

Starker Mittelstand



Interview:

Sternstunden des Kaffees

Josue Ruiz, Geschäftsführer der Hochland Kaffee Hunzelmann RS GmbH
Seite 4

Porträts:

- › **Bosch Beton GmbH & Co.KG** , Seite 10
- › **Vergokan nv**, Seite 16

Die Software für Ärzte.

**MEDICAL
OFFICE**® 

MEDICAL OFFICE - Eine Praxissoftware mit vielen Möglichkeiten

Eine Vielfalt an Modulen für eine individuelle Einrichtung je Fachrichtung



MEDICAL OFFICE ist eine Arztsoftware, die sich optimal für den Einsatz in den verschiedensten Arztpraxen, überörtlichen Gemeinschaftspraxen, Medizinischen Versorgungszentren, Therapeutischen Praxen und Krankenhausambulanzen eignet. Mit 11 Modulen und 5 Fachmodulen lässt sich MEDICAL OFFICE Professional ganz nach Ihren individuellen Anforderungen erweitern. So können Sie Ihren Praxisablauf effizient gestalten.

**Maßgeschneiderte Arztsoftware für
Ihre Praxis, MVZ oder Ambulanz**

Testen Sie MEDICAL OFFICE jetzt ganz unverbindlich.

www.medical-office.de



Starker Mittelstand

04



Josue Ruiz,
Geschäftsführer der Hochland Kaffee Hunzelmann RS GmbH

06



Alexander Kuhn,
General Manager der Brother Sewing Maschinen Europe GmbH

08



David Engel,
CEO der Drake & Farrell B.V.

10



Geert Hanssen,
Commercial Director der Bosch Beton GmbH & Co.KG

12



Anton Hans,
Chief Executive Officer der Brink Climate Systems BV

14



Gunnar Clemenz,
Geschäftsführer der Frigotrol Kältemaschinen GmbH

16



Dirk Maeyens,
Sales and Marketing Director Europe der Vergokan nv

18



Thomas Jansen,
Vorstand der SUBITO AG

20



Jens Maschmeier, Geschäftsführer und **Dieter Sabrotzky,** Geschäftsführer
der CosMed GmbH & Co. KG

22



Maximilian Krane, CEO und **Sven Vogel,** CFO
der btv technologies GmbH

25

Kontaktdaten

Sternstunden des Kaffees

Kaffee ist mehr als ein Heißgetränk. Kaffee ist Genuß und Lebensgefühl. Nicht zuletzt getrieben durch den Trend zu qualitativ hochwertigen und sogar individuell wählbaren Coffee to go-Produkten ist das Bewusstsein der Konsumenten für guten Kaffeegeschmack in den vergangenen Jahren gestiegen. Die Hochland Kaffee Hunzelmann RS GmbH aus Stuttgart ist seit über 90 Jahren eine Kaffee-Manufaktur, die, noch ehe das Thema zum Trend wurde, möglichst nachhaltig und fair produziert.



Gemeinsam mit seinen zwei Söhnen lenkt Josue Ruiz die Geschicke des Unternehmens

Wirtschaftsforum: Herr Ruiz, was sind heute die wichtigsten Produkte in Ihrem Sortiment?

Josue Ruiz: Unsere Sorten 'Colanka' sowie 'Holanka Crema' sind unsere Bestseller. Sehr gefragt sind auch unser 'Espresso Rassico' und unsere Filterkaffees 'Kaffeestunde' und 'Ratsherren'. Darüber hinaus stellen wir verstärkt einen Trend zu ganzen Bohnen fest. Vollautomaten für den häuslichen Gebrauch gewinnen weiterhin auf dem Markt an Bedeutung – auch begünstigt durch die Entwicklungen während und nach der Pandemie. Diese Nachfrage nach Bohnenkaffee

spiegelt sich in großen Teilen unseres Sortiments wider. Im Großen und Ganzen sind die heutigen Kaffeekonsumenten echte Genießer und haben ein ausgeprägteres Bewusstsein für Aroma und Geschmack. Sie sind in ihrem Konsum und in der Zubereitung experimentierfreudiger und legen zunehmend Wert auf ein vielfältiges Angebot an verschiedenen Kaffeearten. Ein weiteres Indiz für das wachsende Qualitätsbewusstsein ist das gestiegene Interesse an Informationen über einzelne Kaffeearten. Mit unserem Produktsortiment können wir diesen Entwicklungen sehr gut entsprechen.

Wirtschaftsforum: Gibt es außer Kaffee noch weitere Produkte in Ihrem Portfolio?

Josue Ruiz: Ja, zu unserem Sortiment gehören außerdem Tee, Schokolade und Geschenkesets.

Wirtschaftsforum: Wird es in absehbarer Zeit neue Produkte oder Sorten geben?

Josue Ruiz: Wir arbeiten immer an neuen Entwicklungen. Zurzeit entwickeln wir unter anderem sogenannte 'Single Origin'-Kaffees, zum Beispiel aus Costa Rica oder aus Äthiopien. Selbstverständ-

Interview mit



Josue Ruiz,
Geschäftsführer
der Hochland Kaffee
Hunzelmann RS GmbH



Hochland
Kaffee
Hunzelmann

KONTAKTDATEN

Hochland Kaffee Hunzelmann RS
GmbH
Chemnitzer Straße 13
70597 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 711 7220800
✉ +49 711 72208088
info@hochland-kaffee.de
www.hochland-kaffee.de

lich gehen wir verstärkt auf den Trend zu Kaffee-Raritäten ein und stellen unser Sortiment hier noch breiter auf.



Auf Kaffeereise mit einem Set Hochland-Kaffee



Auch die Teesorten entsprechen den hohen Qualitätsstandards von Hochland Kaffee Hunzelmann



Gaumenverführungen für Genießer: die Geschenksets des Unternehmens

Wirtschaftsforum: Wo beziehen Sie Ihren Kaffee?

Josue Ruiz: Unser Hauptlieferant ist die Kaffee-Kooperative COOPEDOTA in Costa Rica. Von ihr bezieht Hochland Kaffee 50% des jährlichen Rohkaffees. Diese Partnerschaft besteht seit 1964, sodass wir 60 Jahre direkte Handelsbeziehungen miteinander feiern können. Darüber hinaus arbeiten wir eng zusammen mit Lieferanten aus Mexiko, Nicaragua, Honduras, Peru und Äthiopien.

Wirtschaftsforum: Wie stellen Sie eine nachhaltige Produktion sicher?

Josue Ruiz: Wir überprüfen unsere Lieferketten regelmäßig persönlich, reisen in unsere Anbaugebiete, besuchen die Felder und die Produktionen und prüfen die lokalen Arbeitsbedingungen und Konditionen sehr gründlich. Darüber hinaus modernisieren wir regelmäßig die Technologien in der Rösterei und der Produkti-

onsstätte in Stuttgart. Der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen war immer ein Teil unserer Unternehmensphilosophie. So testen wir aktuell recycelfähiges Packmaterial für unsere Produkte. Eine Herausforderung ist hier allerdings, dass Röstkaffee einen gewissen Aromaschutz braucht. Sonst verliert er an Qualität und Geschmack. Das kann nicht jedes Material gewährleisten.

Wirtschaftsforum: Ist Ihr Kaffee Fair Trade zertifiziert?

Josue Ruiz: Wir führen keinen Kaffee mit dem Fair Trade-Siegel, da unser Konzept des Direct Trade, das heißt der Aufrechterhaltung einer direkten, ununterbrochenen Handelsbeziehung, in vielerlei Hinsicht gleichwertig oder sogar besser als eine Zertifizierung ist. Das beste Beispiel dafür ist die bereits erwähnte 60-jährige Partnerschaft mit COOPEDOTA in Costa Rica. Seit 2019 sind wir zudem IFS-zertifiziert.

Wirtschaftsforum: Was sind Ihre Themen für das Jahr 2024?

Josue Ruiz: Gemeinsam mit meinen zwei Söhnen habe ich im September 2023 das Unternehmen übernommen. Auch ich selbst komme aus einer 'Kaffeefamilie'. Gemeinsam erarbeiten wir jetzt eine Strategie für unsere Zukunft. Ein wichtiges Thema im Jahr 2024 ist auf jeden Fall das 60-jährige Jubiläum mit unseren Produzenten in Costa Rica. Das werden wir feiern. Grundsätzlich möchten wir unsere Marke noch bekannter machen, werden also stärker kommunizieren. Wir möchten zeigen, dass Win-win-Situationen wirtschaftlich funktionieren – auch in herausfordernden Zeiten.

Wirtschaftsforum: Wie beurteilen Sie die Marktaussichten für das Jahr 2024?

Josue Ruiz: Die Gesamtsituation ist schwierig. Das Thema Nachhaltigkeit wird eine große Rolle spielen. Die Energiepreise und

Materialkosten sind hoch und belasten den Markt. Logistikprobleme und stockende Lieferketten schaffen zusätzliche Belastungen. Die Wirtschaft ist unsicher und nervös und es kommt zu unschönen Kettenreaktionen. Natürlich beeinflusst das auch unser Geschäft. Aktuell produzieren wir rund 800 t Kaffee pro Jahr. Wir haben Kapazitäten für 1.000 t und möchten diese mittel- und langfristig auch ausnutzen. Wir sind wirtschaftlich solide aufgestellt und treffen mit unseren Produkten den Zeitgeist. Deshalb blicken wir trotz allem zuversichtlich nach vorne.

Kreativität als roter Faden

Nähen ist in. Und hat eine lange Tradition. 1790 wurde die erste per Handkurbel betriebene Nähmaschine aus Holz patentiert. Heute sind Nähmaschinen wahre Hightech-Produkte, die nicht nur nähen und sticken können, sondern auch digital vernetzt sind. Eines der führenden Unternehmen aus dem Bereich der Hobby-Nähmaschinen ist die Brother Sewing Machines Europe GmbH aus Bad Vilbel.



Artspira – auch bei Nähmaschinen ist die Zukunft digital; Brother hat mit Artspira eine App entwickelt, die sich mit Brother-Maschinen verbinden lässt

Wirtschaftsforum: Herr Kuhn, Sie sind General Manager der Brother Sewing Machines Europe. Wofür steht der Name Brother?

