

Wirtschaft im Süden



WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Interview:

Handel der Zukunft

mit Uli Schäfer und Andreas Nebel, Vorstände
der DRS Deutsche Retail Services AG, Seite 08

Porträts:

- › **Staci Deutschland GmbH**, Seite 14
- › **E. M. Group Holding AG**, Seite 18



**„Wir sind die Möglichmacher
für elektrische Antriebstechnik
aus Baden-Württemberg.“**

Seit mehr als 100 Jahren ist Ortlieb zuverlässiger Partner für präzise und wirtschaftliche Spann- und Antriebstechnik. Angetrieben von unserem Pioniergeist decken wir Chancen auf und wandeln sie in Möglichkeiten um. So haben wir als erste das enorme Potenzial der Planeten-Wälz-Gewindespindel erkannt und sie zur Serienreife weiterentwickelt. Heute profitieren Sie von einem elektrischen Antrieb mit hoher Kraftdichte und enormer Flexibilität bei gleichzeitig kleinem Bauraum. Jede Standardlösung können wir Ihren Anforderungen entsprechend individuell anpassen. Damit erhalten Sie eine maßgeschneiderte Lösung mit der Sicherheit und zu dem Preis eines Standardproduktes.

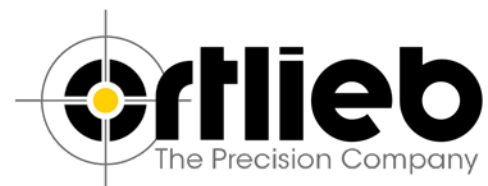
**Elektrische Antriebstechnik:
die smarte Alternative zur Hydraulik**



www.strom-statt-oel.de



Ortlieb Präzisionssysteme GmbH & Co. KG
Jurastraße 11 · 73119 Zell unter Aichelberg
Telefon +49 (0) 7164-79701-0 · www.ortlieb.net



Special Wirtschaft im Süden

04



Dr. Thomas Hiebaum,
Geschäftsführer
der Etimex
Technical Components
GmbH



**Dipl.-Wirt.-Ing. (FH)
Dirk Laubengeiger,**
Geschäftsführer
der Ortlieb Präzisionssysteme
GmbH & Co. KG

06



Uli Schäfer und Andreas Nebel,
Vorstände
der DRS Deutsche Retail
Services AG

10



Erik Füssgen,
Geschäftsführer
der Stadtwerke Oberkirch
GmbH



12



Sebastian Holz,
Strategische Geschäftsentwicklung
der Sauerstoffwerk Friedrichshafen
GmbH

22



Robert Crispens,
Geschäftsführer
der MORELO Reisemobile
GmbH

18



Tobias Steinbacher,
Mitglied des Vorstands
der E. M. Group Holding AG



20



Alfred Pammer,
Prokurist
der cts GmbH – competence
for technical solutions

16



Stephan Demianiw,
Director of Sales EMEA,
Prokurist
der Data I/O GmbH

14



Andreas Palmen,
Geschäftsführer
der Staci Deutschland
GmbH

Kontakt Seite 25

Komponenten mit messbarem Mehrwert

Bei der Etimex Technical Components GmbH in Rotenacker verbinden sich jahrzehntelange Erfahrung und zielgerichtete Entwicklungsarbeit zu überlegenen technischen Lösungen. In enger Zusammenarbeit mit den Kunden entstehen intelligente Kunststoffteile mit messbarem Mehrwert: Hochleistungskomponenten für OEMs, wasserstoffdichte Kunststoffteile, Kunststoffkomponenten für das Wasser- und Wärmemanagement, Kautschuk-Formteile und thermotechnische Bauteile. Führende Hersteller der Bereiche Mobility, Home Appliances, Medical Technologies und Thermotechnik setzen daher auf die Verfahrenskompetenz von Etimex.

Interview mit

Dr. Thomas Hiebaum,
Geschäftsführer
der ETIMEX
Technical Components GmbH

Wo Können neue Maßstäbe ermöglicht: nicht moderne Kunst, sondern high-sophisticated Spritzguss von Etimex Technical Components, dem Partner für innovative Lösungen in Serie



Wirtschaftsforum: Herr Dr. Hiebaum, Etimex beruft sich auf mehr als 160 Jahre Expertise.

Dr. Thomas Hiebaum: Das ist richtig, weil die Etimex Holding Unternehmen zusammenfasst, die auf eine langjährige Geschichte zurückblicken und selbst in über 160 Jahren zusammengewachsen sind. Heute gehören zu unserer Gruppe 780 Mitarbeiter in drei Werken, zwei in Deutschland und eines in Tschechien. Trotz der Pandemie konnten wir im letzten Geschäftsjahr ein positives Ergebnis erzielen. Der Fokus bei Etimex Technical Components liegt auf

der Realisierung intelligenter Funktionsteile für Haushaltstechnik, Automobiltechnik und Medizintechnik. Unser Motto ist 'Enabling Smart Parts', wir verstehen uns als Partner für intelligentes Co-Development und Co-Design.

Wirtschaftsforum: Wo liegt die Kernkompetenz von Etimex?

Dr. Thomas Hiebaum: Auf der einen Seite verfügen wir über hervorragende technische Möglichkeiten. Wir sind in der Lage, Blasform-, Spritzguss-, Elastomer-, und Mehrkomponentenspritzten interdisziplinär zu kombinieren,

beherrschen das Umspritzen von Halbschalen und die patentierte, innenliegende Umspritzung. Auf der anderen Seite ergänzen unsere prozessualen Fähigkeiten die technischen Möglichkeiten und erlauben es, verschiedene Verfahren optimal zu verbinden. So sind wir in der Lage, den verschiedensten Anforderungen effektiv gerecht zu werden und Kunststoffteile für marktführende Produkte herzustellen, etwa für die E-Mobilität oder Hydrauliklösungen.

Wirtschaftsforum: Nun gelten Kunststoffe nicht gerade als nachhaltig.

Dr. Thomas Hiebaum: Auch hier sind wir in der Entwicklung und haben bereits biobasierte thermoplastische Elastomere eingesetzt. Darüber hinaus tun wir alles Denkbare in Richtung Nachhaltigkeit und Umweltschutz, zum Beispiel die Verwertung produktionsbedingter Kunststoffreste. Zur Gesamtstruktur unseres Energiemanagements gehört die Nutzung von Solarenergie, Abwasser und Abwärme. Wir sind unter anderem zertifiziert nach ISO 14001



Wärmetauscher für die Geschirrspülmaschine, intelligente Etimex-Technik mit Mehrwert: Das zugeführte Wasser wird durch warmes Abwasser erhitzt



Leistungsfähige Etimex-Kunststoffteile und -baugruppen der Risikoklasse 1 – auch medienführend – unterstützen zukunftssichere Prozesse in der Medizintechnik

und 50001. Wir beschäftigen einen eigenen Nachhaltigkeitsbeauftragten, der die Reduktion der CO₂-Emissionen und ressourcenschonendes Arbeiten überwacht.

Wirtschaftsforum: Sehen Sie neue Möglichkeiten für Ihre Produkte?

Dr. Thomas Hiebaum: Im Zuge unserer Strategie 'Drive to 25' sehen wir gute Wachstumschancen. Im langjährig etablierten Geschäftsfeld der White Goods ist Etimex Partner renommierter Hersteller. Hier ergeben sich interessante neue Ansätze, etwa durch die systembezogene Einsparung von Energie für das passive Erhitzen des zugeführten Wassers.

Unsere herausragende Expertise ermöglicht es uns, auch im Automotivebereich Lösungen anzubieten, die woanders nicht zu diesem Preis-Leistungs-Verhältnis erhältlich sind. Die Zusammenarbeit mit den großen Automobilkonzernen hat sich bewährt, und der Erfolg im Bereich E-Mobility gleicht einen Großteil des Wegfalls von Bauteilen beim Verbrennungsmotor aus. In der Medizintechnik verzeichnen wir besonders in der Reinraumtechnik eine starke Aufwärtsentwicklung, die sich gut in unsere Wachstumsstrategie einfügt.

Wirtschaftsforum: Wie setzen Sie diese Strategie um?



KONTAKTDATEN

Etimex Technical Components GmbH
Ehinger Straße 30
89616 Rottenacker
Deutschland
☎ +49 7393 520
✉ +49 7393 52130
hello@etimex.global
www.etimex.global

Dr. Thomas Hiebaum: 'Drive to 25' ist nicht die Idee eines Einzelnen, sondern in partnerschaftlicher Zusammenarbeit entstanden. Wir können uns auf ein qualifiziertes und motiviertes Team stützen und sind auch auf der Führungsebene bestens aufgestellt. Wir halten viel von Kooperation, Kreativität und offener Unternehmenskultur. Bis Ende 2025 hoffen wir den Umsatz um die Hälfte steigern zu können. Mich persönlich motiviert das Vertrauen der Mitarbeiter und auch des Hauptgesellschafters, das Unternehmen an die neuen Marktanforderungen anzupassen. Es macht Freude, Menschen im Unternehmen für gemeinsame strategische Perspektiven zu begeistern.

Die energieeffizienten Notentlüftungsventile von Etimex sind ein Beispiel für die 'smart parts' in einem modernen Batteriesystem für die E-Mobilität



Handel der Zukunft

Die vergangenen Jahre haben dem stationären Handel deutlich vor Augen geführt, dass auch hier die Digitalisierung nicht aufzuhalten ist. Der Nachholbedarf ist groß, insbesondere bei mittelständischen und kleineren Einzelhändlern. Die DRS Deutsche Retail Services AG mit Sitz in Ulm, die vor drei Jahren den Softwarespezialisten Superdata aus Hamburg übernommen hat, bietet ihren Kunden das Beste aus zwei Welten: Handels-
expertise und Software-Know-how.



drs//POS als flexible Kassenslösung für den Handel

Wirtschaftsforum: Herr Schäfer, Herr Nebel, welche Services bieten Sie Ihren Kunden entlang der Wertschöpfungskette an?

