

Starker Mittelstand



Interview:

Leichtbau neu gedacht

Regina Schöberl, Creative Director der Pyrus Panels GmbH, Seite 04

Porträts:

› **STEMMANN-TECHNIK GmbH**, Seite 08

› **DETMERS Getreide-Vollwertkost GmbH**, Seite 18

GOLDEN HERO

Sei ein Gesundheitsheld –
geh zur Darmkrebsvorsorge!



Darmkrebsvorsorge erfordert auch ein wenig Heldenmut

Mit Witz und klarer Sprache gehen wir auf die Menschen zu, informieren über Darmkrebsvorsorge und fragen nach den Gründen, wieso man sich um die eigene Gesundheit kümmern sollte – und zwar dort, wo wir viele Menschen treffen: auf Facebook. Unser Ziel: mit „Teilen“ und „Liken“ möglichst viele erreichen, die dann selbst zum Helden der eigenen Gesundheit werden.



Die Heldenkampagne von Norgine finden Sie hier



NORGINE und das Norgine-Segel sind eingetragene Marken der Norgine-Unternehmensgruppe. DE-GE-PLV-2100030

*Denn Patienten sind
unsere Inspiration*

04



Regina Schöberl,
Creative Director
der Pyrus Panels GmbH

06



Tina Richter,
Geschäftsführerin
der HFM Nordholz
Handelsgesellschaft
mbH



Sophie Scholz,
Ausbildungs-
koordinatorin
der HFM Nordholz
Handelsgesellschaft
mbH

08



Andreas Berger,
Geschäftsführer
der STEMMANN-
TECHNIK GmbH

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

International Business Media GmbH

Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann

10



Michael Münch,
Geschäftsführer
der SONOTEC GmbH

12



Jens Bergner,
Geschäftsführer
der VACOM
Vakuum Komponenten
& Messtechnik GmbH

14



Christos Golias,
Vertriebsleiter
der TAROX AG

16



Enrico Jensch,
COO
der Helios Kliniken
GmbH

18



Christine Detmers,
Gesellschafterin
der DETMERS Getreide-
Vollwertkost GmbH

20



Dr. Andreas Hartkorn,
Geschäftsführer
der Hartkorn Gewürz-
mühle GmbH

22



Claudia Ebner,
Geschäftsführerin
der PK HOTELBETRIEBS
GMBH
Hotel Landhaus Lellichow

24



Heiner Wemhöner,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der Wemhöner Surface
Technologies GmbH & Co.
KG



Regina Schöberl ist Creative Director der Pyrus Panels GmbH

Das Produkt lisocore ist nicht ganz neu. Die Markteinführung erfolgte bereits 2016 – allerdings zunächst ohne großen Absatzserfolg. Das änderte sich 2019, als sich Pyrus Panels, damals noch unter dem ursprünglichen Firmennamen *lightweight solutions*, erstmals auf der Internationalen Zulieferermesse der Möbelindustrie Interzum in Köln präsentierte. Dort kam man mit einem großen deutschen Händler ins Geschäft. 2020 stellte sich das Unternehmen komplett neu auf. Seit Mitte des Jahres ist es eine 100%ige Tochtergesellschaft der RETIS Holding GmbH. Mit der Umbenennung in Pyrus Panels präsentierte sich die Firma ab Ende November auch nach außen in einem neuen Gewand. „Die neue Ausrichtung war darauf gerichtet, einen Standard zu schaffen und die Nachhaltigkeit zu forcieren. 2020 war für uns ein wichtiges Jahr. Durch die Sanierung und Neuorganisation können wir uns jetzt ganz auf

Leichtbau neu gedacht

Interview mit
Regina Schöberl,
Creative Director der
Pyrus Panels GmbH

Diese Platte hat es in sich: Mit dem Hochleistungswerkstoff lisocore ist der Pyrus Panels GmbH aus Bad Aibling eine revolutionäre Entwicklung gelungen: die perfekte Lösung für alle Bereiche, in denen die Belastung hoch ist und gleichzeitig jedes Kilo zählt.



Die lisocore-Platten können direkt digital bedruckt werden

die Platte konzentrieren“, erklärt Creative Director Regina Schöberl.

Dreidimensionale Konstruktion ist einzigartig

‘Die Platte’ heißt lisocore und ist ein Hochleistungswerkstoff



„Interessant ist lisocore auch für den Hochbau, den Ladenbau, den Yachtbau sowie für Kreuzfahrtschiffe.“

Regina Schöberl,
Creative Director

aus natürlichen Materialien. Eine Besonderheit ist der patentierte Grundaufbau: Oben und unten befindet sich eine Deckschicht, in der Mitte in Wabenform gepres-

tes Holzfaservlies. „Das bringt eine hohe Stabilität. In die Deckschichten werden leichte Wölbungen eingearbeitet, in die der Kern eingelegt wird. Durch diese Konstruktion werden die Kräfte

dreidimensional weitergegeben und eine Verformung verhindert“, erläutert Regina Schöberl. Lisocore ist extrem leicht und variabel einsetzbar. Die Platte ist in

einer Stärke von 15 bis 120 mm erhältlich und für die Deckschichten können unterschiedliche Materialien wie Faser-, Span- und Furniersperrholzplatten verwendet werden. Für die Oberflächen stehen vielfältige Beschichtungsmöglichkeiten zur Auswahl. „Unser Produkt ist einzigartig – eine leichte Platte, die etwas kann. Wichtig ist für die Kunden aber auch der Nachhaltigkeitsaspekt“, betont die Medienfachwirtin. Das Produkt ist so emissionsarm, dass Pyrus Panels dafür der Green Product Award 2020 verliehen wurde. Auch für den deutschen Nachhaltigkeitspreis 2021 wurde das Unternehmen nominiert und erreichte das Finale.