Alexander Kuhn: Im vergangenen Jahr hat Brother die 70-millionste Nähmaschine produziert, dennoch ist die Firma in Europa vor allem für ihre Drucker und Faxgeräte bekannt, die auch heute noch den Großteil des Geschäfts ausmachen.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich diese mehrgleisige Produktpalette entwickelt?

Alexander Kuhn: 1908 machten sich die Gebrüder Yasui mit einem Reparaturservice für Nähmaschi-

nen selbstständig und stellten diese später auch selbst her. Bis in die 1950er-/1960er-Jahre dominierten Nähmaschinen, die kontinuierlich weiterentwickelt wurden. Basierend auf dem gewonnenen Know-how folgte der Einstieg in den Bereich Schreibmaschinen, Drucker und Faxgeräte; Produkte, die weltweit bekannt sind. Unsere Aufgabe ist es, weiter an der Brand Awareness zu arbeiten und Brother noch stärker als Inbegriff für hochwertige Haushalts- und Hobby Nähmaschinen zu positionieren.

Wirtschaftsforum: Wie ist das Unternehmen heute aufgestellt und wo liegen die Kernkompetenzen am Standort Bad Vilbel?

Alexander Kuhn: in Bad Vilbel befindet sich das europäische Headquarter für Haushaltsnähmaschinen. Es gibt eine weitere Niederlassung in England, sowie Mitarbeiter in Frankreich, den Beneluxländern und Italien. Ein weiterer Standort in Emmerich konzentriert sich auf industrielle Anwendungen, sowohl für Nähmaschinen als auch für Drucker. Weltweit arbeiten 41.000 Menschen für Brother. Für einen Boom sorgte Corona; viele haben angefangen, Masken zu nähen oder haben einfach Spaß am Nähen gefunden, ihre kreative Ader entdeckt und in eine Nähmaschine investiert. Inzwischen hat sich

Interview mit



Alexander Kuhn,
General Manager
der Brother Sewing Machines
Europe GmbH

die Situation wieder normalisiert, wir wachsen leicht und gesund.

Wirtschaftsforum: Wie lässt sich das Brother-Portfolio charakterisieren?

Alexander Kuhn: Brother bietet alles, was mit Nähen, Stickern und Kreativität zu tun hat. Dabei konzentrieren wir uns auf Haushalts- und Hobby Nähmaschinen in einem Preissegment von 150 bis 15.000 EUR. Gerade in der DACH-Region, auf die wir unseren



W-LAN fähige Stickmaschine – weil personalisierte Produkte im Trend liegen



General Manager Alexander Kuhn schätzt die japanische Unternehmenskultur und den engen Austausch mit den Mitarbeitern

Fokus legen, sind hochpreisige Modelle gefragt, während in Osteuropa der Schwerpunkt auf günstigen oder mittelpreisigen Maschinen liegt. Die Maschinen haben sich im Laufe der Zeit technisch weiterentwickelt, sodass Computer-Nähmaschinen mit elektrischer Stichausswahl heute das Kerngeschäft bilden. Bei den mechanischen Maschinen sind Wettbewerber leistungsstärker. Brother bietet auch Stickmaschinen sowie Kombi-Maschinen, die sowohl nähen als auch sticken.

In Zeiten, in denen Personalisierungen im Trend liegen, sind die Stickmaschinen sehr beliebt; Brother nimmt hier eine marktführende Position ein. Ein weiteres Standbein sind Schneideplotter.

Wirtschaftsforum: Zeichnen sich besondere Trends am Markt ab?

Alexander Kuhn: Die Digitalisierung spielt eine immer größere Rolle; Nähmaschinen ähneln heute Computern mit großen Displays. Für uns ist es wichtig, mit

diesen Entwicklungen Schritt zu halten. Deshalb gehen wir derzeit stark in den Bereich Subscription und haben mit Artspira eine All-in-One-Designplattform geschaffen, mit der sich kreative Stickideen in individuelle Projekte umsetzen lassen. Wir bieten eine kostenlose Version sowie eine Abo-Version an, bei der Nutzer von Nähleitungen und Stickbildern profitieren. Die Zukunft wird in W-LAN-Modellen liegen, die sich mit einer App verbinden lassen. Momentan konzentrieren wir uns auf Stickmuster und werden dieses Angebot sukzessive ausbauen.

Wirtschaftsforum: Über 70 Millionen verkaufte Nähmaschinen – woher kommt dieser Erfolg?

Alexander Kuhn: Wir sind erfolgreich, weil unsere Produkte gut sind, aber vor allem, weil die Menschen bei uns den Unterschied machen. Wir leisten uns nach wie vor einen Außendienst, der im engen Kontakt mit dem Fachhandel steht; wir kümmern

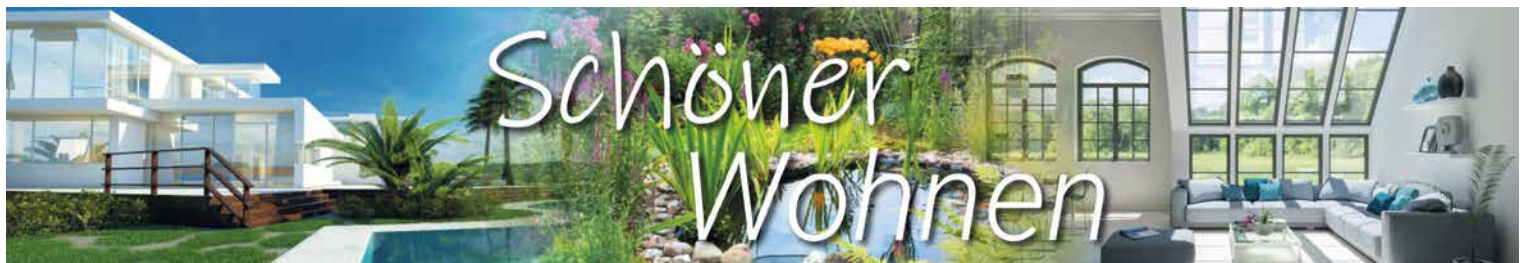
brother
at your side

KONTAKTDATEN

Brother Sewing Machines Europe GmbH
Konrad-Adenauer-Allee 1-11
61118 Bad Vilbel
Deutschland
☎ +49 6101 98140
info@brothersewing.eu
<https://sewingcraft.brother.eu/de-de>

uns um unsere Mitarbeiter, hören ihnen zu, begegnen einander respektvoll und pflegen ein familiäres Miteinander. Auch wenn wir gute Produkte haben, verkaufen sie sich nicht von selbst. Deshalb werden wir uns vertrieblich breiter aufstellen, um weiter gesund zu wachsen und unsere Nähmaschinen einem noch breiteren Publikum zugänglich zu machen. Der Fachhandel bleibt dabei unser primärer Partner.

Unsere Themenwelten auf: www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



Herausforderung angenommen!

Herkömmliche Lieferketten und Produktionsabläufe sind bislang noch größtenteils linear – das heißt, es entsteht sehr viel Abfall, wenn Produkte am Ende ihres Lebens angekommen sind und nicht in irgendeiner Form wiederverwertet, sondern entsorgt werden. Im Zeitalter von Klimaschutz und Nachhaltigkeit muss sich deshalb eine Kreislaufwirtschaft etablieren. Deren Anforderungen muss vor allem die Logistik gerecht werden – eine Herausforderung, der sich die Drake & Farrell B.V. gestellt hat und die sie hervorragend meistert.

Interview mit



David Engel,
CEO
der Drake & Farrell B.V.



Drake & Farrell sorgt bei seinen Kunden für geschlossene Logistik- und Produktionskreisläufe

Wirtschaftsforum: Herr Engel, die Drake & Farrell B.V. trägt durch ihre Leistungen als Logistikdienstleister dazu bei, bisher lineare Logistik- und Produktionsabläufe von Unternehmen in einen Kreislauf zu überführen und so die Entstehung elektronischen Abfalls auf Dauer zu vermeiden. Haben Sie dabei einen Fokus auf bestimmte Branchen?

David Engel: Wir konzentrieren uns mittlerweile auf drei Industriesektoren: Telekommunikation, Elektromobilität und Healthcare.



Das Unternehmen entwickelt unter anderem Tests, um sowohl Hard- als auch Software auf Funktionstüchtigkeit zu überprüfen

Die Verminderung von elektronischen Abfällen ist ein extrem umfangreiches und wichtiges Feld, denn in jedem Jahr kommen 60 Millionen Tonnen solcher Abfälle weltweit zusammen!

Wirtschaftsforum: Ihr Unternehmen hat inzwischen den Schritt vom Mittelständler zum Großun-



Aktuell erreicht Drake & Farrell eine Quote von 95% beim Wiederherstellen, Reparieren oder Recyceln elektronischer Produkte

ternehmen vollzogen. Was bedeutet das konkret in Zahlen und wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie derzeit?

David Engel: Die Mitarbeiterzahl schwankt etwas, weil außer unseren fest angestellten Mitarbeitern auch noch eine kleine Anzahl Zeitarbeitskräfte für uns

tätig ist. Zusätzlich haben wir noch soziale Arbeitsplätze eingerichtet; in Deutschland wäre das vergleichbar mit der Lebenshilfe. Wir integrieren Menschen wieder in den Arbeitsmarkt. Manche sind dann schon nach drei Monaten wieder weg, andere bleiben auch länger. Grundsätzlich haben wir insgesamt – also in den Nieder-



130 Mitarbeiter sind an zwei Standorten für Drake & Farrell tätig



Die Entstehung elektronischen Abfalls auf Dauer zu verhindern, hat sich das Unternehmen zum Ziel gesetzt



KONTAKTDATEN

Drake & Farrell B.V.
Snelliuslaan 13
2665 PD Bleiswijk
Niederlande
☎ +31 88 8228000
info@drakeandfarrell.nl
www.drakeandfarrell.com

landen und an unserem Standort in Tschechien – etwa 130 Mitarbeiter. Unser Jahresumsatz liegt im mittleren zweistelligen Millionenbereich.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich Ihr Unternehmen in Bezug auf sie entwickelt? Bleiben die Umsätze konstant oder ist die Tendenz eher steigend?

