

Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

ePaper

01/2018

Entdecken Sie die Möglichkeiten des interaktiven ePapers von Wirtschaftsforum @

IHR UNTERNEHMEN ODER IHRE LEISTUNGEN IM ePAPER

Rufen Sie uns an!
0049 5971 92164-0



Wirtschaftsforum ePaper

Die digitale Ausgabe von Wirtschaftsforum – exklusive Inhalte immer verfügbar. Ganz gleich, ob es sich um eine reguläre Ausgabe oder ein Themenspezial handelt. Nutzen Sie die erweiterten Funktionen der digitalen Ausgabe wie den direkten Link zu den Unternehmen oder die integrierte Email-Funktion.

NAVIGATION

Sie finden die Navigationsleiste am Ende jeder Seite im ePaper. Die einzelnen Symbole ermöglichen Ihnen eine komfortable Steuerung.



Inhaltsverzeichnis



Seitenübersicht



Dokument durchsuchen



Seite teilen



Impressum



Zoomfaktor



Vollbild



Mit Klick auf die Abspieltaste starten Sie die Wiedergabe von Videos.



INHALTSVERZEICHNIS

DIENSTLEISTUNG

Topicus.Finance

Volles Potenzial – digital

INNENAUSSTATTUNG, MÖBEL, OBJEKTEINRICHTUNG

aeris GmbH

Kampf dem Sitz-Marathon

GESUNDHEIT, MEDIZIN, PHARMAZIE

hofer powertrain GmbH

Erfolg aus eigenem Antrieb

ELEKTROTECHNIK

GEWISS Deutschland GmbH

Smart Home – individuell & sicher

INDUSTRIELLE ZULIEFERER, SERVICES

DYNACAST Deutschland GmbH

Kleine Teile – große Präzision

MASCHINEN-, APPARATE-, UND ANLAGENBAU

FK Group

4 Einfach gut abschneiden 14

Masa GmbH

Maschinen mit Mehrwert 16

6 GEISS AG

Seit 20 Jahren Industrie 4.0 19

8 TELEKOMMUNIKATION UND INFORMATIONSTECHNOLOGIE

Magmapool Sales & Marketing Services AG

Mit Psychologie und IT-Technik auf der Überholspur 20

10 FINANZEN UND VERSICHERUNGEN

Bank für Tirol und Vorarlberg AG

Eine sichere Bank 22

12

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

Redaktion:

Sassestraße 14, 48431 Rheine

Bundesrepublik Deutschland

Tel.: +49 5971 92164-0, Fax: +49 5971 92164-838

info@wirtschaftsforum.de, www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann

Volles Potenzial – digital

Um IT-Lösungen erfolgreich zu implementieren und für das eigene Business effektiv nutzbar zu machen, braucht es einen erfahrenen und innovativ denkenden Partner. Topicus.Finance aus den Niederlanden hebt sich mit seinem Anspruch, Business Lending für Unternehmen zugänglich zu machen, vom Markt ab und liefert seinen Kunden innovative und maßgeschneiderte Lösungen, mit denen sie erfolgreich und nachhaltig digital durchstarten können – in jeder Hinsicht.



Jamie Burink ist bei Topicus verantwortlich für den Bereich Business Lending



Die Mitarbeiter von Topicus.Finance sind ebenso Experten im Bereich Business Lending wie auch in der Konzeption modernster digitaler Lösungen



Dimitry Oosthoek kümmert sich um das International Business Development

„Unser Motto ist: Think out of the box. Anders denken, um das bestmögliche Ergebnis zu erzielen.“ Für Jamie Burink, Head of Business Lending bei Topicus.Finance, und Dmitry Oosthoek, zuständig für den Bereich International Business Development, fasst diese Aussage genau das zusammen, wofür ihr Unternehmen steht: individuelle digitale Lösungen im Bereich Business Lending. „Durch unsere Lösungen im IT-Bereich, wie zum Beispiel Cloud-Plattformen oder Apps, unterstützen wir Unternehmen individuell dabei,

die relevanten Informationen für die betreffende Zielgruppe digital zugänglich zu machen. Unternehmen in 42 Ländern verwenden

Finanzbereich ist Fyndoo. „Es gibt heute einen ganzen Dschungel unterschiedlichster Finanzlösungen, den zu durchdringen sogar für Ex-

Films bei einem Streaming-Anbieter, aber es sollte sich dennoch fast so leicht umsetzen lassen.“ Gegründet wurde das heute 800 Mitarbeiter zählende Unternehmen im Jahr 2000, wobei die Software, die die Grundlage für die Softwarelösungen bildet, bereits 1993 entwickelt und seitdem stetig optimiert und angepasst wurde. Dabei spielt das Thema Datenschutz für Topicus.Finance natürlich eine wichtige Rolle vor dem Hintergrund des Business Lending und anderer Lösungen. Folglich ergreift das Unternehmen

„Die Gewährleistung von Sicherheit ist in dieser Welt mit immer größerem Einsatz der Digitalisierung ein absolutes Muss.“

unsere Lösungen“, erläutert Jamie Burink. „In den Niederlanden arbeitet die Mehrzahl der Großbanken mit unserer Software“, ergänzt Dmitry Oosthoek. Eine bisher einzigartige Softwarelösung im

perten schwierig ist“, führt Dmitry Oosthoek weiter aus. „Fyndoo wurde konzipiert, um hier mehr Transparenz zu schaffen. Natürlich läuft Finanzierung an sich nicht so einfach ab wie das Anklicken eines



Topicus.Finance unterstützt eine Vielzahl von Finanzierungsmodellen. Die Lösungen des Unternehmens werden weltweit im Bereich Business Lending verwendet

alle nur denkbaren Vorsichtsmaßnahmen, um die Privatsphäre aller Akteure zu schützen – egal, ob es sich im Gesundheitswesen um die Patienten, im Bildungswesen um die Schüler und deren Eltern oder im Finanzmarkt um die Unternehmer handelt. „Wir setzen nicht nur Richtlinien wie GDPR um, sondern auch branchenspezifische Richtlinien, im Finanzbereich etwa AnaCredit oder MCD“, so Dimitry Oosthoek.

INITIATIVE ERGREIFEN

Über die Entwicklung digitaler Business Lending-Lösungen hinaus stößt Topicus.Finance Initiativen wie zum Beispiel 'Jungo' an, die Hauskäufern den Erwerb ihres ersten Hauses ermöglicht, indem deren Familie oder Freunde über Crowdfunding einen Teil der Hypothek übernehmen und so gleichzeitig das Risiko für die Banken verringern. „Wir suchen uns für diese Initiativen bewusst Nischen aus, in denen wir den Banken in den Niederlanden, die zu unseren Kunden gehören, keine Konkurrenz machen. Im Gegenteil, wir

laden unsere Kunden ein, sich an der Initiative zu beteiligen“, erläutert Dimitry Oosthoek.

„Wir helfen unseren Kunden, indem wir anders denken und handeln. So finden wir die passende Lösung.“

FOKUS DEUTSCHLAND

Die individuelle, produkt- und branchenangepasste Herangehensweise des Unternehmens zahlt sich aus. Nicht nur in den Niederlanden sorgen die Mitarbeiter von Topicus für zufriedene

Topicus.Finance
Singel 25
7411 HW Deventer
Niederlande

+31 570 662662

+31 570 662660

info@topicus.nl

<https://topicus.com/finance>

www.forcebusinesslending.com



topicus

Kunden. „Wir stehen aktuell in Kontakt mit Firmen im Finanzwesen, die Wert auf eben diese Transparenz legen, die wir bieten“,

Finanzierungs- und Verleihlösungen.

Für die Zukunft hat Topicus klare Ziele. „Wir unternehmen erste Schritte im deutschen Markt“, gibt Dimitry Oosthoek einen Ausblick. „Unser Ziel ist es, Business Lending effizienter und leichter zugänglich zu machen. Unsere Lösungen sollen unsere Kunden dabei unterstützen, gesund zu wachsen, indem die gesamte Finanzkette auf eine andere, effizientere Weise neu organisiert wird.“

führt Jamie Burink an. „Wir kooperieren auch mit der Rating-Agentur URA und benutzen ihre Bewertungen in unserer Software.“ Diese Software nutzt beispielsweise der Automobilkonzern BMW für seine

Der Hauptsitz von Topicus befindet sich in Deventer in den Niederlanden, aber das Unternehmen ist auch in vielen anderen Ländern aktiv



Kampf dem Sitz-Marathon

Acht Stunden am Schreibtisch gesessen, der Kopf brummt, der Rücken schmerzt, Müdigkeit macht sich breit. Unzählige Menschen kennen diesen Zustand nur zu gut. Unverantwortlich findet das Josef Glöckl, Geschäftsführer und Gründer der aeris GmbH aus Haar bei München. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum erklärt er, warum man dem Büroarbeiter das Leben nicht zu bequem machen darf.

WF: Mit Ihrem Bewegungskonzept haben Sie dem Sitz-Marathon den Kampf angesagt. Warum?

