslautern setzt hier konsequent auf die Integration von Tool, Prozess und dem Menschen, der damit arbeitet.

Das Lösungsportfolio von TOPdesk umfasst Software und Beratung für die Bereiche IT-, HR- und Facility-Servicemanagement.

## Lösungsorientierung/ Mitarbeiter-Support

Lösungsorientierung und Mitarbeiter-Support sind dabei Kernthemen der IT-Spezialisten. TOPdesk treibt konsequent eine serviceorientierte Architektur voran. In allen Bereichen und Prozessen werden zunehmend APIs eingesetzt, um den Grad der Service-Automation zu steigern. Der Marketplace des Unternehmens wird kontinuierlich weiterentwickelt und bietet verschiedene

Erweiterungen und Plug-In Möglichkeiten. Anfang dieses Jahres hat TOPdesk zudem ein dreistufiges Preismodell eingeführt. Einfach ausgedrückt wird unterschieden in klein, mittel und groß (Essential, Engaged und Excellent). Damit möchte das Unternehmen Kunden aller Größenordnungen das für sie beste und gleichzeitig kosteneffizienteste Modell anbieten können.

„Wir agieren in einem sehr dynamischen und auch sehr wettbewerbsintensiven Marktumfeld“, so Steffen Groß, Leiter Services der DACH-Region. „Was uns von anderen Anbietern abhebt, ist unser

Dreiklang aus Tool, Prozess und Mensch. Tools gibt es am Markt jede Menge, man muss also einen Mehrwert bieten. Dies tun wir, indem wir die Prozesse und Menschen mit in die Betrachtung nehmen. Nur so kann man wirkliche Lösungen entwickeln und den Mitarbeitern in den Unternehmen helfen. Unsere Kunden kommen genau wegen dieses menschenorientierten Ansatzes zu uns. Sie schätzen unsere Professionalität und unser individuelles Engagement. Wir haben sehr viele langjährige Kunden, viele sind sogar seit über 20 Jahren bei uns. Durch unsere Account Manager haben wir einen ständigen Dialog und

## Interview mit

Steffen Groß,  
Leiter Services DACH  
der TOPdesk Deutschland  
GmbH

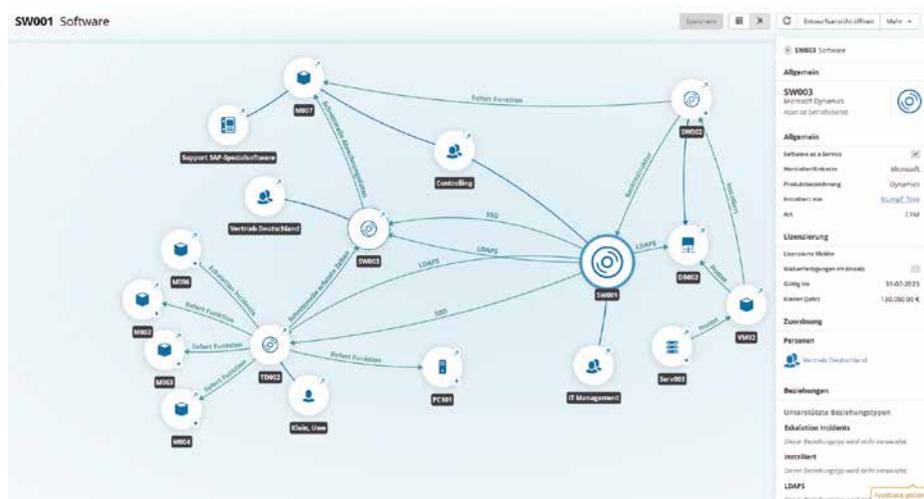


eine enge Bindung zu unseren Kunden. Natürlich geht, allein aufgrund der aktuellen Situation, der Trend weg von der Beratung vor Ort hin zu Remote-Service“.

## Guides to service excellence

Der Slogan von TOPdesk lautete ursprünglich 'Service Management simplified', inzwischen wurde er zu 'Guides to service excellence' weiterentwickelt. „Unser Schwerpunkt liegt im Bereich IT-Service“, so Steffen Groß. „Wir fokussieren uns ganz klar auf den Kunden. Der Kunde steht im Mittelpunkt und unser Bestreben ist es, seinen Mitarbeitern echte Lösungen an die Hand zu geben, nach unserem Motto: 'Helping people and enabling opportunities'. Dabei verfolgen wir einen professionell-pragmatischen Ansatz. Der kommt bei unseren Kunden gut an“.

Die Strategie von TOPdesk geht auf. Erst jüngst erhielt das Unternehmen in einem Professional User Rating für IT-Operations den



TOPdesk plant, sein Asset Management in diesem Jahr zu erweitern

Startseite des my.topdesk.com Self Service Portals, mit einfachem Zugriff auf Leistungen und Knowhow



### KONTAKTDATEN

TOPdesk Deutschland GmbH  
 Hertelsbrunnenring 24  
 67657 Kaiserslautern  
 Deutschland  
 ☎ +49 631 624000  
 📠 +49 631 624 00100  
 info@topdesk.de  
 www.topdesk.de



Pur Diamond Award, einen High-Performance Award im Solution-Bereich.

### Internationales Wachstum

Vor allem in Mittel- und Nordeuropa ist TOPdesk sehr gut aufgestellt und in den Beneluxländern sogar Marktführer. „Wir wachsen kontinuierlich und treiben den Ausbau unserer Standorte weiterhin voran. In Deutschland

haben wir inzwischen über 100 Mitarbeiter“, so Steffen Groß, der selbst bereits seit 2006 zur TOPdesk Familie gehört.

„Weltweit beschäftigt TOPdesk aktuell ungefähr 1.000 Mitarbeiter. Durch unser Wachstum erschließen wir uns immer wieder neue Kunden, die mit neuen Ansprü-

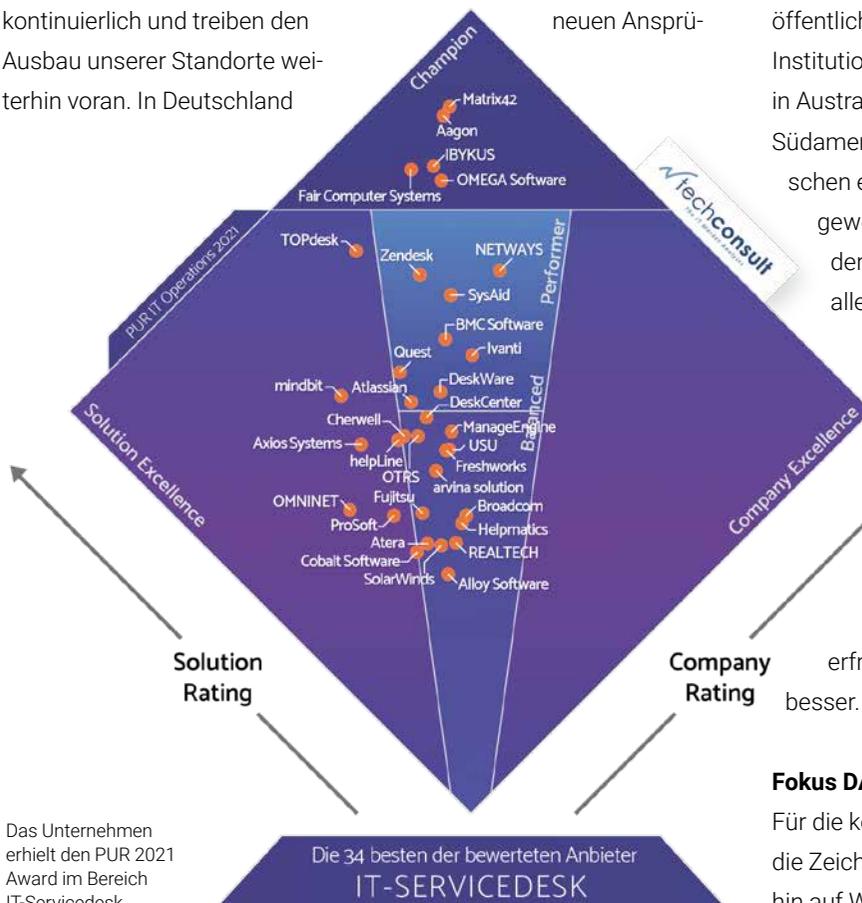
chen an uns herantreten. So entwickeln wir uns gemeinsam mit unseren Kunden weiter“. Kunden aller Branchen und Größenordnungen verlassen sich inzwischen auf die Kompetenz des TOPdesk Teams. In den Niederlanden ist das Unternehmen zudem ein sehr geschätzter Ansprechpartner öffentlicher Einrichtungen und Institutionen. Mit Standorten in Australien sowie Nord- und Südamerika ist TOPdesk inzwischen ein echter Global Player

geworden. Die Auswirkungen der Corona-Krise waren vor allem Anfang des Jahres 2020 in Form von Unsicherheit und Zurückhaltung bei Interessenten und Kunden deutlich zu spüren. Zum Ende des Jahres wurde es jedoch erfreulicherweise wieder besser.

### Fokus DACH-Region

Für die kommenden Jahre stehen die Zeichen bei TOPdesk weiterhin auf Wachstum, insbesondere

mit Fokus auf die DACH-Region. Vor diesem Hintergrund wird das Unternehmen in den kommenden Monaten auch seine Marketing-Aktivitäten deutlich stärken. „Wir möchten natürlich bekannter werden und dem Markt zeigen, was wir können“, so Steffen Groß. „Produktseitig werden wir unser Assetmanagement weiter ausbauen, um die gewachsenen Anforderungen an eine moderne Inventarverwaltung vollständig zu erfüllen. Wir werden unser Online-Angebot im Service-Bereich ausbauen, zum Beispiel mit Webinaren, Blogs und Artikeln. Wir werden auch Tipps für das Tool geben, aber unser Schwerpunkt wird weiterhin auf der Verbindung von Prozess und Mensch liegen“. Weitere Leistungen, kontinuierliche Produktentwicklung und Service Excellence sind also die bestimmenden Faktoren der Zukunftsagenda von TOPdesk. Steffen Groß hat allen Grund, auf dieser Basis zuversichtlich in die Zukunft zu blicken.



