

Wirtschaft Regional



Wirtschaftsforum:
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Interview:

„Die Menschen suchen den Ausgleich über reale Kommunikation“

mit Gerd Kulhavy, Gründer der
Speakers Excellence Deutschland Holding GmbH

Porträts:

- > **Meyer Architekten GmbH**, Seite 10
- > **ADZ NAGANO GmbH**, Seite 20

IT-Sicherheit

...schützt Werte

LEISTUNGEN

- + ISMS nach VdS 10000
- + Informationssicherheitsbeauftragter (ISB)
- + Datenschutz / EU-DSGVO nach VdS 10010
- + Datenschutzmanager (DSM) / Datenschutzbeauftragter (DSB)
- + Mitarbeiter Sensibilisierung
- + Managed EMail-Protection (AV, AntiSpam, Sandbox)
- + Managed Endpoint-Protection



Alle weiteren Informationen finden Sie auf unserer Webseite: www.sar.de

Systemhaus SAR GmbH

Arnold-Sommerfeld-Ring 27 | 52499 Baesweiler | T + 49 2401 9195 0 | info@sar.de



Liebe Leserin, lieber Leser,

In Deutschlands Wirtschaft hat sich in den vergangenen Monaten wieder viel getan. Im gesamten Bundesgebiet befinden sich nicht nur viele, sondern auch erfolgreiche Unternehmen, hinter denen spannende Ideen stehen. Ihre Gemeinsamkeit: die interessanten Persönlichkeiten, die für diese erfolgreiche Wirtschaft verantwortlich sind. In dieser Ausgabe stellen wir Ihnen wieder einige davon vor.

Ein Unternehmen, das es hoch hinauszieht, ist die Meyer Architekten GmbH. Die Düsseldorfer bauen für Wissenschaft und Forschung und meistern dabei regelmäßig auch ungewöhnliche Herausforderungen. Der Geschäftsführende Gesellschafter Jan Hinnerk Meyer hat mit uns über neue Geschäftsfelder gesprochen und uns verraten, warum er das Firmenportfolio nicht zu sehr ausweiten möchte. (ab S. 10)

In viele Richtungen blickt die Grupa Azoty ATT Polymers GmbH mit Sitz in Guben. Sie stellt mit Polyamid 6 den Rohstoff für unterschiedliche Produkte her. Wo genau das PA 6 zum Einsatz kommt und wie das Unternehmen verstärkt im Recycling aktiv werden möchte, hat uns Geschäftsführer Robert Bednarek erklärt. (ab S. 18)

Auch außerhalb Deutschlands gefragt ist die ADZ NAGANO GmbH. Aus der Nähe von Dresden, und somit aus einem der führenden Wirtschaftsstandorte Deutschlands heraus, vertreibt sie unter anderem Drucksensoren, Kraftmesser und Temperatursensoren in die weite Welt. Prokurist Hannes Georgi hat mit uns über die Herausforderungen der Branche und das Vorzeigeprojekt ARIANE 6 gesprochen. (ab S. 20)

Ich wünsche Ihnen spannende und informative Einblicke in die Wirtschaft.

Viel Spaß bei der Lektüre



Manfred Josef Brinkmann
Chefredakteur

06

Interview mit Gerd Kulhavy, Gründer
der Speakers Excellence Deutschland Holding GmbH

„Die Menschen suchen
den Ausgleich über
reale Kommunikation“



DIMAH

DESIGNING BUSINESS



CORPORATE ARCHITECTURE



Designing Business bedeutet für uns wegweisende
Markenräume für unsere Kunden zu realisieren.

OBJEKTDESIGN



Das tun wir seit 1994 auf Messen und Events für den
Mittelstand und Konzerne.

Als inhabergeführtes Familienunternehmen ist unsere
Philosophie seit der Gründung, die Kundenerwartungen
nicht nur zu erfüllen, sondern zu übertreffen.
Nur was gut durchdacht und geplant ist, bringt
den nachhaltigen Erfolg.

Wir führen Sie durch den gesamten Prozess der Umsetzung.
Von der ersten Idee bis zur Realisierung vor Ort.

RETAIL DESIGN



Fordern Sie uns heraus - Wir können das!



EVENT

DIMAH Messe + Event GmbH | Nielsenstraße 12 | 73760 Ostfildern
www.dimah.de | info@dimah.de

Wirtschaft im Westen

10



Jan Hinnerk Meyer,
Geschäftsführender Gesellschafter der Meyer Architekten GmbH

12



Helene Preus,
Geschäftsführerin der Spicer Gelenkwellenbau GmbH

14



Jens Kurzenacker,
Geschäftsführer der Indukant GmbH

16



Joachim Andrös,
Geschäftsleitung der Franz Drepper GmbH & Co. KG

Wirtschaft im Osten

18



Robert Bednarek,
Geschäftsführer der Grupa Azoty ATT Polymers GmbH

20



Hannes Georgi,
Prokurist der ADZ NAGANO GmbH

22



Frédéric Ibanez,
Gründer von Optilingua International

24



Peter Mauelshagen,
Geschäftsführer der Form und Raum GmbH

Wirtschaft in Rheinland-Pfalz

Wirtschaft im Norden

26



Rolf Prins,
Geschäftsführer der ehp Umweltplanung GmbH

Wirtschaft im Süden

27



Sven Anders,
Geschäftsführer der StM Waterjet GmbH Germany

Service

28

Buchtitel im Fokus

29

Kontakte



„Die Menschen suchen den Ausgleich über reale Kommunikation“

»» Wie kaum ein Zweiter hat Gerd Kulhavy mit seinem Unternehmen Speakers Excellence den deutschen Markt der Redneragenturen über die letzten Jahrzehnte geprägt. Mit Wirtschaftsforum sprach er über Trendthemen, Generationswechsel und darüber, welche Schlüsselqualifikation er an Speakern besonders schätzt.



Speakers Excellence Deutschland Holding GmbH

Adlerstraße 41
70199 Stuttgart
Deutschland

☎ +49 711 7585840

☎ +49 711 7585845

🌐 www.speakers-excellence.de



Herr Kulhavy, Sie sind seit 2002 auf dem Markt aktiv. Inwiefern gab es einen konkreten Impuls zur Unternehmensgründung?

Unser Firmenname ist ja Speakers Excellence. Wenn Sie damals in der Online-Suche den Begriff Speaker eingegeben haben, dann haben Sie 150 Lautsprecherfirmen im Umkreis gefunden. Darunter war aber keine Agentur, die explizit Speaker oder eben Redner vermittelt. Wir haben das Thema Speaker nicht nur in unserem Markennamen verarbeitet, sondern auch konzeptionell. So kamen wir recht schnell in einen Markt, der in den USA schon seit über 20 Jahren bestanden hatte und sich in Deutschland erst entwickeln musste.

Die Digitalisierung umfasst alle Ebenen der Gesellschaft. Dennoch scheint es ein Bedürfnis nach einem direkten Austausch untereinander zu geben. Würden Sie hier von Face-to-Face 2.0 sprechen?

Absolut. Face-to-Face 2.0 kann man durchaus sagen. Wir spüren einfach, dass das Bedürfnis immer größer wird, den Ausgleich über die reale Kommunikation oder Networking zu suchen. Natürlich könnten sich die Menschen nur mit den digitalen Werkzeugen beschäftigen. Schließlich werden Meetings dank Skype oder vergleichbarer Tools immer digitaler. Das scheint aber nicht auszureichen. Man möchte ein belastbares und vertrauenswürdiges Netzwerk aufbauen. Allein, einen großen Stamm an Followern auf Facebook oder Twitter zu haben, bringt niemanden wirklich weiter.

Welche Veränderungen haben Sie in Bezug auf die angefragten Themen in den letzten Jahren feststellen können?

Wir haben natürlich die Trendthemen laufend im Blick. In den letzten vier bis fünf Jahren rückte der Bereich Mitarbeiterrekrutierung, -findung oder -gewinnung stark in den Mittelpunkt. Dazu war die Digitalisierung das absolute Buzzthema. Danach kommen wieder softere Themen, wie zum Beispiel Motivation. Wie halte ich Motivation und Aufmerksamkeit meiner Mitarbeiter aufrecht? Wir leben in einer Welt des Überflusses und so ist es am Ende die Aufmerksamkeit, die zur wichtigen Währung wird.

Was muss ein Speaker mitbringen, damit er zu Speakers Excellence passt?

Wir haben drei Möglichkeiten, die durch unsere Kunden angefragt werden. Das eine ist unser Ursprungsprodukt, die Top 100 Excellent Speakers. Darunter befinden sich Experten, die eine Themenführerschaft innehaben, rhetorisch brillant sind, die Infotainment gut können, aber auch auf der Bühne eine Top-Performance bringen. Sie sind in der Regel schon Autor, haben eigene Medienprodukte. Sie verfügen über erstklassige Referenzen von anderen Speakern und Kunden.

Es gibt aber auch zunehmend Anfragen nach Menschen, die das Feuer, das durch einen Speaker entzündet worden ist, auch weiter am Brennen halten sollen. Diese müssen eine theoretisch fundierte praktische Ausbildung, Methodenkompetenz und Trainingserfahrung aufweisen. Sie haben wir unter den Top 100 Excellent Trainers zusammengefasst. ➡





Mehr zu der **Informationsveranstaltung** zum Thema **„Der Weg zur ICH-Marke“**- Ausgezeichnet Inszenieren, performen und positionieren finden Sie [hier](#).

Dann gibt es eine dritte Gruppe. Das sind gestandene Unternehmer wie Wolfgang Grupp, Klaus Hipp, oder Jo-chen Schweizer. Sie umfasst die verschiedensten Persönlichkeiten, die ihre Geschichten weitererzählen und so Mut machen oder auch inspirieren.

Merken Sie den Generationswechsel in den Unternehmen selbst anhand der angefragten Themen: New Work anstatt Sales?

Auf jeden Fall. Der Wechsel spiegelt sich in den Themen wider. Der eine Kunde sucht einen Experten über New Work, der andere zur Generation X und ein weiterer zur Bedeutung der Silver Surfer für die eigene Firma. Vor einigen Jahren hat man noch den Verkauf geschult. Heute schaut man: Wie bekomme ich die richtigen Leute und was muss ich tun, damit sie an Bord bleiben? Die junge Generation tritt ganz anders am Arbeitsmarkt auf, das bringt Herausforderungen mit sich. Es ist viel schwieriger, die jungen Menschen zu bewegen. Klar ist, mit Geld allein kommen Sie dabei nicht weit.

Wenn Sie in eine Zeitkapsel steigen könnten. Welche historische Persönlichkeit würden Sie gern einmal live erleben?

Das ist eine gute Frage [überlegt]. Albert Einstein würde ich gern persönlich kennenlernen. Er ist für mich ein ganz außergewöhnlicher Charakter. Er war irgendwie verrückt, unkonventionell und trotzdem hat er so viel bewirkt.

Welche Empfehlung geben Sie Menschen, die sich für eine Tätigkeit als Speaker interessieren?

