

Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

ePaper

02/2018

© Frank Baudy

www.wirtschaftsforum.de

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

HAUS UND GARTEN

J.D. Schwimmbad-Bau & Design GmbH

Träume in Blau

INNENAUSSTATTUNG, MÖBEL, OBJEKTEINRICHTUNG

Meissen Keramik GmbH

Keramik aus Meißen vereint einzigartige
Tradition mit Moderne

BAU

Drytech SA

Das selbstwachsende Unternehmen

Paulus Wohnbau GmbH

Willkommen zu Hause!

MASCHINEN-, APPARATE- UND ANLAGENBAU

M.E.P. Macchine Elettroniche Piegatrici S.p.a.

Fuß in Italien, Kopf in der Welt

Monforts CNC Werkzeugmaschinentechnik GmbH

Wenn's rund laufen soll

METALLBE- UND -VERARBEITUNG

Aluphoenix S.r.l.

4 Neues Leben für Aluminium 18

Fonderia Boccacci SPA

Dauerhafte Liebesbeziehung 20

INDUSTRIELLE ZULIEFERER, SERVICES

SUNFAB HYDRAULIK GmbH

6 Sunfab Hydraulics – Innovation,
Kompetenz und Visionen 22

DIENSTLEISTUNG

8 **Kraftwerk Living Technologies GmbH**
Mit Blick für die Zukunft 24

10

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

Träume in Blau



Ein Schwimmbad kann so aussehen, wie man es aus dem alten Hallenbad um die Ecke kennt: funktionell, nüchtern, ohne Charme. Es geht aber auch anders, wie die J.D. Schwimmbad-Bau & Design GmbH aus Albstadt mit ihren mehr als 3.500 Projekten im In- und Ausland eindrucksvoll beweist. Ihre Bäder laden zum Träumen ein und lassen den Aufenthalt zum Erlebnis für Körper und Geist werden: Faszinierend, einzigartig, leidenschaftlich.

Jürgen Duhnke ist ein Perfektionist. Das muss man wohl sein, wenn man es mit dem Bau von Schwimmbädern so weit bringen will wie er. Der Geschäftsführer von JD, der die Firma 1977 gegründet hat, hat sie mittlerweile unter die Top 5 in Europa gebracht, ihr

Name steht für Extravaganz, Individualität und Nachhaltigkeit im Schwimmbadbau. Bei 70% der Projekte handelt es sich um Privatschwimmbäder, JD baut aber auch für Hotels und in öffentlichen Bereichen. Die Kunden bekommen immer das Beste. „Jedes unserer

Schwimmbäder ist ein Unikat. Wir arbeiten mit dem Bauherrn zusammen und wollen wissen, wie er tickt, um seine Wünsche uneingeschränkt erfüllen zu können“, betont Jürgen Duhnke. In diesem Bemühen machen er und seine 30 Mitarbeiter fast alles möglich – zum Beispiel ein 150 t schweres Schwimmbad auf die Tenne eines Bauernhauses zu setzen oder ein Bad mit 18-karätigem Gold zu veredeln. Andere Extras wie eine Gegenstromanlage oder eine Wellenanlage muten dagegen fast unspektakulär an.

einem der besten Wellnesshotels in Zell am Ziller, 'Hotel Theresa', haben wir fünf Bäder gebaut. Die am weitesten entfernte Baustelle befand sich auf Long Island, wo wir für den Chef von Esprit ein Schwimmbad mit 35 Metern Länge und 18 Metern Breite in ein Glashaus gebaut haben“, berichtet Jürgen Duhnke. Auch der Sekretär eines russischen Oligarchen setzte beim Bau seines Innen- und Außenbades mit Whirlpool und Dampfbad auf die Kompetenz aus Baden-Württemberg.



„Jedes unserer Schwimmbäder ist ein Unikat. Wir arbeiten mit dem Bauherrn zusammen und wollen wissen, wie er tickt, um seine Wünsche erfüllen zu können.“



GROSSE NAMEN

Entsprechend große Namen finden sich auf der Kundenliste: Check24, CreditSuisse, UBS, Hugo Boss oder Marc Cain haben durch JD bereits ihre Bäderträume wahr werden lassen. „In

NUR NICHTS VERGEUDEN

Der erfolgreiche Unternehmer war seinerzeit ein Pionier seiner Zunft. „Niemand hatte im Schwimmbadbereich große Erfahrung. Man musste viele Gewerke beherrschen, sich zum Beispiel mit

Eintauchen und wohlfühlen: Sowohl im Innen- als auch im Außenbereich setzt JD Maßstäbe in Design und Technik



Nicht immer nur Bahnen ziehen: Das Dampfbad mit seiner individuellen Note lädt zum Entspannen ein

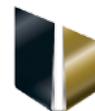
J.D. Schwimmbad-Bau & Design GmbH



Wirkerstraße 28
72461 Albstadt
Deutschland

+49 7432 98090
+49 7432 980950

info@j-d.de
www.j-d.de



german
brand
award
17
special



Die
großen
deutschen
Marken
2017

Fliesen, Isolierung, Heizung und Sanitär, in Lüftung, Hoch- und Tiefbau und vielem mehr auskennen“, erzählt er. Einer der ersten Kunden war der Großvater von Anton Schle-

te von JD nie eine Krise gab, hat sicherlich mehrere Gründe, unter anderem die breite Kundenbasis und viele Empfehlungen. Fragt man den Firmengründer nach

Konsequenz und bin zufrieden mit dem, was ich bis jetzt erreicht habe.“ Für den weiteren Erfolg hält er das Thema Mitarbeiter für besonders wichtig. Viele von ihnen sind schon seit Jahren bei JD, doch neue Kräfte zu finden, die sich interdisziplinär auskennen, sei

schwierig. Er selbst wird die Verantwortung bald an seinen Sohn Matthias übergeben, mit dem er bereits seit 20 Jahren im Unternehmen ein gutes Team bildet.

„ Die Firma und der Bau von Schwimmbädern sind meine Leidenschaft. Ich kümmere mich um alle Details mit Liebe und Konsequenz.“

cker. Der gelernte Heizungs- und Lüftungsbauer Jürgen Duhnke entwickelte auch eine Wärmerückgewinnung mit dem Namen **Poolair**, die noch heute durch den längsten Plattenwärmetauscher und ohne Verschleiß hervorsteht und oben- und unten im Bad für eine ausgezeichnete Luftqualität sorgt. „Wir holen damit ohne Aufwand 85 bis 95% der Wärme zurück. Nachhaltigkeit und Sparsamkeit beim Energieverbrauch sind für uns ganz wichtige Themen“, stellt Jürgen Duhnke klar. **Poolair** wird auch an andere Schwimmbadbauer vertrieben. Dieses Geschäft soll zukünftig noch weiter ausgebaut werden. Dass es in der über 40-jährigen Geschich-

dem Geheimnis des Erfolgs, sagt er ohne zu zögern: „Die Komplettleistung!“ Beim Schwimmbad ‘mit allem Drum und Dran’ setzt JD auch auf Digitalisierung, etwa in Form einer smarten Steuerung zum Beispiel von Chlor- und pH-Werten oder der Wassertemperatur per Handy – besonders für Ferienhausbesitzer ein wichtiges Detail.

GENERATIONSWECHSEL STEHT AN

Jürgen Duhnke betrachtet seinen Beruf nicht als Arbeit: „Die Firma und der Bau von Schwimmbädern sind meine Leidenschaft. Es ist eher wie ein Hobby. Ich kümmere mich um alle Details mit Liebe und



Ausgezeichnetes Design: 2017 wurde JD dafür vom Rat für Formgebung in den Band „Die großen deutschen Marken“ aufgenommen

Keramik aus Meißen vereint einzigartige Tradition mit Moderne

Die Meissen Keramik GmbH zählt zu den ältesten und traditionsreichsten Fliesenherstellern auf deutschem Boden. Für Hakan Inaltekin, Geschäftsleiter Vertrieb & Marketing, sind das beste Merkmale einer Marke. „Wir haben als Meissen Keramik wirklich die besten Voraussetzungen: ein Label made in Germany und eine deutsche Vertriebsmannschaft vor Ort“, sagt er. Seit dem Verkauf an die polnische Cersanit S.A. in 2010 ist der Traditionsbetrieb im Aufwind.



Holz oder Steinzeug? Die aktuellen Designs imitieren die Optik natürlicher Materialien wie zum Beispiel mit der Fliesenserie Wood Concept



Auch in gewerblichen Gebäuden kommen Fliesen aus Meißen sowohl für den Innen- als auch für den Außenbereich zum Einsatz

So stieg der Umsatz von 18 Millionen EUR vor der Übernahme auf aktuell stolze 85 Millionen EUR.

„Dieses rasante Wachstum haben wir durch die Stärkung der Marke und den Aufbau eines neuen Sortiments für den Fachhandel geschafft“, sagt Hakan Inaltekin.