Das Unternehmen erhielt den PUR 2021 Award im Bereich IT-Servicedesk

Die 34 besten der bewerteten Anbieter  
**IT-SERVICEDESK**

# FOLIEN von heute – innovativ und klimaneutral

Beim führenden Folienmacher RHEIN-PLAST GmbH ist nichts so beständig wie das Thema Innovation. Das Familienunternehmen hat sich nicht nur der Herstellung von Beuteln und Säcken aus PE-Mono-Folie verschrieben, auch Umweltschutz und Klimaneutralität rangieren ganz oben auf der Agenda. Wieso Kunststoff und Umweltengagement sich nicht ausschließen müssen, erklärt Thomas Eisemann, Mitglied der Geschäftsleitung im Gespräch.

Interview mit



Thomas Eisemann,  
Geschäftsleitung  
der RHEIN-PLAST GmbH



Die Geschäftsleitung von RHEIN-PLAST in der Produktion



Bei RHEIN-PLAST hat die Qualitätssicherung einen hohen Stellenwert – schließlich wissen die Kunden, dass sie sich auf die Qualität der Folien verlassen können

**Wirtschaftsforum:** Herr Eisemann, Folien sind Ihr Thema. Wie begann die Geschichte des Unternehmens?

**Thomas Eisemann:** Mein Großvater gründete RHEIN-PLAST 1959 und beschäftigte sich in der Aufbruchzeit von Polyethylen und Kunststoff mit einfachen Produkten wie der klassischen Tragetasche, und das sehr erfolgreich. Unsere erste Innovation war im Prinzip die Kleiderschutzhülle, so wie sie heute noch überall Verwendung findet, um Textilprodukte zu schützen. Allerdings sind wir nicht stehen geblieben, son-

dern haben uns Schritt für Schritt geöffnet.

**Wirtschaftsforum:** Sie sind heute stark im Bereich Pharma.

**Thomas Eisemann:** In den 1990er-Jahren kam der erste Kontakt zur Pharmaindustrie, die inzwischen zu unserer Kernindustrie avanciert ist. Sie nutzt hochreine PE-Beutel und -Säcke zur Abfüllung, und wir waren einer der Ersten, die diese Anforderung erfüllen konnten. Die Nachfrage nach unseren qualitativ hochwertigen Produkten wuchs, und heute beliefern wir zudem auch

die Biotech-, Chemie- und Medizinbranchen.

**Wirtschaftsforum:** Wie ist der Stand heute?

**Thomas Eisemann:** 2018 haben wir die letzte Tragetasche produziert, was auch dem aufkeimenden Umweltbewusstsein geschuldet ist, und unsere Schwerpunkte verlagert. So sind neue, höchst innovative Produkte hinzugekommen, in die wir sehr viel Zeit und Arbeit investiert haben.

**Wirtschaftsforum:** Gibt es da besondere Produkte?

**Thomas Eisemann:** In der Pharmaproduktion werden Wirkstoffe in Pulver gemischt und zu Tabletten gepresst. In der Fertigungsumgebung finden sich feine Pulver und Stäube. Die Folie kann sich bei der Verpackung statisch aufladen. Durch Entladungsfunkeln kann die ganze Produktion in die Luft gehen. Wir haben also Beutel und Säcke entwickelt, die die elektrische Ladung ableiten, damit der Funke erst gar nicht entsteht.

**Wirtschaftsforum:** Wie sieht das Produkt aus?

**Thomas Eisemann:** Düpalex macht es unmöglich, dass Additive in den Wirkstoff migrieren. Es ist eine unabdingbare Forderung in der Pharmaindustrie. Wir lösen dies durch einen leitfähigen Gitterdruck auf der Außenseite und eine hochreine, keim- und partikelarme Innenseite. Wir finden, es ist ein wirklich pfiffiges Produkt, das auch in anderen Branchen zum Explosionsschutz eingesetzt wird. Unter anderem konnten Bayer, Sanofi und GSK bereits überzeugt werden, bei einigen anderen Unternehmen laufen derzeit die Stabilitätstests.

**Wirtschaftsforum:** Innovation beschäftigt Sie stark?

**Thomas Eisemann:** Wir sind ein Familienunternehmen mit 118 Mitarbeitern, bei dem oftmals Prozesse schneller und flexibler laufen als bei Großunternehmen. Ein Beispiel ist die kurzfristige Entwicklung eines Friseurumhangs im Lockdown letztes Jahr. Innerhalb von nur sieben Tagen haben wir einen neuartigen Friseur-Einwegumhang zur Marktreife gebracht, eine Art Poncho. Leider

war uns durch ständig geänderte Verordnungen für diese Branche kein Happy End gegönnt. Aber das Beispiel zeigt, wie wir intern als Team gut und effizient zusammenarbeiten.

**Wirtschaftsforum:** Wie ist die aktuelle Lage?

**Thomas Eisemann:** Unser Umsatz zwischen 12 und 13 Millionen EUR ist in den letzten Jahren mehr oder weniger konstant geblieben, nur der Anteil bestimmter Branchen hat sich verschoben. Noch vor vier Jahren wurde 45% des Umsatzes mit der Pharmabranche generiert, heute sind es bereits an die 70%. Wir haben uns hier einen guten Namen gemacht. Die Geschäftsleitung teile ich mir mit meinem Cousin Roger Eisemann und dem Betriebsleiter Christian Gumpert, wobei ich mich vor allem auf Marketing und Vertrieb konzentriere.

**Wirtschaftsforum:** Welche Schwerpunkte sind Ihnen wichtig?



#### KONTAKTDATEN

RHEIN-PLAST GmbH  
Altenbacher Straße 24-26  
67098 Bad Dürkheim  
Deutschland  
☎ +49 6322 7980  
✉ +49 6322 798161  
info@rhein-plast.de  
www.rhein-plast.de



**Thomas Eisemann:** Ein für uns sehr wichtiger Punkt ist die Unternehmenskultur. Das Handeln nach ethischen Grundsätzen ist für uns unabdingbar, wird vom Management Tag für Tag vorgelebt und unsere Mitarbeiter übernehmen das. Nicht für Fehler, die wir gemacht haben, geradezustehen – so etwas gibt es bei uns nicht. Auch nicht unseren Kunden gegenüber. Weiterhin ist uns wichtig zu signalisieren, dass man auch in dieser Branche dem Thema Umweltschutz gerecht werden kann. Unser Engagement fußt auf drei Säulen: 100% der verwendeten Energie beziehen wir aus Wasserkraft, unsere Produkte sind 100% recycelbar und drittens, ganz neu: Seit 2019 sind

unser Unternehmen und unsere Produkte klimaneutral. Das beweist, dass Kunststoff und Umweltschutz Hand in Hand gehen können. Man muss wissen, dass die Pharma-Verpackungsindustrie nicht auf Kunststoff verzichten kann. Deshalb müssen wir alles daransetzen, dass dieser umweltfreundlich und klimaneutral hergestellt wird.

**Wirtschaftsforum:** Das ist ein wichtiger Impuls, den Sie dem Unternehmen gegeben haben. Und die Kunden werden das sicherlich zu schätzen wissen.



Bei der Blasfolienextrusion formt der aus einer Ringdüse austretende Kunststoff einen Schlauch. Dieser wird zusammengelegt und dann auf Rollen gewickelt



Die Folie wird bei der Konfektion auf einer Seite geschnitten und geschweißt – fertig ist der Beutel



## IN ZAHLEN

**1959**

GEGRÜNDET

**118**

MITARBEITER

**ca. 12**

MILLIONEN EUR  
UMSATZ

**100%**

ENERGIE AUS WASSERKRAFT

**100%**

RECYCELBARE PRODUKTE

**seit 2019**

UNTERNEHMEN UND PRODUKTE  
KLIMANEUTRAL



**Thomas Eisemann:** Es ist auch für unsere Kunden wichtig, nachhaltig und möglichst klimaneutral zu agieren. Denn manchmal geht es eben nur mit Kunststoffverpackung, da es in vielen Bereichen einfach keine 'grünere' Alternative gibt, die die geforderten Funktionen ebenso gut erfüllt. Ganz neu bieten wir deswegen an: Unsere Kunden können sich die Klimaneutralität sogar kostenfrei für ihr eigenes Unternehmen mit ihrem Unternehmensnamen offiziell über uns zertifizieren lassen. Sie bekommen damit ein wirkungsvolles Nachhaltigkeitsargument und -dokument für ihre eigenen Kunden.

**Wirtschaftsforum:** Wo geht die Reise hin?

**Thomas Eisemann:** Gerade als Mittelständler haben wir auch das Thema Digitalisierung auf der Uhr.



Zum Beispiel mit einer eigenen RHEIN-PLAST-App, mit der wir alle internen Schulungen abwickeln. Wir wollen in der Pharmabranche wachsen und noch umweltfreundlicher werden. Wenn es um intelligente Verpackungen geht, möchten wir als erster Ansprechpartner eine wichtige Rolle spielen. Auch Messen sollen in diesem Jahr wieder ein Thema werden, wie die Pharmapack in Paris und der Pharma Kongress in Berlin.