Andreas Nebel: Wir decken im Grunde die gesamte Wertschöpfungskette für die Bewirtschaftung einer Filiale, den Checkout und die Lieferung der Ware bis hin zum Kunden ab. Wir starten mit einer Analyse des Prozesses und beraten zu einer bestmöglichen Lösung. Dann liefern wir die Software und auf Wunsch des Kunden betreiben wir diese auch. Wir sind sozusagen ein Generalunternehmer im Handel.

Uli Schäfer: Unsere Dienstleistung geht dabei über die der klassischen Softwarelösung hinaus, gerade was den Betrieb der Systeme angeht. Insbesondere die kleineren Einzelhändler tun sich hier schwer, da am Markt ein anhaltender eklatanter Mangel an Fachpersonal herrscht.

Wirtschaftsforum: Welche Themen und Trends zeichnen sich aktuell am Markt ab?

Andreas Nebel: Ein großes Thema ist die Bereitstellung von Self-Services, wie zum Beispiel das selbstständige Scannen und Bezahlen der Ware per Smartphone. Die Zukunftsszenarien gehen hin

bis zu Filialen ganz ohne Mitarbeiter, die sieben Tage die Woche rund um die Uhr geöffnet haben, in die man sich per App einwählt, bezahlt und auscheckt. Auch der klassische E-Commerce, also Einkaufen im Onlineshop, wächst. Die Lieferkonzepte gehen hier bis an die Haustür des Konsumenten.

Uli Schäfer: Im E-Commerce sind wir beim Thema Regionalität, das für den Lebensmitteleinzelhandel in den letzten Jahren immer wichtiger geworden ist. Schnelligkeit in der Auslieferung ist hier ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Um reibungslose Abläufe gewährleisten zu können, braucht man entsprechende Systeme.

Interview mit



*Uli Schäfer und Andreas Nebel,
Vorstände
der DRS Deutsche Retail
Services AG*



Ein Zukunftstrend: Self-Service, hier ein Self-Checkout Terminal

Wirtschaftsforum: Sie agieren in einem hart umkämpften Markt. Was unterscheidet die DRS von anderen Anbietern?

Uli Schäfer: Es stimmt, der Markt ist umkämpft, aber wir stellen auch fest, dass zunehmend mehr große Anbieter den Markt verlassen oder sich nur noch auf Großkunden spezialisieren. So entsteht ein Vakuum, das wir mit unseren Lösungen und Services gut ausfüllen.

Andreas Nebel: Im IT-Bereich gibt es viel Wettbewerb. Aber der Einzelhandel selbst war bis zum Ausbruch der Pandemie nicht wirklich dynamisch. Durch Corona und

das schnelle Wachstum von Amazon und anderen Plattformen hat man den Nachholbedarf erkannt und ist jetzt auch bereit, Zeit und Geld zu investieren, um sich für die Zukunft aufzustellen. Wir zeigen den Händlern Perspektiven für ihren 'Handel der Zukunft' auf.

Wirtschaftsforum: Auf welche Branchen konzentrieren Sie sich mit Ihren Lösungen?

Filialen oder Geschäfte haben. Wir möchten perspektivisch international wachsen, aber nicht um jeden Preis, sondern solide und Schritt für Schritt.

Wirtschaftsforum: Die DRS ist noch recht jung. Was war Ihre Motivation zur Gründung?

Uli Schäfer: Die DRS ist erst vier Jahre alt. Herr Nebel und ich

gerie und Getränke konzentriert und sind hier inzwischen im gehobenen Mittelstand einer der drei größten Anbieter.

Wirtschaftsforum: Was haben Sie sich für das Jahr 2022 vorgenommen?

Andreas Nebel: Wir haben in den letzten vier Jahren unterschiedli-



KONTAKTDATEN

DRS Deutsche Retail Services AG
Wilhelmstraße 22
89073 Ulm
Deutschland
☎ +49 731 979220220
info@drs-ag.de
www.drs-ag.de



Einsatz des digitalen Warenwirtschaftssystems auf der Fläche

Andreas Nebel: Besonders stark sind wir im Lebensmitteleinzelhandel, im Getränkemarkt und bei Drogerien. Konsum Leipzig, L. Stroetmann oder Edeka sind nur einige unserer Referenzen. Auch im Bereich Tiernahrung realisieren wir erfreuliches Wachstum.

Wirtschaftsforum: Sind Sie international tätig?

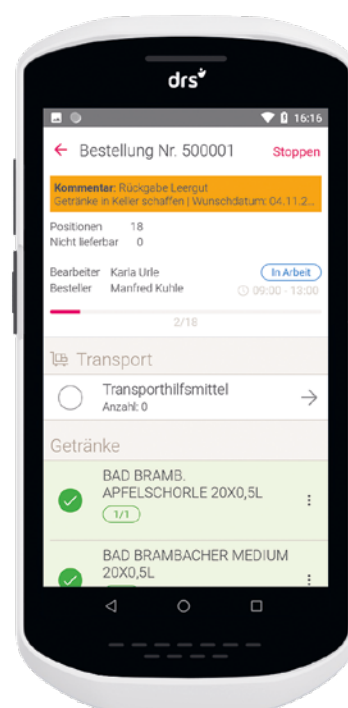
Uli Schäfer: Die meisten Kunden aus dem Lebensmitteleinzelhandel kommen aus Deutschland und Österreich. Zurzeit arbeiten wir auch für einen großen Kunden in Südafrika, für die SPAR-Kette. Grundsätzlich gehen wir mit unseren Kunden überallhin, wo sie

haben die Firma zusammen mit weiteren Investoren gegründet. Wir verfügen beide über profunde Erfahrung im Einzelhandel und wollten diesen auch zu 100% fokussieren. 2019 haben wir den Hamburger Softwareentwickler Superdata übernommen, um das traditionelle Handelsgeschäft, das einen Digitalisierungs- und Innovationsrückstau hatte, mit Technologien und Vorgehensweisen aus dem Onlinebereich zu versorgen. Der Zusammenschluss mit Superdata hat wichtige Synergien freigesetzt und war eine klassische Win-win-Situation für beide Seiten. Wir haben uns von Anfang an konsequent auf die Segmente Lebensmitteleinzelhandel, Dro-

che Ansätze für Innovationen und die Weiterentwicklung des Unternehmens erarbeitet. Daran werden wir weiterarbeiten. Jetzt ist es unsere Aufgabe, eine entsprechende übergeordnete Strategie auf dieser Basis zu entwickeln. Der Grundstein ist gelegt.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihre Vision für die DRS?

Andreas Nebel: Wir möchten unsere Relevanz am Markt weiter ausbauen. Wenn ein Händler eine Lösung braucht, soll er an uns denken. Dazu haben wir mit unseren aktuellen Lösungen bereits eine solide Basis geschaffen. In der IT wird sich in den nächsten



Onlinebestellungen werden in der Filiale zur Abholung oder Lieferung kommissioniert

Jahren noch vieles ändern, im Betrieb der Lösungen und auch bei den Technologien. Wir müssen mit unseren Applikationen vorne dabei sein und unseren Kunden immer frühzeitig neue Möglichkeiten und Lösungen für zukünftige Handelsszenarien anbieten können.

„Produktqualität ist unsere große Stärke!“



Die Erfahrung von 110 Jahren gepaart mit höchstem Qualitätsanspruch und unbändigem Innovationsdrang – das ist die Kompetenz der Ortlieb Präzisionssysteme GmbH & Co. KG. Das Unternehmen aus dem schwäbischen Zell unter Aichelberg in der Nähe von Stuttgart überzeugt Kunden auf der ganzen Welt seit vielen Jahrzehnten durch ausgereifte und durchdachte Lösungen für Spanntechnik und Antriebstechnik.

Im Bereich der Antriebstechnik zählt die Ortlieb Präzisionssysteme GmbH & Co. KG zu den Hidden Champions. „Die Breite unseres Produktportfolios ist konkurrenzlos“, erläutert Geschäftsführer Dipl.-Wirt.-Ing. (FH) Dirk Laubengeiger. In der Sparte Werkstückspanntechnik finden sich große Namen als Wettbewerber. Bei der Werkzeugspanntechnik gehört Ortlieb zu den kleineren Anbietern, ist hier aber durch Topprodukte und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ebenbürtig. Die Kombination der drei Kompetenzfelder macht Ortlieb einzigartig auf dem Markt. Der Fokus der Aktivitäten liegt heute auf der Antriebstechnik. „Hier bieten wir ein großes Leistungsspektrum von kleiner bis großer Kraftübertragung“, sagt Dirk Laubengeiger. „In der Bearbeitung von Anfragen sind wir sehr schnell. Wir nutzen bewährte Baugrößen und adaptieren diese dann an die Systeme unserer Kunden. Dabei sind wir durchaus auch an kleinen Stückzahlen interessiert.“ Das Sortiment in der

Werkzeugspanntechnik umfasst SK- und HSK-Spannsätze sowie automatische Federspanner. Gleitringe aus Keramik sorgen für eine hohe Verschleißfestigkeit. „Bei der Werkstückspannung ist die Produktqualität unsere große Stärke“, betont der Geschäftsfüh-

rer. „Neben Spannfütern und den passenden Spannköpfen sind die Rubberflex-RFC-Spannzangen, die auch in den bekannten Schnellspannfütern eingesetzt werden können, ein Alleinstellungsmerkmal.“



Hightech-Antriebstechnik: Servo-elektrische Presse zur Herstellung von Steckkontakten

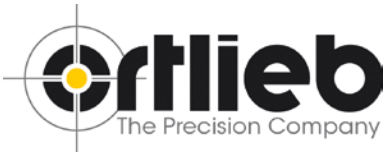
Interview mit



*Dipl.-Wirt.-Ing. (FH)
Dirk Laubengeiger,
Geschäftsführer
der Ortlieb Präzisionssysteme
GmbH & Co. KG*