INVESTITION IN NEUE FORMATE

Dazu gehören unter anderem Großformatfliesen. Genau in diese Richtung führt auch die jüngste Großinvestition von Meissen Keramik. „Wir haben 20 Millionen EUR in unsere neue Anlage Continua+ investiert. Das ist ein Highlight der Keramikbranche, da man damit praktisch alle Formate und Pro-

„ Wir haben als Meissen Keramik beste Voraussetzungen: ein Label made in Germany und eine deutsche Vertriebsmannschaft vor Ort. “

dukte produzieren kann“, sagt Hakan Inaltekin. Formate bis zu 3 m erlaubt die neue Maschine. „Dann sind wir noch flexibler, wenn es um Anfragen von Kunden geht.“ Wenn die Continua+ in Betrieb geht, steigt die Kapazität der Cersanit-Gruppe auf 78 Millionen m². Zum Leistungsspektrum des Unternehmens zählen Wand- und Bodenfliesen für vielfältige Einsatzbereiche. Neben Bad- und Wohnräumen sind das auch Gewerberäume mit höheren Belastbarkeiten. Meissen Keramik bietet unter anderem Objekfliesen mit verschiedenen

Rutschhemmungen, sowohl für den gewerblichen Einsatz als auch für den Wohnbereich. Dank des Mutterkonzerns Cersanit kann Meissen Keramik aber auch 3-D-Produkte wie Sanitärkeramik, Badmöbel und mehr anbieten. Produziert werden sie in modernsten Produktionsstätten in Polen. „Derzeit wird noch alles im 3-D-Bereich unter der Marke Cersanit angeboten. Aber zukünftig wollen wir für den Fachhandel auch Produkte unter der Marke Meissen Keramik anbieten. Mittelfristig wollen wir global mit der Premiummarke Meissen Keramik

in diesem Bereich durchstarten“, blickt Hakan Inaltekin nach vorn. Dabei bietet die räumliche Nähe zum Mutterkonzern viele Vorzüge. „Logistisch gesehen haben wir riesige Vorteile, da das nächste Werk nur 1,5 Stunden von der Grenze entfernt liegt.“

LOGISTIK MIT SYSTEM

Was Meissen Keramik von Marktbegleitern unterscheidet? „Da gibt es mehrere Faktoren“, sagt Hakan Inaltekin. Da wäre zum einen die Größe der polnischen Werke im Hintergrund. „Da steckt wirklich Power dahinter und sie sind sehr modern“, schwärmt der Vertriebspezialist. Weitere Faktoren



sind die flexible Arbeitsweise des vergleichsweise kleinen Werks in Meißen und eine ausgefeilte Logistik mit einem effizienten Transport Management-System. Als besonders wichtiges Alleinstellungsmerkmal wertet Hakan Inaltekin die lange Tradition von Meissen Keramik.

EINZIGARTIGE GESCHICHTE

Die Geschichte von Meissen Keramik beginnt im Jahr 1863. Damals fand Gründer Carl Teichert in der sächsischen Porzellan- und Keramikstadt Meißen ideale Voraussetzungen für die Fertigung seiner Keramikfliesen: die einzigartigen weißen Porzellanscherben. 1879 begann das Unternehmen mit der Porzellanherstellung. Nur zwei Jahre später schlug so etwas wie die Geburtsstunde der Steingutfliese. Die Meißner Ofen- und Porzellan startet als damals erstes Unternehmen in Meißen mit der Herstellung von Wandfliesen aus Steingut. Und es ist die spätere Meissen Keramik, die ab 1923 als einziges Werk in Deutschland frostbeständige Wandplatten herstellt. Schon in den 1940er-Jahren hat sich die

Neben einer ansprechenden Optik zählt bei Fliesen die Funktionalität. Meissen Keramik bietet viele Produkte, auch für höhere Belastbarkeiten



„
Unser Anspruch ist es,
Preis-Leistungs-Sieger zu sein.“

damalige Meißner Ofenindustrie zu einem der führenden Hersteller von Wandfliesen entwickelt. Auch zu DDR-Zeiten haben die blauen Fliesen aus Meißen Konjunktur. Sie werden zum Synonym für frei konvertierbare Währungen. 1992 erfolgt schließlich nach der Wende die Umfirmierung in Meissen Keramik GmbH. Das neue Jahrtausend bringt für das Traditionsunternehmen einen Dämpfer. Doch mit dem Verkauf an Cersanit beginnt der neuerliche Aufwärtstrend. Seither geht es wieder darum, die Marke Meissen Keramik in den Fokus zu rücken. Dazu gehört auch eine verstärkte Fokussierung auf den Fachhandel als Abnehmer hochwertiger Fliesen made in Meißen. „2011 gingen 0% der Produkte an den Fachhandel, 2017 waren es 50% und im Januar 2018 lag der Fachhandel sogar vor den Endverbrauchern“, beschreibt Hakan Inaltekin den Trend. „Zwar bleibt der Do-it-yourself-Kunde wichtig, aber es ändert sich ei-

niges.“ Trotz Digitalisierung der Geschäftsprozesse ist der direkte Kundenkontakt unabdingbar. „Heute sind der Service und die Präsenz vor Ort sowie die Betreuung der Kunden wichtiger als das reine Verkaufen“, beschreibt es Hakan Inaltekin. Das Bestellwesen von Meissen Keramik arbeitet seit Langem nahezu papierlos. „Seit zwei Jahren haben wir für den polnischen Markt eine B2B-Plattform für Bestellungen, Bestandsabfrage, Tracking und mehr, die wir nun auch auf den deutschen Markt übertragen möchten“, so der Vertriebschef. Ohnehin möchten die Verantwortlichen die in Vertriebstätigkeiten weiter investieren. „Auch im Service wollen wir uns weiter steigern“, so Hakan Inaltekin. Zudem sind weitere Investitionen in Technik und Qualität in den kommenden Jahren geplant.

EINE TOLLE MANNSCHAFT

Ein Pfund, mit dem Meissen Keramik wuchern kann, sind seine Mitarbeiter. Derzeit sind es 175.

Natürliche Farbtöne, ungewöhnliche Formate und ein interessanter Materialmix bestimmen derzeit die Raumgestaltung



Meissen Keramik GmbH

Fabrikstraße 9/10
01662 Meißen
Deutschland

+49 3521 7220

+49 3521 7222990

info@meissen-keramik.de

www.meissen-keramik.de

Hakan Inaltekin gerät ins Schwärmen, wenn er über sie spricht.

„Die Mentalität der Kollegen aus Meißen ist ganz toll. Sie halten unheimlich zusammen und haben auch schon schwierige Phasen erlebt. Aber die Moral der Mannschaft ist unheimlich toll.“

Das selbstwachsende Unternehmen

Es sind verschiedene Gründe, die für eine Betonabdichtung der schweizerischen Drytech SA sprechen. So sparen gezielte Planung der Abdichtung sowie der optimierte Bauablauf sehr viel Zeit und damit auch Geld. Außerdem bietet das Familienunternehmen aus Bedano seinen Kunden eine Systemgarantie von zehn Jahren. Diese kann durch Wartungsverträge sogar auf 30 Jahre verlängert werden. So braucht sich kein Auftraggeber mehr Gedanken über die Sicherheit der Abdichtung zu machen.



Hält garantiert dicht: Abdichtungen von Drytech halten höchsten Belastungen stand



Unübersehbar: Referenzobjekt Messeturm Basel

Jeder Kunde – ganz gleich, ob Bauherr, Investor oder Abdichtungsunternehmen – profitiert von mehr als einem halben Jahrhundert Erfahrung der Drytech SA mit Grund- und Regenwasserabdichtungen von Beton sowie Sanierungen mittels einem ausgeklügelten Injektionssystem. So reduziert die einfache Logistik mit nur vier Hauptprodukten die Fehlerquote auf ein Minimum. Das vollkommen witterungsunabhängige System wird von Drytech komplett selbstständig entwickelt, gefertigt und vertrieben – ohne Zwischenhandel. Zudem ist das Reißen des Materials ausgeschlossen, da größere Etappen schnell und einfach betoniert werden.

GROSSE UNTERSTÜTZUNG

„Wir wollen unser Unternehmen in einer Marktnische weiter international ausbauen und suchen dazu Partner und Verarbeiter, vorrangig in den USA, Asien, den Niederlanden, Belgien, England, Schweden, Finnland und Norwegen“, beschreibt Andreas Krattiger, Geschäftsführer der Drytech SA, die Ziele. „Diesen Partnern bieten wir nicht nur intensive Engineering-Schulungen zum Planen der Abdichtung, sondern auch spezifische Verarbeiter-Schulungen in Theorie und Praxis. Außerdem unterstützen wir sie mit Prospekten, technischen Handbüchern, Drynews sowie Präsen-

”

Wir wollen unser Unternehmen in einer Marktnische weiter international ausbauen.“

“

tationen und Referenzen aus ganz Europa, Afrika, Südamerika und Australien.“

HÖCHSTE KOMPETENZ

Die Kompetenz von Familie Krattiger – Inhaber der Marke Drytech – reicht zurück bis in das Jahr 1963, als die Firma in Basel gegründet wurde. Ab 1975 kam mit Bedano im Tessin der zweite Firmensitz hinzu. Immer nutzten die Abdichtungsspezialisten die aktuellsten technologischen Entwicklungen,

angefangen bei der heute zur Abdichtung gegen Grundwasser längst überall etablierten Weißen Wanne bis hin zum wasserdichten Beton und den Systemen zur Schwindrissteuerung durch ein selbst entwickeltes, neuartiges und trinkwassergeeignetes Acrylharz.