Blick in die Produktion: Aufwicklung des flachgelegten Blasfolienschlauches

# Mitarbeiter motivieren und Steuern sparen

Die demografische Entwicklung und der seit Langem anhaltende Fachkräftemangel haben zu einer nachhaltigen Veränderung des Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnisses geführt. Um Know-how im Unternehmen zu sichern, gilt es, Arbeitnehmern ein attraktives und motivierendes Arbeitsumfeld zu schaffen, um sie langfristig ans Unternehmen zu binden. Die SPENDIT AG aus München bietet hier einzigartige Lösungen, die sowohl für Arbeitgeber als auch für die Arbeitnehmer zudem noch steuerfrei sind.

Über die SPENDIT Sachbezugs-karte können Mitarbeiter eines Unternehmens jährlich Sachleistungen für rund 708 EUR steuerfrei in Anspruch nehmen. Dabei bleibt es ihnen überlassen, wo sie die Visa-Karte einsetzen.

## Universeller Einsatz

„Die Karte ist unter anderem überall dort einsetzbar, wo Visa-Karten akzeptiert werden“, so Vorstand Florian Gottschaller. „Bekannt geworden ist sie als Tankgutschein, inzwischen ist sie universell einsetzbar. Das ist ein wichtiges Argument. Die Mitarbeiter können selbst entscheiden, wofür sie das Geld einsetzen. Der Arbeitgeber kann durch den Steuervorteil über die Karte seinen Mitarbeitern mit gleichem Budget mehr als doppelt so viel Leistung anbieten. Da die Karte digital ist, verursacht sie kaum Aufwand.“

Über die Sachbezugskarte hinaus bietet SPENDIT die Lunchit App an, die Arbeitnehmer für Essen einsetzen können. „Wir sind ja in ständigem Dialog mit unseren Kunden und haben schnell gemerkt, dass Mittagessen ein



Mit der SPENDIT Sachbezugskarte und der Lunchit App können Arbeitgeber ihren Mitarbeitern steuerfrei Sachleistungen bis zu 700 EUR jährlich anbieten

besonders wichtiges Thema ist“, so Florian Gottschaller.

## Guten Appetit: die Lunchit App

„Liebe geht ja bekanntlich durch den Magen – offensichtlich gilt das auch für das Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnis. Gute Ernährung resultiert letztlich in Motivation und Leistung. Auch mit der Lunchit App überlassen wir dem Mitarbeiter die Entscheidung, wie er sie einsetzt, ob er zum Supermarkt geht, sich Essen abholt oder ins Restaurant essen geht.“

Das Konzept von SPENDIT geht auf und trifft den Zeitgeist. Das Unternehmen betreut inzwischen

rund 6.000 Firmenkunden in Deutschland und Österreich und ist im Bereich der digitalen Mitarbeiter-Benefits Marktführer. Die Vision für SPENDIT steht. Langfristig möchte sich das Unternehmen als innovativster und wichtigster Player im europäischen Markt etablieren. „Wir werden von der fortschreitenden Digitalisierung profitieren“, so Florian Gottschaller. „Zudem begünstigt der nach wie vor anhaltende Fachkräftemangel Produkte bei uns. In den Führungsetagen sowie auch in den Human Resources-Abteilungen der Unternehmen findet ein Umdenken statt. Das Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ver-

**Interview mit**  
Florian Gottschaller,  
Vorstand  
der SPENDIT AG



**6.000**

FIRMENKUNDEN IN  
DEUTSCHLAND UND  
ÖSTERREICH

hältnis ist der Maschinenraum für jedes Unternehmen. Mit unseren Produkten kann man das Verhältnis emotionalisieren und beleben und eine ständige Wertschätzung erreichen.“



**SPENDIT AG**

## KONTAKTDATEN

SPENDIT AG  
Fraunhoferstraße 23h  
80469 München  
Deutschland  
☎ +49 89 200318810  
info@spendit.de  
www.spendit.de

# Digitale Zukunft für Unternehmen

Geschäftskritische Prozesse müssen zuverlässig und sicher funktionieren, gleichzeitig aber adaptierbar an neue Themen und Trends sein. Mit flexiblen Lösungen, die sich problemlos in bereits bestehende Infrastrukturen integrieren lassen, hat sich die compacer GmbH hier in den vergangenen Jahren zu einem gefragten Partner international agierender mittelständischer Unternehmen entwickelt. Wir sprachen mit Geschäftsführer Lumir Boureau über aktuelle Trends und Themen am Markt.

**Wirtschaftsforum:** Herr Boureau, was sind aktuell die wichtigen Themen und Trends bei compacer?

**Lumir Boureau:** Unsere Themen und Trends sind die unserer Kunden. Dabei stehen noch viele von ihnen ganz am Anfang, haben die letzten Jahre sozusagen noch in einer IT-Bubble gelebt. Die Corona-Krise hat hier wie der berühmte Brandbeschleuniger gewirkt. Technologisch beschäftigen wir uns nicht mit Disruption, sondern mit Evolution und Revolution. Wichtige Themen sind vor allem die Automatisierung und künstliche Intelligenz. Hier haben wir unsere Lösungen konsequent weiterentwickelt und auch verschiedene Zertifizierungen erhalten.

**Wirtschaftsforum:** In welchen Phasen können Sie Ihre Kunden unterstützen?

**Lumir Boureau:** Wir begleiten unsere Kunden häufig über Jahrzehnte. In den Erstgesprächen geht es oft um ganz konkrete Anforderungen, wie e-Invoicing oder

digitale Lieferketten. Daraus entwickelt sich die Kundenbeziehung dann häufig Schritt für Schritt im Laufe der Zeit. Wir unterstützen unsere Kunden bis hin zur Im-

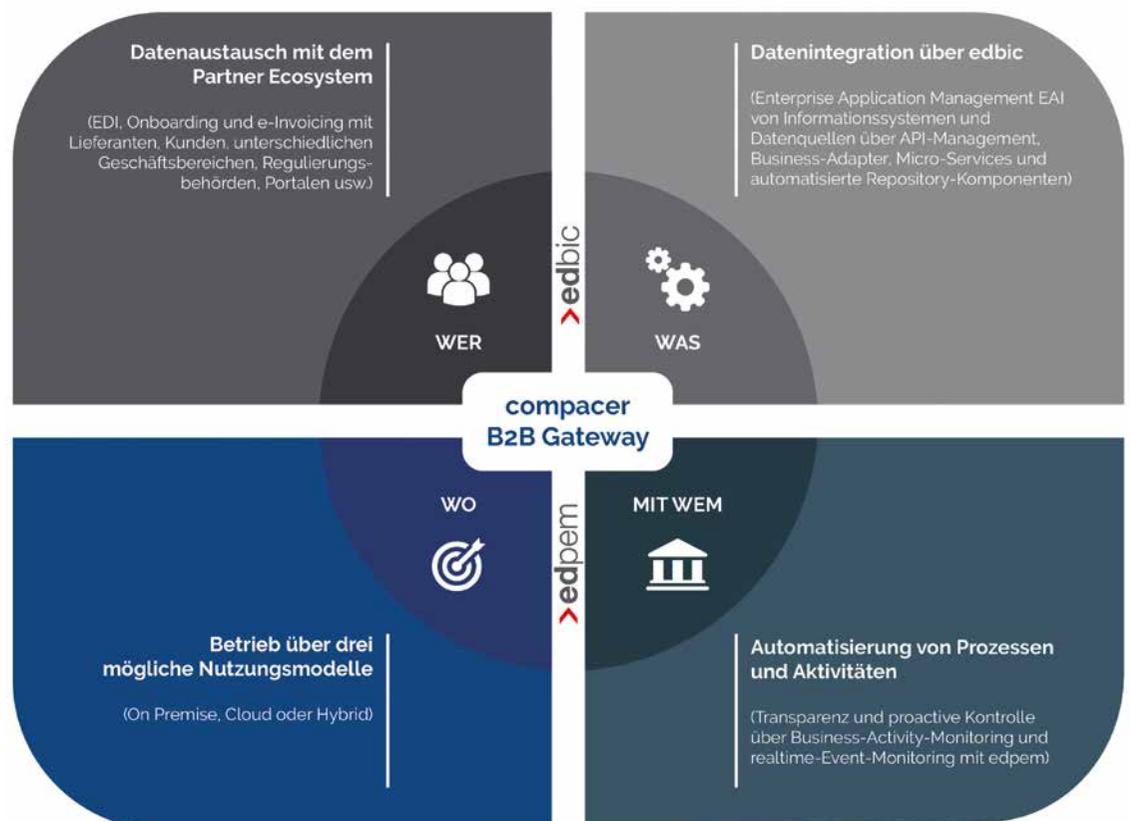
plementierung und zum Roll-out. Natürlich sind wir dabei Teil eines Eco-Systems, arbeiten in verschiedenen Bereichen mit Partnern, zum Beispiel in der Sensorik

## Interview mit



Lumir Boureau,  
Geschäftsführer  
der compacer GmbH

## EDI-Modernisierung durch Digitalisierung





**KONTAKTDATEN**

compacer GmbH  
Max-Planck-Straße 6-8  
71116 Gärtringen  
Deutschland  
☎ +49 7034 9989100  
✉ +49 7034 99891055  
info@compacer.com  
www.compacer.com

compacer setzt auf agile und flexible Lösungen für geschäftskritische Prozesse

und im Bereich Analytics. Auch unseren Kunden empfehlen wir den Aufbau von Eco-Systemen.

**Wirtschaftsforum:** Ihr Marktumfeld ist sehr wettbewerbsintensiv. Warum entscheiden sich die Kunden letztendlich für compacer?