Weiter internationalisieren

Das 1911 gegründete Unternehmen hat über Jahrzehnte spanntechnische Lösungen für Werkzeug- und Werkstückspannung hergestellt. Im Jahr 2000 kam die Antriebstechnik als weitere Produktparte dazu. „Hier werden sogenannte Planeten-Wälz-Gewindespindeln eingesetzt“, so der Geschäftsführer. „Für dieses vom DLR entwickelte Produkt haben wir die Lizenz erworben. Wir sind einer der wenigen Anbieter, die PWG komplett selbst fertigen: in elf verschiedenen Größen und mehreren Baureihen von Elektrozyindern. Das ist eine sehr saubere, grüne Technologie. Später haben wir die Antriebstechnologie der PWG mit Werkzeugspannsystemen kombiniert – so ist die elektromechanische Löseeinheit EML entstanden. Mit ihr kann man zum Beispiel den Spannzustand über die Aufnahme des Motorstroms messen. Das ist besonders für Anwendungen von Industrie 4.0 interessant.“ Die heute der Wilhelm-Narr-Stiftung gehörende Ortlieb Präzisions-



KONTAKTDATEN

Ortlieb Präzisionssysteme
GmbH & Co. KG
Jurastraße 11
73119 Zell unter Aichelberg
Deutschland
☎ +49 7164 797010
✉ +49 7164 7970151
info@ortlieb.net
www.ortlieb.net



Modernste Werkstück- und Werkzeugspanntechnik. Spannfutter 'Spannax' für die Außenspannung und HSK-Spannsatz mit Keramikbeschichtung für bessere Verschleißfestigkeit

systeme GmbH & Co. KG beschäftigt aktuell 76 Mitarbeiter. Der Jahresumsatz liegt bei zehn Millionen EUR. Kunden von Produkten der Antriebstechnik sind Maschinenhersteller, die oft auch Sondermaschinen fertigen oder Automatisierungslösungen anbieten. Händler sowie einige OEMs bilden das Kundensegment bei der Spanntechnik. Ein Großteil der Kunden hat seinen Sitz in Deutschland. In der Antriebstechnik vermarktet Ortlieb die Produkte über 40 Handelspartner weltweit, unter anderem in Asien und Südamerika. „In den kommenden Jahren möchte ich die-

ses internationale Geschäft noch weiter ausbauen“, verdeutlicht Dirk Laubengeiger. „Das werden wir aber behutsam und mit einem Fokus auf den europäischen Markt angehen. Wir überzeugen durch Kundennähe, Flexibilität, Innovationskraft und unsere Reaktionsgeschwindigkeit. Außerdem liefern wir schnell und haben die gesamte Wertschöpfungskette im Haus. Eine weitere Kompetenz von uns sind die individuellen Lösungen.“ Großes Augenmerk richtet Ortlieb auch auf die Digitalisierung, wie Dirk Laubengeiger anmerkt: 'Predictive maintenance' ist mittels Sensorik möglich. Hier

kommt es aber auf die individuelle Interpretation der gewonnenen Messwerte an. Besonders interessant ist diese Technologie, wenn Antriebe in verketteten Produktionsanlagen eingesetzt werden.“ Der vor drei Jahren bei Ortlieb eingetretene Geschäftsführer

pflügt einen wertschätzenden Führungsstil und konnte dadurch die starke Personalfuktuation stoppen. Zusammen mit seinem Team möchte er nun die Antriebstechnik auch mit neuen Produkten auf das gleiche Level wie die Spanntechnik bringen.



Nachhaltig, kundenorientiert und vielfältig

Die Herausforderungen durch Klimawandel und Energiewende machen vor regionalen Energieversorgern nicht halt. Neue Bereiche wie E-Mobilität, Klimaschutz beim Gas oder nachhaltiger Nahverkehr sind Aspekte, die auch die Stadtwerke Oberkirch GmbH umtreiben und für die langfristig Lösungen bereitgestellt werden müssen. Ziel soll es sein, die Lebensqualität der Menschen vor Ort umweltorientiert und nachhaltig zu garantieren.



Mit Bürgerbeteiligungen können neue Lösungen im Bereich erneuerbare Energien umgesetzt werden

Wirtschaftsforum: Herr Füssgen, welche wichtigen Entwicklungen haben Sie in den letzten Jahren erfahren?

Erik Füssgen: Die große Herausforderung der letzten Jahre ist die Energiewende und damit verbunden natürlich auch der Klimaschutz. Dadurch sind unsere Geschäftsbereiche vielfältiger geworden, denken Sie nur an die wachsende E-Mobilität oder den öffentlichen Nahverkehr. Letzterer muss unter dem Aspekt des Klimaschutzes betrachtet werden. Als Energieversorger haben

wir uns hin zu einem Dienstleister entwickeln müssen. Unsere Aufgaben sind zwar vielfältiger geworden, aber gleichzeitig haben sich die Absatzmengen reduziert.

Wirtschaftsforum: Wie sind Sie heute aufgestellt?

Erik Füssgen: Wir sind ein kundenorientierter Dienstleister mit einem großen Portfolio von Strom, Gas, Wasser, Wärme, Mobilität und Nahverkehr bis hin zur Parkhausbewirtschaftung. Wir bieten alles über unseren Stand-

ort in Oberkirch an und wachsen dabei auch in die Region hinein.

Wirtschaftsforum: Wie stellen sich die Stadtwerke in Zahlen dar?

Erik Füssgen: Wir beschäftigen aktuell 40 Mitarbeiter und haben einen Umsatz von 22 Millionen EUR. Aktuell betreuen wir 21.000 Bürger. Durch nachhaltiges Agieren mit räumlicher Nähe zum Kunden können wir leichte Steigerungen bei den Kundenmengen verzeichnen. Wir sind unterstützend und beratend tätig und tauschen uns mit unseren Kunden in verschiedenen Bereichen aus. Wir sind auch Netzbetreiber – unsere Leistungen sind nach wie vor leitungsbasiert. Die Energiebelieferung geht nicht über eine Cloud und der physische Kontakt zum Kunden ist uns wichtig.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie?

Erik Füssgen: Durch den Fachkräftemangel müssen wir mithilfe wachsender Verbände Fachkapazitäten erhalten und räumlich wachsen, etwa bei der Trinkwas-

Interview mit



Erik Füssgen,
Geschäftsführer
der Stadtwerke Oberkirch GmbH

erversorgung. Durch die Liberalisierung des Marktes hat sich zudem ein Wettbewerb entfacht, doch durch unser nachhaltiges Handeln werden wir von unseren Kunden geschätzt, sodass wir eine gute Kundenbindung haben. Aktuell sind die steigenden Energiepreise eine echte Herausforderung. Wir müssen die Eigenversorgung ausbauen, bei uns durch die Stärkung von Photovoltaik und Windkraft. Wir konnten in der Marktliberalisierung bestehen, doch nun stehen wir vor einer ganz neuen Herausforderung: Wie gehen wir in Krisenzeiten mit Energiepreisen um, um Abhängigkeiten zu reduzieren?

Wirtschaftsforum: Was wäre Ihre Botschaft an die Politik?

Erik Füssgen: Es muss eine Entbürokratisierung stattfinden. Die Überregulierung muss abgebaut werden, sodass wir uns im Tagesgeschäft auf innovative Entwicklungen konzentrieren



Die Stadtwerke Oberkirch möchten sich für ihre Mitarbeiter engagieren getreu dem Motto: Jeder Kollege kann auch ein Kunde sein

KONTAKTDATEN

Stadtwerke Oberkirch GmbH
Appenweierer Straße 54
77704 Oberkirch
Deutschland

+49 7802 91780

+49 7802 9178499

kundenservice@sw-oberkirch.de

www.stadtwerke-oberkirch.de

können. Eminent wichtig ist eine intelligente Digitalisierung in der gesamten Versorgung, und zwar übergreifend. Meine Vorstellung wäre ein Flatstromtarif, der intelligent gesteuert wird, sodass im Hintergrund intelligente Netzlösungen greifen können.

Wirtschaftsforum: Wie entwickelt sich Ihr Portfolio?

Erik Füssgen: Es wird zunehmend breiter und komplexer. Heute ist die E-Mobilität sehr wichtig, die stark gefördert wird. Hier sehen wir eine weiter steigende Nachfrage

Wirtschaftsforum: Welche Zielgruppen sprechen Sie an?

Erik Füssgen: Unsere Kundenbeziehungen richten sich auf Arbeitnehmer, die unsere Dienstleistungen bezahlen, aber Kinder sind ebenso wichtig, sind sie doch unsere späteren Fachkräfte und Kunden, die die Energiewelt mitgestalten werden. Zunehmend rücken Rentner in den Fokus, die

sich E-Mobilität und Eigenerzeugung des Stroms leisten können.

Wirtschaftsforum: Was sind Gründe für Ihren Erfolg am Markt?

Erik Füssgen: Unsere Kunden- nahе ist wichtig. Sie ergibt sich räumlich und durch die Vielfältigkeit des Portfolios. Wir werden als nachhaltiger und erreichbarer Dienstleister wahrgenommen.

Wirtschaftsforum: Wie sieht es bei Ihnen mit dem Fachkräftemangel aus?

Erik Füssgen: Bisher konnten wir alle Positionen besetzen, aber ich

stelle fest, dass der Bildungsbereich Handwerk und Technik stark vernachlässigt wurde. Der Mainstream meinte lange Zeit, ein Studium müsse sein, doch dies führte in der Energieversorgung zum Fachkräftemangel. Ich glaube, dass sich diese Problematik eher noch verstärken wird. Da müssen wir unbedingt gegensteuern.

Wirtschaftsforum: Wie beschreiben Sie Ihre Unternehmenskultur?

