

Wirtschaft im Süden



Interview:

Zuverlässigkeit und Qualität sind kein Zufall

Benjamin Klingenberg, Managing Director DACH-Region der
NCAB Group Germany GmbH, Seite 04

Porträts:

- › **STOWA GmbH & Co. KG**, Seite 12
- › **Lucaffé Venturelli Gian Luca S.r.l.**, Seite 26

Special Wirtschaft im Süden

12



Jörg Schauer,
Geschäftsführer
der STOWA GmbH & Co. KG

14



Henrik Schäfer,
Geschäftsführer und
Inhaber
der SWE Südwestenergie
GmbH

10



Michael Hirthammer,
Geschäftsführer
der Harry's Factory in
Deutschland

16



Claudia Hofmann,
Geschäftsführerin
der Rybak + Hofmann
rhv-Technik GmbH + Co. KG

18



Roger Braun,
CEO
der BBC Cellpack GmbH –
BBC Cellpack Electrical
Products

08



Felix Schmitt,
Director Sales,
Business Development
der R-Pharm Germany GmbH

04



Benjamin Klingenberg,
Managing Director
DACH-Region
der NCAB Group Germany
GmbH

06



Dr. Heiner Pollert,
Gründer
der PATENTPOOL Group



24



Pascal Barbezat,
CEO und Inhaber
Polydec SA



22



Dr. Dieter Reitz,
Geschäftsführer
der MCE GmbH

21



Hansjörg Stocker,
Geschäftsführer
des congress Schladming



26



Gian Luca Venturelli,
Geschäftsführer
der Lucaffé Venturelli Gian
Luca S.r.l.



28



Stefano Serena,
Geschäftsführer
der Sirelma Group Srl

30



Roberto Rossetti,
Geschäftsführer
der Finelvo Srl

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

Zuverlässigkeit und Qualität sind kein Zufall

Leiterplatten, wie ein komplexes Labyrinth aus leitfähigen Bahnen, sind das Herzstück aller elektronischen Geräte. Einer der am schnellsten wachsenden Leiterplattenhersteller in Europa ist die schwedische NCAB Group, die seit 2007 mit einer Tochtergesellschaft in Deutschland präsent ist. Wirtschaftsforum hat Benjamin Klingenberg, Managing Director DACH-Region der NCAB Group Germany GmbH, zum Erfolg des Unternehmens befragt.

Wirtschaftsforum: Herr Klingenberg, der schwedische Mutterkonzern wurde 1993 gegründet und ist seitdem kontinuierlich stark gewachsen. Was sind die wichtigsten Meilensteine der deutschen Tochter?

Benjamin Klingenberg: Die deutsche GmbH wurde 2007 gegründet und ist an vier Standorten in Deutschland präsent. Somit decken wir das ganze Bundesgebiet ab und können die nötige Kundennähe gewährleisten. Seit der Gründung verzeichnen wir ein durchgehend positives Wachstum, in den letzten zwei Jahren sogar deutlich im zweistelligen Bereich.

Wirtschaftsforum: Was steckt hinter diesem Erfolg? Was sind die Stärken des Unternehmens?

Benjamin Klingenberg: Wir sehen uns in erster Linie als Lieferant für sehr hohe Qualität. Das ist das, was in unserer DNA steckt. Die Qualität hat einen so hohen Stellenwert im Unternehmen, dass wir sehr stolz auf unsere Produkte und die Leistungen des Unternehmens sein können. Das wird noch durch die Unternehmenskultur gestärkt, die auf kollaboratives Miteinander ausgelegt ist. Das führt zu einem sehr angenehmen und motivierenden Arbeitsumfeld.

Wirtschaftsforum: Sie sind seit 2019 Managing Director DACH-Region. Wie sehen Sie Ihre Aufgabe – eher strategisch oder operativ?

Benjamin Klingenberg: Ich sehe meine Aufgabe auf zwei Ebenen – einmal in Richtung des Kunden und einmal in Richtung der Mitarbeiter. Auf der einen Seite arbeite ich eng mit den Kunden zusammen, um Lösungen auf strategischer Ebene zu entwickeln. Auf der anderen Seite ist es meine Aufgabe alle Probleme aus dem Weg zu räumen, die die Mitarbeiter daran hindern, ihre Arbeit besser zu machen als sie es ohnehin schon tun. Dabei sehe

Interview mit



*Benjamin Klingenberg,
Managing Director
DACH-Region
der NCAB Group Germany
GmbH*

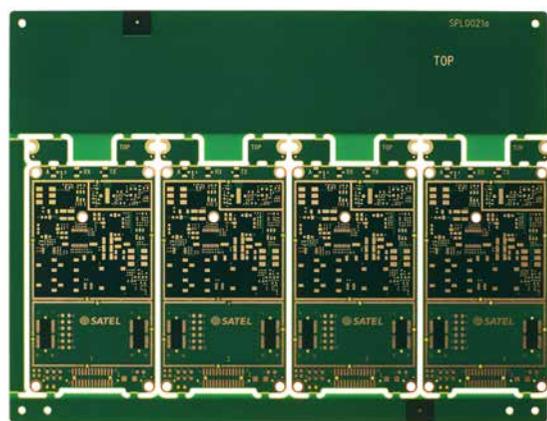
ich mich auch als gleichgestelltes Mitglied des Teams. Die NCAB Group Germany GmbH hat eine intern klar abgestimmte Strategie und perspektivisch noch sehr viel mehr vor. Wir dürfen also gespannt sein.

Wirtschaftsforum: Was sind die Kernprodukte Ihres Portfolios?

Benjamin Klingenberg: Als Leiterplattenhersteller haben wir im Endeffekt nur ein Produkt. Dabei ist jede Leiterplatte ein maßgeschneidertes Bauteil, das in einem bestimmten Endprodukt eingesetzt wird. Leiterplatten sind heutzutage in allen möglichen Produkten enthalten, vom Handy bis hin



Leiterplattenproduktion in China. Rund 60% der weltweiten Leiterplattenproduktion findet in China statt



HDI-Leiterplatten (High Density Interconnect) gehören seit über 20 Jahren zum Produktportfolio der NCAB Group Germany GmbH



Starke Beziehungen machen den Unterschied: Die Mitarbeiter der NCAB Group Germany bei einem Teambuilding Event im Jahr 2020



KONTAKTDATEN

NCAB Group Germany GmbH
 Elsenheimer Straße 7
 80687 München
 Deutschland
 ☎ +49 89 1500 16640
 📠 +49 89 1500 16641
 germany@ncabgroup.com
 www.ncabgroup.com



zum Auto, und der Markt wächst. In der Automobilindustrie werden bis zu 70% mehr Leiterplatten eingebaut als vor 10 oder 15 Jahren. Durch die rasanten Fortschritte im Internet of Things sind Leiterplatten auch in verschiedenen Haushaltsgeräten, wie zum Beispiel Kühlschränken, zu finden. Dadurch wird das Gerät zu einem lebenden und kommunizierenden Objekt. Das war vor zehn Jahren noch völlig unvorstellbar. Wir beliefern auch Branchen wie die Medizintechnik oder den Maschinenbau. Das Spannende daran ist, dass wir jedes Mal eine völlig neue Leiterplatte entwickeln.

Wirtschaftsforum: Der Markt entwickelt sich rasant. Wie setzen Sie sich von der Konkurrenz ab?

Benjamin Klingenberg: Ganz klar durch die Qualität und Zuverlässigkeit unserer Lösungen. Wir bringen uns gerne sehr früh in die Entwicklungsprozesse mit ein. Wenn unsere Techniker den Kunden schon bei der Ideenfindung und Entwicklungsphase begleiten,

sorgt das erfahrungsgemäß dafür, dass das Produkt besser, zuverlässiger und deutlich günstiger in der Produktion ist.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Kunden?

Benjamin Klingenberg: Ein Großteil unserer Kunden stammt aus Industriebranchen wie der Automatisierungs- und Steuerungstechnik. Wir sind auch stark in der Medizintechnik unterwegs, sowie in der Bahntechnik und der Luftfahrtbranche.

Wirtschaftsforum: Wie gestalten sich Ihre Marketing-Aktivitäten?

Benjamin Klingenberg: Wir haben ein sehr großes Außendienstnetz, das sich über die ganze DACH-Region erstreckt und für die Neukundenakquise und Bestandskundenbetreuung zuständig ist. 2019 haben wir gezielt angefangen, den Marketingbereich auszubauen und uns dabei vor allem auf den Online-Bereich zu fokussieren. Die Zielsetzung dabei umfasste unter anderem die Neukundenwerbung sowie die Erhöhung der Brand

Awareness. Vor allem während der Corona-Krise hat sich der Schritt in den Online-Bereich bezahlt gemacht, da wir, trotz des Ausbleibens von persönlichen Besuchen und Veranstaltungen, unsere Kunden weiterhin über unsere Online-Kanäle erreichen und sie schnell und zuverlässig über aktuelle Themen informieren konnten und das auch immer noch tun. Sobald es allerdings möglich ist, werden wir uns wieder auf den persönlichen Kundenkontakt fokussieren, denn genau der macht uns schließlich aus. Der Mensch im Innen- und Außendienst ist für uns nicht die Vergangenheit, sondern die Zukunft bei einem immer komplexer werdenden Produkt.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihre Vision für die Zukunft?

Benjamin Klingenberg: Unsere Vision ist es die Nummer 1 in der Branche zu werden. Wir möchten, dass die Kunden an NCAB denken, wenn sie für ihr Produkt eine Leiterplatte benötigen.



Durch Aus- und Weiterbildung bekommen die Mitarbeiter der NCAB Group die Möglichkeit sich beruflich weiter zu entwickeln

Die Patentpool Group aus München vereint Unternehmens- und Erfindergeist

Mit disruptiven Technologien und Methoden kennt man sich bei der Patentpool Group aus. Schließlich ist man damit seit mehr als 20 Jahren erfolgreich. Doch das Fördern und Schützen von Innovationen ist nur eine Seite der Medaille. Die andere Seite zielt die Förderung des Unternehmertums in Deutschland. Die Kombination dieser beiden Welten macht Patentpool einzigartig und gerade darin liegt das Erfolgsgeheimnis.

Schutz und Förderung von Zukunftstechnologien

Dr. Heiner Pollert, Gründer der Patentpool Group, sah schon Ende der 1990er-Jahre, dass im patentrechtlichen Schutz von disruptiven Technologien noch viel ungenutztes Potenzial schlummerte. Das Schützen einer Technologie war das eine; diese dann in Form eines Produktes zur Marktreife zu bringen und durch den Verkauf einen Profit zu erzielen ist das andere.

So entstand das Geschäftsmodell der Patentpool Group: Das Unternehmen schützt nicht nur Zukunftstechnologien, sondern ist auch Geldgeber und Teilhaber an den geförderten Unternehmen, mit dem Ziel, die disruptiven Technologien gewinnbringend zu vermarkten.

Teilhaber und Investor zugleich

Wenn die Experten bei Patentpool zum Schluss kommen, dass ein Projekt zukunftssträftig ist und

finanziellen Erfolg verspricht, gründet Patentpool gemeinsam mit dem Team, das die Technologie entwickelt, eine Kapitalgesellschaft, und wird somit Teilhaber. Das hat für das Forschungs- und Entwicklungsteam gleich mehrere Vorteile, wie Dr. Heiner Pollert erklärt: „Wir von Patentpool übernehmen die organisatorischen und patentrechtlichen Aufgaben. Wir kümmern uns um die betriebswirtschaftliche Organisation des neuen Unternehmens, das

Interview mit



Dr. Heiner Pollert,
Gründer
der PATENTPOOL Group

Marketing und Networking, und sorgen für die Kapitalbeschaffung. Die Forscher und Entwickler können sich also komplett auf die Technologieentwicklung konzentrieren und diese zügig marktreif machen.“

Nachhaltigkeit als Aushängeschild

Grundsätzlich fördert Patentpool nur Projekte, die moralisch, ethisch und ökologisch unbedenklich sind, sowie von nachhaltigem Charakter gekennzeichnet sind.

Dr. Heiner Pollert stellt klar, dass man sich bei Patentpool nicht auf bestimmte Branchen festlegt: „Wir sind grundsätzlich sämtlichen Technologien und Erfindungen gegenüber aufgeschlossen, die das Potenzial haben, disruptiv in einen Markt vorzudringen und die-



Key-Visuals
der Patentpool-Projekte

Der ehemalige Nato-Atom-Bunker in Leipheim bei Günzburg – hier wird das Medizinische Cannabis von Bavaria Weed verarbeitet. (Rendering der Aussenansicht)



KONTAKTDATEN

PATENTPOOL Group
Tal 34
80331 München
Deutschland
☎ +49 89 22802988
kontakt@patentpool.de
www.patentpool.de



sen zu verändern. Wenn Projekte technologisch spannend sind und unseren Nachhaltigkeits- und Ethikanforderungen entsprechen, spricht alles dafür, dass wir uns diese genauer anschauen und nach genauer Prüfung auch engagieren.“

Medizinischer Cannabis zukünftig aus Süddeutschland

Eines der erfolgversprechendsten Projekte, an dem Patentpool beteiligt ist, ist die Bavaria Weed GmbH, und ein schönes Beispiel dafür, dass die Patentpool Group

mit ihrer langjährigen Erfahrung einen „guten Riecher“ für lukrative Projekte hat.

Schon 2017 sahen die Experten dort, dass die Nachfrage nach Cannabis für medizinische Zwecke im Rahmen von Schmerz- und Krebstherapien stetig anstieg.

Die Bavaria Weed GmbH wurde 2018 gegründet, nur kurz nachdem Cannabis als Schmerzmittel in Deutschland zugelassen worden war.

Das Unternehmen erhielt als eines der ersten in Deutschland die Lizenzen zum Import von Cannabisrohstoffen und zur Herstellung von medizinischen Cannabisprodukten.

Aus einem ehemaligen Nato-Bunker in Leipheim bei Günzburg wird das Unternehmen künftig Apotheken mit Produkten zur Schmerztherapie beliefern.

