

Starker Mittelstand



Interview:

Effizienzgewinne durch Nieten statt Schweißen

Christian De Razza, Geschäftsführer der Heyman Manufacturing GmbH

Seite 4

Porträts:

› **BIT Analytical Instruments GmbH**, Seite 18

› **Teigwaren Riesa GmbH**, Seite 26

Starker Mittelstand

04



Christian De Razza,
Geschäftsführer der Heyman Manufacturing GmbH

06



Daniel Deckers,
Geschäftsführer der atrikom fulfillment Gesellschaft für Projekt-Dienstleistungen mbH

08



Achim Heyne,
Geschäftsführer der api GmbH

10



Tobias Ragge,
CEO der HRS Group

12



Wolfgang Pelzer,
Geschäftsführer der M.TEC Engineering GmbH

14



Herbert Feller,
Geschäftsführer der Pfalz-Alarm GmbH

16



Roland Müller, Vorstandsvorsitzender und
Marian Thomas, Kaufmännischer Vorstand der BUG Verkehrsbau SE

Starker Mittelstand

18



Thomas Eck, Geschäftsführer und
Jan Wilke, Geschäftsführer der BIT Analytical Instruments GmbH

20



Sylvia Meeth-Kainz,
Geschäftsführerin der Josef Meeth Fensterfabrik GmbH & Co. KG

22



Katrin Hofmann,
Ärztliche Direktorin der Policum Berlin MVZ GmbH

24



Elke Walther,
Interimsgeschäftsführerin der Norgine GmbH

26



Mike Hennig,
Geschäftsführer der Teigwaren Riesa GmbH

28



Guido Kühne,
Geschäftsführer der Refresco Deutschland GmbH

31

Kontaktdaten

Effizienzgewinne durch Nieten statt Schweißen

Ursprünglich als reines Handelsunternehmen gegründet, sieht sich die Heyman Manufacturing GmbH mit ihren Access & Fastening Solutions inzwischen vornehmlich als starker Vertriebspartner und wichtiger Beratungsdienstleister ihrer Kunden. Wo die Digitalisierung neue Möglichkeiten für Zugangssysteme eröffnet und warum Nieten statt Schweißen nicht nur mit einer besseren CO₂-Bilanz, sondern oftmals auch mit deutlichen Kosteneinsparungen und wesentlich stringenteren Fertigungsprozessen einhergeht, erläuterte Geschäftsführer Christian De Razza im Interview mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr De Razza, die Heyman Manufacturing GmbH steht für 'Access & Fastening Solutions'. Mit welchen Produktparten engagieren Sie sich genau im Markt?

Christian De Razza: Grundsätzlich fußt unsere Unternehmenstätigkeit auf zwei starken Säulen: Zum einen bieten wir umfassende Lösungen für die Zugangstechnik an, wobei wir unseren Kunden verschiedenste Komponenten zur Verfügung stellen können – von Griffen über Verschlüsse und Gasfedern bis hin zu Teleskop-schienen für Schubladen und Scharniere für Türen. Die Einsatz-

zwecke sind dabei so vielfältig wie die Branchen, in denen unsere Kunden auftreten. So benötigen die Hersteller von großen Reisemobilen etwa Klappen für den Interieur- und Exterieurbereich ihrer Fahrzeuge, während beispielsweise die Wartungszugänge an Wärmepumpen einen vandalismussicheren Verschluss benötigen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt dabei die Digitalisierung von Zugangssystemen?

Christian De Razza: Viele Anbieter von externen Lagerplätzen, also von Containern oder Schließ-fächern, möchten die sich hieraus

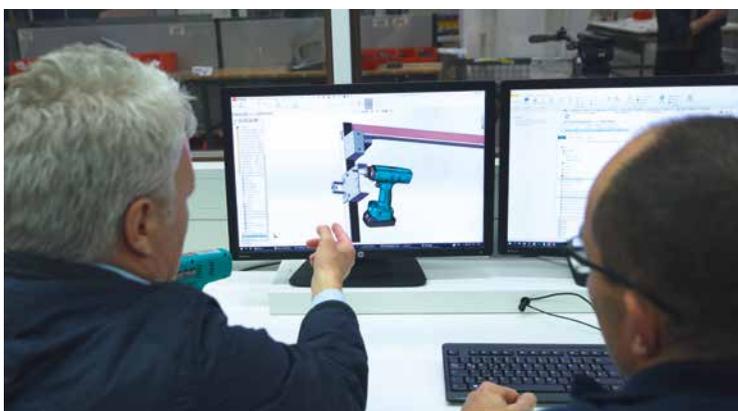
ergebenden Möglichkeiten inzwischen umfangreich einsetzen. Der Nutzen liegt schließlich auf der Hand: denn während für den Endanwender durch die Attraktivität einer nahtlosen App-Erfahrung und einer rund um die Uhr gegebenen Zugangsmöglichkeit die Benutzerfreundlichkeit steigt, profitiert der Anbieter von deutlichen Kosteneinsparungen, indem entsprechende Personalposten entfallen. Natürlich spielt in diesem Kontext auch das Thema Sicherheit eine wichtige Rolle, gerade im Medical-Bereich: Hier lässt sich etwa an Medizinausgabeschränke denken, bei denen auf manche Schubladen das gesamte

Interview mit
Christian De Razza,
Geschäftsführer
der Heyman Manufacturing
GmbH



Personal Zugriff haben soll, während einzelne Fächer restriktiver gehandhabt werden müssen. Auch hierfür bieten wir zielgerichtete Lösungen an.

Wirtschaftsforum: Inwiefern ist in diesem Kontext auch die Beratungskompetenz Ihres Unternehmens gefragt?



Gemeinsam mit dem Kunden entsteht ein detailliertes CAD-Modell



Durch Nieten statt Schweißen können wichtige Effizienzgewinne erreicht werden



Bauteile werden miteinander vernietet

Christian De Razza: Ursprünglich wurde Heyman vor über 50 Jahren als klassisches Handelsunternehmen gegründet – inzwischen hat sich unsere Kernkompetenz aber deutlich hin zu umfangreichen Beratungsleistungen zu den Produkteinsatzmöglichkeiten sowie zur damit einhergehenden Optimierung der Fertigungsprozesse unserer Kunden verlagert. Auch heute arbeiten wir beständig weiter an unserer Positionierung als starker Dienstleistungspartner und bieten in diesem Zuge etwa Seminare und Innovation

Meetings an, während wir zudem Kooperationen mit Technischen Hochschulen in unserer Region geschlossen haben, an denen wir zu Themenfeldern aus unserer Kernexpertise referieren. Gleichzeitig sind wir natürlich ständig auf der Suche nach weiteren Ansätzen, um unsere Kunden bei ihrer Wertschöpfung noch umfassender zu unterstützen. So werden wir bald die Möglichkeit anbieten, die CAD-Daten zu unseren Produkten direkt in die digitalen Modelle unserer Kunden einzuspielen, damit diese die ge-



Beim intensiven Dialog mit dem Kunden und internen Fachexperten entstehen tragfähige Lösungen

gebenen Optionen noch detaillierter evaluieren können.

Wirtschaftsforum: Neben den Zugangslösungen bietet Heyman ferner auch 'Fastening Solutions' an.

Christian De Razza: Dabei handelt es sich um unser zweites Standbein, wobei wir in diesem Bereich vornehmlich Blindnieten und Blindnietmuttern vertreiben, die insbesondere als Alternative zu entsprechenden Schweißprozessen überzeugen. Schließlich hat der Schweißerberuf mit deutlichen Nachwuchsproblemen zu kämpfen, während schon im Sinne einer besseren Nachhaltigkeitsbilanz verstärkt alternative Lösungen erwogen werden sollten. Doch neben diesen bereits sehr handfesten Vorteilen wollen wir gemeinsam mit unseren Kunden stets auch eine klare Kosteneinsparung erreichen und zudem für einen stringenteren unternehmensinternen Ablauf sorgen. Wenn der Kunde mit seiner spezifischen Problemstellung an uns herantritt, evaluieren wir zunächst die gegebenen Rahmenbedingungen im Detail: Mit welcher Materialdicke haben wir es zu tun, welche Stähle kommen genau zum Einsatz, wirken Scherkräfte auf die Anlage oder besteht direkter Kontakt zu Wasser oder zu anderen Medien? Auch hier setzen wir



KONTAKTDATEN

Heyman Manufacturing GmbH
Zu den Mühlen 17
35390 Gießen
Deutschland
☎ +49 641 974230
✉ info@heyman.de
www.heyman.de

also zunächst auf eine tiefgreifende Beratung, bevor wir auf Basis unserer gewachsenen Erfahrung und der Datenblätter eine tragfähige Lösung vorstellen. Anschließend führen wir im Rahmen des Design-for-Assembly-Prozesses gemeinsam mit dem Kunden eine detaillierte Wirtschaftlichkeitsanalyse durch, bei der wir unserer Lösung das bestehende Verfahren gegenüberstellen. Denn wenn die Komponenten miteinander vernietet statt verschweißt werden, entfällt schließlich nicht nur der eigentliche Schweißprozess – auch viele Schritte in der Intra-logistik werden hinfällig, da die Nieten auch in die bereits lackierten Bauteile gepresst werden können. Was vorher in zweieinhalb Tagen erledigt werden musste, lässt sich mit unserer Lösung idealerweise innerhalb von 90 Minuten abbilden. Deutlicher können Effizienzgewinne kaum sein.





Mehr als nur Logistik – ganzheitliches Fulfillment

Die Entwicklung des E-Commerce hat in den letzten Jahren tatsächlich eine neue Dimension erreicht und wird weiterhin stark beeinflusst durch technologische Fortschritte, veränderte Verbrauchergewohnheiten und wirtschaftliche Trends. Die atrikom fulfillment Gesellschaft für Projekt-Dienstleistungen mbH punktet bei ihren Kunden durch das Verbinden klassischer logistischer Leistungen mit hochgradig individualisierten Prozessanforderungen.

Interview mit

Daniel Deckers,
Geschäftsführer
der atrikom fulfillment
Gesellschaft für Projekt-
Dienstleistungen mbH

Wirtschaftsforum: Herr Deckers, Sie haben Ihre Wurzeln im Bereich des Lettershops. Wo liegen heute Ihre Kernkompetenzen?

Daniel Deckers: Wir haben 1992 mit typischen Lettershop Services angefangen. Allerdings haben wir früh einen ganzheitlichen Prozessansatz verfolgt – Stichwort Business Process Outsourcing. Damit sind wir in die Marketinglogistik eingestiegen. Mit Dienstleistungen wie IT- und DTP Services, Adressaufbereitung und einem sehr großen Digitaldruckbereich unterstützen wir heute Unternehmen im Dialogmarketing mit Mailings, Response-Management, Aktionsversendungen und Werbemittellogistik – alles aus einer Hand.



Der Standort von atrikom fulfillment in Bodenheim bietet 22.000 Palettenstellplätze

Unsere Dienstleistungen runden wir durch unser eigenes Callcenter ab, welches E-Mails, Chats und Calls (Service-Hotlines) für unsere Kunden durchführt und beantwortet.

Wirtschaftsforum: Inwieweit hat die Digitalisierung Ihr Geschäft verändert?

Daniel Deckers: Durch das Internet haben wir einen Rückgang in der Informationslogistik (klassischer Informationsversand per Brief oder Katalog) verzeichnet. Deshalb haben wir uns vor einigen Jahren entschieden, als zweites Geschäftsfeld in den E-Commerce einzusteigen. Das war ein wichtiger strategischer

Schritt und hat uns in jüngster Vergangenheit (Corona) geradezu gerettet. Heute zählen Traditionsunternehmen und viele namhafte Start-ups zu unseren Kunden. Diese konzentrieren sich auf Produktentwicklung, Storytelling und Vermarktung. Wir wiederum übernehmen die Lagerung, den zuverlässigen und schnellen Versand

an die Besteller (B2C und B2B) sowie auch die Retourenbearbeitung. So kümmert sich jeder um seine Kernkompetenzen. Dabei haben wir den Anspruch, wie eine ausgelagerte Abteilung unserer Kunden zu fungieren.

Aktuell führen wir eine neue Software ein, die unsere Kunden in die Lage versetzt, unsere logistischen Leistungen, wie mit einer Fernbedienung, zu steuern.

Wirtschaftsforum: Was ist heute wichtiger? Das Printgeschäft oder der E-Commerce?

Daniel Deckers: Vor Corona hatte der E-Commerce einen Geschäftsanteil von rund 30%. Inzwischen ist er mit rund 70% Anteil am Gesamtgeschäft unsere wichtigste Säule. Allerdings darf man das Printgeschäft nicht unterschätzen. Auch Unternehmen, die aus dem Onlinebereich kommen, setzen auf Print-Kommunikation.