Josef Glöckl: Seit zwei Jahren gibt es einen neuen Forschungszweig, die Immobilitätsforschung, die sich mit den Folgen des langen Sitzens beschäftigt. Die Forscher haben herausgefunden, dass viele Zivilisationskrankheiten mit einem Mangel an Bewegung korrelieren. Demnach kann sie eine Ursache für Diabetes, Osteoporose, Adipositas, Muskelschwäche, Alzheimer und sogar Darm- und Brustkrebs sein. Durch Sitzen entstehen eben nicht nur Bandscheiben- und Muskelprobleme, sondern der Stoffwechsel fährt herunter, die Atmung wird flach und die Produktion von Enzymen, Hormonen und Botenstoffen erlahmt. Um all dies wieder in Schuss zu bringen, muss man sich bewegen. Die Art und Weise, wie wir im Büro arbeiten, ist eine Sackgasse der menschlichen Entwicklung.

WF: Ansätze in dieser Richtung gibt es schon länger. Warum haben Sie es aber, anders als viele Büromöbelhersteller, nicht bei der Entwicklung eines Bewegungstuhls belassen?

Josef Glöckl: Ich habe schon vor 20 Jahren unseren dreidimensional beweglichen Aktiv-Stuhlschwopper entwickelt, in fünf Jahren langer Tüftelei in einer Garage. Er erzielte sehr gute Ergebnisse, nach kurzer Zeit war der swopper vor allem dank Mund-zu-Mund-Propaganda national und international bekannt. Es folgten weitere Produktneuerheiten wie der muv-man Stehsitz und der Bürostuhl 3Dee. Mit unserem active office® gehen wir nun noch einen Schritt weiter. Es ist das erste Büro, das den Sitz-Marathon angreift, denn an diesem Arbeitsplatz arbeitet man nicht im Sitzen, sondern in Bewegung:

Es gibt zwei kleine Schreibtische, einen zum Stehen, einen zum Sitzen. Die Ablage erfolgt rückwärts oder seitlich. Bei jedem Vorgang muss man sich also bewegen und ständig zwischen Sitz- und Steharbeit wechseln.

WF: Wer den Menschen das Leben so unbequem macht, macht sich wahrscheinlich nicht besonders beliebt ...

Josef Glöckl: Der Mensch muss nur erst erkennen, dass es seinem Körper guttut, dann nutzt er die Möglichkeiten, die das Active Office bietet, freiwillig. Dass wir in

aeris GmbH

Hans-Stießberger-Straße 2a
85540 Haar
Deutschland

+49 89 9005060

+49 89 9039391

info@aeris.de

www.aeris.de

 **active office**
by aeris



Gesundes Arbeiten im active office®. Die active office® standing mat simuliert das Stehen und Gehen auf einem Waldboden, aktiviert die Sensorik der Nutzer und sorgt so für ermüdungsfreies Stehen



Alles in Bewegung: Starres Sitzen war gestern, aeris ist heute

Bewegung leistungsfähiger sind, ist wissenschaftlich bewiesen. Prof. Schöllhorn aus Mainz hat in verschiedenen Studien Kriterien wie die geistige Tätigkeit, kurz- und langfristige Aufmerksamkeit, Wohlbefinden und Spannungszustand der Muskeln mithilfe von EEG-, EKG- und EMG-Messungen untersucht und nachgewiesen, dass active office® in jedem Punkt einem konventionellen Büro überlegen ist. Beim Aufmerksamkeitstest war bei gleichem Ausgangsstand nach 120 Minuten das herkömmliche Büro weit unterlegen, beim Active Office stieg das Aufmerksamkeitsniveau dagegen weit über das Anfangsniveau. Bei 23 Millionen Büroarbeitern in Deutschland liegt ein enormes Potenzial brach. Sie können einfach nicht besser arbeiten. Wenn es dem Körper nicht gut geht, hat das gesamtwirtschaftliche Bedeutung! Immer mehr Arbeitgeber verstehen, dass gesunde, kreative, leistungsfähige Mitarbeiter das wichtigste Potenzial sind.



Bewegtes Sitzen seit 1997: Der mehrfach ausgezeichnete Aktiv-Stuhl swopper ist dreidimensional beweglich

WF: Was war denn für Sie der Grund, sich mit gesünderer Büroarbeit zu beschäftigen?

Josef Glöckl: Mir kam die zündende Idee bei einem Spaziergang mit meiner Frau. Ich hatte Rückenschmerzen und konnte nicht mehr auf einem herkömmlichen Stuhl sitzen. Meine Frau, sie ist Osteopatin und Physiotherapeutin, sagte zu mir: „Ich behandle meine Patienten, mache Muskelaufbau-

training und nach zehn Stunden Sitzen vorm PC haben sie wieder Schmerzen. Erfinde etwas, das verhindert, dass sich die Leute so kaputt sitzen!“

WF: Wie sieht für Sie das Büro der Zukunft aus?

Josef Glöckl: Meine Vision ist, dass das active office® in 15 bis 20 Jahren DIE Art zu arbeiten sein wird. Momentan suchen wir für



Funktion und Design vereint: Der Bürostuhl 3Dee

eine Studie über mindestens sechs Monate eine Firma, mit der wir in größerem Maßstab seinen Nutzen dokumentieren können. Diese müsste bereit sein, 30 Arbeitsplätze umzurüsten, was wir natürlich finanzieren würden. █



Mit innovativen funktionellen Produkten zum bewegten Sitzen und Stehen hat aeris der Immobilität den Kampf angesagt





Erfolg aus eigenem Antrieb

Die Zukunft im Fahrzeugbau ist elektrisch oder hybrid. Das stellt die Hersteller von Antriebslösungen vor neue Herausforderungen – Herausforderungen, die die hofer powertrain GmbH aus Würzburg erfolgreich bewältigt hat. hofer entwickelt nicht nur Getriebe und Schaltungen für herkömmliche Antriebe, sondern bringt auch die entsprechenden Komponenten für E- und Hybridfahrzeuge zur Serienreife.



hofer powertrain GmbH

Ohmstraße 15
72622 Nürtingen
Deutschland

☎ +49 7022 2178840

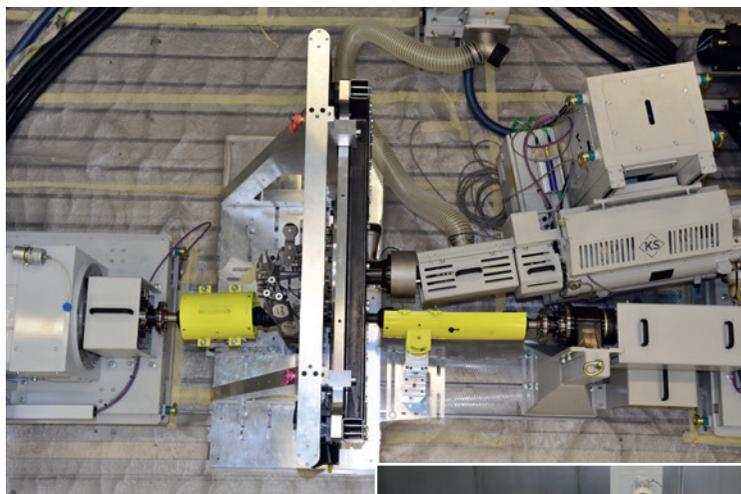
☎ +49 7022 217884129

🌐 www.hofer.de

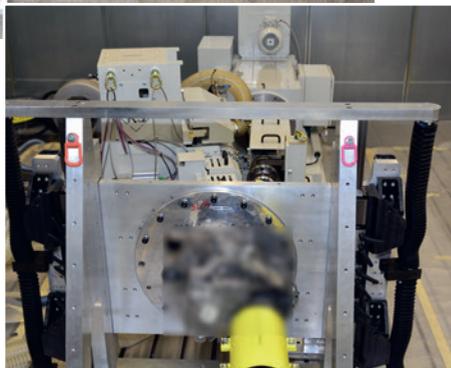
Die Zukunft gestalten – das ist ein Anliegen des Unternehmens hofer powertrain GmbH. Die hofer Gruppe unterhält 13 Gesellschaften in Deutschland, Österreich, Italien, England, China und den USA. 2006 wurde die hofer AG gegründet, die das Dach für die

hofer powertrain GmbH und deren Tochterunternehmen, zu denen zum Beispiel auch die Würzburger Firma hofer eds zählt, bildet. Wolfgang Stephan, Technikvorstand der hofer AG, war 2003 an der Gründung einer zur Gruppe gehörenden Firma beteiligt. „Ich

haben extrem viel getan, um uns diese Systemkompetenz anzueignen und das Gesamtportfolio anbieten zu können. Das gibt es sehr selten am Markt. Es war ein steiniger Weg, diese Komponenten zusammenzuführen“, berichtet Wolfgang Stephan. Seine Aufgabe



hofer kann auf eine umfassende Systemkompetenz zurückgreifen, die sich im Gesamtportfolio und in der Erprobung widerspiegelt



„Laut Prognosen soll es 2030 20 Millionen Fahrzeuge mit Elektroantrieb geben. Für diese werden wir auf jeden Fall eine große Rolle spielen.“

habe ein technisches Studium absolviert und war danach lange Zeit Entwicklungsleiter bei einer Firma des Siemens-Konzerns. Bei hofer habe ich eine Chance gesehen, die Zukunft so zu gestalten, wie ich es mir vorstelle.“ Auch infolge verschiedener Zukäufe kann die hofer Gruppe heute alle Technologien anbieten, von Elektro- und Hybridantrieben über Getriebe, Mechanik/Hydraulik, Inverter, Batterien, Steuergeräte, Batteriemangementsoftware, Ansteuerung mit Software bis hin zu Fahrreglern und der Software für die Querdynamik. „Wir

ist es, hofer nun in Richtung Zukunft zu begleiten, festzustellen, mit welchen Veränderungen am Markt zu rechnen ist und über entsprechende notwendige Maßnahmen zu entscheiden.