„Wir wollen natürlich nicht nur irgendein Großhändler sein“, sagt Dr. Heiner Poller. „Unsere Ambitionen sind, dass wir mittel- bis langfristig eine vollständige Digi-

talisierung des Unternehmens anstreben. Die Dokumentation, die einen hohen Aufwand verursacht und in der Branche noch manuell gemacht wird, ist bei uns vollständig digitalisiert.

Und Bavaria Weed ist nur eines der zahlreichen Projekte, die die Patentpool Group fördert, und eindeutig beweist, dass das Zusammenbringen von Forschern, Entwicklern, Patentexperten, erfahrenen Unternehmern und Marketingspezialisten ein disruptives Geschäftsmodell ist.



Innenansicht des Bunkers mit Logo der Bavaria Weed GmbH



Lageraum für das medizinische Cannabis

Gesundheit – kostbarer denn je

Interview mit
Felix Schmitt,
Director Sales,
Business Development
der R-Pharm Germany GmbH

Das Gesundheitsbewusstsein der Deutschen ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Seit der Corona-Krise ist das Thema präsent wie nie und die Nachfrage nach Vitaminen und Präparaten zur Stärkung des Immunsystems so groß wie selten zuvor. Diesen Trend nimmt auch die R-Pharm Germany GmbH aus Illertissen deutlich wahr. Das Unternehmen produziert Nahrungsergänzungsmittel und Arzneimittel im Auftrag ihrer Kunden – auf Basis höchster Qualitätsansprüche.

Wirtschaftsforum: Herr Schmitt, wie lässt sich die Kernkompetenz der R-Pharm kurz und prägnant umreißen?

Felix Schmitt: Wir sind seit dem Verkauf des Standorts von Pfizer an R-Pharm in 2014 Lohnfertiger, der sich zunächst auf die Herstellung klassischer und hochpotenter Arzneimittel konzentrierte, heute auch im Bereich Nahrungsergänzungsmittel tätig ist.

Wirtschaftsforum: Die R-Pharm war lange Teil des Pfizer-Konzerns und gehört heute zu einem russischen Unternehmen. Wie kam es dazu?

Felix Schmitt: Die Anfänge des Standorts Illertissen der R-Pharm liegen in der Mitte des 19. Jahrhunderts. Gründer Heinrich Mack war einer der ersten Pharmazeuten, die sich auf die Herstellung von Arzneimitteln spezialisierten. Das Unternehmen war lange in Familienbesitz, wurde Mitte der 1970er-Jahre von Pfizer übernommen, um das europäische Netzwerk auszubauen. Fast 40 Jahre war man Teil dieses globalen Konzerns mit erfolgreichen Präparaten, die in 150 Länder exportiert wurden. Anfang 2014 bot Pfizer das Unternehmen schließlich zum Kauf an. Der Käufer hatte die Möglichkeit, den Produktionsstandort zu übernehmen und über eine gewisse Vertragslaufzeit weiter für Pfizer zu produzieren.

Wirtschaftsforum: Das war dann der Moment, als die R-Pharm ins Spiel kam.

Präparate zur Unterstützung des Immunsystems sind in Pandemie-Zeiten gefragt wie selten zuvor; hier 'Beemune', ein Präparat, das mit der natürlichen Kraft der Bienen arbeitet



Beemune - the royal
body's defense



Felix Schmitt: Genau. R-Pharm ist ein erfolgreiches Pharmaunternehmen, das zweitgrößte in Russland. Mit der Akquisition wollte man einen strategischen Fußabdruck in Europa hinterlassen.

Wirtschaftsforum: Wie wirkt sich die Übernahme auf den Standort Illertissen aus?

Felix Schmitt: Wir sind hier komplett unabhängig, treffen autarke Entscheidungen. Als Teil der Gruppe profitieren wir gleichzeitig von einem internationalen Netzwerk und einem entsprechenden Wissenstransfer.

Wirtschaftsforum: Das heißt, heute produziert R-Pharm weiter für Pfizer?

Felix Schmitt: Ja, wir produzieren zum Teil im Lohn Pfizer-Produkte entsprechend der Vertragslaufzeit. Aber wir haben auch andere Kundensegmente. In der Vergangenheit standen klar hochpotente Arzneimittel im Fokus, in den letzten Jahren sind freiverkäufliche Produkte, das heißt Nahrungsergänzungsmittel hinzugekommen.

Wirtschaftsforum: Ist das Unternehmen mit den neuen Produkten auch strukturell gewachsen?



Felix Schmitt schätzt es, dass R-Pharm die Gesundheitssituation global etwas besser macht



Illertissen - traditionsreicher Pharmastandort, der auf Diversität setzt



KONTAKTDATEN

R-Pharm Germany GmbH
 Heinrich-Mack-Straße 35
 89257 Illertissen
 Deutschland
 ☎ +49 7303 120
 r-pharm-germany@r-pharm.com
 www.r-pharm.de

Felix Schmitt: Wir haben in Illertissen 350 Mitarbeiter und sind in den vergangenen Jahren stetig gewachsen. In Kürze wird der Liefervertrag mit Pfizer auslaufen; das ist eine Zäsur, sie war allerdings klar und ist kalkulierbar. Damit werden Kapazitäten frei und es bieten sich neue Chancen.

Wirtschaftsforum: Was charakterisiert genau die zwei Unternehmensstandbeine?

Felix Schmitt: Die pharmazeutische Lohnherstellung, inklusive Entwicklung und Verpackung, ist nach wie vor unser Kerngeschäft. Dabei geht es zum Beispiel um Zytostatika und Immunsuppressiva für Krebspatienten, Autoimmunkrankheiten oder eine Vielzahl anderer Indikationsgebiete wie Tuberkulose gehen. Hier arbeiten wir für Pfizer und andere große Pharmaunternehmen; mit vielen haben wir langjährige Partnerschaften, die uns sehr wichtig sind. Im Segment Nahrungsergänzung bringen wir neben der Lohnherstellung für Dritte auch eigene Produkte auf den Markt. Für R-Pharm war dieser Produktbereich erst Neuland, wir haben anfangs mit einem Start-up kooperiert und waren sehr schnell erfolgreich.

Wirtschaftsforum: Das sind zwei sehr unterschiedliche Produktbereiche. Gibt es Übereinstimmungen oder Synergien?

Felix Schmitt: Die beiden so unterschiedlichen Segmente ergänzen sich hervorragend. Das klassische Pharmaziegeschäft ist sehr zeitintensiv, das Nahrungsergänzungsmittelgeschäft sehr schnell. Damit haben wir einmal eine sehr langfristige, nachhaltige Planung, können auf der anderen Seite kurzfristige Umsätze generieren. Der Markt für Nahrungsergänzungsmittel hat sich in der Vergangenheit sehr gewandelt. In Deutschland hatten sie ein eher angestaubtes Image, wurden vor allem über Apotheken vertrieben. Heute sind es Lifestyle-Produkte, die an Tankstellen, am Kiosk oder beim Friseur erhältlich sind. Sie spiegeln Trends wider, sind bio, vegan. Hartgelatinekapseln waren früher aus Schweine- oder Rindergelatine, heute aus Kartoffelstärke, wir verwenden bisher nur Kapseln aus pflanzlicher Cellulose. Die Verpackungen sind stylish und trendy. Hinzu kommt eine viel größere Bandbreite. Gab es früher ein klassisches Multivitaminprodukt für alle, sind heutige Produkte sehr stark persona-

liert und möglichst nah am Konsumenten. Das heißt, die Volumen werden kleiner, die Komplexität größer. Auch die Kunden sind sehr heterogen von kleinen Start-ups zum Großkonzern. In der Pandemie ist die Nachfrage nach immunstärkenden Produkten exorbitant gestiegen. Wir bedienen den Markt unter anderem mit auf Echinacea oder Propolis basierenden Produkten. Hier gibt es viele Anfragen aus unterschiedlichsten Richtungen. Unser langfristiges Ziel ist eine gewinnmaximierende Auslastung zu schaffen, die sich in einem breiten Portfolio widerspiegelt. Seit Herbst letzten Jah-

res investieren wir am Standort mehrere Millionen in eine Biotech-Produktion und Abfüllung. Dies soll neben den klassischen Arzneimitteln und Nahrungsergänzungsmitteln in festen Formen ein weiteres Standbein bilden. Das Unternehmen soll auf stabile, erfolgsorientierte Beine gestellt werden und dabei helfen, die Gesundheitssituation global ein Stück weit besser zu machen.



© Stock-Fotografie-ID:625780526 Maartje van Caspel

„Rückgrat des Wachstums sind die Rasierklingen aus unserem Werk in Eisfeld“

Interview mit
Michael Hirthammer,
Geschäftsführer
der Harry's Factory in
Deutschland

Ein hochmodernes Unternehmen mit langer Tradition: Harry's in Eisfeld entwickelt und produziert Rasierklingen und Rasiersysteme in höchster Qualität und nach den neuesten Standards. Dabei kommt dem Betrieb mit Sitz im thüringischen Eisfeld die Erfahrung von mehr als 100 Jahren zugute. So gehen die Anforderungen bewährter Handwerkskunst und die Möglichkeiten modernster Technologien eine gelungene Verbindung ein, deren Ergebnis ein perfektes Rasurerlebnis ist.



Die lernende Organisation als Ideal: Geschäftsführer Michael Hirthammer

Wirtschaftsforum: Lassen Sie uns zum Beginn unseres Gesprächs ein wenig in den Rückspiegel schauen. Welche Schritte haben nach Ihrer Auffassung die Entwicklung des Unternehmens Eisfeld maßgeblich geprägt?

Michael Hirthammer: Da spielt sicherlich die Tatsache eine Rolle, dass das Unternehmen bereits vor mehr als 100 Jahren entstanden ist. Seit Beginn der 1950er-Jahre wurden hier am Standort Eisfeld Rasierklingen zunächst aus Karbonstahl hergestellt, seit Ende der 1960er-Jahre aus rostfreiem Stahl. Nach der Wende wurde

der Betrieb nicht zerschlagen, sondern ist an einen Unternehmer übergegangen. Mit seinem Know-how und seinem Geld hat er das Unternehmen weiter ausgebaut und entscheidende Entwicklungen vorangetrieben, zum Beispiel den gotischen Bogen. So wurde 2007 der erste Dreischneider eingeführt – für einen Mittelständler eine bahnbrechende Innovation. Im März (2021) eröffnete Harry's in Deutschland, Frankreich, Belgien und in den Niederlanden seinen Onlineshop. In Nordamerika und Großbritannien sind wir mittlerweile auch im stationären Handel präsent.

Wirtschaftsforum: Wie ist Ihr Unternehmen heute strukturiert. Gibt es in Deutschland weitere Standorte außerhalb von Eisfeld?

Michael Hirthammer: Eisfeld ist unser einziger Standort in Deutschland. Ansonsten gibt es einen weiteren Firmensitz in Großbritannien und unser Mutterkonzern hat seinen Sitz mitten in Manhattan. Insgesamt beschäftigt Harry's zurzeit rund 1.000 Mitarbeiter und erzielte 2020 einen Umsatz von über 300 Millionen EUR. Wir wachsen jedes Jahr zweistellig, in den vergangenen Jahren waren es mehr als 20%.

Wirtschaftsforum: Wie erklären Sie sich dieses für diese schwierigen Zeiten ungewöhnlich hohe Wachstum?

Michael Hirthammer: Es ist die Kombination von einem Unter-

MEHR ALS
300
MILLIONEN EUR
UMSATZ

nehmen mit einer hundertjährigen Geschichte und einem Start-up in New York. Es sind die Produkte



Diese Harry's Rasierer gibt es unter www.harrys.de zu erwerben



Standort seit mehr als 100 Jahren: Harry's im thüringischen Eisfeld

und die Technologien, verbunden mit dem Verständnis für unsere Kunden, innovativem Marketing sowie dem Start des Business komplett online. Vor diesem Hintergrund entwickeln wir unsere Produkte weiter.

Wirtschaftsforum: Welche wichtigen Impulse möchten Sie dem Betrieb in Ihrer Funktion als Geschäftsführer geben?

Michael Hirthammer: Ich sehe eine meiner Aufgaben darin, einen klassischen, mittelständischen Betrieb in eine lernende Organisation umzuwandeln und die Beschäftigten mitzunehmen. Zusätzlich versuche ich, Strukturen, die ich während meiner Zeit in Großkonzernen kennengelernt habe – soweit hilfreich und notwendig – in unser Unternehmen zu integrieren.

Wirtschaftsforum: Wie ist das aktuelle Portfolio aufgebaut? Welches sind die wichtigsten Produkte und Produktbereiche heute?

Michael Hirthammer: Wir produzieren nach wie vor Nassrasierer.

Wir verkaufen komplette Systeme, bei denen sie ein Griffstück mit einer Schneideinheit bekommen. Hinzu kommen Nachfüllpackungen, in der Regel mit vier, acht oder zwölf Schneideinheiten. Dies sind nach wie vor die wichtigsten Produkte für das organische Wachstum von Harry's. Außerdem bieten wir unseren Kunden Rasiergel und Körperpflegeprodukte an und haben auch

RUND
1.000
MITARBEITER

noch sehr viele weitere Ideen. Das Rückgrat des Wachstums ist und bleiben jedoch die Rasierklingen aus Eisfeld.

Wirtschaftsforum: Wen beliefern Sie mit Ihren Produkten und wo sind sie erhältlich?

Michael Hirthammer: Beim aktuellen Eintritt in den deutschen Markt haben wir im ersten Schritt den jungen, internetaffinen Men-

HARRY'S

KONTAKTDATEN

Feintechnik GmbH Eisfeld
a Harry's Inc Company
Seeweg 4
98673 Eisfeld/Thüringen
Deutschland
☎ +49 3686 362-0
📠 +49 3686 362-200
info.de@harrys.com
www.harrys-factory.de

Harry's Shop: www.harrys.de

📌 Harry's Factory

schen im Blick, der auch viel in den Social Media unterwegs ist. Später werden wir auch eine breite Kundenschicht bedienen.