Wirtschaftsforum: Die Digitalisierung ist ja auch ein Treiber von Nachhaltigkeit. Welche Veränderungen ergeben sich dadurch für Ihr Geschäft?

Daniel Deckers: Wir sind ISO- und umweltzertifiziert. Das ist für Großunternehmen schon lange und für Start-up-Unternehmen ebenfalls immer wichtiger. Wir sehen uns in der Verantwortung, unseren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Zum Beispiel haben wir unsere Lagerhallen mit Photovoltaik und LED ausgestattet. Seit einigen Jahren haben wir einen eigenen Nachhaltigkeitsbeauftragten. Das passt sehr gut zu allen Kunden, die auch nachhaltige Produkte vermarkten.

Wirtschaftsforum: Wie haben sich die Krisen der letzten Jahre auf Ihr Geschäft ausgewirkt?

Daniel Deckers: Vor Corona hatten wir drei Lagerstandorte. Danach mussten wir in kurzer Zeit fünf weitere Standorte aufbauen. Seit 2023 haben wir in Bodenheim einen hochmodernen Standort mit 22.000 Palettenstellplätzen sowie genügend Kommissionierflächen für Aktionsversendungen. Dadurch konnten wir unsere Lagerhaltung wieder mehr zentralisieren und betreiben aktuell vier Standorte. Die Fähigkeit sich

schnell auf veränderte Marktentwicklungen einzustellen ist unabdingbar.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie sich im Vergleich zu anderen Anbietern am Markt?

Daniel Deckers: atrikom fulfillment hat sich zum Ziel gesetzt, als führender Anbieter von individualisierten Fulfillment-Prozessen zu agieren. Wir bieten unseren Kunden ganzheitliche Lösungen, indem wir uns auf ihre Bedürfnisse und Anforderungen konzentrieren und unsere Dienstleistung konsequent daran ausrichten. Da wir sowohl den Versand an B2C und B2B abdecken, sind wir für viele Kunden interessant. Unsere Unternehmensgröße garantiert unseren Kunden Flexibilität und Kundenorientierung bei gleichzeitiger Stabilität, Skalierbarkeit und Leistungsfähigkeit. Nicht zuletzt sind wir ein Familienunternehmen, was viele unserer Kunden ebenfalls sehr schätzen.

KONTAKTDATEN

atrikom fulfillment
Gesellschaft für Projekt-Dienstleistungen
mbH
Haagweg 12
65462 Ginsheim-Gustavsburg
Deutschland
☎ +49 6134 281000
info@atrikom.de
www.atrikom.de

Wirtschaftsforum: Wo möchten Sie atrikom fulfillment langfristig am Markt sehen?

Daniel Deckers: Wir werden unseren Kunden auch in Zukunft moderne, zukunftsorientierte und interessante Lösungen anbieten. Dazu sind modernste Technik, aber auch neue Möglichkeiten wie künstliche Intelligenz miteinzubeziehen. Der Grundstock für dies alles sind jedoch auch in Zukunft gut ausgebildete und kundenorientierte Mitarbeiter. Um dies zu gewährleisten, ist unser nächstes großes Projekt die Realisierung einer eigenen Aus- und Weiterbildungsakademie. Nur lernende Unternehmen sind zukunftsfähig.

Unsere Themenwelten auf: WWW.WIRTSCHAFTSFORUM.de





Die Firmenzentrale von api in Baesweiler



Non Plus Ultra-Schulung

Hardware und mehr: Wissen weitergeben

Als Großhändler von IT-Hardware versorgt die api GmbH mit Sitz in Baesweiler bei Aachen ihre Kunden nicht nur mit Produkten, sondern auch mit Dienstleistungen – und nicht zuletzt mit Wissen. Für Geschäftsführer und Gründer Achim Heyne ist das eine logische Folge aus einer 30-jährigen Erfolgsgeschichte. Im Interview mit Wirtschaftsforum erklärt er, warum.

Wirtschaftsforum: Herr Heyne, Sie sind auch Gründer von api. Seit wann gibt es das Unternehmen?

Achim Heyne: Schon während meiner Ausbildung 1992 habe ich mit der Distribution von IT-Hardware begonnen. 1993 habe ich ein Einzelhandelsgeschäft eröffnet und ein Jahr später dann api gegründet. Wir sind also in diesem Jahr 30 Jahre am Markt.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich das Unternehmen in dieser Zeit entwickelt?

Achim Heyne: Inzwischen sind wir an elf Standorten in Deutsch-

land vertreten, außerdem in den Niederlanden und in Frankreich. api beschäftigt 850 Mitarbeiter, dazu kommen weitere 100 mit Zeitarbeitsverträgen. Unser Jahresumsatz liegt bei 1,3 Milliarden EUR. Mit einer Ausnahme sind wir jedes Jahr gewachsen, auch in diesem Jahr, obwohl die Zeiten angesichts des Ukrainekrieges und der vorausgegangenen Coronapandemie für alle nicht einfach sind. Die Coronazeit war durchwachsen, aber insgesamt in Ordnung für uns. Einzelhandel und Supermärkte waren zwar geschlossen, dafür haben wir im Bereich Homeoffice eine starke Nachfrage verzeichnet.

Wirtschaftsforum: Erzählen Sie uns doch bitte etwas über Ihr Portfolio.

Achim Heyne: Es umfasst mehr als 100.000 Hardwareprodukte. Zusätzlich zum Verkauf bieten wir Dienstleistungen für unsere Kunden an. Dazu zählen Netzwerkkonfigurationen, die Auswahl der passenden Produkte, das Lassen von Namen auf den Laptop sowie das Fullfillment für unsere Kunden, das heißt, wir übernehmen für sie die Lieferung zum Endkunden. Unsere Kunden sind Systemhäuser, Internethändler, Retailketten, Amazon und andere E-Tailer und Elektronikmärkte.

Interview mit



*Achim Heyne,
Geschäftsführer
der api GmbH*

Wirtschaftsforum: Was sind Ihrer Meinung nach, nach immerhin 30 Jahren am Markt, die Erfolgsfaktoren von api?

Achim Heyne: 2016 haben wir unseren neuen Büro- und Logistikkomplex in Baesweiler bezogen. Hier haben wir ein hoch automatisiertes Lager mit extrem hoher Lagerkapazität und Verfügbarkeit, durch das wir sehr flexibel und zuverlässig liefern können. Im Unternehmen haben wir kurze Dienstwege. Unsere Kunden haben immer eine direkte Ansprache durch einen festen Ansprechpartner. Für ihn gibt es eine Ersatzperson und für diese eine weitere. Intern haben wir Maßnah-



Flexibilität und hohe Verfügbarkeit: Das vollautomatisierte Lager



Unternehmen vernetzen: Non Plus Ultra-Netzwerktreffen

men erarbeitet, um immer besser zu werden. Sie betreffen die vier Faktoren Neukunden, Stammkunden, das Produktportfolio und die Mitarbeiter. In 30 Jahren haben wir uns zudem viel Know-how angeeignet. Dieses werden wir jetzt als Dienstleistung anbieten.

Wirtschaftsforum: Können Sie dafür ein Beispiel nennen?

Achim Heyne: Das Thema Fachkräfte ist sehr aktuell. Wir wissen jetzt, wie Recruiting geht. Allein 2022 haben wir 100 Mitarbeiter eingestellt. Unsere Recruitingleis-

tung werden wir jetzt auch unseren Kunden anbieten. Wir haben eine eigene interne Abteilung, die sich mit Social Media beschäftigt. Es ist ja so: Wenn das Geschäft der Kunden wächst, wächst auch unser Geschäft.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt bei api das Thema Nachhaltigkeit?

Achim Heyne: In Bezug auf die Produkte ist das für uns weniger relevant, denn darauf haben wir keinen Einfluss. Intern ist Nachhaltigkeit aber ein wichtiges

Thema. Wir versuchen Plastik zu vermeiden mit einem neuen Verpackungsmodell. Dadurch reduziert sich auch das Volumen, was im Hinblick auf den Transport günstig ist. Unsere Unternehmensflotte haben wir auf E-Fahrzeuge umgestellt, und auf unserem Dach werden wir eine Solaranlage installieren.

Wirtschaftsforum: Welche Themen werden für Sie in Zukunft wichtig sein?

Achim Heyne: Wachstum und die Entwicklung neuer Geschäftsfelder. Wenn es um das Thema Unternehmenswachstum geht, dann ist ein erstklassiges Netzwerk ein solider Wegbereiter. Auf der Basis von Vertrauen entstehen neue Ideen, innovative Wege und sympathische Beziehungen. Die perfekte Grundlage dafür, Herausforderungen schneller und besser zu meistern. Deswegen haben wir mit NON PLUS ULTRA ein Netzwerk geschaffen, in dem sich alles um das Thema Wachstum dreht. In den monatlichen After Work-Seminaren geht es

api π

KONTAKTDATEN

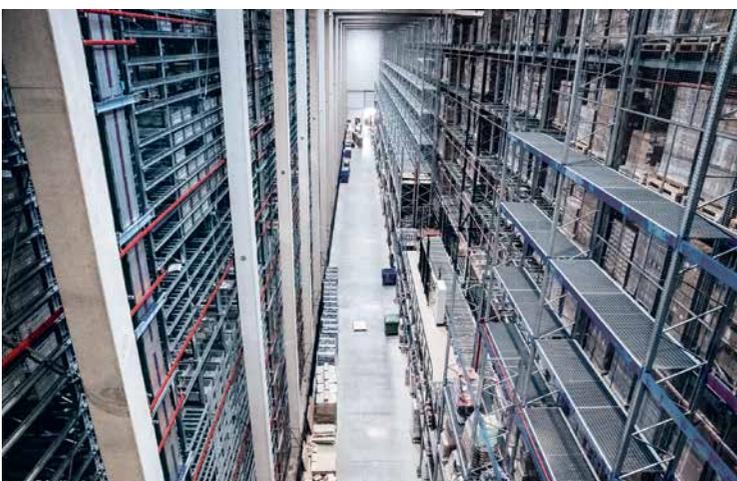
api GmbH
Robert-Koch-Straße 7-17
52499 Baesweiler
Deutschland
☎ +49 241 91700
✉ +49 241 9170600
info@api.de
www.api.de



um die Themen Neukunden- und Personalgewinnung, den Ausbau von Bestandskunden sowie die Mitarbeiterbindung.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele haben Sie für das Unternehmen?

Achim Heyne: Der Fokus wird auf dem Vertrieb liegen. Und das, was ich über Wachstum gelernt habe, möchte ich weitergeben.



Logistik auf 20.000 m²: Blick ins Lager

Metamorphosen und Transformationen

Interview mit
Tobias Ragge,
CEO
der HRS Group

Vom Reisebüro zum Technologieunternehmen – das klingt märchenhaft, ist aber eine ganz reale Geschichte: Die HRS Group mit Hauptsitz in Köln arbeitet für etliche der erfolgreichsten Großunternehmen der Welt und kümmert sich dabei nicht nur um die Hotelvermittlung für Geschäftsreisende, sondern bietet ihren Kunden etliche Software-as-a-Service-Dienstleistungen rund um deren Reisetransaktionen. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum berichtet CEO Tobias Ragge, wie sich HRS immer wieder neu erfunden hat und was er sich von der deutschen Politik wünscht.



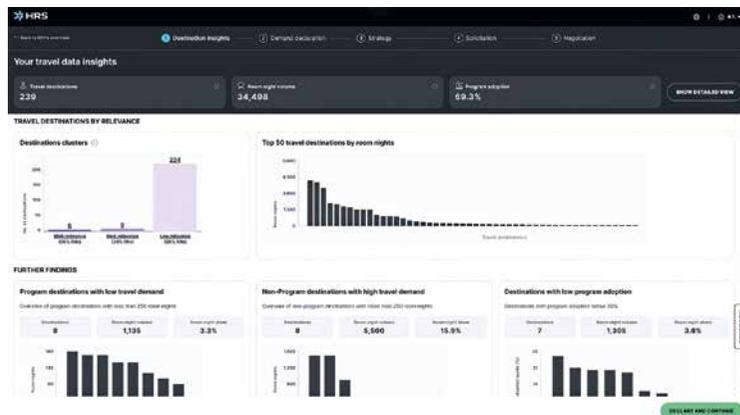
Wirtschaftsforum: Herr Ragge, HRS ist seit 51 Jahren am Markt, seitdem Ihr Vater es als Reisebüro gegründet hatte. Heute ist es ein globales Technologieunternehmen mit über 1.000 Mitarbeitern, das im Travel-Bereich auf die Hotelvermittlung für Geschäftsreisen spezialisiert ist und sich darüber hinaus in der Business Automation Technology als Dienstleister für seine Kunden aufgestellt hat. Was waren die prägenden Schritte auf diesem Weg?