BIS ZUR SERIENREIFE

hofer sei eine Entwicklungsfirma, die einige Systeme selbst produziert, erklärt der Technikvorstand. Die Aufträge kommen aus der ganzen Welt. „20% des Umsatzes erzielen wir direkt im Ausland. Aber 50% sind für das Ausland bestimmt.“ Alle Aufträge werden über hofer powertrain abgewickelt. Die Firma leistet für die Kunden vor



Die Entwicklung von Antrieben ist bei hofer Tagesgeschäft

allem Entwicklungsarbeit in den Bereichen Antriebsstränge, Elektro- und Hybridantriebe, Fahrzeugintegration sowie Um- und Aufbau. „Alles, was man braucht, um ein Fahrzeug umzurüsten – Prototypen oder exklusive Serien. Damit beliefern wir dann den Markt. Zu diesem zählen auch neue Autohersteller an der Westküste der USA. Wir haben zum Beispiel Aufträge für kleine Serien von Elektroantrieben mit 700 kW Leistung für Sportwagen.“ Die Stärken des Unternehmens sieht Wolfgang Stephan bei den Elektro- und Hybridantrieben sowie Batterien. Neben den mechanischen Komponenten entwickelt hofer auch die entspre-

chende Software und die Steuergeräte mit dazugehöriger Software selbst. Das Hauptgeschäft liegt im Pkw-Bereich, doch auch Motorräder und zunehmend Lkws würden mit Elektroantrieben ausgerüstet. Vom ersten Entwicklungsschritt bis zur Belieferung vergehen rund drei Jahre. „Dann können wir aber in Serie produzieren.“ Lösungen von der Stange gibt es allerdings nicht: „Wenn wir beispielsweise für eine Firma einen Elektroantrieb entwickelt haben, passt dieser nicht in die Fahrzeuge eines anderen Herstellers“, macht Wolfgang Stephan deutlich. Das höchste Gut des Unternehmens sieht Wolfgang Stephan in den Mitarbeitern: „Sie

sind toll, sie ziehen mit und haben verstanden, wohin wir gehen.“ Die meisten von ihnen sind Ingenieure – eine schwierige Zunft, wenn es gilt, neues Personal zu rekrutieren. Deshalb unterhält hofer eine große Einheit in England, wo es leichter sei, Leute zu finden. 800 Mitarbeiter sind in der gesamten Gruppe

Millionen mit Elektroantrieb. Für diese werden wir auf jeden Fall eine große Rolle spielen. Dann bleiben aber immer noch 80 Millionen Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor.“ In vier bis fünf Jahren sieht er das Unternehmen vor allem als Zulieferer für die Automobilindustrie, der für seine Kunden

„ In Deutschland werden Start-ups nicht von der Politik unterstützt. Aber genau diese Firmen beschäftigen sich mit Zukunftstechnologien. “

beschäftigt, davon 650 in der AG, die einen Jahresumsatz von 78 Millionen EUR verzeichnet.

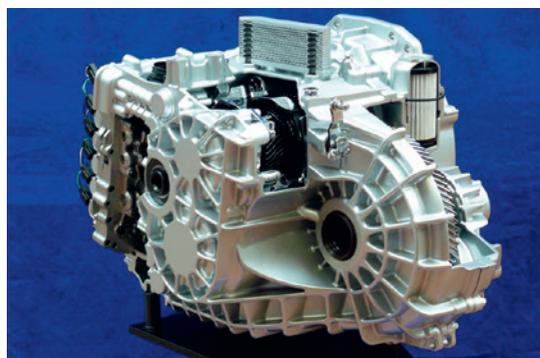
NICHT ALLES ÄNDERT SICH

Trotz aller Veränderungen auf dem Markt sei das Ende der Verbrennungsmotoren noch nicht in Sicht, ist Wolfgang Stephan überzeugt. „Das wird noch lange dauern, es sei denn, die Gesetze ändern sich. Wenn einige Länder keine Verbrennungsmotoren mehr zulassen, müssen wir sehen, wie wir darauf reagieren. Weltweit werden jährlich 80 Millionen Autos hergestellt. Laut Prognosen sollen es 2030 rund 100 Millionen sein, davon 20

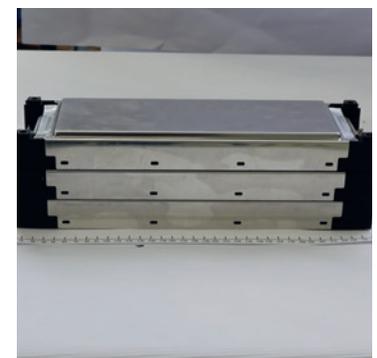
aber weiterhin Antriebe entwickeln wird. Einen Kritikpunkt richtet er an die deutsche Politik: „Außer in Deutschland bekommen wir in allen Ländern, in denen wir vertreten sind, Zuschüsse. Hier in Deutschland werden Start-ups nicht massiv von der Politik unterstützt. Aber genau diese Firmen beschäftigen sich mit Zukunftstechnologien.“ Seine persönliche Motivation sei es zu sehen, welche erstaunlichen Ergebnisse zu erzielen seien, wenn man sich sehr stark am Markt und den kommenden Gesetzgebungen orientiere. „Das macht einfach Spaß.“



Viel Saft für gute Fahrt: Die Batterie ist das Herz eines elektrischen Fahrzeugs



Die Getriebe für alle Motoren werden individuell entwickelt



Die Batterien sind entscheidend für den Erfolg der E-Mobilität



Smart Home – individuell & sicher

‘Smart Home’ ist zu einem geflügelten Wort der Gebäudetechnik geworden. Die GEWISS Deutschland GmbH aus Merenberg bietet intelligente Gebäudesystemtechnik und innovative LED-Beleuchtungslösungen aus einer Hand. Dabei setzt das Unternehmen auf Fachwissen, Kundennähe und Beratungsstärke.



Das Thermo ICE-Thermostat ist in verschiedenen Designs, passend zum Interieur, erhältlich

Kabelführungen und -kanäle sowie flexible Rohre, Unterputz- und Verteilerdosen und CE-Stecker zum Programm.

Aktuell macht das Installationsgeschäft noch rund zwei Drittel des

”

Wir sind innovativ, beratungsstark, fair und persönlich.

“

„Ursprünglich sind wir im Bereich der Elektroinstallation verwurzelt“, so Geschäftsführer Marcus Jagels.

„Begonnen haben wir mit Bedienelementen und sind dann später in die Gebäudesystemtechnik eingestiegen. Als die LED-Technologie aufkam, haben wir uns früh damit beschäftigt. Rückwirkend war das ein wichtiger strategischer Schritt, der uns einen starken Wachstumsimpuls gegeben hat. Wir haben dadurch unsere Organisation komplett neu aufgestellt, unseren Vertrieb personell fast verdoppelt und ihn in

die Teams Installationstechnik und Lichttechnik aufgeteilt.“

DREI SCHWERPUNKTE

Im Bereich Installationstechnik konzentriert sich GEWISS Deutschland auf drei Hauptthemen – Gebäudesystemtechnik, Elektroinstallationstechnik sowie Energieverteilung und Leitungsführung. Zum Bereich der Gebäudesystemtechnik mit Gebäudemanagement und -steuerung gehören Schalter und Steckdosen, aber auch Tür- und Videosprechanlagen sowie

Heizungssteuerungen. Das Sortiment im Bereich Elektroinstallationstechnik umfasst Schutzsysteme und Reiheneinbaugeräte wie zum Beispiel Sicherungsschalter. „Hier sind wir die Einzigen, die selbsttestende Geräte im Sortiment haben“, so Marcus Jagels. „Auf diese Lösung halten wir unser eigenes Patent. Auch unsere Restart-Geräte sind einzigartig am Markt.“ Im Bereich Energieverteilung und Leitungsführung gehören vor allem Verbindungs- und Verteilersysteme wie

Gesamtgeschäfts aus. Marcus Jagels ist jedoch zuversichtlich, das LED-Geschäft in den kommenden Jahren auf rund die Hälfte des gesamten Geschäftsvolumens zu steigern. Im LED-Bereich konzen-



Die Straßenbeleuchtung Road [5] bietet optimale Lichtstrahlung



Über 'Thermo ICE' lässt sich ein angenehmes Raumklima in allen Räumen regeln

triert sich GEWISS Deutschland auf industrielle Beleuchtung wie Hallenbeleuchtung, Scheinwerfer oder Notbeleuchtung sowie auf Straßenbeleuchtung.