**Lumir Boureau:** Wir haben uns im Laufe der Zeit einen sehr guten Ruf und Referenzen erarbeitet, die für uns sprechen. Viele Kunden, die uns empfehlen, sind nicht nur zufrieden, sondern begeistert. Das ist das beste Marketing, das

**100**  
MITARBEITER

man als Unternehmen bekommen kann. Gerade für die kleineren und mittelständischen Unternehmen ist es von Vorteil, dass wir keiner der Big Player sind. So können wir auf Augenhöhe mit ihnen sprechen. Gleichzeitig profitieren wir natürlich von der Integration in unser Mutterunternehmen, das ein Global Player mit rund 1,3 Milliarden EUR Umsatz und Fokus auf die Bereiche Steuerberatung, Recht und Wirtschaftsprüfung ist. Hier können wir auf gelabelte

Dokumente zum Einlernen der K-Modelle für Data Capturing zurückgreifen. Im Kontext der Rechnungsverarbeitung konnten wir uns dadurch einen Vorsprung sichern.

**Wirtschaftsforum:** Sehen Sie sich als Challenger der großen Namen im Markt?

**Lumir Boureau:** Wir können inzwischen sicherlich sagen, dass wir in unserer Nische ein Challenger geworden sind. Diese Position macht uns Spaß. Wir sind schnell, flexibel und agil. Das hat sich bislang auch in der Pandemie-Zeit oft als entscheidender Vorteil erwiesen.

**Wirtschaftsforum:** Auf welche Zielgruppen konzentrieren Sie sich?

**Lumir Boureau:** Grundsätzlich pflegen wir einen branchenübergreifenden Gedanken. Digitalisierung ist eigentlich überall gleich, nur die Anforderungen sind unterschiedlich. In den vergangenen Jahren hat sich der Logistikbereich sehr gut entwickelt, unter anderem in den Häfen. Hier sind wir weltweit aktiv. Auch im

Retailbereich, wo unsere Wurzeln liegen, sind wir gut aufgestellt. Wir sind stolz, dass unsere Lösungen als White Label-Lösungen bei Großunternehmen, wie zum Beispiel beim größten deutschen Telefonanbieter, eingesetzt werden. In den kommenden Jahren sehe ich vor allem in dem gesamten Energiemarkt sowie im Umweltbereich vielversprechende Zukunftsperspektiven.

**Wirtschaftsforum:** Welche Regionen sind für Sie in Europa besonders wichtig?

**Lumir Boureau:** Finnland ist in den vergangenen Jahren ein wichtiger Markt geworden. Der gesamte nordische Bereich ist gut gewachsen. Belgien, die Ukraine, Estland, die Niederlande, Frankreich und Tschechien sind ebenfalls wichtige Auslandsmärkte für uns.

**Wirtschaftsforum:** Was sind 2021 Ihre wichtigsten Pläne und Ziele?

**Lumir Boureau:** Wir möchten auch in diesem Jahr weiter international wachsen. Wachsen bedeutet dabei für uns nicht, die



Größe unseres Teams weiter zu steigern. Wir werden über Automatisierung skalieren, weiterhin unsere Grenzkosten gründlich analysieren, Standards und Zertifizierungen im Fokus haben und unsere Qualität der Leistung in unseren internationalen Teams sichern. Meine Aufgabe sehe ich dabei vor allem darin, die Kommunikation intern und extern zu stärken.

**Wirtschaftsforum:** Welches langfristige Ziel, welche Vision haben Sie sich für compacer gesetzt?

**Lumir Boureau:** Wir sind in unserer Nische bereits bekannt, haben es uns aber zum Ziel gesetzt, mit unseren Kunden gemeinsam noch weiter zu wachsen. Unser Mutterunternehmen möchten wir auf dem Weg zu Steuerberatung 4.0 mit unserer Expertise begleiten und zu einem der Pioniere auf diesem Gebiet machen. In Spanien oder Tschechien zum Beispiel haben wir dieses Ziel bereits erreicht. Wir blicken zuversichtlich in die Zukunft.

# ebase® – Modern Banking meets Technology

Finanzdienstleister sehen sich aktuell gleich mehreren Herausforderungen gegenüber. Die zunehmende Regulierung, die Digitalisierung und alternative Vorsorgemodelle sind hier nur drei akute Themen. Die Corona-Krise hat zusätzlich als Brandbeschleuniger gewirkt. Die European Bank for Financial Services – ebase® – setzt auf Banking-as-a-Service-Dienstleistungen und vereint State-of-the-Art-Technologie mit Bankkompetenz.

**Wirtschaftsforum:** Herr Friedrich, ebase® ist 2019 von der FNZ Group übernommen worden. Was war der strategische Hintergrund für diese Übernahme?

**Kai Friedrich:** FNZ entwickelt auf der Basis eines digitalen Geschäftsmodells ganzheitliche Lösungen für Finanzdienstleister im Bereich des Vermögens-

managements. FNZ ist stark technologiegetrieben und bietet seit Neuestem auch Banking-as-a-Service an. Das Unternehmen suchte einen starken Partner in Deutschland, respektive für die Expansion in Europa. ebase® ist eine ehemalige comdirect-Tochter. Wir sind eine etablierte Investmentplattform und führend in der Digitalisierung von Vermögens-

managementlösungen. Durch die Übernahme sind für beide Unternehmen wertvolle Synergien entstanden. Gemeinsam können wir jetzt, auf Basis einer sehr breiten und modernen Technologieplatt-

form, Lösungen entwickeln und Maßstäbe in digitaler B2B-Vermögensmanagementtechnologie setzen.

**Wirtschaftsforum:** Welche Trends und Themen sehen Sie aktuell am Markt?

**Kai Friedrich:** Wir glauben an 'As-a-Service'-Lösungen. Der Markt ist von immer weiter zunehmender Regulierung bei gleichzeitig veralteten Technologien geprägt und durch die zahlreichen Newcomer wird der Kostendruck immer größer. Hier müssen sich Anbieter wie zum Beispiel Banken fragen, wie sie sich für die Zukunft aufstellen wollen. Renovieren sie ihre IT oder suchen sie sich einen Dienstleister? Der Bereich Wertpapiere, beziehungsweise Vermögensmanagement, ist hier sicherlich die Königsklasse, die es zu bewältigen gilt. Gemeinsam mit der FNZ können wir Finanzdienst-

## Interview mit



**Kai Friedrich,**  
CEO  
der European Bank for Financial Services GmbH



Der ebase®-Hauptsitz in Aschheim, Deutschland



leister hier mit unserer Bank- und Technologiekompetenz unterstützen, um die Herausforderungen optimal zu bewältigen.

**Wirtschaftsforum:** Das heißt, ebase® agiert als Vollbank für das Wertpapiergeschäft?

**Kai Friedrich:** Genau. Wir bieten B2B-Dienstleistungen für das Depotgeschäft, wie zum Beispiel Investmentdepots und das Einlagengeschäft bis hin zur Vermögensverwaltung. Neben Investment-, VL- und Wertpapierdepots bieten wir auch die betriebliche Altersversorgung an. Dabei können unsere Kunden die ebase®-Produkte und -Leistungen direkt, mit einem Co-Branding oder als als White Label anbieten.

**Wirtschaftsforum:** An welche Art Kunden richten Sie sich?

**Kai Friedrich:** Zu unseren Kunden zählen Vermittler, Vermögensverwalter, Versicherungen, Banken und zahlreiche andere sowie auch eine Vielzahl an Unternehmen.

**Wirtschaftsforum:** Das Jahr 2021 steht zunächst auch noch ganz im Zeichen der Pandemie. Welche Pläne haben Sie für die kommenden Monate?

**Kai Friedrich:** Zunächst wird uns die Integration der Augsburger Aktienbank stark beschäftigen, deren Wertpapiersparte wir vor Kurzem übernommen haben. Hier ist es uns ein besonderes Anliegen, die neuen Kollegen gut bei uns einzubinden. Durch die Übernahme steigern wir unser



= Pensionszusage mit Fondsrückdeckung zur Schließung der Versorgungslücke im Alter	
Arbeitgeberfinanzierte Pensionszusagen	
Ausfinanzierung von Pensionsverpflichtungen	
Gesellschafter-Geschäftsführer-Versorgungen	
Entgeltumwandlung (Deferred Compensation)	

verwahrtes Depotvolumen auf über 50 Milliarden Euro. Darüber hinaus werden wir am Markt das Thema Altersvorsorge weiter ausrollen. Hier sehen wir für die Unternehmen viel Potenzial, ihre Mitarbeiter zu binden. Das Gleiche gilt für das Thema Lebensarbeitszeitkonten. Darüber hinaus möchten wir unsere gemeinsamen Angebote zusammen mit der FNZ weiter ausbauen.

**Wirtschaftsforum:** Gibt es eine Vision für ebase®? Wo soll das Unternehmen in einigen Jahren am Markt stehen?

**Kai Friedrich:** Wir sind auf Wachstum eingestellt, zunächst in Deutschland, dann in Europa. Viel wichtiger aber ist, dass wir es uns auf die Fahnen geschrieben haben, unsere Kunden zu befähigen, ihren Kunden herausragende Lösungen anzubieten. Der Gründer von FNZ, ein Neuseeländer, sagte einmal: Wir müssen un-



**KONTAKTDATEN**

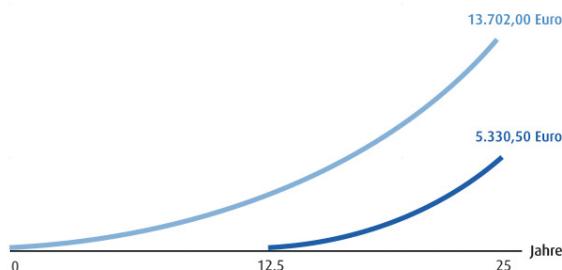
European Bank for Financial Services GmbH  
 Bahnhofstraße 20  
 85609 Aschheim  
 Deutschland  
 ☎ +49 89 45460890  
 ✉ +49 89 45460892  
 service@ebase.com  
 www.ebase.com



seren Kunden die besten technischen Lösungen bieten, damit sie wiederum ihren Kunden die bestmögliche Unterstützung zu attraktiven Konditionen bieten können. Das ist unsere Mission und Vision zugleich. Wenn ein Kunde, und damit meine ich nicht nur Vermittler, sondern auch Versicherungen und Banken, über Sparpläne, Investmentfonds oder Wertpapiere nachdenkt, dann soll er uns in Zukunft im Relevant Set haben.