Tobias Ragge: Der erste große Schritt war der Einstieg ins Internet. 1995 ist HRS als einer der Pioniere ins Internet gestartet. Damit wandelte sich das Geschäftsmodell zu einem E-Commerce-Unternehmen – ein wahnsinniger Booster für unsere weitere Entwicklung, weil uns das von einem Zeitalter, in dem Buchungen hauptsächlich über Callcenter abgewickelt wurden, in die Ära des E-Commerce katapultierte. In der Folge konnten wir nicht nur 24/7

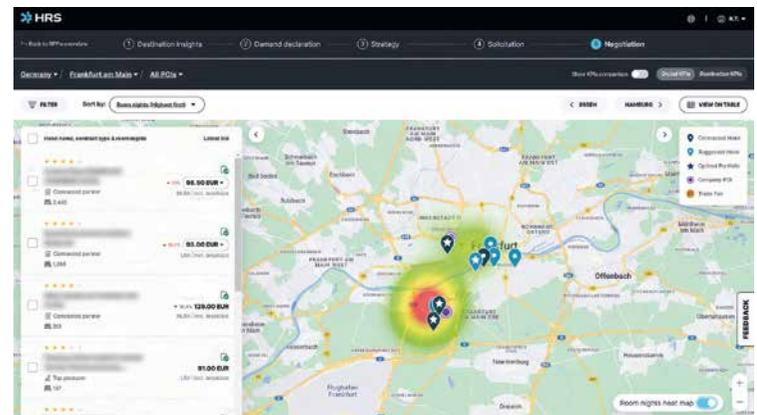
agieren, sondern auch international operieren.

Wirtschaftsforum: Sie haben damals Ihren Wettbewerber hotel.de übernommen und wurden Marktführer. Vom E-Commerce aus entwickelte HRS einen weiteren Geschäftsbereich, indem ein Software-as-a-Service-Modell aufgebaut wurde – noch einmal eine komplette Metamorphose.

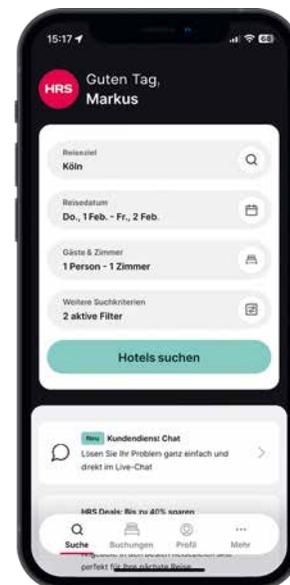
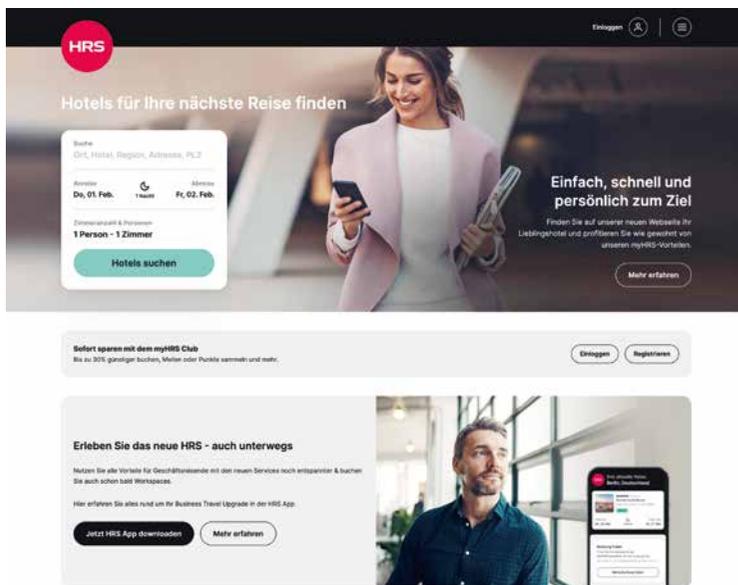
Tobias Ragge: Ja, und eine, mit der für uns ein Wechsel vom B2C-Geschäft in einen B2B-Kontext einherging, indem wir begannen, Procure-to-pay-Prozesse für große Unternehmen aufzubauen. Wir digitalisieren also für große Konzerne deren Procure-to-pay-Prozesse rund um ihre Reisetransaktionen, wiederum eine Veränderung in unserem Geschäftsmodell, die uns vom deutschen in den internationalen Markt geführt hat. Mittlerweile



Das Herzstück von HRS: Die Procurement-Plattform vernetzt Kunden und Hotels



Mit den aus dem End-to-End-Prozess gewonnenen Daten bietet die proprietäre KI aktiv Empfehlungen zur Optimierung an



HRS GROUP

KONTAKTDATEN

HRS Group
 Breslauer Platz 4
 50668 Köln
 Deutschland
 +49 221 2077600
 office@hrs.de
 www.hrs.de



Das Hotelportal im neuen Gewand – die HRS Business-Lösung für freischaffende Geschäftsreisende und mittelständische Unternehmen

arbeiten wir mit 35% der Fortune 500 weltweit. Das reicht von Konzernen wie Google über Siemens und VW bis Tencent oder Alibaba. Dadurch mussten wir das Unternehmen ebenfalls globalisieren – für HRS sind inzwischen Menschen aus fast 70 Nationen tätig. Tatsächlich arbeiten nur noch 25% unserer Mitarbeiter in Deutschland. Wir sind heute ein Technologieunternehmen, das in den Bereichen Procuretec, Traveltec, aber auch Fintec – wir haben unser eigenes Fintec gebaut – aktiv ist. Aus dem Travel-Bereich sind wir also noch einmal in ganz andere Felder hineingegangen, eben Fintec und auch Business Automation Technology. Es geht eigentlich darum, digitale Prozessketten aufzubauen, um unseren Kunden das Leben so maximal transparent und einfach wie möglich zu machen.

Wirtschaftsforum: HRS ist heute eine Holding, deren Anteile nach wie vor zu 100% im Besitz Ihrer Familie sind. Sie sind ja mit dem Unternehmen aufgewachsen – war es für Sie eine logische Konsequenz, dort einzusteigen?

Tobias Ragge: Nein, ich bin nicht eingestiegen, weil meine Eltern das gewollt hätten oder ich das von mir selbst erwartet hätte. Sondern weil ich die Travel-Industrie wahnsinnig spannend finde und ein großes Potenzial darin sehe. Wir haben viele tolle Leute hier, es ist ein globales Umfeld. Das kommt meiner Person sehr entgegen, weil ich mich immer für die Welt und andere Kulturen interessiert habe. Dass ich hier arbeiten konnte, habe ich als riesigen Glücksfall gesehen. Natürlich muss man dann darin auch seinen eigenen Weg finden, was auch heißt, Realitäten ins Auge zu sehen.

Wirtschaftsforum: Wie meinen Sie das?

Tobias Ragge: HRS ist groß, global aufgestellt und bewegt sich in einem äußerst dynamischen Umfeld, in dem es um Geschwindigkeit geht und darum, die besten Leute zu haben. Im Zweifel findet man sie nicht im Familienverbund, sondern sie kommen von außerhalb. Es kann ein Spagat sein zwischen der Familie und den Erfordernissen des Unternehmens. Ich kann gottseidank sagen, dass ich mit sehr vielen guten Kolleginnen und Kollegen gesegnet bin.

Wirtschaftsforum: Als jemand, der in einem solchen global agierenden Unternehmen arbeitet und deshalb auch selbst auf der ganzen Welt unterwegs ist, haben Sie wahrscheinlich auch 'den Blick von außen' auf die politische Lage

in Deutschland. Hätten Sie eine Message in Richtung Politik?

Tobias Ragge: Die Politik muss verstehen, in welcher nachhaltigen Transformation wir uns befinden. Es ist ein Prozess der Digitalisierung, der Deglobalisierung und der Decarbonisierung. Hier müssen vernünftige, langfristige Ziele definiert werden, aber nicht im Hauruckverfahren, wie es manchmal scheint. Die Politik muss Rahmenbedingungen setzen, die es Unternehmen ermöglichen, ihren Job zu machen und sich gleichzeitig aus diesem Dirigismus mit ständig neuen Gesetzesvorlagen zurückziehen. Die Bürokratie macht diese Transformation fast unmöglich. Außerdem: Wenn wir unseren Wohlstand bewahren wollen, müssen wir alle wieder mehr leisten und das auch wollen! Nur Work-Life-Balance, Wellbeing und 4-Tage-Woche mit vollem Lohnausgleich funktioniert nicht.

„Unsere Expertise? Wir wissen, wie man entwickelt!“

M.TEC Engineering setzt seine gewachsene Kompetenz als Entwicklungsdienstleister sowohl für Partner aus dem Mittelstand als auch für global tätige Konzerne ein. Warum die Expertise des Unternehmens gerade bei der Verbesserung der Nachhaltigkeitsbilanz gefragt ist, erläuterte Geschäftsführer Wolfgang Pelzer im Interview.



Die M.TEC Engineering GmbH engagierte sich unter anderem in der Entwicklung eines Leichtbausitzes für die Elektromobilität

Wirtschaftsforum: Herr Pelzer, als Lösungsanbieter und Entwicklungspartner unterstützt M.TEC Engineering sowohl mittelständische Unternehmen als auch Weltkonzerne wie Siemens und BMW. Worin genau liegt dabei Ihre Kernexpertise?

Wolfgang Pelzer: Wir wissen, wie man entwickelt – und insbesondere, wie man aus guten Ideen erfolgreiche Produkte macht. Dabei überzeugen unsere Ingenieure sowohl mit ihren kreativen Ideen als auch mit ihrem umfassenden Prozess-Know-how, sodass in enger Zusammenarbeit mit unseren Kunden schließlich funktional überzeugende Produkte für den Endverbraucher sowie wirtschaftlich sinnvolle und robust

herstellbare Lösungen für unsere Auftraggeber entstehen können. Diese Expertise vereinigen wir dabei über viele verschiedene Branchen und fachliche Themenfelder hinweg. Somit engagieren wir uns in ganz unterschiedlichen Industriezweigen, wodurch M.TEC Engineering weitgehend unabhängig von einzelnen Konjunkturzyklen agieren kann.

Wirtschaftsforum: Welches Thema brennt Ihren Auftraggebern derzeit besonders unter den Nägeln?

Wolfgang Pelzer: Mit Sicherheit steht die ökologische Nachhaltigkeit mittlerweile deutlich im Fokus der Aufmerksamkeit, auch wenn viele unserer Kun-

den noch relativ am Anfang der entsprechenden Transformationsprozesse stehen. Doch die Bedeutung dieses Wandels ist auch in der Breite angekommen – ebenso wie der Umstand, dass ein nachhaltigeres Produkt und ein konstanter, wenn nicht noch größerer wirtschaftlicher Erfolg keinen Widerspruch bedeuten müssen. Gerade an diesem Punkt kann M.TEC seine gewachsene Expertise zielführend ausspielen: Denn wir wollen Nachhaltigkeit grundsätzlich als Chance und nicht als lästige Pflicht begreifen. So sehen wir vielfältige Möglich-

keiten, um Produkte nachhaltiger sowie technisch noch exzellenter zu machen und gleichzeitig eine wirtschaftlich attraktive Lösung zu gewährleisten.

Wirtschaftsforum: Worin liegt der Schlüssel zu diesem erfolgreichen Ansatz?

Wolfgang Pelzer: Um das volle Potenzial einer nachhaltigen Lösung nutzbar machen zu können, regen wir oftmals an, das jeweilige Produkt von Grund auf neu zu denken. Bisweilen herrscht immer noch die Vorstellung,

Interview mit



*Wolfgang Pelzer,
Geschäftsführer
der M.TEC Engineering GmbH*



Sitz der M.TEC Engineering GmbH in Herzogenrath bei Aachen



Geschäftsführer Wolfgang Pelzer im Gespräch mit Mitarbeitern

dass einfach nur das bestehende Material durch einen recycelbaren Stoff ersetzt werden muss, um den Zielen auf dem Weg zur Kreislaufwirtschaft gerecht zu werden. Doch dabei bleiben oftmals wichtige Verbesserungsmöglichkeiten auf der Strecke, die man bei einer ganzheitlichen Betrachtung des jeweiligen Produkts gewinnbringend ausschöpfen könnte. Grundsätzlich bieten wir



KONTAKTDATEN

M.TEC Engineering GmbH
 Dornkaulstraße 4
 52134 Herzogenrath
 Deutschland
 ☎ +49 2407 95730
 ✉ +49 2407 957325
 info@mtec-engineering.de
 www.mtec-engineering.com

40
 MITARBEITER

unseren Kunden stets alle verfügbaren Optionen an, wobei sich ein holistischer Ansatz und iterative Prozessschritte auch nicht gegenseitig ausschließen müssen. Denn oft lassen sich erste wichtige Schritte schon mit relativ geringem Aufwand umsetzen.