ENTWICKLUNGS- & BERATUNGSSTÄRKE

„Neben unserer persönlichen Nähe zu unseren Kunden ist vor allem unsere Innovationskraft ein wichtiger Wachstumstreiber“, erklärt Marcus Jagels. „Wir haben in unserer Zentrale in Italien eine eigene Entwicklungsabteilung,

die über 200 Mitarbeiter umfasst. Zudem sind wir beratungsstark und bieten einen Rundum-Service. So übernehmen wir zum



Aktuell suchen wir weitere Vertriebsmitarbeiter.

Beispiel komplette Lichtberechnungen, selbstverständlich unter Berücksichtigung der neuesten gesetzlichen Vorschriften. Unsere Kunden profitieren zudem von den Vorteilen eines mittelständischen Unternehmens, wie zum Beispiel

Flexibilität und Kundennähe, gleichzeitig bieten wir die Sicherheit eines Konzerns durch unser Mutterunternehmen in Italien. Nicht zuletzt können wir mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis aufwarten.“

UNTER DIE TOP FIVE

Die Vision von GEWISS ist klar: „Unser Ziel ist es, unseren Umsatz in den nächsten fünf bis sieben Jahren zu verdoppeln“, so Marcus Jagels. „Wir möchten, was unsere Marktstellung angeht, unter die Top-five-Anbieter in unserem Bereich kommen. Das ist ein



ambitioniertes Ziel, aber wir sind zuversichtlich, dass wir es erreichen.“ Alexandra Zange, Leitung Marketing, fügt hinzu: „2018 werden wir entscheidende Weichen für weiteres Wachstum stellen. Unter anderem stehen der Relaunch

der Website sowie die Einführung eines neuen CRM-Systems auf dem Programm. Dies wird uns im Vertriebsbereich völlig neue Möglichkeiten eröffnen. Wir werden auf Messen, wie zum Beispiel auf der Light & Building in Frankfurt im März, vertreten sein, uns aber auch verstärkt online aufstellen. Erst vor Kurzem sind wir eine Partnerschaft mit dem Eishockey-Club EC Bad Nauheim eingegangen. Hier sehen wir eine gute Chance, uns als regionales Unternehmen zu positionieren. Eishockey ist ein ehrlicher und sauberer Sport, zudem ist Sicherheit wichtig – das passt zu uns.“ Ein wichtiger Aspekt für die Realisierung der Wachstumspläne wird die Rekrutierung von geeignetem Personal sein. „Nach wie vor sind wir auf der Suche nach qualifizierten und motivierten Vertriebsmitarbeitern“, so Marcus Jagels. „Dabei nutzen wir alle Recruitment-Möglichkeiten. Wir hoffen, dass wir unsere Mannschaft 2018 komplettieren können.“

GEWISS

GEWISS Deutschland GmbH

Industriestraße 2
35799 Merenberg
Deutschland

+49 6471 5010

+49 6471 5412

gewiss@gewiss.de

www.gewiss.de



Master ICE verbindet Steuerung und Visualisierung





Kleine Teile – große Präzision

Was die Spezialisten der DYNACAST Deutschland GmbH herstellen, bleibt dem Nutzer oftmals verborgen. Mittels Mehrschieber-Druckgießmaschinen produziert der global arbeitende Hersteller komplexe Präzisionsteile aus Zink, Magnesium und Aluminium, die unter anderem in den Bereichen Elektrotechnik und Medizintechnik sowie in Automobilen verarbeitet werden. „Es sind in der Regel Teile, die man gar nicht sieht“, sagt Armin Beck, Gesamtgeschäftsführer von DYNACAST Deutschland. Die Geschichte des Unternehmens ist geprägt von stetiger Innovation.



Ultraleichtes, robustes Gehäuse aus Magnesium für USB-Kameras

Die Wurzeln von DYNACAST reichen zurück bis ins Jahr 1912. Damals emigrierte Firmengründer Otto Gries von Deutschland in die USA, wo er zunächst eine kleine Maschinenwerkstatt gründete. Mit der Erfindung der Mehrschieber-Druckgussmaschine im Jahr 1934 beginnt eine rasante Erfolgsgeschichte. 1969 führt sie zurück nach Deutschland, wo die DYNACAST Deutschland GmbH gegründet wird.

STARKINDERELEKTROTECHNIK

Heute produziert DYNACAST in 26 Werken in 16 Ländern. „Jeder hat sich auf seine Weise spezialisiert. In Deutschland sind das hochpräzise Teile mit dünnen Wand-

stärken. Sie haben schon früh in der Elektrotechnik Anwendung gefunden für alle Arten von Steckverbindern“, sagt Armin Beck. Dank spezieller Beschichtungen mit Nickel und Zinn eignen sich die Teile auch für das Einlöten in Platinen. Knapp 300 Mitarbeiter beschäftigt DYNACAST Deutschland. Der Umsatz lag zuletzt bei 45 Millionen EUR. „Jeder Standort hat eine regionale Funktion. Bei uns sind 50% der Produkte für den Einsatz in Deutschland bestimmt, 40% für Europa, 10% für Asien und die USA“, erklärt Armin Beck. In der DYNACAST-Gruppe kommt dem Standort Deutschland ein besonderer Stellenwert zu. Bestimmte Präzisionsteile werden ausschließlich dort für den

gesamten Weltmarkt produziert. „Wir haben den modernsten Maschinenpark in der Gruppe“, sagt Armin Beck. Die benötigten Druckgussmaschinen stellt DYNACAST Deutschland selbst her. Aufgrund der Durchgängigkeit der Technologie kann Dynacast aus demselben Werkzeug Musterteile aus

Zink, Magnesium und Aluminium abgießen. „Die Maschinen werden auch in anderen Ländern einge-

”

Die Kunden suchen keine Lieferanten. Sie wollen Partner, die innovative Lösungen bringen.

“

setzt“, so der Geschäftsführer. Was den Standort in Bräunlingen im Schwarzwald auszeichnet? „Der Faktor sind die Schwarzwälder. Die Feinwerktechnik hat in dieser Region eine lange Tradition. Die Menschen hier haben das im Blut und sie bringen die nötige Leidenschaft für die Technik mit“, beschreibt



Mit diesen Steckergehäusen mit Schirmkreuz hat DYNACAST den ersten Platz im Bauteilewettbewerb auf der EUROGUSS Messe 2018 errungen



DYNACAST Deutschland GmbH

Hüfinger Straße 24
78199 Bräunlingen
Deutschland

+49 771 92080

+49 771 9208100

www.dynacast.de



DYNACAST produziert Metallteile von Stethoskopen

Armin Beck. Diese Argumentation hat auch die Geschäftsleitung der Gesamtgruppe überzeugt. Sie hat einer Erweiterung des Standortes Bräunlingen zugestimmt. Zu den Steckenpferden von DYNACAST Deutschland gehören Teile mit komplexer Geometrie. Die 'Initiative Zink' hat das Unternehmen zum Beispiel für ein Steckergehäuse mit extrem dünner Wandstärke ausgezeichnet. In anderen Wettbewerben hat das Unternehmen Preise für spezielle Magnesium-

Bauteile gewonnen. Zu den Kunden von DYNACAST Deutschland zählen Automobilzulieferer, darunter Firmen, die Kabelbäume liefern oder Steuergeräte, Autoschlüssel oder Sicherheitsgurte, Blink-elemente und Regensensoren. Hinzu kommen Kunden aus den Bereichen Elektrotechnik, Me-

spiel mit seinen Kunden setzt das Unternehmen auf Partnerschaft. „Kunden suchen keine Lieferanten. Sie wollen einen Partner, der Lösungen bringt. Wohin wir früher zum Beispiel Zinkteile geliefert haben, die der Kunde nachbearbeitet hat, liefern wir heute fertig bearbeitete und beschichtete

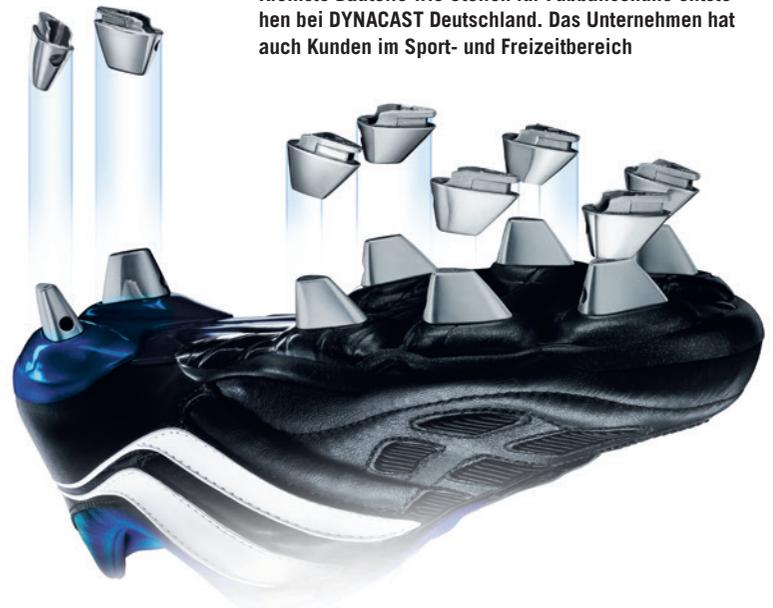
auf seine Mitarbeiter. „Wir bieten anspruchsvolle Arbeitsplätze, an denen die Leute ihre Fähigkeiten und Kreativität entfalten können.“ In einer Region mit nahezu Vollbeschäftigung findet DYNACAST trotzdem Fachkräfte: „Wir müssen eben der attraktivste Arbeitgeber sein.“ Als Motor der stetigen Innovation wertet Armin Beck die Kunden: „Wir sehen, dass die Kunden uns antreiben, eine immer bessere Technologie zu produzieren. Die Digitalisierung in der Industrie wird auch im Home-Bereich ankommen“, sagt er. Entsprechend wächst der Markt für DYNACAST.