David Engel: Es hat sich tatsächlich gut entwickelt, wir sind sehr gut unterwegs! Wir haben unser Portfolio so angepasst, dass die Verhältnisse stimmig sind, also auch genug Neukunden dazukommen. Wir bewegen uns in einem höheren einstelligen Umsatzwachstumsbereich. Natürlich sind die Finanzen ein Faktor, aber noch wichtiger sind für uns die Schritte, die wir machen, um unseren Unternehmenszweck zu erfüllen. Das heißt: Wie schnell können wir diesen Elektroabfall sozusagen retten oder besser, dafür sorgen, dass er gar nicht erst entsteht, sondern wieder brauchbar wird? Interessant für uns ist: Was sparen wir denn eigentlich pro Tag, Woche, Monat und Jahr ein? Wenn man dann sieht, dass in den letzten zehn Jahren knapp

vier Millionen Tonnen elektronischer Abfall eingespart worden sind, ist das schon beachtlich. Dieses, ich möchte sagen, ökologische Wachstum ist eigentlich das, woran wir uns messen, mehr als an Umsatz und Mitarbeiterwachstum.

Wirtschaftsforum: Das ist sehr spannend! Kommunizieren Sie diese Kennzahlen auch nach außen?

David Engel: Ja, die Zahlen darüber, was wir täglich, wöchentlich, monatlich und jährlich einsparen, zeigen wir in Echtzeit auf unserer Website an, sodass sie für jeden sichtbar sind. Natürlich sind wir so einerseits sehr transparent, aber mit dieser Transparenz geht für uns eben auch die Verantwortung einher, uns zu bemühen, das, was wir offenlegen – also etwa eine Zahl als Ziel, das wir erreichen wollen – auch zu erreichen. Das ist eine sehr starke Motivation für alle: Mitarbeiter, bestehende Kunden, Neukunden – ein Performance Indicator, der wirklich etwas bedeutet. Für ein Unternehmen ist eine sinnstiftende Tätigkeit tatsächlich das Wichtigste.

Wirtschaftsforum: Das Thema Kommunikation ist dabei sehr wichtig und bei Ihnen im Unternehmen dreht sich ja auch eine Menge darum: neue Strukturen, Geschäftsfelder, Transparenz. Wie tragen Sie all das nach außen, welche Kommunikationskanäle spielen dabei eine Rolle?

David Engel: Wir haben keine 'klassische' Marketingabteilung und nutzen auch nicht Social Media-Kanäle, sondern höchstens LinkedIn als professionelles Netzwerk. Wenn man es genau nimmt, ist jeder im Unternehmen ein Stück weit Marketeer: Wir legen größten Wert auf eine sehr tiefe und regelmäßige Kommunikation mit unseren Kunden. Wir suchen das Gespräch. Viele Kunden haben eine eigene Sustainability-Abteilung. Hier beraten wir uns mit unseren Kunden, was wir an Projekten außer der eigentlichen Zusammenarbeit vielleicht noch gemeinsam machen können und legen dabei ganz offen dar, was wir tun. Vertrauen und Transparenz sind unsere Kernwerte.

Wirtschaftsforum: Was sind Ihrer Meinung nach die Gründe für den Erfolg des Unternehmens?

David Engel: Wir sind Profis, was Nachhaltigkeit betrifft; wir können uns sehr gut einstellen auf das, was die Zukunft bringt. Also auch auf das, was neue Industrien, neue Kunden bringen können, aber auch Krisen wie etwa Corona. Dadurch das wir einen sehr starken Fokus auf wenige Bereiche haben und sehr tief darin einsteigen, können wir in unseren Bereichen Telekommunikation, Healthcare und Elektromobilität extrem flexibel agieren.

Wirtschaftsforum: Eine persönliche Frage zum Schluss: Was treibt Sie bei Ihrer Arbeit an, worin liegt ihre persönliche Motivation?

David Engel: Ich fühle mich sehr von neuen Herausforderungen angezogen, von Dingen, die ich nicht schon hundertmal gemacht habe. Ein sehr erfolgreiches Unternehmen zu führen ist gut und schön – aber die Herausforderung liegt darin, es zukunftsfähig zu machen. Was mich herausfordert, bringt mich aus meiner Komfortzone heraus. Und das ist eigentlich mein Antrieb: Dinge zu meistern, die sich außerhalb dieser Zone bewegen.

Auf dem Weg in eine zementfreie Zukunft



Interview mit



Geert Hanssen,
Commercial Director
der Bosch Beton GmbH & Co.KG

Wäre Beton ein Land, wäre es der drittgrößte Erzeuger von Treibhausgasen auf der Erde, hinter China und den Vereinigten Staaten. Dies ist vor allem auf die hohen Emissionen zurückzuführen, die bei der Herstellung von Zement entstehen, dem Hauptbindemittel, das die Kiesel und Steine im Beton zusammenhält. Bei der Herstellung einer Tonne Zement werden 800 kg CO₂ freigesetzt, sodass die Zementherstellung allein für 8% der weltweiten CO₂-Emissionen verantwortlich ist. Jede Senkung des Zementgehalts von Beton würde daher mit einer erheblichen Verringerung der Kohlenstoffemissionen einhergehen. Das ist es, was die Bosch Beton GmbH & Co.KG mit ihren zementfreien Stützmauern erreichen will.

Bosch Beton hat einen sechsstufigen Weg in eine zementfreie Zukunft formuliert. Die erste Generation der 'traditionellen' Betonmischung von Stützmauern besteht aus Kies, Sand, Wasser und einem 100%igen Zementanteil. In der dritten Generation Betonmischung konnte dieser Anteil bereits um die Hälfte reduziert werden. „Wir arbeiten jetzt an der nächsten Generation von Hybridlösungen, die uns in drei weiteren Schritten zu einer zementarmen Lösung führen werden“, erklärt der Kaufmännische Direktor Geert Hanssen. „Um den Zementgehalt noch weiter zu reduzieren,

mischen wir ihn mit einem Geopolymer zu einem Hybridprodukt, das bis zu 75% zementfrei ist. Der letzte Schritt ist eine 100% zementfreie Geopolymer-Stützmauer der ersten Generation.“

Der Zeit voraus

Mit dieser Lösung ist Bosch Beton seiner Zeit weit voraus – jedoch leider auch den einschlägigen Vorschriften. „Momentan werden vollständig zementfreie konstruktive Stützwände noch nicht von den Baunormen erfasst und sind deshalb in Deutschland nicht zugelassen“, bedauert Geert Hanssen. „Unsere eigenen labor-

basierten Tests haben minimale Abstriche bei der Druckfestigkeit ergeben, die gegen die enormen potenziellen Kohlenstoffeinsparungen abgewogen werden müssen.“

Grüne Lösungen gefragt

Die ersten Pilotprojekte mit zementfreien Geopolymer-Stützwänden wurden schon gestartet. Weitere sollen folgen. Auch hinsichtlich des Umweltkostenindikators sind solche Lösungen wegweisend. „Die Baubranche muss nachhaltiger werden, wenn die Umweltziele erreicht werden sollen. Aber auch der

Die Zukunft ist 100% zementfrei mit der ersten Geopolymer-Stützwandlösung von Bosch Beton

Gesetzgeber muss die derzeitige Kluft zwischen Technologie und Regulierung dringend beseitigen“, betont Geert Hanssen. „Hierzu kann unsere Geopolymer-Lösung einen wichtigen Betrag leisten.“ Bei einer Gesamtjahresproduktion von rund 60.000 Stützmauern mit einer Höhe von 0,5 bis 7 m ist das CO₂-Einsparpotenzial allein bei Bosch Beton enorm.

Zertifiziert nachhaltig

Im Einklang mit dem Unternehmensmotto „Building a Solid Future“ wird Bosch Beton weiterhin eine nachhaltige Agenda verfolgen. 2017 wurde das Unternehmen als erster Stützwandhersteller der Welt mit dem internationalen Zertifikat des



Bosch Beton-Stützwände sind vorgefertigt und lassen sich auf der Baustelle schnell errichten.



Ein eigenes Engineering-Team entwirft und prüft die Stützwandlösungen



Stützwand- und Treppenlösung

Concrete Sustainability Council (CSC) in Bronze ausgezeichnet. „Dieses weltweite Gütesiegel ist ein Maßstab für verantwortungsvolle und nachhaltige Produktion und Betriebsführung“, erläutert Geert Hanssen. „Damit setzen wir ein Zeichen.“ Ein weiteres Zeichen wird gesetzt, wenn das Unternehmen im nächsten Jahr seinen ersten wasserstoffbetriebenen Lkw in Empfang nimmt. „Dies ist nur ein weiteres Teil des Nachhaltigkeitspuzzles“, fügt Geert Hanssen hinzu. „Bereits heute haben wir Projekte, bei denen wir völlig kohlenstoffneutral sind.“

Zwei Standbeine

Bosch Beton ist auf Betonstützmauern für Kunden aus den Bereichen Infrastruktur und Landwirtschaft spezialisiert. Letzteres ist historisch gewachsen. Das Familienunternehmen wurde 1972 vom Vater der heutigen Geschäftsführer gegründet. Er hatte

damit begonnen, Weideroste aus Zement von Hand herzustellen. Drei Jahre später ermutigte ihn die steigende Nachfrage anderer Landwirte in der Region zur Gründung des Unternehmens. Mitte der 1980er-Jahre wurden die ersten Stützwände produziert und das Unternehmen begann mit der internationalen Expansion über Handelsvertreter in Deutschland, Dänemark und Belgien. Seit 2019 produziert das Unternehmen in einer neuen, hochmodernen Fabrik in Barneveld. „Hier können wir die Vorteile der Vorfertigung hinsichtlich Qualität und Flexibilität voll ausschöpfen“, betont Geert Hanssen. „Wir haben zudem stark in die Automatisierung und Robotik investiert, um den drohenden Fachkräftemangel abzuwenden.“