PYRUS PANELS



Die moderne Produktion von Pyrus Panels ist auch in Sachen Nachhaltigkeit auf dem neuesten Stand

KONTAKTDATEN

Pyrus Panels GmbH
Carl-von-Ossietzky-Straße 17-21
83043 Bad Aibling
Deutschland

+49 8061 349790

+49 8061 3497999

info@pyrus-panels.com

www.pyrus-panels.com



Leicht, belastbar, praktisch und vielseitig verwendbar

Verwendet wird lisocore vor allem im Caravan-Bereich, für mobile Anwendungen wie Türen und Schiebetüren – hier bietet Pyrus Panels einen speziellen Schiebetürrohling mit Vollsiegel an – und für Tische. In Arbeitstischen bietet die besondere Konstruktion der Platte die Möglichkeit, Kabel darin verschwinden zu lassen. Zu den Kunden von Pyrus Panels zählen neben den Caravan-Herstellern Möbelhersteller, Tischler und Schreiner sowie auch IKEA. Der Weltmarktführer in Leichtbauplatten, verwendet lisocore seit dem letzten Jahr.

Regina Schöberl sieht noch viel Potenzial: „Interessant ist das Produkt außerdem für den Hochbau, den Ladenbau, den Yachtbau sowie für Kreuzfahrtschiffe. Die Herausforderung ist hier die Feuerschutz-Zertifizierung, die wir voraussichtlich im ersten Halbjahr dieses Jahres erhalten werden.“ Für die Vermarktung von lisocore spielen eigentlich Messen wie die Interzum in Köln und HOLZHANDWERK in Nürnberg eine wichtige Rolle. „Diese Möglichkeit vermischen wir schon sehr“, sagt Regina Schöberl. Aktuell sei man mit dem Aufbau eines LinkedIn-Auftritts beschäftigt.



Pyrus Panels ist derzeit 40 Mitarbeiter stark. In den nächsten Jahren soll das

Ehrgeizige Ziele

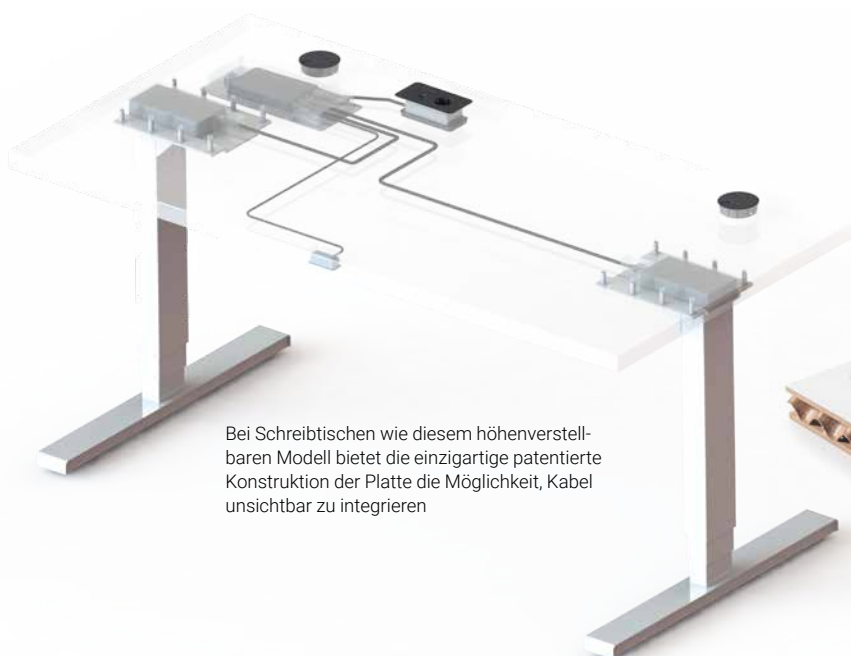
lisocore ist inzwischen weit über die Grenzen Deutschlands hinaus gefragt. Bisher konzentriert sich Pyrus Panels vor allem auf die DACH-Region und Europa, insbesondere Italien, Frankreich, Polen, Spanien, Skandinavien und das Baltikum. „Gerade kam ein Auftrag aus Israel. Und wir haben auch schon nach Indien und in die Vereinigten Arabischen Emirate geliefert“, berichtet Regina Schöberl. Das Unternehmen hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt, erzählt sie weiter: „In diesem Jahr wollen wir unseren Umsatz, der 2020 bei 2,5 Millionen EUR lag, verdoppeln. Das schaffen wir mit unserer aktuellen Kapazität.“

Wachstum noch deutlich gesteigert werden.

Neue Entwicklungen – im Unternehmen und beim Produkt

Der Fokus wird auch in Zukunft auf den Standardprodukten liegen, mit den entsprechenden Maßen und Stärken. „Wir werden uns auf unsere Kernkompetenz konzentrieren“, sagt Regina Schöberl. Neue Produktentwicklungen wurden bereits ins Sortiment aufgenommen. Dazu zählen eine Platte mit Echtholzdeckschichten und, als günstige Variante, eine furnierbeschichtete Platte, außerdem ein Melamin-Sortiment. „Wir bieten jetzt außerdem Direktdruck an. Eine Druckerin haben wir im Haus“, so Regina Schöberl. Das Unternehmen hat eine klare Vision: „Die

Platte soll überall erhältlich sein. Wir möchten unsere Kapazitäten erweitern, mit unserem Produkt bekannter und zudem internationaler werden.“



Bei Schreibtischen wie diesem höhenverstellbaren Modell bietet die einzigartige patentierte Konstruktion der Platte die Möglichkeit, Kabel unsichtbar zu integrieren

Aus einem besonderen Holz geschnitzt

Als die HFM Nordholz Handelsgesellschaft mbH 2020 ihr 30-jähriges Firmenjubiläum feierte, ging es in den Reden nicht allein um Zahlen, die den wirtschaftlichen Erfolg widerspiegelten. Es ging auch um das Selbstverständnis des Familienunternehmens, in dem viel gelacht, gut gegessen, mal getobt, mal geweint – und immer zusammengehalten wird. Familie wird hier großgeschrieben. Und dabei geht es nicht allein um die Inhaberfamilie Scholz, sondern vor allem um die Mitarbeiter.