Wirtschaftsforum: Wie gewinnen Sie als hochspezialisierter Partner dabei das Vertrauen Ihrer Kunden?

Wolfgang Pelzer: Unser Unternehmen steht und fällt mit seinem qualifizierten Fachpersonal, weshalb wir auch in Zusammenarbeit mit der RWTH Aachen auf eine konsequente Weiterentwicklung unserer Methodenkompetenz setzen. So können wir auch modernste Verfahren wie den digitalen Zwilling problemlos abbilden. Diese inhaltliche Vielseitigkeit sowie unsere kurzen Entscheidungswege machen uns derzeit gerade auch für ambitionierte Fachexpertinnen als Arbeitgeber interessant – eine wichtige Erfolgsgrundlage, auf der wir weiter aufbauen werden.

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.

Mit Sicherheit die richtige Wahl

Mittelständischen Unternehmen sagt man gerne nach, dass sie flexibler auf individuelle Kundenanforderungen eingehen können als große Firmen. Ein perfektes Beispiel hierfür ist die Pfalz-Alarm GmbH. Der rheinland-pfälzische Mittelständler ist spezialisiert auf Sicherheitstechnik und bietet alles aus einer Hand, von der Planung über die Ausführung bis hin zur Wartung.

Pfalz-Alarm ist ein mittelständisches Unternehmen, das seinen Kunden ein komplettes Angebot an Sicherheitstechnik bietet. Das Leistungsspektrum reicht von Brand- und Einbruchmeldetechnik über digitale Schließtechnik, Flucht- und Rettungswegetechnik, Videotechnik und Zutrittskontrollsystemen bis hin zu Sprachalarmierungsanlagen als Bestandteil von Brandmeldeanlagen. „Im Laufe der Zeit haben wir das Portfolio immer weiter ausgebaut und neue Märkte entwickelt“, sagt Geschäftsführer Herbert Feller, der das Unternehmen im Jahr 2005 zusammen mit Co-Geschäftsführer Erik Aßmann gegründet hat. „Heute gehören wir zu den führenden unabhängigen Anbietern von Sicherheitstechnik in Rheinland-Pfalz.“ Aktuell hat Pfalz-Alarm 40 Beschäftigte, bei einem Umsatz von rund 6,5 Millionen EUR.



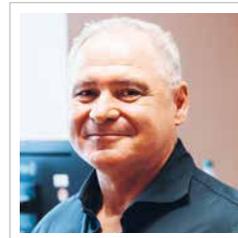
Sprachalarmierungsanlage als Bestandteil einer Brandmeldeanlage

Krisenfest

Pfalz-Alarm ist bisher gut durch alle Krisen gekommen. Aufgrund der Lieferkettenprobleme während der Coronapandemie habe man die Lagerkapazitäten erhöht und auch der Ukrainekrieg habe bisher keine negativen Auswirkungen auf das Geschäft. „2024 sind wir bereits für die

ersten acht Monate ausgelastet“, erläutert Herbert Feller. „Durch unsere Größe können wir auch größere Projekte abwickeln und finanzieren, zugleich sind wir als Mittelständler flexibler als größere, gerade bei Service, Notdienst und Wartung.“ Wichtigstes Geschäftsfeld für Pfalz-Alarm ist die Brandmeldetechnik, hier reicht das Kundenspektrum von Industrie und Gewerbe bis zu Schulen und Privatkunden. Im Bereich Einbruchmeldetechnik installiert man derzeit viele Anlagen zur Überwachung von Kopfstationen von Glasfaseranbietern, im Bereich Zutrittskontrolle bietet man maßgeschneiderte Lösungen für Industrie und Privatkunden, hier auch in Kombination mit Smarthome-Systemen. „Unser Vorteil ist unsere eigene CAD-Abteilung, so dass wir individuelle Komplettlösungen zu wettbe-

Interview mit



*Herbert Feller,
Geschäftsführer
der Pfalz-Alarm GmbH*



KONTAKTDATEN

Pfalz-Alarm GmbH
Opelstraße 1
67661 Kaiserslautern
Deutschland
☎ +49 6301 320140
✉ info@pfalz-alarm.de
www.pfalz-alarm.de

werbsfähigen Preisen anbieten können“, erklärt Herbert Feller. Im Jahr 2024 wolle man den Fokus auf die laufende Kundenpflege und den Ausbau der Digitalisierung im Betrieb legen. „Außerdem treiben wir die Elektromobilität voran, die Basis dafür besteht bereits mit Photovoltaik, Ladesäulen und Speichertechnik“, sagt Herbert Feller.



Combining great taste
& sensational fragrance



KOMPETENZ FÜR DIE SINNE

Düfte, Aromen und Pflanzenextrakte sind unsere Leidenschaft. Seit 1829 entstehen bei uns in Leipzig einzigartige Aroma- und Duftkreationen. Wir verleihen Getränken, Süßwaren, Molkereiprodukten und herzhaften Speisen ihren charakteristischen Geschmack. Für Körper- und Haushaltspflegeprodukte sowie Feinparfüms kreieren wir facettenreiche Düfte. Pflanzenextrakte und Rohstoffspezialitäten runden unser Angebot ab. Lernen Sie die Vorzüge unseres breiten Portfolios und unserer effizienten Entscheidungsprozesse kennen.

Ihr Partner für den Mittelstand – Sprechen Sie uns an!

Bell Flavors & Fragrances GmbH

Schimmelstraße 1

04205 Leipzig

Tel.: +49.341.9451.0

E-Mail: info@bell-europe.com



www.bell-europe.com

Die Weichen gestellt: Die Zukunft auf Schienen

Zu einer Zeit, da die Weichen für eine nachhaltige Verkehrswende gestellt werden, agiert die BUG Verkehrsbau SE als zentraler Player im Schienennetz des Fortschritts. Seit der Gründung im Mai 1990 hat sich das Berliner Unternehmen aus bescheidenen Anfängen zum Komplettanbieter für bauliche Höchstleistungen entwickelt. Dem Anspruch, sichere Grundlagen für die moderne Bahninfrastruktur zu schaffen, stellen sich Vorstandsvorsitzender Roland Müller und Marian Thomas, Kaufmännischer Vorstand.



Die BUG Verkehrsbau SE denkt den Transportweg Schiene neu und schafft Grundlagen für den modernen Bahnverkehr, hier bei der Realisierung einer Personenunterführung für das Bauprojekt Bobstadt

Mit einer klaren Ausrichtung auf die Umgestaltung des Schienenverkehrs und dem Ziel, solide Grundlagen für zeitgemäßen Bahnverkehr zu schaffen, ist die BUG Verkehrsbau SE zum umfassenden Anbieter für herausragende Bauleistungen avanciert. Mit engagierten Fachkräften und modernster technischer Ausrüstung realisiert das Unternehmen Projekte in verschiedenen Geschäftsfeldern, darunter Gleisbau, Tiefbau, Ingenieurbau, Spezialtief-

bau, Kommunikations- und Elektrotechnik, Logistik, Großprojekte, Gerätevermietung, Stromschiene, Fahrleitung, Starkstrom, Sicherung und Vermessung, Verkehrsleittechnik und Eisenbahnhistorie.

Enorme Aufwärtsentwicklung

Die Wurzeln der BUG Verkehrsbau SE reichen zurück zu den besonderen Zeiten nach der Wende. „Mein Vater Martin Thomas hat das Unternehmen 1990 mit nur sieben Mitarbeitern gegründet“,

berichtet Marian Thomas. „Durch internes und externes Wachstum konnten wir eine enorme Aufwärtsentwicklung erzielen.“ Die BUG Verkehrsbau SE beschäftigt heute über 800 Mitarbeiter und wird in der 2. Generation geführt, nachdem der Firmengründer in den Aufsichtsrat gewechselt ist. Das Unternehmen umfasst diverse Niederlassungen innerhalb Deutschlands. Eine eigene Ausbildungsakademie zeugt von der Verpflichtung des Unternehmens

Interview mit



Roland Müller,
Vorstandsvorsitzender
und



Marian Thomas,
Kaufmännischer Vorstand
der BUG Verkehrsbau SE

zur Förderung von Fachkräften und Nachwuchstalenten.

Bedeutender Akteur der Branche

Mit einem beeindruckenden Umsatz von 145 Millionen EUR und 800 Mitarbeitern ist die BUG Verkehrsbau SE ein bedeutender Akteur in der Branche. Das Leistungsspektrum des Unterneh-



Mit engagierten Fachkräften auf der Baustelle und modernster technischer Ausrüstung realisiert die BUG Verkehrsbau SE als Komplettanbieter Höchstleistungen, hier auf der Baustelle Grünau, Berlin (Stopmaschine)

mens umfasst alles rund um die Schiene, vom Neubau über die Sanierung bis hin zur Beseitigung von Havarieschäden. Dazu gehören diverse Gewerke wie Gleisbau, Verkehrsbau, Brückenbau, Spezialgewerke, Ausrüstung, Elektro, Kabel, Signale und LST-Technik.

Positive Unternehmenskultur

„Entscheidend für unseren Erfolg sind unsere engagierten und intelligenten Mitarbeiter“, ist sich der Kaufmännische Vorstand sicher. „Sie sind das kostbarste Gut unseres Unternehmens.“ Die Philosophie der BUG Verkehrsbau SE betont die positive Unternehmenskultur, den Charakter des Familienunternehmens und flache Hierarchien. Dies sind Aspekte, die auch bei den Kunden gut ankommen.

Markt und Politik

Den Markt sehen die Vorstände, Roland Müller und Marian Thomas, im Einfluss politischer Entscheidungen. Roland Müller betont, dass die Coronapandemie keinen Bremsklotz für die BUG Verkehrsbau SE darstellte. „Die

Deutsche Bahn ist ein solider Auftraggeber geblieben. Politische Ereignisse und interne Veränderungen beeinflussen die Vergabe der Aufträge. Nicht selten führen Konzepte der Mitarbeiter auch zu Aufträgen. Die Verkehrsverbände signalisieren den Willen zur Verkehrswende, aber es mangelt oft an konkreten Handlungen aus der Politik. Preissteigerungen und Einflüsse der Kapitalmärkte sind weitere Herausforderungen.“



“

„Die Verkehrsverbände signalisieren den Willen zur Verkehrswende, aber es mangelt oft an konkreten Handlungen aus der Politik. Preissteigerungen und Einflüsse der Kapitalmärkte sind weitere Herausforderungen.“

Roland Müller,
Vorstandsvorsitzender

Mit 'mehr Dampf' in die Zukunft

Die BUG Verkehrsbau SE setzt auf Nachhaltigkeit als Teil der Vision 2030. Das Unternehmen nutzt Diesel-Lokomotiven, aber investiert in Hybridlösungen und arbeitet an CO₂-neutralen Lösungen

wie E-Autos und Dienstfahrrädern. Der Vorstand wünscht sich 'mehr Dampf' in der Verkehrswende und Anerkennung für die Bedeutung der Eisenbahn. Die Ausbildungs- politik sollte hier Impulse setzen, um die Branche für Auszubildende attraktiver zu machen.

Appell an die Politik

Wie in vielen Wirtschaftsbereichen und Betrieben wird auch bei der BUG Verkehrsbau SE die

Bürokratie in Deutschland eher als Bremse betrachtet. „Wir haben den Eindruck, dass hier zu viel Manpower gebunden ist“, meint Marian Thomas. „Die Gremien benötigen mehr Sachverstand und Expertenwissen.“ Er appelliert

an die Politik, Bewusstsein zu schaffen und Handwerksberufe zu fördern. „Deutschland sollte wieder eine Vorreiterrolle einnehmen, aktiv in die Verkehrswende investieren und langfristige Visionen umsetzen. Nur so kann die Eisenbahn als umweltfreundliche Alternative zur Luftfahrt optimal genutzt werden.“ Insgesamt zeigt sich die BUG Verkehrsbau SE als ein Unternehmen, das nicht nur bautechnisch, sondern auch in puncto Nachhaltigkeit und Mitarbeiterförderung vorausdenkt. Mit klaren Visionen und einem engagierten Team steht es bereit, die Zukunft der Schieneninfrastruktur aktiv zu gestalten.