Wirtschaftsforum: Zum Abschluss die Frage: Was ist Ihre Zukunftsvision vom Unternehmen? Wo möchten Sie es in den kommenden drei bis fünf Jahren hinführen?

Michael Hirthammer: Als lernende Organisation wird unser Unternehmen weiter so agil und so präsent am Markt sein, das wir für alles was kommt bestens aufgestellt sein werden.

„Der Sinn einer Uhr bleibt, die Uhrzeit abzulesen“

Traditionelles Design in die heutige Zeit zu transferieren und das in hoher Qualität ist der Anspruch der STOWA GmbH & Co. KG aus Engelsbrand an ihre Uhren. Seit 1927 hat sie immer wieder Mut zur Veränderung gezeigt, ohne sich dabei untreu zu werden. Geschäftsführer Jörg Schauer erzählt mit großer Leidenschaft von schönen Uhren, Klassikern im neuen Gewand und analogen und digitalen Entwicklungen.

Interview mit



Jörg Schauer,
Geschäftsführer
der STOWA GmbH & Co. KG

Wirtschaftsforum: Herr Schauer, wie begann die Geschichte von STOWA?

Jörg Schauer: Der Name STOWA ist abgeleitet von Walter Storz, der die Firma 1927 im Kinzigtal im Schwarzwald gegründet hat. 1935 ist er nach Pforzheim übersiedelt. Die erste bekannte und heute für uns immer noch wichti-

Museumsstücke: Die Uhren von STOWA überzeugten von Beginn an durch Qualität und ansprechendes Design

ge Uhr war das Modell Antea im Bauhausstil, die 1937 präsentiert wurde. 1938 wurde in Pforzheim das erste eigene Firmengebäude gebaut. 1940 wurde STOWA einer von fünf Herstellern der Fliegeruhr. Diese große, sehr funktionale Uhr wurde von den Fliegern über der Jacke getragen. Sie hatte ein reduziertes Design und war durch Leuchtzahlen und -zeiger sehr gut ablesbar. Diese Uhr erlebte 1990 einen neuen Boom. Mittlerweile habe ich ihr Design modernisiert und in die heutige Zeit transferiert. 1942 hat STOWA auch eine Marineuhr zur Verwendung auf Schiffen gebaut. In den letzten Kriegstagen wurde das Firmengebäude zerstört. Die Firma zog daraufhin nach Rheinfeldern, kam aber schon 1954 nach Pforzheim zurück.

Wirtschaftsforum: Wann sind Sie eingestiegen, und wie ging es unter Ihrer Leitung weiter?



Die Fliegeruhr (l.) stammt ursprünglich aus dem Jahr 1940 und bildet in modernisiertem Design noch heute eine wichtige Säule der Kollektion. Im STOWA Museum (o.) finden sich Uhren aus fast 100 Jahren Firmengeschichte

können wir über 90 Länder beliefern. 2008 haben wir ein neues Gebäude in Engelsbrand gebaut, das auch ein kleines Museum mit unseren schönsten Stücken beinhaltet. Hier beschäftigen wir heute 20 bis 25 Mitarbeiter.

Wirtschaftsforum: Sind Sie der kreative Kopf von STOWA?

Jörg Schauer: Ja, ich entwickle, designe und baue die Prototypen. Ich sehe mich nach wie vor als Ideengeber, der immer wieder Inspirationen für neue Uhren gibt. Als Designer und Uhrenbauer



Das Firmengebäude in Engelsbrand spiegelt die hohen Ansprüche an Qualität und Gestaltung wider

möchte ich Klassiker modernisieren, auch mit moderneren Materialien, dabei aber nah am Original bleiben. Mein Anspruch ist, die Modelle in die heutige Formensprache zu übertragen und trotz neuen Designs die DNA von STOWA zu erhalten.

Wirtschaftsforum: Sie führen damit den Geist des Unternehmens weiter...

Jörg Schauer: Ja, der Geist ist sehr wichtig. Besuchern unseres Museums fällt immer wieder auf, wie schön unsere alten Uhren sind. Man muss bedenken, dass die Uhrenhersteller bis in die 1990er-Jahre, anders als heute, keine eigenen Designer hatten. Es gab Zifferblattfirmen und Gehäusefirmen, die ihnen ihre Entwürfe vorgestellt haben. Deshalb ähneln sich die Uhren aus diesen Zeiten. Meine beiden Vorgänger hatten ein gutes Händchen für die Auswahl und haben sich immer für sehr schöne Modelle entschieden. Ich möchte auch neue Impulse setzen, aber im Moment leben wir von unseren schönen Klassikern.

Wirtschaftsforum: Was macht Ihre Uhren aus?



Jörg Schauer: Ich habe ein gutes Gespür für klares, deutliches Design. Meine Uhren sind schon emotional, aber reduziert auf eine klare Aussage. Eine Uhr muss auch aus einem Meter Entfernung noch ablesbar sein. Denn bei allen modischen Spielereien bleibt der Sinn einer Uhr, die Uhrzeit abzu-

4.000-5.000
UHREN IM JAHR

lesen – möglichst schnell und genau. Es braucht aber auch ein präzises Uhrwerk und wertiges Material. Zu unseren Mindeststandards zählt die Verwendung von Saphirgläsern und ehrlichen Materialien wie Edelstahl, eine gute Ablesbarkeit, hohe Qualität und guter Service. Ich finde auch, eine Uhr muss zeitlos sein. Man sollte nicht beim alten Design stehen bleiben.

Wirtschaftsforum: Welche Faktoren sind außer den Uhren selbst ursächlich für den Erfolg von STOWA?

Jörg Schauer: Wichtig sind unsere Kreativität und die Entschlusskraft. Der Direktvertrieb versetzt uns außerdem in die Lage, unmittelbar mit dem Kunden zu kommunizieren. Wir können kurzfristig Feedbacks einholen, und das macht uns flexibler und schneller.

Wirtschaftsforum: Wo möchten Sie das Unternehmen in den nächsten Jahren hinführen?

Jörg Schauer: Wir werden analog bleiben und trotzdem digital sein. Wir wollen ein emotionales Produkt, und das erreicht man, wenn Dinge noch nachvollziehbar sind. Deshalb werden wir weiter mechanische Uhren bauen. Aber die Vermarktung wird zunehmend digital erfolgen. Dennoch wird es uns auch weiterhin wichtig sein, Kunden, etwa bei unseren Manufaktur-Tagen, zu uns zu holen und uns direkt mit ihnen auszutauschen.

Wirtschaftsforum: Worin liegt Ihre persönliche Motivation?

Jörg Schauer: Mir waren Menschen immer wichtig. Ich wollte ihnen Uhren nach ihren Wün-

STOWA
schön. gut. wahr.

KONTAKTDATEN

STOWA GmbH & Co. KG
Gewerbepark 16
75331 Engelsbrand
Deutschland
☎ +49 7082 942630
✉ +49 7082 9426339
info@stowa.de
www.stowa.de



Auf dem Weg zum Prototypen: Jörg Schauer (o.) ist der kreative Kopf des Unternehmens. Das Uhrmacherhandwerk wird bei STOWA seit 1927 gelebt

schen bieten, die es noch nicht gab. Für mich war es immer erfüllend, ihnen das i-Tüpfelchen zu geben, das sie woanders nicht bekommen konnten. Mich motiviert es, sie zufriedenzustellen und immer wieder Neues auszuprobieren.

„Energiewende mit E-Fuels“

Interview mit
Henrik Schäfer,
Geschäftsführer und
Inhaber
der SWE Südwestenergie GmbH

CO₂ reduzieren lautet die große Herausforderung für die Zukunft. Die SWE Südwestenergie GmbH aus Pforzheim, die mit zehn Standorten in Baden-Württemberg vertreten ist, trägt als Anbieter von Brenn- und Kraftstoffen ihren Teil dazu bei. Henrik Schäfer, Geschäftsführer und alleiniger Inhaber, treibt das Thema um und an. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum macht er deutlich, warum er die politische Ausrichtung allein auf 'Elektro' kritisch sieht und flüssige Brenn- und Kraftstoffe keineswegs in die Schmutzdecke gehören.

Wirtschaftsforum: Herr Schäfer, können Sie uns einen kurzen Überblick über die Geschichte der SWE Südwestenergie geben?

Henrik Schäfer: Die Vorgängerfirma Bauer + Orth wurde in den 1950er-Jahren gegründet. Sie betrieb ein ESSO-Tanklager. 1999 haben die Betreiber das Unternehmen, das aus drei kaufmännischen Mitarbeitern und drei Fahrern bestand, an den Mineralölhändlerkaufmann Thomas Nest verkauft. Er konnte das Geschäft stabilisieren und Handelsgeschäfte hinzukaufen. 2003 sind wir in Kontakt gekommen. Ich war damals bei den Stadtwerken Pforzheim im Energiehandel tätig. Die Stadtwerke haben sich an seiner Firma beteiligt. 2006 bin ich zu Bauer + Orth gewechselt, wo ich 2009 zum Geschäftsführer berufen wurde. 2011 habe ich

das Unternehmen durch Management-Buy-out übernommen. Seit 2007 haben wir stark expandiert, auch durch die Integration weiterer Handelsgeschäfte. Das Produktportfolio wurde immer mehr erweitert. Heute sind wir nahezu ein Vollanbieter und bieten neben unserem Kernprodukt Heizöl auch ein breites Portfolio unter anderem mit Strom, Gas und Pellets sowie viele Serviceleistungen rund um die Energieversorgung an. Zusätzlich zu unseren Aktivitäten am Wärmemarkt betreiben wir auch ein kleines Tankstellennetz. Wir beschäftigen inzwischen über 60 Mitarbeiter, haben rund 100.000 aktive Kunden und verzeichnen einen Jahresumsatz von 100 Millionen EUR.

Wirtschaftsforum: Werden Sie Ihren Expansionskurs fortsetzen?

Henrik Schäfer: Wir müssen nicht zwingend expandieren, wichtiger ist uns, unsere Kunden auf Augenhöhe gut zu bedienen. Chancen bieten sich in den Bereichen Produkte und Portfolio. Energiewende und Klimawandel bringen neue Herausforderungen mit sich. Wir sind beispielsweise schon früh in Projekte zur Wasserstoffforschung eingestiegen und arbeiten an der Entwicklung einer E-Fuel-Produktionsanlage mit. Wir sind auch Mitglied der eFuel Alliance, die sich mit der Frage beschäftigt, wie wir Ressourcen schonen können. Ein Teil der Lösung ist sicher die E-Mobilität. Aber Strom sollte in der Region verbraucht werden, in der er produziert wird. In Deutschland haben wir nur lei-



Henrik Schäfer ist alleiniger Gesellschafter und Geschäftsführer der SWE Südwestenergie GmbH

der nicht die besten klimatischen Voraussetzungen für die Erzeugung regenerativer Energie durch Fotovoltaik und Windkraft. Ein Ziel wird es deshalb sein, umweltfreundlich produzierten Strom in Wasserstoff und dann in Brenn- oder Kraftstoff zu verwandeln, um ihn transportier- und speicherbar zu machen. Auch strukturell und wirtschaftlich schwache Länder mit guten Voraussetzungen für die Erzeugung regenerativer Energie könnten dadurch Wirtschaftskraft aufbauen.



Energieanbieter mit Verantwortung: Südwestenergie setzt auf CO₂-Neutralität

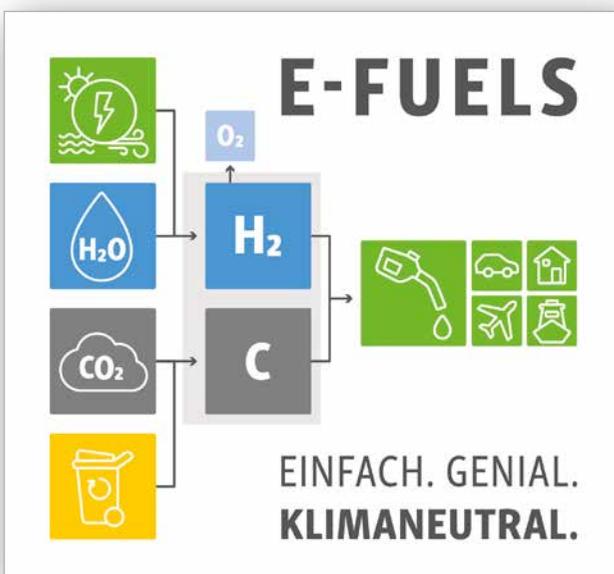
Wirtschaftsforum: Wie würden Sie Ihre Unternehmenskultur beschreiben?

Henrik Schäfer: Wir arbeiten sehr teamorientiert. Unsere Mitarbeiter können ihre Ideen einbringen. Das entspricht unserem Leitbild, das Unternehmen gemeinsam zu entwickeln, mit einer Kultur, die von gegenseitigem Respekt geprägt ist. Dieser Aspekt kommt heutzutage oft zu kurz. Hier sehe ich deshalb auch eine Verantwortung des Mittelstandes, das

Wertesystem zu erhalten und den Menschen Orientierung zu geben.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie in der Zukunft?

Henrik Schäfer: Das große Ziel heißt CO₂-Reduzierung, zu der wir unseren Teil beitragen. Seit drei Jahren sind wir CO₂-neutral. Wir haben unseren internen Fußabdruck ermitteln lassen und kaufen Zertifikate, um die CO₂-Erzeugung zu kompensieren. Das



Elektrolösungen überlegen: Mit E-Fuel wird umweltfreundlicher Strom transportier- und speicherbar

SÜDWESTENERGIE

gilt auch für die privaten Fahrten der Mitarbeiter zur Arbeitsstelle. Wir brauchen zur Umsetzung aber Leitplanken von der Politik. Unsere Kunden, auch die Tankkunden, können bei uns CO₂-kompensierte Brenn- und Kraftstoffe kaufen. Das sollte politisch anerkannt werden. Stattdessen werden flüssige Energieträger in die Schmutzdecke gestellt, obwohl sie erheblich sauberer geworden und regenerativ hergestellte Brenn- und Kraftstoffe grün sind. Die politische Ausrichtung geht aber allein in Richtung Elektro. Ich bin überzeugt, wenn wir die Technologien miteinander konkurrieren lassen und die Effizienz im Fokus haben, kommen wir schneller voran. Wir wollen bis 2030 erreichen, dass alle Produkte, die Kunden bei uns beziehen, CO₂-neutral sind.