International wachsen

Das Unternehmen wird als Innovator und Pionier gesehen. Seine Lösungen sind nicht nur auf dem

heimischen Markt, sondern in ganz Europa gefragt. Der Export macht derzeit zwei Drittel des Umsatzes aus und bietet reichlich Potenzial für weiteres Wachstum. „Wir haben seit 2014 eine Vertriebsniederlassung in Deutschland und haben 2021 eigene Vertriebsbüros in Dänemark, Belgien und Frankreich eröffnet“, sagt Geert Hanssen. „Unser Hauptziel ist der deutsche Markt, wo das Qualitätsdenken ähnlich ist und Beton ein bevorzugtes Baumaterial ist.“

Bereit für die Zukunft

Mit Blick auf die Zukunft arbeitet das Unternehmen daran, die Zulassung für seine zementfreien Stützmauern zu erhalten. Bis dahin wird das Unternehmen weiter in diese nachhaltigen Alternativen investieren. „Die Verringerung des ökologischen Fußabdrucks des Bausektors ist von entscheidender Bedeutung für die Reduzie-

rung der Kohlenstoffemissionen insgesamt“, betont Geert Hanssen. „Irgendwann werden die Energiepreise so stark ansteigen oder der politische Druck zunehmen, dass zementfreie Alternativen ihre Berechtigung haben werden. Wir wollen bereit sein, wenn dieser Tag kommt.“



KONTAKTDATEN

Bosch Beton GmbH & Co. KG
Siemensstraße 31
47533 Kleve
Deutschland
☎ +49 2821 9783740
✉ +49 2821 9783739
info@boschbeton.de
www.boschbeton.de



Als zweites Standbein produziert das Unternehmen Stützmauern für Infrastrukturprojekte



Die Wurzeln des Unternehmens liegen in der Herstellung von Stützmauern für Fahrsilos für die Landwirtschaft.



2019 wurde eine neue, hochmoderne Produktionsstätte in Barneveld bezogen

Hocheffizient: Frische Luft für ein gesundes Wohnklima

Interview mit
Anton Hans,
Chief Executive Officer
der Brink Climate Systems BV

Ein gutes und vor allem gesundes Raumklima trägt wesentlich zum Wohlbefinden der Menschen bei. Dabei ist es wichtig, auf gleichermaßen verlässliche wie zukunftsweisende Technologien zu setzen. Wir sprachen mit Anton Hans, CEO der europäischen Nummer 1 für Wohnraumbelüftung: Brink Climate Systems mit Sitz im niederländischen Staphorst.



Als CEO für das Kaufmännische zuständig:
Anton Hans

Wirtschaftsforum: Herr Hans, was sind nach Ihrer Meinung die wichtigsten Gründe, dass Brink Climate Systems europäischer Marktführer in seinem Segment ist?

Anton Hans: Da möchte ich zuerst unsere Innovationskraft und unser gutes Preis-Leistungs-Verhältnis nennen. Wir versuchen, uns in die Lage unserer Kunden hineinzusetzen, mit denen wir auch gute persönliche Beziehungen pflegen. Durch die Zusammenarbeit mit unseren Schwesterfirmen innerhalb der Ariston-Gruppe können wir

außerdem Gesamtlösungen anbieten.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen von Gesamtlösungen. Was können Sie Ihren Kunden anbieten?

Anton Hans: Unsere große Kompetenz ist die Belüftung mit Wärmerückgewinnung zum Einsatz im Wohnungsbau. Unser Portfolio umfasst Komponenten und Systeme für die kontrollierte Wohnraumbelüftung ebenso wie Steuerungen und Warmlufttheizungen sowie Schlauchsysteme und das komplette Zubehör.

Wirtschaftsforum: Wie muss ich mir als Laie die Wohnraumbelüftung vorstellen?

Anton Hans: Kalte und saubere Luft von außen wird mittels eines

unsere Systeme zwischen 70 und 600 m³ Luft pro Stunde aus.

Wirtschaftsforum: Und über welche Absatzkanäle verkaufen Sie Ihre Produkte?

Anton Hans: Das geschieht auf unterschiedlichen Wegen. Das kann über OEM-Partner sowohl innerhalb wie auch außerhalb unserer Firmengruppe erfolgen. Wir beliefern den Großhandel und verkaufen im Ausland über Distributeure. Es kann aber auch sein, dass wir den Installateur direkt beliefern. Welchen Weg wir

80-85
MILLIONEN EUR
UMSATZ

Wärmetauschers erwärmt. Dabei erreichen unsere Systeme einen Effizienzgrad bis 97%. Je nach Größe des Gebäudes tauschen



Für jedes Gebäude die passende Größe: Zwischen 70 und 600 m³ Luft können pro Stunde ausgetauscht werden

wählen, hängt auch immer vom jeweiligen Land und Markt ab.

Wirtschaftsforum: Apropos Land: Was sind Ihre Marktgebiete?

Anton Hans: Unser mit Abstand größter Markt ist Nordwesteuropa. Hier machen wir rund 80% unseres Umsatzes von aktuell zwischen 80 und 85 Millionen EUR. Sehr wichtig ist Deutschland, wo wir in Ahaus sogar ein eigenes Verkaufsbüro haben.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Digitalisierung bei Ihnen?

Anton Hans: Dafür haben wir eine eigene Abteilung. Unsere Systeme sind durch und durch digital. Das fängt bei den Steuerungen an, die auch remote zu bedienen sind, geht über den Datenaustausch via App bis zur Konfiguration mit Smartphone oder Tablet sowie der Vernetzung unterschiedlicher Komponenten und dem Einsatz von CO₂-Sensoren.



Rundum bestens belüftet: Brink Climate Systems liefert alle Komponenten für ein gutes und gesundes Raumklima



KONTAKTDATEN

Brink Climate Systems BV
Wethouder Wassebaliestraat 8
7951 SN Staphorst
Niederlande
☎ +31 522 469944
info@brinkclimatesystems.nl
www.brinkclimatesystems.nl

Wirtschaftsforum: Nun noch die Frage nach der Zukunft. Was sind Ihre Ziele für die kommenden Jahre?

Anton Hans: Wir streben weiteres Wachstum an – auch auf dem deutschen Markt, wo es mehr Mietwohnungen gibt als in anderen Ländern, aber das fragt nach einer anderen Markt Betrachtung. Außerdem möchten wir weiter Marktführer bleiben.

W

Folgen Sie uns auf Facebook

hier klicken

1

NUMMER 1

Interviews mit Geschäftsführern und Managern

Mehrere Tausend persönlich geführte Interviews pro Jahr.

Jetzt anrufen!
(+49) 5971 92164-0
Wir informieren Sie gerne.

Die Schlüsseltechnologie der Zukunft

Interview mit
Gunnar Clemenz,
Geschäftsführer
der Frigotrol Kältemaschinen
GmbH



Eine FRIGOTROL Wassertemperieranlage, die Temperaturen bis 130 °C erreicht



Das zunehmende Bewusstsein für die Nutzbarkeit erneuerbarer Energien und die schrittweise Abkehr von fossilen Energieträgern bereiten den Weg für die Wärmepumpentechnologie – eine der nachhaltigsten Arten zu heizen, indem Umgebungsenergie in Wärme transformiert wird. Mit Gunnar Clemenz, Geschäftsführer der FRIGOTROL Kältemaschinen GmbH, sprachen wir über diese Schlüsseltechnologie sowie über den Transformationsprozess, in dem sich auch sein Unternehmen zurzeit befindet.

Wirtschaftsforum: Herr Clemenz, die Frigotrol Kältemaschinen GmbH ist mit einem breiten Portfolio an Maschinen und Anlagen im Bereich Temperier- und Kälte-technik am Markt. Wie verlief die Entwicklung des Unternehmens und wodurch hebt es sich von anderen Anbietern ab?

Gunnar Clemenz: Die Frigotrol gibt es seit 1980. Ursprünglich gestartet als Tochterunternehmen eines Plastverarbeiters, ging es zunächst um industrielle Erhitzung für die Kunststoffherstellung. Frigotrol hat sich dann zum Hersteller von Sondermaschinen für die industrielle Anwendung

weiterentwickelt und Maschinen gefertigt, die einerseits erhitzen, andererseits aber auch kühlen können. Im Laufe der Jahre wurde das Produktangebot zunehmend erweitert, zuletzt in Richtung Wärmepumpentechnik, also Wärmepumpen und Kältemaschinen für die Gebäudekonditionierung. Dass wir natürliche Kältemittel einsetzen, die ein deutlich niedrigeres Global Warming Potential haben als synthetische Kältemittel, unterscheidet uns in diesem Bereich vom Wettbewerb. Andererseits fertigen wir die Anlagen komplett, inklusive Inbetriebnahme, also in serieller Vorfertigung in Mannheim. Die Maschine

kommt dann schlüsselfertig zum Kunden.

Wirtschaftsforum: Wo, würden Sie sagen, liegt der Schwerpunkt im Portfolio von Frigotrol?

Gunnar Clemenz: Momentan verschiebt sich unser Schwerpunkt stark in Richtung Wärmepumpen für Gebäude und Quartiere. Gerade für die kommunale Wärmeplanung sind Wärmepumpen die Schlüsseltechnologie. Überall dort, wo es keine Fernwärme gibt, kommen Wärmepumpen zum Einsatz. Die Luft-Wärmepumpe hat aktuell einen Marktanteil von fast 95%. Daran lässt sich able-

KONTAKTDATEN

FRIGOTROL Kältemaschinen GmbH
Werner-Heisenberg-Straße 17
68169 Mannheim
Deutschland
☎ +49 621 7176590
✉ mail@frigotrol.de
www.frigotrol.de

sen, dass andere Wärmepumpentechnologien wie Geothermie sich sehr wahrscheinlich nicht durchsetzen werden.

Wirtschaftsforum: Wie kann man sich diesen Transformationsprozess im Unternehmen vorstellen?

Gunnar Clemenz: Es ist letztlich eine Transformation vom Sonderbau, also der Einzelfertigung, hin zu einer Serienfertigung. Wir haben erkannt, dass diese Entwicklung notwendig ist, um eine höhere Standardisierung zu erreichen. Das dazu notwendige Know-how haben wir im Haus, denn wir ha-

FRIGOTROL



Eine Kältemaschine mit Kolbenverdichter

ben mit den Temperiergeräten und Verbundverdichtern, die wir in den letzten Jahrzehnten hergestellt haben, die gleiche Technik wie bei den Wärmepumpen. Letztlich ist diese Umstellung auch ein Schritt nach vorn im Kampf gegen den Klimawandel, denn die Hinwendung zur Wärmepumpe bedeutet gleichzeitig die Abkehr von der Verbrennung fossiler Gase – eine Entwicklung, die wir mit unseren Produkten entscheidend unterstützen.