„ Wenn es keiner kann, dann kann es DYNACAST.

dizintechnik, Freizeit und Sport. „Wir haben aktuell etwa 3.500 Artikel und 350 Kunden“, sagt der Geschäftsführer. Dabei deckt kein Kunde mehr als 5% des gesamten Auftragsvolumens ab. In der Branche ist DYNACAST Deutschland Marktführer. Warum das so ist? „Wir spezialisieren uns grundsätzlich nur auf das, was wir können – und das ist der Druckguss. Wir konzentrieren uns voll und ganz auf das Thema Mehrschieber-Druckguss. Diese Fokussierung hilft uns, Technologieführer zu sein. Wir sind diejenigen, die die höchsten Anforderungen setzen und damit den Benchmark in unserem Bereich.“ Im Zusammen-

teile“, beschreibt Armin Beck den gewünschten Service. Weil die Anforderungen an Service und Qualität steigen, setzt DYNACAST

Kleinste Bauteile wie Stollen für Fußballschuhe entstehen bei DYNACAST Deutschland. Das Unternehmen hat auch Kunden im Sport- und Freizeitbereich



Galvanisch beschichtete Steckverbinder aus Zink



Interview mit Sergio Gori, Geschäftsführer der FK Group Srl

Einfach gut abschneiden

Vom traditionellen Webstuhl zur Fast Fashion – die Textilindustrie hat eine tiefgreifende Entwicklung hinter sich. Und vor sich – schließlich arbeiten Wissenschaftler längst daran, Robotern das Nähen beizubringen. Auch die in Dalmine nahe Bergamo ansässige FK Group Srl passt sich dem schnelllebigen Markt flexibel an. Der international angesehene Hersteller von Schnittautomaten und Stofflegemaschinen setzt seit Langem auf die Industrie 4.0.

Mehr als 55 Jahre Erfahrung und über 10.000 Maschinen, die auf der ganzen Welt im Einsatz sind – die FK Group ist dank ihres umfassenden Know-how zu einem der weltweit führenden Anbieter technologisch anspruchsvoller Stoffschneidemaschinen geworden. Dem italienischen Unternehmen liegt es am Herzen, nicht nur als Produkthanbieter, sondern als

Gründung eine angesehene Referenzgröße, die dem Markt ihren ganz eigenen Stempel aufdrückt. Flavio Cattini gründete FK im Jahr 1961 – und zog bereits mit dem ersten Produkt, einer innovativen Stoff-legemaschine, die Aufmerksamkeit auf sich. „Durch die Maschine konnten neue Materialien plötzlich maschinell verarbeitet werden“, erklärt Geschäftsführer



Die FK Group schneidet einfach gut ab – unter anderem auf Messen wie der Cisma, der Colombiatex und der DTG

„ Präzision ist das, was unsere Maschinen ausmacht – neben einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. “

lösungsorientierter, kompetenter Partner wahrgenommen zu werden.

EINE SCHNITTIGE SACHE

Erfahrung und Innovationsgeist gehen bei der FK Group eine konstruktive Verbindung ein. Das Unternehmen ist seit seiner

Sergio Gori. „Zum Beispiel Matratzen oder Polster, die bis dato von Hand vernäht werden mussten. Die Maschine war damit eine kleine Revolution.“ Seit dieser Zeit setzt FK mit technologisch wegweisenden Schneideautomaten, die unterschiedlichste Stoffe präzise bearbeiten, Maßstäbe. Modernste CAD-Maschinen und Schneide-

maschinen bestimmen heute die Produktion des 50 Mitarbeiter zählenden Betriebs. FK unterstützt die Kunden mit entsprechenden Softwarelösungen und passt sich ihren Bedürfnissen konsequent an. „Vie-

le unserer Kunden arbeiten heute in Asien“, so Sergio Gori. „Unser Exportanteil liegt daher bei 60%. China, Bangladesch und Vietnam sind zentrale Märkte. Weltweit arbeiten wir mit rund 50 Distribu-

FK Group Srl
Via Friuli 21
24044 Dalmine (BG)
Italien

+39 035 565633

+39 035 564445

fkgroup@fkgroup.com

www.fkgroup.com



toren zusammen. Die Internationalisierung wird weiter fortschreiten und wir wollen darauf vorbereitet sein. Deshalb werden wir in naher Zukunft Büros im Elsass und in Sri Lanka und eine weitere Produktionsstätte in Dalmine eröffnen.“

PRÄZISION IN PERFEKTION

Rund zwölf Millionen EUR setzt FK heute mit einer Vielzahl an State-of-the-Art-Schneidemaschinen um. Es gibt spezielle Modelle für technische Stoffe wie Kevlar, die zum Beispiel beim Militär oder in der Luft- und Raumfahrt eingesetzt werden, Universalmodelle, die echte Allrounder und Bestseller sind, und Maschinen, die besonders für die Verarbeitung von Jeansstoffen und Massenproduktionen geeignet sind und

von weltweiten Lieferanten von Playern wie Prada, Nike, Adidas und Levis genutzt werden. FK-Maschinen überzeugen zudem bei der Herstellung von Auto- und Zugsitzen sowie in der Schuh- und Möbelindustrie. „Präzision ist das, was unsere Maschinen ausmacht – und natürlich ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis“, betont Sergio Gori. „Die Maschinen arbeiten präzise und energieeffizient. Abgerundet wird unser Angebot durch umfassende, auf die Kunden zugeschnittene Services. Wir kennen beispielsweise den chinesischen Markt und die chinesische Mentalität sehr gut. Deshalb bieten wir dort auch nachts Support an. Für Kunden ist diese Flexibilität ebenso wichtig wie die Produkte selbst.“



Innovative Lasertechnologien unterstreichen die technologische Kompetenz der FK Group

Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

ePaper – 2018



Was immer Sie bewegt – sprechen wir darüber!

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Ideen in einem persönlichen Interview im nächsten Special-ePaper von Wirtschaftsforum.

Erfahren Sie mehr über geplante Themen!

Ihr Ansprechpartner:

Andreas Detert · +49 5971 921640

media@wirtschaftsforum.de

Wirtschaftsforum:

Maschinen mit Mehrwert



Weltweiter Partner der Baustoffindustrie: Die Masa GmbH gehört zu den führenden Anbietern von Anlagen und Maschinen für die Herstellung von Betonsteinen und -platten sowie Porenbeton- und Kalksandsteinprodukten. Das erfolgreiche mittelständische Unternehmen bietet seinen Kunden Maschinen mit Mehrwert. Wirtschaftsforum sprach mit Frank Reschke, Gesamtvertriebsleiter und Mitglied der Geschäftsführung, über gute Mitarbeiter und guten Service.

WF: Herr Reschke, das Unternehmen Masa existiert bereits seit 1905. Was waren seitdem die wichtigsten Meilensteine?

Frank Reschke: Richtig angefangen hat alles eigentlich erst nach dem

2. Weltkrieg. Es gab einen riesigen Bedarf an Baustoffen. Der zweite bedeutende Meilenstein war in den 1960er-Jahren die Entscheidung, international zu expandieren. Damals haben wir die erste Anlage in die USA verschifft.

WF: Wie steht Masa heute da?

Frank Reschke: Heute gehören wir zu den führenden Entwicklungs- und Produktionspartnern der internationalen Baustoffindustrie. Unser Hauptsitz in Andernach ist auf Anlagen und Maschinen für die Betonsteinfertigung spezialisiert. Unser zweites Kompetenzzentrum in Porta Westfalica hat den Schwerpunkt Anlagen und

Maschinen zur Herstellung von Betonplatten, Porenbeton und Kalksandstein. Außerdem haben wir Vertriebs- und Serviceneiederlassungen in den USA, China, Dubai, Indien und Russland. Weltweit beschäftigen wir knapp 500 Mitarbeiter.

WF: Wie viele Anlagen und Maschinen gehen ins Ausland?