Wirtschaftsforum: Welche Botschaft möchten Sie diesbezüglich an die Politik richten?

Henrik Schäfer: Ich wünsche mir im Hinblick auf die ambitionierten Klimaziele Technologieneutralität und -offenheit. E-Mobilität sollte nicht als alleiniges Allheilmittel betrachtet werden. Mit Biofuels und E-Fuels könnten wir künftig flüssige Brenn- und Kraftstoffe einsetzen, die regenerativ und klimaneutral sind. Die Politik sollte das unterstützen und auf dem Weg zur Klimaneutralität miteinbeziehen. Wenn wir dieses Ziel erreichen wollen, müssen wir

KONTAKTDATEN

SWE Südwestenergie GmbH
 Klumpensee 14
 75177 Pforzheim
 Deutschland
 ☎ +49 7231 1540920
 ✉ +49 7231 15409221
 info@suedwestenergie.de
 www.suedwestenergie.de



Tanken mit SWE: Die Kunden können Klimaneutralität dazu kaufen

auch gemeinschaftlich handeln, nicht nur auf nationaler Ebene. Wir stehen vor einer internationalen Herausforderung, die auch international angegangen werden muss. Ich möchte aber auch einen Appell an die Gesellschaft richten. Wir befinden uns in einem Zeitalter des Alarmismus; alles ist geprägt von Hysterie und Panikmache. Das verängstigt die Menschen. Doch Angst ist bekanntlich der schlechteste Ratgeber. Wir sollten uns wieder erden und auf die wichtigen Themen konzentrieren. Ich habe aber das Gefühl, dass sich viele Menschen jetzt wieder auf die grundlegenden Werte zurückbesinnen. Das macht mich optimistisch für die Zukunft.

Präzisionsbeschichtungen 4.0

Die Digitalisierung und der zunehmend internationale Wettbewerb stellen Unternehmen vor die Herausforderung, sich stetig weiterentwickeln zu müssen. Innovationskraft wird zum Erfolgsfaktor. Als deutschlandweit führender Anbieter von beschichteten Präzisionsteilen setzt Rybak + Hofmann rhv-Technik GmbH & Co. KG auf innovative Lösungen und kontinuierliche Forschungs- und Entwicklungsarbeit, die für die Kunden des Unternehmens einen echten Mehrwert oder Nutzen bedeuten. Die Rybak + Hofmann rhv-Technik GmbH & Co. KG wurde bei ihrer Teilnahme am TOP100-Wettbewerb in die Top Ten gewählt und hat schon mehrere Innovationspreise gewonnen, unter anderem auch den René-Wasserman-Award.

Wirtschaftsforum: Frau Hofmann, welche Innovationen und Neuerungen gibt es aus dem Hause Rybak + Hofmann?

Claudia Hofmann: 2018 feierten wir unser Firmenjubiläum und im Zuge dessen wurde eine neue Halle auf dem Nachbargelände eingeweiht, die inzwischen produktionsfähig ist. Jetzt haben wir 600 m² mehr zur Verfügung. Dadurch konnten wir die Abteilung Drehen und Schleifen trennen, die Maschinen prozessoptimierter aufstellen und eine reinere Atmosphäre bei der mechanischen Bearbeitung der hochpräzisen Bauteile schaffen. Es wurde darüber hinaus auch das komplette metallografische Labor



Das Unternehmen verfügt über ein sehr gut ausgestattetes metallografisches Labor

umgestaltet, im neuen Gebäude großzügig eingerichtet und mit einer top-innovativen Prüfsoftware ausgestattet. Wir sind in der Lage, eine komplette kundenindividuelle Schichtentwicklung inklusive Schichtdokumentation mit Härte- und Porenmessung zu erstellen. Zurzeit sind wir dabei ein eigenes Technikum aufzubauen mit dem wir neue Verfahren aus der Oberflächentechnologie kombinieren und testen können, um damit gemeinsam mit unseren Kunden innovative Funktionsoberflächen zu entwickeln. Neue Schichtsysteme, zum Beispiel das Suspensi-

onnspritzen oder die Kombination von thermischen Spritzschichten mit dem 3-D-Druck, lassen unsere Möglichkeiten ins Unendliche wachsen, die wir in Kundenaufträge einfließen lassen. Bauteile werden zunehmend aus leichten Kunststoffwerkstoffen im 3-D-Druck gefertigt, die aber an der entsprechenden Stelle, zum Beispiel der Dichtung, dem glei-

Die Beschichtung und anschließende mechanische Bearbeitung von Präzisionsbauteilen ist die Kernkompetenz der rhv-Technik



Interview mit



Claudia Hofmann,
Geschäftsführerin
der Rybak + Hofmann
rhv-Technik GmbH + Co. KG

chen Verschleiß oder Korrosion standhalten müssen, wie zuvor ein Bauteil aus Stahl. Hier kann mit einer neuartigen thermischen Spritzschicht trotz veränderter Rahmenbedingungen die gleiche, oder sogar verbesserte Funktionalität erzeugt werden. Oberflächen von Verpackungsanlagen haben beispielsweise häufig den Anspruch, lebensmiteltauglich oder antimikrobiell zu sein. Hier entwickeln wir in einem Forschungsprojekt gemeinsam mit der Hochschule Aalen neue Schichtsysteme.

Wirtschaftsforum: In welchen Bereichen bei Ihnen im Unternehmen und in der Branche spüren Sie vor allem die zunehmende Digitalisierung?

Claudia Hofmann: Bislang vor allem im administrativen Bereich. Darüber hinaus legen die Kunden gesteigerten Wert auf Prozesseffizienz, da sie sich dadurch günstigere Preise erhoffen. Bei uns geht es allerdings viel um

Die Struktur einer
suspensionsgespritzten Schicht



Neu im Portfolio ist das Suspensionsspritzen, über das neue Schichtsysteme entwickelt werden kann

Einzelanfertigung. Hier ist der Digitalisierungsaufwand extrem hoch. Allerdings haben wir aktuell ein Produktionsplanungssystem in der Entwicklung, das wir einführen werden. Neu angeschafft haben wir eine Spritzbank, die mit einem Roboter kombiniert, komplexe Bauteilgeometrien abfahren kann, wie es in der thermischen Spritztechnologie bisher noch nicht möglich war. Die Offline-Programmierbarkeit ist ein weiterer Schritt in die Digitalisierung.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt in Ihrer Branche das Thema Nachhaltigkeit?

Claudia Hofmann: Das Thema wird wichtiger, zum Beispiel im Bereich der CO₂ neutralen Produktion. Die Kunden fordern immer häufiger den Nachweis der CO₂-neutralen Produktion entlang der gesamten Fertigungskette. Wir sind bereits seit 2005 Teilnehmer des ECOfit-Programms



Die rhv-Technik setzt in verschiedenen Bereichen Roboter ein, unter anderem um komplexe Bauteilgeometrien effizient beschichten zu können



des Landes Baden-Württemberg und gestalten unsere Fertigung kontinuierlich ressourcenschonend. Das kommt uns bei den steigenden Anforderungen unserer Kunden zugute. Unsere Fertigung ist mit LED-Beleuchtung ausgestattet, Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung wird bei uns großgeschrieben. Unsere Fertigung ist energieintensiv. Deshalb versuchen wir, so wenig Werkstoff wie möglich zu verbrauchen. Da wir Bauteile abkleben müssen, entsteht bei uns durchaus Abfall. Hier bauen wir entsprechende Vorrichtungen, die wir mehrfach verwenden können. Wir haben zudem eine spezielle Konstruktionssoftware im Einsatz, dass wir uns auch hier weiter in Richtung 3-D-Druck entwickeln können. Aktuell



Das Waiblinger Unternehmen kombiniert 3D-Scan-Methoden mit CAD-Systemen, um ressourcenschonend zu spritzen

sind wir in ein Forschungsprojekt mit dem Arbeitstitel 'Spritzerei 4.0' involviert. Um so wenig Spritzmaterial wie möglich zu verbrauchen, konturnah zu spritzen und Abdeckungsmaterialien zu vermeiden, werden hier 3-D-Scan-Methoden mit CAD-Systemen und Robotertechnologie kombiniert.

Wirtschaftsforum: Wer sind aktuell Ihre wichtigsten Zielgruppen?

Claudia Hofmann: Wir sind relativ breit aufgestellt. Zu unseren wichtigsten Kunden zählen aktuell Unternehmen aus der Verpackungsbranche, aus der Dichtungstechnik, Pumpenhersteller und Kraftwerke. Dabei kommt nach wie vor ein Großteil der Kunden aus Deutschland. Die meisten allerdings haben Dependancen weltweit und selbstverständlich begleiten wir sie auch international. Im vergangenen Jahr haben wir zum Beispiel mit einem Kunden und dessen Partner in China eine Schulung gemacht. In Kürze übernehmen wir für den Kunden weitere Schulungen für Niederlassungen in Brasilien und Indien.

Wirtschaftsforum: Frau Hofmann, was sind für das Jahr 2021 Ihre wichtigen Themen, Projekte und Ziele auf Ihrer Agenda?



KONTAKTDATEN

Rybak + Hofmann rhv-Technik GmbH + Co. KG
Eisentalstraße 27
71332 Waiblingen
Deutschland

☎ +49 7151 959980

✉ +49 7151 9599895

info@rhv-technik.de

www.rhv-technik.de

Claudia Hofmann: Aktuell arbeiten wir mit Hochdruck an unserer neuen Homepage. Darüber hinaus werden wir unsere Forschungsprojekte vorantreiben. Die wichtigen Themen sind hier das Suspensionsspritzen, 3-D-Druck, die Kombination von thermisch gespritzten Beschichtungen sowie die lebensmitteltauglichen Beschichtungen. Mit unserem neuen Produktionsplanungssystem werden wir unsere Prozesse weiter straffen und uns immer mehr in Richtung Industrie 4.0 weiterentwickeln.

Wirtschaftsforum: Wo möchten Sie das Unternehmen langfristig am Markt sehen?

Claudia Hofmann: Wir werden durch Automatisierung und Effizienzsteigerung wachsen. Vor allem aber sehe ich uns verstärkt in der Beratung unserer Kunden, Forschungsprojekte mit ihnen durchzuführen.

„Elektrifizierung erfordert einen riesigen Schub“

Die Energiewende hat viele Facetten. Eine von ihnen ist die Elektrifizierung. Hier kommt die BBC Cellpack GmbH – BBC Cellpack Electrical Products mit Sitz in Waldshut-Tiengen ins Spiel. Der international aufgestellte Anbieter von Kabelverbindungssystemen für Verteilnetze wächst auch in der Krise und blickt in eine positive Zukunft. Wie diese aussehen kann und wie sich das Unternehmen darauf einstellt, erzählt CEO Roger Braun im Interview mit Wirtschaftsforum.

Interview mit



Roger Braun,
CEO der
BBC Cellpack GmbH –
BBC Cellpack Electrical Products



Moderne Produktion: In Deutschland betreibt BBC Cellpack Electrical Products Produktionsstätten in Waldshut-Tiengen und Radeberg



Cellplus Kabelsteckanschlüsse in der Produktion

Wirtschaftsforum: Herr Braun, welche Entwicklungsschritte waren auf dem Weg zum heutigen Unternehmen wichtig?

Roger Braun: Die heutige BBC Cellpack Electrical Products hat ihren Ursprung in der Cellpack AG, einer Firma, die Cellophan hergestellt hat. Sie hatte einen Vertriebsvertrag mit 3M für Kabelarmaturen, der 1963 gekündigt wurde. Ein Jahr später ging sie mit einem eigenen Geschäft für diese Produkte auf den Markt. 1967 wurde dafür unser Produktionsstandort in Waldshut-Tiengen aufgebaut. In den 1980er-Jahren hat man Vertriebsgesell-

schaften in Holland, der Schweiz, Spanien, Frankreich, Singapur und Italien gegründet. 2003 wurde Prof. Dr. Giorgio Behr, Eigentümer der Behr Bircher Cellpack BBC Group, Mehrheitsaktionär und wir damit Teil der Gruppe. Neben einem weiteren Werk in Radeberg haben wir kleinere Produktionsstandorte in Malaysia und Indien gegründet sowie Vertriebsgesellschaften in Polen und, derzeit im Aufbau, in Dubai. Wir sind also heute ein internationales KMU mit den Schwerpunkten Europa, Asien und Mittlerer Osten.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie Ihre Rolle im Unternehmen,

welche Impulse können Sie ihm geben?

Roger Braun: Ich bin seit 2,5 Jahren im Unternehmen und kam damals aus der Kabelindustrie. Zuvor war ich im Gebäudemanagement tätig. Bei BBC Cellpack Electrical Products haben wir eine neue Strategie entwickelt, die die Vertriebssystematisierung, die Stärkung der Innovationskraft und die digitale Transformation beinhaltet, die unter anderem auch neue Möglichkeiten der Remote-Zusammenarbeit ermöglicht. Zurzeit geht eine richtige Welle durchs Unter-

nehmen. Wir wollen uns besser aufstellen und damit die Basis für weiteres Wachstum schaffen.

Wirtschaftsforum: Solche Veränderungen wirken sich immer auch auf die Unternehmenskultur aus. Welche Werte sind bei BBC Cellpack wichtig?