VIELE PARTNERUNTERNEHMEN

„Heute beschäftigen wir insgesamt 100 Mitarbeiter und erzielen einen Umsatz von 30 Millionen CHF, davon zwei Millionen außerhalb der



Fachmann bei der Arbeit: Verpressen der Dryset-Profile an Boden und Wand



Trocken bis ins fünfte Untergeschoss: Parkhaus Palazzo Mantegazza in Lugano

Schweiz“, erklärt Andreas Krattiger. „Wir haben einen Produktionsstandort in der Schweiz und neun eigene Ausführungsbetriebe in der Schweiz und Italien. Außerdem arbeiten 14 selbstständige Partnerunternehmen für uns als Ausführungsbetriebe in Deutschland, Dänemark, Großbritannien und Italien.“

SANIEREN STATT ABREISSEN

Die Injektionstechnik mittels Acrylharz hat Drytech im Laufe der Jahre stets weiter optimiert und international geltenden Normen angepasst. „Mit unserem System muss nichts abgerissen und neu gemacht werden“, versichert der Geschäftsführer. „Der neue Belag wird auf den alten Belag, zum Beispiel auf der Terrasse, aufgetragen. Das ist günstiger, schneller, effizienter und von hoher Qualität. Das Gleiche gilt für in den Keller eindringendes Wasser. Statt die Erde auszuheben, können wir es von der Innenseite aus reparieren.“

„

Mit unserem System muss nichts abgerissen und neu gemacht werden.

EIGENES CONTROLLING

Innerhalb von Drytech konzentriert sich Andreas Krattiger auf Controlling, Entwicklung und strategische Funktionen. „Die Firma läuft von allein“, freut sich der Geschäftsführer. „Ich habe ein Werkzeug für das Controlling entwickelt und

kenne die Leistung jedes Mitarbeiters. Zweimal jährlich werden Prämien gezahlt. Die Leute sind sehr motiviert und bringen gute Leistungen. Und auch bei der Materialverwertung haben wir sehr gute Durchschnittswerte.“ Einmal im Monat gibt es eine Sitzung, auf der über Aufträge, Rendite und

“

Garantieschäden gesprochen wird, ansonsten lässt Andreas Krattiger die Beschäftigten ihre Arbeit machen.

NACHFOLGE GESICHERT

„Jetzt wollen wir den amerikanischen Markt in Angriff nehmen“, erläutert Andreas Krattiger. „Das ist ein neues Feld für uns.“ Für den Geschäftsführer sind die Einsparmöglichkeiten eines der besten Argumente: „Bei einem Parkhaus konnten die Vorteile sehr überzeugen: Es war sechs Monate schneller fertig als geplant. So konnten 1,2 Millionen gespart werden. Drytech wächst von allein, weil wir Qualität und Service bieten.“ Damit es so bleibt, ist die Nachfolge bereits gesichert: Die beiden Töchter von Andreas Krattiger, die derzeit noch Architektur beziehungsweise Economics studieren, wollen ebenfalls in die Firma einsteigen. █



Bestens abgedichtet: Das 43.000 m² große Parkhaus Quartier Porta Nuova in Mailand

Drytech
Waterproofing System Engineering

Drytech SA

Via Industrie 12
6930 Bedano (TI)
Schweiz

+41 91 9602340

+41 91 9602348

international@drytech.ch

www.drytech.ch



Willkommen zu Hause!

Nicht zuletzt dank der anhaltenden Niedrigzinsen boomt der Wohnungsbau. Aufgrund der demografischen Entwicklung steigt insbesondere die Nachfrage nach Stadtwohnungen und Wohnlösungen für Senioren. Genau dies sind die Schwerpunkte der Paulus Wohnbau GmbH aus Pleidelsheim in Deutschland. Inhaber und Geschäftsführer Erwin Paulus setzt neben Qualitätsarbeit und kompromissloser Kundenorientierung auf eine positive Einstellung und Leidenschaft für jedes Projekt.

Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1995 kann die Paulus Wohnbau zahlreiche Referenzprojekte verzeichnen.

STADTWOHNUNGEN & SENIORENANLAGEN

Indem sich das Unternehmen seit einigen Jahren verstärkt auf Seniorenwohnungen und hochwertige Stadtwohnungen in zentraler Lage konzentriert, hat es bereits 20 betreute Wohnanlagen für Senioren im Raum Stuttgart geplant und gebaut. In Heilbronn und Ludwigsburg wurden verschiedene barrierefreie Projekte realisiert. Dabei setzt sich die Paulus Wohn-

bau auch gegen starke Konkurrenz durch. „Die Stadt Heilbronn hat 23 Projekte ausgeschrieben und es gab 93 Bewerber“, so Erwin Paulus. „Wir haben drei Projekte für uns gewinnen können, die bereits im Bau sind. In der vergangenen

„

Integration ist ein wichtiges Schlüsselwort für Bauprojekte der Zukunft.

Woche haben wir Richtfest feiern können.“ Im nächsten Jahr wird Heilbronn die Bundesgartenschau ausrichten und dazu eine Bauausstellung mit den genannten 23 Projekten miteinbeziehen. „Dies ist bei-

spielhafter Städtebau mit hoher architektonischer Qualität für die Zukunft“, so Erwin Paulus. „Hier gilt es Einkaufsmöglichkeiten, Kulturgastronomie und hochwertigen Wohnungsbau zu integrieren. Aktuell haben wir viele Kunden,

und ein Grundstück von rund 270 m². Das ist in kleineren Orten noch bezahlbar.“

HOCHWERTIGE AUSSTATTUNG

Paulus Wohnbau gilt in den Großräumen Ludwigsburg und Stuttgart insbesondere als Spezialist für Stadtwohnungen mit einer hochwertigen Ausstattung und architektonischen Details, wie zum Beispiel großflächigen und raumhohen Fenstern. Damit unterscheidet sich das Unternehmen deutlich von vielen anderen Anbietern. Im Bereich der Wohnanlagen für Senioren garantiert das Unternehmen eine seniorengerechte

“



Bungalows sind häufig eine Alternative für Hausbesitzer, die sich räumlich verkleinern wollen; hier in Kirchheim a. N.



Hochwertige Stadtwohnungen in Ludwigsburg, Untere Reithausstraße



Pflegeheim mit Seniorenwohnungen in Erligheim

Ausstattung, zum Beispiel mit Gemeinschaftsräumlichkeiten.

EHEMALS BÜRGERMEISTER

Vor der Unternehmensgründung war Erwin Paulus 16 Jahre Bürgermeister von Pleidelsheim. In diesen Jahren stieg die Zahl der Gemeindeglieder um rund 50%. „Ich habe in dieser Zeit viel für die Bauwirtschaft getan“, so Erwin Paulus. „Es musste Baurecht geschaffen und Flächen für den Bau freigegeben werden. Ich habe eine kommunale Baugesellschaft gegründet und wir haben

sehr zukunftsorientiert geplant. Unter anderem sind damals schon unsere ersten Energiehäuser mit Regenwasser-WC-Spülungen entstanden. Meine Tätigkeiten als Bürgermeister waren sehr vielfältig, aber ich habe mich nach der zweiten Amtszeit bewusst für das

„Ich wünsche mir eine stärkere Kooperation zwischen den Kommunen und den Unternehmen der Baubranche.“

Unternehmertum entschieden.“ Mittlerweile beschäftigt Erwin Paulus 50 Mitarbeiter und erwirtschaftet

Paulus Wohnbau GmbH
Badstubenstraße 2
74385 Pleidelsheim
Deutschland

+49 7144 889830
+49 7144 8898315

info@paulus-wohnbau.de
www.paulus-wohnbau.de

PAULUS
Paulus Wohnbau GmbH

tete in 2017 einen Bauumsatz von 35 Millionen EUR und einen Verkaufumsatz von 48 Millionen EUR.

„Ich bin inzwischen 64 Jahre alt und mein Unternehmen ist am Markt gut aufgestellt“, erklärt er. „Die Nachfrage in unserem Be-

reich wird in den nächsten Jahren weiter steigen. Mein Ziel ist es jetzt, meine jungen Mitarbeiter weiter zu entwickeln, sodass sie selbstständig die Firma in bewährter Weise weiterführen können. Meine Botschaft an die Politik wäre ein Appell, positiv zusammenzuarbeiten. Die Kommunen sollten die Unternehmen der Baubranche als Partner verstehen und nicht als Gegner. Durch meine Zeit als Bürgermeister kenne ich beide Seiten. Eine kooperative Zusammenarbeit ist für alle Beteiligten und vor allem für die Menschen und die Region nur von Vorteil.“



Eigentumswohnungen in Bönnigheim, Sophie-la-Roche-Straße 3



In Wohnanlagen für Senioren werden auch Gemeinschaftsräumlichkeiten integriert



Fuß in Italien, Kopf in der Welt



M.E.P. Macchine Elettroniche Piegatrici S.p.a.