Erik Füssgen: Wir tun viel für Gesundheit, Ausgeglichenheit, Transparenz und eine offene Kommunikation. Wir haben die Mission entwickelt, dass wir uns

für den Kollegen genauso engagieren wie für den Kunden. Auch der Kollege kann Kunde sein.

Wirtschaftsforum: Wie geht es in den nächsten Jahren weiter?

Erik Füssgen: Wir wollen die wachsenden Herausforderungen meistern. Erneuerbare Energie in Form von Photovoltaik und Windkraft wird ein großes Thema werden und wir wollen als Unternehmen einen wesentlichen Beitrag in der Region leisten. Es braucht größere Speicherbänke, um regionale Energie zu speichern und ein vernünftiges Kostenniveau zu halten. Wir möchten unsere Mitarbeiter begeistern, genau wie auch unsere Kunden.



Vom Energieversorger zum Dienstleister – die Stadtwerke Oberkirch sind rund um die Uhr für die Belange der Kunden da



Das Unternehmen ist selber mit einer E-Auto-Flotte unterwegs und fördert die E-Mobilität in der Region

Keine heiße Luft: Gase für alle Branchen

Der Name 'Sauerstoffwerk Friedrichshafen GmbH' lässt zwar vermuten, dass das Unternehmen ausschließlich Sauerstoff produziert, doch sein Portfolio ist mit etlichen technischen und medizinischen Gasen weitaus umfassender und bedient Kunden aus etlichen Branchen. Wir sprachen mit Sebastian Holz, bei SWF verantwortlich für die strategische Geschäftsentwicklung, über 'maßgeschneiderte' Gase, die Bedeutung grüner Gase für die Energiewende und ganz traditionelle Werte.

Wirtschaftsforum: Herr Holz, der Firmenname 'Sauerstoffwerk Friedrichshafen' legt nahe, dass Ihr Unternehmen ausschließlich Sauerstoff in Friedrichshafen produziert – doch Ihr Portfolio umfasst noch viel mehr, oder?

Sebastian Holz: Ja, wir stellen eine Vielzahl an technischen Gasen her – unser Portfolio reicht von Luftgasen, zum Beispiel Luft, Argon, Kohlendioxid und Helium, über Propan-Flüssiggase, Ammoniak, Chlor und etliche weitere Gase bis hin zu Wasserstoff. Ein weiterer Bereich ist die Produktion von Gasen für die Gesundheitsbranche, die mit neuen Anwendungsbereichen einen Wachstumsmarkt darstellt. Der dritte Bereich, in dem wir aktiv sind, ist der Lebensmittelmarkt, wo es um die Verpackung von Lebensmitteln geht, um Schockfrostung mittels flüssigem Stickstoff oder CO₂. Etwas buchstäblich Spezielles bieten wir außerdem mit der Bereitstellung von Spezialgasen in den verschiedensten Mischungen – wir haben ein sehr gutes Labor,

das es uns ermöglicht, genaue Mischungen, etwa für die exakte Kalibrierung von Messgeräten, herzustellen. Und das gesamte Portfolio produzieren wir inzwischen auch an unserem Standort in Bielefeld.

Wirtschaftsforum: Sehen Sie die Produktion von Spezialgasen gegenüber den anderen Bereichen bei SWF eher als Projektgeschäft?

Sebastian Holz: Tatsächlich ist im Bereich Spezialgase die Fluktuation höher, hier liefern wir nicht so regelmäßig wie bei den technischen Gasen. Trotzdem ist das

für uns kein Projektgeschäft. Vom Umsatz her ist dieser Bereich kleiner, dafür aber eben von den Produkten her maßgeschneidert und besonders.

Wirtschaftsforum: Welche Bereiche, denken Sie, könnten in Zukunft wichtig werden?

Sebastian Holz: Einerseits ist das sicher der Medizin- und Arzneimittelbereich. Zum anderen nimmt die Nachfrage nach sogenannten grünen Gasen zu, vor allem auch die CO₂-neutrale Herstellung von technischen Gasen: Sauerstoff, Stickstoff und gerade auch Was-

Interview mit



Sebastian Holz,
*Strategische Geschäftsentwicklung
der Sauerstoffwerk Friedrichshafen GmbH*

serstoff als Potenzialträger für Energiespeicherung, Transport, für die Mobilität und andere energieintensive Anwendungen. Hier wollen wir uns als regionaler Versorger aufstellen.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Kunden und was schätzen sie an der SWF?

Sebastian Holz: Wir sind ja in sehr vielen Bereichen tätig und haben daher auch ein breites Kundenspektrum – aus dem produzierenden Gewerbe, der Pharmabranche, dem Verbraucherbereich, der Landwirtschaft, der Chipindustrie, der Elektronikbranche und der Mobilitätsbranche. Dennoch verfügen wir über Alleinstellungsmerkmale; wir erzeugen und versorgen unsere Kunden mit HILOX und verfügen über einige Zulassungen von Medizinprodukten und Arzneimitteln. Außer unserem breiten Portfolio haben wir bestimmte Werte, die die Grundlage unseres Erfolges bilden: Wir sind als kleinerer Player in einem Oligopolmarkt sehr agil – so ha-

Die Luftzerlegungsanlage Bielefeld gehört zur Sauerstoffwerk Friedrichshafen GmbH



ben wir bereits bewiesen, dass wir innerhalb von Stunden eine Notversorgung mit Gasen aufbauen können. Das ist ein großer Vorteil. Zudem setzen wir auf Nähe: eine enge, persönliche Beziehung zum Kunden, was uns wiederum viele Empfehlungen über Mundpropaganda einbringt. Nicht zuletzt ist Vertrauen wichtig: Wir sind kein Verkäufer, sondern ein Versorger – wir versorgen unsere Kunden

mit Gasen. Hier sind Qualität und Liefertreue entscheidend. Auf uns können sich unsere Kunden verlassen, und das wissen sie.

Wirtschaftsforum: Wo möchten Sie die SWF in den nächsten Jahren sehen?

Sebastian Holz: Wir wollen uns zu einem nachhaltigen Versorger entwickeln, das Portfolio grüner



und nachhaltiger gestalten und die Energiewende mittragen, indem wir zum Beispiel ein starker regionaler Versorger für die Wasserstoff-Infrastruktur werden.

KONTAKTDATEN

Sauerstoffwerk Friedrichshafen GmbH
Colsmanstraße 11
88045 Friedrichshafen
Deutschland
☎ +49 7541 9290
✉ +49 7541 929102
info@swffn.de
www.swffn.de

Unternehmensprofil auf Wirtschaftsforum.de anlegen

- Registrieren Sie Ihr Unternehmen kostenlos
- Stellen Sie Ihre Produkte vor
- Erhöhen Sie die Reichweite im Internet

Hier kostenlos registrieren

Wirtschaftsforum - wir nehmen Wirtschaft persönlich.

„Jedes Unternehmen muss sich mit Automatisierung beschäftigen“

Ob beim Transport von kompletten Messeständen oder kleinen Pappaufstellern: Die Staci-Gruppe gilt als ausgewiesener Experte für Logistiklösungen im Werbemittelmarkt. Gerne möchte das Unternehmen seine Expertise in Zukunft einem noch breiteren Marktsegment anbieten. Mit Wirtschaftsforum sprach Staci Deutschland-Chef Andreas Palmen über die diesbezüglichen Ambitionen seines Unternehmens und die Herausforderungen der Automatisierung.

Interview mit
Andreas Palmen,
Geschäftsführer
der Staci Deutschland
GmbH



Wirtschaftsforum: Herr Palmen, Ihr Unternehmen bietet maßkonfigurierte Lösungen für eine agile Supply Chain an. In welchem Marktsegment bewegen Sie sich mit diesem Ansatz?

Andreas Palmen: Die Staci-Gruppe verfügt über mehr als 60 Niederlassungen in Europa und Nordamerika und hat sich auf Logistiklösungen für den Werbemittelmarkt spezialisiert. Unsere Kernkompetenz liegt also

im Umgang mit sämtlichen Marketingmaterialien, die in diesem Segment alltäglich anfallen: vom kleinen Sticker über gebrandete Strandkörbe oder Sonnenschirme für die Außengastronomie bis hin zu kompletten Messeständen.

Wirtschaftsforum: Wodurch unterscheiden Sie sich dabei von anderen Logistikanbietern?

Andreas Palmen: Speditionsunternehmen haben sich eher auf den Transport von großen, unförmigen Gegenständen spezialisiert, E-Commerce-Unternehmen

und Standardlogistiker hingegen eher auf kleine Sendungen. Unser Alleinstellungsmerkmal besteht in der Möglichkeit, den Transport von sämtlichen Artikeln mit schier beliebiger Größe im Rahmen einer einzigen Bestellung abzuwickeln und unserem Kunden damit eine Werbelogistiklösung aus einer Hand anzubieten. So können wir uns problemlos an die individuellen Anforderungen des jeweiligen Kundenprojektes anpassen und die gesamte von ihm benötigte Ware direkt an seinen Point of Sale oder seinen Event-Stand liefern – den eigentlichen Stand natürlich inklusive.

Wirtschaftsforum: Welche Veränderungen nehmen Sie im Markt für Werbematerialien und bei der Gestaltung von Event-Ständen derzeit wahr?