Roger Braun: Die Werte, die wir vermitteln, sind stark vom Gründer und Eigentümer geprägt. Es handelt sich um Mut, Engagement, Teamwork und Integrität. Gerade Mut zeichnet Herrn Prof. Dr. Behr besonders aus. Es bedeutet, Entscheidungen zu treffen,



Neue Gießharz-Abfüllanlage

auch ohne immer alle Informationen zu haben und alle Sichtweisen zu kennen. In Sachen Teamwork sind die Veränderungen in der Firma spürbar. Es geht darum, unsere verschiedenen Bereiche so miteinander zu verbinden, dass einerseits die wirtschaftliche Leistung steigt und andererseits die Weiterentwicklung der Teammitglieder gefördert wird. Wir wollen die Verantwortung so weit wie möglich nach unten delegieren und den Mitarbeitenden die entsprechenden Spielräume geben. Für mich steht außer Frage: Der Erfolg hängt von den Mitarbeitenden ab. Deshalb achten wir auch mehr darauf, die richtigen Menschen mit ihren Fähigkeiten und Kompetenzen am richtigen Ort zu haben.

Wirtschaftsforum: Welche Produkte bieten Sie an?

Roger Braun: Wir stellen Produkte zur Verbindung von Verteilnetzen her und nutzen dabei die unterschiedlichsten Technologien, um die vielfältigen Bedürfnisse aller Netzbetreiber zu erfüllen. Es handelt sich dabei um Muffen und Kabelgarnituren, die im Boden liegen und bedingungslos funktionieren und dort 20 bis 30 Jahre halten sollen. Die Produkte müssen daher zuverlässig und von hoher Qualität sein. Ein Hauptumsatzträger sind unsere Stecker für Mittelspannungstransformatoren und Schaltanlagen. Aktuell führen wir unser neues Produkt EASY-PROTECT ein. Das sind Gelboxen zum einfachen,

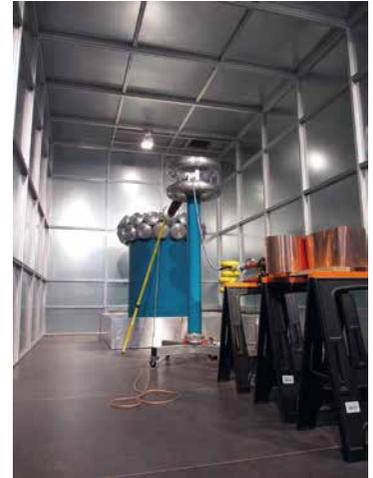


Seit 1967 wird in Waldshut-Tiengen produziert

schnellen und sicheren Feuchtigkeitsschutz von WAGO COMPACT-Verbindungsklemmen. (WAGO ist eine eingetragene Marke der WAGO Verwaltungsgesellschaft mbH). Das Echo vom Markt war bereits sehr positiv. Insgesamt bieten wir rund 9.000 Produkte an. Unsere wichtigsten Kundengruppen sind Verteilnetzbetreiber wie zum Beispiel E.ON als größtem Player und rund 600 weiteren Stadt- und Regionalwerken sowie der Elektrogroßhandel im deutschen Markt. Darüber hinaus beliefern wir OEM (Original Equipment Manufacturer), Industriekunden und Installierende direkt.

Wirtschaftsforum: Welche Produkte werden in Zukunft wichtig sein?

Roger Braun: Die einfache und sichere Montage wird ein zunehmend wichtiges Kriterium, da Fachkräfte im Markt Mangelware sind. Die Anforderungen an die Umweltverträglichkeit werden höher, und wir müssen die Rückverfolgbarkeit der Produkte verstärkt berücksichtigen. Bei uns heißt der Obertitel für zukünftige Entwick-



Im Testlabor werden die Produkte umfassend geprüft

lungen 'Grün'. Die Nachhaltigkeit geht dabei weit über das Produkt hinaus und umfasst generell die Bereiche Gesundheit, Sicherheit und Umwelt.

Wirtschaftsforum: Welche Faktoren tragen besonders zum Erfolg Ihres Unternehmens bei?

Roger Braun: Die Energiewende in Europa hilft uns natürlich, denn die Elektrifizierung schreitet durch sie immer weiter voran. Wir profitieren davon, wenn Renewables wie Windkraft- oder Solaranlagen entstehen. Im Mittleren Osten und Asien spielen das Bevölkerungswachstum und die Urbanisierung eine wichtige Rolle.



Zum Schutz vor äußeren Einflüssen wird die BBC Cellpack Geltechnologie eingesetzt



BBC
CELLPACK

Electrical Products

KONTAKTDATEN

BBC Cellpack GmbH
BBC Cellpack Electrical Products
Carl-Zeiss-Straße 20
79761 Waldshut-Tiengen
Deutschland

+49 7741 60070

electrical.products@cellpack.com

www.electricalproducts.cellpack.com





Das breite Produktsortiment umfasst auch Zubehör und Spezialprodukte

Je größer die Städte werden, umso größer werden die Verteilnetze. Diese Entwicklungen steigern die Nachfrage im Markt. Wir nutzen sie mit einer guten Strategie, die wir mit einem starken Team hinterlegen.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele haben Sie sich für die kommenden Jahre gesetzt, und inwieweit wurden diese durch die Corona-Krise beeinflusst?

Roger Braun: Insgesamt sind wir sehr gut durch die Corona-Krise gekommen, dank einer tollen Teamleistung. Die ganze Mann-

schaft war sehr engagiert und diszipliniert. Wir hatten zwar einige Corona-Fälle, konnten diese aber immer gut auffangen und hatten keine Produktionsausfälle. Dass wir in der Krise noch gewachsen sind, ist ein schöner Erfolg. Und zum Glück ist niemand aus der Belegschaft ernsthaft erkrankt. 2018 haben wir uns das Ziel gesetzt, unseren Umsatz bis 2023 zu verdoppeln, und daran halten wir auch fest. Wir wollen ein wichtiger Player werden und unter die ersten drei kommen. Das beinhaltet auch, alle Nachhaltigkeitskriterien zu erfüllen. Wenn wir das gut machen, kann es uns



BBC Cellpack Electrical Products bietet Stecker für die unterschiedlichsten Verteilnetze

IN KÜRZE

Kernkompetenz

Kabelverbindungssysteme für Verteilnetze

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1967

Struktur: Unternehmen der Behr Bircher Cellpack BBC Group

Niederlassungen: Waldshut-Tiengen, Radeberg, Malaysia, Indien, Niederlande, Singapur, Spanien, Italien, Frankreich, Polen, Dubai

Mitarbeiter: 330 weltweit

Umsatz: 80 Millionen EUR

Export: weltweit

Leistungsspektrum

Kabelverbindungssysteme in Warmschrumpf-, Gießharz- und Gelauführung, Kabelgarnituren, Stecker und Endverschlüsse der Compax-, Cellplus-, Contrax- und Hybridtechnologie für ungeschirmte und geschirmte Kunststoffkabel sowie papierisolierte Kabel, Elektro-, Isolier- und Montagebänder, Zubehör

Philosophie

We connect your energy

Zukunft

Umsatz von 2018 bis 2023 verdoppeln, Wachstum organisch und durch Zukäufe, Top-3-Player, Nachhaltigkeitskriterien erfüllen

auch Wettbewerbsvorteile gerade gegenüber den asiatischen Konkurrenten verschaffen.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die Rolle Ihres Unternehmens in der Energiewende?

Roger Braun: Die Elektrizität spielt für die Energiewende eine ganz wesentliche Rolle. Angenommen, die Hälfte aller Fahrzeuge wird elektrisch betrieben, dann wird die Infrastruktur von heute nicht mehr ausreichen, um sie zu bedienen. Das erfordert noch

einen riesigen Schub. Wir sehen darin deshalb große Potenziale.

Wirtschaftsforum: Was motiviert Sie persönlich besonders?

Roger Braun: Meine Motivation ist, Erfolg zu haben. Ich meine nicht den persönlichen, sondern den Unternehmenserfolg. Er gibt Befriedigung und führt dazu, dass die Arbeit mit anderen im Team Spaß macht. Gemeinsam stolz zu sein auf das, was wir erschaffen haben, ist eine große Motivation.

„Wir haben uns einen sehr guten Namen gemacht“!

Die einen loben die 'hochprofessionelle Licht- und Tontechnik'. Die anderen 'die professionelle Abwicklung vor Ort'. Kunden des congress Schladming sind voll des Lobes über das Gebäude und die Betreuung. Im Herzen Österreichs gelegen, überzeugt das hochmoderne Kongresszentrum inmitten der attraktiven Urlaubsregion Schladming-Dachstein mit vielen Stärken. Dabei eignet es sich gleichermaßen für internationale Konferenzen, nationale Tagungen und auch betriebsinterne Seminare.

Den Impuls zur Gründung des congress Schladming gab es schon lange. In den vergangenen Jahrzehnten hat sich die Region rund um Schladming zu einem der führenden Tourismusgebiete Österreichs entwickelt. Die vorhandene Dachstein-Tauern-Halle – vorwiegend für Sportveranstaltungen genutzt – war nicht mehr zeitgemäß. Im Zuge der Ausrichtung der FIS Alpinen Skiweltmeisterschaften 2013 wurde das zunächst als Pressezentrum genutzte Objekt 2011 eröffnet. Das

seinerzeit zum größten Teil von Land und Bund finanzierte Kongresszentrum setzt mittlerweile eine Million Euro pro Jahr um und beschäftigt acht Mitarbeiter.

Flexibles Raumangebot

Mit den Sälen Schladming und Rohrmoos, den Seminarräumen Haus, Pichl, Aich und Mandling sowie den Foyers im Erd- und Obergeschoss bietet der congress Schladming ein vielseitiges und flexibles Raumangebot, das Empfänge für bis zu 1.400 Personen ebenso ermöglicht wie Seminare für 20 Personen. „Unser Angebot wird größtenteils von Firmen genutzt“, erklärt Hansjörg Stocker, Geschäftsführer des congress Schladming. „Zu Beginn 2012 wurden jährlich rund 270 Veranstaltungen abgehalten, darunter viele kleinere mit 10 bis

20 Personen. Mittlerweile finden bei uns 150 Veranstaltungen pro Jahr statt, jedoch sehr viele mehrtägige. Wir haben uns in den vergangenen Jahren einen sehr guten Namen gemacht und für hochwertige Events auch viele Stammkunden gewonnen.“ Zu den Highlights des Gebäudes gehören unter anderem ein Kfz-befahrbarer Boden sowie modernste Medien- und Bühnentechnik inklusive Haupt- und doppelter Seitenprojektion.

Full Service

„Bei Anfragen von Veranstaltungen, kümmern wir uns zusammen mit dem hiesigen Tourismusverband um die Unterbringung der Gäste“, sagt Hansjörg Stocker. „Das Catering übernimmt unser hauseigener

Interview mit



*Hansjörg Stocker,
Geschäftsführer
des congress Schladming*

und exklusiver Partner. Und beim Erstellen eines Freizeitprogramms – auch für mitgereiste Partner und Familien – unterstützen wir ebenfalls gerne.“ Die zentrale Lage mitten in Österreich sowie die Herzlichkeit der Menschen rund um Schladming sind weitere Argumente, die für den congress Schladming sprechen. Selbst in Coronazeiten konnte das Kongresszentrum mittels eines umfassenden Konzepts auch für Veranstaltungen mit 300 bis 400 Teilnehmer neue Kunden gewinnen. Mittlerweile ist der congress Schladming auch Impfzentrum und Corona-Teststation. „Professionalität gepart mit persönlicher Betreuung und einem ausgewogenen Preis-Leistungs-Verhältnis – ganz einfach: Veranstaltungen liegen in unserer Natur“, verdeutlicht der Geschäftsführer. „Das wollen wir auch in Zukunft so halten.“

KONTAKTDATEN

congress Schladming GmbH
Europaplatz 800
8970 Schladming
Österreich
☎ +43 3687 22033
info@congress-schladming.com
www.congress-schladming.com



Vielseitig nutzbar: Das Kongresszentrum ist für kleine und große Veranstaltungen geeignet



„Brückenbau ist eine Erfüllung“

Interview mit
Dr. Dieter Reitz,
Geschäftsführer
der MCE GmbH

„Das Schöne an Brücken ist, dass man sieht, was man gemacht hat“, sagt Dr. Dieter Reitz, Geschäftsführer der MCE GmbH. Neben dem Brückenbau hat das österreichische Unternehmen mit Sitz in Linz aber noch weitere schwergewichtige Kompetenzen zu bieten. Vom Windkanal über das Parkhaus bis zum U-Boot-Simulator macht es im Stahlbau fast alles möglich. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum erzählt Dieter Reitz von seiner Faszination für Brücken und berichtet über herausragende Projekte.



Die 380 m breite Rheinbrücke Duisburg-Neuenkamp wurde zusammen mit der Firma Hoch-tief realisiert. Über die Brücke führt sechsspurig die A40



Dr. Dieter Reitz, Geschäftsführer der MCE GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Dr. Reitz, kann man Sie als 'Vollblutstahlbauer' bezeichnen?

Dieter Reitz: Ja, das trifft zu. Seit 1984 bin ich in diesem Bereich unterwegs, seit 2009 in Österreich bei der MCE als technischer Geschäftsführer. Ich komme aus Hessen und pendle nach wie vor zwischen Linz und Frankfurt. Studiert habe ich in Darmstadt, wo ich auch zum Thema Stahlverbundbau promoviert habe.

Wirtschaftsforum: Was motiviert Sie bei Ihrer Arbeit am meisten?

Dieter Reitz: Meine Motivation ist das, was ich hier mache. Ich habe Bauingenieurwesen studiert, weil ich immer ins Ausland wollte. Die Anfänge Mitte der 1980er-Jahre waren eine Saure-Gurken-Zeit. Mit der MCE habe ich mir dann meinen Traum erfüllt. Das Arbeitsumfeld war eine reine Bereicherung und Erweiterung meines Horizonts. Unsere Arbeit geht über den Brückenbau hinaus und wir haben internationale Projekte. Das Schöne an Brücken ist für mich, dass man sieht, was man gemacht hat: Die Tragkonstruktion ist gleichzeitig die Ästhetik. Das ist eine Erfüllung.