Via Leonardo Da Vinci 20
33010 Reana del Rojale (UD)
Italien

+39 0432 851455

+39 0432 880140

info@mepgroup.com

www.mepgroup.com

Aus Italien in die ganze Welt: Blick in die Produktion

MIEP
the history of innovation

„Ich arbeite mit dem Fuß in Italien und mit dem Kopf in der Welt“, sagt Vito Rotondi, CEO der M.E.P. Macchine Elettroniche Piegatrici S.p.a. Seit 2014 ist er in der Firma aus dem kleinen Ort Reana del Rojale in der Provinz Udine tätig, die weltweit Maßstäbe für Biegemaschinen und Biegepressen setzt. Nur ein Beispiel für die beeindruckende Leistungsfähigkeit des Unternehmens sind mehr als 100 Patente.

„Wir fertigen Biegemaschinen, die große Coil-Rollen richten, biegen und schneiden“, beschreibt der CEO-Geschäftsführer der M.E.P. Macchine Elettroniche Piegatrici S.p.a. die Kompetenz des Unternehmens. „Die so gefertigten Teile können vielseitig verwendet werden, zum Beispiel für den Bau von Häusern, Brücken oder Straßen. Unsere Maschinen bearbeiten Stähle jeglicher Art. In unserem Sortiment findet sich mit der Metronic auch die am schnellsten arbeitende Richtanlage.“

60 STANDARDMASCHINEN

Das Portfolio von M.E.P. umfasst acht Produktfamilien mit insgesamt 60 Maschinen. „Unsere Stärke ist unsere außergewöhnliche Flexibilität“, betont Vito Rotondi. „Sie basiert auf der Leidenschaft dafür, den Kunden immer das Beste anbieten zu wollen, die beste Lösung, die der Kunde auf dem Markt finden kann. Wir haben einen Katalog mit unseren Standardmaschinen und natürlich auch die Möglichkeit, Maschinen für besondere Wünsche anzufertigen. Wir

fangen immer beim Kunden an und fragen ihn, was er braucht.“ Dabei reicht das Spektrum von ganz kleinen Maschinen bis hin zu Anlagen, die neun Millionen EUR kosten können.

9.500 MASCHINEN WELTWEIT

Die Geschichte von M.E.P. ist eine Geschichte der Leidenschaft, erzählt Vito Rotondi: „Als Remigio del Fabro seine erste Biegemaschine baute, hatte er eine Vision. Und in allen weiteren Maschinen, die

danach gebaut wurden, ist die Leidenschaft für dieses erste Produkt wiederzufinden.“ 1966 gründete der Vermessungsingenieur Remigio del Fabro sein Unternehmen und baute im Jahr darauf seine erste Biegemaschine. Mittlerweile arbeiten mehr als 9.500 Maschinen des Unternehmens auf der ganzen Welt. Für seine Finanzverwaltung sowie sein gesamtes unternehmerisches Schaffen wurde M.E.P. auch durch verschiedene Auszeichnungen gewürdigt, unter anderem von der italienischen Wettbewerbsbehörde.

EIGENE BUSINESS SCHOOL

Die innovative Kraft von M.E.P. zeigt sich auch an der 2016 gegründeten M.E.P. Business School. „Mit dieser Schule wollen wir unseren Mitarbeitern nicht nur Wissen, sondern auch Werte vermitteln“, verdeutlicht Vito Rotondi. „Es ist eine offene Schule. Wir schaffen und verbreiten Werte. Unsere Kunden kaufen zwar Maschinen, sie bekommen aber auch einen

Niederlassungen gibt es in Spanien, Brasilien, Russland, den USA, Südkorea, Frankreich, Deutschland, Österreich und Polen. In Australien ist M.E.P. mit einem Agenten vertreten. 97% des Umsatzes erzielt M.E.P. außerhalb von Italien. Dabei befinden sich die wichtigsten Absatzmärkte in den Ländern, in denen das Unternehmen auch Niederlassungen hat. Der Umsatz der Gruppe liegt bei 70 Millionen EUR.

sind wichtig, vom Handwerker bis zur großen Unternehmensgruppe. Deshalb müssen wir auf allen Ebenen kommunizieren können. Wir übernehmen natürlich auch wichtige Aufträge für Kunden, die weltweit an verschiedenen Standorten vertreten sind.“ Zwischen 400 und 450 Maschinen stellt M.E.P. pro Jahr her. „Wir arbeiten für alle, die Eisen, Stahl und sonstige Metalle bearbeiten und verarbeiten“, erläutert Vito Rotondi. Beim Marketing setzt

TECHNOLOGISCHER VORSPRUNG

Für den CEO resultiert der Erfolg im Wettbewerb vor allem aus dem technologischen Vorsprung von M.E.P. Einen sehr hohen Stellenwert haben für ihn aber auch die Mitarbeiter. So hält er es für extrem wichtig, dass sie sich mit dem Unternehmen identifizieren und dass eine offene Kommunikationskultur gepflegt wird: „Man muss über



Neu im Sortiment: Multiradius 32 Bend



Präzise und zuverlässig: Schneidemaschine Selecta



Bringt Metall in Form: Automatische Richtpresse Metronic 10-13 HS Plus

”

Unsere Stärke ist unsere außergewöhnliche Flexibilität.

“

Wert.“ Innovativ ist außerdem die Teilnahme an einem Projekt mit dem Namen ‘Elite Basket Bond’. Durch die Ausgabe von Bonds soll die Finanzkraft von Unternehmen gestärkt werden. Sogar die Vatikanbank nimmt an diesem Projekt teil.

INTERNATIONAL AUFGESTELLT

M.E.P. beschäftigt heute 170 Mitarbeiter, davon 135 am Hauptsitz im norditalienischen Reana del Rojale in der Nähe von Udine.

WISSEN, WAS GEFRAGT IST

„Unser Anspruch ist es, Maschinen zu bauen, die sicher und umweltfreundlich sind“, erklärt Vito Rotondi. „Und davon profitieren auch unsere Kunden. Ihnen bieten wir einen Kundendienst und einen Ersatzteilservice. Außerdem haben wir eine Hotline. Durch Datenfernübertragung sind wir auch mit den Maschinen und den Programmen, die die Produktion steuern, verbunden. Wir respektieren alle Kunden – ob groß oder klein. Alle

M.E.P. auf unterschiedliche Modelle. So ist das Unternehmen zum Beispiel auf wichtigen Fachmessen präsent, unter anderem der WIRE in Düsseldorf. „Wir betreiben technologisches und operatives Marketing“, beschreibt es Vito Rotondi. „Wir müssen wissen, was der Markt braucht und wie die Produkte der Zukunft aussehen werden.“

die Misserfolge sprechen und die Erfolge feiern. Die Identifikation braucht auch ihren eigenen Raum, um erlebt zu werden. Dazu ist Offenheit notwendig.“

»»»

Vollautomatisch und elektronisch programmierbar: Weldplus



Wirtschaftsforum



Wissen und Erfahrung weitergeben:
M.E.P. Business School



”

Wir haben noch nie einen Kunden vernachlässigt.

“

In Kürze

Kernkompetenz

Biegepressen und Biegemaschinen

Zahlen & Fakten

- Gegründet: 1966
- Struktur: S.p.a.
- Niederlassungen: Spanien, Brasilien, Russland, USA, Südkorea, Frankreich, Deutschland, Österreich, Polen
- Mitarbeiter: 170, davon 135 am Hauptsitz
- Umsatz: 70 Millionen EUR
- Export: 97%

Leistungsspektrum

Entwicklung, Bau und Vertrieb von Biegepressen und -maschinen als Standardmodelle oder individuell, Kundendienst, Ersatzteilservice, Hotline, Fernwartung

Zielgruppen

Alle Unternehmen, die Metalle be- und verarbeiten

Messen und Ausstellungen

Unter anderem WIRE Düsseldorf

Philosophie

„Botschafter der Einzigartigkeit“

Zukunft

Weiter die besten Maschinen bauen

HARMONISCH GESTALTEN

Obwohl der CEO, der zuvor in der Mode, im Verlagswesen und in der Pharmaindustrie tätig war, erst seit 2014 im Unternehmen ist, fühlt er sich als Teil der Firmengeschichte. „Mir geht es darum, die Entwicklung der Organisation harmonisch zu gestalten. Das reicht bis zu den Beziehungen mit weit entfernten Lieferanten. Es geht auch darum, die Talente unserer Informatiker zu fördern und das Projekt Industrie 4.0 voranzutreiben. Wir sind in 108 Ländern vertreten und das muss auch verwaltet werden.“ Mit Blick auf die Konkurrenz sagt Vito Rotondi: „Wir sind Botschafter einer Einzigartigkeit, die sich aus der Geschichte der Firma ergibt. Wir haben noch nie einen Kunden vernachlässigt. Unser Präsident sagt,

dass er keine Wettbewerber kennt. Wir sind einzigartig, und das ist auch ein Zeichen von Selbstbewusstsein.“