#wegeindiezukunft



<https://karriere.bug-gruppe.de/>



Junge Auszubildende, die ihre Ausbildung bei der BUG Verkehrsbau SE beginnen, haben erfasst: Die Eisenbahn hat Zukunft!



KONTAKTDATEN

BUG Verkehrsbau SE
Landsberger Straße 265 Haus M
12623 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 8187000
✉ +49 30 818700190
info@bug-gruppe.de
www.bug-gruppe.de

Maßanzüge für die Analyse



Um Blutkrankheiten zu diagnostizieren und zu behandeln, bedarf es hochspezialisierter Geräte. Als Entwickler und Hersteller von maßgeschneiderten In-vitro-Diagnostik-Systemen ist die BIT Analytical Instruments GmbH mit Sitz in Schwalbach bei Frankfurt seit mehr als 45 Jahren Partner für OEMs rund um den Globus. Für ihre Innovationen im Bereich der analytischen IVD-, Medizin- und Life-Science-Geräte wird sie nicht nur von ihren Kunden geschätzt, sondern wurde auch 2023 vom Magazin MedTech Outlook ausgezeichnet.

Die Geschichte von BIT in Deutschland beginnt im Jahr 1976, als die Firma das erste medizinische Instrument herstellte. Bis 2007 widmete sich das Unternehmen ausschließlich der Auftragsfertigung von diagnostischen Tischgeräten, bevor es in die Entwicklung einstieg und weitere Dienstleistungen rund um den Produktlebenszyklus anbot. Zeitgleich begann man mit der Internationalisierung. „In diesem Zuge wurde ein chinesisches Unternehmen aufgebaut und ein Forschungs- und Entwicklungszentrum in den USA akquiriert. Der Betrieb in der amerikanischen Niederlassung wurde aber 2021

wieder eingestellt, da der Aufwand zu groß war, und der Fokus auf Europa gerichtet“, berichtet Jan Wilke, einer der beiden Geschäftsführer von BIT Analytical Instruments. Seit 15 Jahren ist er im Unternehmen und für die Bereiche Entwicklung und Regu-

laturik verantwortlich. BIT gehört zur Messer Gruppe, die bis 2002 Teil der Höchst Gruppe war. Messer ist heute der weltweit größte familiengeführte Spezialist für Industrie-, Medizin- und Spezialgase.



Siemens ATELLICA NEPH 630



BIT Hämatologiegerät

Interview mit



Thomas Eck,
*Geschäftsführer
und*



Jan Wilke,
*Geschäftsführer
der BIT Analytical Instruments
GmbH*

International aktiv

BIT hat sich mit White Label-Hämatologiegeräten einerseits und Dienstleistungen andererseits zwei Standbeine aufgebaut, auf die jeweils die Hälfte des Umsatzes entfällt. „Wir haben uns unter anderem in der Nische Cell Counter in der Hämatologie einen Namen gemacht und heben uns dadurch ab, dass wir statt Laser LEDs verwenden“, erklärt Thomas Eck. Er verantwortet bereits seit

16 Jahren als COO die Bereiche OPS, HR und Supply Chain und ist seit zehn Jahren Geschäftsführer. BIT unterhält heute neben Deutschland Niederlassungen in Frankreich und China. 240 Mitarbeiter sind im Unternehmen beschäftigt, der größte Teil in Deutschland, wo sich die Produktion befindet. „Der chinesische Standort ist Zulieferer von Teilen und Baugruppen. Wir überlegen, uns dort breiter aufzustellen im Bereich Dienstleistungen und Geräte made in China“, erzählt Thomas Eck. Beliefert werden ausschließlich OEMs. Die Anzahl der Kunden ist überschaubar. Da diese jedoch global aufgestellt sind, exportiert BIT weltweit.

Beratung als Erfolgsrezept

Nicht nur große internationale Kunden nutzen die Expertise von BIT, auch mittlere Unternehmen und Start-ups gehören zu den Kunden. Die beiden Geschäftsführer beobachten aktuell eine Marktverschiebung. Jan Wilke berichtet: „Der mittlere Bereich verschwindet, es bleiben die Großen und die Start-ups. Gerade mit Start-ups waren wir in letzter Zeit erfolgreich, indem wir ihnen maßgeschneiderte Lösungen an-

bieten konnten.“ Das passt in das Konzept von BIT, das besagt, dem Kunden genau das zu geben, was er braucht. „Wir machen für den Kunden einen Maßanzug, kein Produkt von der Stange. Serientauglichkeit ist dabei wichtig“, so Jan Wilke, der außerdem erklärt: „Bei Anpassungen beziehungsweise Geräteupdates müssen wir darauf achten, die Geräte nicht zu sehr zu verändern, da das eine neue Zulassung erfordern würde. Nur dann rechnet es sich. Bei Neuentwicklungen zählt dies natürlich nicht.“ Der Entwicklungszyklus eines Geräts beträgt bei den einfacheren Geräten weniger als drei Jahre, kann aber bei komplexen Entwicklungen auch acht bis zehn Jahre dauern. Thomas Eck macht deutlich: „Wir versuchen immer, einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen. Dazu müssen wir sehr genau verstehen, was der Kunde braucht und ihn beraten, was sinnvoll ist. Der Beratungsansatz ist ein Erfolgsrezept. Darauf weise ich auch Start-ups hin, die am Anfang alles wollen: Fangt an mit dem, was wichtig ist!“ Die Geräte werden digitaler, Features, die früher analog waren, werden inzwischen mit einer Software realisiert. „Der klare



KONTAKTDATEN

BIT Analytical Instruments GmbH
Am Kronberger Hang 3
65824 Schwalbach
Deutschland
☎ +49 6196 806100
info@bit-group.com
www.bit-group.com

Trend im Bereich der Bildanalyse ist KI. Sie ermöglicht schnellere Prozesse. Selbstlernende Software, die Muster erkennt, kann neue Möglichkeiten bieten. Im Moment wissen wir aber noch nicht genau, wie die selbstlernende KI reagiert; das braucht noch Zeit“, so Thomas Eck. Ein Anliegen in der Entwicklung sei die 100%ige Reproduzierbarkeit. „Das ist gerade wegen der Schnellebigkeit wichtig“, fügt er hinzu.

Aktives Mindset

Die hohe Kompetenz bei BIT basiert auf der Erfahrung und dem Wissen der Mitarbeiter. „Viele Arbeiten können nicht automatisiert werden, daher wird bei uns noch vieles manuell gemacht. Ganz wichtig ist für uns daher, ein stabiles und innovatives Team zu haben“, so Jan Wilke. Durch die Bank sei es derzeit schwierig, Mitarbeiter zu akquirieren, BIT arbeitet kontinuierlich daran, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Er betont: „Wir haben eine offene Kommunikationskultur und arbeiten eine gemeinsame Ausrichtung aus. Darüber hinaus arbeiten wir mit Universitäten zusammen und bilden selbst aus. Die Rekrutierung ist sehr personenzentriert;



Labor und Fertigung in Schwalbach

wir haben einen Arbeitnehmermarkt.“ Bewährtes soll beibehalten werden, wobei man offen für Neues sei, erklärt Jan Wilke: „Never change a running system. Wir brauchen ein aktives Mindset, um innovativ zu sein. Nichts ist schlimmer als Stillstand. Das macht es spannend.“ Ein Schwerpunkt wird zukünftig auf der Neukundenakquise in der klassischen Medizin liegen. Thomas Eck sieht die weitere Entwicklung grundsätzlich positiv, sagt aber auch: „Unser Umfeld ist schwierig und nicht gerade innovationsfördernd. Deshalb überlegen wir, was wir mehr machen können. Denn die Konkurrenz schläft nicht.“

MAX Analysegeräte



Fenster und Türen made in Germany

Fenster und Türen sind mehr als bloße Öffnungen in unseren Häusern – sie sind die Schnittstelle zwischen Innen und Außen, verbinden Räume mit der Welt da draußen und beeinflussen maßgeblich das Ambiente unserer Lebensräume.

Die Josef Meeth Fensterfabrik GmbH & Co. KG ist einer der größten Fenster- und Türenhersteller Europas

Interview mit



Sylvia Meeth-Kainz,
Geschäftsführerin
der Josef Meeth Fensterfabrik
GmbH & Co. KG



KONTAKTDATEN

Josef Meeth Fensterfabrik
GmbH & Co. KG
Gewerbegebiet Mont Royal 1
54533 Laufeld
Deutschland
☎ +49 65 72 81-0
info@meeth.de
www.meeth.de

Von traditionellen Holzfenstern bis hin zu hochmodernen, energieeffizienten Verglasungen – die Fensterbranche hat eine faszinierende Entwicklung durchlaufen. Seit den 1960er-Jahren ist die Josef Meeth Fensterfabrik GmbH & Co. KG Teil dieser Entwicklung mit innovativen Produkten im Bereich der Fenster und Türen.

Tradition und Innovation

Die Josef Meeth Fensterfabrik ist ein traditionsreiches Familienunternehmen, das auf eine lange Historie zurückblickt. Gegründet im Jahr 1903 von Sylvia Meeth-Kainz' Urgroßvater als

kleine Schreinerei, wurde das Unternehmen im Jahr 1963 von ihrem Großvater und Vater umstrukturiert. Der Fokus lag fortan auf dem seriellen Fensterbau. Im Jahr 2016 übernahm Sylvia Meeth-Kainz die Leitung des Unternehmens, nachdem ihr Vater schwer an Krebs erkrankt war und eine Nachfolgeregelung erforderlich wurde. Die Geschäftsführerin bringt eine einzigartige Perspektive mit, da sie ursprünglich aus der Gastronomie stammt. Nach Jahren im Hotelgewerbe entschied sie sich für einen Neuanfang im familiären Fensterbau. Die Entscheidung wurde durch eine per-

sönliche Krise beeinflusst, als sie selbst 1992 an Krebs erkrankte und eine grundlegende Veränderung in ihrem Lebensstil suchte. Die Josef Meeth Fensterfabrik hat seit der Übernahme im Jahr 2016 erhebliche Umstrukturierungen durchlaufen. „Wir haben unsere Produktionsprozesse komplett neu gedacht und damit eine gute Basis für unsere zukünftige Entwicklung geschaffen“, so Sylvia Meeth-Kainz. „Wir werden uns weiter in die digitale Welt transformieren.“ Ein neuer Onlinekonfigurator sowie eine Verjüngung der Außendarstellung stehen dabei im Fokus. Trotz Herausforderun-

gen wie dem Mengenrückgang von 30% im laufenden Jahr pflegt das Unternehmen gute Beziehungen zu Lieferanten und ist optimistisch, diese Phase zu überwinden.

Beeindruckende Produktionskapazität

Die Stärken des Familienbetriebs liegen in flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen, die eine schnelle Reaktion auf Veränderungen ermöglichen. Auch die Diskussionen finden auf einer flachen Ebene statt und die Verpflichtung junger, hoch motivierter Mitarbeiter trägt zur Dynamik

des Unternehmens bei. Ein durchgängiger Aftersales-Service geht häufig über den eigentlichen Verkauf hinaus. Durch den zentralen Standort in Deutschland kann das Unternehmen kurze Lieferzeiten gewährleisten und beeindruckt mit einer enormen Produktionskapazität von 1.300 Fenstern pro Tag.

Eigene Produktion

Die Josef Meeth Fensterfabrik beschäftigt 200 Mitarbeiter und erzielt einen Umsatz zwischen 25 und 27 Millionen EUR. Das Produkt- und Leistungsspektrum umfasst die Herstellung von Fenstern und Haustüren in Fließfertigung, wobei die besondere Stärke in den kurzen Lieferzeiten liegt. „Unser breites Sortiment ermöglicht sowohl den klassischen Preiseinstieg für Baumärkte als auch die Anpassung an neue Produkthanforderungen, wie beispielsweise Fensterrahmen aus Recyc-lat“, erläutert Sylvia Meeth-Kainz. „Die kontinuierliche Weiterentwicklung der Sortimente erfolgt in enger Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Aktuell beschäftigen wir uns insbesondere mit den Themen Sicherheit, Nach-

haltigkeit und Sonnenschutz.“ Die Einführung neuer Technologien, wie die Automatisierung von Teilen der Produktion und die Investition in eine neue Glaslinie im Jahr 2023, unterstreichen das Engagement für Qualitätsprodukte. Die Fertigung des Isolierglases erfolgt komplett intern.