Andreas Palmen: Aktuell basiert ein großer Teil der zum Einsatz kommenden Werbeatikel immer noch auf Printmedien. Die zunehmende Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten macht jedoch selbstverständlich auch vor diesem Markt nicht halt, und ohne Zweifel können wir hier ein klares Umdenken erkennen: Niemand will mehr eine überzogene Anzahl an Werbemitteln für ein Produkt herstellen lassen und hinterher einen großen Teil wieder



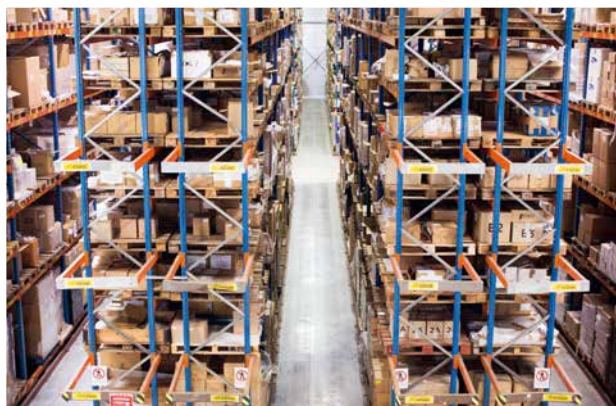
KONTAKTDATEN
Staci Deutschland GmbH
Theatinerstraße 11
80333 München
Deutschland

+49 89 415550000
www.de.staci.com





Lagerbereiche in einem der Standorte von Staci



vernichten müssen. Dank unserer agilen Strukturen sind wir dabei besonders gut in der Lage, hier auf einen stärker am tatsächlichen Bedarf orientierten Ansatz zu reagieren. Gleichzeitig nehmen digitale Medien an Messeständen immer mehr Raum ein, da sie eine bessere Darstellung vernetzter Informationen ermöglichen als herkömmliche Pappaufsteller. Auch in diesem Segment engagiert sich die Staci-Gruppe in einigen ihrer Märkte bereits; Deutschland wird hier in Bälde folgen.

Wirtschaftsforum: Werden auch Ihre Warehouses immer digitaler – und stärker automatisiert?

Andreas Palmen: Vor meiner Tätigkeit für Staci habe ich das erste

automatisierte Lager für den Lebensmittellieferservice der Rewe Digital GmbH entwickelt und aufgebaut – ich blicke also auf eine langjährige Erfahrung in diesem Themenbereich zurück und bin überzeugt, dass sich jedes Unternehmen unbedingt damit beschäftigen muss. Das hängt auch mit dem zunehmenden Fachkräftemangel zusammen, der insbesondere bei qualifizierten Lagermitarbeitern zu spüren ist. Aus diesem Grund sind weitere Wachstumsschritte oft nur durch eine stärkere Automatisierung von Prozessen darstellbar. Gleichzeitig stößt die Automatisierung jedoch an gewisse natürliche Grenzen.

Wirtschaftsforum: Welche Grenzen sind das?

Andreas Palmen: Den Transport eines Pappaufstellers und ähnlicher Artikel, die conveyable sind, kann man vergleichsweise leicht automatisieren; den Transport eines gebrandeten Sonnenschirms oder ähnlicher Produkte mit Übermaßen dagegen nicht. Einige unserer Lagerhäuser in Europa verfügen bereits über eine Teilautomatisierung für Kleinteile, und wir sehen hier auch weiteres Potenzial an unseren Standorten. Die spezifische Ausgestaltung hängt jedoch stark vom jeweiligen Kunden und seinem Produktspektrum ab. Manchmal liegt der Schlüssel zu einer größeren Effizienz auch in der Automatisierung einzelner Prozesse: Bei Print-on-Demand-Aufträgen stellt sich beispielsweise die Frage, wie man ein Produkt aus einer Produktionslinie am besten in ein logistisches Element überführen und verpacken kann. Ebenso lassen sich bei der Verpackung durch

eine verstärkte Automatisierung echte Effizienzgewinne erzielen: Dort kommt bei uns mittlerweile eine Maschine zum Einsatz, die die jeweiligen Kartonagen bestellgenau zuschneidet und verklebt, sodass wir die Menge des benötigten Füllmaterials erheblich reduzieren konnten.

Wirtschaftsforum: Welche Themen stehen außerdem auf der Agenda von Staci?

Andreas Palmen: Wir möchten unsere spezifische Expertise gerne auch über den Werbemittelmarkt hinaus anbieten. Derzeit übernehmen wir beispielsweise im Auftrag eines medizinischen Dienstleisters die Kommissionierung und den taggleichen Versand von Blutzuckermessgeräten für Diabetes-Patienten. Hier sehen wir für die Zukunft weiteres Potenzial für eine verstärkte Marktnachfrage nach unserem spezifischen Know-how.

„Die Reise geht in Richtung IoT!“

Interview mit
Stephan Demianiw,
Director of Sales EMEA,
Prokurist
der Data I/O GmbH

Die Data I/O Corporation ist weltweit führend, wenn es um Programmiersysteme und sichere Programmierlösungen für Flash, Flash-Speicher-basierte intelligente Bausteine und Microcontroller geht. Wir, die Data I/O GmbH aus Gräfeling bei München, tragen unseren Teil zu dieser Erfolgsgeschichte bei. Das Unternehmen, im Ursprung aus den USA stammend, verfügt über jahrzehntelange Erfahrung und bedient Kunden aus allen Branchen. Sämtliche Lösungen sind leistungsstark, zuverlässig und wirtschaftlich und ermöglichen die Programmierung großer Stückzahlen auf höchstem Niveau. Dabei unterstützt die in allen Geräten eingesetzte und bewährte Programmier-Engine zehntausende von Bausteinen. Zahlreiche Optionen erfüllen höchste Anforderungen an Qualität und Rückverfolgbarkeit.

„Mit unseren Programmierautomaten werden elektronische Bausteine programmiert, zum Beispiel Microcontroller, SD-Karten und Sicherheitsbausteine“, beschreibt Stephan Demianiw, Director of Sales EMEA und Prokurist der Data I/O GmbH, die Systeme. „Die Bausteine werden dem Programmierautomaten auf Trays oder Rollen zugeführt, Data I/O liefert die Systeme und die passenden Programmieralgorithmen.“ Kunden von Data I/O sind Programmiercenter, Elektronik-Lohnfertiger und OEMs. Rund 60% der programmierten Bausteine werden in der Automotivindustrie eingesetzt. Weitere Branchen sind Industrie, Consumer Electronics und Medizintechnik. Vom Standort Gräfeling aus wird neben dem deutschen Markt, der rund die Hälfte des Umsatzes ausmacht, auch der europäische Markt und Nordafrika bedient. „Von Deutschland aus sind wir für ganz Europa und Nordafrika zuständig“, sagt Stephan Demianiw. „Sehr stark sind wir auch in

Programmiersystem mit embedded Provisionierung: PSV7000 & SentiX



Pick & Place Head: PSV7000

Osteuropa, vor allem in Ungarn, Tschechien und der Slowakei.“

Vor 50 Jahren gegründet

Gegründet wurde Data I/O vor genau 50 Jahren in den USA. Von Beginn an setzte das Unternehmen auf das Programmieren von

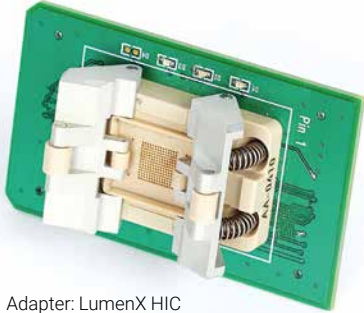
elektronischen Bausteinen. Zunächst ging es um kleine manuelle Geräte in großen Stückzahlen, im Laufe der Jahre erfolgte die Umstellung auf Programmierautomaten. Heute verfügt die als Aktiengesellschaft geführte Data I/O weltweit über drei Standorte. Am

Hauptsitz im US-amerikanischen Redmond sowie im chinesischen Shanghai werden die Programmierautomaten hergestellt. In Gräfeling sind Vertrieb, Service und Teile der Entwicklung angesiedelt. Von den insgesamt 100 Beschäftigten an den drei Standorten arbeiten 16 in Deutschland. „In unserer Nische sind wir der Marktführer“, betont Stephan Demianiw. Um weitere Interessenten anzusprechen, präsentiert sich das Unternehmen auf Fachmessen wie der Productronica in München sowie der embedded world in Nürnberg. „Kunden und Interessenten finden auf der neu gelaunchten und dem Design der beiden anderen Standorte angepassten Website zielgruppengenaue Produktinformationen. So können alle Programmierbausteine, die auf den Systemen unterstützt werden, über die Device Support-Suche inklusive ausführlicher Informationen gesucht und neue angefragt werden“, nennt der Prokurist weitere Marketingaktivitäten. „Darüber hinaus sind wir in Social Media wie LinkedIn



KONTAKTDATEN

Data I/O GmbH
Am Haag 10
82166 Gräfelfing
Deutschland
☎ +49 89 858580
✉ +49 89 8585810
info@data-io.de
www.data-io.de



Adapter: LumenX HIC

präsent, organisieren Webinare und halten Vorträge auf Veranstaltungen.“ Als ohnehin digital aufgestelltes Unternehmen hat Data I/O die Auswirkungen von Corona kaum wahrgenommen. Stephan Demianiw: „Wir arbeiten mit Teams und auf gemeinsamen Servern. Daher gab es durch Corona intern für uns keine strukturellen Veränderungen. Neu waren Remoteinstallationen unserer Programmierautomaten bei Neu- und Bestandskunden, die unser Serviceteam intensiv begleitet hat.“

Schnelle Zyklen

„Wir als Weltmarktführer sind drei- bis viermal größer als der nächstfolgende Wettbewerber“, nennt Stephan Demianiw eine der vielen Stärken von Data I/O. „Wir sind eine Aktiengesellschaft und wir haben Cash. Es gibt uns bereits seit einem halben Jahrhundert und wir werden auch in Zukunft auf dem Markt sein. Wir sind ein verlässlicher Partner mit der Spezialisierung auf Bausteine für Automotive. Weil wir extrem

zuverlässig sein müssen, testen wir unsere Automaten und die damit programmierten Bausteine unserer Kunden auf Herz und Nieren. Dank unserer drei Standorte können wir weltweit agieren und bieten unseren Kunden einen 24/6-Service.“ Zu den weiteren Stärken zählt sicherlich auch eine Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien, direkter Kommunikation und Flexibilität gegenüber dem Kunden. „Die Anforderungen steigen weiter und bei der Automobilindustrie verdoppelt sich die Software ungefähr alle drei bis vier Jahre. Die Reise geht in Richtung IoT und der Einbettung von Schlüsseln und Zertifikaten bereits während der Programmierung der Bausteine“, ist sich der Prokurist sicher. „Im Rahmen von Industrie 4.0 werden wir in die Systeme unserer Kunden eingebunden werden.“

SPITZENKLASSE!