**Beispielrechnung ebase Sparplan<sup>1</sup>**

Monatliche Geldanlage	50 Euro	100 Euro
Anlagezeitraum	25 Jahre	12,5 Jahre
Angenommene Wertentwicklung p.a.	5 %	5 %
Anlagesumme	15.000,00 Euro	15.000,00 Euro
Wertzuwachs	14.287,00 Euro	5.623,00 Euro
Abzüglich Gesamtkosten	585,00 Euro	292,50 Euro
Mögliches Vermögen (Ende des Anlagezeitraums)	28.702,00 Euro	20.330,50 Euro



<sup>1</sup> Quelle: eigene Berechnung. Die tatsächlichen Kosten können je nach Haltedauer und Kursentwicklung variieren. Die Angaben sind Schätzungen und können in Zukunft anders ausfallen.

# Fürstliche Brautradition trifft modernen Biergenuss

**Interview mit**  
Katalin Fürstin von Wrede,  
Geschäftsführerin  
der Fürst von Wrede GmbH  
& Co. Unternehmens KG

Der Bierkonsum ist im vergangenen Jahr 2020, nicht zuletzt durch die zeitweisen Schließungen der Gastronomie, deutlich gesunken. Zusätzlich etablieren sich schon seit langem neue Trends am Biermarkt, wie Mischbiere oder alkoholreduzierte Produkte. Die Fürst Carl Schlossbrauerei Ellingen begegnet diesen Veränderungen und Trends erfolgreich mit einer Dachmarkenstrategie. Wir sprachen mit Katalin Fürstin von Wrede über die aktuelle Entwicklung des Biermarktes und die jüngsten Innovationen des Unternehmens.

**Wirtschaftsforum:** Fürstin von Wrede, wofür steht Ihre Marke Fürst Carl und was sind wichtige Produkte in Ihrem Sortiment?

**Fürstin von Wrede:** Fürst Carl steht für erstklassige Biere. Fürst Carl steht für Lebensfreude. Fürst Carl steht für Tradition, Braukunst und Regionalität.

Unser Erfolg ist die Qualität unserer Biere. Diese erreichen wir durch die Auswahl von den besten Rohstoffen aus unserer Region. An die Zutaten unserer Biere stellen wir die höchsten Ansprüche und achten darauf, dass sie aus der Region kommen: Wasser aus unserem eigenen Brunnen, Aromahopfen aus Ellingen, Malz aus Franken.

Unser Sortiment besteht aus klassischen Bierstilen und kreativen, innovativeren Bieren, die sich dem sogenannten 'Craft-Bier-Trend' zuordnen lassen. Die Klassiker sind Helles, Export, Pils, Kellerbier, Dunkles. Aktuell profitieren wir von dem derzeitigen Hype um helle Lagerbiere, die der Markt wiederentdeckt hat. Das kommt unserem Urhell und Kellerbier sehr zu Gute. Unser Fürst Carl Schlossgold bleibt dennoch unse-



Ein Blick in das Sudhaus der Brauerei

re unbestrittene Nummer 1 – ein Exportbier mit Charakter, ganz nach fränkischem Geschmack. In letzter Zeit sind wir etwas kreativer geworden und haben uns an das sogenannte 'Craft Bier' herangewagt. Dieser Trend steht eigentlich für die Wiederbelebung alter Bierstile und die Entdeckung neuer Biere, auch aus dem Ausland. Für viele ist das typische 'Craft Bier' zum Beispiel ein Pale Ale. Unsere neuesten Bierkreationen sind ein Pale Ale, das 'Franken Ale' und ein kreatives Pils mit nordischer Bittere, das 'Herbe Glück'. Diese Biere sind kaltgehopft, mit regionalen Rohstoffen gebraut und widerspiegeln klassische Braukunst, neu interpretiert. Für Aufschwung im Biermarkt sorgen

vor allem alkoholfreie Biere und alkoholreduzierte Biermischgetränke. Auch diesen Trend nehmen wir mit und haben unsere Linie erweitert mit dem Fürst Carl Alkoholfrei, einem Naturradler und einer sehr erfolgreichen Mischung aus unserem prämierten Dunkelbier und unserer Bestseller Johannisbeerschorle, dem 'JoDu'. Für uns ist es wichtig, dass der bierige Charakter auch bei alkoholfrei und alkoholreduziert erhalten bleibt. Der Erfolg dieser neuen Getränke bestätigt uns das.

**Wirtschaftsforum:** Das heisst, die Konsumenten sind offen für Neuheiten?



Geschäftsführerin Katalin Fürstin von Wrede

**Fürstin von Wrede:** Ja, die Konsumenten sind offener als früher gegenüber neuen Bieren und Biermischgetränken. Im Allgemeinen sind sie auch gut informiert und interessieren sich für die Herstellung, Herkunft, Besonderheiten und die Menschen, die dahinter stehen. Das spüren auch kleine Brauereien wie unsere und der Dialog ist plötzlich ein ganz anderer, zu Kunden und Endverbrauchern. Das hat zur Folge, dass wir mit den Kunden enger kommunizieren und flexibel auf ihre Bedürfnisse eingehen können. Seit Herbst verkaufen wir unsere Getränke auch online und freuen uns über den Erfolg unserer „Fürst Carl Probierpakete“.



Der hauseigene Bräuladen ist eine zentrale Anlaufstelle für die Kunden

**Wirtschaftsforum:** Wie gelingt Ihnen die Verbindung Ihrer Regionalität mit Ihren internationalen Aktivitäten?

**Fürstin von Wrede:** Die regionale Verwurzelung ist der Kern von Fürst Carl. Wir pflegen enge Beziehungen zu den Menschen, die hier leben und unterstützen lokale Projekte und Initiativen. Die Brauerei, das Bräustüberl und die Sommerrodelbahn sind fest in der Region verankert und beliebte Ausflugsziele. Unser Bräuladen übernimmt in Zeiten der Pandemie eine zentrale Rolle. Während des Lockdowns dürfen wir öffnen, da wir unsere Getränke und kleine kulinarische Köstlichkeiten aus unserer Region zum Verkauf anbieten. Es ist vor allem die einzige Möglichkeit, mit unseren Kunden in direktem Kontakt zu bleiben. Normalerweise tummelt sich unserer Brauereihof mit Besuchern, die in den Biergarten einkehren, unsere Biere mit uns verkosten, die Brauerei und die prunkvolle Ellinger Residenz direkt gegenüber der Brauerei besichtigen. Trotz aller Regionalität und über

200 Jahre alter Tradition sind wir jedoch nicht im 19. Jahrhundert festgefahren. Wir öffnen uns für Neuheiten und Innovationen. Am Ende des Tages brauen wir einfach auch ein sehr gutes Bier. All das weckt auch über die Region, Landes- und Bundesgrenzen hinaus Interesse und somit sind die Fürst Carl Bierspezialitäten auch im Ausland beliebt. In Italien sind wir aktuell dabei, mit unserem lokalen Partner Dibirra die Fürst Carl Biere in der klassischen Prosecco Region um Treviso erfolgreich zu etablieren. In China wird Fürst Carl durch unseren Lizenzpartner von deutschen Braumeistern gebraut und als bayerisches Craft Bier vermarktet.

**Wirtschaftsforum:** Wie hat sich die Corona-Krise im vergangenen Jahr auf Ihr Unternehmen ausgewirkt?

**Fürstin von Wrede:** Der ganze Bereich der Fassbiere war im vergangenen Jahr eine Katastrophe. Wir sind sehr fassbierlastig, konnten aber mit unseren Fürst Carl Flaschenbieren hier etwas

kompensieren. Wir haben schnell erkannt, dass wir die richtige Entscheidung getroffen hatten, uns mit Fürst Carl als Dachmarke aufzustellen, da wir hierunter viele verschiedene Aktivitäten eingliedern können. Wir haben unter anderem in Kooperation mit dem Apotheker Christian Lang aus Weissenburg Desinfektionsmittel hergestellt.

**Wirtschaftsforum:** Welche Pläne haben Sie für das Jahr 2021?

**Fürstin von Wrede:** Wir werden im Frühling ein Märzen und ein alkoholfreies Naturradler auf den Markt bringen. Beide sind handwerklich gebraut und treffen genau auf den Geschmack der Zeit. Im September kommt endlich unsere limitierte 2021 Edition der Moilena in den Handel, das Starkbier im Rum Fass gelagert, mit welchem wir unsere Kunden zum Start in das neue Jahr beglückt haben. In der Gastronomie werden wir weiterhin unser regional-nachhaltiges Konzept ausbauen und mit internationalen, kreativen und „craftigen“ Bieren „on tap“ unsere Bierliebhaber überraschen.