Holz, Dach, Roh- und Trockenbau, Galabau, Fachmarkt – in diesen Produktgruppen bietet Nordholz Kunden ein breit aufgestelltes Produkt- und Serviceangebot. Doch das Unternehmen überzeugt nicht allein mit einem hervorragenden Sortiment und fachlicher Kompetenz. Nordholz steht auch für Service aus einer Hand, eine ungewöhnliche Einbindung der Mitarbeiter in sämtliche Belange des Unternehmens und eine Begeisterung für die Sache, die ansteckend ist.

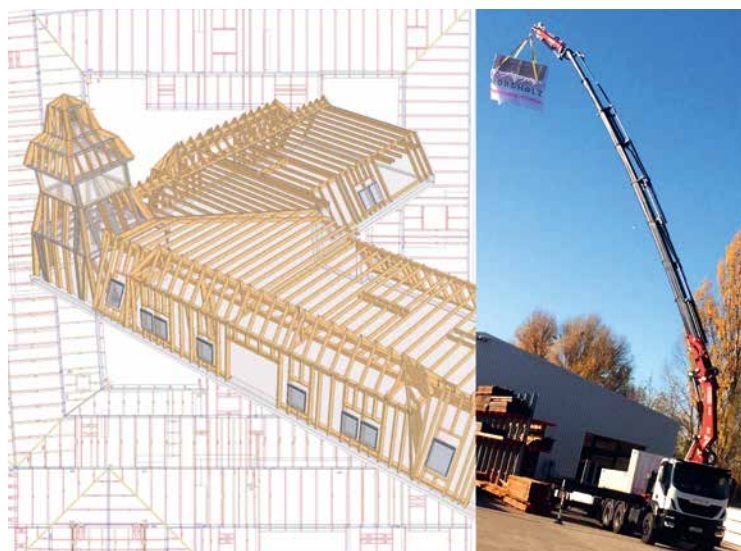
Vom VEB zum

Rundum-sorglos-Paket

1990 aus der VEB Holzverarbeitung Berlin gegründet, durchlebte das Unternehmen im Laufe der Jahre diverse Neu- und Umstrukturierungen. 2006 kam es zu einer besonderen Zäsur. Richter Baustoffe, eines von fünf Gründungsmitgliedern der Hagebau, beteiligte sich mit 50% am Unternehmen. Für Nordholz bedeutete dies gute Aktionseinkäufe, bessere Zahlungskonditionen bei den Lieferanten und die Nutzung der Zentralläger. „Plötzlich konnten wir über 80.000 Produkte innerhalb von 24 Stunden liefern“, be-



Nordholz-Niederlassungen in Pankow, Mahlsdorf und Luckenwalde sowie die Tochtergesellschaft Bauzentrum Sommer GmbH



Zwei Spezialitäten von Nordholz: Abbundprojektierung und Einsatz eines Hochkrans bis zu 40 m hoch

Interview mit



Tina Richter,
Geschäftsführerin,
und



Sophie Scholz,
Ausbildungskoordinatorin
der HFM Nordholz
Handelsgesellschaft mbH

tont Geschäftsführerin Tina Richter. Mit Übernahme der auf die Bereiche Hochbau und Fassade spezialisierten Bauzentrum Sommer GmbH konnte man kurze Zeit später erneut die Kompetenzen ausbauen und den Kunden wichtigen Mehrwert bieten.

Keine reine Familiensache

Heute präsentiert sich Nordholz an vier Standorten in Berlin und Brandenburg. Seit 2019 ist Tina Richter, Tochter des Gesellschafters Jürgen Scholz, Geschäftsführerin. Bei Nordholz findet sie ein ideales, inspirierendes Arbeitsumfeld. „Ich habe lange in Führungspositionen bei einem Großkonzern gearbeitet“, sagt sie. „Hier, in diesem familiengeführten Unternehmen, schätze ich die ungeheure Dynamik, die flachen Hierarchien und die damit verbundenen schnellen Entscheidungen. Man kann etwas bewegen, hat den direkten Kontakt

zu Mitarbeitern und Kunden.“ Mehr als 100 Mitarbeiter sind heute für die Nordholz-Gruppe (inklusive BZ Sommer) tätig, die Ausbildungsquote liegt bei 12%. „Die Nachwuchsförderung liegt uns besonders am Herzen“, erklärt Tina Richter. „Die von meiner Schwester Sophie gegründete Akademie spielt vor diesem Hintergrund eine besondere Rolle. Mit unserem intensiven Recruitingprogramm versuchen wir die Mitarbeiter zu finden, die wirklich zu uns passen. Die Lust haben, sich einzubringen, flache Hierarchien schätzen und sich mit dem Unternehmen identifizieren. Allein im vergangenen Jahr hatten wir mehr als 500 Bewerbungen.“ Wer es aus dieser Vielzahl an Bewerbungen geschafft hat, kann nicht nur spannende Aufgaben, sondern auch Verantwortung erwarten – für Nordholz sind Mitarbeiter Mitunternehmer. „Ab Tag 1 pflanzen wir diesen Gedanken bei unseren jüngsten Mitarbeitern“, so Tina Richter. Die Ausbildung bei HFM Nordholz gestaltet sich nicht nur nach dem Rahmenlehrplan, sondern bietet Einblicke in alle Geschäftsbereiche, beinhaltet intensive Schulungen zu den Produkten sowie auch Seminare zur persönlichen Weiterentwicklung. „Mitarbeiter sind bei uns in Fachgruppen zusammengeschlossen, treffen Entscheidungen zu Themen wie Preisgestaltung, Marketing oder Sortimentsgestaltung“, sagt Sophie Scholz. „Sie haben den direkten Draht zum Kunden.“ Auch in Sachen Service geht Nordholz eigene Wege – fachlich kompetente Beratungen genießen ebenso einen hervorragenden Ruf wie außergewöhnliche Services, zu