Frank Reschke: 90% unseres Gesamtumsatzes von rund 100 Millionen EUR erzielen wir im Exportgeschäft. Vor der Wirtschaftskrise 2008 gab es einen Boom. Die Krise haben wir dann recht gut überstanden, aber danach hatten wir deutlich weniger Aufträge. Seit

Neben dem Hauptsitz in Andernach (Foto) verfügt Masa über einen zweiten Standort in Porta Westfalica





Die Betonstein-Fertigungsmaschinen der XL-Serie gehören weltweit zu den Spitzenmodellen



Masa auf der bauma in München, der Weltleitmesse für die Bau- und Baustoffindustrie

fünf Jahren geht es wieder stetig bergauf.

WF: Welche Rolle spielt in Ihrer Branche die zunehmende Digitalisierung?

Frank Reschke: In Sachen Digitalisierung und Industrie 4.0 sind wir führend in unserer Industrie und anerkannter technologischer Vorreiter. Die Zukunft ist digital, das steht außer Frage. Um unsere führende Position hier beizubehalten, investieren wir stark in technologische Forschung und Entwicklung und erweitern laufend unser Portfolio.

WF: Viele Unternehmen klagen über zunehmenden Fachkräftemangel. Wie gehen Sie bei Masa damit um?

Frank Reschke: Wir legen großen Wert darauf, unsere Fachkräfte im eigenen Hause auszubilden. Ausbildung hat bei Masa einen sehr hohen Stellenwert. Das gilt sowohl für den kaufmännischen als auch den technischen Bereich.

Wir stehen da ganz gut da und fördern auch das duale Studium. Qualifizierte Mitarbeiter zu finden ist nicht so einfach. Ein Unternehmen steht und fällt entscheidend mit seinen Mitarbeitern.

WF: Inwiefern kann Ihrer Meinung nach auch die Digitalisierung eine passende Antwort auf diese Herausforderung sein?

Frank Reschke: Bedingt vielleicht ja. Das unterstützt natürlich, aber die Digitalisierung ersetzt keine guten Mitarbeiter. Gerade in Füh-

rungspositionen ist es unabdingbar, dass man Mitarbeiter hat, die flexibel sind und die richtige Sicht der Dinge haben. Wir sind trotz unserer Größe immer noch ein Familienunternehmen mit vielen langjährig Beschäftigten. Wenn irgendwo etwas brennt, muss man auch sonntags raus, das ist kein Problem für die Mitarbeiter.

WF: Zurück zu den Anlagen und Maschinen. Gibt es hier aktuelle Neuentwicklungen?

Frank Reschke: Jede Menge, insbesondere im Bereich Energieeinsparung. Wir haben zum Beispiel eine Paketierung entwickelt, die rein elektrisch funktioniert. Durch Rückführung der Energie ergibt sich eine Energieeinsparung von 25%. Das ist derzeit vor allem für Kunden in Deutschland und Europa interessant, aber auch im Fernen Osten wird das irgendwann ein Thema sein. Unsere neuesten Innovationen präsentieren wir regelmäßig auf der bauma in München, der weltweit größten Messe für Bau-, Baustoff- und Bergbaumaschinen.

WF: Worauf führen Sie den weltweiten Erfolg von Masa zurück?

Frank Reschke: Zuerst auf die Erfahrung und Kompetenz unserer Mitarbeiter. Außerdem sehen wir den Kunden auf einem ganz, ganz hohen Podest. Wenn der Kunde kein Geld verdient, dann tun wir es auch nicht. Das merkt man im Service: Wenn es zu einem Anlagestillstand kommt, dann lassen wir alles stehen und liegen, um



Eröffnungsfeier für ein hochmodernes Werk für einen führenden ukrainischen Hersteller von Betonpflastersteinen



Der Masa-Service deckt alles ab, bis hin zur kompletten Montage einer Betonstein-Fertigungsanlage

In Kürze Kernkompetenz

Entwicklung und Produktion von Maschinen und Anlagen für die Baustoffindustrie

Zahlen & Fakten

- Gegründet: 1905 von Alois Smaritschnik
- Struktur: mittelständisches Familienunternehmen
- Niederlassungen: Standort in Porta Westfalica sowie Vertriebs- und Servicegesellschaften weltweit
- Mitarbeiter: 500
- Umsatz: 100 Millionen EUR
- Export: 90% weltweit

Leistungsspektrum

- Anlagen und Maschinen für die Betonstein-, Porenbeton-, Kalksandstein- und Betonplattenfertigung
- Umfangreiche Services: Installation, Inbetriebnahme, Wartungen, Umbauten, Modernisierungen

Zielgruppe

Baustoffproduzenten

Messen und Ausstellungen

bauma München und weitere Messen weltweit

Philosophie

Maschinen mit Mehrwert für den Kunden

Zukunft

Fortsetzung des erfolgreichen Wachstumskurses



Hydraulische Masa-Kalksandsteinpresse mit Steinsetzautomat für Rohlinge

die Anlage so schnell wie möglich wieder zum Laufen zu bekommen. Wir bieten technischen Support und Ersatzteilservice rund um die Uhr, an sieben Tagen in der Woche.

WF: Wie beurteilen Sie die weitere Entwicklung in der Baustoffbranche?

Frank Reschke: Der Trend geht immer mehr in Richtung Veredelung. Keiner will mehr die normalen, grauen Steine. Die Frage ist, wie man diese veredeln und dies in die Maschinen integrieren kann, um dem Kunden zu ermöglichen, sich

von der Konkurrenz abzusetzen. Es geht nicht nur darum, qualitativ bessere Produkte zu verkaufen, sondern einzigartige Lösungen mit einem Mehrwert für den Kunden zu bieten.

WF: Welche Ziele haben Sie für die kommenden Jahre?

Frank Reschke: Wir wollen den Weg, den wir in den letzten drei Jahren erfolgreich beschritten haben, weitergehen. Mit weiterhin zufriedenen Mitarbeitern und einer gesunden, nachhaltigen Umsatzentwicklung. |

masa

Milestone to your success.

Masa GmbH

Masa-Straße 2
56626 Andernach
Deutschland

☎ +49 2632 92920

☎ +49 2632 929211

✉ info@masa-group.com

🌐 www.masa-group.com



Hightech aus Bayern: Thermoformmaschine



Weltweit gefragt: Form für Armaturenbrett



Ein Herz und eine Seele: Manfred Geiß und seine Frau Klara arbeiten seit 57 Jahren zusammen

Seit 20 Jahren Industrie 4.0

Was heute als Industrie 4.0 gefeiert wird, ist für Manfred Geiß ein alter Hut. „Das machen wir schon seit 20 Jahren“, sagt der Vorstandsvorsitzende der GEISS AG aus dem bayrischen Seßlach. Jeder Arbeitsplatz der Spezialisten für Thermoformmaschinen, Modell- und Werkzeugbau sowie Nachbearbeitung ist bereits vernetzt – dort werden Informationen abgerufen und eingegeben. Das papierlose Büro ist seit 15 Jahren Standard.

„Alle Geiss-Highlights wurden von uns erfunden und patentiert“, erläutert der Chef der GEISS AG, der das Unternehmen gemeinsam mit seiner Frau Klara und Schwiegersohn Klaus-Peter Welsch leitet. Zu den Highlights zählt Manfred Geiß unter anderem die unschlagbare Flexibilität durch die automatisierte Konstruktion sowie stufenlose Spannrahmen und Fensterplatten. „Mit unseren Maschinen lassen sich Produktionsgrößen beliebig verändern“, so der Vorstandsvorsitzende. „Nur das Formwerkzeug ist zu wechseln, während die Anlage sich automatisch umrüstet.“ Dank der seit mehr 20 Jahren eingesetzten kurzwelligen Infrarotstrahler lassen sich die Kosten der Heizzeiten um etwa die Hälfte verringern. „Wir bauen etwa 100 Maschinen pro Jahr, haben eine sehr hohe Fertigungstiefe und alles

wird in Deutschland produziert“, erklärt Manfred Geiß. Thermoformmaschinen, CNC-gesteuerte Fräsmaschinen, CNC-gesteuerte Ultraschall-, Kaltmesser- und

„**Alle Geiss-Highlights wurden von uns erfunden und patentiert.**“

Laserschneidanlagen entwickelt GEISS ebenso wie Fräsaufnahmen, Horizontalbandsägen sowie Werkzeuge, Modelle und Formen.

CHANCEN ERKANNT

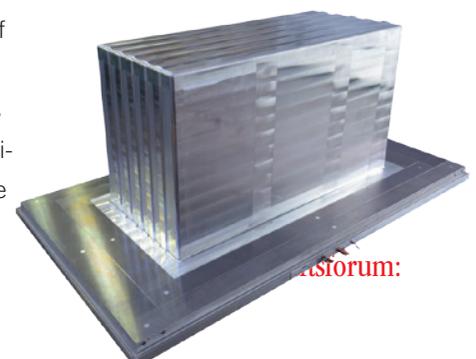
Gegründet wurde die heutige GEISS AG 1948 von Schreinermeister Georg Geiß, dem Vater des heutigen Vorstandsvorsitzenden. Schon früh erkannte Georg Geiß

das Potenzial des Kunststoffes und entwickelte neuartige Thermoformmaschinen, die er auf Messen vorstellte. Heute beschäftigt die GEISS AG, die mit der GEISS LLC eine Vertriebsniederlassung in den USA unterhält, 150 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Umsatz von 30 Millionen EUR. „80% unseres Umsatzes erwirtschaften wir im Export, meist in Länder mit einer hochentwickelten Autoindustrie“, verdeutlicht Manfred Geiß. „Indien, China, Tschechien, Slowenien, Frankreich, Spanien, die USA und Brasilien sind unsere Kerngebiete. Doch auch die Sanitärbranche, Verpackungs- und Möbelindustrie gehören zu unseren Kunden.“ Ein besonderes Anliegen ist dem Chef des weltweiten Marktführers die Nachhaltigkeit. Dazu gehören das Einsparen von Energie, das Materialrecycling und die geothermische

Erzeugung von Wärme. Auch hier gilt das Firmenmotto: ‘One step ahead’.