Wirtschaftsforum.de gehört jetzt schon zu den

3.000

relevantesten Domains

im SEO Ranking in Deutschland.

(Quelle: XQVI - Stand: Juni 2021 - über 16 Mio. Domains im Ranking)

WIRTSCHAFTSFORUM

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Hotel- und Gastronomiebedarf 360 Grad

Kaum eine Branche hat in den vergangenen Jahren so gelitten wie die Gastronomie und Hotellerie. Die Erwin Müller Group aus Wertingen in Deutschland ist seit Jahrzehnten ein zuverlässiger Partner und Pionier der Branche. Das Unternehmen hat die Pandemiezeit genutzt, um seine strategische Ausrichtung und Markenarchitektur auf die veränderten Anforderungen des Marktes anzupassen. Wir sprachen mit Tobias Steinbacher, seit 2020 Mitglied des Vorstands der E. M. Group Holding AG, über Digitalisierung und Nachhaltigkeit als Treiber und Innovator des Geschäfts sowie über die zukünftigen Pläne der Gruppe.

Wirtschaftsforum: Herr Steinbacher, die EM Group hat sich vom Kataloganbieter für Hotelwäsche zu einem der führenden Multi-Channel-Komplettanbieter für Hotellerie- und Gastronomiebedarf entwickelt. Auf welchen Säulen steht das Geschäft heute?

Tobias Steinbacher: Das Geschäftsmodell E-Commerce boomt. Der stationäre Einzelhandel dagegen hat in den vergangenen Jahren gelitten. Wir haben die Zeit für eine strategische Neuausrichtung genutzt und eine stringente Markenarchitektur entwickelt. Heute bündeln wir unter unserer Dachmarke 'LUSINI' alle unsere Onlineaktivitäten. Dabei ist LUSINI am Markt bereits zu einem Leistungsversprechen für Qualität, Verfügbarkeit und Innovation geworden.

Wirtschaftsforum: Das heißt, die Digitalisierung ist ein entscheidender Treiber Ihres Geschäfts?

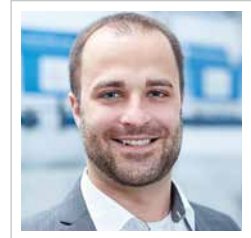
Tobias Steinbacher: Absolut. Hier haben wir früh, vor vielen anderen Anbietern, die Zeichen der Zeit

erkannt und eine Multi-Channel-Strategie aufgesetzt. Das war und ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für uns. Aktuell sind wir dabei, einen Marktplatz mit starken Partnermarken aufzubauen. Unser Ziel ist es dabei, durch Partner, zum Beispiel für Großküchengeräte, unser Sortiment sinnvoll und bedarfsgerecht für unsere Kunden zu erweitern. Darüber hinausgehend möchten wir ein digitales Ökosystem aufbauen. Nach wie vor ist unsere Zielgruppe nicht ausreichend

digitalisiert. Hier gibt es die unterschiedlichsten Ansatzpunkte, zum Beispiel Marketing im Social Media-Bereich, digitale Sitzplatzreservierung oder digitale Kassensysteme. Gastronomen haben eine Leidenschaft für Kochen und Gäste – nicht für Businesspläne. Hier können wir als erfahrener Partner mit einem ganzheitlichen Portfolio individuell und effizient unterstützen.

Wirtschaftsforum: Welche Marken umfasst das Portfolio der EM Group heute?

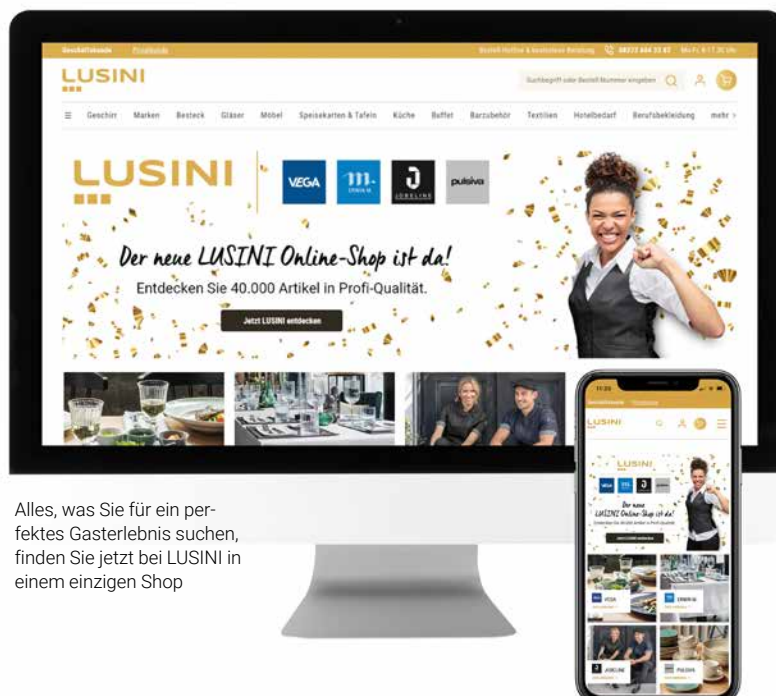
Interview mit



*Tobias Steinbacher,
Mitglied des Vorstands
der E. M. Group Holding AG*

Tobias Steinbacher: Unter der Dachmarke LUSINI sind unsere Produktmarken VEGA, ERWIN M., JOBELINE und PULSIVA vereint. Hinzukommen aber ebenfalls – wie oben erwähnt – weitere Partnermarken. Dabei sind alle Marken für uns von großer Bedeutung, denn unser Gesamtpaket, das wir anbieten, macht den Erfolg aus. Unsere Kunden schätzen vor allem aber auch unsere partnerschaftliche Beratung.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt das Thema Nachhaltigkeit für die EM Group?



Alles, was Sie für ein perfektes Gasterlebnis suchen, finden Sie jetzt bei LUSINI in einem einzigen Shop



LUSINI



Mit den nachhaltigen Produkten der LUSINI sind Sie im Take-away-Sektor bestens ausgestattet

Tobias Steinbacher: Wir gehen Themen immer grundsätzlich an. Deshalb haben wir zunächst eine Wesentlichkeitsanalyse gemacht und definiert, welche Bereiche sich am stärksten auf die Nachhaltigkeit auswirken und wofür am Markt eine Zahlungsbereitschaft besteht. CO₂-Neutralität der Produkte und der Verpackung ist hier nur ein Aspekt. Unsere Kunden müssen vor allem auch an ihre Gäste kommunizieren, dass sie klimaneutral sind. Wir selbst setzen bereits viele recycelbare Materialien in der Verpackung ein, verlagern viele Prozesse aus Asien wieder nach Europa und überprüfen unsere Lieferanten und Produzenten auf nachhaltige Aspekte. Wir arbeiten mit Photovoltaik und setzen einen Elektro-Fuhrpark ein.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie die EM Group heute am Markt, im Vergleich zu anderen Anbietern?

Tobias Steinbacher: Die Branche leidet nach wie vor. Wir performen

trotzdem überdurchschnittlich. Das zeigt, dass wir mit unseren Lösungen die Bedürfnisse unserer Kunden treffen. Wir haben die vergangenen zwei Jahre, die sicherlich die herausforderndsten in unserer Unternehmensgeschichte waren, genutzt, um uns komplett zu hinterfragen und zu refokussieren. Die Krise hat bei uns wie ein positiver Katalysator gewirkt. Jetzt sind wir wieder bereit für Wachstum.

Wirtschaftsforum: In welchen Marktsegmenten und Regionen erwarten Sie für die kommende Zeit vielversprechende Wachstumsperspektiven?

Tobias Steinbacher: Die Urlaubsregionen waren stark von der Coronakrise betroffen, genauso wie der Sektor der Geschäftsreisen. Eine Ausnahme ist zum Beispiel die Schweiz. Das Land geht anders mit den Restriktionen um und hat hervorragend performt. Grundsätzlich sind Fernreisen seltener geworden und wir erleben



KONTAKTDATEN

E. M. Group Holding AG
Hettlinger Straße 9
86637 Wertingen
Deutschland
☎ +49 8272 807100
✉ +49 8272 807131
beruflicheheimat@em-group.de
www.em-group.de

lerie. Gleichzeitig entwickeln die Bereiche Camping und Glamping überproportionales Wachstum. Über die DACH-Region hinaus sind wir inzwischen auch in Dänemark mit einem eigenen Online-shop präsent und wir sind bereits in China aktiv. Bis Ende 2024 möchten wir in allen relevanten Märkten unserer Branche in Europa präsent sein.

Wirtschaftsforum: Herr Steinbacher, was haben Sie sich für das Jahr 2022 vorgenommen?