Unternehmergeist liegt hier in der DNA: Tina Richter (geb. Scholz), Jürgen Scholz und Sophie Scholz

denen pünktliche Lieferungen per Lkw oder der Einsatz von Hochkränen gehören. „Auf die Minute genau zu liefern, ist gerade in einer Großstadt eine riesige Herausforderung“, sagt Tina Richter. „Hier kommt es auf eine besonders gute Vorarbeit an.“ Bretter, Platten und Balken werden individuell zugeschnitten; fertig verbaubare Ware bedeutet Zeitersparnis auf der Baustelle. Es gibt eine eigene Abkantbank und Abbundprojektierungen. „Wir haben sechs Zimmermeister, die die Projektierung vornehmen“, sagt Tina Richter. „So können wir Dachstühle von A bis Z selbst projektieren.“ Auch in Sachen Marketing setzt Nordholz vor allem auf die eigene Kompetenz. „An jedem Standort gibt es einen Niederlassungsleiter, der die interne Kommunikation übernimmt“, sagt Sophie Scholz. „Für die Außendarstellung nutzen wir unsere Homepage, bieten Online-termine an und arbeiten mit Social Media-Kanälen wie Facebook und Instagram. Unser Instagram-Kanal wird übrigens von Azubis mit Inhalt gefüllt; sie kennen sich einfach

am besten mit dem Medium aus, können ihre Ideen einbringen und sehen Erfolge.“

Gute Arbeit bleibt die beste Werbung

Dass Nordholz gut arbeitet, hat sich längst herumgesprochen. Das Unternehmen ist konstant gewachsen – für Tina Richter gibt es dafür verschiedene Gründe. Neben der Region ist die flexible, schlagkräftige Struktur ein riesiger Pluspunkt. Die Firmenkultur, in der Eigenverantwortung großgeschrieben wird, die engagierten Mitarbeiter und die Offenheit für Neues sind weitere Alleinstellungsmerkmale. „Wir wollen auf jeden Fall aktuell bleiben“, unterstreicht Sophie Scholz. „Themen wie Digitalisierung und neue Medien werden stärker in den Fokus rücken. Auch die Art der Interaktion mit Kunden wird sich ändern. VR-Brillen, 3-D-Drucker, all das sind Themen, denen wir uns

NORDHOLZ

Holz- Dach- Baustoffhandel

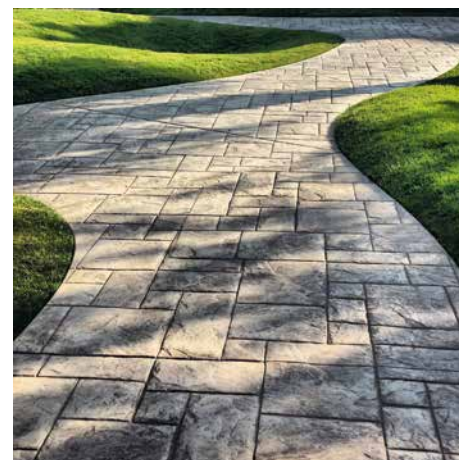
KONTAKTDATEN

HFM Nordholz
Handelsgesellschaft mbH
Pilgramer Straße 296
12623 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 5655120
✉ +49 30 56551229
info@nordholz-berlin.de
www.nordholz-berlin.de



stellen wollen. Auch Nachhaltigkeit wird eine zentrale Herausforderung sein. Die Nachfrage nach natürlichen Baustoffen wird immer größer, sodass wir mit unserer Holzbau-Kompetenz dem wachsenden Markt zuversichtlich entgegentreten können. Wir werden die E-Mobilität voranbringen und an allen Standorten Fotovoltaikanlagen implementieren. Nicht nur um unsere eigene Flotte, sondern auch die Fahrzeuge der Kunden zukünftig aufladen zu können.“ Für Tina Richter geht es vor allem um eins. „Wir wollen durch Vordenken und Fortschrittlichkeit überzeugen und uns dadurch eine hohe Relevanz und Unverzichtbarkeit bei all unseren Partnern erarbeiten“, sagt sie.

Der Garten- und Landschaftsbau soll künftig stärker im Fokus stehen



Energieversorgung: mobil und zuverlässig

Eine flexible und gleichzeitig zuverlässige Energie- und Datenübertragung ist für eine Gesellschaft, die sich über Kommunikation und Mobilität definiert, eine Grundvoraussetzung. Die STEMMANN-TECHNIK GmbH mit Sitz in Schüttertorf, Deutschland, ist international ein gefragter Spezialist für die Daten- und Energieübertragung an mobile Verbraucher. Für die kommende Zeit steht bei dem Unternehmen vor allem der Ausbau seiner Produktplattform sowie seiner Servicekonzepte auf der Agenda.

„Bei uns geht es um elektromechanische Energieübertragungseinheiten für bewegliche Verbraucher“, bringt Geschäftsführer Andreas Berger die Kompetenz von STEMMANN-TECHNIK auf den Punkt.

Bahntechnik und Industrie

„Dabei konzentrieren wir uns auf zwei Produktlinien, einmal für den Bereich der Bahntechnik und einmal für das Industriegeschäft“, erklärt Andreas Berger weiter.

Im Bereich Bahntechnik ist STEMMANN-TECHNIK Spezialist für Dachstrom- und Dritte-Schiene-Stromabnehmer. „Hier geht es vor allem um eine technische Zuverlässigkeit“, erklärt Andreas Berger die Anforderungen des Marktes. „Dank unserer jahrzehntelangen Erfahrung sind wir in der Lage, alles von der Straßenbahn bis zu Hochgeschwindigkeitszügen abzudecken. Zu unseren Kunden gehören die großen Namen wie Bombardier oder Alstom sowie die chinesische CRRC. Wir kennen die Bedürfnisse unserer Kunden ganz genau und entwickeln Produkte, die zu 100% zu ihren spezifizierten technischen Eigen-



Ein FerryCharger von STEMMANN-TECHNIK im Einsatz, beim Anlegen, Be- und Entladen werden batteriebetriebene Fähren automatisch geladen

schaften passen. Unter anderem sind Schock- und Vibrationseigenschaften sehr wichtig und nicht zuletzt müssen wir auch preislich wettbewerbsfähig sein. Unsere Kunden erwarten von uns, dass wir das Gesamtsystem verstehen und unsere Komponenten in ihre Infrastruktur integrieren. Sie betrachten uns nicht als Produktlieferant, sondern als Problemlöser.“