Eine erste Frage, die sich jeder beantworten sollte, ist: Was für einen Nutzen bringe ich dem Publikum? Warum sollen Sie mir zuhören? Und wer ist meine Zielgruppe? Eine weitere Frage, die damit einhergeht: Für welches Thema möchte ich, als Experte, stehen? Und eine konkrete Empfehlung: Werde zum Autor und somit zur Autorität! Ein Buch veröffentlichen ist meines Erachtens immer ein ganz wichtiger Faktor, weil man dadurch eine hohe Reputation bekommt und den eigenen Expertenstatus ausbaut.

LEBEN, ARBEIT, GELD

Deutschlands Bundesländer im Vergleich



Bevölkerung Bundesländer

Einwohnerzahl (in Millionen)



Bevölkerung gesamt (2016)

82,79 Mio.

1. NORDRHEIN-WESTFALEN	17,7 Mio.
2. BAYERN	12,7 Mio.
3. BADEN-WÜRTTEMBERG	10,7 Mio.
4. NIEDERSACHSEN	7,8 Mio.
5. HESSEN	6,0 Mio.
6. RHEINLANDPFALZ	4,0 Mio.
7. SACHSEN	4,0 Mio.
8. BERLIN	3,5 Mio.
9. SCHLESWIG-HOLSTEIN	2,8 Mio.
10. BRANDENBURG	2,5 Mio.
11. SACHSEN-ANHALT	2,2 Mio.
12. THÜRINGEN	2,1 Mio.
13. HAMBURG	1,7 Mio.
14. MECKLENBURG-VORPOMMERN	1,6 Mio.
15. SAARLAND	0,9 Mio.
16. BREMEN	0,3 Mio.

Größte Städte



Quelle: destatis.de

Link: [destatis.de/DE/Publikationen/Datenreport/Downloads/Datenreport2016.pdf](https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Datenreport/Downloads/Datenreport2016.pdf)



Interview mit Jan Hinnerk Meyer, Geschäftsführender Gesellschafter
der Meyer Architekten GmbH

Bauen für die Wissenschaft

MEYER ARCHITEKTEN

Wenn man für Wissenschaft und Forschung baut, dann bringt jedes Objekt ganz eigene Anforderungen mit sich. Daher ist für die Meyer Architekten GmbH jedes Projekt ganz automatisch eine ungewöhnliche Herausforderung. Ob eine wissenschaftliche Einrichtung spezielle Haustechnik benötigt oder ein Gebäude bei laufendem Betrieb saniert werden muss, die deutsche Firma hat die nötige Erfahrung, um den Bedürfnissen ihrer Kunden vollständig gerecht zu werden.

WIRTSCHAFT IM WESTEN

Meyer Architekten
GmbH

Wasserwerksweg 1
40489 Düsseldorf
Deutschland

☎ +49 211 2297300

☎ +49 211 22973050

✉ info@meyer-architekten.de

🌐 www.meyer-architekten.de

„Unsere Projekte sind immer Prototypen“, erläutert Jan Hinnerk Meyer, Geschäftsführender Gesellschafter der Meyer Architekten GmbH. „Daher stellen wir uns konsequent auf das ein, was dort wissenschaftlich passiert.“ Diese Spezialisierung geht auf seinen Vater zurück. Als das Architekturbüro ursprünglich 1925 durch Fritz Hitzbleck gegründet wurde, fokussierte es sich zunächst auf Villenbauten. 1955 trat der junge Jochen Meyer, Vater von Jan Hinnerk Meyer, frisch von der Universität in die Firma ein. Als die Max-Planck-Gesellschaft ein neues Institutsgebäude für den Nobelpreisträger errichtete, erhielt das Architekturbüro den Auftrag. Das war der Beginn einer fruchtbaren Zusammenarbeit, die bis heute fortbesteht. „Aus der Projektarbeit mit dem Institut ergab sich dann unser Kerngeschäft“, erläutert Jan Hinnerk Meyer. „Bauen für Wissenschaft und Forschung. Zusätzlich zu den

wissenschaftlichen Instituten haben wir später Projekte für Universitäten und Schulen betreut.“

VOM BÜRO ZUR FIRMA

Lange Zeit führte Jochen Meyer das Büro alleine, bis 1993 sein Sohn in die Firma eintrat. „Wir haben seitdem eine klare Bewertung gemacht“, verrät Jan Hinnerk Meyer. „Was wir können, wo wir hinwollen

und was uns fehlt.“ So wurde das kleine Architekturbüro nach und nach erweitert und 2011 zur GmbH umfirmiert. Heute sind knapp 70 Mitarbeiter für Meyer Architekten tätig. „Zurzeit arbeiten wir auch in fünf Arbeitsgemeinschaften, um bestimmte Projekte durchführen zu können“, sagt der Geschäftsführende Gesellschafter. Zudem hat er 2017 ein weiteres Unternehmen gegründet. In der ProjektSchmiede

arbeitet der Architekt mit einem Kulturmanager zusammen, um Projekte zu entwickeln und Kultureinrichtungen beziehungsweise Kommunen bedarfsgerechte Beratungen



Die Modernisierung des Kollegiengebäude Mathematik der Universität Karlsruhe wurde mit dem Deutschen Hochschulbaupreis 2016 ausgezeichnet (ArGe ingenhoven architects Meyer Architekten)

Die Sanierung von Dach und Fassade des K20, Heimat der Kunstsammlung NRW, wurde bei laufendem Betrieb vorgenommen



und bleiben dann oft lange im Unternehmen. Wir bilden auch selbst Bauzeichner aus.“

EIN OFFENER BLICK

Zurzeit planen und realisieren Meyer Architekten mehrere Großprojekte. Jan Hinnerk Meyer ist es aber wichtig, nicht nur in der Gegenwart zu sehen und zu denken. „Man braucht immer einen offenen Blick in die Zukunft“, rät er. „Man muss sich trauen, Entscheidungen zu

anzubieten. Dabei können sie auf ein großes Netzwerk zurückgreifen. „Ich sehe mich selbst als Dienstleister und Partner“, betont Jan Hinnerk Meyer. „Wichtig ist eine enge Zusammenarbeit mit den Bauherren. Nur so kann man Ideen vernünftig umsetzen und gute Bauprojekte hervorbringen.“

Ich sehe mich selbst als Dienstleister und Partner.

NEUE GESCHÄFTSFELDER

Über die Jahre hat die Firma ihre Geschäftsfelder immer wieder ausgeweitet. Seit einiger Zeit bearbeitet sie Aufträge für Polizeipräsidien, die 5% ihrer Gebäude als Labor nutzen. Da somit 95% der Gebäude aus Büroräumen bestehen, ist sie darüber in den Bereich Verwaltungsbau gekommen. „Es ist gut, Schwerpunkte auf verschiedene Ge-

bäudetypologien zu verteilen“, meint Jan Hinnerk Meyer. Gut 80% der Aufträge werden durch öffentliche Bauträger erteilt. „Bau- und Sanierungsmaßnahmen werden EU-weit ausgeschrieben“, erläutert er. „Somit haben wir EU-weite Referenzen und generieren darüber neue Aufträge.“ Solche durch Steuergelder finanzierte Baumaßnahmen teilen sich auf die Bereiche Forschung und Entwicklung, Bildung, Kulturbauten und den Gesundheitssektor auf. Für Jan Hinnerk Meyer ist zurzeit der dritte Bereich interessant, denn rund 80% aller Kulturbauten in Deutschland sind sanierungsbedürftig. „Ich denke immer zwei Schritte weiter“, betont er. „Umsetzen, dann konsolidieren, dabei immer wissen, was als Nächstes zu tun ist. Zuerst haben wir Labore bearbeitet, dann Universitäten, Schulen, Verwaltungsbauten und jetzt auch Kulturbauten.“

BOOM IN DER BRANCHE

Zu den Kunden zählen auch private Firmen, die Labore für Forschung und Entwicklung benötigen. „Ich möchte allerdings das Portfolio nicht



Die Firma hat zahlreiche Projekte für die Fraunhofer-Gesellschaft verwirklicht (ArGe ingenhoven architects Meyer Architekten)

zu sehr ausweiten“, gibt der Geschäftsführende Gesellschafter zu. „Dafür haben wir derzeit kein Personal.“ Das liegt auch daran, dass der augenblickliche Bauboom einen Personalmangel verursacht, der das Wachstum erschwert. „Einerseits ist es gut, dass sehr viel gebaut wird“, meint Jan Hinnerk Meyer. „Aber wie lange wird dieser Boom noch anhalten? Wo gehen die Gelder in Zukunft hin? Aufgrund meiner beruflichen und ehrenamtlichen Tätigkeit in Düsseldorf habe ich gute Kontakte zu Hochschulen und Studenten. Sie machen in der Firma ihre Praktika

treffen und die Konsequenzen zu ziehen.“ Die Zukunft der Baubranche sieht er durchaus positiv. „Der Mittelstand ist extrem wichtig für Deutschland. Solange es ihm gut geht, gibt es auch Baujobs.“ Zudem ist er sich darüber bewusst, dass sein Unternehmen eine Expertise bietet, die nur wenige Architekturbüros vorweisen können. „Es ist schon gut, dass die von uns durchgeführten Projekte nicht so leicht zu stemmen sind“, verrät er. „Gut für uns und damit auch gut für unsere Kunden.“



Die perfekte Welle

Gelenkwellen dienen der Drehmomentübertragung und sind damit das Herzstück moderner Antriebssysteme, wie sie in vielen Industriezweigen zum Einsatz kommen – etwa bei der Verarbeitung von Stahl, in Antriebsaggregaten für Schiffe und Eisenbahnen und in der Papierverarbeitung. Seit mehr als 70 Jahren ist die Spicer Gelenkwellenbau GmbH (GWB) aus Essen, eine 100%ige Tochter der DANA Incorporated, der Ansprechpartner der Wahl, wenn es um Gelenkwellen für den Einsatz in all diesen Anwendungsbereichen geht.