ENTWICKLUNG ANNEHMEN

Für Vito Rotondi ist der technologische Fortschritt – auch mit Blick auf Industrie 4.0 – unaufhaltsam. „Die Globalisierung ist nicht zu stoppen“, lautet seine Erkenntnis. Für ihn geht es deshalb darum, diese Entwicklung anzunehmen und in Erfolg umzumünzen. „Unser Unternehmen soll sich weiterhin als Botschafter von Topqualität am internationalen Markt präsentieren. Wir müssen auch in Zukunft die besten Maschinen bauen.“ ■

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



Wenn's rund laufen soll

Der Bau hochwertiger Maschinen erfordert technologisches Know-how, erstklassige Werkstoffe und nicht zuletzt viel Erfahrung. All das bietet die Monforts CNC Werkzeugmaschinenteknik GmbH aus Mönchengladbach. Seit über 130 Jahren steht sie für höchste Kompetenz auf diesem Gebiet. Als Hersteller von Werkzeugmaschinen zum Drehen, Fräsen, Bohren und Gewindeschneiden will das ambitionierte Traditionsunternehmen, das seit 2015 Teil der taiwanesischen Anderson Gruppe ist, nun zurück zur Qualitätsführerschaft.

Zunächst waren es Textilmaschinen, die das 1884 gegründete Unternehmen produzierte. Die Einrichtung einer eigenen Eisengießerei im Jahr 1897 eröffnete bald neue Möglichkeiten. So war Monforts ab 1915 eines der ersten Unternehmen, die in die Herstellung von Drehautomaten einstiegen. „Von 1915 bis 1951 haben wir

Werkzeugmaschinenbau-Unternehmen weltweit mehr als 12.000 Maschinen, darunter 4.500 CNC-Maschinen mit hydrostatischer Rundführung. „Das ist unser Alleinstellungsmerkmal“, betont Adalbert Ottenwalder und erklärt dieses System: „Die Hauptachse hat keine mechanische Verbindung zu festen oder beweglichen

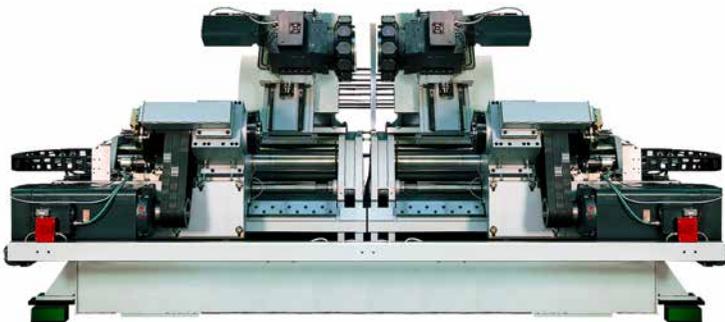
„ Mich persönlich fasziniert die Personalentwicklung. Meine berufliche Maxime: Zufriedene Kunden, zufriedene Mitarbeiter, zufriedene Gesellschafter“!

bereits 3.000 Automaten gebaut“, berichtet Adalbert Ottenwalder, der im Januar dieses Jahres von MATEC, einem anderen Unternehmen der Anderson Gruppe, als Geschäftsführer zu Monforts wechselte. Bis heute verkaufte das

Teilen. Ein Olpolster verhindert Reibung und wirkt wie eine Dampfungsfeder. Im Vergleich mit der Linearführung bietet die hydrostatische Rundführung eine wesentlich höhere Genauigkeit und Verschleißfestigkeit. Sie eignet sich für

MONFORTS

WERKZEUGMASCHINEN



Für anspruchsvolle Zerspanungsaufgaben: DNC-Maschinen mit hydrostatischer Rundführung garantieren höchste Präzision



Zwei in eins mit DNC 500: Die Ausstattung mit zwei Werkzeugaufnahmen und zwei Spindeln ermöglicht die beidseitige komplette Bearbeitung von Bauteilen



UniCen kann die Werkzeuge in jede mögliche Position und jeden Winkel zum Werkstück führen und auch noch rund zu eckig machen

„Ideen wie 'just good enough' sind für den Standort Deutschland nicht zielgerichtet!“

große Zerspanungsmomente und anspruchsvolle Zerspanungsaufgaben.“ Dazu zählt beispielsweise die Teilefertigung für Luftfahrtturbinen. In der Luftfahrtindustrie

finden sich dementsprechend viele Kunden von Monforts. Dabei handelt es sich um renommierte Tier-1- oder Tier-2-Zulieferer, die

Monforts CNC Werkzeugmaschinentechnik GmbH
Monforts Quartier 21 / Schwalmstraße 301
41238 Mönchengladbach
Deutschland

+49 2161 94610

+49 2161 9461490

sales@monforts-wzm.de

www.monforts-wzm.de

komplexe runde Teile benötigen.

für den Deutschen Maschinenbau essentiell!“, ist er überzeugt.

BACK TO THE ROOTS

Mit 66 Mitarbeitern erzielt Monforts einen Jahresumsatz von zwölf Millionen EUR. Die Mitarbeiterzahl sei steigend, so der Geschäftsführer.

„Wir möchten ein noch attraktiverer Arbeitgeber werden und bieten deshalb sowohl eine Ausbildung als auch ein duales Hochschulstudium an. Mich persönlich fasziniert die Personalentwicklung. Wenn Mitarbeiter zufrieden sind, bleiben sie auch.“ Der in den 1990er-Jahren beginnenden Entwicklung, die Herstellung bestimmter Teile an externe Produktionsfirmen weiterzugeben, möchte er entgegenwirken. „Insourcing ist eines meiner wichtigsten Themen.

Wir wollen wieder in die eigene Wertschöpfung eintauchen.“ Mit seinem Unternehmen möchte Adalbert Ottenwälder, der seit 1983 im Maschinenbau tätig ist, zur Stärkung des Maschinenbaus in Deutschland beitragen. „Unser Motto ist 'back to the roots'. Wir wollen zurück zur Qualitätsführerschaft und unsere Maschinen an anspruchsvolle Kunden verkaufen. Ideen wie 'just good enough' sind notwendig, aber neue technologische und produktivere Signale sind

DIE ZUKUNFT DER MOTOREN

Dass die Kunden von Monforts im Wesentlichen aus der Luftfahrtindustrie kommen, sei angesichts der ungewissen Zukunft des Verbrennungsmotors von Vorteil, erklärt der Geschäftsführer. „In Flugzeugen wird er auf jeden Fall noch lange benötigt werden, denn ein Elektromotor ist in Passagierflugzeugen noch lange nicht einsetzbar.“ Ohnehin ist er kein Freund dieser Technologie: „E-Motoren mit Batterien haben eine extrem schlechte Gesamtenergiebilanz. Ich bin daher ein großer Verfechter des regenerativen Stroms und seiner Umwandlung in Brennstoff. Beim Power-To-Fuel haben wir die Infrastruktur und brauchen keine neuen Stromnetze.“ Von der Politik wünscht er sich eine faire Kommunikation ohne die Physik außer Kraft zu setzen und mehr Sicherheit, was die Zukunft der Energiewirtschaft betrifft, sowie die Aufhebung des Embargos gegen Russland, um sich auch dort potenziellen Kunden präsentieren zu können. Die größte Motivation in seinem Job ist für ihn „die Chance, ein ehemals ganz großes Unternehmen wieder nach vorn zu bringen“.

Neues Leben für Aluminium

Jeder kennt die Redensart von dem Phoenix aus der Asche. Phoenix, der mythische Vogel der Antike, verbrannte am Ende seines Lebens und erhob sich dann jung und noch prächtiger aus der Asche. Als Sinnbild der Wiedergeburt ist Phoenix ein gut gewählter Name für die italienische Aluphoenix S.r.l. aus Riese Pio X in Norditalien, die sich darauf spezialisiert hat, Aluminiumschrott ein neues Leben zu geben.