Elektrifizierte Mobilität

Im industriellen Bereich hat sich STEMMANN-TECHNIK in den vergangenen Jahren stark in den Bereichen Schiffe und Fähren sowie Elektrobusse auf

Batteriebasis entwickelt. Das Unternehmen punktet mit dem technologischen Vorsprung und der Zuverlässigkeit seiner Produkte. Vielversprechendes Potenzial sieht Andreas Berger hier im Bereich Green Energy: „Zum Beispiel sind in Skandinavien viele Fähren schon batteriebetrieben. Wenn

Interview mit



Andreas Berger,
Geschäftsführer
der STEMMANN-TECHNIK
GmbH

diese Schiffe anlegen, muss die Batterie geladen werden. Das bedeutet dass sich Ladesysteme automatisch mit dem Schiff verbinden müssen, während dieses be- oder entladen wird. Hier ist ein enormer Wachstumsmarkt entstanden.“

Die digitale Transformation ist in der Branche in vollem Gange. „Insgesamt geht der Trend zur Automatisierungstechnik der Systeme“, so der Geschäftsführer. „Es werden immer schneller passgenaue smarte Lösungen erwartet. Wir brauchen also Maschinenbau-, Automatisierungs- und Digitalisierungskompetenz.“



Ein Dachstromabnehmer für Schienenfahrzeuge



Ein Kabelwagen von STEMMANN-TECHNIK am Hafen von Kiel für die Landstromversorgung

Ein weiteres Thema, das die Branche umtreibt, ist Nachhaltigkeit. Vor dem Hintergrund des Total Cost of Ownership wird zunehmend erwartet, dass Produkte recycelbar sind. Entsprechend bemüht sich STEMMANN-TECHNIK, seine Wertschöpfungs- und Lieferantenkette zunehmend nachhaltig und fair aufzubauen.

Integriert in die Wabtec Corporation

Seit 2014 unter dem Dach der Wabtec Corporation agierend, ist STEMMANN-TECHNIK international vernetzt. Insbesondere in Asien ist man stark aufgestellt. „Wir beliefern zum Beispiel den in China ansässigen größten Kranbauer der Welt, ZPMC, mit Kabel-

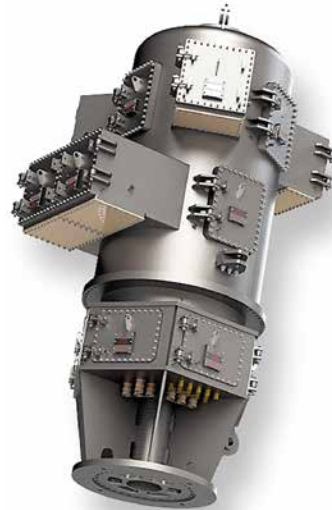


“
„Wir kennen die Endapplikationen unserer Kunden und verstehen, was sie brauchen.“

Andreas Berger,
Geschäftsführer

Die Strategie des technologischen Vorsprungs von STEMMANN-TECHNIK geht auf. Zum Kundenkreis des Unternehmens zählen namhafte Global Player wie Siemens, ABB, Alstom oder Bombardier und andere OEM und Betreiber im Bahn- und Industriebereich. „Wir liefern beispielsweise komplette Landstromversorgungen für Häfen wie in Kiel oder Rostock.“

trommeln“, so Andreas Berger. „Auch der größte Hersteller von Schienenfahrzeugen, ebenfalls aus China, gehört zu unseren Kunden. Skandinavien ist aufgrund der Elektrifizierung der Fähren ein sehr interessanter Markt für uns. Darüber hinaus haben wir auch Kunden in den USA und in Südamerika.“ Den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens führt er auf die Qualität der Produkte sowie auf das



Ein Schleifringübertrager für den Einsatz in Ölförderschiffen und explosionsgeschützten Bereichen

KONTAKTDATEN

STEMMANN-TECHNIK GmbH
Niedersachsenstraße 2
48465 Schüttorf
Deutschland
☎ +49 5923 810
✉ +49 5923 81100
stemmann-sales@wabtec.com
www.stemmman.de

Portfolio- und Serviceausbau

In diesem Jahr will STEMMANN-TECHNIK seine Produktplattform vor allem im Charging-Bereich sowie in der Bahntechnik erweitern. Darüber hinaus will man weltweit Servicekonzepte entwickeln und ausrollen.

„Langfristig ist es das Ziel, innerhalb des Konzerns das Kompetenzzentrum für bahntechnische und Industrieanwendungen zu werden, im Infrastrukturbereich für Ladetechnologien“, erklärt Andreas Berger die Vision des Unternehmens. „Das Unternehmen soll seine marktführende Position konsolidieren und weiterwachsen, vor allem im Bereich der Ladetechnik.“

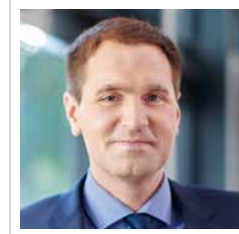
Kundenverständnis des STEMMANN-TECHNIK-Teams zurück: „Wir kennen die Endapplikationen unserer Kunden und verstehen, was sie brauchen“, erklärt Andreas Berger. „Zudem haben sich durch Wabtec in den vergangenen Jahren für uns Möglichkeiten für neue Geschäftsfelder ergeben. Zum Beispiel entwickeln wir gerade für ein Bergbaufahrzeug einen Stromabnehmer. Wir sind ein traditionsreiches mittelständisches Unternehmen aus Niedersachsen. Durch die Zugehörigkeit zur Wabtec-Gruppe nutzen wir die Chancen und Synergien zur Internationalisierung.“



Die Motorleitungstrommeln werden nach Fahrstrecke und Leistung des Verbrauchers konzipiert

Branchenübergreifende Ultraschallinnovation – ‘Made in Germany’

Interview mit



Michael Münch,
Geschäftsführer
der SONOTEC GmbH

Die Ultraschalltechnologie wird in vielen hochsensiblen Bereichen eingesetzt, unter anderem in der Medizintechnik. Entsprechend muss die Mess- und Prüftechnik hochpräzise sein und individuell auf die jeweiligen Anforderungen abgestimmt werden. Die SONOTEC GmbH aus Halle (Saale) ist ein international führender Anbieter in diesem Bereich. Mit innovativen Lösungen plant das Unternehmen in den kommenden Jahren in neue Geschäftsfelder und Märkte zu expandieren.