Strategie für die Zukunft

Die Marktpräsenz erstreckt sich über Exportmärkte wie die Schweiz, Österreich und Tschechien, die über Baumarktketten bedient werden. Die Josef Meeth Fensterfabrik setzt auf ein engagiertes und eigenverantwortliches Team. Die Digitalisierung steht im Mittelpunkt der Zukunftsstrategie, um das Unternehmen für die nächsten Generationen zu sichern. Die Geschäftsführerin betont die Bedeutung von attraktiven Arbeitsbedingungen, um junge Talente anzuziehen. Die digitale Transformation bleibt das zentrale Thema, um die Josef Meeth Fensterfabrik zukunftsfähig zu gestalten. Das Unternehmen plant, sich den neuen Anforderungen anzupassen, wobei der Fokus auf einem angenehmen Arbeitsumfeld und flexiblen

Das Sortiment der Josef Meeth Fensterfabrik GmbH & Co. KG umfasst auch ein breites Spektrum an Türen



Durch den zentralen Standort der Produktion in Laufeld, Deutschland, kann das Unternehmen kurze Lieferzeiten gewährleisten und beeindruckt mit einer enormen Produktionskapazität von 1.300 Fenstern pro Tag



Möglichkeiten für die Mitarbeiter liegt. Sylvia Meeth-Kainz sieht die Herausforderung in der Zukunft in den aktuellen Leistungsanforderungen in der Gesellschaft. „Es ist wichtig, Leistung attraktiv zu gestalten, und die Politik muss dazu die richtigen Signale setzen“, sagt die Geschäftsführerin. „Mei-

ner Meinung nach ist Wohlstand nur durch Leistung erreichbar und es ist entscheidend, dass Kinder lernen, sich Ziele zu setzen und durch Leistung Erfolg zu erlangen.“

Unsere Themenwelten auf: www.WIRTSCHAFTSFORUM.de



„Gegen den Personalmangel im Gesundheitswesen kann man eine Menge tun!“

In der Pandemie kamen nicht nur Krankenhäuser, sondern auch ambulante Praxen an die Belastungsgrenze, was in die öffentliche Wahrnehmung jedoch bisweilen kaum vorge- drungen ist. Mit Wirtschaftsforum sprach Katrin Hofmann, Ärztliche Direktorin der medi- zinischen Versorgungszentren der Policum Berlin MVZ GmbH, über ihre Erfahrungen aus dieser Zeit und ihre nachhaltigen Maßnahmen gegen die grassierende Personalknappheit.



Policum Berlin MVZ, Rubensstraße 119, 12157 Berlin

Wirtschaftsforum: Frau Hofmann, als Ärztliche Direktorin der Policum Berlin MVZ GmbH tragen Sie die Verantwortung für einen der größten Gesundheitsdienstleister der Hauptstadt. Durch welches Engagement zeichnen sich Ihre Häuser aus?

Katrin Hofmann: Als Tochtergesellschaft der Sanecum-Gruppe betreiben wir vier Standorte in Berlin – zwei große multidisziplinäre sowie zwei weitere mit einem rein psychotherapeutischen Leistungsspektrum. Dort bilden wir in zwölf unterschiedlichen Fachrichtungen die gesamte

medizinische Grundversorgung mit Ausnahme von Urologie und Gynäkologie ab und kümmern uns jedes Jahr um circa 150.000 Behandlungsfälle.

Wirtschaftsforum: Wie schlägt sich die angespannte Personalsituation im Gesundheitswesen in einer Organisation Ihrer Größenordnung nieder?

Katrin Hofmann: Wir erleben dieses Phänomen genauso wie jede andere medizinische Einrichtung auch – die Herausforderungen bei der Nachbesetzung offener Stellen nehmen grundsätzlich

immer weiter zu. Schon vor etlichen Jahren, als sich die gesamte Tragweite dieser Situation erst abzuzeichnen begann, haben wir jedoch bereits systematisch gegengesteuert und unter anderem eine Ausbildungsinitiative für Berufsanfängerinnen und Quereinsteiger gestartet. Hiervon können wir heute schon erste Früchte ernten. Natürlich ist die allgemeine Personalsituation nicht einfach und hat sich gerade in der Pandemie noch einmal verschärft. Aber der Erfolg unserer weitsichtigen Maßnahmen hat gezeigt, dass man eine Menge tun kann, um

sich nachhaltig auf die veränderten Bedingungen einzustellen.

Wirtschaftsforum: Was macht Policum Berlin zu einem attraktiven Ausbildungsbetrieb?

Katrin Hofmann: Ein wichtiger Vorteil für engagierte Auszubildende liegt sicherlich in unserer starken Interdisziplinarität. Die meisten ambulanten medizinischen Einrichtungen sind üblicherweise nur auf eine Fachrichtung spezialisiert, sodass die jeweiligen Auszubildenden lediglich in einer einzigen Fachdisziplin

Interview mit



Katrin Hofmann,
Ärztliche Direktorin
der Policum Berlin MVZ GmbH



Policum Berlin setzt an seinen vier Standorten auf eine moderne medizinische Versorgung

Erfahrung sammeln können und zudem die gesamten zwei oder drei Jahre ihrer Ausbildungszeit an die jeweilige Praxis gebunden sind. Policum Berlin hat hingegen ein interdisziplinäres Curriculum über sämtliche Fachbereiche hinweg ausgestaltet, das unsere Auszubildenden systematisch durchlaufen. Dadurch erhalten sie die Gelegenheit, die gelebte medizinische Praxis in ihrer gesamten Breite kennenzulernen und anschließend eine wohlinformierte Entscheidung zu treffen, in welchem Gebiet sie ihre weitere berufliche Zukunft sehen. Gleichzeitig setzen wir von der interventionellen Gastroenterologie bis hin zur teilinterventionellen Kardiologie modernste medizinische Verfahren ein, womit wir junge Menschen mit einem grundsätzlichen Interesse an der medizinischen Praxis natürlich besonders nachhaltig begeistern möchten. Auch erfahrene Kollegen, die ihre Tätigkeit bei Policum Berlin aufnehmen, durchlaufen bei uns einen strukturierten Onboarding-Prozess, um bestmöglich in unserem Unternehmen ankommen

und unseren medizinischen Exzellenzanspruch vom ersten Tag an mit Leben füllen zu können. Eine intensive Betreuung all unserer Mitarbeiter durch unser Unternehmen ist dafür eine unabdingbare Voraussetzung.

Wirtschaftsforum: Wie hat Policum Berlin die Coronapandemie erlebt?

Katrin Hofmann: Im Kontext der enormen Belastung, die die ambulante Medizin in dieser Zeit erfahren hat, erlebe ich bis heute ein etwas verzerrtes Bild in der öffentlichen Wahrnehmung, in der fast ausschließlich über die stationäre Versorgung gesprochen wird. Gleichzeitig wurde jedoch die weit überwiegende Mehrheit der Coronapatienten nie in ein Krankenhaus aufgenommen, sondern rein ambulant behandelt – neben den übrigen Patientenströmen, die natürlich weiterhin versorgt werden mussten. Die fachliche, organisatorische und auch physische Belastung unseres Personals war also enorm – doch die finanzielle wie struktu-



Policum Berlin MVZ, Franz-Jacob-Straße 10, 10369 Berlin

relle Unterstützung, die wir dabei tatsächlich erfahren haben, war bisweilen erschreckend gering. In der Hochphase der Pandemie habe ich selbst Kleintransporter organisiert und zusammen mit ein paar Mitarbeitern an den Ausgabestellen essenzielle Medizinprodukte wie Masken und einfache Schutzkleidung abgeholt – da waren wir sehr auf uns allein gestellt. Am Ende mussten medizinische Versorgungszentren wie die Policum Berlin die Coronaprämien für die Ärztinnen und medizinischen Fachangestellten dann aus eigenen Mitteln bestreiten – was wir natürlich auch getan haben, um ihren enormen Einsatz zumindest ein bisschen honorieren zu können. Dieses Bild offenbart jedoch ein klares Missverhältnis zwischen dem, was unser Sektor in dieser schweren Zeit geleistet hat, und der Wertschätzung, die er dafür erfährt.

Wirtschaftsforum: Wie kann das Gesundheitswesen im ambulanten Bereich vor diesem Hintergrund auch perspektivisch ein attraktives Geschäftsfeld bleiben?

Katrin Hofmann: Die Einnahmen aus der Gesetzlichen Krankenversicherung reichen schon lange nicht mehr aus, um auch wirtschaftlich nachhaltig agieren zu können. Deshalb haben wir 2023 ein Präventionszentrum gegründet, um unser Leistungsspektrum im privatärztlichen Bereich systematisch zu erweitern. Die Nachfrage nach entsprechenden Beratungsleistungen, etwa im Anti-Aging-Bereich oder in der Sportmedizin, hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen, sodass wir unsere Kompetenz als patientennahe Gesundheitsdienstleister nun auch an dieser Stelle einbringen möchten.



2023 hat Policum Berlin ein neues Präventionszentrum gegründet



KONTAKTDATEN

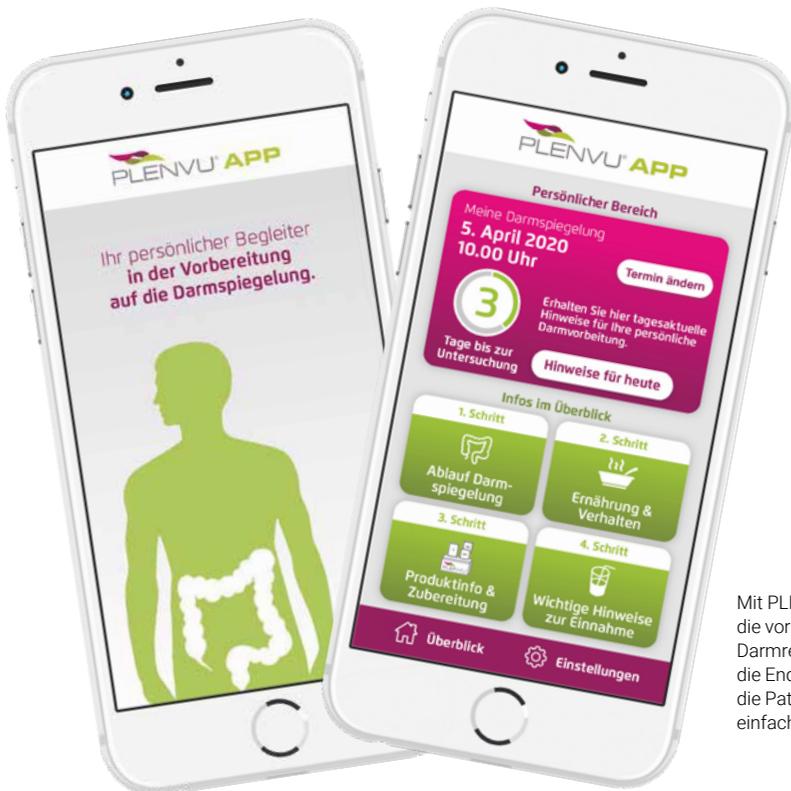
Policum Berlin MVZ GmbH
 Franz-Jacob-Straße 10
 10369 Berlin
 Deutschland
 ☎ +49 30 86204681216
 info@policum.berlin
 www.policum.berlin

Dem Patienten eine Stimme geben

Die Welt der Medizin hat in den letzten Jahren eine revolutionäre Entwicklung erfahren, die das Potenzial hat, die Art und Weise, wie wir Krankheiten behandeln und Heilung verstehen, grundlegend zu verändern. Im Mittelpunkt dieser bahnbrechenden Fortschritte stehen transformative Medikamente, eine neue Klasse von Therapien, die weit über die herkömmlichen Ansätze hinausgehen. Transformative Medikamente repräsentieren einen Paradigmenwechsel in der Medizin, indem sie nicht nur Symptome bekämpfen, sondern tiefer gehend auf die zugrunde liegenden Ursachen von Krankheiten eingehen. Seit über einem Jahrhundert versorgt die Norgine GmbH Patienten mit transformativen Medikamenten.



Interview mit
Elke Walther,
Interimsgeschäftsführerin
der Norgine GmbH



Mit PLENVU® wird die vorbereitende Darmreinigung für die Endoskopie für die Patienten noch einfacher

Die Norgine GmbH ist Teil einer globalen Unternehmensgruppe, der Norgine B.V., und am Standort Deutschland spezialisiert auf die Bereiche Gastroenterologie und Hepatologie.