Auf dem Weg an die Spitze in Europa, Firmensitz von Aluphoenix in Riese Pio X in Norditalien

Manchmal ist es der Zufall, der uns hilft, die richtige Entscheidung zu treffen. So war es auch bei Francesco Parise. „2011 hatten mein Vater Lino Parise, mein Bruder Gionata Parise und ich die Gelegenheit, von einem insolventen Unternehmen eine Anlage

zur Herstellung von Aluminium zu übernehmen und wir griffen zu. Das war die Geburtsstunde von Aluphoenix. Wir waren keine Neulinge in dem Geschäft, wir beide hatten Erfahrung, mein Vater sogar mehr als 50 Jahre.“

FOKUS AUF EXPORT

Mit dieser Erfahrung und dem Gespür für Kunden und Märkte hatte Aluphoenix einen erfolgreichen Start. „Die Produktion wuchs um 60% pro Jahr“, betont Francesco Parise stolz. „Wir haben von Anfang an in Richtung Ausland geschaut, auf die deutschsprachigen Märkte Österreich, die Schweiz und natürlich Deutschland. Das war die wichtigste Etappe der Fir-

qualifizierten Mitarbeiter und technischen Anlagen möglich ist, besondere chemische und physikalische Eigenschaften bei den Legierungen zu berücksichtigen.“ Im Schwerpunkt stellt Aluphoenix Masseln mit einem Gewicht von 6,5 bis 7,5 kg, einer Dicke von 50 mm und einer Länge von 680 mm her. Das Standardgebilde ist der Masselstapel, den das Unternehmen in verschiedenen Formen anbietet. Dabei ist dauerhafte

„ Wir wollen der wichtigste Player mit höchster metallurgischer Reinheit auf europäischer Ebene sein.“

mengeschichte. Nach anderthalb Jahren konnten wir die ersten Exportgeschäfte abwickeln, Letztes Jahr betrug die Exportquote 33%.“

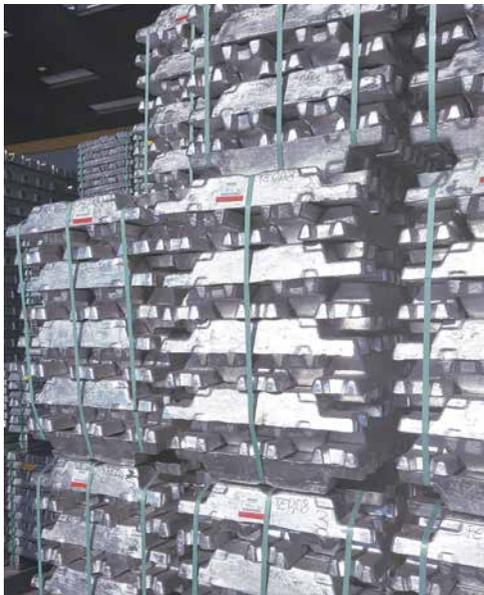
HOCHWERTIGE LEGIERUNGEN

Heute hat sich Aluphoenix vor allem als Hersteller von Aluminiumbarren in Italien und im benachbarten Ausland einen Namen gemacht. „Wir sind quasi eine Raffinerie“, erklärt Francesco Parise. „Wir produzieren hochwertige und vor allem reine Aluminiumlegierungen für Gießereien. Wichtig ist zudem, dass es uns dank unserer

Qualität die Stärke von Aluphoenix; typisch italienische Qualität. „Wir verarbeiten Aluminium sehr sauber. Es entsteht wenig Gas und wenig Oxyd“, betont Francesco Parise. „Die Legierungen lassen sich dadurch besser verarbeiten und die Kunden haben weniger Reste.“

SCHMELZER MIT MISSION

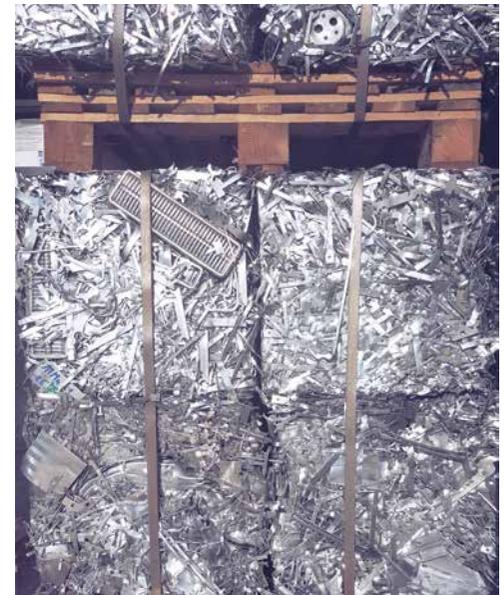
Das Recyceln von Aluminiumschrott ist nicht nur besonders wirtschaftlich, es ist auch umweltfreundlich und erklärte Mission von Aluphoenix. „Recyceltes Alu-



Unlegierte Aluminiumbarren von der LME, London Metal Exchange



Aluminium ist unendlich recyclebar



Neues Leben für Aluminium: verpackter, sauberer Aluminiumschrott

minium braucht beispielsweise nur 5 bis 10% der Energie, die für die Erzeugung von Primäraluminium erforderlich ist“, erklärt Francesco Parise. Aluphoenix produziert in allen Bereichen nach höchsten Qualitätsstandards wie die Zertifi-

„Wir waren von Anfang an immer sehr flexibel und immer ansprechbar für die Bedürfnisse der Kunden. Dank dieser Flexibilität können wir auch Kunden bedienen, die keine Möglichkeit haben, die Produkte zu lagern. Diese Kunden

2017 ist Aluphoenix in eine neue, moderne Anlage mit einer Fläche von 12.000 m² und einer Kapazität von 50.000 t im Jahr gezogen, darin wurden topaktuelle Anlagen in jeder Etappe des Umzugs installiert. Dadurch soll zum einen eine bessere Leistung bei den Rohmaterialien erzielt und zum anderen die Auswirkung der Produktion auf die Umwelt eingeschränkt werden. Auf dem 12.000 m² großen Firmengelände, von dem 5.000 m² überdacht sind, hat das Unternehmen auch ein Labor, in dem

die Legierungen entwickelt und auf Qualität geprüft werden. „Wir wollen das Labor erweitern und zusammen mit den Kunden spezielle Legierungen zu entwickeln. So können wir auch die Autoindustrie direkt ansprechen, jetzt sind die Zulieferer unsere Kunden. Neue Märkte sind ein weiteres Ziel. Wir wollen eine Firma 4.0 sein, der wichtigste Player in Europa. Aluminium kann unendlich recycelt werden und wir sind diejenigen, die Aluminium ein neues Leben geben.“

„**Unsere Ziele sind auf die Kunden abgestimmt und so arbeiten wir.**“

zierungen beweisen: ISO 9001 für Qualität, ISO 14001 für Umweltverträglichkeit und IATF 16945, das Zertifikat für die Autoindustrie, die mit 70% der wichtigste Kunde von Aluphoenix ist.

bestellen nicht im Voraus, sondern genau dann, wenn sie die Produkte brauchen und wir beliefern sie entsprechend. Die ganze Produktionskette ist heute eng getaktet und wir haben uns dahingehend organisiert und können sehr schnell reagieren.“

RICHTSCHRITZ KUNDE

Bei Aluphoenix gehört das Eingehen auf die Wünsche der Kunden zur Qualität dazu. „Wir sind eine Firma, die dafür da ist, die Wünsche der Kunden zu erfüllen, unsere Ziele sind auf die Kunden abgestimmt und so arbeiten wir“, sagt der Kaufmännische Leiter.

NEUE HORIZONTE

In den letzten Jahren hat Aluphoenix nicht nur die Legierungen weiter entwickelt, auch der Maschinenpark wurde erneuert, um immer auf dem Stand der Technik zu sein. Seit dem 1. September



Aluphoenix S.r.l.

Via Monte Santo 33/A
31039 Riese Pio X (TV)
Italien

☎ +39 0423 1992108

☎ +39 0423 1992108

✉ info@aluphoenix.com

🌐 www.aluphoenix.com

Dauerhafte Liebesbeziehung

Was gibt es Schöneres als eine Liebesbeziehung? „Die Firma ist für mich wie eine Freundin, die ich mit 24 Jahren kennengelernt und nie wieder verlassen habe“, schwärmt Fabio Boccacci. „Ich bin richtig in sie verliebt.“ Begonnen hat die große Liebe 1969, als der Präsident der Fonderia Boccacci SPA das Unternehmen gemeinsam mit seinem Vater ins Leben gerufen hat. In einem knappen halben Jahrhundert hat sich die italienische Gießerei mit ihrer Produktion in Piana Batolla bei ihren Kunden weltweit einen exzellenten Ruf erarbeitet.



Viel Platz: Die Produktion befindet sich auf einem 30.000 m² großen Gelände

„Wir fertigen manuell geformte Rohrgussteile“, beschreibt Fabio Boccacci die Tätigkeit der Fonderia Boccacci SPA. „Die Teile sind mittelgroß und wir produzieren sie auf modernen, automatisierten Anlagen. Die Gussteile werden

„ Wenn uns Kunden besuchen, sind sie immer sehr beeindruckt von den Produktionsanlagen.“

anschließend gereinigt, lackiert und weiter bearbeitet.“ Dank der großen Fertigungstiefe können die Teile von den Kunden gleich weiterverarbeitet werden. Fabio Boccacci: „Aus den Gussteilen fertigen unsere Auftraggeber zum Beispiel Komponenten für Schiffsmotoren



Modernste Anlagen: Ständig wird in die Modernisierung investiert

und Werkzeugmaschinen. Darüber hinaus verfügen wir über eine Division, die auf Schleuderguss spezialisiert ist. Deren Produktion ist klein, aber sehr interessant und anspruchsvoll.“

PÜNKTLICH UND FLEXIBEL

„Unsere große Stärke ist der Maschinenpark“, erklärt Fabio Boccacci. „Wenn uns Kunden besuchen, sind sie immer sehr beeindruckt von den Produktionsanlagen.“ Seine Auftraggeber sieht der Fir-

menchef als Partner. Deshalb legt er größten Wert auf deren schnelle und pünktliche Belieferung. „Wir haben einen Kunden, der 1.200 km von uns entfernt ist. Unsere Lieferungen sind in seinen Produktionsprozess eingebunden, weil er genau weiß, dass wir die Fristen einhalten.“ Zwischen 80 und 90 t Gussteile kann die Fonderia Boccacci täglich gießen. Mittelfristig soll die Fertigung jedoch auf 100 t pro Tag hochgefahren werden.