WIRTSCHAFT IM WESTEN

Seit dem Gründungsjahr 1946 ist Danas GWB-Marke ihrem Spezialgebiet, der Herstellung von Gelenkwellen für verschiedenste industrielle Anwendungen, treu geblieben. Kein Wunder, dass sich das Unternehmen in den Jahrzehnten, die seither vergangen sind, ein außergewöhnliches und umfassendes Engineering-Know-how erarbeiten konnte, für das es bei seinen Kunden auf der ganzen Welt geschätzt wird. „Wir sind eine sehr etablierte Marke und weltweit bekannt, auch in den USA und Asien. Unsere Kunden wissen,

dass sie bei uns schnell Hilfe bekommen, wenn es ein Problem gibt“, sagt Geschäftsführerin Helene Preus. „Unser hoher Qualitätsanspruch, die technischen Fea-

BEKANNT FÜR PERFORMANCE UND LANGE LEBENSDAUER

Die Gelenkwellen des GWB sind für ihre Performance und lange Le-

werden auch als Spezialist für Sonderlösungen geschätzt“, erzählt Helene Preus. „Unser Highlight in diesem Bereich war 2018 eine Welle mit einem Gewicht von über 45 t und einer Länge von fast 11 m für einen koreanischen Stahlhersteller. Es war die größte, die wir jemals ausgeliefert haben und eine der größten, die es derzeit wohl überhaupt gibt.“ Das ist jedoch nicht die einzige Besonderheit; die von der Dana konzipierten Wellen der GWB-Großserie 598 verfügen außerdem über ein patentiertes Offset-Design, das ihre Lebens-

Unsere Kunden wissen, dass sie bei uns schnell Hilfe bekommen, wenn es ein Problem gibt.

tures unserer Gelenkwellen und unser Engineering-Support sind hervorragend. Mit vielen Kunden verbinden uns bereits Jahrzehnte dauernde Geschäftsbeziehungen.“

bensdauer bekannt – und ragen in manchen Fällen auch durch ihre Größe und ihr enormes Gewicht hervor. „Wir haben einen umfassenden Produktkatalog, doch wir



Hightech für Hochgeschwindigkeitszüge: links die innovative, von Danas GWB-Marke entwickelte Tripode mit Sicherheitskupplung, rechts eine Standardwelle



Querschnitt durch ein Zapfenkreuz für Hochgeschwindigkeitsanwendungen



Seit 1964 ist Danas GWB-Marke, damals noch unter dem Namen GKN, in Essen ansässig, wo das Unternehmen inzwischen zwei Standorte besitzt, einen weiteren in Dachau

dauer erhöht, sowie über ein automatisches Abschmiersystem. Auch im Bahnbereich konnte der GWB in den vergangenen Jahren immer wieder mit innovativen Entwicklungspunkten, wie einer Tripode mit Sicherheitskupplung für Hochgeschwindigkeitszüge, die bei Überlastung auslöst, mit der die Fahrt aber ohne Unterbrechung fortgesetzt werden kann und die sich in wenigen Minuten kostengünstig

wieder instand setzen lässt – ein Plus an Sicherheit, das sich lohnt.

STARK IN ASIEN UND AUF DEM US-MARKT

„Unser Brot-und-Butter-Geschäft sind Wellen für Bahnanwendungen, Industrieanlagen, Stahl, Papier, Öl und Gas“, nennt Helene Preus Geschäftsschwerpunkte. „Den Bahnbereich möchten wir

Spicer Gelenkwellenbau GmbH

II. Schnieringstraße 49
45329 Essen
Deutschland

+49 201 81240

+49 201 8124652

industrial@dana.com

www.gwbdriveshaft.com

noch stärker ausbauen. Obwohl dieser immer stärker elektrifiziert wird, sehen wir Wachstumschancen für Schienenfahrzeuge. Aktuell sehen wir in Korea sehr gute Chancen auf einen Großauftrag. Korea ist für uns dabei übrigens ein noch wichtigerer Markt als China, denn Korea ist stärker qualitätsgetrieben, während China stärker kostengetrieben ist.“ Auch die USA sind ein großer Markt für den GWB. Dort generiert das Unternehmen circa 30% seines Jahresumsatzes. „In den USA sind wir leicht gewachsen, in Korea

definitiv“, führt Helene Preus aus. „Insgesamt geht der Markt leicht zurück. In Korea sehen wir gute Wachstumsperspektiven. Aktuell arbeiten wir an Konzepten für Südamerika, wir möchten in Brasilien eine eigene Reparaturwerkstatt eröffnen.“ Das Jahr 2020 wird im Zeichen der Optimierung der Kostenstruktur sowie des Ausbaus des Servicebereichs stehen. „Wichtig ist uns Exzellenz“, betont Helene Preus. „Wir möchten in allen Bereichen Business-Exzellenz erreichen.“

Wichtig ist uns Exzellenz. Wir möchten in allen Bereichen Business-Exzellenz erreichen.



Auf der METEC präsentiert die Dana ihre GWB-Produkte: vorn eine Tunnelwelle, im Hintergrund eine Hochleistungsgelenkwelle für die Stahlindustrie



Detailansicht der Hirthverzahnung einer Hochleistungswelle

Wie eine neue Strategie die Zukunft sichert



Die Automatisierung der Industrie beschäftigt viele Unternehmen seit einigen Jahren. Industrie 4.0 und andere Schlagworte bedeuten nicht nur eine große Herausforderung, sondern auch die Chance, handwerklich geprägte Betriebe in Industrieunternehmen mit zukunftsweisenden Prozessen zu verwandeln. Genau das ist auch das Ziel der Indukant GmbH mit Sitz in Lennestadt, die sich als Spezialist in der flexiblen Blechbearbeitung in der Branche etabliert hat.

Die Kernkompetenz der Indukant GmbH sind XXL-Bauteile mit einer Länge von bis zu 8 m. Das Unternehmen übernimmt nicht nur das Lasern, Kanten und Schweißen der Bauteile, sondern ist außerdem in der Lage, komplette Baugruppen und Systeme, vom Prototypen bis zum Serienartikel, vollständig aus einer Hand anzubieten. „Die technische Kompetenz und Erfahrung unserer Mitarbeiter ist bei uns sehr stark ausgeprägt“, sagt Geschäftsführer Jens Kurzenacker. „Aus diesem Grund können wir unseren Kunden nicht nur höchste Qualität für ihre Produkte bieten, sondern sie auch in Bezug auf Design- und Kostenoptimierungen beraten.“

SUKZESSIVE ENTWICKLUNG

Seit 1992 ist die Indukant GmbH in der Blechbearbeitung aktiv. Der Betrieb wurde ursprünglich als verlängerte Werkbank des Industriehallenbauers Jochen Brill gegründet, hat sich im Laufe der Jahre jedoch sukzessive von seiner Dachgesellschaft gelöst und



Das Team der Indukant GmbH besteht aus jungen und motivierten Mitarbeitern und erfahrenen Spezialisten



2018 hat das Unternehmen in die Piva Punch PCC100, eine vollautomatische Coil- und Stanzanlage, investiert

zu einem gefragten Anbieter für Kunden der Bereiche Hallenbau, Industrietorbau, Fahrzeugbau, der Logistikbranche und weiteren Nischensektoren entwickelt. Seit 2017 ist Indukant ein anerkannter Schweißfachbetrieb nach DIN EN 1090, sodass das Unternehmen nicht nur Zuschnitte, Laser- und Stanzlaserteile sowie Kantprofile, sondern auch komplette Baugruppen fertigen kann. „In unserem Marktumfeld ist die Verbindung aus XXL-Bauteilen und Schweißkompetenz nicht allzu stark verbreitet und wir konnten dadurch unser Produktpektrum nachhaltig erweitern“, betont Jens Kurzenacker, der 2016 als Geschäftsführer eingetreten ist. „Diese Kompetenz nutzen wir aktuell, um das Unternehmen weiterzuentwickeln und unsere Kapazitäten noch besser auszulasten. Dafür haben wir die seit Jahren im Unternehmen existierenden Kontakte genutzt und konnten in den vergangenen drei Jahren nennenswerte Umsatzzuwächse verzeichnen. In diesem Jahr wollen wir erstmals

die Zehn-Millionen-EUR-Grenze überschreiten.“

INVESTITION IN NEUE ANLAGE

Ein entscheidender Grund für die positive Entwicklung der Indukant GmbH sind unter anderem auch die Investitionen in moderne Anlagen. Ende 2018 hat das Unternehmen mit der Piva Punch PCC100 eine vollautomatische Coil- und Stanzanlage in Betrieb genommen, die erstmalig die direkte Bearbeitung von Coils anstelle von Tafelblechen ermöglicht. In Verbindung mit der Stanzeinheit sowie dem Abstapler, der Fertigteile auf Paletten ablegt, werden vollautomatisch fix und fertige Blechplatten gefertigt. „Die Anlage löst aufwendige manuelle Prozesse ab und ist für uns ein weiterer Schritt in Richtung Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit hin zum hochmodernen Industriebetrieb“, erläutert Jens Kurzenacker. „Auch in Bezug auf die Digitalisierung haben wir ein Fundament gelegt und werden unsere Prozesse dahingehend weiterentwickeln.“

OFFENE UNTERNEHMENSKULTUR

Neben Automatisierung und Digitalisierung ist die Personalentwicklung eines der Kernthemen im Unternehmen. Seit 2016 ist die Indukant GmbH, die insgesamt rund 60 Mitarbeiter beschäftigt, ein Ausbildungsbetrieb, in dem mittlerweile sieben Azubis ihre Ausbildung absolvieren. „Wir sind ein junges und motiviertes Team, doch

INDUKANT BLECHBEARBEITUNG

Die technische Kompetenz und Erfahrung unserer Mitarbeiter ist bei uns sehr stark ausgeprägt.

die weitere Entwicklung unserer Firma hängt auch von den Entwicklungen im Personalmarkt ab“, bezieht sich der Geschäftsführer unter anderem auf den Fachkräftemangel. „Hier in der Region gibt

es weltweit namhafte Traditionsunternehmen, die uns in punkto Ausbildung und Fachkräftegewinnung ein paar Jahre voraus haben. Aus diesem Grund müssen wir zum Beispiel in der Öffentlichkeitsarbeit



Die Kernkompetenz der Indukant GmbH sind XXL-Bauteile mit einer Länge von bis zu 8 m



Der Betrieb fertigt nicht nur Zuschnitte, Laser- und Stanzlaserteile sowie Kantprofile, sondern auch komplette Baugruppen

Spicer Gelenkwellenbau GmbH

II. Schnieringstraße 49
45329 Essen
Deutschland

+49 201 81240

+49 201 8124652

industrial@dana.com

www.gwbdriveshaft.com

mehr tun als diese Unternehmen, die sich seit Jahrzehnten in der Region und darüber hinaus etabliert haben. Wir sind mittlerweile in den Social Media-Kanälen präsent, um das Interesse vor allem junger Leute zu gewinnen. Wir müssen uns der Öffentlichkeit zugänglich machen und der Welt proaktiver als andere Unternehmen zeigen, wer wir sind und was wir machen.“

Die Unternehmenskultur bei der Indukant GmbH ist sehr offen und Menschen unterschiedlichster Nationalitäten sind mittlerweile Teil der Belegschaft. So hat es der Betrieb zum Beispiel über einen Zeitraum von drei Jahren geschafft, einen Flüchtling in das Team zu integrieren. Dieser hat zunächst ein Jahrespraktikum gemacht, dann seinen Hauptschulabschluss nachgeholt und schließlich eine Ausbildung im Unternehmen begonnen.

Die strategischen Themen Industrialisierung, Automatisierung, Digitalisierung und Personalentwicklung werden weiter auf der Agenda der Indukant GmbH stehen. Damit ist man bestens für die Zukunft gerüstet und auch weiterhin ein idealer Partner in der flexiblen Blechbearbeitung.