Transformation

Die Wurzeln der Norgine GmbH reichen bis ins Jahr 1906 zurück, als Gründer Victor Stein Natriumalginat aus Algen extrahiert hat,

die aus der Nordsee importiert wurden. Seitdem hat das Unternehmen verschiedene pharmazeutische Produkte auf den Markt gebracht. 1995 hat Norgine MOVICOL® entwickelt und vermarktet, einige Jahre später folgte MOVIPREP®, das auch das erste in den USA zugelassene Produkt von Norgine wurde. In den letzten Monaten hat Norgine eine bedeutende Veränderung



erlebt, indem es von Goldman Sachs übernommen wurde. „Seitdem sind wir in der Transformation von einem Familienunternehmen zu einem Private Equity mitgeführten Unternehmen“, sagt Interimgeschäftsführerin Elke Walther. „Damit wollen wir uns noch einmal breiter, tiefer und besser aufstellen. Dadurch haben wir mehr Möglichkeiten, uns weiterzuentwickeln.“

Inmitten dieser Veränderungen strebt das Unternehmen in eine vielversprechende Richtung, indem es sich digitaler und agiler aufstellt. Dieser Wandel erfordert Zeit, wobei die Mitarbeiter aktiv in den Prozess eingebunden werden müssen. Transparenz, Change-management und eine einheitliche Kommunikation auf allen Ebenen sind hierbei von entscheidender Bedeutung. Norgine hat ein Soundingboard eingerichtet, in dem Mitarbeiter ihre Fragen stellen können. Diese Themen werden dann in One-Team-Meetings aufgegriffen.

Versorgungslücken schließen

Norgine verfolgt zwei Business-Modelle: die Entwicklung eigener Produkte und die Lizenzübernahme von Medikamenten, die in Märkten, in denen das Unternehmen nicht aktiv ist, Verwendung finden. Eine der Stärken von Norgine liegt in der langjährigen Erfahrung seiner Mitarbeiter, die den Wert des Unternehmens schätzen und nach außen tragen. Dabei steht die Patientenorientierung im Vordergrund, was die Positionierung als Marktführer in der Herstellung von Darmreinigungprodukten für die Endo-

skopie unterstreicht. In diesem Bereich bietet Norgine innovative Lösungen wie das Präparat PLENVU®, bei dem nur noch 1 l Darmspüllösung plus zusätzlich 1 l freiwählbare, klare Flüssigkeit getrunken werden müssen. Eine begleitende App gibt weitere Tipps zur Vorbereitung. Darüber hinaus liegt die Kernkompetenz des Unternehmens in der hepatischen Enzephalopathie, dem OTC-Bereich mit MOVICOL® sowie in Präparaten für die Geburts-einleitung im Bereich Women Health. „Die Einführung von ANGUSTA® als erstes orales Medikament zur Geburtseinleitung hat eine Produktlücke geschlossen“, erläutert die Interimgeschäftsführerin. „Auf diese Weise konnten wir die Stimme der Frau stärken und geben ihr und ihrer Familie die Möglichkeit mitzuzusprechen. Uns ist es wichtig, den Patienten eine Stimme zu geben.“ Die Philosophie und Strategie von Norgine basieren auf der Unternehmenskultur, die darauf abzielt, Versorgungslücken für die Patienten zu schließen. Dabei lassen sie sich von den Patienten inspirieren. Die Leitprinzipien 'Dare, drive and develop' unterstreichen den Mut, die Komfortzone zu verlassen und Fortschritt voranzutreiben. Das Unternehmen setzt dabei auf Teamarbeit und Offenheit für Neues. „Wir haben wirklich ein fantastisches Team und ich bin sehr stolz auf das, was wir in den letzten drei Monaten erreicht haben“, bemerkt Elke Walther. „Sie sind neugierig, offen für Neues, stellen die richtigen Fragen und leben den One Team-Gedanken immer mehr.“

Voneinander lernen

In der Zukunft soll der One Team-Ansatz weiter etabliert werden. Das Ziel ist, die Unternehmenskultur weiter zu stärken und die Mitarbeiter noch stärker in die Prozesse miteinzubinden. Eine 'Speak-Up-Community' soll geschaffen werden, um eine offene Kommunikation zu fördern. Ein weiteres wichtiges Thema ist die interne Talententwicklung. „Wir wollen Teams auf globaler und lokaler Ebene stärker vernetzen, um Synergien zu nutzen“, beschreibt Elke Walther die Strategie. „Wir haben ein Mentoring-Programm gelauncht und werden unsere Schwarmintelligenz nutzen. Es



Mit MOVICOL® hat sich Norgine als Marktführer in der Herstellung von Darmreinigungprodukten für die Endoskopie etabliert

gibt viele Dinge, die sich Deutschland von anderen Ländern abschauen kann. Durch das Teilen bewährter Praktiken auf europäischer Ebene möchte Norgine den Fortschritt fördern und so eine erfolgreiche Zukunft gestalten.“



Am Standort in Wettenberg vertritt die Norgine GmbH die globale Unternehmensgruppe Norgine B.V.



KONTAKTDATEN

Norgine GmbH
 Im Westpark 14
 35435 Wettenberg
 Deutschland
 ☎ +49 641 984970
 📠 +49 641 33055908
 info@norgine.de
 www.norgine.de

„Für Dich von Hier!“

Interview mit
Mike Hennig,
Geschäftsführer
der Teigwaren Riesa GmbH



Die Krönung für jedes Nudelgericht: leckere Saucen

Ob Schneckli, Dreili oder Hörnchen, ob Hartweizen oder Dinkel, ob Bio oder Vollkorn: Die Produktvielfalt der Teigwaren Riesa scheint keine Grenzen zu kennen. Und wer wissen möchte, wie alle diese Nudel-Köstlichkeiten hergestellt werden, der kann sich die Abläufe in der gläsernen Produktion des Nudelcenters in dem sächsischen Städtchen gleich aus der Nähe anschauen. Natürlich gehört anschließend ein leckeres Nudelgericht mit zum Programm eines der größten und traditionsreichsten Nudelproduzenten Deutschlands, der seit vielen Jahren für höchste Qualität und ein innovatives Sortiment bekannt ist.

„Wir geben Standards vor und es sind die Vielfalt unserer Nudeln sowie die höchste Qualität, mit der wir unsere Kunden überzeugen“, sagt Mike Hennig, seit vier Jahren Geschäftsführer der Teigwaren Riesa GmbH. „So ist es nur konsequent, dass sich der Handel für uns als den stärksten Partner in der Region entschei-

det.“ 25.000 t Teigwaren verlassen das Werk in Riesa pro Jahr und der Geschäftsführer denkt an weiteres Wachstum: „Wir wollen als regionale Nudelfirma weiter zulegen, unsere Produktion optimieren und auch weiter investieren, damit wir unsere Kapazitäten ausbauen können.“

Mehr als 100 Varianten

Das Sortiment mit mehr als 100 Ausformungen umfasst neben unterschiedlichen Variationen von Hartweizen-, Eier- und Bio- Hartweizennudeln auch Dinkel- und Vollkornnudeln sowie spezielle Geschmacksnudeln wie Knoblauch-Petersilie- und Tomate-Chilli-Hörnchen, Spinat-Bänder,

Ingwer-Röhrchen und 7-Kräuter-Nudeln. Mit dazugehörigem Pesto und Saucen präsentiert sich Teigwaren Riesa dem Handel als zuverlässiger Komplettanbieter. „Bei den Saucen hat der Verbraucher die Wahl zwischen den Varianten Käse mit Kräutern, Aglio Olio, Champignon mit Sahne, Tomaten mit Gemüse, mit Curry oder mit



Standard und Sonderformen: Neben Makkaroni und Bandnudeln gibt es auch Dinosaurier und Haustiere



Aus bestem Biogrieß: Bio-Hartweizennudeln in verschiedenen Varianten



Machen ihrem Namen alle Ehre: Die Eiernudeln enthalten bis zu acht Eier pro Kilogramm



Immer frisch: Rund 25.000 Tonnen Nudeln werden pro Jahr produziert

Orange-Pfeffer sowie Carbonara mit Schinken“, erklärt Mike Hennig. „Beim Pesto bieten wir die Varianten Basilikum, Tomaten-Rucola und Thunfisch an.“

1914 gegründet

Als Nudelstandort hat Riesa eine lange Tradition. Gegründet wurde das Werk 1914 von der Großverkaufs-Gesellschaft Deutscher Consumvereine. 1928 lag die Jahresproduktion bereits bei 8.000 t. Nach dem Ende des 2. Weltkriegs bis zur Schließung durch die Treuhand 1991 war das Unternehmen in der ehemaligen DDR ein Monopolist. 1992 übernahm Familie Freidler den Betrieb und investierte massiv in die Modernisierung des Werks. Ein wichtiger Meilenstein war die Inbetriebnahme des Nudelcenters 1998, das sich schnell als Touristenattraktion etablierte und jährlich von bis zu 200.000 Gästen besucht wird. Im vergangenen Jahr hat die Eigentümerfamilie Freidler 80% ihrer Anteile an einen irischen Investor verkauft, hält jedoch weiterhin die übrigen 20%. 2023 wurde auch eine neue Produktionsanlage in Be-

trieb genommen, deren Kapazitäten eine Jahresproduktion von bis 50.000 t erlauben. „Mit 150 Beschäftigten erwirtschaften wir einen Umsatz von 35 Millionen EUR, den wir in den kommenden Jahren auf rund 50 Millionen EUR steigern wollen“, beschreibt Mike Hennig die ehrgeizigen Pläne.

Breites Kundenspektrum

Abnehmer der Teigwaren sind neben den großen Einzelhandelsketten auch Gastronomen, Großküchen und Caterer sowie Industriepartner, die zum Beispiel Nudelsalat produzieren. Ein weiterer Absatzmarkt sind Private Label, die europaweit bedient wer-



Vollautomatisch: Hochmoderne Abfüllanlage

den. Der Vertrieb in Deutschland erfolgt direkt und über den Großhandel, Endverbraucher können über den Webshop bestellen. „Key Accounter betreuen unsere Großkunden, unsere Außendienstler kümmern sich um die Fläche“, erläutert der Geschäftsführer. Dabei wird der Handel durch besondere Aktionen und Material für den Point-of-Sale unterstützt. Sowohl bei den internen Abläufen, in der Produktion als auch im Kontakt mit den Kunden ist das Unternehmen digital bestens aufgestellt. Und auch in punkto Nachhaltigkeit legt sich der Betrieb richtig ins Zeug. Mike Hennig: „Unsere Dächer sind mit Solarpaneelen



Einblicke in die Welt der Teigwaren: Besuchergruppe im Nudelcenter



KONTAKTDATEN

Teigwaren Riesa GmbH
Merzdorfer Straße 21-25
01591 Riesa
Deutschland
☎ +49 3525 72 030
info@teigwaren-riesa.de
www.teigwaren-riesa.de

bestückt, wir haben in effizientere Kompressoren investiert und leiten den im eigenen Kraftwerk erzeugten heißen Dampf später wieder in den Kreislauf zurück. Außerdem stammen alle Rohstoffe für die Nudeln aus der Region.“ Es sei darüber hinaus ein netter Betrieb mit tollen Mitarbeitern, skizziert der Geschäftsführer die Atmosphäre bei Teigwaren Risa. „Bei uns steht das Menschliche im Vordergrund und unsere Beschäftigten sind sehr stolz auf unsere Produkte.“ Dieser Stolz drückt sich auch im Firmenslogan „Für Dich von Hier“ aus. Neben dem Wachstum und der Ausweitung der Produktion stehen für Mike Hennig auch weitere Innovationen im Vordergrund. Damit soll die Position als größter regionaler Anbieter und Marktführer im Osten Deutschlands weiter gestärkt werden.

FrISChe Ideen für die Getränkeindustrie

Allein in Deutschland füllt der global agierende Getränkedienstleister Refresco jedes Jahr über 2,6 Milliarden Liter Wasser und Softdrinks ab und arbeitet weltweit mit Branchenriesen wie PepsiCo. zusammen. Mit Wirtschaftsforum sprach Refresco-Deutschland-Chef Guido Kühne über aktuelle Marktentwicklungen im Getränkesegment, das Eigenmarkengeschäft und die wichtigsten Nachhaltigkeitszuwächse.

Wirtschaftsforum: Herr Kühne, hinter dem Namen Refresco verbirgt sich eine über Jahrzehnte gewachsene Expertise im weltweiten Getränkesegment. Wie würden Sie Ihre Kernkompetenzen und Ihre Marktpositionierung im Detail beschreiben?