Global gefragter Spezialist bei der Nicht-invasiven Flüssigkeitsüberwachung, Vorbeugenden Instandhaltung und Zerstörungsfreien Prüfung

SONOTEC ist im Bereich der Luftblasendetektoren Lieferant für Großunternehmen wie Fresenius und beliefert darüber hinaus auch internationale Größen der Branche. Neben den Luftblasendetektoren gehören kombinierte Sensoren zur Durchflussmessung und gleichzeitiger Luftblasendetektion für Herz-Lungen-Maschinen in den Geschäftsbereich der Nicht-

invasiven Flüssigkeitsüberwachung.

Das zweite wichtige Standbein des Ultraschallspezialisten ist die Vorbeugende Instandhaltung, bei der die Senkung der Energiekosten sowie die Steigerung der Anlagenverfügbarkeit und der Betriebssicherheit produzierender Betriebe im Mittelpunkt steht. Das dritte Geschäftsfeld von SONOTEC umfasst die Entwicklung und den Vertrieb von Produkten für die Zerstörungsfreie Prüfung. Im Fokus steht hier die Qualitätssicherung von Materialien

und Bauteilen (zum Beispiel mittels Wanddickenmessung oder Schweißnahtprüfung).

Mit der Zertifizierungsnorm ISO 13485 erfüllt SONOTEC höchste Anforderungen an ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem für die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Sensoren für die Medizintechnik und ist ein starker Umsetzungspartner seiner Kunden bei der neuen EU-Verordnung MDR (Medical Device Regulation) für Medizinprodukte. „Unser Ziel ist es, bei allem was wir machen, in unseren Märkten

die Besten zu sein, nicht nur technologisch, sondern auch wirtschaftlich“, so Geschäftsführer Michael Münch. „Im Bereich der Durchflusssensoren sind wir sehr erfolgreich und wachsen sehr schnell. Im Segment der Vorbeugenden Instandhaltung sind wir dabei, im Markt einen ganz neuen Messansatz zu etablieren. Im klassischen Ultraschall-Prüfmarkt sind wir einzigartig. Kaum ein Unternehmen in unserer Branche kann Prüfköpfe mit einem so hohen Qualitätsstandard reproduzierbar herstellen. Genau das



Ultraschallsensor SONOFLOW CO.55 zur berührungslosen Durchflussmessung an flexiblen Schläuchen, vor allem in der Biotechnologie



Mit dem SONAPHONE auf Lecksuche: Basierend auf Methoden der Strömungsakustik entwickelte SONOTEC ein weltweit neues Verfahren zur Klassifizierung und Bewertung von Leckagen an Druckluft-, Gas- und Vakuumanlagen



Korrosionsprüfung mit dem SONOWALL 70 Wanddickenmessgerät in der TOTAL Raffinerie Leuna



Luftblasendetektor SONOCHECK ABD zur Anwendung in der Medizintechnik



Hybrider Flow-Bubble Sensor SONOFLOW CO.56 Pro zur kombinierten Durchflussmessung und Luftblasendetektion zum Beispiel zur Anwendung in der Herz-Lungen-Maschine

ist unser Anspruch: Wir möchten unseren Kunden eine kontinuierlich hohe Qualität mit ständiger Innovation und einem hohen Maß Stabilität bieten – von der Entwicklung über die Produktion bis zum Vertrieb liefern wir dabei alles aus einer Hand zu wettbewerbsfähigen Preisen. Das können nur die wenigsten Anbieter. Mit uns können unsere Kunden in die Zukunft gehen.“

Die Ursprünge von SONOTEC reichen 30 Jahre zurück. Der Vater von Michael Münch, der Physiker Hans-Joachim Münch, gründete 1991 gemeinsam mit seinem Partner, dem Physiker Dr. Santer zur Horst-Meyer, im Keller des eigenen Wohnhauses ein kleines Ingenieurbüro. Das Unternehmen wuchs kontinuierlich, immer mit der Vision vor Augen, Entwicklung, Produktion und Vertrieb zentral zu bündeln. Dabei blieb die Ultraschalltechnologie die Basis aller Entwicklungen und Tätigkeiten. Einen echten Meilenstein in der Unternehmensentwicklung markierte das Jahr 2000.

Kooperation mit Fresenius – Innovation in der Trockenkoppelung

Das Unternehmen erhielt damals eine Anfrage von Fresenius Medical Care für Sensoren zur Integration in Dialysegeräte. An einem Schlauch, durch den Blut fließt, sollte geprüft werden, ob in der Flüssigkeit Luft enthalten ist – eine große Gefahr für Dialysepatienten, sollte diese in die Blutgefäße gepumpt werden. „Die Herausforderung war hier, ohne Koppelgel zu arbeiten, wie es bis dato bei den bekannten Ultraschalluntersuchungen der Fall war“, so Michael Münch. „Hierbei handelt es sich um eine sogenannte Trockenkoppelung – eine echte technische Herausforderung, die wir aber bewältigt haben. Seitdem beliefern wir Fresenius.“

„Im Laufe der Jahre haben wir das Produkt immer weiterentwickelt, zum Beispiel zur Durchflussmessung, eine Technologie, die heute auch in ECMO-Maschinen eingesetzt wird, die u.a. bei der Behandlung von COVID-19 Intensivpatienten zum Einsatz

kommen.“ Zum Kundenkreis von SONOTEC zählen neben Unternehmen aus dem Bereich der Medizintechnik, Firmen aus der Biotechnologie sowie aus der Halbleiterindustrie. „Wir setzen für die kommenden Jahre verstärkt auf den Bereich der Bioproszess-technik, die durch die Impfstoffproduktion einen bedeutenden Schub bekommen hat“, so Michael Münch. SONOTEC ist international breit aufgestellt und betreibt ein Vertriebs- und Serviceunternehmen in den USA sowie ein Tochterunternehmen in Tschechien. Wichtige Märkte neben Europa sind die USA sowie Südkorea. Für die kommenden Jahre sieht Michael Münch zudem vielversprechende Wachstumsperspektiven in ganz Asien.