Alle Fotos: ©Silberfalke.media



Joachim Andrös kümmert sich bei Franz Drepper um die Geschäftsleitung



Die Lager des Unternehmens umfassen an zwei Standorten (NRW/Sachsen) 60.000 m², auf denen verschiedenste Baumaterialien gelagert werden

Bauvorhaben meistern

Jedes Bauvorhaben bringt logistische Herausforderungen mit sich. Kein Bau, kein Projekt gleicht dem anderen. Die Beschaffung der Ware, ihre Beförderung, das Einschätzen von Witterungsbedingungen – all diese Punkte bedürfen strategischer und kompetenter Beratung. Die Franz Drepper GmbH & Co. KG unterstützt als Allround-Logistikpartner Kunden bei der erfolgreichen Realisierung ihrer Bauvorhaben – seit mehr als 100 Jahren.

„Wir verstehen uns als Bindeglied zwischen Industrie und Fachhandel. Da kein Bau dem anderen gleicht, wollen wir unsere Kunden an verschiedenen Stellen bestmöglich unterstützen“, stellt Joachim Andrös klar. Er kümmert sich beratend um die Geschäftsleitung des Unternehmens und ist seit zwei Jahren im Team. „Franz Drepper will sich vertrieblisch neu ausrichten und ich begleite diesen Prozess.“ Das Familienunternehmen gibt es bereits seit mehr als 100 Jahren. Die Neuausrichtung soll es fit für alle zukünftigen Herausforderungen und Anforderungen machen. „Die Themen Schnelligkeit und Komplexität gewinnen auch in unserer Branche immer mehr an Gewicht.

Durch die Digitalisierung sind alle Prozesse vielschichtiger geworden, vieles wird ad hoc erledigt. Kunden nutzen zunehmend auch digitale Medien. Der Handwerker von heute hat ein Smartphone auf der Baustelle und muss für die Bestellung nicht mehr ins Büro. Diese Entwicklungen beschleuni-

geschäft ist die Bereitstellung von Ware und die dahinterstehende logistische Leistung. Wir haben ein ausgewogenes Baustoff-Sortiment, das im Laufe von Jahrzehnten mit dem Markt gewachsen ist und das wir gezielt an die Bedürfnisse von Baustoffhändlern und ihren Kunden angepasst haben. So können

es, um das schwere Material zur Verfügung stellen zu können. „Wir führen nicht nur Standardprodukte lagermäßig, sondern auch viele Produkte für spezielle Anforderungen. Das sind beispielsweise Innendämmplatten, Brandschutzplatten und wasserbeständige Zementbauplatten.“

**Wir sind 'Baumarkenbeschafferberaterlogistiker':
Wir beschaffen Produkte für unsere Kunden, beraten
sie kompetent und liefern die Produkte direkt mit.**

gen alles und es wird vonseiten der Kunden auch erwartet, dass wir als Unternehmen mitziehen.“ Diese Orientierung am Kunden findet sich im Leistungsportfolio des Unternehmens wieder: „Unser Kern-

wir verschiedenste Projektanfragen kompetent und umfassend umsetzen“, erläutert Joachim Andrös. Dabei kann das Unternehmen auf 60.000 m² Lagerfläche zurückgreifen – und die braucht

BERATUNG ALS KERNKOMPETENZ

Mit über 100 Jahren Unternehmensgeschichte hat sich Franz Drepper am Markt behauptet. Hierfür gibt es viele Gründe, wie Joachim Andrös weiß: „Wir sehen uns nicht einfach nur als Produktlieferanten oder Verkäufer von Ware. Wir wissen auch, wie



Schnell, sicher, den höchsten Standards entsprechend: so setzt das Unternehmen logistische Aufträge um

man sie einsetzt. Professionelle Beratung ist eine entscheidende Kernkompetenz in unserem Unternehmen: Das Bauen hat sich in den letzten 15 bis 20 Jahren stark verändert. Themen wie Energieeinsparungen, Nachhaltigkeit, Ressourcenverbrauch oder neue Bauweisen haben Einzug in die Branche gehalten. Hier müssen die Handwerker mithalten und wir stehen ihnen als Schnittstelle dabei zur Seite. Auch die Arten des Materials verändern sich, und das schnell und stetig. Es werden Baustoffe von unterschiedlichen Herstellern eingesetzt. Hier müssen wir gewährleisten, dass alles bauphysikalisch und statisch stimmt. Dabei haben unsere Kunden in uns einen erfahrenen Partner, der sie richtig beraten kann. Darüber hinaus begegnen wir auch logistischen Herausforderungen: Um die Waren an die jeweilige Baustelle zu bringen, gibt es je nach Lage unterschiedliche Anforderungen. Hierfür haben wir beispielsweise einige Spezialkräne, um die Baustoffe in das zweite oder dritte Geschoss zu verladen.“ Bei der Beschaffung von Material hören

die Leistungen von Franz Drepper also nicht auf. Das Unternehmen begleitet seine Kunden in ihrem Prozess, um das gesamte Bauvorhaben zu unterstützen. Hierbei spielen nicht nur die bereits erwähnten technischen Innovationen und Möglichkeiten eine Rolle; es sind auch gesetzliche und gesellschaftliche Entwicklungen, die sich auf die Arbeit und den Anspruch daran auswirken. „Die Vorlaufzeiten für Projekte werden kürzer. Zeitgleich werden die logistischen Herausforderungen schwieriger. Das liegt unter anderem an Fahrverboten für Dieselfahrzeuge in Innenstädten oder an Sperrzeiten. Wir wirken dem entgegen, indem wir unser Unternehmen mit dem

modernsten Fuhrpark ausstatten, aber mit einem Elektrofahrzeug können wir eben keine 30 Tonnen transportieren. Hier suchen wir konstant nach den besten Lösungen – für unsere Kunden und für uns“, erläutert der Geschäftsleiter.



Nicht nur Standardprodukte, sondern auch Produkte für spezielle Anforderungen hat Franz Drepper auf Lager

Franz Drepper GmbH & Co. KG
 Ostheide 11
 33428 Harsewinkel
 Deutschland
 ☎ +49 5247 93630
 📠 +49 5247 936363
 ✉ info@drepper.com
 🌐 www.drepper.com

DREPPER

Ihr Baumarkenbeschafferberaterlogistiker.

Das schafft das Team von Franz Drepper, das mittlerweile aus rund 80 Mitarbeitern besteht, indem es positiv an neue Herausforderungen herangeht und diese nicht

uns nach vorn bringen.“ Auch in Zukunft sieht Joachim Andrös das Unternehmen gut aufgestellt – wenn es den Trends der Branche frühzeitig Rechnung trägt: „Trends wie die Digitalisierung und das Internet werden vieles verändern, vor allem bei unseren Kunden. Da müssen wir aufpassen und am Ball bleiben. Die Transparenz und der Wettbewerb sind durch internationale Ausschreibungen größer geworden. Auch die Logistik wird wie beschrieben immer anspruchsvoller. Das alles sind Kernthemen bei uns, die wir aktiv angehen, um zukunftsfähig zu bleiben.“

Die Vorlaufzeiten werden kürzer, die logistischen Herausforderungen werden schwieriger – hier müssen wir immer am Puls der Zeit sein.

als Problem, sondern als Chance sieht. „Wir fahren nicht immer das gleiche Werk mit derselben Ladung an. Die Abläufe sind viel chaotischer, aber im positiven Sinne! Das sind die Herausforderungen unseres Berufsalltags, die



Interview mit Robert Bednarek, Geschäftsführer
der Grupa Azoty ATT Polymers GmbH

Das Material für viele Fälle

Die Produkte der Grupa Azoty ATT Polymers GmbH werden vielfältig genutzt. Das nach kundenspezifischen Vorgaben gelieferte Polyamid 6 (PA 6) eignet sich zur Herstellung von technischen Fasern und Fasern zur Teppichfertigung ebenso wie für Verpackungsfolien und Konstruktionskunststoffe. Bereits seit den 1970er-Jahren wird am Standort im brandenburgischen Guben mit PA 6 der Rohstoff für unterschiedliche Produkte hergestellt, die in der eigenen Firmengruppe sowie von externen Abnehmern eingesetzt werden.

Wir arbeiten sehr kundenorientiert, sind flexibel und können individuelle Bedürfnisse erfüllen.

WIRTSCHAFT IM OSTEN

„Wir stellen mit PA 6 ein Standardprodukt her, das es in unterschiedlichen Kettengrößen gibt“, erläutert Robert Bednarek, Geschäftsführer der Grupa Azoty ATT Polymers GmbH. „Wir sind im marktüblichen Segment vertreten, gehen aber auch auf Kundenbedürfnisse ein und bieten spezifische Lösungen an. PA 6 vertreiben wir als Granulat. Es hat viele gute Eigenschaften, ist farbecht, resistent und lässt sich gut im Spritzguss verarbeiten.“ Verpackt wird das Granulat wahlweise in Big Bags oder in achteckigen Octobeans, ausgeliefert mit Lkw. Für Frachten nach Übersee werden Container mit dem Zug zu den Häfen in Hamburg oder Rotterdam gebracht und von dort aus verschifft.



Wichtiger Standort innerhalb der Azoty-Gruppe: In Guben wird Polyamid 6 emissionsfrei hergestellt

VIELSEITIGES MATERIAL

„Unsere Kunden sind Componenteure“, sagt der Geschäftsführer.

„Sie schmelzen unsere PA 6-Granulate auf und reichern sie mit Zusatzstoffen an, zum Beispiel Glas-

faser. Anschließend kann dieses Gemisch für den Spritzguss eingesetzt werden. Anwendungsberei-

che sind unter anderem Gehäuse von Bohrmaschinen oder auch Gehäuse unter der Motorhaube.“



Grupa Azoty ATT Polymers GmbH

Forster Straße 72

03172 Guben

Deutschland

+49 3561 62055

+49 3561 6205750

att@grupaazoty.com

www.att.grupaazoty.com

Auch Hersteller von Auslegeware wissen die Vorteile von PA 6 zu schätzen. Da es sehr hochwertig, widerstandsfähig sowie farbecht ist, werden Teppichböden aus dem Material zumeist in stark strapazierten Bereichen verwendet,

Dies ist ein Rohstoff, der für die Produktion von PA 6 benötigt wird. Die eigenen Kapazitäten erlaubten, nur 50% der Rohstoffe zu verarbeiten. Daher suchte man einen weiteren Produzenten. Nach einer Erweiterung der Produktion

mit Labor“, verdeutlicht Robert Bednarek. „Außerdem haben wir ein Verkaufsbüro in Hamburg, das die Verwaltung übernimmt.“ In Guben und Hamburg arbeiten 70 Beschäftigte, verkauft werden pro Jahr Produkte im Wert von 250 Millionen EUR. „Wir produzieren 45.000 t PA 6 pro Jahr“, erklärt der Geschäftsführer. „Da wir rückwärts integriert sind, beziehen wir den Rohstoff Caprolactam von unserer Muttergesellschaft. Da innerhalb der Gruppe 170.000 t PA 6 produziert werden, verkaufen wir zwischen 120.000 und 130.000 t pro Jahr.“



Ganz nach Bedarf: Das Granulat wird nach den Vorgaben der Kunden gefertigt

Wir wollen verstärkt im Recycling aktiv werden.

zum Beispiel in Hotels. Weitere Anwendungen sind Angelschnüre, Fischnetze und Airbags. Auch Hersteller von Folien zum Verpacken von Lebensmitteln setzen auf PA 6 als Rohstoff. So wird Fleisch mit Mischfolien verpackt, die aus unterschiedlichen Lagen bestehen. Die Lage aus PA 6 ist besonders reißfest und bietet zudem eine Aroma- und Sauerstoffbarriere.

in Polen konnte die Kapazität von 90.000 auf 170.000 t erhöht werden. In Krefeld wurde kürzlich noch ein Düngemittelhersteller akquiriert, der seine Produkte an Privatpersonen und an die Industrie vertreibt.