Wirtschaftsforum: Ihre Branche wird dementsprechend in den nächsten Jahren ein starkes Wachstum erfahren. Produktion und Fertigung werden angepasst werden müssen, um dieser Nachfrage zu begegnen. Wie werden Sie das angehen?



Für Wärmepumpen nutzt FRIGOTROL mit Propan ein natürliches Kältemittel

Gunnar Clemenz: Durch unseren Fokus auf natürliche Kältemittel haben wir in der Leistungsklasse ab 60 kW bis mehr als 1 MW momentan wenige Mitbewerber – die meisten setzen noch auf synthetische Kältemittel. Insofern haben wir in diesem Bereich eine recht gute Marktposition. Wir fertigen wie gesagt fast alles inhouse, können bei Kapazitätsengpässen einzelne Teile der Wärmepumpe aber auch outsourcen und uns diese Teile vorgefertigt zuliefern lassen. Unsere Flexibilität werden wir uns bewahren können, weil wir eben das Know-how für alle Arbeitsschritte, denen unsere Produkte unterzogen werden, im eigenen Haus haben. Wir sind also nicht abhängig von externen Kompetenzen, obwohl wir uns wie gesagt auch unserer Fertigungspartner bedienen. Durch unsere in 43 Jahre gewachsene Kenntnis



4 Bar-Pumpenstation mit einer Leistung von 65 m³/h

in unserem Bereich haben wir den Vorteil, dass wir es schaffen, uns in einer relativ kurzen Zeit umzustellen, denn die Technik – hier Temperiergeräte, dort Wärmepumpen – hat sich nicht wesentlich verändert. Was es in so einem Prozess jedoch immer braucht, sind hoch ausgebildete Fachkräfte.

Wirtschaftsforum: Das ist ein Stichwort: Spürt Ihr Unternehmen den allgegenwärtigen Fachkräftemangel?

Gunnar Clemenz: Wir haben viele Mitarbeitende, die teilweise schon über Jahrzehnte bei uns sind, und sehr wenig Fluktuation. Das spricht denke ich für eine hohe Konstanz; unsere Teammitglieder stehen hinter dem Unternehmen und wollen diesen Umgestal-



Die Pumpen-Tank-Einheit einer Wasserenthärtungsanlage

tungsprozess, in dem wir uns gerade befinden, auch mittragen.

Wirtschaftsforum: Wärmepumpen sind von der Arbeitsleistung her schon jetzt sehr effizient. Wird sich diese Effizienz in den kommenden Jahren noch steigern lassen?

Gunnar Clemenz: Die Wärmepumpentechnik gibt es ja schon sehr lange. Vergleicht man Anlagen, die vor 40 Jahren hergestellt wurden, mit heutigen Modellen, zeigt sich ein deutlicher Effizienzgewinn. Denkt man weiter im Hinblick auf die Kältemittel, die maßgeblich sind für die Effizienz der Anlage, so arbeiten wir heute mit Propan als natürlichem Kältemittel. Es ließe sich aber auch CO₂ verwenden, bei dem das Global Warming Potential noch geringer ist.

Starke Verbindungen, leicht getragen

Ganz gleich ob im Fußballstadion, in Bürogebäuden oder Industriehallen: In jedem Gebäude stecken kilometerlange Kabel. Diese müssen geordnet verlegt, gehalten und getragen werden. Hier kommt die Vergokan nv aus Belgien ins Spiel. Das Unternehmen ist europaweit für seine Metallkabeltragsysteme bekannt. Mit digitalen Lösungen und einer konsequenten Nachhaltigkeitsstrategie will es seine Aktivitäten in den nächsten Jahren europaweit ausweiten.



Die Systeme des Unternehmens werden auch in großen Produktionen eingesetzt, hier in Westmalle



Die Kabeltragsysteme mit Funktionserhalt von Vergokan behalten ihre Tragfunktion auch im Brandfall

Wirtschaftsforum: Herr Maeyens, Vergokan gibt es bereits seit über 40 Jahren. Vor einiger Zeit ist das Unternehmen von Atkore übernommen worden. Was war der Hintergrund der Übernahme?

Dirk Maeyens: Wir sind seit 2018 Teil der in den USA ansässigen Atkore-Gruppe. Atkore ist ein börsennotiertes Unternehmen mit rund 5.500 Mitarbeitern weltweit und dem Schwerpunkt im Bereich der Hebelmanagementsysteme. Vergokan war ein Familienunternehmen, insbesondere in Belgien sehr bekannt. Die Familie hat 2008 an einen Venture Capitalist verkauft. Atkore war bis 2016 ausschließlich in den USA tätig und suchte nach einer Möglichkeit, in

Europa Fuß zu fassen. Seit der Übernahme integriert man die inzwischen 35 Marken, die unter dem Dach von Atkore agieren, unter 'One Atkore'. Für den Kunden bedeutet dies einen entscheidenden Vorteil. Sie können alles unter einem Dach einkaufen.

Wirtschaftsforum: Gab es seit der Übernahme Veränderungen im Vergokan-Produktprogramm?

Dirk Maeyens: Die wichtigste Entwicklung seitdem ist sicherlich unser klickbarer Kabelkanal, den wir entwickelt haben. Damit waren wir der erste Anbieter am Markt.

Wirtschaftsforum: Was sind weitere wichtige Kategorien im Sortiment?

Dirk Maeyens: Am wichtigsten sind unsere Kabelbahnen und Kabelleiter, ebenso unsere Brandschutzsysteme. Darüber hinaus bieten wir noch Unterflursysteme, Gitterbahnen und Montagesysteme sowie Material- und Oberflächenbehandlungen.

Wirtschaftsforum: Sie sind ein produzierendes Unternehmen. Was tun Sie, um Ihren ökologischen Fußabdruck zu entwickeln?

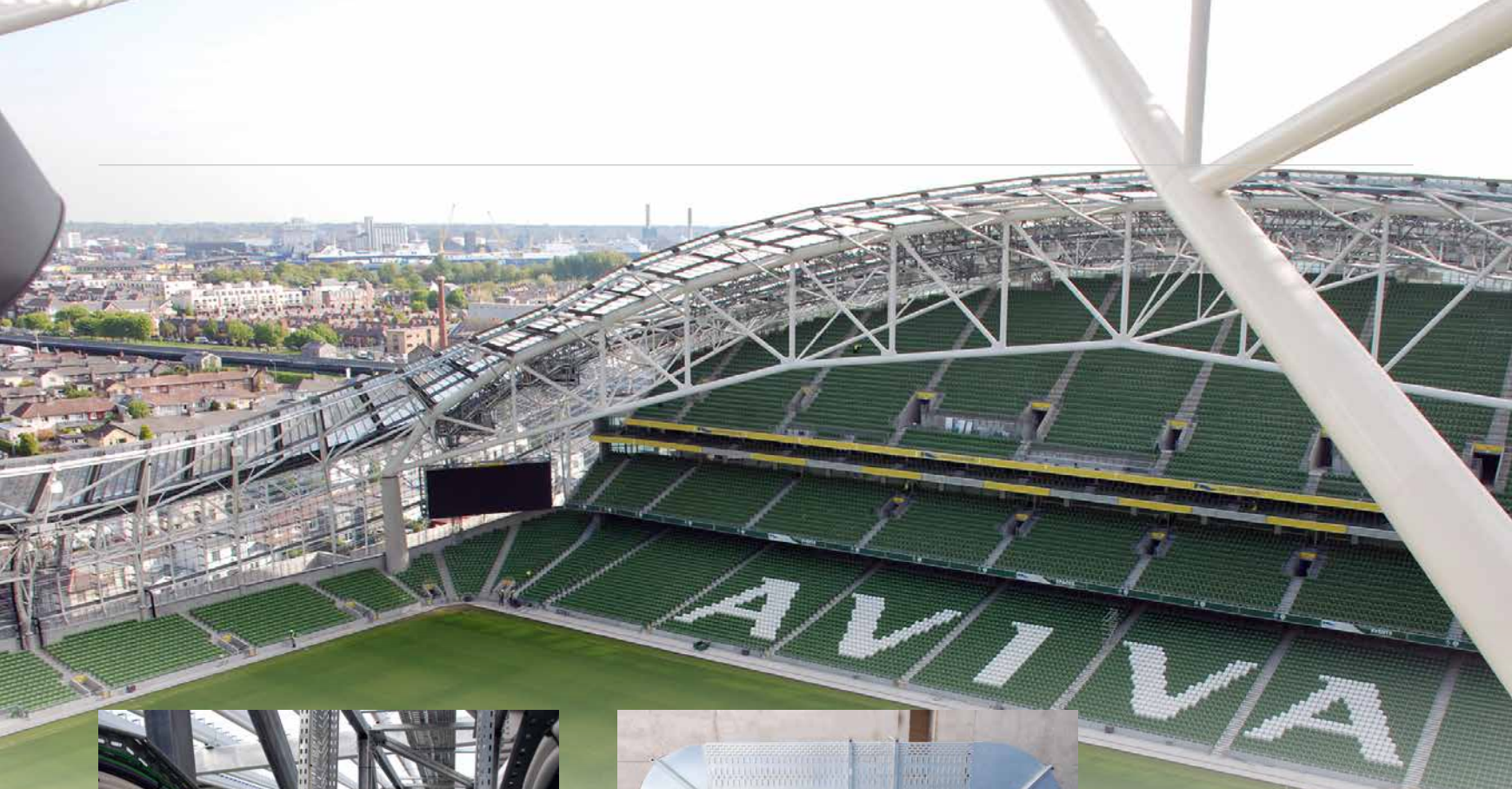
Dirk Maeyens: Nachhaltigkeit ist ein sehr wichtiges Thema, für uns, aber auch für unsere