**Wirtschaftsforum:** Welches Ziel haben Sie sich langfristig für die Brauerei gesetzt?

**Fürstin von Wrede:** Ein großes Thema in den nächsten Jahren wird die Sanierung des gesamten Brauereigebäudes sein. Ich bin zuversichtlich, dass wir dieses Jahr damit starten können. Das Unternehmen wird auch weiterhin in Familienhand bleiben – unsere Kinder werden Fürst Carl weiter-



#### KONTAKTDATEN

Fürst von Wrede GmbH  
& Co. Unternehmens KG  
Schlossstraße 10  
91792 Ellingen  
Deutschland

+49 9141 978-0

info@fuerst-carl.de

www.fuerst-carl.de

f fuerstcarlschlossbrauerei

ig fuerstcarlschlossbrauerei

führen. Meine persönliche Vision ist es, die Marke Fürst Carl von dem Image der kleinen provinziellen Landbrauerei zu lösen und als Marke zu positionieren, mit der man in unserer Region tolle Produkte und Erlebnisse assoziiert. Vor diesem Hintergrund haben wir uns dazu entschlossen, in die Marke „Fürst Carl“ zu investieren und die Weichen für die Zukunft zu stellen.

Zusätzlich zum Bier hat Fürst Carl im vergangenen Jahr Desinfektionsmittel hergestellt





# Erholen. Entspannen. Erleben.

Traumhafte Alleinlage auf einem Sonnenplateau im Salzburger Land, herzliche Gastfreundschaft, exquisite Kulinarik, außergewöhnliches Wohlfühlambiente und ein überzeugendes Konzept gelebter Nachhaltigkeit – das Vier-Sterne-Superior Naturhotel Edelweiss in Wagrain setzt in vielfacher Hinsicht auf das Besondere. Das idyllisch gelegene Hotel ist ein Ort, an dem man entspannt und genießt – egal, ob im Aktiv- oder Wellnessurlaub, ob im Frühling, Sommer, Herbst oder Winter.

## Interview mit



**Saskia Bergmüller,**  
Inhaberin und  
Geschäftsführerin  
der Hotel Edelweiss Wagrain  
GmbH

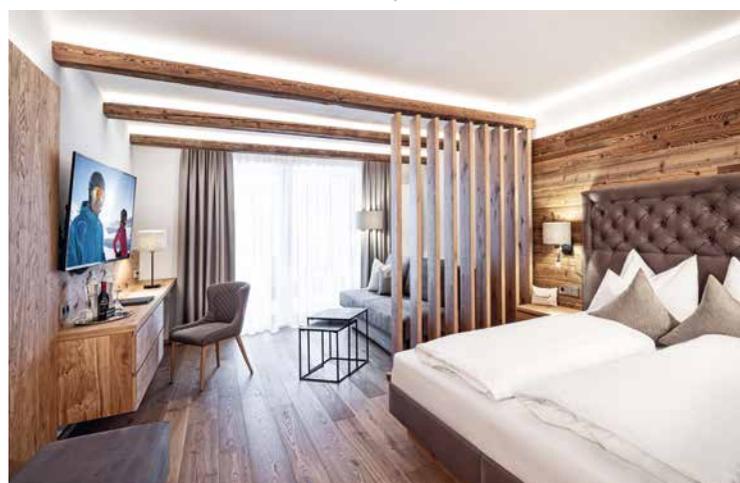


Das Skigebiet direkt vor der Haustür – mit 760 Pistenkilometern ein Eldorado für jeden Skifahrer

Der Winter war bis zum Lockdown gut, der Sommer der beste, seit es das Hotel gibt. Nun hat der Lockdown zum zweiten Mal dafür gesorgt, dass das Hotel Edelweiss Wagrain die Türen vorübergehend schließen musste. Für Inhaberin und Geschäftsführerin Saskia Bergmüller eine schwierige Situation, doch kein Grund, pessimistisch zu sein. „Wir hatten eine Epidemie-Versicherung, haben vom Staat Zuschüsse bekommen und versuchen, trotz der Krise nach vorn zu schauen“, sagt sie. „Es wird in Zukunft wieder eine Normalität geben, eine Zeit nach Corona. Es wird anders sein, aber wir werden unsere Chancen nutzen und freuen uns darauf, unsere Gäste zu verwöhnen.“

### Qualität macht den Unterschied

Saskia Bergmüller hat allen Grund, optimistisch zu bleiben. Das Naturhotel Edelweiss begeistert seit seiner Renovierung mit zeitgenössischem Charme. Das wissen die vielen Stammgäste zu schätzen, vermehrt aber auch junge Gäste, die Wert auf Nachhaltigkeit und modernes Flair legen, wie die Geschäftsführerin sagt. „Wir gehören zu den top Häusern der Region. Das Hotel ist einzigartig und erfüllt die gehobenen Ansprüche unserer Gäste. Diese treffen heute sehr viel bewusster Entscheidungen, was unserem Haus zugutekommt.“ In Wagrain und im Salzburger Land ist das Edelweiss seit Langem eine Institution; seit



Naturmaterialien schaffen in den 42 Zimmern eine besondere Wohlfühlatmosphäre

der Renovierung 2018, in die rund 4,5 Millionen EUR geflossen sind, ist das Haus ein Vier-Sterne-Superior-Hotel mit höchsten Qualitätsansprüchen. Sämtliche Zimmer wurden renoviert, Mitarbeiterunterkünfte gebaut, Lounge und Restaurant vergrößert, um mehr Platz für Gäste zu schaffen. Mit 42 Zimmern ist das Edelweiss klein, aber fein – und ganz bewusst anders als andere. „Wir haben in Qualität investiert“, wie Saskia Bergmüller resümiert. „Dabei hat das Thema Nachhaltigkeit eine zentrale Rolle gespielt. Das Hotel liegt inmitten einer traumhaften Natur und wir fühlen uns dieser einzigartigen Natur verpflichtet.“

### Natürlich anders

Naturmaterialien dominieren im gesamten Haus, die Natur ist die Quelle der Inspiration, auch was das Design betrifft. Vollholz wie Eichen- und Lärchenholz aus Österreich wurde verarbeitet, im Spa-Bereich haben Steinböden aus der Steiermark einen starken Auftritt, Stoffe wurden mit Pflanzenfarben gefärbt, gereinigt wird mit Trockendampf. Der Nachhaltigkeitsgedanke beschränkt sich allerdings nicht auf die Einrichtung, sondern setzt sich in allen Bereichen durch. Zum Beispiel in kulinarischer Hinsicht. Das Frühstück besteht zu 90% aus Bio-Produkten; Eier kommen aus dem Ort, der Nachbar liefert das Fleisch. Angeboten wird eine



Auf der Terrasse kommen Gäste nicht nur in den Genuss kulinarischer Köstlichkeiten, sondern auch eines spektakulären Blicks in die Natur



Der Schwimmbiotop garantiert Erfrischung auf natürliche Art

klassisch-österreichische Küche mit einem modernen Twist – eine Philosophie, die mit den drei Adjektiven natürlich, bodenständig, regional zusammengefasst werden kann. Das Trinkwasser kommt aus der eigenen Quelle am Hausberg, es gibt eine E-Ladestation für Elektroautos sowie einen kostenlosen Ab- und Zubringer-Shuttle für Gäste, die umweltfreundlich mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen. Wie weit der Nachhaltigkeitsgedanke

im Naturhotel geht, zeigt sich eindrucksvoll im ersten Green Spa Europas. „Unser Wellnessbereich ist in Passivhausbauweise konstruiert“, erklärt Saskia Bergmüller. „Damit waren wir die Ersten in Europa. Wir brauchen nur ein Viertel der Energie eines herkömmlichen Wellnessbereiches.“ Im Spa-Bereich gehen Wellness und Naturverbundenheit eine harmonische Verbindung ein – dafür wurde das Hotel mit dem Energy Globe ausgezeichnet. Hier relaxen

Gäste und tanken neue Energie bei Massagen, in der Sauna, beim Yoga, Qi Gong und Lu Jong. Im Sommer lädt das Schwimmbiotop zum erfrischenden Bad ein.

### Man kümmert sich – um Gäste, Mitarbeiter und die Natur

Mit dem Angebot trifft das Hotel den Nerv der internationalen Gäste. Neben attraktivem Ambiente und Angebot schätzen diese Herzlichkeit, Engagement und Kompetenz der Mitarbeiter. „Wir legen großen Wert auf eine fundierte fachliche Ausbildung“, sagt Saskia Bergmüller. „Man muss dem Gast gegenüber Wertschätzung bringen und Freude an der

Arbeit haben. Das kann man nicht lehren.“ Für die Nach-Corona-Zeit gibt es ambitionierte Pläne. Das alte Wirtschaftsgebäude soll abgerissen und neu errichtet werden; geplant sind zudem ein neuer Yoga-, Seminar- und Fitnessraum sowie Unterkünfte für die Mitarbeiter. Weil man sich kümmert. Ganz selbstverständlich.



“ „Unser Hotel ist einzigartig; gelebte Nachhaltigkeit und Qualität machen uns anders.“

Saskia Bergmüller,  
Inhaberin und Geschäftsführerin



### KONTAKTDATEN

Hotel Edelweiss Wagrain GmbH  
Weberland 65  
5602 Wagrain  
Österreich  
☎ +43 6413 8447  
✉ +43 6413 84477  
hotel@mein-edelweiss.at  
www.mein-edelweiss.at



# Wiener Charmeoffensive

Kunst und Kultur, Tradition und moderne Lebensart, grüne Oasen und urbanes Flair – es gibt Städte, die einfach in allen Punkten überzeugen. Dazu gehört ohne Zweifel Wien – zehnmal in Folge zur lebenswertesten Stadt der Welt gewählt. Die österreichische Hauptstadt begeistert mit einzigartigem Charme, dem Menschen aus aller Welt erliegen. Wer Wien hautnah erleben möchte, findet im Hotel Kaiserhof, im Herzen der Stadt ideal gelegen, mehr als nur ein ganz besonderes Hotelzimmer.