STANDORT AN DER GRENZE

Die Azoty-Gruppe beschäftigt rund 15.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen ist an der Börse gelistet und gehört zu einem Drittel dem polnischen Staat. Es gibt Niederlassungen in Polen sowie zwei in Deutschland. Die Hälfte der Produktion entfällt auf Düngemittel, 30% sind Chemikalien und Alkohol, 16% Kunststoffe und der Rest diverse Produkte. „Wir haben an der polnischen Grenze mit Guben eine Produktionsniederlassung

GROSSE MENGEN LIEFERBAR

Etwa die Hälfte der Produktion wird in Deutschland abgesetzt, der Rest weltweit vertrieben. Dabei gehören Süd- und Nordamerika ebenso zu den Absatzmärkten wie Asien. „Wir arbeiten sehr kundenorientiert, sind flexibel und können individuelle Bedürfnisse erfüllen“, betont der Geschäftsführer. „Durch die Rückwärtsintegration haben wir direkten Zugriff auf unser Rohmaterial. Services sind für uns sehr wichtig. Wir halten unseren Kunden die Treue, können auch große Mengen liefern und halten

kurzfristige Termine ein.“ Durch den Anschluss an ein Fernwärmenetz fertigt ATT Polymers sehr umweltfreundlich. Auch Geruchs- und Lärmbelästigungen gibt es am Standort nicht. „Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema für die Zukunft“, sagt Robert Bednarek. „Wir wollen verstärkt im Recycling aktiv werden und künftig zum Beispiel Produkte für die Produktion von Mülleimern und Parkbänken aus nicht ganz so hochwertigem PA 6 herstellen.“

TEIL DER AZOTY-GRUPPE

ATT Polymers gehört seit 2010 zur polnischen Azoty Gruppe. Diese suchte damals einen Produzenten von PA 6 und überlegte, ob sie eine Niederlassung gründen oder eine vorhandene Firma aufkaufen sollte. Hintergrund war, dass der Chemiekonzern in Polen in großen Mengen Caprolactam herstellt.



Dresdner machen – und messen – Druck

Dresden ist einer der führenden Wirtschaftsstandorte Deutschlands – in den neuen Bundesländern ist die Stadt nach der Wende zum zentralen Industriestandort avanciert. Produkte aus der sächsischen Landeshauptstadt werden weltweit geschätzt. Dazu zählen zum Beispiel Drucksensoren der ADZ NAGANO GmbH aus Ottendorf-Okrilla, nördlich von Dresden. In 20 Jahren ist das Unternehmen von 2 auf 110 Mitarbeiter gewachsen und in so außergewöhnliche Projekte wie ARIANE 6 involviert.

WIRTSCHAFT IM OSTEN

Drucksensoren, Kraftmesser und Temperatursensoren bilden die drei Säulen des anspruchsvollen ADZ-Portfolios. Drucksensoren – laut Unternehmen ‘die Sinne automatisierter Anlagen und Maschinen’ – machen mit 98% den Löwenanteil aus. Sie sind in den unterschiedlichsten Industriezweigen von der Bahntechnik über die Luft- und Raumfahrt hin zu Bereichen, in denen hydraulische und pneumatische Anlagen eingesetzt werden, gefragt und Aushängeschilder des international operierenden Sensorspezialisten. „Wir kommen insbesondere dann ins Spiel, wenn es kompliziert wird“, erklärt Prokurist Hannes Georgi. „Natürlich fertigen wir auch Standardprodukte; richtig spannend sind allerdings kundenspezifische Lösungen, die wir dank eines ausgeklügelten Baukastenprinzips produzieren und an Kunden in aller Welt von Afrika bis Australien liefern.“

OSTDEUTSCHE ERFOLGSGESCHICHTE

Die technisch ausgereiften Sensoren, die unter anderem in ARIANE 6-Raketen

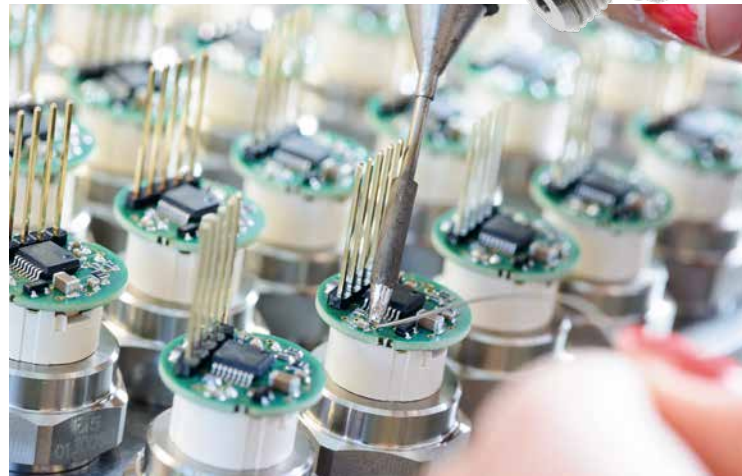
eingesetzt werden, zeugen vom ausgeprägten technischen Know-how der Dresdner – und großer Erfahrung. Dietmar Arndt und Wolfgang Dürfeld gründeten das Unternehmen 1998 gemeinsam mit Herrn Zimmermann – dem Z des Firmennamens – der allerdings später ausschied. Es war eine spannende Zeit, geprägt von der Aufbruchstimmung nach der Wende. „In Dresden gab es damals das Zentrum für Mikroelektronik, das auch nach der Wiedervereinigung weitergeführt wurde“, so Hannes Georgi. „Viele renommierte Unternehmen wie AMD und INFINEON siedelten sich hier an und profitierten von den hervorragenden Standortbedingungen. Darunter war auch die Firma ISS, die Drucksensoren für Bosch produzierte. Einer der Hauptlieferanten für Komponenten war die Firma NAGANO Keiki aus Japan, die heute 20% der ADZ-Anteile hält. ADZ NAGANO ist letztlich aus der ISS hervorgegangen, konnte

den Kundestamm mitnehmen und sich erfolgreich

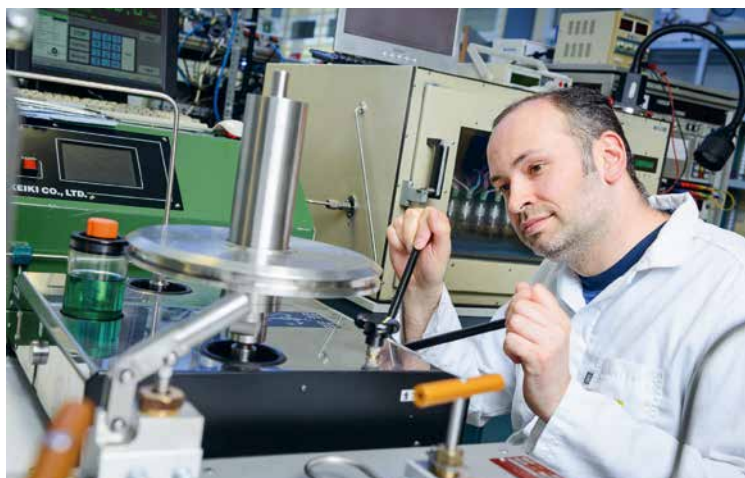


Die ständige Optimierung von Produkten und Prozessen ist Kern der Qualitätspolitik

Wir kommen immer dann ins Spiel,
wenn es kompliziert wird.



Drucksensoren gehen an weltweite Kunden der Luftfahrt, Bahn, Automotive, Prozesstechnik und Automatisierung



27 Mitarbeiter sind allein im Bereich Forschung und Entwicklung tätig

auf den Industriesektor konzentrieren.“

PROJEKTE IN ANDEREN SPHÄREN

Heute zählt ADZ NAGANO 110 Mitarbeiter, davon 27 im Bereich Forschung und Entwicklung, und setzt 18,6 Millionen EUR um. Zertifizierungen wie ISO 9001, TS 16949 und DIN EN 9100 für

Motoren von Rolls-Royce Power Systems liefern wir Drucksensoren für große Dieselaggregate. Für ein amerikanisches Unternehmen, das im Bereich Wasserstoffsysteme tätig ist, liefern wir Sensoren für stationäre Anlagen und Systeme.“ Neben den Drucksensoren hat ADZ NAGANO mit Kraftmessern und Temperatursensoren zwei weitere Produktfelder erschlossen, die zwar Nischenprodukte, jedoch „sinnvolle

Wir hören Kunden zu, diskutieren auf Augenhöhe und präsentieren Lösungen, die wirklich passen.

die Luftfahrt sind Ausdruck einer gezielten Qualitäts- und Diversifizierungsstrategie. „Seit 2003 sind wir im Bereich Automotive tätig“, so Hannes Georgi. „2007 lief das erste große Luftfahrtprojekt an, ein wichtiges Referenzprojekt, das 2011 in die Serienfertigung ging. Mittlerweile finden sich unsere Sensoren im Hydrauliksystem des A350 sowie im A380 für Emirates, wo sie im Wassertanksystem der Dusche integriert sind und dort den Wasserstand messen. Für MTU-

Ergänzungen des Portfolios“ sind, wie Hannes Georgi sagt. „Gerade im Bereich der Temperatursensoren gibt es momentan spannende Herausforderungen. Ein Highlight war ohne Zweifel das Vorzeigeprojekt ARIANE 6. Aktuell beschäftigen wir uns mit der Entwicklung eines kombinierten Druck- und Temperatursensors für die ARIANE 6. Die Implementierung eines CAN-Bus-Systems ist ausgesprochen komplex, da es eine Kombination aus allen Signalen und Messgrößen



ADZ NAGANO GmbH
Gesellschaft für Sensortechnik
Bergener Ring 43
01458 Ottendorf-Okrilla
Deutschland

☎ +49 35205 596930

✉ +49 35205 596959

✉ info@adz.de

🌐 www.adz.de



und damit eine der höheren Anwendungsstufen ist.“

PROFESSIONELL, PASSEND – UND DAMIT PERFEKT

Gerade bei derart anspruchsvollen Projekten überzeugt ADZ NAGANO – nicht nur, weil man wissenschaftlich und technisch auf dem aktuellen Stand ist und mit renommierten Einrichtungen wie dem Fraunhofer Institut und der Technischen Universität zusammenarbeitet. „Wir hören Kunden zu, diskutieren auf Augenhöhe und präsentieren Lösungen, die wirk-

lich passen“, unterstreicht Hannes Georgi. „Dank dieser Philosophie können wir uns weltweit behaupten – auch wenn wir als kleiner Fisch in einem großen Ozean umringt von Haifischen schwimmen. Unser Vorteil gegenüber Global Playern ist unsere Flexibilität; selbst kundenspezifische Lösungen in kleineren Stückzahlen sind selbstverständlich.“ Diese Flexibilität soll auch künftig das Wachstum des Unternehmens ankurbeln. Investitionen in Maschinen und Technologien stehen ebenso auf der Agenda wie ein Neubau mit mehr Fläche für die Fertigung.