GEISS AG
one step ahead

GEISS AG
Industriestraße 2
96145 Seßlach
Deutschland
☎ +49 9569 92210
☎ +49 9569 922120
✉ mail@geiss-ttt.com
🌐 www.geiss-ttt.com





Mit Psychologie und IT-Technik auf der Überholspur

Mit nichts als einer Idee startete der passionierte Biker und Diplom-Psychologe Dr. Detlev Fey 2003 den Motor der Magmapool Sales & Marketing Services AG. Sein Treibstoff ist ein spannender Mix aus E-Commerce, Marktforschung und IT-Technologie. Das Unternehmen mit Sitz in Montabaur entwickelt individuelle B2B-Online-Systeme zur Motivation von Mitarbeitern und zur Steuerung des Vertriebs. Heute beschäftigt Magmapool 40 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 16 Millionen EUR. Wie diese Erfolgsgeschichte gelang, erzählt Diplom-Psychologe Dr. Detlev Fey im Interview.

WF: Ein Diplom-Psychologe als Vorstand einer Aktiengesellschaft – wie geht das zusammen?

Dr. Detlev Fey: Als promovierter Diplom-Psychologe war ich vorher in Forschung und Lehre tätig. Ich wollte ein Unternehmen auf Basis einer psychologischen Thematik aufbauen: der Motivation von Menschen, einem genuin psychologischen Thema. Die Theorie haben wir mit Magmapool in die Praxis, sprich in die Wirtschaft, übertragen. Das macht uns einzigartig.

WF: Wie ist das Projekt Magmapool geworden, was es heute ist?

Dr. Detlev Fey: Wir haben drei Phasen durchlaufen. Zunächst entwi-

ckelten wir die Software netcentive, mit der man ein Belohnungssystem für Mitarbeiter aufbauen und steuern kann. Beispiel: Ein Automobilverkäufer verkauft einen Neuwagen, erhält dafür Punkte von seinem Arbeitgeber und kann diese Punkte gegen hochwertige Sachprämien einlösen, zum Beispiel einen Fernseher, Schmuck, eine Uhr. Insgesamt verfügen wir heute über 4.500 Sachprämien. Nach der Entwicklung der Software folgte die zweite Phase, der Aufbau einer strategischen Vertriebssteuerung. Hier haben wir Aktionen mit spezieller Punktevergabe entwickelt, die Einfluss auf Verkaufsprozesse haben.

WF: Und Phase drei?

Dr. Detlev Fey: Sie läuft seit 2015. Seither beschäftigen wir uns noch intensiver mit dem Thema Business Intelligence. Wir entwickelten ein BI-System, um logische Verfahren zu analysieren und Vorhersagen zu treffen, wie sich die Verhaltensweisen von Teilnehmern innerhalb unserer Prämienprogramme entwickeln. Predictive Analytics lautet das Stichwort, so wie das auch Google und andere betreiben.

WF: Warum ist Business Intelligence für Ihre Kunden wichtig?

Dr. Detlev Fey: Viele verbinden Business Intelligence rein mit Vertriebszahlen. Bei uns stehen eher die Bereiche Human Resources

und Mitarbeiterbindung im Fokus. Darin liegt ein noch größerer Markt als im Vertrieb.

WF: Das müssen Sie erklären.

Dr. Detlev Fey: Das ist ein ganz wichtiges Thema. Hochbrisant. Es wird für Unternehmen immer schwieriger, Mitarbeiter zu binden. Wir haben im HR-Bereich Portale entwickelt, in denen unsere Kunden ihre Mitarbeiter nicht als Vertriebsmitglieder sehen, sondern ihre Leistungen als Individuum und Teil eines Unternehmensgefüges belohnen, zum Beispiel für Verhalten im kollegialen und eigenverantwortlichen Bereich. Ziel ist es, zentrale Bausteine zur



Magmapool setzt auf Sachprämien bekannter Markenhersteller. Der emotionale Wert einer solchen Belohnung steht bei der Mitarbeitermotivation im Vordergrund

© Magmapool

Zufriedenheit der Mitarbeiter zu entwickeln.

WF: Womit lassen sich denn heute echte Anreize zur Mitarbeitermotivation schaffen?

Dr. Detlev Fey: Vordergründig arbeiten wir mit hochwertigen Sachprämien der besten Marken, doch viel bedeutender ist der emotionale Wert, der hinter diesen Belohnungen steckt: eine Anerkennung für gute Leistungen, ein Lob vom Chef. Wissenschaftliche Studien belegen, dass spürbare Wertschätzung dieser Art Mitar-

beiter nachhaltig motiviert und sie emotional an ihr Unternehmen bindet. Um diese Emotion zu verstärken, gründeten wir 2010 das Magmapool-Reisebüro und versorgen unsere Kunden seitdem auch mit unvergesslichen Urlauben und Erlebnisdokumenten. 2015 haben wir sogar einen eigenen Reisekonfigurator entwickelt und in das Prämiensystem integriert. Kaum ein Wunsch bleibt jetzt noch unerfüllt.

WF: Apropos Traum: Wie soll sich Magmapool weiterentwickeln?

Dr. Detlev Fey: Wir werden unser kontrolliertes Wachstum weiterverfolgen und keine Luftschlöcher bauen. Unsere Technologie wollen wir weiterentwickeln und im EU-Raum international vorankommen.

WF: Was treibt sie an? Worin liegt für Sie ganz persönlich ein Anreiz zu arbeiten?

Dr. Detlev Fey: Ich bin 67 und gehe immer noch sehr gerne zur Arbeit. Magmapool ist mein Baby, das ich von Null aufgezogen und gepflegt habe – anfangs noch mit einem geliehenen Schreibtisch, einem Te-

lefon und leeren Schränken. Umso stolzer bin ich heute auf das, was wir zusammen erreicht haben. Firmengründer zu sein, hat für mich tatsächlich viel mit Freiheit zu tun – ein Gefühl wie beim Motorradfahren. Ich fühle mich zu 100% wohl und mein Job hält mich fit, physisch und psychisch. █



© Magmapool

Die Software netcentive ist ein moderner Online-Shop zum Punktesammeln und Bestellen von Prämien – mit Desktop-PC, Smartphone oder Tablet.

magmapool®

Magmapool Sales & Marketing Services AG
 Bahnallee 11-13
 56410 Montabaur
 Deutschland

+49 2602 686960
 +49 2602 6869699

info@magmapool.de
 www.magmapool.de

Eine sichere Bank

Die Finanzbranche befindet sich im Umbruch. Neue regulatorische Anforderungen, zunehmende Digitalisierung und ein grundlegend verändertes Kundenverhalten stellen Banken und Finanzdienstleister vor komplexe neue Herausforderungen. Für die Bank für Tirol und Vorarlberg AG (BTV) aus Innsbruck ist klar: Jetzt geht es noch stärker darum, die Bedürfnisse der Kunden zu kennen, zu verstehen und die Kunden mit passenden Produkten und Services zu begleiten.

„Wir stehen für ein konservatives Geschäftsmodell, allerdings für ein erfrischend konservatives“, resümiert Vorstandsvorsitzender Gerhard Burtscher. „Wir leben das Bankgeschäft, so wie es erfunden wurde, nehmen Einlagen herein und investieren in Form von Krediten. Damit decken wir die gesamte Breite im Firmenkunden- und Privatanlagegeschäft ab – alles rund um Exporttätigkeiten, Förderungen, klassische Finanzierungen, Einlagen, Vermögensmanagement und Wertpapiergeschäfte. Ganz entscheidend ist die Nähe zum Kunden; das persönliche Gespräch steht immer im Mittelpunkt, um Vertrauen zu schaffen – auch und gerade in Zeiten einer zunehmenden Digitalisierung.“

„WIRSTRENGENUNSGERNEAN“

Die BTV ist Teil einer Bankengruppe, die nicht nur durch gegenseitige Aktienbeteiligungen miteinander verbunden ist, sondern auch durch gemeinsame Werte. Kundennähe, regionale Marktkennntnis und eine konservative Geschäftsphilosophie prägen seit Beginn das Bankenprofil.