Wirtschaftsforum: Wie ist die MCE entstanden?

Dieter Reitz: Sie ist 1989 aus einer Privatisierung der damaligen Stahlindustrie in Österreich hervorgegangen. Aufgrund der europaweiten Stahlkrise hatte der Staat entschieden, den großen Stahlhersteller VÖEST und seine Bereiche, unter anderem den Stahlbau, zu privatisieren. In mehreren Schritten wurden die 23 Unternehmen mit dem Kunstnamen MCE vom Staat entlassen. Seitdem gab es mehrere Eigentümerwechsel. 2009 wurde die MCE AG von der Bilfinger SE gekauft. Nachdem sie 2014/2015 bereits

den gesamten Ingenieurbau mit Ausnahme der MCE Stahl- und Maschinenbau verkauft hatte, wurde die nunmehr firmierte MCE GmbH 2016 von der HABAU Hoch- und Tiefbaugesellschaft als Teil der Habau Group-Unternehmensgruppe übernommen. Mit ihr fand man endlich einen strategischen Käufer, der zudem trotz eines Umsatzes von 1,6 Milliarden EUR eigentümergeführt ist.

Wirtschaftsforum: Wie ist die MCE heute aufgestellt?

Dieter Reitz: Wir haben Niederlassungen in Bremen, Mainz, Toulouse und Sevilla sowie Tochterunternehmen in Tschechien und Ungarn. Die MCE beschäftigt aktuell 550 Mitarbeiter. Unser Jahresumsatz liegt bei über 100 Millionen EUR. Neben dem Stahlbrückenbau, unserem größten Geschäftsbereich, sind wir in mehreren weiteren Bereichen des Stahlbaus tätig.

Wirtschaftsforum: Welche Bereiche sind das?

Dieter Reitz: Seit Anfang der 2000er-Jahre haben wir ein Nischenprodukt: Wir bauen



Die neue Donaubrücke Linz beim Einschwimmen Ende Februar 2021

sogenannte Montagelinien für den Airbus. Seitdem durften wir für alle Airbus-Modelle Aufträge abwickeln und bauen für Airbus in Frankreich und Spanien. Nur England fehlt noch. Ein weiteres Geschäftsfeld sind Klima-Windkanäle für die Automobilindustrie. Dieses hat sich entwickelt, nachdem wir einen Klima-Windkanal für Züge gebaut hatten. Unser aktuelles Projekt ist ein Akustik-Windkanal für BMW. Unsere Bremer Niederlassung realisiert für Rheinmetall Electronics Simulatoren für U-Boote. Und die Niederlassung Rhein-Main macht

anspruchsvollen Stahlhochbau und -verbundbau. Zu ihren Projekten zählen zum Beispiel ein maßgeschneidertes Parkhaus in Lagos in Nigeria oder die Sanierung der 120 m langen Halle des Bonner Hauptbahnhofs. Mittlerweile stehen aber auch hier die Brückenbauprojekte im Fokus.

Wirtschaftsforum: Gibt es Projekte, die Sie besonders hervorheben würden?

Dieter Reitz: Im Moment arbeiten wir an der Neuen Donaubrücke Linz. Das ist ein spektakuläres,

von der Gestaltung her einzigartiges Bauwerk. 2020 haben wir mit der neuen Rheinbrücke Duisburg-Neuenkamp den größten Auftrag unserer Geschichte mit einem Auftragsvolumen von über 400 Millionen EUR eingefahren. Und dieses Jahr haben wir für die Rethenbrücke in Hamburg, eine der größten Klappbrücken der Welt, den Deutschen Brückenbaupreis erhalten.

Wirtschaftsforum: Was macht die MCE Ihrer Meinung nach so erfolgreich?

Dieter Reitz: Unsere Firma hat immer funktioniert und ihr Soll meist sogar mehr als erfüllt. Im Stahlbrückenbau sind wir so aufgestellt wie keiner unserer Wettbewerber: In Linz befindet sich nur der Kopf der Firma. Unsere gewerblichen Mitarbeiter, die die Stahlbrücke zusammenbauen, sitzen bei unseren Fertigungsstätten in Tschechien und Ungarn. Da derzeit die Lohnkosten in Osteuropa stark steigen, müssen wir allerdings entsprechende Strategien finden, um wettbewerbs-



KONTAKTDATEN

MCE GmbH
Lunzerstraße 64
4030 Linz
Österreich
☎ +43 732 90115843
✉ +43 732 69808162
office@mce-hg.com
www.mce-hg.com



fähig zu bleiben, zum Beispiel durch verstärkte Automation. Uns zeichnet auch aus, dass wir immer unseren Weg gegangen sind. Wir greifen nicht nach den Sternen, sondern wollen kontinuierlich und organisch wachsen. Außerdem versuchen wir uns so aufzustellen, dass wir für junge Leute interessant sind. Unser Gut ist der Mensch, und wir müssen für uns die richtigen Menschen finden. Charakter ist mindestens genauso wichtig wie Intelligenz und Kompetenz.



Im Hauptbahnhof Bonn hat die MCE die Stahlbauarbeiten bei der Sanierung der Halle durchgeführt



Für Airbus baut das Linzer Unternehmen Montagelinien für die verschiedenen Modelle wie hier für den A350

Mit dem richtigen Dreh in neue Märkte

Interview mit
Pascal Barbezat,
CEO und Inhaber
Polydec SA

Um kleinste Teile mit großer Wirkung dreht sich alles bei Polydec SA in Biel. Als Lohnfertiger von Mikro- und Präzisionsdrehteilen ist das Schweizer Unternehmen in verschiedenen Märkten erfolgreich unterwegs. Pascal Barbezat, CEO und Inhaber, erzählt im Interview mit Wirtschaftsforum von Produkten, die Tachonadeln, Uhren und Einspritzpumpen in Gang setzen, und erklärt, warum es sich das Unternehmen nicht einfach in seinen Nischen bequem gemacht hat.

Wirtschaftsforum: Herr Barbezat, können Sie uns einen kurzen Abriss über die Geschichte von Polydec geben?

Pascal Barbezat: Zwei Cousins, Claude und Jean-François Konrad, haben das Unternehmen 1985 gegründet. Ein Jahr später haben sie ein neues Firmengebäude in Biel gebaut. 2007 kauften sie ein benachbartes Gebäude dazu und konnten dadurch ihre Produktionsfläche auf 2.000 m² verdoppeln. Da weitere Kapazitäten benötigt wurden, wurde 2016 der Bau eines neuen Firmensitzes beschlossen. Daraus wurde aber dann doch der Kauf einer Immobilie, ebenfalls in Biel, mit einer Fläche von 10.000 m², von denen

wir heute 4.000 m² selbst nutzen. Die Hälfte der Gesamtfläche ist untervermietet. Ende 2018 haben die Konrads die Firma in einem Management-Buy-out an Thierry Mathez, unseren Finanzdirektor, und mich verkauft. Sie sind aber weiterhin Eigentümer des Gebäudes.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich während dieser Zeit das Produktsortiment verändert?

Pascal Barbezat: Die Herren Konrad haben mit der Herstellung von einfachen Achsen begonnen. Heute sind wir immer noch in dieser Nische tätig und produzieren für den Automobilbereich,

Klein, kleiner, am kleinsten: Mikrodrehteile sind das Spezialgebiet von Polydec



Die beiden Eigentümer von Polydec, CFO Thierry Mathez (l.) und CEO Pascal Barbezat

unter anderem für Continental, Achsen für Schrittmotoren, welche in Armaturen Brettern verbaut werden. Die Achsen werden aber auch beispielsweise für die Ventilation und Einspritzpumpen verwendet. Sie haben früher 70 bis 80% unseres Umsatzes ausgemacht. Im Zuge der Digitalisierung werden diese Achsen aber immer weniger benötigt; ihr Anteil beträgt jetzt nur noch 30%. Parallel haben wir uns in anderen Nischen entwickelt: Im Elektronikbereich produzieren wir Prüfspitzen für Mikroprozessoren. Mit diesen zwei Märkten und den entsprechenden Zertifizierungen sind wir groß geworden. Im Jahr

2000 haben wir begonnen, einen weiteren Markt, den Uhrenbereich, aufzubauen, der heute mit über 60% unser größter ist. Das lag buchstäblich nah, weil wir uns in einer Region befinden, in der die Uhrenindustrie eine große Rolle spielt. Der Automobilanteil beträgt heute noch 30% und Elektronik 8%.

Wirtschaftsforum: Soll es bei dieser Ausrichtung bleiben?

Pascal Barbezat: Als wir die Firma vor zwei Jahren übernommen haben, haben wir entschieden, auch den Schritt in den Medizinbereich zu machen, da wir in

Beispiel aus der Medizintechnik:
Das Drehteil wird in der Endoskopie verwendet



diesem Bereich Kompetenzen haben. So haben wir die Zertifizierung ISO 13485 für Medizinprodukte erworben. Für uns ist es wichtig, uns in den vier verschiedenen Bereichen aufzustellen, um die Schwankungen in den Märkten ausgleichen zu können.

Wirtschaftsforum: Würden Sie Ihre Produkte etwas genauer erklären?

Pascal Barbezat: Wir haben uns auf die Produktion von Mikro- und Präzisionsdrehteilen mit bis zu 6 mm Durchmesser spezialisiert, das ist unsere DNA. Für den Medizinbereich haben wir eine Maschine für Produkte bis zu 16 mm Durchmesser angeschafft. 90% unserer Produktion bewegt sich aber im Bereich unter 2 mm. Wir verwenden zwei Technologien: Bei unseren 50 Langdrehautomaten dreht sich eine Stange auf Hochtour um sich selbst und wird von verschiedenen in der Maschine anzubringenden Werkzeugen bearbeitet. Bei der zweiten Technologie wird Material in Form von auf Spulen aufgerolltem Draht verwendet. Es wird durch zwei sich darum herum drehende Werkzeuge bearbei-

tet. Dieses Verfahren ermöglicht keine Herstellung komplizierter Teile, hat aber eine hohe Kadenz. Automobil- und einfache Uhrenteile werden damit gefertigt.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie die Stärken von Polydec?

Pascal Barbezat: Unsere gesamte Organisation steht auf den Zertifizierungen und dem Know-how, die wir im Lauf der Jahre erworben haben. Gerade im Automobilbereich ist es wichtig, Stabilität in den Prozessen zu

gewährleisten. Wir sind mit alledem groß geworden und sind es gewohnt, mit spezifischen Qualitätswerkzeugen zu arbeiten. Die Zertifizierung für Medizinprodukte ist ein weiterer Schritt vorwärts auf der gleichen Basis. Wir bieten zudem eine hohe Termintreue und Zuverlässigkeit in der Lieferung. Von unseren 70 Mitarbeitern sind fünf in der Entwicklung tätig. Die ständige Verbesserung unserer Prozesse und Maschinen ist notwendig, um immer effizienter zu werden.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele haben sie für die kommenden Jahre?

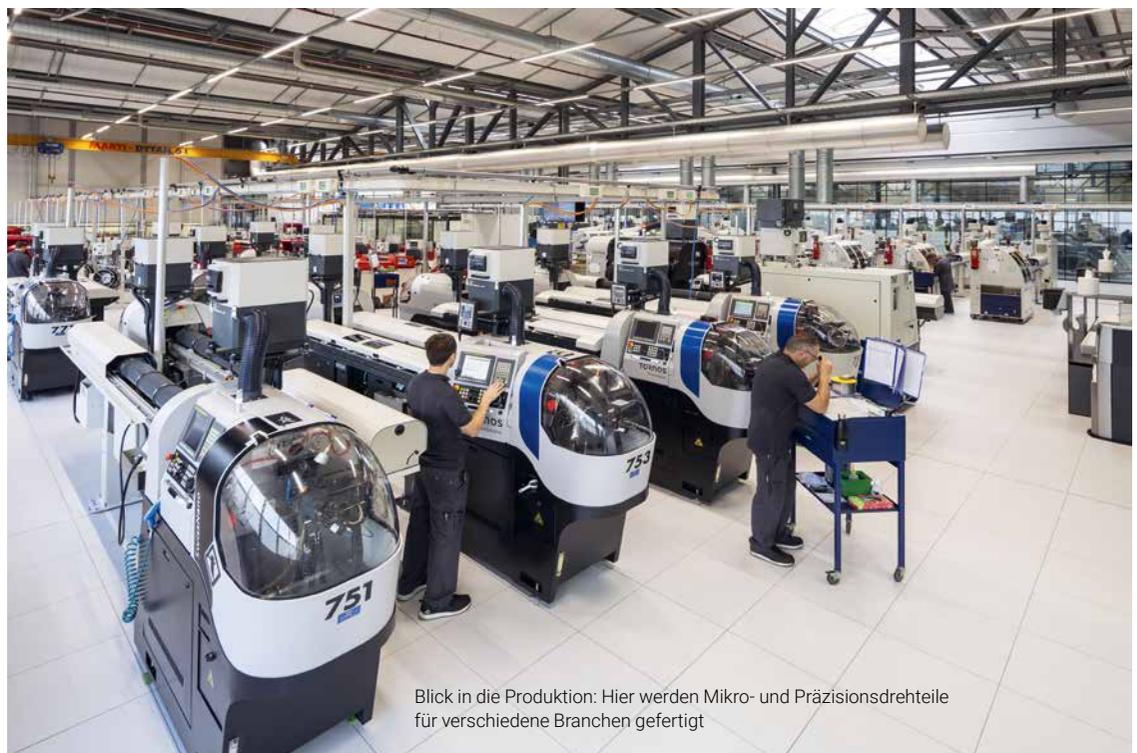
Pascal Barbezat: Ein Fokus wird in diesem Jahr darauf liegen, in dem Markt für Medizinprodukte bekannter zu werden. Wir hoffen auf ein besseres Jahr als 2020, das bedingt durch die Corona-

POLYDEC

KONTAKTDATEN

Polydec SA
Ch. du Long-Champ 99
2504 Biel/Bienne
Schweiz
☎ +41 32 3441000
✉ +41 32 3441001
polydec@polydec.ch
www.polydec.ch

Pandemie schwierig war. Es ist uns sehr wichtig, unsere Mitarbeitenden zu halten, für ihr Wohl zu sorgen und sie zu entwickeln. Wenn sich dann irgendwann das Rad wieder drehen wird, müssen wir bereit sein. Sobald sich die Lage verbessert, wollen wir an unserem Standort weitere 1.000 m² Fläche nutzbar machen. Das ist ein großes Projekt, deshalb warten wir noch auf mehr Rückenwind.