Interview mit Frédéric Ibanez, Gründer

von Optilingua International

Wort für Wort zum Unternehmenserfolg beitragen

Unsere Welt wird immer globaler und schnelllebiger. Das gilt vor allem für das Geschäftsleben. Viele Firmen haben Kunden und Geschäftspartner in aller Herren Länder. Eine reibungslose, schnelle Kommunikation, die keine Unklarheiten und Missverständnisse entstehen lässt, ist da unverzichtbar. Ein zuverlässiger Partner für professionelle Übersetzungen ist die Optilingua International mit Hauptsitz in der Schweiz. Das Unternehmen erweitert sein Dienstleistungsportfolio Jahr für Jahr.

WIRTSCHAFT IN RHEINLAND-PFALZ



© AdobeStock_93333442

Deutsch, Spanisch, Englisch, Schwedisch, Französisch... Optilingua bietet Übersetzungen in allen europäischen und einigen außereuropäischen Sprachen an

Den Grundstein für Optilingua legte Firmengründer Frédéric Ibanez 1981 in Frankreich. „Zu dieser Zeit gab es noch kein Internet, deshalb wurde alles per Post erledigt. Das waren damals lange Wege. Irgendwann gab es dann Faxgeräte. Das war die erste kleine Revolution in unserer Branche, da es die Prozesse enorm beschleunigt hat“, erinnert er sich.

Der Gründung in Frankreich folgten dann nach und nach weitere Niederlassungen, bis schließlich die Holding Optilingua International ins Leben gerufen wurde. Unter ihrem Dach vereinen sich nun die Toch-

terfirmen Alphatrad, Traducta und ViaVerbia.

VOR ORT AKTIV

ALHPATRAD GERMANY ist beispielsweise eine von insgesamt zwölf Niederlassungen der Holding in Europa. „Die Niederlassungen in den einzelnen Ländern sind sehr wichtig, um vor Ort agieren zu können. Viele Kunden bevorzugen einen Dienstleister, der in ihrer Nähe und damit auch persönlich für sie ansprechbar ist. Das gilt vor allem für Länder wie Österreich und die Schweiz“, erklärt Frédéric Ibanez.



© AdobeStock_42181100

Bei der Auswahl seiner Mitarbeiter achtet Optilingua auf Qualität. Alle Übersetzer sind Muttersprachler und durchlaufen ein strenges Auswahlverfahren

Seinen Kunden, zu denen vor allem international aktive Firmen, aber auch Rechtsanwälte, Notare und Steuerberater gehören, bietet Optilingua eine Vielzahl an Dienstleistungen. „Früher haben

Früher haben Übersetzer einfach nur übersetzt. Im Laufe der letzten Jahre wurden Übersetzungsdienstleistungen dann allerdings zunehmend auch mit anderen Sprachdienstleistungen verknüpft.

Übersetzer einfach nur übersetzt. Im Laufe der letzten Jahre wurden Übersetzungsdienstleistungen allerdings zunehmend mit anderen Sprachdienstleistungen verknüpft“, betont der Gründer. So transkribiert und übersetzt Optilingua auch Audiodateien, Untertitel für Videos gehören ebenfalls zum Angebot. „Grundsätzlich bieten wir keine Literaturübersetzungen an, sondern richten uns gezielt an Unternehmen. Häufig geht es dabei um juristische Texte, Verträge und AGBs. Für die Industrie übersetzen wir vor allem Dokumente wie Bedienungsanleitungen oder Handbücher“, ergänzt



Fachübersetzungen im B2B-Bereich sind das Kerngeschäft von Optilingua. Aber auch die Transkription und Übersetzung von Audiodateien gehört zum Angebot

Frédéric Ibanez, dessen Unternehmen auch die Bereiche Medizin, Finanzwesen, Logistik und Kosmetik abdeckt. Ein weiteres wichtiges Gebiet ist die beglaubigte Übersetzung offizieller Dokumente. „Zudem werden Eilübersetzungen immer stärker nachgefragt. Vor allem Firmen, die international aktiv sind und

In vielen Sprachen gibt es regionale Unterschiede, etwa im Französischen zwischen Kanada, Frankreich und der Schweiz. Das kann ein digitaler Übersetzungsdienst wie Google Translate nicht berücksichtigen.

schnell agieren müssen, greifen für Pressemitteilungen oder spontane Konferenzen häufig auf diese Art der Dienstleistung zurück“, so der Unternehmer. Um eine hohe Qualität seiner Arbeit zu gewährleisten, wählt Optilingua seine Mitarbeiter nach strengen

Kriterien aus. „Wir haben einige fest angestellte Kollegen, arbeiten aber überwiegend mit freiberuflichen Mitarbeitern. Alle unsere Übersetzer sind Muttersprachler und durchlaufen ein strenges Auswahlverfahren, bevor sie für uns arbeiten dürfen. Ausbildung und Erfahrung müssen auf jeden Fall nachgewiesen werden, da wir sehr viel Wert auf Qualität legen“, betont der Chef. Durch das große Netzwerk deckt Optilingua alle europäischen, aber auch einige außereuropäische Sprachen ab. Die 'Konkurrenz' durch digitale Übersetzungsservices wie beispielsweise Google Translate macht Frédéric Ibanez keine Angst. „Diese Dienste werden zwar immer besser, dennoch kann man sie nur für sehr einfache Texte nutzen, wenn es lediglich darum geht, Informationen zu übersetzen. Bis diese Systeme den Menschen ersetzen können, wird es noch sehr lange dauern – falls dies überhaupt passiert. In vielen Sprachen gibt es regionale Unterschiede, etwa im Französischen zwischen Kanada, Frankreich und



Viele Unternehmen agieren international. Für Konferenzen und Pressemitteilungen werden auch Eilübersetzungen angeboten



der Schweiz. Das kann eine digitale Übersetzung gar nicht berücksichtigen. Gerade im Werbe- und auch im juristischen Bereich ist es aber un- gemein wichtig, diese Unterschiede zu kennen und zu beachten.“ In Zukunft möchte Optilingua sein Netzwerk noch stärker ausweiten. „Wir planen, neue Märkte zu erschließen und weitere Niederlassungen zu eröffnen. Unser nächster Sitz soll Mosambik sein, zudem wollen wir 2019 auch in Irland aktiv werden und erkunden aktuell den skandinavischen Raum“, verrät Frédéric Ibanez.

ALPHATRAD GERMANY GmbH

Lebacher Straße 4
66113 Saarbrücken
Deutschland

+49 681 9963825

germany-wf@alphatrad.de

www.alphatrad.de

ALPHATRAD AUSTRIA GmbH

Operngasse 17-21
1040 Wien
Österreich

+43 1 230608140

austria-wf@alphatrad.at

www.alphatrad.at

TRADUCTA Switzerland c/o S-Fid Sàrl

Avenue C.-F. Ramuz 99
1009 Pully
Schweiz

+41 61 3123413

info-wf@traducta.ch

www.traducta.ch



Geschäftsführer Dipl. Volkswirt Peter Mauelshagen übernahm formundraum 2004 im Zuge eines Management-Buy-outs



Klare Sache: der Messeauftritt des Softwareherstellers Klaes auf der FENSTERBAU FRONTALE in Nürnberg

Jahrmarkt der Emotionen

Die konventionelle Ausstellung war einmal. Messestände sind heute Erlebniswelten, in die der Besucher mit all seinen Sinnen eintauchen soll. Die Form und Raum GmbH aus Grafschaft ist seit 40 Jahren im Messebau-Geschäft und hat die Zeichen der Zeit schon lange erkannt. Den Blick immer auf neue Trends gerichtet, gelingt es ihr nicht nur, ihre Kunden authentisch zu präsentieren, sondern auch, die Messebesucher emotional anzusprechen.

‘Jahrmarkt der Erfahrung’ lautete das Motto des großen Sommerfestes, das formundraum im vergangenen Jahr für Mitarbeiter, Kunden und Partner anlässlich des 40. Firmenjubiläums ausrichtete. „Messen sind die Nachfolger der klassischen Jahrmärkte“, erklärt Geschäftsführer Dipl. Volkswirt Peter Mauelshagen. „Uns ist es wichtig, authentisch zu sein und etwas von unserem Wesen in unsere Arbeit einfließen zu lassen“, sagt er. 1978 begann die Geschichte von formundraum mit dem Geist und Ideenreichtum von drei Architekten. Das Unternehmen begann mit einem Messebausys-

tem, das den serienmäßigen Bau von Messeständen ermöglichte. Später kam zum Messebau der

Wir sind eine wenig nachhaltige Branche. Es werden viele Abfälle produziert und viel CO₂ ausgestoßen. Das ist für uns ein Ansporn, zu sagen, wir müssen etwas ändern!

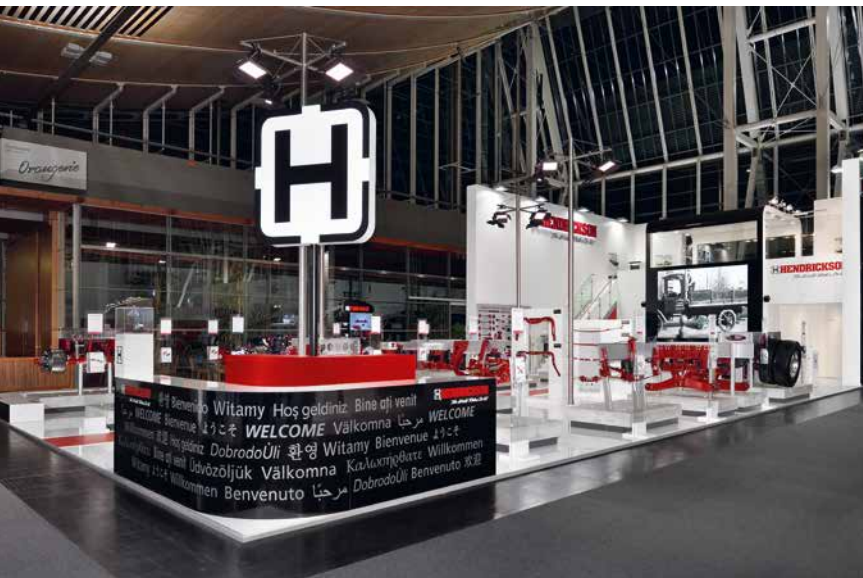
Ladenbau hinzu. Diesen Bereich übernahm 2004 die Firma Wanzl

Metallwarenfabrik, die unter anderem Einkaufswagen herstellt und weltweit vertreibt. Am Messebau hatte der Metallbauer kein Interesse. So kam es dazu, dass Peter Mauelshagen diese Sparte im Zuge eines Management-Buy-outs übernahm. Fortan konzentrierte man sich auf den Messebau für größere mittelständische Kunden.