Tobias Steinbacher: Wir haben 2021 trotz des herausfordernden Marktumfeldes ein Rekordergebnis erzielt – eine schöne Bestätigung für uns, dass wir mit unserer Strategie auf dem richtigen Weg sind. Wir werden diese also konsequent weiterverfolgen. Einige unserer Themen sind der weitere Aufbau unseres Marktplatzes mit Partnern und der Ausbau unseres Geschäftes auf B2C-Ebene. Wir werden unseren Vertrieb stärken, denn in den vergangenen zwei

Jahren haben wir festgestellt: Digital ist vieles möglich, aber der persönliche Kontakt ist nach wie vor extrem wichtig. Auch intern werden wir uns weiterentwickeln. Wir werden unser Marketing individualisieren und automatisieren. Dabei werden wir bei allen Veränderungen unsere Mitarbeiter, ihre Kreativität, ihre Impulse und Ideen miteinbeziehen. Neben unseren Kunden sind unsere Mitarbeiter die wichtigste Säule. Es ist elementar für uns, dass es den Kolleginnen und Kollegen gut geht. Wir hören zu, wir nehmen Anliegen, Ideen und Bedürfnisse ernst, wir sorgen für Transparenz und wir bleiben im Dialog. Die Motivation und die Leidenschaft unserer Mitarbeiter ist unser höchstes Gut. Mitarbeitergewinnung und -bindung ist eine der wesentlichsten Herausforderungen der Zukunft. Nicht umsonst lautet unsere E-Mail-Adresse beruflicheheimat@em-group.de.

„Wir müssen immer am Puls der Zeit bleiben!“

Höchste Kompetenz in allen Bereichen der Prozess- und Fertigungsautomation zeichnet die cts GmbH – competence for technical solutions aus. Das inhabergeführte Unternehmen aus dem oberbayerischen Burgkirchen bietet seinen weltweiten Kunden höchste Qualität sowie verlässliche und zukunftsorientierte Lösungen. Mehr als 1.000 zufriedene Kunden aus anspruchsvollen Branchen wie Chemie- und Pharmaindustrie sind ein eindrucksvoller Beleg für das ausgezeichnete Renommee.

„Dadurch, dass wir sehr breit aufgestellt sind, auch von den Branchen her, wird es nie langweilig“, beschreibt Alfred Pammer, Prokurist der cts GmbH – competence for technical solutions, die spannende Arbeit in dem innovativen Unternehmen, die ihn jeden Tag aufs Neue motiviert. „Wir haben einen hohen Grad an Innovationen und müssen immer am Puls der Zeit bleiben. Die Technik ändert sich rasch und wir müssen immer sehr schnell auf Veränderungen am Markt reagieren. Seit unserer Gründung, arbeiten wir auch in der Pharmabranche. Dort sind die Zyklen etwas anders. Gerade in der Pandemie mussten wir in der Wirkstoffproduktion deshalb schnell reagieren.“

Portfolio erweitert

2006 wurde die cts GmbH – competence for technical solutions gegründet. Lag der Fokus in den ersten Jahren nach der Gründung vor allem auf der Prozessautomatisierung für die Pharma- und Chemieindustrie, so erweiterten die Geschäftsführer Hans Gehring und Robert Schüller das Port-



Weltweit gefragt: Lösungen für die Pharmabranche und die Fertigungsautomatisierung

folio seit 2015. Mit Einführung der neuen Division Fertigungsautomatisierung kam die Robotik als weiteres Tätigkeitsfeld hinzu – ein bis heute sehr entwicklungsstarker Bereich. Die dritte Division Advanced Solutions ist rein digital, Hier geht es um Datenerfassung und Datenanalyse sowie Darstellung und Optimierung. „Wir beschäftigen uns schon sehr lange mit Big Data“, erklärt Alfred Pammer. „Wir bieten eigene Software und Digitalisierungsprodukte, zum Beispiel papierlose Arbeitsfreigaben.“ Aktuell ist die weltweit grassierende Rohstoffknappheit auch für cts ein großes Thema. „Mikrochips fehlen überall“, sagt der

Prokurist. „Dies ist für die gesamte Branche eine herausfordernde Situation und erfordert auch starken finanziellen Rückhalt.“

Zwölf Standorte

Heute beschäftigt cts mehr als 350 Mitarbeiter und ist aktuell mit zwölf Standorten in vier Ländern präsent. In Deutschland sind das neben dem Hauptsitz Burgkirchen, Abensberg, Penzberg und Leipzig, in Österreich Wien, Schörfling am Attersee, Lenzing, Raab-Grambach, Linz und Heiligenkreuz, in Tschechien Prag und in Slowenien Rogaska Slatina. Hinzu kommen weitere Repräsentanzen und Partner in Europa, Amerika

Interview mit



Alfred Pammer,
Prokurist
der cts GmbH – competence for
technical solutions



und Asien. Alfred Pammer ist 2007 als Ingenieur in der Technik eingestiegen, hatte danach die Bereichsleitung inne und ist heute für Vertrieb und Marketing verantwortlich. „Strategisch legen wir den Fokus auf die wachsenden Branchen Elektronik und Halbleitertechnologie“, beschreibt Alfred Pammer die Ausrichtung. „Parallel dazu haben wir neben der herkömmlichen Pharmazie auch das Feld der Radiopharmazie erschlossen. Hier bieten wir komplette Produktionsanlagen.“

Intelligentes Warenlager

Eines der herausragenden Merkmale von cts ist die Innovations-

fähigkeit. „Im Bereich der Elektronikfertigung haben wir 2020 ein intelligentes Warenlager auf den Markt gebracht und aktuell erweitert“, verdeutlicht der Prokurist. „Das Smart Warehouse kombiniert automatische Transportroboter und In-Production Warehouse. Hunderte von Magazinen können von den Transportrobotern selbstständig an die jeweiligen Produktions- und Montagelinien gebracht werden.“ Eine Vielzahl innovativer Produkte stellt cts auch der automatisierten Produktionslogistik



Innovationen und Qualität für die Elektronik- und Halbleiterfertigung

zur Verfügung. Ebenfalls in der Produktionslogistik angesiedelt ist die Software sloXis. Sie vereint

mobile Systeme verschiedener Hersteller und bietet der Fertigung der Kunden somit eine einheitliche Schnittstelle. „Für die Halbleiterfertigung – bei den Mikrochips – haben wir eine hoch innovative Verpackungsmaschine für FOSB entwickelt“, sagt Alfred Pammer. „Sie verpackt die Waferbehälter automatisch. Das ist eine extrem komplexe Maschine, auf die wir sehr stolz sind. Es ist ein umwerfendes Produkt und eine große Hilfe für die Industrie.“ Ganz neu ist eine Produktionslinie für die Radio-

pharmazie, für die einige Stationen komplett neu erfunden wurden.

Offenes Fehlermanagement

Neben dem hohen Innovationsgrad zeichnet sich cts durch weitere Stärken aus. Alfred Pammer: „Nach wie vor haben wir eine sehr flache Hierarchie, kurze Entscheidungswege sowie ein hohes Maß an Flexibilität. Unsere Führungsriege ist mit 40 bis 45 Jahren sehr jung, hoch fokussiert und innovationsgetrieben. Insgesamt haben wir im technischen Engineering einen guten Mix von jungen und erfahrenen Mitarbeitern. Das ist der Schlüssel für Innovationen.“ Untrennbar mit der DNA von cts verbunden ist die Unternehmenskultur. „Wir pflegen ein offenes Fehlermanagement“, verdeutlicht Alfred Pammer. „Innovationen bedingen auch zeitweises Scheitern. Nur so können wir Innovationen weiter vorantreiben. Insgesamt tauschen sich unsere Mitarbeiter intensiv miteinander aus. So lernen sie voneinander und bekommen auch neue Perspektiven.“ In den kommenden Jahren möchte sich cts noch deutlicher in den Branchen Elektronik, Halbleiter,



KONTAKTDATEN

cts GmbH –
competence for technical solutions
Fuhrmannstraße 10
84508 Burgkirchen
Deutschland
☎ +49 8679 916890
✉ +49 8679 91689120
info@group-cts.de
www.group-cts.de

Pharmazie und Radiopharmazie positionieren. Alfred Pammer: „Damit wollen wir unsere Position gegenüber unseren Marktbegleitern weiter stärken sowie den Fokus darauf legen, für unsere Kunden als Gesamtanbieter aufzutreten. Ganz wichtig ist es auch, dass wir die Thematik der Schnittstellen in der Produktion abdecken.“



NUMMER 1

Interviews mit
Geschäftsführern und Managern

Mehrere Tausend persönlich
geführte Interviews pro Jahr.



Jetzt anrufen!

(+49) 5971 92164-0

Wir informieren Sie gerne.

Das Haus mit sich führen: Fahren statt fliegen

Mit dem eigenen Heim zu verreisen hat seit der Coronapandemie Hochkonjunktur. Der Urlaub mit einem Reisemobil ist aber nicht nur 'virensicherer', sondern steht auch für ein Lebensgefühl. Die MORELO Reisemobile GmbH in Schlüsselfeld ist europäischer Marktführer im Luxus-Segment. Geschäftsführer Robert Crispens sprach mit Wirtschaftsforum darüber, wie der Urlaub mit dem Luxusliner Komfort und Nachhaltigkeit miteinander verbindet, und wer sich das leisten kann.

Wirtschaftsforum: Herr Crispens, mit Ihren Reisemobilen sind in Anbetracht der Preisklasse sicher nicht unbedingt junge Familien unterwegs. Wer gönnt sich diesen Luxus?

Robert Crispens: Unsere Hauptzielgruppe sind die 'Golden Ager', also die Altersgruppe 50+. Viele unserer Kunden sind Unternehmer, die ihr ganze Leben lang gearbeitet haben und jetzt vor dem Generationenwechsel stehen. Sie haben meist wenig Urlaub gemacht und wollen nun ihr Leben genießen und etwas von der Welt sehen.

Wirtschaftsforum: Was können Sie ihnen bieten?

Robert Crispens: Unser Angebot an Reisemobilen beginnt mit dem Einstiegermodell HOME ab circa 177.000 EUR. Mehr Zubehör bieten dann die höherpreisigen Modelle. Rund 50% unseres Volumens macht das Modell PALACE aus. Er liegt bei uns im mittleren Preissegment und beginnt bei circa 248.000 EUR. Sein Exterieur- und Interieur-Design ist für mich das schönste am Markt. Mit bis zu 7,49 t ist es noch gut fahrbar. Das Spitzenmodell GRAND EMPIRE ist ein 18-Tonner und liegt preislich bei circa 668.000 EUR. Sein Chassis ist ein Mercedes-

Benz Actros, der weltweit am häufigsten gebaute Lkw, der Sicherheit und Technik vereint – quasi die E-Klasse unter den Lkw. In dem Fahrgestell steckt viel Know-how. Auch unseren EMPIRE LINER haben wir 2021 erstmals

auf den Actros gesetzt. Das kam auf der CARAVAN SALON gut an.