Guido Kühne: Refresco agiert weltweit als größter unabhängiger Lösungsanbieter im Getränkebereich, während Refresco Deutschland mit circa 1.600 Mitarbeitern und über 2,6 Milliarden Litern abgefüllter Getränke pro Jahr an insgesamt neun Produktionsstandorten hierzulande

eine marktführende Position einnimmt. Dabei füllen wir sowohl Wasser als auch verschiedenste karbonisierte Produkte wie Limonaden und Colas sowie ferner Säfte, Eistee und neuerdings auch Milchalternativprodukte ab. Unser Verpackungsportfolio, das von PET-Lösungen über Kartonagen bis hin zu Glas reicht, ist dabei ähnlich breit aufgestellt, wobei sich die Abfüllprozesse abhängig von der jeweiligen Produktkategorie und Verpackungsart auch in ihrer Komplexität deutlich unterscheiden. Die meisten unserer Wettbewerber konzentrieren sich indessen lediglich auf einzelne



Segmente, sodass kein anderer Marktteilnehmer ein ähnlich umfassendes Portfolio anbieten kann.

Wirtschaftsforum: An welchen Stellen im Produktlebenszyklus unterstützt Refresco seine Kunden?

Guido Kühne: Wir sind kein reiner Getränkeabfüller – denn abfüllen können viele. Vielmehr bieten wir ein umfassendes Spektrum an Lösungen an, wobei unsere Kompetenz vorwiegend in der gesamten Breite gefordert ist. Auch bei unseren großen Partnern sind wir bereits in die Produkt- und Verpackungsentwicklung involviert, lange bevor überhaupt die Rezeptur des Endprodukts final definiert wurde. Dank unserer höchsten Qualitätsstandards sind wir in den späteren Fertigungsstadien leistungsfähig bei Audits von einzelnen Linien bis hin zu ganzen Fabriken. Selbstverständlich bie-

Interview mit
Guido Kühne,
Geschäftsführer
der Refresco Deutschland
GmbH

ten wir dann im Werk und darüber hinaus in der Distribution vielfältige weitere Serviceleistungen an und fungieren je nach Kundenwunsch gerne als Zwischenlager, übernehmen beispielsweise die gesamte Logistik.

Wirtschaftsforum: Auch ein Blick auf das Zielproduktspektrum offenbart die umfassende strategische Breite von Refresco.

Guido Kühne: Neben der Abfüllung von großen Getränke-Brands engagieren wir uns auch im Private Label-Bereich unserer Auftraggeber und bedienen dort etwa das Eigenmarkengeschäft von Edeka, Rewe, Aldi, Lidl und weiteren Handelsunternehmen. Darüber hinaus hat sich Refresco Deutschland mit den Mineral-



Im Werk in Calvörde entstand jüngst ein neues Hochregallager

Das ist Refresco Deutschland

2,6 Mrd. Liter pro Jahr
Produkte
Wasser
CSD
FHG
Eistee
Milchalternativen

1.500
Mitarbeiter/innen



9 Produktionsstandorte

Mit einem großen Verpackungsportfolio (PET, A-PET, Karton, Glas)

Refresco

Ein Überblick über die Schlagkraft von Refresco Deutschland in Zahlen

wasserprodukten Hella und Fürst Bismarck inzwischen auch eigene Marken aufgebaut.

Wirtschaftsforum: Ergeben sich daraus keine Spannungen im Wettbewerbsumfeld mit Ihren anderen Kunden?

Guido Kühne: Für uns ist das Betreiben eines eigenen Markengeschäfts ein wichtiger Teil unserer Strategie, weil wir dadurch direkte Anknüpfungspunkte an das Verhalten der Endverbraucherinnen erhalten. Denn durch die Entwicklung unserer eigenen Produkte und unser eigenes

Brand-Management gewinnen wir wichtiges Know-how, das wir dann auch in die übrigen Unternehmensbereiche einfließen lassen können. Selbstverständlich positionieren wir unser Eigenmarkengeschäft dabei nicht konträr zu den Brands unserer übrigen Kunden – schließlich ist unser Unternehmen groß genug, um zielgerichtet in einzelnen Marktsegmenten operieren zu können und dabei unerwünschte Nebeneffekte konsequent zu verhindern.

Wirtschaftsforum: Welche Themen beschäftigen Sie gerade besonders intensiv?

Guido Kühne: Die Präferenzen der Verbraucher wandeln sich in vielerlei Hinsicht – und über verschiedene Kundensegmente hinweg auch nicht immer homogen: Während bei manchen die Preissensibilität eher noch weiter zunimmt, möchten sich andere in der Zeit nach der Pandemie vor allem etwas gönnen. Fast alle eint jedoch ein stärkeres Nachhaltigkeitsbewusstsein, dem Refresco schon seit vielen Jahren Rechnung trägt: So haben wir gemeinsam mit unseren Kunden den Anteil von recyceltem PET in unseren Kunststoffflaschen auf über 60% erhöht, während wir durch unser gewachsenes Prozess-Know-how auch den Carbon-Footprint entlang der gesamten Wertschöpfungskette deutlich reduzieren konnten. Ein sorgsamer Umgang mit Wasser als Rohstoff und Energie spielt inzwischen ebenfalls eine sehr wichtige Rolle. In all diesen Bereichen hat Refresco schon immer eine Vorreiterrolle eingenommen, die wir selbstverständlich auch in Zukunft beibehalten wollen. Dazu werden wir nicht zuletzt auf ein noch stärkeres Employer Branding setzen, um unsere zentralen Werte wie Verantwortungsbereitschaft und eine umfassende Gestaltungsfreiheit auf jeder Ebene der Organisation noch klarer im Markt herauszustellen.

KONTAKTDATEN

Refresco Deutschland GmbH
Speicker Straße 8
41061 Mönchengladbach
Deutschland
☎ +49 2161 29410
📠 +49 2161 2941412
info.germany@refresco.com
www.refresco.de



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Lösungsanbieter für die Getränkeindustrie samt Eigen- und Fremdmarkengeschäft

Wichtige Fakten

Konzernmutter: Refresco B. V. in Rotterdam (Niederlande)

Struktur: GmbH

Sitz von Refresco Deutschland: Mönchengladbach

Leistungsspektrum

Abfüllung von Getränken sowie zielgerichtete Serviceleistungen von der Produkt- und Verpackungsentwicklung über die Fertigung bis hin zur Distribution

Produktspektrum

Mineralwasser, Softdrinks, Säfte, Milchersatzprodukte, Eistee

Vision

„Our Drinks on Every Table“

Zukunft

Weitere Nachhaltigkeitszuwächse und stärkeres Employer Branding



Die Mineralwassermarke Hella mit ihren zahlreichen Geschmackssorten konnte Refresco erfolgreich als Eigenmarke etablieren

www.gehlen-ing.de

INGENIEURBÜRO FÜR TRAGWERKSPLANUNG
IN DÜSSELDORF + WUPPERTAL

Ihr Partner beim Planen.
Bauen. Prüfen.
Seit über 100 Jahren.

GEHLEN
Partnerschaft Beratender Ingenieure mbB

Ihr Partner bei

- Beratung
- Planung
- Prüfung
- Bauüberwachung

auf allen Gebieten

- des konstruktiven Ingenieurbaus
- des Hochbaus
- des Industriebaus
- der Bauphysik

Kontakte

Heyman Manufacturing GmbH
Zu den Mühlen 17
35390 Gießen
Deutschland
☎ +49 641 974230
info@heyman.de
www.heyman.de

atrikom fulfillment
Gesellschaft für Projekt-Dienstleistungen
mbH
Haagweg 12
65462 Ginsheim-Gustavsburg
Deutschland
☎ +49 6134 281000
info@atrikom.de
www.atrikom.de

api GmbH
Robert-Koch-Straße 7-17
52499 Baesweiler
Deutschland
☎ +49 241 91700
☎ +49 241 9170600
info@api.de
www.api.de

HRS Group
Breslauer Platz 4
50668 Köln
Deutschland
☎ +49 221 2077600
office@hrs.de
www.hrs.de

M.TEC Engineering GmbH
Dornkaulstraße 4
52134 Herzogenrath
Deutschland
☎ +49 2407 95730
☎ +49 2407 957325
info@mtec-engineering.de
www.mtec-engineering.com

Pfalz-Alarm GmbH
Opelstraße 1
67661 Kaiserslautern
Deutschland
☎ +49 6301 320140
info@pfalz-alarm.de
www.pfalz-alarm.de

BUG Verkehrsbau SE
Landsberger Straße 265 Haus M
12623 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 8187000
☎ +49 30 818700190
info@bug-gruppe.de
www.bug-gruppe.de

BIT Analytical Instruments GmbH
Am Kronberger Hang 3
65824 Schwalbach
Deutschland
☎ +49 6196 806100
info@bit-group.com
www.bit-group.com

Josef Meeth Fensterfabrik
GmbH & Co. KG
Gewerbegebiet Mont Royal 1
54533 Laufeld
Deutschland
☎ +49 65 72 81-0
info@meeth.de
www.meeth.de

Policum Berlin MVZ GmbH
Franz-Jacob-Straße 10
10369 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 86204681216
info@policum.berlin
www.policum.berlin

Norgine GmbH
Im Westpark 14
35435 Wettenberg
Deutschland
☎ +49 641 984970
☎ +49 641 33055908
info@norgine.de
www.norgine.de

Teigwaren Riesa GmbH
Merzdorfer Straße 21-25
01591 Riesa
Deutschland
☎ +49 3525 72 030
info@teigwaren-riese.de
www.teigwaren-riese.de

Refresco Deutschland GmbH
Speicker Straße 8
41061 Mönchengladbach
Deutschland
☎ +49 2161 29410
☎ +49 2161 2941412
info.germany@refresco.com
www.refresco.de



Impressum

Verleger:
360 Grad Marketing GmbH

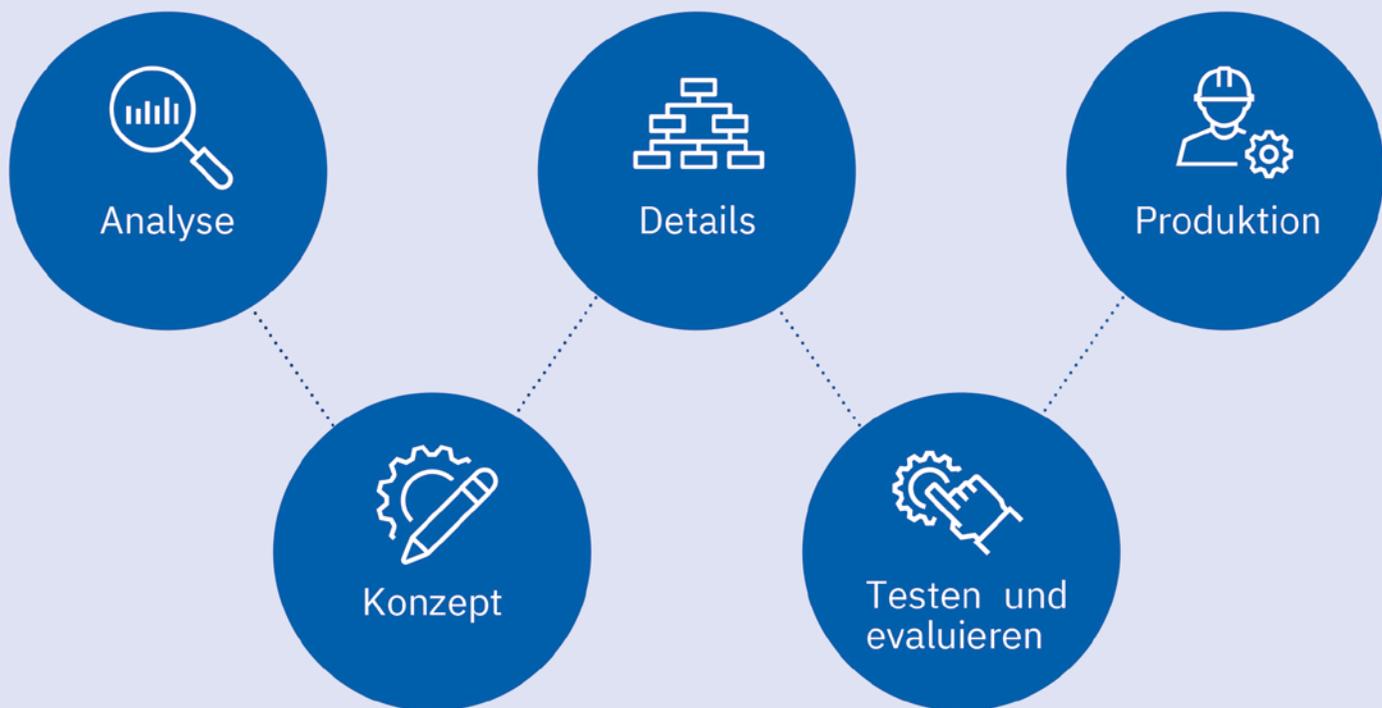
Adresse:
360 Grad Marketing GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0
☎ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:
Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann

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.