Das 4-Sterne-Hotel Kaiserhof vereint Tradition und Moderne auf eine Art und Weise, die ganz typisch für Wien ist. Hier treffen traditionelle Werte wie Höflichkeit, Herzlichkeit, Zuvorkommenheit und exzellenter Service auf modernsten Komfort. Gäste wissen diese besondere Kombination zu schätzen – auf TripAdvisor und anderen wichtigen Plattformen wird das Hotel hervorragend bewertet und rangiert unter den Top 5 der Stadt.

## Wiener Institution

Seit drei Generationen führt die Familie Hofer die Geschäfte des Hotels. 125 Jahre ist es am Markt, 1896 wurde es als Hotel erbaut. In den 1970er-Jahren übernahmen die Großeltern des heutigen Geschäftsführers Christian Hofer das Haus, bauten es im Laufe der Jahre kontinuierlich um und aus, renovierten und modernisierten, um den Ansprüchen der Gäste gerecht zu werden. Von 1984 bis 2018 war das Hotel Teil der Best Western Kooperation, eine Partnerschaft, die vor allem in Vertriebs Hinsicht sehr positiv war. Heute ist die Tertius Hotel

Betriebs GmbH Betreibergesellschaft für den Kaiserhof in Wien und ein zweites Hotel gleichen Namens in Kitzbühel. Ein weiteres Hotel am Ossiacher See in Kärnten wird momentan geplant. 90 Mitarbeiter sind 'eigentlich' für die Gesellschaft tätig, davon 37 am Stammsitz Wien. Eigentlich, denn vor einem Jahr kam Corona. „Wir hatten durch die positive Entwicklung der Stadt Wien in den vergangenen 15 bis 20 Jahren eine durchschnittliche Auslastung von 85%“, so Geschäftsführer Christian Hofer. „Mit Corona kam dann auch für uns eine Zäsur; nun hoffen wir, in ein bis zwei Jahren wieder auf unser vorheriges Niveau zu kommen.“

## Mit Charme, Herz und Kompetenz

Im Kaiserhof tut man alles dafür, dieses Ziel zu erreichen. Hier wird die Maxime 'Am Puls der Zeit, der Tradition verbunden, einfach echt und herzlich' gelebt. Nicht nur mit seiner 125-jährigen Geschichte hebt sich der Kaiserhof von anderen Hotels der Stadt ab. Mit 74 Zimmern ist das Jahrhundertwendehotel ein relativ kleines

Haus, das großen Wert auf eine persönliche Note legt. „Wir sind ein Vier-Sterne-Haus mit Fünf-Sterne-Servicequalitäten“, betont Christian Hofer. „Dieses traditionsreiche Hotel begeistert mit einem einzigartigen Stil und einem

90  
MITARBEITER

besonderen Flair. Das Haus kann Geschichten erzählen; gleichzeitig bietet es alle Annehmlichkeiten, die Gäste heute erwarten. Genau das schätzen unsere Gäste. Der

## Interview mit



**Christian Hofer,**  
Geschäftsführer  
der Tertius Hotel Betriebs GmbH

Kaiserhof ist kein verstaubtes Hotel, sondern ein Traditions Haus, das modern geführt wird.“

## Nicht Hotel, erweitertes Wohnzimmer

Teil der modernen Führung ist, dass man sich einmal jährlich für ein bis zwei Tage in Klausur be-



Der lichtdurchflutete Wintergarten lädt zum Verweilen ein

gibt, um über Visionen und Ziele und die gemeinsame Unternehmenskultur zu sprechen. Gemeinsam entwickelt man Strategien und Leitbilder, die von Mitarbeitern und Gästen geschätzt werden. „Die Nähe zu den Mitarbeitern liegt uns sehr am Herzen“, so Christian Hofer. „Sie sind es letztlich, die den Gästen einen persönlichen Service bieten können. Am Ende verlassen wir uns genauso auf unsere Mitarbeiter, wie diese sich auf uns verlassen.“ Persönlicher Service heißt für den Kaiserhof, auf die individuellen Wünsche einzugehen und sie im Idealfall zu übertreffen. Stammgäste werden mit Namen angesprochen, ihre Wünsche sind hinterlegt und werden erfüllt, bevor sie ausgesprochen werden. Touristen aus aller Welt und Businessgäste kommen genau aus diesem Grund gerne in das Wiener Traditionshotel. „Menschen sind Gewohnheitstiere“, so Christian Hofer. „Sie wünschen bestimmte Zimmer oder ein bestimmtes Frühstück. Werden diese Wünsche erfüllt, kommen sie gerne wieder. Wenn Gäste unser Hotel als ihr erweitertes Wohn-



Biedermeier-Elemente, Himmelbett und geschmackvolle Farbakzente verleihen der Superior-Suite eine elegante, individuelle Note



„Gäste sollen unser Hotel als ihr erweitertes Wohnzimmer betrachten.“

**Christian Hofer,**  
Geschäftsführer

zimmer ansehen, sind wir zufrieden.“ Gäste werden animiert, nach einem Aufenthalt Bewertungen auf entsprechenden Plattformen abzugeben – heute ein zentrales Marketinginstrument. „Man muss bei den Bewertungsplattformen einfach oben sein“, erklärt Christian Hofer. „Wir nutzen zwar

intensiv alle Social Media-Kanäle, verschicken aber auch ganz traditionell Weihnachtskarten. Es ist auch hier die Mischung, auf die es ankommt.“

#### Tradition verpflichtet

Natürlich trägt auch die Stadt Wien mit ihrem unvergleichlichen Charme zur hervorragenden Hotelauslastung bei. Die Stadt boomt – auch, weil viel investiert wurde. Wien ist sauber und umweltfreundlich. Diese Aspekte spielen auch für den Kaiserhof eine große Rolle. „Wir haben uns konsequent der Nachhaltigkeit verpflichtet, sind Green Globe- und ECARF-zertifiziert und leben auch danach“, wie Christian Hofer unterstreicht. Das Thema Nachhaltigkeit wird auch in Zukunft eine große Rolle spielen. „Wir werden uns künftig auf die Wünsche



Die Admiral-Suite – stilvoll, komfortabel, besonders



#### KONTAKTDATEN

Tertius Hotel Betriebs GmbH  
Frankenberggasse 10  
1040 Wien  
Österreich  
☎ +43 1 5051701  
✉ +43 1 5058875  
wien@hotel-kaiserhof.at  
www.hotel-kaiserhof.at

einer neuen Generation einstellen müssen, die das Traditionelle vielleicht nicht mehr so schätzt“, so Christian Hofer. „Die Digitalisierung ist natürlich ein großes Thema, das uns noch mehr beschäftigen wird. Am Puls der Zeit zu agieren bedeutet, immer wieder neue Anforderungen in ganz kurzer Zeit zu erfüllen. Diese Schnelligkeit in Sachen Infrastruktur wird eine große Herausforderung sein. Deshalb werden wir kundenorientiert handeln, uns stetig weiterentwickeln, Investitionen tätigen, um das ganze Haus zu optimieren. Gleichzeitig sind wir davon überzeugt, dass es immer Gäste geben wird, die Sinn für das Traditionelle haben, die in unserem Haus in eine neue Welt eintauchen wollen. Wir wollen auch in Zukunft für ein Leitbild stehen, das Menschlichkeit und Herzlichkeit in den Mittelpunkt stellt. Als Vertreter einer Familie, die seit acht Generationen Gastgeber ist, freue ich mich gemeinsam mit den Mitarbeitern auf diese tolle Aufgabe, diese Tradition pflegen zu dürfen.“

# Homelifte mit der Stimme steuern

Noch bis vor rund zehn Jahren hat man große Aufzughersteller mit Komponenten beliefert. Heute entwirft und fertigt die NOVA S.r.l. eigene Aufzüge für den Innen- und Außenbereich. Der Wechsel vom Zulieferer zum Markenhersteller brachte den Erfolg für das italienische Unternehmen. Wirtschaftsforum hat mit CEO Dott. Fabrizio Nicoli über die neuesten Innovationen, wie zum Beispiel ein Aufzugmodell, das sich per Sprachbefehl bedienen lässt, sowie über soziales Engagement und nachhaltige Produktion gesprochen.

Interview mit



Dott. Fabrizio Nicoli,  
CEO  
der NOVA S.r.l.

**Wirtschaftsforum:** Herr Nicoli, Ihr Unternehmen hat 1992 als Zulieferer von Aufzugkomponenten angefangen. Wie kam es dazu, dass Sie jetzt Ihre eigenen Produkte herstellen?

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Wir haben zunächst Kabinen für die großen Aufzughersteller wie Otis Schindler oder ThyssenKrupp, gefertigt. Im Jahr 2009 haben wir begonnen, komplette Aufzugsanlagen für den Residential-Bereich herzustellen. Anfangs haben wir für die großen Gruppen weitergearbeitet, aber inzwischen produzieren wir nur noch für unsere eigene Marke. Das war unsere beste Entscheidung: vom Komponentenzulieferer zum Markenhersteller zu werden.

**Wirtschaftsforum:** Wie hat sich NOVA seitdem entwickelt?

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Hätten wir diese Entscheidung damals nicht getroffen, hätten wir wohl nach wie vor nur 20 Mitarbeiter und würden für den lokalen Markt fertigen. Heute haben wir 60 Be-



Seit zwölf Jahren entwickelt NOVA seine eigenen, hochwertigen Aufzugsanlagen für den Residential-Markt

schäftigte, einen stabilen Umsatz von 14 Millionen EUR und Kunden in 27 Ländern auf der ganzen Welt. 60% unserer Aufzüge gehen ins Ausland.