TECHNISCHES BÜRO

Eine weitere Kompetenz der Fonderia Boccacci ist das metallurgische Labor. „Hier analysieren und prüfen wir das Material vor und



Weltweit gefragt: Die Fonderia Boccacci exportiert in viele Länder

nach dem Guss“, verdeutlicht Fabio Boccacci. „Wir prüfen mittels Ultraschall und magnetoskopisch. Jedes Teil bekommt zudem eine individuelle Nummer. So wissen wir noch Jahre später, wann, wo und von wem das Stück bearbeitet wurde.“ Außerdem verfügt die Gießerei über ein technisches Büro, das die Gussteile plant. „Oft arbeiten wir bei der Planung auch mit den technischen Büros unserer Kunden zusammen“, betont Fabio Boccacci.

ANLAGE FÜR GROSSE TEILE

Das 1969 gegründete Unternehmen startete in den 1970er-Jahren mit der Fertigung von Gusseisen-



Präzision: Jeder Fertigungsschritt wird genau kontrolliert

Fonderia Boccacci SPA

Via Durini 2
20122 Milano (MI)
Italien

+39 0187 930500

+39 0187 930131

commerciale@fonderiaboccacci.it

www.fonderiaboccacci.it



„ Seit 2008 haben wir mehr als 20 Millionen Euro in die Modernisierung investiert.

rollen zur Laminierung von Rohren. Später kamen die Produktion von Gussbarren und der Schleuderguss hinzu. „Seit 1997 haben wir eine halbautomatische Anlage, mit der wir große Teile bis zu 7 x 3 m herstellen können“, freut sich der Präsident. „Meines Wissens waren wir die Ersten auf der Welt mit einer solchen Anlage. Seit 2008 haben wir mehr als 20 Millionen Euro in die Modernisierung investiert.“

VIELE EXPORTE

Seinen juristischen Sitz hat das Unternehmen in Mailand. Die Produktion befindet sich auf einem 30.000 m² großen Gelände in Piana Batolla in der Nähe des Hafens von La Spezia. Außerdem unterhält die Fonderia Boccacci noch eine 3.000 m² große Werkstatt in Ligurien. Der aktuelle Umsatz liegt bei 32 Millionen EUR. 142 Beschäftigte arbeiten in der

„ Firma, hinzu kommen weitere 18 in der ligurischen Werkstatt. Die Exportquote liegt zwischen 55 und 65%. Exportmärkte sind unter anderem Deutschland, Finnland, Belgien, Österreich, USA, Saudi-Arabien und China.

WICHTIGE MUNDPROPAGANDA

„Unsere Kunden sind größer als wir und schätzen unsere Flexibilität“, verdeutlicht Fabio Boccacci. „In der Branche sind wir bekannt und betreiben deshalb nicht so viel Marketing. Mundpropaganda

ist neben einigen Fachmessen immer noch das Beste.“ Bei Messen ist die Fonderia Boccacci auf der EMU und der BIMU vertreten. „Ich bin Optimist“, beschreibt der Präsident seine Sicht auf die Zukunft. „Ich sehe uns als Unternehmen, das wachsen kann, und wir planen entsprechende Investitionen, damit wir wachsen können.“ So wird die große Liebe von Fabio Boccacci wohl noch lange andauern. █



Gut vorbereitet: Im technischen Büro werden die Stücke geplant



Gute Lage: Die Produktion befindet sich in der Nähe des Hafens von La Spezia



Vorarbeit für die Kunden: Die Gießerei reinigt und lackiert auch



Hydraulische Pumpen und Motoren von SUNFAB: Ein hohes Fertigungsniveau, immenses Know-how und strenge Tests in eigenen Laboren und Prüfständen sorgen für eine Zuverlässigkeit und Qualität, die ihresgleichen sucht

Sunfab Hydraulics – Innovation, Kompetenz und Visionen

Ursprünglich war die schwedische Sundin Fabrik eine reine Skimanufaktur – doch um Holzlieferungen besser transportieren zu können, fertigte das Unternehmen Lkw-Kräne, in die es immer leistungsfähigere Hydraulikpumpen einbaute: Ein neues Geschäftsfeld war entstanden. Heute vertreibt die SUNFAB Hydraulik GmbH aus Korschenbroich in NRW an Kunden in Deutschland Hydraulikpumpen und -motoren von ausgezeichneter Qualität zum Einsatz in Lkw und Maschinen.

Als Niederlassung des schwedischen Familienunternehmens in dritter Generation, der SUNFAB HYDRAULICS AB, betreut die SUNFAB HYDRAULIK GmbH aus Korschenbroich am Niederrhein seit 2000 mit ihren acht Mitarbeitern Kunden in Deutschland, Be-

NeLux und der Schweiz. Ihr General Manager, der Techniker Ingmar Sandahl, ist schon längere Zeit in Deutschland tätig und bringt seine gesammelte Erfahrung seit nunmehr zweieinhalb Jahren bei SUNFAB ein: „Seit einigen Jahren bin ich in Deutschland unterwegs“, er-

klärt der Schwede, „die deutsche Wirtschaft und Mentalität gefallen mir, denn sie entsprechen meinem Führungsstil. Hier ist alles sehr exakt.“ Seine Aufgabe besteht vor

das deutsche vom schwedischen Wirtschaftsleben manchmal unterscheidet: „Der deutsche Markt ist viel größer, bestimmt zehnmal größer als der schwedische. Die Konkurrenz ist viel härter, und alles läuft schneller“, analysiert Ingmar Sandahl, „deswegen muss man schnell reagieren. Solche Unterschiede muss ich in meiner Funktion überbrücken.“



Automatisiert: Der Einsatz von Robotern garantiert gleichbleibende Produktqualität

„Kunden zu treffen und ihnen zu helfen, ihre eigenen Kunden zu bedienen, daraus beziehe ich meine Energie.“



PUMPEN UND MOTOREN

allem aus zwei Dingen, beschreibt Ingmar Sandahl: „Als General Manager kümmere ich mich natürlich um den strategischen Aufbau. Andererseits möchte ich nahe an den Kunden sein und nach Schweden vermitteln, wie ihre Mentalität ist.“ Das ist notwendig, weil sich

Heute entwickelt, produziert und verkauft SUNFAB Hydraulikpumpen und -motoren, die vor allem zum Einsatz in Fahrzeugen bestimmt sind. Das schließt Kipplader, Hebebühnen oder Holzernemaschinen ein, aber auch Seilwinden, Ölpumpen, Kräne und Bagger. „Unsere Motoren



Produktionsstandort im schwedischen Hudiksvall: 90% der Produktion werden in über 60 Länder exportiert



Verlässliche Kontrolle: Reklamationen kommen so gut wie nicht vor

umfassenden Kundenbetreuung, schneller Bearbeitung und pünktlichen Lieferzeiten können wir gerade jetzt den Boom voll auskosten und in Zeiten der Hochkonjunktur unsere Kunden halten und sie bestmöglich betreuen.“

WACHSTUM MIT BEDACHT

Trotz der guten Lage möchte SUNFAB nichts überstürzen: „Ein jährliches Wachstum von 3 bis 5% ist gut und unser Ziel“, umreißt Ingmar Sandahl die Zukunftspläne des Unternehmens. Außerdem gilt es die technologische Entwicklung mitzugestalten: „Die Digitalisierung schreitet voran. Wir stehen da nicht still, sondern nehmen daran teil“, bekräftigt Ingmar Sandahl. Davon möchte das Unternehmen gern auch neue Kunden überzeugen: Neben Fachmessen wie der IAA oder der bauma setzt das SUNFAB-Marketing dazu auf klassische Zeitungsanzeigen und natürlich digitale Kanäle. █

„ Wir konnten die Produktion so hochschrauben, dass wir jetzt deutlich kürzere Lieferzeiten haben.“

verkaufen wir vor allem an OEMs im Bau- und Landmaschinenbau“, bestätigt Ingmar Sandahl, „die Pumpen hingegen liefern wir außer an Maschinenbauer auch an Händler und Spezialfahrzeugbauer, die den Einbau dieser Teile selbst vornehmen.“ Während SUNFAB in Schweden noch mehr Pumpen als Motoren umsetzt, wurde die Motorschiene mittlerweile so hochgefahren, dass das Verhältnis auf dem deutschen Markt

schon bei 50:50 liegt. „Das ist so gewünscht“, kommentiert Ingmar Sandahl, „insbesondere den Bereich Hydraulikmotoren wollen wir noch weiter ausbauen.“