Am Hauptsitz in Innsbruck stehen zahlreiche engagierte Mitarbeiter den Kunden zur Seite



Hinter einer klassischen Fassade werden klassische Bankgeschäfte abgewickelt – BTV Feldkirch, Villa Menti



BTV Bludenz – gefragte Anlaufstelle für BTV-Kunden

WERTE, DIE BLEIBEN

Gegründet wurde die BTV 1904. Knapp 50 Jahre später, 1952, schließen BTV, Oberbank und BKS Bank und Creditanstalt einen Syndikatsvertrag. Die seit 1986 börsennotierte, 1.400 Mitarbeiter zählende Gruppe zeigt seit 2004 auch im benachbarten Ausland in der Schweiz und Deutschland Präsenz. 39 Standorte in vier Ländern und rund 14 Milliarden EUR betreute Kundengelder – Zahlen wie diese machen deutlich, dass das Konzept der BTV aufgeht. „Wir sind groß genug für komplexe Aufgaben und haben zum Beispiel die Vollbank-Konzessionen für alle DACH-Länder, auf der anderen Seite sind wir klein genug, um persönlich zu agieren“, so Gerhard Burtscher. „Kundennähe und persönliche Gespräche stehen im Fokus. Das wissen Kunden zu schätzen. Jeder Kunde hat einen persönlichen Betreuer sowie einen Co-Betreuer, der für ihn das gesamte Tagesgeschäft abwickelt. Bis zum letzten Entscheidungsträger gibt es damit einen direkten Ansprechpartner.“

BTV VIER LÄNDER BANK

MIT LEIDENSCHAFT FÜR DIE SACHE

„Unser Geschäftsmodell ist nur ein Alleinstellungsmerkmal auf einem umkämpften Markt. Eine konservative Geschäftsstrategie, die von dem Leitsatz ‘Investieren statt spekulieren’ geprägt ist, Seriosität und Kontinuität sind andere. Wir profitieren hier von einem tollen Einzugsgebiet mit inspirierenden Unternehmen und Unternehmern“, betont Gerhard Burtscher. „Mit unserer Unterstützung können deren innovative Ideen erfolgreich umgesetzt werden. Dafür strengen wir uns gerne an, das ist eine Herausforderung, die jedem hier einfach Freude macht.“ Hervorragend ausgebildete Mitarbeiter, die Kunden in Gesprächen einen Nutzen vermitteln und aktiv etwas bewegen wollen, sind vor diesem Hintergrund das A und O. ‘Wer will und kann, der darf’, so lautet ein

Grundgedanke der Mitarbeiterpolitik; dafür wurden entsprechende Rahmenbedingungen geschaffen. Auf Basis dieser Philosophie blickt die BTV engagiert nach vorn. Man will sich künftig noch gezielter als Bankier positionieren, um mit Fachwissen, Vertrauen und Verlässlichkeit gesundes Wachstum für die Kunden im faszinierenden Netzwerk der BTV zu generieren. █



Auch wenn es hoch hinaus geht, begleitet die BTV ihre Kunden. In den Top-Skigebieten Österreichs ist sie selbstverständlich präsent und führt selbst höchst erfolgreich das sportlichste Skigebiet der Alpen, die Silvretta Montafon in Voralberg

Bank für Tirol und Vorarlberg AG

Stadtforum 1
6020 Innsbruck
Österreich

+43 50 53330

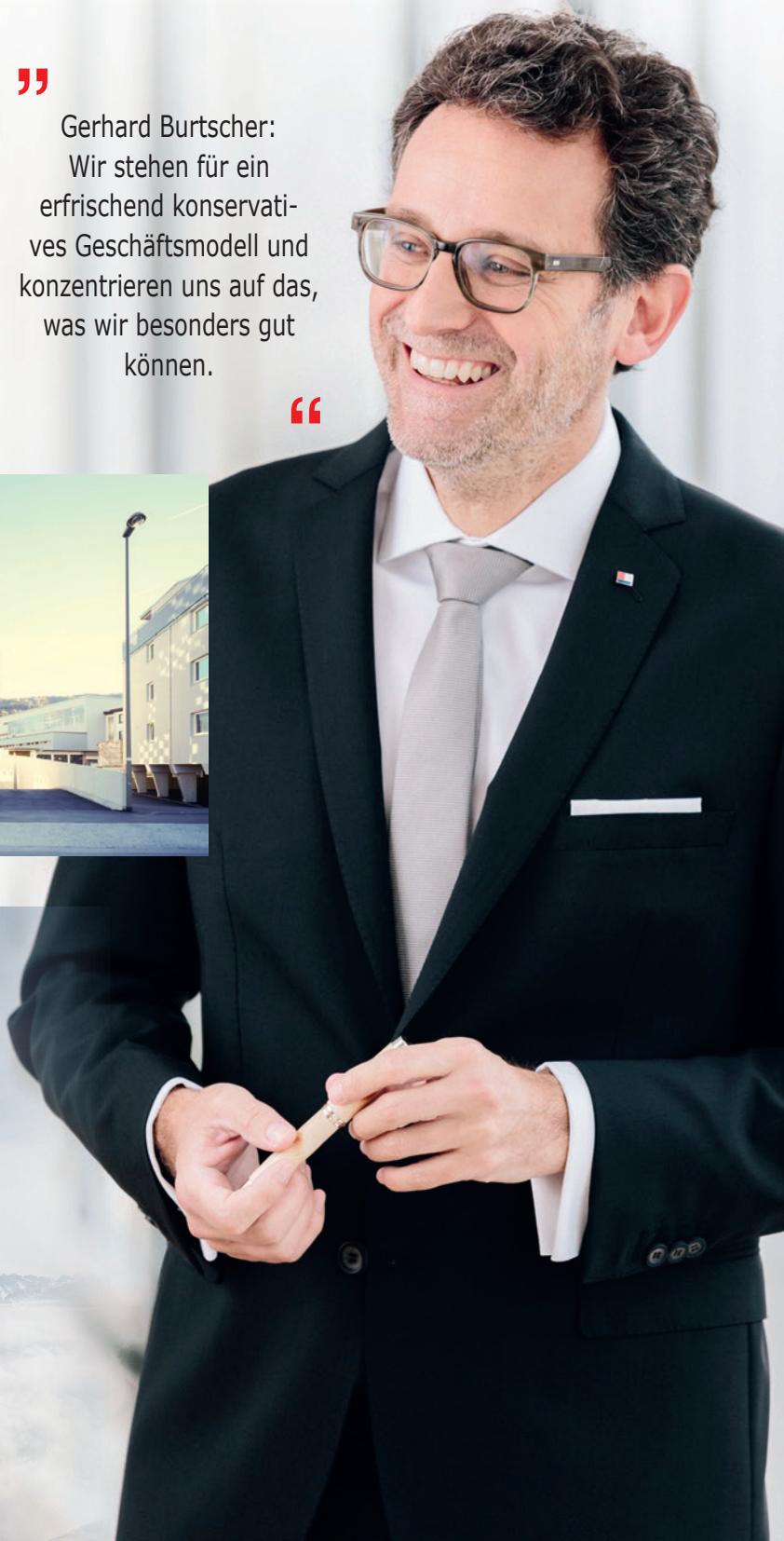
btv@btv.at

www.btv.at

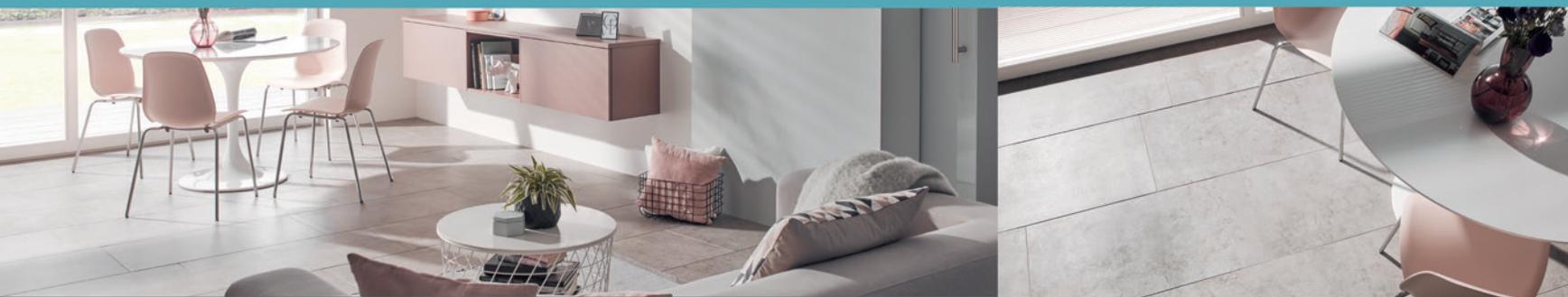
”

Gerhard Burtscher:
Wir stehen für ein erfrischend konservatives Geschäftsmodell und konzentrieren uns auf das, was wir besonders gut können.

“



Meissen
Keramik
DESIGN SEIT 1863



Gigant – Rustikaler Charm

NEW

Rohe Zementoptik besticht durch wohnliche Farben – die rektifizierten Formate des glasierten Feinsteinzeugs geben viel Spielraum für die individuelle Gestaltung von Innenräumen. Zudem ist **Gigant 2.0** die ideale Outdoorfliese für moderne Terrassen, Garageneinfahrten sowie Eingangsbereiche. Besonders auch als Trittplatten im Gras sind die 2cm-starken Fliesen zu empfehlen.