Unternehmenswachstum:

Neuer Standort und Ausbau der Kapazitäten geplant

Das Team von SONOTEC blickt zuversichtlich in die Zukunft. Auch in diesem Jahr stehen die Zeichen auf Wachstum, gemeinsam mit neuen Kunden und neuen Produkten. Um weitere

Kapazitäten freizusetzen, hat man bereits ein neues Grundstück erworben. Insgesamt plant das Unternehmen mit zusätzlichen 10.500 m². „Wir möchten ein attraktiver Arbeitgeber in unserer Region sein, weiterhin gesund wachsen und unsere Geschäftsfelder weiterentwickeln“, fasst Michael Münch die Pläne des Unternehmens zusammen. „Auch für neue Geschäftsfelder sind wir offen, selbstverständlich mit Produkten auf der Basis von Ultraschall. Grundsätzlich streben wir weiterhin an, in all unseren Märkten die Besten zu sein.“



KONTAKTDATEN

SONOTEC GmbH
Nauendorfer Straße 2
06112 Halle (Saale)
Deutschland
☎ +49 345 133170
✉ +49 345 1331799
sonotec@sonotec.de
www.sonotec.de



„Die selbstlernende Fabrik aufbauen“

Mehr High End geht nicht: Die VACOM Vakuum Komponenten & Messtechnik GmbH aus Großlöbichau entwickelt und fertigt nicht nur hochinnovative Produkte, sondern ist auch das einzige Unternehmen seiner Branche, das in der Industrie 4.0 angekommen ist. Geschäftsführer Jens Bergner vertritt im Familienunternehmen die zweite Generation. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum erzählt er von Vakuumtechnik auf allerhöchstem Niveau und dem Weg von der reaktiven zur selbstlernenden Fabrik.

Interview mit



Jens Bergner,
Geschäftsführer
der VACOM
Vakuum Komponenten &
Messtechnik GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Bergner, welche Meilensteine sind in der Geschichte von VACOM besonders hervorzuheben?

Jens Bergner: Meine Mutter, Diplom-Physikerin, hat VACOM von 1992 an aufgebaut. 2000 wurde die Firma vom Handels- zum Produktionsunternehmen für Vakuumkomponenten. 2008 wurde der Bereich Forschung und Entwicklung ins Leben gerufen, in den wir seitdem regelmäßig 10% unseres Umsatzes investieren. Unser letzter großer Schritt war in den vergangenen zwei Jahren die Investition von 40 Millionen EUR in Produktion, Technologien und den Aufbau einer Reinigungsfabrik. Wir haben jetzt die weltweit modernste Fabrik mit fahrerlosen Transportfahrzeugen, sich selbst organisierender Fertigungssteuerung und einem der modernsten Logistiksysteme und sind die Einzigen in der Vakuumbranche, die Industrie 4.0 erreicht haben. Meine Mutter war Mitglied im Innovationsdialog der Bundeskanzlerin, als 4.0 auf den Weg gebracht worden ist.



Innovation hat ihren Preis: 2020 erhielt VACOM den Thüringer Innovationspreis

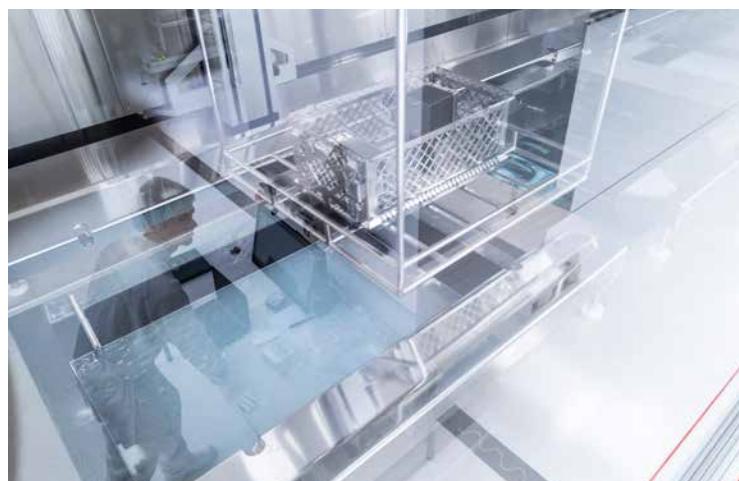
Wirtschaftsforum: Können Sie uns ein paar Zahlen und Fakten zum Unternehmen nennen?

Jens Bergner: Neben unserer Zentrale betreiben wir eine Niederlassung in Jena und eine in

Belgien. VACOM beschäftigt 370 Mitarbeiter und 53 Auszubildende. Ausbildung war uns schon immer sehr wichtig. Über den Fachkräftemangel wird viel geklagt, aber wenn niemand ausgebildet, gibt es auch keine Fachkräfte. Unser Wachstum wurde durch Corona etwas gebremst, liegt aber immer noch bei 25%.

Wirtschaftsforum: Wie waren Ihre Anfänge in der Firma?

Jens Bergner: Ich war elf Jahre alt, als VACOM gegründet wurde, bin also mit der Firma aufge-



VACOM reinigt Bauteile auf höchstem technischen Niveau



Vakuumkammern werden nach individuellen Anforderungen gefertigt



wachsen. Sie war bei uns immer präsent, denn auch mein Vater, Professor der Vakuum- und Laserphysik, war in ihre Entwicklung eingebunden. Ich bin 2002 offiziell eingestiegen und habe 2007 unsere Tochterfirma in Belgien übernommen und integriert. Seit 2009 bin ich für die komplette operative Geschäftsführung zuständig. Für mich gab es gleich zwei Herausforderungen: Nach einem Brand Ende 2019 waren wir zunächst mit dem Wiederaufbau beschäftigt. Dann kam Corona. Derzeit können wir nur auf die Einflüsse von außen reagieren. Ich hoffe, dass wir in diesem Jahr wieder strategisch arbeiten können.