Wirtschaftsforum: Welche Trends beobachten Sie derzeit am Markt?

Interview mit



Robert Crispens,
Geschäftsführer
der MORELO Reisemobile GmbH



Luxus genießen und dabei flexibel sein: der MORELO GRAND EMPIRE mit Heckgarage



Robert Crispens: Wichtig sind für die Kunden Wohnkomfort und Praxistauglichkeit. Aber auch Nachhaltigkeit ist ein entscheidendes Kriterium. Hier geht es um Energieverbrauch und -erzeugung. Unsere Fahrzeuge haben hohe Batterie- und Solarkapazitäten und können autark genutzt werden. Nachhaltigkeit bedeutet aber auch, darauf zu achten, woher die Materialien kommen und wie sie verarbeitet und entsorgt werden. Ein Urlaub mit dem Reisemobil ist die umweltfreundlichere Alternative zum Fliegen und Kreuzfahren.

Wirtschaftsforum: Wie setzen Sie Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen um?

Robert Crispens: CO₂-Neutralität und Energieeffizienz sind für uns wichtige Themen. Wir arbeiten daran, den Ausstoß von CO₂ in der Produktion zu senken. Künftig wollen wir viel Energie über eine eigene Photovoltaikanlage gewinnen. Auch bei den Arbeitszeitmodellen berücksichtigen wir dann die Sonnenstunden, um die Energie gut nutzen zu können. Bei uns fällt viel Holzabfall an. Den möchten wir nicht mehr auf Deponien verbrennen lassen, sondern schreddern ihn hier, trennen ihn und lagern ihn in Silos. Im Winter nutzen wir ihn dann zur Energiegewinnung für unsere Hallen. Eine gute Dämmung der Hallen ist ein weiterer wichtiger Punkt. Und wir reduzieren den Gasverbrauch. In einer Produktion wie unserer spart das viel Geld und ist somit

ein Invest in die Zukunft. Von der Verwaltung bis zum Lager wird außerdem überall der Müll getrennt. Wir betrachten das Thema Nachhaltigkeit ganzheitlich.

Wirtschaftsforum: Wie sieht es mit einem anderen Thema aus, an dem heute kein Unternehmen vorbeikommt, der Digitalisierung?

Robert Crispens: Seit 2019 steht die Digitalisierung bei uns im Fokus. Unser Servicecenter mit 50 Mitarbeitern arbeitet fast papierlos. Dazu haben wir eine neue Software implementiert. Ein großes Projekt für die nächsten ein, zwei Jahre ist die Digitalisierung in der Produktion. Es wird sich sowohl auf den Informationsfluss als auch die Fertigungssteuerung erstrecken. Das ist der erste Schritt in die Teilautomation und damit ein wichtiger in die Zukunft im Sinne der Nachhaltigkeit. Denn dadurch sparen wir Ressourcen und Zeit.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich die MORELO Reisemobile GmbH zu dem Unternehmen entwickelt, das sie heute ist?



MORELO
FIRST CLASS REISEMOBILE

KONTAKTDATEN

MORELO Reisemobile GmbH
Helmut-Reimann-Straße 2
96132 Schlüsselfeld
Deutschland
☎ +49 9552 929600
✉ +49 9552 92960690
info@morelo.eu
www.morelo-reisemobile.de

Robert Crispens: Auch wenn wir mit dem großen Erfolg der letzten Jahre nicht unbedingt gerechnet haben, als wir 2010 mit nur einem einzigen Prototypen in Richtung Caravan Salon gestartet sind, so haben wir doch immer daran geglaubt. Wir haben stetig unsere Kapazitätsgrenzen ausgebaut, unsere Produktion und unser Produktportfolio erweitert und ein modernes Servicecenter eröffnet. Aktuell beschäftigen wir circa 410 Mitarbeiter und wachsen jedes Jahr im zweistelligen Prozentbereich.



Der MORELO EMPIRE LINER bietet viel Komfort und schönes Design





Wirtschaftsforum: Was zeichnet MORELO abgesehen von den exklusiven Fahrzeugen besonders aus?

Robert Crispens: Unser Erfolg beruhte schon immer auf unserer Nahbarkeit. Wir sind ein Anbieter

zum Anfassen und hatten immer eine offene Produktion. Unsere Philosophie lautet 'Willkommen daheim'. Das leben wir. Der Mitarbeiter und generell der Faktor Mensch haben für uns einen hohen Stellenwert. Der Kunde sieht sich als Teil der Familie. Er

soll sich wohlfühlen, bei uns und in seinem Reisemobil, das es ihm ermöglicht, sein Haus sozusagen mit sich zu führen.

Wirtschaftsforum: Wie sehr sind Sie vom Fachkräftemangel betroffen?

Robert Crispens: Das ist ein großes Thema; es gibt kaum noch Handwerker. Deshalb betreiben wir viel Weiter- und Fortbildung, bieten Aufstiegsmöglichkeiten und bilden jedes Jahr zwölf oder 13 Azubis aus, die wir auch übernehmen. Wir haben zufriedene Mitarbeiter, denen wir vieles bieten wie modernste Arbeitsmittel, Arbeitskleidung und subventioniertes Essen und Getränke. Arbeitssicherheit ist uns sehr

wichtig. Unsere Tür steht den Mitarbeitern immer offen. Wir wollen den familiären Touch in der Firma unbedingt beibehalten.

Wirtschaftsforum: Welche Pläne haben Sie für dieses Jahr und darüber hinaus?

Robert Crispens: Aktuell stehen zwei Bauabschnitte an und wir wollen unseren neuen Maschinenpark fertigstellen. An oberster Stelle steht immer unsere Produktentwicklung. Unsere große Vision ist, die Benchmark zu bleiben. Wir bleiben jedenfalls nicht stehen, sondern orientieren uns immer am Markt.



MORELO
FIRST CLASS REISEMOBILE

IN KÜRZE

Kernkompetenz

Luxus-Reisemobile

Zahlen und Fakten

Gegründet: 2010

Struktur: 100%-ige Tochter der KNAUS Tabbert AG

Niederlassungen: Schlüsselfeld, Vertrieb über Händlernetz

Mitarbeiter: 410

Export: Fokus DACH-Region, Europa

Leistungsspektrum

Reisemobile im Luxus-Segment ab ca. 177.000 EUR

Messen und Ausstellungen

unter anderem CMT in Stuttgart, MORELO OPEN, Caravan Salon Düsseldorf u.v.m.

Philosophie

Produktversprechen: First Class Reisemobile

Markenversprechen: Willkommen daheim

Zukunft

Bauliche Erweiterungen, neuen Maschinenpark fertigstellen, Produktentwicklung, Standort ausbauen, Benchmark bleiben



Überall zu Hause:
das Einsteigermodell MORELO HOME



Kontakte



Etimex Technical Components GmbH
Ehinger Straße 30
89616 Rottenacker
Deutschland
☎ +49 7393 520
☎ +49 7393 52130
hello@etimex.global
www.etimex.global

DRS Deutsche Retail Services AG
Wilhelmstraße 22
89073 Ulm
Deutschland
☎ +49 731 979220220
info@drs-ag.de
www.drs-ag.de



Staci Deutschland GmbH
Theatinerstraße 11
80333 München
Deutschland
☎ +49 89 415550000
www.de.staci.com

Data I/O GmbH
Am Haag 10
82166 Gräfelfing
Deutschland
☎ +49 89 858580
☎ +49 89 8585810
info@data-io.de
www.data-io.de

Ortlieb Präzisionssysteme
GmbH & Co. KG
Jurastraße 11
73119 Zell unter Aichelberg
Deutschland
☎ +49 7164 797010
☎ +49 7164 7970151
info@ortlieb.net
www.ortlieb.net

Stadtwerke Oberkirch GmbH
Appenweierer Straße 54
77704 Oberkirch
Deutschland
☎ +49 7802 91780
☎ +49 7802 9178499
kundenservice@sw-oberkirch.de
www.stadtwerke-oberkirch.de

E. M. Group Holding AG
Hettlinger Straße 9
86637 Wertingen
Deutschland
☎ +49 8272 807100
☎ +49 8272 807131
beruflicheheimat@em-group.de
www.em-group.de

ots GmbH –
competence for technical solutions
Fuhrmannstraße 10
84508 Burgkirchen
Deutschland
☎ +49 8679 916890
☎ +49 8679 91689120
info@group-cts.de
www.group-cts.de

Sauerstoffwerk Friedrichshafen GmbH
Colsmanstraße 11
88045 Friedrichshafen
Deutschland
☎ +49 7541 9290
☎ +49 7541 929102
info@swffn.de
www.swffn.de

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



bluesign®

THE BLUE WAY WEIL IMPACT ZÄHLT

Seit über 20 Jahren unterstützt Bluesign die Textilindustrie dabei, wirtschaftlich und umweltbewusst zugleich zu produzieren. Mit den dienstleistungsbasierten Lösungen von Bluesign haben bereits viele Unternehmen den blauen Weg eingeschlagen: THE BLUE WAY führt sie zu einem nachhaltigeren Ressourcen- und Chemikalienverbrauch, zu sinkenden Emissionen sowie optimierten Produktionsprozessen.

Mit ihrer ökonomischen und ökologischen Expertise verbinden sich bluesign® SYSTEM PARTNER weltweit und schaffen Werte entlang der gesamten textilen Lieferkette. Folgen Sie THE BLUE WAY.

bluesign.com/business



managing inputs.
responsible actions.