**Wirtschaftsforum:** Welches sind Ihre wichtigsten Exportmärkte?



Die Produktion erfolgt zu 100% in Italien, geliefert wird europaweit sowie bis nach Australien

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Aktuell Australien und Mitteleuropa, hier vor allem Deutschland, die Schweiz und die Benelux-Staaten. Kurzfristig wollen wir unsere Position in Frankreich, Großbritannien und Spanien weiter ausbauen, langfristig in Fernost. Wir haben zwölf Showrooms weltweit, davon zwei in China und einen in Vietnam.

**Wirtschaftsforum:** Ihre Aufzüge sind bekannt für hohe Qualität und Zuverlässigkeit sowie ein ansprechendes Design. Ist Letzteres nicht sehr länderspezifisch?

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Wir nähern uns jedem Markt individuell; das

gilt auch für Deutschland. Wir bieten sehr robuste Anlagen, die ästhetisch anspruchsvoll sind und die Anforderungen der Architekten erfüllen. Wir sind hauptsächlich im Bereich kleinere Aufzüge für Wohnhäuser tätig, und da spielt individuelles Design eine große Rolle.

**Wirtschaftsforum:** Sie investieren viel in die Entwicklung neuer Produkte.

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Ja, vor Kurzem haben wir Vocal Suite auf den Markt gebracht, einen neuartigen Aufzug, der mit Sprachbefehlen bedient werden kann, also

komplett ohne Berührung – ideal für Hauskomfort, Domotik und Hygiene in der Pandemie. Wir sind damit Pioniere.

**Wirtschaftsforum:** Wie wurde der neue Aufzug vom Markt angenommen?

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Sehr gut. Wir haben bereits eine zweistellige Zahl in Italien, Deutschland und Großbritannien installiert.

**Wirtschaftsforum:** Ist die Corona-Krise für Sie spürbar?

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Wir sind natürlich wie alle von der Pandemie betroffen, haben es aber trotzdem geschafft, in den schwarzen Zahlen zu bleiben. Das peilen wir auch für das laufende Jahr an. Wir investieren weiter und bringen eine weitere, neue Produktlinie auf den Markt: Giotto, mit drei runden, transparenten Aufzugmodellen. Wir arbeiten hier mit dem international bekannten Architekten Simone Micheli zusammen.



Der Firmensitz von NOVA befindet sich im Motor Valley, dem Herzen der italienischen Autoindustrie in der Emilia Romagna



#### KONTAKTDATEN

NOVA S.r.l.  
Via Galileo Galilei, 116/C  
40014 Crevalcore (BO)  
Italien  
☎ +39 051 985330  
✉ +39 051 985220  
info@mondonova.it  
www.novaelevators.it

**Wirtschaftsforum:** Apropos international, Sie sprechen drei Sprachen und haben für Ihre Arbeit die halbe Welt bereist.

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Offenheit gegenüber Neuem ist für uns fundamental. Ich habe immer im Bereich Verkauf und Marketing gearbeitet. Es ist wichtig zu verstehen, was Kunden von ihrem Lieferanten erwarten, da je nach Markt die Gewohnheiten anders sind.

**Wirtschaftsforum:** Eine offene Haltung gilt auch für Ihr soziales

Engagement und den Einsatz für die Umwelt, oder?

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Ja, wir unterstützen soziale Einrichtungen und Sportvereine in der Region, die weniger Glück hatten als wir, erzeugen 70% unserer Energie mittels Fotovoltaik, haben alle herkömmlichen Leuchtkörper durch LED-Lampen ersetzt und in der ganzen Firma Plastik eliminiert. Man muss der zukünftigen Generation die bestmögliche Welt hinterlassen, auf der man leben kann.

**Wirtschaftsforum:** Das heißt Wachstum um jeden Preis ist für Sie nicht die oberste Maxime.

**Dott. Fabrizio Nicoli:** Unser Ziel ist ein nachhaltiges Wachstum. Wir wollen die Innovationen weiter ausbauen und dabei unseren Unternehmenswerten treu bleiben. Der Wert einer Firma besteht in den Menschen und deren Energie. Bei uns arbeiten alle zusammen und respektieren einander um gemeinsam Wohlstand und Zufriedenheit für alle Stakeholder zu schaffen, vom Kunden über die Belegschaft bis zum Zulieferer.



Die neueste Produktlinie: Giotto, mit drei runden, transparenten Aufzugmodellen



Zukunftsmarkt Fernost: NOVA hat weltweit zwölf Showrooms, darunter zwei in China und einen in Vietnam



Designer-Fahrschulskabine, entworfen von Stararchitekt Simone Micheli



# LEADER IN EMIS

NEXT LEVEL

***Weil die inneren Werte zählen - Ihre Elektronik in Serie!***

Als einer der Top-Fertigungsdienstleister des deutschen EMS-Marktes ist SERO ein angesehener Spezialist für die Fertigung komplexer Elektronikbaugruppen. Mit einem der modernsten und innovativsten Maschinenparks der Branche beliefern wir internationale Fertigungsstandorte global agierender Kunden.

Kontaktieren Sie uns unter: [sales@sero.com](mailto:sales@sero.com)



**SERO**<sup>®</sup>

## Kontakte

Richard Wenzel GmbH & Co. KG  
Benzstraße 5  
63741 Aschaffenburg  
Deutschland  
☎ +49 6021 34690  
📠 +49 6021 346988  
info@wenzel-kerzen.de  
www.wenzel-kerzen.de

TOPdesk Deutschland GmbH  
Hertelsbrunnenring 24  
67657 Kaiserslautern  
Deutschland  
☎ +49 631 624000  
📠 +49 631 624 00100  
info@topdesk.de  
www.topdesk.de

RHEIN-PLAST GmbH  
Altenbacher Straße 24-26  
67098 Bad Dürkheim  
Deutschland  
☎ +49 6322 7980  
📠 +49 6322 798161  
info@rhein-plast.de  
www.rhein-plast.de

SPENDIT AG  
Fraunhoferstraße 23h  
80469 München  
Deutschland  
☎ +49 89 200318810  
info@spendit.de  
www.spendit.de

compacer GmbH  
Max-Planck-Straße 6-8  
71116 Gärtringen  
Deutschland  
☎ +49 7034 9989100  
📠 +49 7034 99891055  
info@compacer.com  
www.compacer.com

European Bank for Financial Services  
GmbH  
Bahnhofstraße 20  
85609 Aschheim  
Deutschland  
☎ +49 89 45460890  
📠 +49 89 45460892  
service@ebase.com  
www.ebase.com

Fürst von Wrede GmbH  
& Co. Unternehmens KG  
Schlossstraße 10  
91792 Ellingen  
Deutschland  
☎ +49 9141 978-0  
info@fuerst-carl.de  
www.fuerst-carl.de

📘 fuerstcarlschlossbrauerei  
📷 fuerstcarlschlossbrauerei

Hotel Edelweiss Wagrain GmbH  
Weberlandl 65  
5602 Wagrain  
Österreich  
☎ +43 6413 8447  
📠 +43 6413 84477  
hotel@mein-edelweiss.at  
www.mein-edelweiss.at

Tertius Hotel Betriebs GmbH  
Frankenberggasse 10  
1040 Wien  
Österreich  
☎ +43 1 5051701  
📠 +43 1 5058875  
wien@hotel-kaiserhof.at  
www.hotel-kaiserhof.at

NOVA S.r.l.  
Via Galileo Galilei, 116/C  
40014 Crevalcore (BO)  
Italien  
☎ +39 051 985330  
📠 +39 051 985220  
info@mondonova.it  
www.novaelevators.it

**KOSTENLOSER EINTRAG AUF WIRTSCHAFTSFORUM.DE**

<https://www.wirtschaftsforum.de/unternehmensprofile>

★ PREMIUM

Aeris GmbH



📍 Hans-Stießberger-Straße 2a  
85540 Haar  
🌐 [www.aeris.de/](http://www.aeris.de/)  
☎ +49 89 9005060  
📧 [info@aeris.de](mailto:info@aeris.de)

**UNTERNEHMENSPROFIL >**

★ PREMIUM

VPZ Verpackungszentrum GmbH



📍 Anton-Mell-Weg 14  
8053 Graz  
🌐 [www.vpz.at](http://www.vpz.at)  
☎ +43 (0) 316 272568-0  
📧 [office@vpz.at](mailto:office@vpz.at)

**UNTERNEHMENSPROFIL >**

★ PLUS

1A Autenrieth Kunststofftechnik GmbH & Co. KG



📍 Gewerbestraße 8  
72535 Heroldstatt  
🌐 [www.autenrieth-kunststofftechnik.de](http://www.autenrieth-kunststofftechnik.de)  
☎ +49 7389 90880  
📧 [Kontakt](#)

## 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

**International Business Media GmbH**  
Landersumer Weg 40  
48431 Rheine · Deutschland

**Chefredakteur:**  
Manfred Brinkmann,  
Diplom-Kaufmann

# GOLDEN HERO

Sei ein Gesundheitsheld –  
geh zur Darmkrebsvorsorge!



## Darmkrebsvorsorge erfordert auch ein wenig Heldenmut

Mit Witz und klarer Sprache gehen wir auf die Menschen zu, informieren über Darmkrebsvorsorge und fragen nach den Gründen, wieso man sich um die eigene Gesundheit kümmern sollte – und zwar dort, wo wir viele Menschen treffen: auf Facebook. Unser Ziel: mit „Teilen“ und „Liken“ möglichst viele erreichen, die dann selbst zum Helden der eigenen Gesundheit werden.



Die Heldenkampagne von Norgine finden Sie hier



NORGINE und das Norgine-Segel sind eingetragene Marken der Norgine-Unternehmensgruppe. DE-GE-PLV-2100030

*Denn Patienten sind  
unsere Inspiration*