DIGITALE INSZENIERUNG

Die Branche ist heute nicht mehr die, die sie vor 40 Jahren war. Peter Mauelshagen erklärt: „Konventionelle Ausstellungen reichen heute

nicht mehr. Es geht immer noch um solides Handwerk, aber auch um Trends und darum, den Besucher emotional anzusprechen. Er braucht ein Erlebnis wie außergewöhnliches Catering, eine spezielle Lichtshow oder multimediale Technik.“ Die Digitalisierung ist ein Thema, das die Branche seit einigen Jahren besonders beschäftigt. Für den Geschäftsführer ist sie kein Grund zur Schwarzmalerei: „Ich sehe sie eher als eine Ergänzung unseres Portfolios als eine Gefahr für unsere Branche.“ Den Veränderungen begegnet man bei einem Messebesuch an jeder Ecke. „Zum



Im Sinne der Umwelt: der wiederverwendbare Stand des US-amerikanischen Unternehmens Hendrickson auf der IAA Nutzfahrzeuge in Hannover

Beispiel können Maschinenbauer ihre Maschinen heute digital auf der Leinwand zeigen. Das ist weniger Aufwand, als die ganze Maschine aufzubauen. Die Messeauftritte sind zu 3-D-Inszenierungen geworden. Inzwischen gibt es sogar die Technik, Hologramme auf den Stand zu bringen“, erzählt Peter Mauelshagen. Er vergleicht die Entwicklung mit der Buchbranche: „Bücher wurden auch totgeredet und heute kaufen die Leute Bücher, Hörbücher und ebook-Reader. Es hat eine Erweiterung der alten Medien stattgefunden. So ist es ebenfalls im Messebau.“ Der menschliche Aspekt ist dabei ein Erfolgsfaktor. „Auch in Zukunft wollen Menschen nicht auf den Face-to-Face-Kontakt verzichten, den ein Messestand bietet“, ist Peter Mauelshagen überzeugt.

NACHHALTIGER WERDEN

Am Firmensitz in Grafschaft im Norden von Rheinland-Pfalz bietet der Messebauer 45 Arbeitsplätze. Das Ziel ist, den Umsatz von derzeit

sieben Millionen EUR weiter zu steigern. Neben dem Kerngeschäft Architektur und Aufbau liefert formundraum auch die Geschichten ‘hinter’ dem Messestand. Ein Thema mit hohem Stellenwert im Unternehmen ist die Nachhaltigkeit. „Wir sind eine wenig nachhaltige Branche. Es werden viele Abfälle produziert und viel CO₂ ausgestoßen. Das ist für uns ein Ansporn, zu sagen, wir müssen etwas ändern!“, betont Peter Mauelshagen. Deshalb werden Spanplatten, die von den Messen zurückkommen, zu Pellets verarbeitet. Mit ihnen werden das Firmengebäude sowie die Nachbarhäuser geheizt. Ein anderes Konzept, das die Grafschafter verfolgen, ist der Einsatz von hochwertigen modularen Systemlösungen, die immer wieder einsetzbar sind und sich vor allem für Kunden mit vielen Messeauftritten lohnen. Peter Mauelshagen geht es in seinem Job darum, die Menschen emotional abzuholen und immer neue Themen zu finden, die für die Kunden interessant sein können. „Meine Aufgabe ist es, die



Ladenbau auf zwei Etagen: Der Messestand für die Firma Tegometall auf der EuroShop in Düsseldorf ist eine durch und durch runde Sache

formundraum ▶

marke messe design

Form und Raum Gesellschaft für Messebau und Kommunikationskonzepte mbH

Robert-Koch-Straße 2-4
53501 Grafschaft
Deutschland

☎ +49 2225 88960

☎ +49 2225 889699

✉ info@formundraum.de

🌐 www.formundraum.de

Menschen zusammenzubringen. Ein Unternehmen muss zusammengehalten werden, damit es funktioniert.“ Mit ihrer motivierten Stammmannschaft sieht sich die Firma gut aufgestellt. „Wir versuchen, ein guter Arbeitgeber zu sein. Gesundheit und Work-Life-Balance unserer Mitarbeiter sind uns deshalb wichtig. Wir bieten außerdem gute Ausbildungsperspektiven“, sagt Peter Mauelshagen, der mit 30 Jahren

im Unternehmen das ‘Urgestein’ ist. Immer am Puls der Zeit zu sein, ist für ihn ein Muss. „Ich richte meinen Blick über den Tellerrand. Es ist wichtig, rechtzeitig zu erkennen, wo es Trends gibt und das Schiff in die entsprechende Richtung zu steuern.“

Interview mit Rolf Prins, Geschäftsführer
der ehp Umweltplanung GmbH



Wasserwirtschaft trifft Nachhaltigkeit

Im Rahmen der anhaltenden Umweltschutz- und Klimadebatte kommt auch der Wassertechnik eine immer größere Bedeutung zu, insbesondere den Themen Abwasser und Klärschlamm. Das unabhängige Ingenieurbüro, die ehp Umweltplanung GmbH mit Sitz in Pinneberg, Deutschland, deckt den gesamten Ingenieurbereich der Wasserwirtschaft ab, von der Trinkwasseraufbereitung bis zur Abwasserreinigung.

„Unser Markt boomt“, erklärt Geschäftsführer Rolf Prins, der das Unternehmen vor 22 Jahren gemeinsam mit zwei Partnern gründete.

STEIGENDE TECHNISCHE ANFORDERUNGEN

„Es müssen immer wieder neue technische Anforderungen erfüllt werden und hinzu kommen immer wieder neue Auflagen“, so Rolf Prins weiter. „Die Abwassertechnik ist zudem aktuell ein wichtiges politisches Thema und der Klärschlamm ein großes Problem der Kommunen. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach Strom- und CO₂-Einsparungen. Mit unseren Lösungen kann man Nachhaltigkeit wirtschaftlich gestalten.“

ehp deckt die gesamte Wertschöpfungskette von Gutachten und Wirtschaftlichkeitsuntersuchungen über die Planungsphase, die Bauüberwachung und Projekt-

schlossener Maschinentechnik in Räumen und Bauwerken schon vor der Ausführung transparent veranschaulicht werden können und eine optimierte Leitungsführung garantiert ist.

Rolf Prins wird auch in Zukunft auf Fachkenntnis mit Beratungsqualität setzen. „Wir pflegen einen engen Dialog mit unseren Kunden und hören ihnen wirklich zu,

auch den Mitarbeitern, die unsere Lösungen letztendlich bedienen müssen. Die Gewinnung von qualifizierten Mitarbeitern ist deshalb für die nächste Zeit eine wichtige Herausforderung für uns. Denn nur mit fachlich qualifizierten und menschlich kompetenten Mitarbeitern können wir unseren Wissensvorsprung weiterhin sichern.“

Wir können den
gesamten Prozess
abdecken und beraten
individuell.

steuerung bis hin zur Beratung für Wasser und Abwasser oder bei der Einführung von Geographischen Informationssystemen (GIS) und Netz-Informationssystemen (NIS) ab. Das Unternehmen arbeitet ausschließlich mit 3-D-Konstruktionen, sodass auch komplexe Leitungsführungen mit ange-

ehp Umweltplanung GmbH

Eggerstedter Weg 20
25421 Pinneberg
Deutschland

+49 4101 50900

+49 4101 509099

mail@ehp-umweltplanung.de

www.ehp-umweltplanung.de

WIRTSCHAFT IM NORDEN



Der neue Unternehmenssitz in Pinneberg



Die Kläranlage Lubmin mit einer Rechen-Sandfang-Kompaktanlage



Die Kläranlage Winsen mit drei BHKW in Containern



Immer einen Schnitt voraus

Wenn ein Unternehmen alles, was es macht, mit Leidenschaft macht, ist das eine gute Bedingung, um dem Wettbewerb einen Schritt voraus zu sein – oder, wie im Fall der StM Waterjet, einen Schnitt voraus. Das Unternehmen hat sich vom traditionellen Steinmetzbetrieb zum Spezialisten für Wasserstrahl-Schneidmaschinen gewandelt und ist heute einer der Top-Anbieter des europäischen Marktes.

Sie schneiden schnell, wirtschaftlich, präzise – und so gut wie alle Materialien. Kein Wunder, dass Wasserstrahl-Schneidmaschinen gefragt sind wie nie. StM kennt sich mit den Vorzügen des Wasserstrahl-Schneidens bestens aus. Das Unternehmen entwickelt sich stetig weiter, hält Stillstand für Rückschritt und avancierte so zu einem Innovationsführer des internationalen Marktes. Die Ursprünge des technikaffinen Betriebs gehen bis 1974 zurück, als in Bischofshofen der Steinmetzbetrieb StM Stein-Moser gegründet wurde, der irgendwann selbst Maschinen entwickelte und 1992 zur Wasserstrahltechnik kam – und dort blieb. „Aus der Praxis für die Praxis entstanden“, wie Sven Anders, einer der Geschäftsführer, die Entwicklung resümiert. 1999

wurde die Maximator Jet GmbH gegründet; seit 2017 agieren beide Standorte gemeinsam unter dem Namen StM, „um klare Verhältnisse zu schaffen“, wie Sven Anders betont.