Interview mit



Dirk Maeyens,
Sales and Marketing Director Europe der Vergokan nv

Kunden. Bei uns ist Rost ein großes Thema. Rost muss man behandeln. Traditionell nutzt man dafür ein Zinkbad. Wir haben hier eine eigene Anlage, die wir stark erhitzen müssen und somit viel Energie verbrauchen. Eine umweltfreundlichere Alternative ist eine Zink-Magnesium-Legierung. Sie kommt direkt mit dem Stahl in einer Lage vom Lieferanten. Sie ist molekular und schließt den Stahl so ein, dass er nicht rostet. Man braucht weniger Zink und der Beschirmungsgrad ist gleich oder sogar besser. Wir waren einer der ersten Anbieter, die eine Zink-Magnesium-Beschichtung angeboten haben. Sie ist nicht nur umweltfreundlicher, sondern bietet auch noch einen Wettbewerbsvorteil. Darüber hinaus halten wir das EcoVadis Nachhaltigkeitszertifikat. Das ist besonders hervorzuheben, da wir zu einem US-Konzern gehören. In den USA ist das Thema Nachhaltigkeit normalerweise noch nicht so wichtig. Atkore ist mit seinen Bemühungen hier weit vorne am Markt. Wir machen kein Greenwashing und streben für jedes unserer Produkte ein CO₂-Zertifikat an, sodass



Kabelbahnen und Kabelleiter sind wichtige Produktkategorien des Unternehmens



Die Eingänge der Standrohre am Dubliner Stadion

Vergokan ist auch in der Lage Großprojekte zu realisieren, wie zum Beispiel hier im Stadion in Lansdowne in Dublin

Atkore
Vergokan

KONTAKTDATEN

Vergokan nv
Meerbloem-Melden 16
9700 Oudenaarde
Belgien
☎ +32 55 318335
info@vergokan.com
www.vergokan.com

wir die Produktion detailliert nachvollziehen können.

Wirtschaftsforum: Wie digital ist Ihr Geschäft, Ihre Branche?

Dirk Maeyens: Wir haben ein papierloses Büro. Die Stahlbranche ist eher traditionell. Wir versuchen, mit unseren Kunden so viel wie möglich digital zu arbeiten, haben EDI und ein Kundenportal, wo unsere Kunden selbst ihre Lagerbestände prüfen können. In den nächsten Monaten werden wir ein komplettes Ordermodul einführen. Auch in der Produktion vermeiden wir Papier. Wir planen unsere Transporte sehr bewusst und haben eine Lean-Initiative ins Leben gerufen. Was den Markt

angeht, so sind Data Center, eng einhergehend mit den erneuerbaren Energien, ein sehr guter Wachstumsmarkt für uns. Oft werden die Anlagen direkt neben den Rechenzentren installiert.

Wirtschaftsforum: Was erwarten Sie vom Markt im Jahr 2024?

Dirk Maeyens: Unser Geschäftsjahr 2024 hat bereits im Oktober 2023 gewonnen. Die Gesamtsituation ist eine Herausforderung, aber wir blicken trotzdem zuversichtlich nach vorne. Wir möchten in all unseren Zielmärkten wachsen und auch geografisch expandieren. Wir werden einige neue Produkte präsentieren.

Wirtschaftsforum: Für Wachstum braucht man Mitarbeiter. Wie sehr trifft Sie der Fachkräftemangel?

Dirk Maeyens: Der Fachkräftemangel ist natürlich ein Thema. Durch die Pandemie konnten wir einige neue Leute gewinnen. Trotzdem haben wir offene Stellen. Viele unserer Mitarbeiter sind allerdings schon sehr lange bei uns. Sie bilden die Basis für unser Know-how.

Wirtschaftsforum: Was schätzen Ihre Mitarbeiter an Vergokan als Arbeitgeber?

Dirk Maeyens: Unsere Unternehmensgröße ist noch überschaubar.

Man kennt sich untereinander. Die Stimmung ist familiär. Zudem wertschätzen wir unsere Mitarbeiter und investieren regelmäßig in Aus- und Weiterbildungen. Das spricht sich natürlich in der Region herum, sodass wir uns im Laufe der Zeit einen sehr guten Ruf als Arbeitgeber erworben haben. Wachstum geht natürlich mit einer Erweiterung unserer Kapazitäten einher.

Mit Know-how und KI: Software für den Kreditprozess

Interview mit
Thomas Jansen,
Vorstand
der SUBITO AG

Unternehmen steigern ihre Effizienz, indem Abläufe so weit wie möglich automatisiert werden. Mitarbeitende können dann dort eingesetzt werden, wo es den Menschen wirklich braucht. In der Finanzindustrie sind es vor allem Kreditprozesse, die sich durch Softwarelösungen weitgehend automatisieren lassen. Mit ihrer Expertise auf diesem Gebiet ist die SUBITO AG seit über 30 Jahren ein geschätzter Partner von Banken und Finanzdienstleistern.

Wirtschaftsforum: Herr Jansen, das Kerngeschäft der SUBITO AG sind Softwarelösungen für die Finanzindustrie. Wie sieht Ihr Portfolio im Einzelnen aus?

Thomas Jansen: Wir haben drei Geschäftsbereiche: Der erste umfasst Softwarelösungen zur Unterstützung von Kreditprozessen in Banken und bei Finanzdienstleistern. Das bedeutet, unsere Lösungen unterstützen den gesamten Kreditprozess von A bis Z, von der Vermittlung und Vergabe über die gesamte Laufzeit und auch bei der Bearbeitung von Krediten mit Zahlungsstörungen (Problemkrediten). Seit unserer Gründung vor 34 Jahren arbeiten wir in diesem Bereich. Unser zweiter Geschäftsbereich hat sich aus dem ersten entwi-

ckelt und umfasst Software für das Forderungsmanagement, die universell in allen Branchen einsetzbar ist, um Forderungen mit gestörtem Zahlungsfluss bearbeiten zu können. Auch hier wird der gesamte Prozess unterstützt, vom Mahnungsprozess bis hin zu gerichtlichen Auseinandersetzungen mit Schuldnern. Das Kundenspektrum reicht hier von der Energieversorgung über den öffentlichen Bereich und Kunden aus der Industrie bis hin zu Inkassounternehmen. Der dritte Bereich besteht im Consulting: Wir stellen unseren Kunden unsere Expertise im IT-Umfeld im Rahmen eines Consulting-Ansatzes zur Verfügung.

Wirtschaftsforum: Wie automatisiert läuft beispielsweise eine



Thomas Jansen ist seit 2017 Vorstand der SUBITO AG

Kreditvergabe ab? Übernimmt die Software alle Entscheidungsprozesse, oder sind in letzter Instanz dabei noch Menschen eingebunden?

Thomas Jansen: Das kommt darauf an, in welchem Segment

eine Kreditvergabe stattfindet. Klassische Konsumentenkredite sind in der Regel hoch automatisiert, etwa wenn ein Kunde etwas im Internet auf Kredit kauft. Da sind dann schon entsprechende Schnittstellen, etwa zur Schufa, eingebunden. Auch das Baufinanzierungsgeschäft lässt sich bereits hoch automatisiert abwickeln. Anders sieht es dagegen im Firmenkundengeschäft aus, wo es um individuelle Finanzierungen geht, die zwischen Kreditnehmer und Kreditgeber besprochen werden müssen. Hier ist der Automatisierungsgrad entsprechend noch nicht so hoch, obwohl ich sicher bin, dass sich das mit zu-

Mit den Softwarelösungen der SUBITO AG lassen sich klassische Konsumentenkredite bereits voll automatisiert abwickeln





Die SUBITO AG ist seit 2021 Teil der FINNOFLEET. Seinen Sitz hat das Unternehmen, für das 100 Mitarbeitende tätig sind, in Mörfelden-Walldorf bei Frankfurt/M

nehmender Steigerung der Möglichkeiten künstlicher Intelligenz auch noch ändern wird.

Wirtschaftsforum: Welche Themen stehen auf der Agenda von SUBITO?

Thomas Jansen: Aktuell arbeiten wir daran, unsere Software noch Workflow-basierter zu machen, um die Automatisierung in noch höherem Umfang zu unterstützen und unseren Kunden damit eine noch größere Flexibilität zu ermöglichen. Auch KI ist natürlich ein Thema. Wir gehören zur FINNOFLEET-Unternehmensgruppe und haben dort ein KI-Lab. Für uns stellt sich jetzt die Frage, wie wir die dort entstehenden Dinge und das Know-how, das wir dabei gewinnen, in unsere Software integrieren. Gerade im Forderungsmanagement ist der Einsatz von KI vielversprechend, wo es um den günstigsten Zeitpunkt und die beste Art und Weise geht, den jeweiligen Schuldner anzusprechen.

Wirtschaftsforum: Zum Schluss eine persönliche Frage, Herr Jansen: Was ist in Ihrem Beruf Ihr persönlicher Antrieb?

SUBITO

member of FINNOFLEET

KONTAKTDATEN

SUBITO AG
 Kurhessenstraße 5
 64546 Mörfelden-Walldorf
 Deutschland
 ☎ +49 6105 97020
 info@subito.de
 www.subito.de

Thomas Jansen: Ich möchte für unsere Kunden und unsere Mitarbeitenden erreichen, dass es immer vorangeht, dass es eine positive Entwicklung gibt. Ich arbeite sehr gern mit Menschen zusammen, sowohl in der Firma als auch mit den Kunden – auch das ist etwas, das mich antreibt. Seit 2021 gehören wir zu FINNOFLEET und es spornt mich

100
 MITARBEITER

sehr an, meinen Beitrag zu leisten, um die Unternehmensgruppe für den DACH-Raum aufzubauen.

JAPANISCHE KATSU

Japanisches Knusperhähnchen, knusprig und schmackhaft, dank der köstlichen Mischung aus Panko Paniermehl und japanischen Gewürzen.