Blick in die Produktion: Hier werden Mikro- und Präzisionsdrehteile für verschiedene Branchen gefertigt

„Es gibt viel zu erfinden“

Interview mit
Gian Luca Venturelli,
Geschäftsführer
der Lucaffé Venturelli Gian Luca
S.r.l.

Kaffee noch besser zu machen, ist das Anliegen der Lucaffé Venturelli Gian Luca S.r.l. Dabei geht es um den Geschmack, die Gesundheit und die Umwelt – und für Firmengründer und Geschäftsführer Gian Luca Venturelli nicht zuletzt darum, mit reinem Gewissen zu leben. Mit Wirtschaftsforum sprach er über eine kleine Firma mit hohen Ansprüchen und Kaffeegenuss, der nicht nur gesund, sondern auch nachhaltig ist.



Gian Luca Venturelli, Geschäftsführer und Gründer der Lucaffé Venturelli Gian Luca S.r.l.

Wirtschaftsforum: Herr Venturelli, wie fing es eigentlich an mit Ihrer Leidenschaft für Kaffee?

Gian Luca Venturelli: In der Nähe meines Gymnasiums war eine kleine Kaffeerösterei mit Geschäft. Ich war oft dort und sprach mit dem Betreiber, der eine große Leidenschaft für Kaffee hatte. Auch ich war fasziniert. Als ich 24 Jahre alt war, kauften wir zusammen eine Maschine, die den Kaffee mit Luft röstete, statt mit einer Trommel. Ich machte mich dann 1996 selbstständig mit dem Ziel, Kaffee mit weniger herbem Geschmack herzustellen.

Zunächst habe ich an Bars und kleine Supermärkte verkauft und bald begonnen, nach Deutschland zu exportieren, da der italienische Markt schon zu reif war. Ich konnte Edeka als Kunden gewinnen. Da die Supermarktketten aber nur auf den Preis schauten, während es mir um hochwertige Qualität ging, habe ich mich zunehmend auf kleine Kaffee-Fachgeschäfte konzentriert. Nach etwa fünf Jahren waren wir so bekannt, dass wir in einem Zug mit Lavazza, Segafredo und später Illy genannt wurden.

Wirtschaftsforum: Wir ging es dann weiter mit Lucaffé?

Gian Luca Venturelli: Wir sind gewachsen und unsere Philosophie hat sich gewandelt. Ich wollte Kaffee ohne jegliche Rückstände von Metall herstellen. Denn 60% der Krankheiten werden von Schwermetallen in Nahrungsmitteln ausgelöst. Parallel habe ich angefangen, Kaffeemaschinen ohne Schwermetalle und andere Schadstoffe zu fertigen. Dazu habe ich Silber verwendet, denn es ist antiviral und -bakteriell und leitet Energie schneller als Kupfer, was den Energieverbrauch reduziert. Das Maschinengehäuse

besteht aus Innox-Stahl, und die Maschine ist frei von Kunststoff, damit sie über ihre ganze Lebensdauer hinweg repariert werden kann.

Wirtschaftsforum: Wofür steht Lucaffé noch?

Gian Luca Venturelli: Neben dem gesunden Röstverfahren, das den Kaffee mit Luft und bei niedrigen Temperaturen röstet, legen wir viel Wert darauf, alles rund um den Kaffee umweltfreundlich, gesund und nachhaltig zu gestalten, und einen qualitativ hochwertigen Kaffee zu gewährleisten. Von unserer optischen Sortiermaschi-

Lucaffé hat für jeden Kaffee die passende Maschine





Für alle, die nicht genug bekommen können: vier edle Kaffees von Lucaffé im Set

ne wird zum Beispiel viel Kaffee aussortiert, der als Düngemittel genutzt werden kann. Wir lassen unseren Kaffee außerdem in der Verpackung reifen und nicht im Silo, wo ihm Bakterien und Feuchtigkeit schaden können. Er hat dadurch eine viel längere Haltbarkeit. Unser nächster Schritt wird sein, den Kaffee nicht mehr in Beuteln, sondern in Dosen abzufüllen. Das ist zwar teuer, aber das Metall schützt ihn besser und ist nach Glas das am besten recycelbare Material.

Wirtschaftsforum: Wissen Ihre Kunden diese Bemühungen zu schätzen?

Gian Luca Venturelli: Ja, wir verzeichnen seit 25 Jahren ein stetiges Wachstum und bekommen

sehr positives Feedback. Unsere Kunden kommen überwiegend aus dem Bereich Horeca. Sie möchten Qualität. Glücklicherweise geht es ihnen in diesem Jahr wieder besser, da sich viele auf Online- und Außer-Haus-Verkauf umgestellt haben. 2020 war unser Umsatz erstmals rückläufig, um 10%. Er liegt jetzt bei etwa 13 Millionen EUR. Davon entfallen 98% auf den weltweiten Export. Der Januar lief aber gut. Wir investieren auch wieder, aktuell in einen Kaffee-Megastore am Gardasee.

Wirtschaftsforum: Ihre Firma lebt offenbar nicht nur vom Kaffee, sondern auch von Innovationen ...

Gian Luca Venturelli: Richtig. Wir forschen viel und erlangen immer mehr Patente. In ein paar Mona-

ten werden wir die ersten Pads in Dosen auf den Markt bringen. Wir haben ein Verfahren entwickelt, das den Kaffee nach Öffnung der Dose zehn bis 15 Tage frisch hält. Im Horeca-Bereich werden bisher täglich 25 bis 30 Pads weggeschmissen. Wir werden auch Kaffeedosen fertigen, um komplett auf Beutel verzichten zu können, und weitere Patente für Kaffeemaschinen anmelden, die Pads automatisch ausstoßen. Wir haben auch ein Patent für sehr kleine Einzelportionen von 5,5 mg. Dazu haben wir eine passende Maschine entwickelt. Mit dieser 'Piccola Piccola' wollen wir demnächst an Großkonzerne herantreten. In diesem Jahr wurden wir übrigens vom Register der italienischen Exzellenzen als 'Eccellenza Italiana 2020/2021' ausgezeichnet.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihnen intern wichtig?

Gian Luca Venturelli: Wir sind ein Familienunternehmen mit 35 Mitarbeitern. Ich wünsche mir, dass wir als Team noch mehr zusammenwachsen. Sobald es wieder möglich ist, würde ich deshalb



KONTAKTDATEN

Lucaffé Venturelli Gian Luca S.r.l.
Via Primo Maggio, 35
25013 Carpenedolo (BS)
Italien
☎ +39 030 9699440
✉ +39 030 9699441
lucaffé@lucaffé.com
www.lucaffé.com

gern gemeinsame Reisen oder Veranstaltungen organisieren.

Wirtschaftsforum: Was ist es, abgesehen von der Leidenschaft für Kaffee, das Sie auch nach 25 Jahren noch so motiviert?

Gian Luca Venturelli: In meiner Welt lernt man jeden Tag etwas Neues. Und damit erfindet man wieder etwas Neues. Auf diese Weise möchte ich die Qualität und Bekömmlichkeit unseres Kaffees immer weiter erhöhen und ihn immer gesünder machen. Es gibt sehr viel zu erfinden. Das lässt mich nicht müde werden.

Lucaffé ist vielseitig: als Kapsel, entkoffeiniert als Bohne in der Dose ...



... oder entkoffeiniert im Pad



Eine Familie, eine Vision

Es ist ein hochproduktives Fertigungsverfahren für die Herstellung komplexer Bauteile – das Gesenkschmieden. Durch Flexibilität besticht das Ringwalzen, ein weiteres Umformverfahren, das Know-how und Erfahrung erfordert. Die Sirelma Group Srl aus Busano ist ein angesehener Experte für beide Verfahren. Das Familienunternehmen setzt auf konsequente Kundenorientierung und personalisierte Produkte aus Stahl.

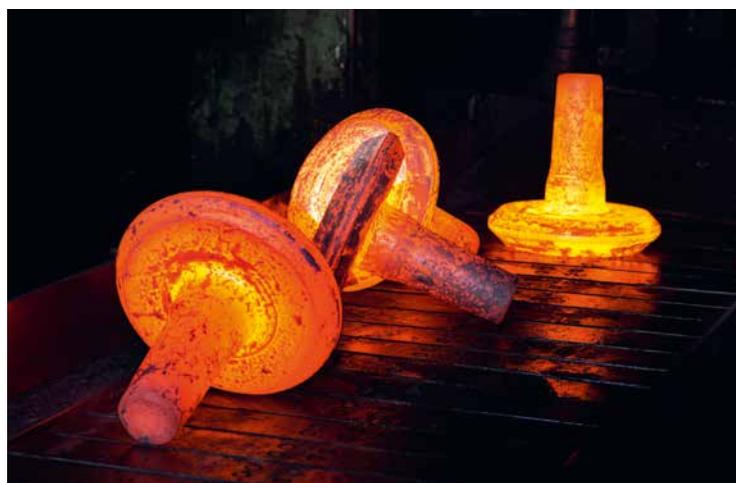
Seit drei Generationen geht es bei der Familie Serena um Stahl, um hochwertigen Stahl, der direkt von den großen Stahlwerken Europas bezogen wird. Rund 25.000 t werden Jahr für Jahr bei Sirelma verarbeitet. Corona hat im Frühjahr 2020 die Produktion für zwei Wochen gestoppt; diese Episode ist inzwischen Geschichte. Heute sind die Auftragsbücher wieder voll und man blickt optimistisch in die Zukunft.

Weitsichtig investiert

Dass Sirelma schwierige Situationen souverän meistert, ist nicht zuletzt der großen Markterfahrung zu verdanken. Das Unternehmen entstand 1989 durch die Fusion der Selma SpA und der Sirem Srl, zwei Unternehmen, deren Portfolios rund um Schmiedeteile sich hervorragend ergänzten. Bis heute hat Sirelma immer wieder in moderne Technologien investiert, um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Schon in den 1980er-Jahren ersetzte man alte Ölöfen durch moderne, umweltfreundlichere und leistungsstärkere Induktionsöfen. „Damals waren wir mit den Öfen unter den Ersten“, betont Stefano Serena. Ende der 1990er-Jahre



Ringwalzen – Kernkompetenz von Sirelma



Dank umfassender Inhouse-Kompetenzen können kundenspezifische Produkte gefertigt werden

wurde mit dem Ringwalzen eine Fertigungstechnologie eingeführt, die neue Maßstäbe setzte. „Für das Ringwalzen wurde 1998 das erste Walzwerk erworben“,

so Stefano Serena. „2014 kam ein Radial-Axial-Walzwerk dazu, 2018 die letzte dieser Maschinen. Damit sind wir heute in der Lage, Ringwalzen bis zu einem Außen-

Interview mit

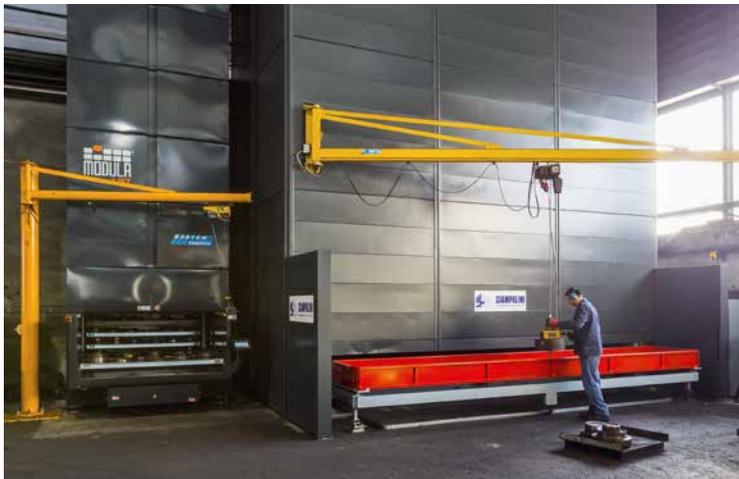


Stefano Serena,
Geschäftsführer
der Sirelma Group Srl

durchmesser von rund 850 mm zu fertigen. Außerdem stehen uns drei Lager zur Verfügung für die Lagerung unserer Anlagen und Formen für die Produktion. Dies ermöglicht uns eine reibungslose und dynamische Verwaltung unserer Formen.“ Neben den laufenden Investitionen in innovative Technologien investiert Sirelma in eine weitere Halle mit 2.500 m² als neues Logistikzentrum. Neuere Maschinen wurden in das betriebseigene IT-System integriert, die Digitalisierung vorangetrieben.