TECHNIK UND MENSCHEN – DAS GESAMTPAKET ZÄHLT

Heute sind der 50 Mitarbeiter zählende Standort Eben und der 20 Mitarbeiter zählende Standort Schweinfurt Synonyme für innovative Wasserstrahl-Schneidanlagen. „Die Technik gewinnt zunehmend an Popularität“, so Sven Anders. „Der Vorteil ist ganz klar die Vielseitigkeit der Materialbearbeitung. Wir haben es hier mit einem Kaltschneidverfahren zu tun, bei dem keine Materialveränderung

stattfindet.“ Die StM-Maschinen sind modular aufgebaut. Highlight des Angebots ist die StM Premium Cut 3D, die so viele Module enthält, dass „man alles damit machen kann“, wie Sven Anders sagt. „Wichtig ist, dass die modularen Anlagen als Gesamtsystem funktionieren. Die Lösungen sind erweiterbar. Kunden können mit einer Basislösung starten und dann Schritt für Schritt aufrüsten.“ Neben der Technik sind es die Menschen, die StM auf Erfolgskurs halten. „Wir gehören mit unserem Rat und unserer Expertise zum Gesamtpaket dazu“, unterstreicht der Geschäftsführer. „Wir stehen als Person hinter dem, was wir machen. Dabei entwickeln wir uns stetig weiter, ohne einen Zick-

zackkurs zu fahren. Kontinuität ist schließlich unser Konzept.“

StM Waterjet GmbH Germany

Alois-Türk-Straße 12
97424 Schweinfurt
Deutschland

☎ +49 9721 9469940

✉ info@stm-waterjet.de

🌐 www.stm-waterjet.de

StM Stein-Moser GmbH

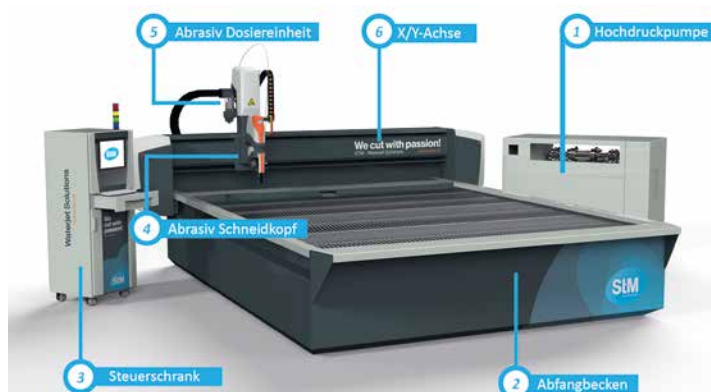
Gasthof Süd 178
5531 Eben im Pongau
Österreich

☎ +43 6458 20014

✉ info@stm.at

🌐 www.stm.at

WIRTSCHAFT IM SÜDEN



Wasserstrahl-Schneidsystem – viele Komponenten und das große Ganze



Die Anlagen sind modular aufgebaut. So können individuelle Anforderungen flexibel und unkompliziert abgedeckt werden

Buchtitel im Fokus



DIRK ROSSMANN

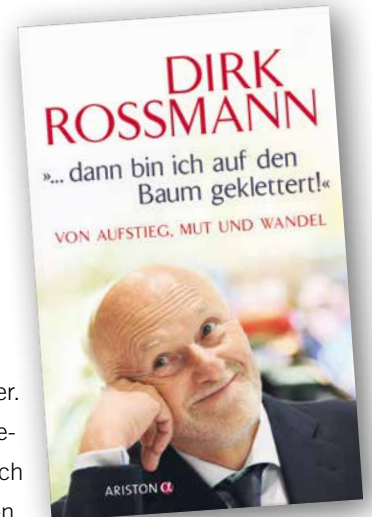
Dirk Rossmann wird am 7. September 1946 in Hannover geboren. Sein Vater besitzt in zweiter Generation eine kleine Drogerie und stirbt, als Dirk Rossmann zwölf Jahre alt ist. Nach dem Abschluss der Volksschule und der anschließenden Drogistenlehre übernimmt er die Verantwortung im Geschäft und sorgt für die Familie. 1972 gründet Dirk Rossmann den ersten deutschen Drogeriemarkt mit Selbstbedienung. Heute betreibt das Unternehmen mit Sitz in Burgwedel bei Hannover 3.930 Filialen in Deutschland sowie Polen, Ungarn, Tschechien, Albanien, Kosovo und der Türkei. 2018 erzielte ROSSMANN einen Umsatz von 9,46 Milliarden Euro. Dirk Rossmann ist verheiratet mit Alice Schardt-Rossmann und hat zwei Söhne, die ebenfalls im Unternehmen tätig sind.

'...dann bin ich auf den Baum geklettert!' – Vom Aufstieg, Mut und Wandel

Er ist ein Mann der Widersprüche. Harter Wettbewerber einerseits, sozial engagiert andererseits. Dirk Rossmann, Erfinder und Pionier des modernen Drogeriemarktes, große Unternehmerpersönlichkeit und mehrfacher Millionär. Widerständen ist er nie aus dem Weg gegangen. Sein Credo: niemals aufgeben!

Bereits im Alter von 12 zeigte sich sein Unternehmergeist: Er lieferte Drogerieartikel mit dem Fahrrad aus und verkaufte sie 10 Prozent billiger. Mit gerade mal 25 Jahren eröffnete er in Hannover den 'Markt für Drogeriewaren' und legte damit den Grundstein für sein Firmenimperium. Doch die Erfolgsgeschichte kennt auch Brüche: 1996 stand das Unternehmen vor dem Konkurs, privat hatte sich Dirk Rossmann an der Börse verspekuliert, und im gleichen Jahr erlitt er einen Herzinfarkt. 'Von da an habe ich alles auf Null gestellt und versucht, die Firma zu retten.' Durch diese Krise veränderte Dirk Rossmann sein Leben und durchlebte einen tiefgreifenden Wandel. Das sieht er heute als Grund für seinen Erfolg an. - Ein Mann mit Haltung, reich an Lebenserfahrung, ein kluges und weises Buch, eine Orientierung in einer unübersichtlichen Zeit.

Mehr Informationen unter: www.randomhouse.de



GIOVANNI DI LORENZO

Giovanni di Lorenzo, 1959 in Stockholm geboren, studierte Kommunikationswissenschaft, Politologie sowie Neuere und neueste Geschichte an der LMU in München. Erste journalistische Erfahrungen sammelte er bei der Tageszeitung 'Neue Presse' in Hannover und als Moderator der Jugendsendung „Live aus dem Alabama“ des Bayerischen Rundfunks. Von 1987 an arbeitete di Lorenzo für die Süddeutsche Zeitung, ehe er 1999 zum Berliner 'Tagesspiegel' wechselte, dem er bis heute als Mitherausgeber verbunden ist. Seit 1989 ist Giovanni di Lorenzo Moderator der Talkshow „3nach9“ von Radio Bremen und seit 2004 alleiniger Chefredakteur der Wochenzeitung 'Die Zeit'.

Das Wirtschaftsforum-Interview mit Giovanni di Lorenzo lesen Sie hier:

www.wirtschaftsforum.de/interviews/es-gibt-nie-nur-einen-einigen-grund-fuer-erfolg/

Auf eine Zigarette mit Helmut Schmidt – von Helmut Schmidt und Giovanni di Lorenzo

Mehr als eineinhalb Jahre lang hat der renommierte Journalist, Autor und Chefredakteur der 'Zeit', Giovanni di Lorenzo, den Altkanzler jeden Freitagmittag auf eine Zigarette in sein Büro am Hamburger Speersort gebeten. Dann begann das Wortgefecht, ein Wechselspiel von Zeigen und Verbergen, Provozieren und Zurechtweisen, Anschauung und Analyse. Die Interviews dauerten mal zehn Minuten, mal auch eine Stunde, und danach blieben die Fenster im Büro des Chefredakteurs immer übers ganze Wochenende geöffnet. Damit sich der Rauch verzog. Übrig blieb eine einzigartige Mischung aus Politischem, Privatem und erlebter Geschichte: von Schmidts Wut auf Investmentbanker über den Walzer, den er einst mit Gracia Patricia tanzte, bis hin zu seiner Schulzeit mit Loki. Doch Helmut Schmidt war nicht nur der berühmteste Raucher der Republik, er war ein Zeuge des 20. Jahrhunderts, dessen Autorität bis heute ungebrochen ist. Hier leistet sich noch jemand ganz furchtlos eine Meinung – manchmal brachial vorgetragen, meistens aber mit diskretem hanseatischem Charme. Diese Ausgabe enthält zudem fünf bisher in Buchform unveröffentlichte Gespräche, unter anderem zu den Feierlichkeiten rund um Helmut Schmidts 90. Geburtstag.

Mehr Informationen unter: www.kiwi-verlag.de



Kontakte

Speakers Excellence Deutschland Holding GmbH

Adlerstraße 41
70199 Stuttgart
Deutschland

☎ +49 711 7585840
☎ +49 711 75858485
🌐 www.speakers-excellence.de

Meyer Architekten GmbH

Wasserwerksweg 1
40489 Düsseldorf
Deutschland

☎ +49 211 2297300
☎ +49 211 22973050
✉ info@meyer-architekten.de
🌐 www.meyer-architekten.de

Spicer Gelenkwellenbau GmbH

II. Schnieringstraße 49
45329 Essen
Deutschland

☎ +49 201 81240
☎ +49 201 8124652
✉ industrial@dana.com
🌐 www.gwbdriveshaft.com

Spicer Gelenkwellenbau GmbH

II. Schnieringstraße 49
45329 Essen
Deutschland

☎ +49 201 81240
☎ +49 201 8124652
✉ industrial@dana.com
🌐 www.gwbdriveshaft.com

Franz Drepper GmbH & Co. KG

Ostheide 11
33428 Harsewinkel
Deutschland

☎ +49 5247 93630
☎ +49 5247 936363
✉ info@drepper.com
🌐 www.drepper.com

Grupa Azoty ATT Polymers GmbH

Forster Straße 72
03172 Guben
Deutschland

☎ +49 3561 62055
☎ +49 3561 6205750
✉ att@grupaaazoty.com
🌐 www.att.grupaaazoty.com

ADZ NAGANO GmbH Gesellschaft für Sensortechnik

Bergener Ring 43
01458 Ottendorf-Okrilla
Deutschland

☎ +49 35205 596930
☎ +49 35205 596959
✉ info@adz.de
🌐 www.adz.de

ALPHATRAD GERMANY GmbH

Lebacher Straße 4
66113 Saarbrücken
Deutschland

☎ +49 681 9963825
✉ germany-wf@alphatrad.de
🌐 www.alphatrad.de

Form und Raum Gesell- schaft für Messebau und Kommunikationskonzepte mbH

Robert-Koch-Straße 2-4
53501 Grafschaft
Deutschland

☎ +49 2225 88960
☎ +49 2225 889699
✉ info@formundraum.de
🌐 www.formundraum.de

ehp Umweltplanung GmbH

Eggerstedter Weg 20
25421 Pinneberg
Deutschland

☎ +49 4101 50900
☎ +49 4101 509099
✉ mail@ehp-umweltplanung.de
🌐 www.ehp-umweltplanung.de

StM Waterjet GmbH Germany

Alois-Türk-Straße 12
97424 Schweinfurt
Deutschland

☎ +49 9721 9469940
✉ info@stm-waterjet.de
🌐 www.stm-waterjet.de



**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

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

Redaktion:

Sassestraße 14
48431 Rheine
Deutschland
Tel.: +49 5971 92164-0
Fax: +49 5971 92164-838
info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann



Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Wifo Audio | Sven L. Franzen



// Ständige Erreichbarkeit gilt nur für den Notfall.
SVEN L. FRANZEN



Wifo | Audio

Sven L. Franzen

Erreichbarkeit als Unternehmer

Smartphone an oder aus? Und was ist mit dem Wann und dem Wo? Wir sprachen mit Sven L. Franzen, CEO der TIGER MARKETING Group, über seine Einstellung zur Erreichbarkeit als Unternehmen



Wifo | App des Monats Audio

7Mind: Die Meditations-App

Entspannt in nur 7 Minuten? Und das per App? Mit 7Mind soll das möglich sein. Die Redaktion von Wirtschaftsforum hat die App zum Ommmm getestet



Wifo App des Monats

7Mind:
Meditations-App



Wirtschaftsforum
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



Wifo | Produkttest

Hokki: Der Bewegungssitz im Wifo-Test

Besser gut gewackelt, als schlecht gegessen. Das Wifo-Team hat den Hokki auf seine Bürotauglichkeit geprüft.



WiFo to go auf  YouTube