DKB
PARTNER IN FOODSOLUTIONS
Family Dokter Company

Tolboomweg 16
 3784 XC Terschuur
 The Netherlands
 T +31 (0)88 55 777 55
 info@dkbfoodsolutions.com
 www.dkbfoodsolutions.com

WILLKOMMEN IN UNSEREN WIRTSCHAFTSFORUM

SHOWROOMS

Dr. Avelander & Co. GmbH

Weinhöner Surface Technologies GmbH & Co. KG

Out of the blue KG

Maschinenbau Otto Gruber GmbH

Slyrs

AluLux GmbH

Gigaset Communications GmbH

HONDA Deutschland

Gruppo Ferrari SpA

ASSMANN Büromöbel

Mazzetto Gran Sasso S.P.A.

Ducati Motor Deutschland GmbH

Mare Kaffee

Tholl GmbH

Von der Idee zum Produkt mit Innovation und Qualität

Kunststoffe sind in der heutigen Welt allgegenwärtig und zu einem integralen Bestandteil unserer modernen Gesellschaft geworden. Ihre Bedeutung erstreckt sich über verschiedenste Bereiche, von der Verpackungsindustrie über die Medizintechnik bis hin zur Elektronik. Die CosMed GmbH & Co. KG ist ein Full Service Supplier für die Entwicklung und Fertigung komplexer Kunststoffprodukte und Baugruppen aus Kunststoff.



Modernste Produktionsanlagen und ein hoher Automatisierungsgrad garantieren höchste Qualität und wettbewerbsfähige Preise

Von der neuartigen Verpackung für die Kosmetikindustrie über die anspruchsvolle und funktionale Lösung für den Lebensmittelbereich bis hin zu Produkten für die Medizintechnik – die CosMed GmbH & Co. KG hat sich als Technologieführer in unterschiedlichen Branchen etabliert und überzeugt ihre Kunden immer wieder mit innovativen Lösungen. Aufgrund der Entwicklung und Fertigung am eigenen Standort in Löhne kann das Unternehmen schnell auf die sich verändernden Anforderungen der Branchen reagieren und ist damit bestens für die Zukunft gerüstet. „Wir sind anders

als andere Hersteller, denn wir erzeugen für unsere Kunden einen Mehrwert zum gleichen Preis“, so Geschäftsführer Dieter Sabrotzky. „Wir waren nie diejenigen, die sich über den Preis ausgezeichnet haben, sondern durch Qualität und Innovation.“

Partner namhafter Unternehmen

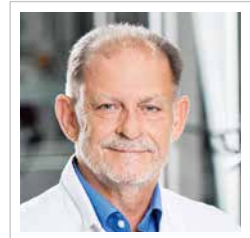
CosMed ist 2004 als Handelsunternehmen mit dem Fokus auf Artikel für die Kosmetikindustrie und die Medizintechnik gestartet. 2007 wurde das Geschäftsmodell überdacht, die Strategie festgelegt, eine Produktions- und Entwicklungsgesellschaft zu eta-

blieren. „2008 waren es noch 2,5 Mitarbeiter“, sagt Jens Maschmeier, der gemeinsam mit Dieter Sabrotzky 2008 Teil des Unternehmens wurde. „Im Laufe der Jahre sind wir auf knapp 300 Mitarbeiter angewachsen. Dieses Wachstum war und ist eine Herzens- und Lebensaufgabe. Das ist nicht einfach ein Job, sondern in diesem Unternehmen steckt Herzblut. Deshalb ist der Erfolg auch eine Teamleistung. Wir wollen weiter neue Märkte erschließen und Produkte anbieten, die ein klassischer Spritzgießer nicht anbieten kann.“ Der Lebensmittelbereich kam zum Beispiel

Interview mit



*Jens Maschmeier,
Geschäftsführer
und*



*Dieter Sabrotzky,
Geschäftsführer
der CosMed GmbH & Co. KG*

sehr schnell als neuer Geschäftsbereich hinzu und ist heute der größte Geschäftsbereich von CosMed. Dabei konnte sich der Betrieb vor allem mit innovativen Lösungen als Partner namhafter Betriebe etablieren. Für den Wasserfilterhersteller Brita übernimmt das Unternehmen seit Jahren die



Die CosMed GmbH & Co. KG übernimmt nicht nur die Entwicklung und Produktion, sondern auch die Abfüllung



CosMed fertigt exklusiv die Rasierschaum- und Gelköpfe sowie die Deo-Header der Marke NIVEA in verschiedenen Farben und Designs

Herstellung wasserberührender Kannen- und Filtersysteme, die sehr anspruchsvoll und gleichzeitig sensibel in der Produktion sind. Darüber hinaus hat CosMed ein Patent für Rasiergelprodukte entwickelt, dieses jedoch nicht verkauft, sondern angeboten, sie exklusiv für die Marke NIVEA zu produzieren. Bis heute fertigt der Spritzguss-Experte Rasierschaum- und Gelköpfe sowie die Deo-Header für NIVEA in verschiedenen Farben und Designs.

Nachhaltiger Kunststoff

Von der Idee bis zum fertigen Produkt deckt CosMed sämtliche Prozesse am Standort in Löhne ab. Das Leistungsportfolio beinhaltet nicht nur die Entwicklung

und Fertigung von Kunststoffkomponenten, sondern auch die Montage kompletter Baugruppen sowie die Abfüllung und Auslieferung. „Wir sind über unsere Entwicklung in fast alle Neuprojekte unserer Kunden eingebunden“, bemerkt Dieter Sabrotzky. „Durch unsere Produktion in Löhne sind wir sehr schnell, wenn es um Änderungen und neue Entwicklungen geht. Der Fokus liegt dabei auf dem Thema Nachhaltigkeit. Viele Produktgenerationen werden auf das Material PCR umgestellt, ein recycelter Kunststoff aus Verbraucherabfällen. Wir gehören heute in Deutschland zu den größten PCR-Verarbeitern, zum Beispiel bei Einwegkapseln für die Waschmaschine, wo

wir 95% Recyclat einsetzen. In diesem Bereich sind wir in neue Projekte mit großen Kunden involviert, unter anderem einem bekannten Kaffeeröster. Wir arbeiten mit vollständig abbaubaren Produkten, sind also auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit sehr erfahren.“ Dabei verfügt das Unternehmen über alle notwendigen Zertifizierungen.

Immer besser werden

Das Wachstum der vergangenen Jahre ist eine gute Basis für den zukünftigen Erfolg der CosMed GmbH & Co. KG. Um weiterhin erfolgreich gegenüber anderen Marktteilnehmern zu sein, setzt das Unternehmen auf weitere Innovationen. „Wir müssen unsere Produkte besser und anders als die Wettbewerber machen“, erläutert Jens Maschmeier. „Die Kombination von Technologie und Design-Aspekten, Miniaturisierung, Reduzierung von Bauteilen sowie die Integration von Funktionalitäten sind nur ein paar unserer Themen. Intern ist die große Herausforderung das Thema Nach-



KONTAKTDATEN

CosMed GmbH & Co. KG
 Im Niedernbrock 48
 32584 Löhne
 Deutschland
 ☎ +49 5732 94960
 📠 +49 5732 949604852
 info@cos-med.de
 www.cos-med.de

wuchs. Außerdem müssen wir unsere Prozesse im Bereich Energieverbrauch optimieren, zum Beispiel vollelektrische anstatt hydraulischer Maschinen, mit der Wärmerückgewinnung oder einer eigenen Photovoltaikanlage auf dem Dach.“ Am Standort in Löhne plant CosMed weitere Investitionen von 4,5 Millionen EUR, unter anderem für eine Erweiterung der Produktionsanlagen um 2.000 m². Auf diese Weise trägt das deutsche Unternehmen dazu bei, dass die Bedeutung von Kunststoffen in der Welt weiter wächst.

Unsere Themenwelten auf: www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



TAK – Logistik transparent, agil und kosteneffizient

Großunternehmen stehen vor der Herausforderung, den reibungslosen In-time-Produktionsprozess durch effizientes Management von elektronischen Bauteilen und Halbleitern sicherzustellen. Dafür hat die *btv technologies GmbH* aus Unna das TAK-Modell entwickelt, das Unternehmen befähigt, ihre Lieferkette selbst zu kontrollieren und zu steuern.

Wirtschaftsforum: Herr Krane, Herr Vogel, was sind heute die wichtigsten Standbeine von *btv technologies*? Wie sind Sie aufgestellt?

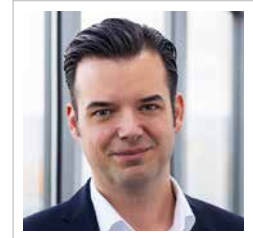
Maximilian Krane: In Unna befindet sich unser Headquarter, während wir in Timisoara (Rumänien) einen weiteren Fertigungsstandort für den osteuropäischen Markt betreiben. *btv technologies* stützt sich auf drei zentrale Standbeine: Erstens die effiziente Logistik elektronischer Bauelemente; zweitens unsere umfangreichen Value Added Services. Sowohl in Unna als auch Timisoara laufen unsere Programmierautomaten im Drei-

Schicht-Betrieb an fünf Tagen die Woche. An beiden Standorten beschäftigen wir insgesamt rund 150 Mitarbeiter und setzen auf einen hohen Automatisierungsgrad. Jährlich programmieren wir an unseren Standorten etwa 65 Millionen Bauteile, was den Kern unserer Value Added Services darstellt. Das dritte Standbein bildet die Lagerung und Langzeitlagerung elektronischer Bauteile, um eine kontinuierliche Ersatzteilversorgung über Jahre und sogar Jahrzehnte zu garantieren.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet *btv technologies* von anderen Anbietern?

Sven Vogel: Unser Fokus liegt ganz auf den Bedürfnissen unserer Kunden, getreu unserem Motto „Focus on Service“. Diese Philosophie ist unser Erfolgsrezept. Unser TAK-Modell, das für Transparenz, Agilität und Kosteneffizienz steht, ist in dieser Form einzigartig am Markt. Ein Kernmerkmal von TAK ist, dass wir nur unsere Dienstleistung berechnen, unabhängig vom Warenwert. Der Einkaufspreis ist gleich dem Verkaufspreis. Dies ermöglicht unseren Kunden vollständige Transparenz und direkte Kontrolle über die Supply Chain, um in letzter Konsequenz Bandstillstände zu vermeiden. Unser

Interview mit



Maximilian Krane,
CEO
und



Sven Vogel,
CFO
der *btv technologies GmbH*

Modell ist flexibel skalierbar und unterscheidet sich deutlich von den wertabhängigen Aufschlägen herkömmlicher Distributoren. Es ist ideal für große Unternehmen mit mehreren Produktionsstätten. Durch dieses Modell konnten wir unseren Umsatz in den vergangenen Jahren signifikant steigern.