REKLAMATIONEN? – NICHT HIER

Die Voraussetzungen dafür sind gut, denn die Qualität der SUNFAB-Produkte ist außergewöhnlich hoch. Das verträgt sich bestens mit den hohen Ansprüchen und

Bedarfen der boomenden deutschen Industrie: „Das Reklamationsaufkommen ist rückläufig“, freut sich der General Manager, „aber das hat nichts mit Glück, sondern vielmehr mit harter Arbeit zu tun. Unsere langjährige Erfahrung steckt in ausgezeichneten, absolut zuverlässigen Produkten, die dazu noch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.“ Doch das ist nicht alles: „Angesichts großer Nachfrage konnten wir unsere Produktion so hochschrauben, dass wir jetzt deutlich kürzere Lieferzeiten haben“, fährt Ingmar Sandahl fort, „zusammen mit einer



SUNFAB HYDRAULIK GmbH

Am Bahnhof 9
41352 Korschenbroich
Deutschland

☎ +49 2161 574460
✉ +49 2161 5744650

✉ info@sunfab.de
🌐 www.sunfab.de



Entwicklungsfreudig: Seit dem Einstieg ins Hydraulikgeschäft hat sich SUNFAB als ein führendes Unternehmen der Branche hervorgetan



Mit Blick für die Zukunft

Im Jahr 2017 erregte der Europa-Park in Rust mit einer spektakulären neuen Attraktion einiges Aufsehen: Das Voletarium ist das größte Flying Theater in Europa, in welchem Gäste auf eine besondere Flugreise gehen – ermöglicht durch einen sesselflightartigen Flugapparat, einen kuppelartigen Screen, ein spezielles Projektionssystem sowie zahlreiche Spezialeffekte wie Wind, Wasser und sogar Düfte. Die Firma, die die Technik hinter diesem beeindruckenden Erlebnis verwirklicht hat, ist Kraftwerk Living Technologies. Das österreichische Unternehmen ist einer der führenden Experten im Bereich der professionellen audio-visuellen Systemintegration.



© National Geographic Encounter: Ocean Odyssey

Im National Geographic Encounter Ocean Odyssey kann man eine lehrreiche Reise durch die Weltmeere erleben

Von immersiven Multimedia-Attraktionen für den Entertainment-Bereich über Virtual Reality-Projekte für die Industrie bis hin zu audio-visuellen Lösungen für Museen und Theater, Kraftwerk LT realisiert für seine Kunden weltweit individuell zugeschnittene und hochmoderne technische Konzepte. „Das Unternehmen wurde bereits 1992 von meinem Geschäftspartner Manfred Meier gegründet. Zwei Jahre später stieg ich bei Kraftwerk LT ein“, erinnert sich Geschäftsführer Christian Hofer. „Damals mit einem kleinen Büro hier in Wels. Seinerzeit fingen

wir an, gute Geschäfte im Bereich der Ton- und Lichttechnik zu machen.“ So gute Geschäfte, dass die Firma bereits 1996 ihren jetzigen Firmensitz bezog. Heute sind in der Firmenzentrale in Wels, Österreich rund 85 MitarbeiterInnen für das Unternehmen tätig, weltweit sind es um die 130.

IN DIE WEITE WELT

Sowohl die Expertise als auch der Kundenkreis sind über die Jahre stetig gewachsen. Schon im Jahr 1997 konnte die erste gesamtheitliche Medienlösung – Licht, Ton

und Video – angeboten werden. Seit 2005 entwickelt und baut die Firma auch 4-D-Kinos, die weltweit zum Einsatz kommen. „Unter 4-D-Theater versteht man, dass bewegliche Sitze zum Einsatz kommen, welche passend zur Handlung

konnte die Firma große Multimedia- und Entertainmentprojekte in Indonesien, Russland, Südafrika und China gewinnen. „Wir waren selbst über den großen Erfolg auf dem internationalen Markt überrascht“, so Christian Hofer. „Es war

„Wir können unseren Kunden die gesamte Bandbreite an Entertainment-Medien anbieten.“

“

programmiert wurden und mit Bewegung das Erlebnis verstärken“, erläutert Christian Hofer. „Zusätzlich können Spezialeffekte wie Wind, Wasser und Duft eingesetzt werden.“ Schon ein Jahr später

für uns ein markanter Meilenstein, mit unseren Systemen aus dem heimischen, österreichischen Markt in die weite Welt zu gehen.“ Inzwischen werden über 80% der 38 Millionen EUR an Betriebsleis-



© Kraftwerk LT

Das 5D Castle Theater im Chimelong Ocean Kingdom in Zuhai, China, (Ansicht von oben) ist das größte 4-D-Kino der Welt



© Frank Baudy

Im Voletarium wird den Gästen das Gefühl vom Fliegen vermittelt

tung durch Projekte im Ausland erwirtschaftet.

VIRTUELLES DESIGNEN

Seit 2009 hat die Firma zudem in komplett neue Branchen expandiert. So wurde der Automobilsektor in Deutschland zu einem wichtigen Geschäftsbereich mit tollen Projekten. „Mit hochmodernen technischen Lösungen können wir Designprozesse in dieser Branche maßgeblich vereinfachen. Mithilfe von hochauflösenden Visualisierungssystemen sowie 3-D- und VR-Anwendungen können Teams nicht nur besser zusammenarbeiten, sondern auch präziser und effizienter Entscheidungen fällen“, erläutert Christian Hofer.

KONSTANT INNOVATIONSSTARK

Kraftwerk LT hat über die Jahre wieder und wieder Innovationsstärke bewiesen. Unter anderem wurde die erste Generation von beweglichen Motion Seats bereits 2008 entwickelt. Heute ist die dritte Generation auf dem Markt – mit vier Freiheitsgraden der Bewegung und in der Armlehne integrierten Spezialeffekten. Vor allem aber sind es die zahlreichen aufsehenerregenden und preisgekrönten Referenzprojekte, mit denen die Firma überzeugt. „Nicht viele Wettbewerber können diese Art von Systemlösungen in dieser Qualität anbieten und so individuell auf Kundenbedürfnisse eingehen“, meint Christian Hofer. „Unser



© macom GmbH

Technologie ist das Herzstück der Entwicklung bei BMW und deren Markenzentrum der BMW Welt

Fokus liegt dabei auf technischer Konzeption und Design, der Planung und Konstruktion dieser Lö-

nis unserer Projekte zu sehen und durch positive Rückmeldungen die Dankbarkeit unserer Kunden

”

Wir sind der perfekte Partner für anspruchsvolle Systemlösungen.

“

sungen sowie der Installation und Inbetriebnahme. Auch Forschung und Entwicklung spielt dabei eine wichtige Rolle.“ Das positive Feedback der Kunden ist aber auch eine Genugtuung für Christian Hofer und das Ergebnis von harter Arbeit und einem tollen Teamgeist. „Wir lieben, was wir machen“, betont er. „Es ist immer eine Freude für das gesamte Team, das Ergeb-

zu erfahren.“ Abschließend fügt er hinzu: „Mit einer Rekordauftragslage sind wir stets bemüht, unser Team zu verstärken und auf der Suche nach Persönlichkeiten mit Interesse an spannenden Projekten rund um den Globus und abwechslungsreichen Aufgabenstellungen in einem hochinnovativen technischen Umfeld!“



Kraftwerk Living
Technologies GmbH
Maria-Theresia-Strasse 49
4600 Wels
Österreich

☎ +43 7242 692690
☎ +43 7242 6926910

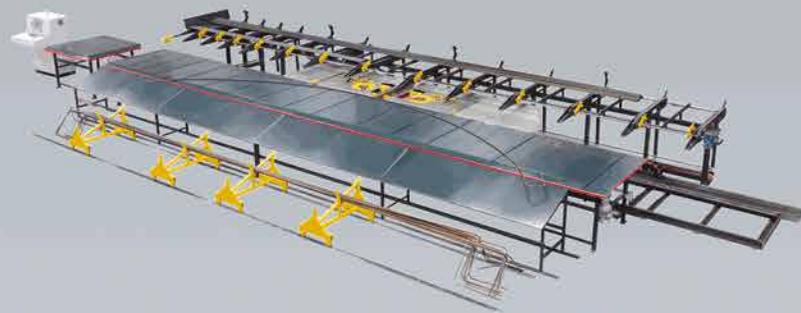
✉ info@kraftwerk.at
🌐 www.kraftwerk.at



Ein brandaktuelles Projekt ist der einzigartige Science Dome für die Experimenta in Heilbronn



Planet **22** Multiradius
Automatic shaping and stirrup bender from coil



Multiradius **36 BEND**
Automatic shaping and calendaring system

MEP

the history of innovation

WIR "FORMEN" UNSERE IDEEN
NACH DEN ANFORDERUNGEN
UNSERER KUNDEN



1966
WORLD PREMIERE



MBS
MEP BUSINESS SCHOOL



2018
INDUSTRY 4.0



MEP Das Original

www.mepgroup.com