Konsequente Personalisierung

Dank dieser weitsichtigen Investitionen ist Sirelma heute ein international gefragter Ansprechpartner in Sachen Gesenkschmieden und Ringwalzen. Das Unternehmen mit Hauptsitz in Busano hat 100 Mitarbeiter und setzt zwischen 30 und 40 Millionen EUR um – etwa 30% entfallen auf den Export. Für Kunden aus den verschiedensten Industrien fertigt das Unternehmen Schmiedeteile von 1 bis 170 kg – darunter Kegelräder, Windturbinenantriebswellen, Getriebe, Radnaben, Getriebegehäuse und Flansche. Beim Ringwalzen dominieren Teile mit Durchmessern von 120



Hochautomatisiertes Lager – für die Lagerung der Anlagen und Formen

bis 850 mm und einer Höhe bis zu 180 mm. „Wir arbeiten für Kunden aus der Automobilindustrie, Land-

len für Windkraftanlagen spielen eine zentrale Rolle.“



„In unserer Branche gleicht kein Tag dem anderen; das macht die Arbeit so spannend.“

Stefano Serena,
Geschäftsführer

wirtschaft, Windkraft, dem Bergbau und anderen Bereichen“, so Stefano Serena. „Kegelradwellen und Kegelräder für Lkw-Getriebe sowie Windturbinenantriebswel-

International unterwegs, aber nah am Kunden

„Wir haben ein sehr stabiles und loyales Kundenportfolio“, unterstreicht Stefano Serena. „Mit der

Zertifizierung nach IATF 16949, an der wir seit 2020 gearbeitet haben, werden sich in Zukunft weitere Türen öffnen, was Kunden und Absatzmärkte betrifft. Wir werden direkt mit OEMs und großen Lkw-Herstellern zusammenarbeiten und den Export weiter ankurbeln.“ Momentan sind Schweden, Frankreich, Brasilien und Tschechien wichtigste Absatzmärkte; künftig sollen Deutschland, Nordeuropa und Spanien stärker im Fokus stehen. „Für uns als dritte Generation war es immer wichtig, auf der Höhe der Zeit zu agieren“, sagt Stefano Serena. „Die IATF-Zertifizierung, Qualifizierungsmaßnahmen auf verschiedenen Ebenen, die Nutzung von Fördergeldern für die Anforderungen der Industrie 4.0, ein forcierter Export – all das sind wichtige Impulse der letzten Jahre, die unsere Marktposition stärken. Wir sind alles andere als statisch; jedes Jahr gibt es ein Projekt, das wir voranbringen, um in sämtliche Richtungen zu wachsen. Wir haben viele Ideen und eine solide Finanzierung, die es uns erlaubt, Projekte voranzubringen und organisch zu



KONTAKTDATEN

Sirelma Group Srl
Via Rolando Perino 49
10080 Busano (TO)
Italien
☎ +39 0124 477400
sirelma@sirelmagroup.it
www.sirelmagroup.it

wachsen. Den Kontakt zu unseren Mitarbeitern trotz dieser Dynamik nicht zu verlieren, liegt uns dabei besonders am Herzen.“



Investitionen in modernste Technologien haben die Wettbewerbsfähigkeit immer wieder gestärkt



25.000 t Stahl verarbeitet Sirelma jährlich zu maßgeschneiderten Produkten

Der wenig bekannte Vorteil von beflockten Garnen

Interview mit
Roberto Rossetti,
Geschäftsführer
der Finelvo Srl

Sogenannte beflockte Garne zeichnen sich durch ihre hohe Atmungsaktivität und gleichzeitig exzellente Abriebfestigkeit aus. Zum Einsatz kommen sie unter anderem in der Automobilindustrie, für Autositze, aber auch für technische Anwendungen wie die Reduzierung von Geräuschen oder Vibrationen. Das italienische Unternehmen Finelvo Srl ist einer von nur zwei Anbietern weltweit, die solche Garne in der geforderten Qualität produzieren.



Finelvo hat seinen Sitz in Occhieppo Superiore, einer Gemeinde in der Region Piemont im Nordwesten Italiens



Technische Garne zur Geräuschdämmung oder gegen Vibrationen

Finelvo produziert hochwertige Garne aus Polyamid, insbesondere für Anwendungen in der Automobilindustrie. Das Sortiment umfasst technische Garne für die Geräuschdämmung und als Anti-Vibrations-Lösung für Fensterheber, Schiebedächer oder Sitzverstellungen, beschichtete Garne für Fahrzeuginnenausstattungen wie zum Beispiel Fußmatten sowie Ledergarne für Autositze, aber auch Taschen oder Schuhe. Einen Schwerpunkt bilden darüber hinaus beflockte Garne, die sich dank ihrer hohen Atmungsfähigkeit sowie ausgezeichneten Lichtechtheit und Abriebfestigkeit ideal

für Sitzbezüge eignen. Im Handel ist das beflockte Garn unter dem Namen 'VOILA' – the yarn it is already a velvet' bekannt.

Funktionale Fasern

Finelvo hat seinen Sitz in der Gemeinde Occhieppo Superiore in der Region Piemont im Nordwesten Italiens und beschäftigt 40 Mitarbeiter. Das Unternehmen wurde im Jahr 1968 gegründet. „Mein Vater hat damals angefangen, beflockte Garne mit einer neuen Technologie zu produzieren, vor allem für den Automobilsektor“, berichtet Geschäftsführer Roberto Rossetti.

„Das Garn eignete sich perfekt für Autositze, da es sehr abriebfest war und sich gleichzeitig sehr angenehm anfühlte.“ Zu den ersten

7
MILLIONEN EUR
UMSATZ

Kunden gehörte BMW, später kamen dann weitere Autohersteller hinzu. „Wir arbeiten zu 99% für die Autoindustrie und nur zu 1% im Bereich Einrichtung“, erläutert Roberto Rossetti. Bis zum Jahr

2000 hat Finelvo ausschließlich Textilien für Autositze und Türverkleidungen produziert. Dann hat man eine weitere mögliche Nutzung für das Garn gefunden: zur Reduktion von Geräuschen und Vibrationen. „Die Entwicklung von technischen Garnen bedeutete den Schritt von rein ästhetischen Anwendungen zu funktionalen Applikationen“, erklärt Roberto Rossetti. „Damit hat sich ein großer Markt für uns eröffnet.“ Im Jahr 2016 hat Finelvo eine deutliche Verbesserung seines beflockten Garns vorgestellt, produziert nach dem gleichen Prinzip, aber mit feineren Fäden. Inzwischen



Finelvo produziert Garne in allen gewünschten Farben und Dicken aus hochwertigem Polyamid



Die neuen beflockten Garne aus der LF-Serie sind schwer entflammbar



KONTAKTDATEN

Finelvo Srl
Via Opificio Negri 2
13898 Occhieppo Superiore (BI)
Italien
☎ +39 015 2594025
✉ +39 015 2594033
finelvo@finelvo.it
www.finelvo.it

wird das neue Garn immer stärker nachgefragt, wie Roberto Rossetti sagt: „Der Grund ist die zunehmende Verbreitung von Elektroautos. Diese haben keinen Motorenlärm mehr, das heißt man hört die anderen Geräusche viel stärker, muss also mehr Lärm aus anderen Quellen wie Fensterheber oder Schiebedächer reduzieren.“

Finelvo hat ein sehr ausgewogenes Produktportfolio: Aktuell werden 50% Garne für Autositze und Türverkleidungen hergestellt und 50% technische Garne für funktionale Anwendungen im Automobilbereich. „Es gibt weltweit nur eine weitere Firma, die diese speziellen Garne herstellt: in Deutschland“, sagt Roberto Rossetti.

Vertikal integriert

Finelvo ist nahezu komplett vertikal integriert und deckt alle Produktionsschritte intern ab, von der Transformation des Garns bis zum Endprodukt für den Kunden. „Nur das Rohmaterial beziehen wir von Zulieferern“, erläutert Roberto Rossetti. „Das erlaubt

uns eine hohe Elastizität und die kontinuierliche Entwicklung neuer Garne. Wir arbeiten auch eng mit unseren Kunden zusammen und entwickeln gemeinsame Projekte.“ Zuletzt hat Finelvo die neue LF-Serie mit beflockten Garnen, die schwer entflammbar sind, vorgestellt. In der aktuellen

90%
EXPORT
WELTWEIT

Corona-Pandemie ging es für Finelvo auf und ab. „Die ersten Monate in 2020 waren noch normal, aber dann mussten wir die Produktion vorübergehend stilllegen“, beschreibt Roberto Rossetti die Situation. „Inzwischen sehen wir eine spürbare Erholung, weil die Kunden ihre Lager wieder auffüllen müssen. Doch 2021 wird noch schwierig bleiben, unter anderem weil die Rohstoffpreise wegen der höheren Nachfrage

gestiegen sind. Auch für die Mitarbeiter ist es nicht einfach, viele haben durch die Kurzarbeit weniger Geld zur Verfügung. Die Herausforderung in dieser Situation ist, trotzdem die maximale Produktqualität und den bestmöglichen Kundenservice aufrechtzuerhalten.“

Wachstumsmarkt Asien

Finelvo hat im abgelaufenen Geschäftsjahr sieben Millionen EUR erwirtschaftet, davon 90% im Exportgeschäft. Wichtigster Auslandsmarkt in Europa ist Deutschland. „Neben der EU verkaufen wir viel nach China, Mexiko und Südkorea, da dort viele Automobilproduzenten ansässig sind“, erklärt Roberto Rossetti. „Vor allem der chinesische Markt wächst im Moment 'mit Lichtgeschwindigkeit'.“ In China hat ein Kunde, der bislang beim Konkurrenten eingekauft hatte, einmal gefragt, warum er zu Finelvo kommen sollte, wo er bislang beim Konkurrenten doch günstiger wegekäme. „Ich habe ihm geantwortet, dass er

sehr zufrieden mit der Qualität unserer Produkte sein werde und nie ein Problem damit haben würde“, sagt Roberto Rossetti. „Wenn wir uns bezüglich der Qualität nicht zu 100% sicher sind, schmeißen wir lieber 100 kg Rohmaterial weg, als es zu verarbeiten.“ Der erfahrene Textilmanager will die Firma, die sein Vater aufgebaut hat, weiter voranbringen und der nächsten Generation ein wettbewerbsfähiges Unternehmen überlassen. „Die Jahre vergehen schnell und ich möchte denjenigen, die nach mir kommen, ein perfekt funktionierendes Unternehmen hinterlassen. Die Firma ist wie mein Zuhause, ich lebe quasi in der Fabrik.“



Exceeding your Expectations

INFOTECH
automation
www.infotech.swiss

Von der Desktop Maschine zur Produktionslinie

Die Infotech Komponentenmatrix bietet eine breite Palette an Maschinenkomponenten, welche applikationsspezifisch miteinander kombiniert werden können



Präzision in Bewegung

Infotech entwickelt, produziert und liefert höchst präzise Positioniersysteme für eine flexible und zuverlässige Prozessautomation in den Bereichen Bestücken, Dosieren, Fügen und Handhaben

INFOTECH
automation



info@infotech.swiss



Vogelherdstrasse 4
4500 Solothurn
Switzerland



Tel. +41 32 626 86 00
Fax +41 32 626 86 09

 
Swiss Engineering

Kontakte

NCAB Group Germany GmbH
Elsenheimer Straße 7
80687 München
Deutschland
☎ +49 89 1500 16640
✉ +49 89 1500 16641
germany@ncabgroup.com
www.ncabgroup.com

PATENTPOOL Group
Tal 34
80331 München
Deutschland
☎ +49 89 22802988
kontakt@patentpool.de
www.patentpool.de

R-Pharm Germany GmbH
Heinrich-Mack-Straße 35
89257 Illertissen
Deutschland
☎ +49 7303 120
r-pharm-germany@r-pharm.com
www.r-pharm.de

Feintechnik GmbH Eisfeld
a Harry's Inc Company
Seeweg 4
98673 Eisfeld/Thüringen
Deutschland
☎ +49 3686 362-0
✉ +49 3686 362-200
info.de@harrys.com
www.harrys-factory.de

Harry's Shop: www.harrys.de
📍 Harry's Factory

STOWA GmbH & Co. KG
Gewerbepark 16
75331 Engelsbrand
Deutschland
☎ +49 7082 942630
✉ +49 7082 9426339
info@stowa.de
www.stowa.de

SWE Südwestenergie GmbH
Klumpensee 14
75177 Pforzheim
Deutschland
☎ +49 7231 1540920
✉ +49 7231 15409221
info@suedwestenergie.de
www.suedwestenergie.de

Rybak + Hofmann rhv-Technik
GmbH + Co. KG
Eisentalstraße 27
71332 Waiblingen
Deutschland
☎ +49 7151 959980
✉ +49 7151 9599895
info@rhv-technik.de
www.rhv-technik.de

robos-labels
Im Moldengraben 47
70806 Kornwestheim
Deutschland
☎ +49 7154 82250
anfrage@robos-labels.com
www.robos-labels.com

BBC Cellpack GmbH
BBC Cellpack Electrical Products
Carl-Zeiss-Straße 20
79761 Waldshut-Tiengen
Deutschland
☎ +49 7741 60070
electrical.products@cellpack.com
www.electricalproducts.cellpack.com

congress Schladming GmbH
Europaplatz 800
8970 Schladming
Österreich
☎ +43 3687 22033
info@congress-schladming.com
www.congress-schladming.com

MCE GmbH
Lunzerstraße 64
4030 Linz
Österreich
☎ +43 732 90115843
✉ +43 732 69808162
office@mce-hg.com
www.mce-hg.com

Polydec SA
Ch. du Long-Champ 99
2504 Biel/Bienne
Schweiz
☎ +41 32 3441000
✉ +41 32 3441001
polydec@polydec.ch
www.polydec.ch

Lucaffé Venturelli Gian Luca S.r.l.
Via Primo Maggio, 35
25013 Carpenedolo (BS)
Italien
☎ +39 030 9699440
✉ +39 030 9699441
lucaffe@lucaffe.com
www.lucaffe.com

Sirelma Group Srl
Via Rolando Perino 49
10080 Busano (TO)
Italien
☎ +39 0124 477400
sirelma@sirelmagroup.it
www.sirelmagroup.it

Finelvo Srl
Via Opificio Negri 2
13898 Occhieppo Superiore (BI)
Italien
☎ +39 015 2594025
✉ +39 015 2594033
finelvo@finelvo.it
www.finelvo.it



PIFFNER MOSER GLASER ALPHA-ET HAEFELY

Current and voltage – our passion



Innovative Produkte
und Lösungen von vier
Schweizer Marken für das
Stromnetz der Zukunft
und Bahnkunden.



- Fundiertes Know-how in der Hochspannungstechnik
- Pioniere für Isolationsmaterial
- Hochwertiges Design von T&D-Produkten und -Lösungen
- Prüfexperten für T&D Geräte

www.pfiffner-group.com