Wirtschaftsforum: Ist die Automobilbranche Ihre einzige Zielgruppe?

Maximilian Krane: Im Vertrieb planen wir, mittelfristig zwei separate Business Units zu etablieren: Industrial und Automotive. Unser Ziel ist es, eine klare Trennung zwischen diesen Bereichen zu schaffen, um uns noch besser auf die spezifischen Bedürfnisse jeder Branche einzustellen und Expertenwissen aufzubauen. Insbesondere der Industriesektor gewinnt an Bedeutung, da das Volumen



Der Sitz der *btv technologies GmbH* in Unna, Deutschland



Das Unternehmen verfügt über hochmoderne und großzügige Lagerkapazitäten



Als Geschäftsführer ein Team: Maximilian Krane und Sven Vogel (von links)



KONTAKTDATEN

btv technologies GmbH
 Heinrich-Hertz-Straße 12
 59423 Unna
 Deutschland
 ☎ +49 2303 3330
 📠 +49 2303 333999
 info@btv-tech.com
 www.btv-technologies.com

der Elektronikteile stetig wächst. Hier sehen wir großes Potenzial für zukünftiges Wachstum.

Wirtschaftsforum: Was erwarten Sie für die nächsten Monate vom Markt? Was haben Sie sich vorgenommen?

Maximilian Krane: Trotz der trüben wirtschaftlichen Lage in den letzten Monaten bleiben wir auf Wachstumskurs. Der Elektronikbereich litt in den letzten zwei Jahren unter erheblichem Mangel und Versorgungslücken. Dies hat Unternehmen in Europa dazu be-

wogen, ihre Strategie zu überdenken und größere Lagerbestände aufzubauen, um sich von der reinen Just-in-Time-Lieferung weg und hin zu mehr Versorgungssicherheit zu bewegen. Dementsprechend lagern wir derzeit viele Bauteile ein, die eventuell erst in einigen Monaten benötigt werden. Zudem beobachten wir, dass sich Automobilhersteller aufgrund der Knappheit aktiver in die Supply Chain einbringen und versuchen, Key-Komponenten teilweise selbst zu beschaffen. Für uns ist dies eine positive Entwicklung, da große Zulieferer

zunehmend ohne Zwischenhändler sourcen wollen. Aktuell suchen wir nach einem weiteren Standort, um unsere Kapazitäten zu erweitern. Kürzlich haben wir uns für ein großes Investment entschieden: Wir werden ein vollautomatisches Lager einführen, ein sogenanntes Autostore mit Robotern, um einen möglichst hohen Umschlag realisieren zu können. Diese Erweiterung wird unsere Fläche mehr als verdoppeln. Wir agieren also antizyklisch zu den aktuellen Markttrends. Der Markt ist zwar herausfordernd, bietet aber Chancen für Logisti-

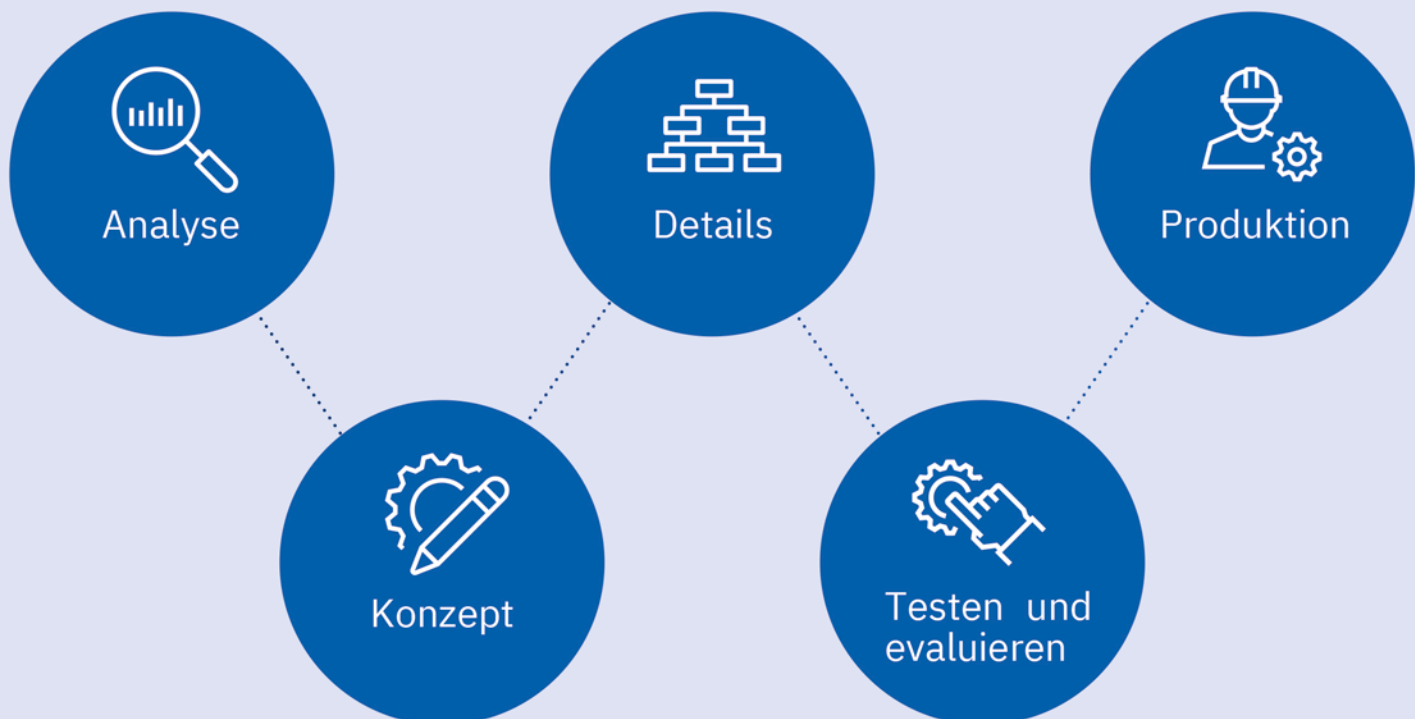
ker, die die richtigen Lösungen bereitstellen können.

Wirtschaftsforum: Gibt es ein langfristiges Ziel für btv technologies?

Sven Vogel: Unsere Vision, vorgegeben von unserem Gründer Julio Ortega, ist ambitioniert: In den nächsten fünf bis zehn Jahren wollen wir in Europa zum führenden Logistikdienstleister für elektronische Bauteile in der Automobilbranche aufsteigen.

Unsere Themenwelten auf: www.WIRTSCHAFTSFORUM.de

Der Grundzyklus der Entwicklung



Seit mehr als 50 Jahren liefert Heyman qualitativ hochwertige Produkte der weltmarktführenden Hersteller und teilt Wissen und Erfahrung mit seinen Kunden. Heyman unterstützt seine Kunden gerne bei der Produktentwicklung von der ersten Idee bis zur Serienreife. Dabei ist persönliche Kontakt von großer Bedeutung. Heyman gibt seinen Kunden einen Überblick über die verschiedenen Anwendungsmöglichkeiten und Produktionstechniken, damit sie bereits in der Entwicklungsphase die richtige Entscheidung treffen können. Auf diese Weise bringt Heyman seine Kenntnisse und die Welt der Kunden zusammen.



Kontakte

Hochland Kaffee Hunzelmann RS
GmbH
Chemnitzer Straße 13
70597 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 711 7220800
✉ +49 711 72208088
info@hochland-kaffee.de
www.hochland-kaffee.de

Brother Sewing Machines Europe GmbH
Konrad-Adenauer-Allee 1-11
61118 Bad Vilbel
Deutschland
☎ +49 6101 98140
info@brothersewing.eu
<https://sewingcraft.brother.eu/de-de>

Drake & Farrell B.V.
Snelliuslaan 13
2665 PD Bleiswijk
Niederlande
☎ +31 88 8228000
info@drakeandfarrell.nl
www.drakeandfarrell.com

Bosch Beton GmbH & Co. KG
Siemensstraße 31
47533 Kleve
Deutschland
☎ +49 2821 9783740
✉ +49 2821 9783739
info@boschbeton.de
www.boschbeton.de

Brink Climate Systems BV
Wethouder Wassebaliestraat 8
7951 SN Staphorst
Niederlande
☎ +31 522 469944
info@brinkclimatesystems.nl
www.brinkclimatesystems.nl

FRIGOTROL Kältemaschinen GmbH
Werner-Heisenberg-Straße 17
68169 Mannheim
Deutschland
☎ +49 621 7176590
mail@frigotrol.de
www.frigotrol.de

Vergokan nv
Meerbloem-Melden 16
9700 Oudenaarde
Belgien
☎ +32 55 318335
info@vergokan.com
www.vergokan.com

SUBITO AG
Kurahessenstraße 5
64546 Mörfelden-Walldorf
Deutschland
☎ +49 6105 97020
info@subito.de
www.subito.de

CosMed GmbH & Co. KG
Im Niedernbrock 48
32584 Löhne
Deutschland
☎ +49 5732 94960
✉ +49 5732 949604852
info@cos-med.de
www.cos-med.de

btv technologies GmbH
Heinrich-Hertz-Straße 12
59423 Unna
Deutschland
☎ +49 2303 3330
✉ +49 2303 333999
info@btv-tech.com
www.btv-technologies.com



Impressum

Verleger:

360 Grad Marketing GmbH

Adresse:

360 Grad Marketing GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0

✉ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann

**Erfolgreiche Unterstützung
von Unternehmen in der
Telekommunikations-,
Elektromobilitäts- und
MedTechbranche beim Übergang von
einer linearen zu einer nachhaltigen
Lieferkette**



DRAKE & FARRELL

Solutions delivered

www.drakeandfarrell.com
info@drakeandfarrell.com