Wirtschaftsforum: Welche Themen beschäftigen Sie in Ihrer Position derzeit besonders? Haben Sie auch ein spezielles Steckenpferd?

Jens Bergner: Digitalisierung ist das eine große Thema. Wir haben den papierlosen Reinraum eingeführt und alle Prozesse lückenlos digitalisiert. Unser Ziel ist, die selbstlernende Fabrik aufzubauen.

en. Im Moment sind wir noch eine reaktive Fabrik. Die besondere Herausforderung dabei ist, allen Ansprüchen an eine individuelle Produktion gerecht zu werden. Denn wir produzieren Sonderkomponenten in kleinsten Stückzahlen. Das zweite große Thema ist unsere internationale Expansion und Diversifikation. Aktuell beträgt unser Auslandsanteil 60%, mit steigender Tendenz. Ich selbst liebe

370
MITARBEITER

Technologie. Vakuumtechnik wird in jedem High-End-Bereich benötigt, von der Luft- und Raumfahrt über die Computerchipherstellung bis zum Teilchenbeschleuniger, etwa bei der CERN oder DESY. Wir bauen die modernsten Maschinen der Welt und bewegen uns immer am Limit dessen, was erforscht und entdeckt wird. Das finde ich unheimlich spannend.

Wirtschaftsforum: Welches sind Ihre wichtigsten Produktbereiche?

Jens Bergner: Unsere wichtigsten Bereiche sind die Vakuummechanik, also Vakuumkammern und -bauteile, sowie Reinigungsdienstleistungen. Wir reinigen Bauteile auf höchstem industriellen Niveau und können filmische Verunreinigung im Nanobereich nachweisen. Auf ein allgemeinverständliches Beispiel übertragen ist das so, als wenn Sie drei Tropfen Öl auf einem Fußballfeld nachweisen würden. Notwendig ist das in hochreinen Anwendungen wie der Halbleiterindustrie. In diesem Bereich sind wir weltweit führend. Mit unserem neuen Produkt NOVION, einem multifunktionalen Messgerät für Vakuumtechnologie, haben wir 2020 den Thüringer Innovationspreis gewonnen und eine ganze Reihe weiterer Zukunftsprodukte entwickelt.

Wirtschaftsforum: Wie würden Sie Ihre Unternehmenskultur beschreiben?

Jens Bergner: Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben hat einen hohen Stellenwert, daher ha-



KONTAKTDATEN

VACOM Vakuum Komponenten & Messtechnik GmbH
In den Brückenäckern 3
07751 Großlöbichau
Deutschland
☎ +49 3641 87340
✉ +49 3641 8734499
info@vacom.de
www.vacom.de



ben wir einen eigenen Kindergarten. Nachhaltigkeit spielt in allen Bereichen eine wichtige Rolle, daher auch der Fokus auf der Ausbildung. Wir verwenden Photovoltaik und betreiben ein Blockheizkraftwerk. Unsere Qualitätsansprüche beziehen sich nicht nur auf die Produkte, sondern auch auf den Umgang miteinander.

Wirtschaftsforum: Welche Themen bewegen Sie aktuell?

Jens Bergner: Im Moment ist es für uns ein großes Problem, wenn Mitarbeiter keine Betreuungsmöglichkeiten für ihre Kinder haben. Ich bin selbst Vater von vier Kindern, und mein Wunsch wäre, dass die Schulen wieder geöffnet werden, auch, um ihnen wieder den Zugang zur Bildung zu ermöglichen. Dass junge Menschen, die ich in den nächsten Jahren einstellen werde, Defizite in der Ausbildung haben werden, macht mir wirklich Sorgen.



Konzept clean & green



Hochpräzise Vermessung von Aluminiumkomponenten auf den µm genau

„Den Mittelstand verstehen“

Interview mit
Christos Golias,
Vertriebsleiter
der TAROX AG

Mit ihrem Angebot in den Bereichen Hard- und Software, IT-Security, Cloud-Dienstleistungen und Services ist die TAROX AG aus Lünen einer der führenden IT-Anbieter ganzheitlicher Lösungen für mittelständische Unternehmen. Vertriebsleiter Christos Golias berichtet im Gespräch mit Wirtschaftsforum, wie die Corona-Zeit dem Unternehmen neue Betätigungsfelder eröffnet hat und erzählt von seinem Wunsch, die Welt jeden Tag ein bisschen besser zu machen.

Wirtschaftsforum: Herr Golias, wie verlief die Entwicklung von TAROX?

Christos Golias: Wir sind jetzt seit fast 28 Jahren am Markt und haben uns immer als Lösungsanbieter verstanden. Zum einen stellen wir der IT-Branche Wirtschaftsgüter als Distributionsartikel zur Verfügung, zum anderen veredeln wir Komponenten zu fertigen Produkten und unseren eigenen Lösungen. Im Lauf der Zeit konnten wir uns in der Wertschöpfungskette immer weiter nach oben arbeiten und dem Bedarf des Kunden nähern. Darin liegt die Essenz eines guten Geschäfts. Wir sind organisch und kontinuierlich gewachsen, haben aber auch drei Unternehmen integriert.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen Sie in dieser Geschichte?

Christos Golias: Ich bin seit 2003 Vertriebsleiter bei TAROX und war mitverantwortlich für die Integration des Cloud-Business sowie die Gestaltung des IT-Security-Bereichs. Daneben leite ich unseren Bereich Datenschutz



Vertriebsleiter Christos Golias

und habe zahlreiche Produkte initiiert. Ich sehe mich durchaus als Impulsgeber. IT-Security und -Datenschutz sowie die Digitalisierung von Officeprozessen sind die Bereiche, in die ich viel Herzblut investiere.

Wirtschaftsforum: Wie sieht das Produktportfolio von TAROX aus?

Christos Golias: Unser Geschäft steht auf fünf Säulen. Mit der TAROX-Eigenmarke bieten wir PCs, Server, Notebooks und Workstations. Unser Partnerumfeld umfasst Marken etwa von Microsoft Surface oder Apple, die wir an unsere Kunden vertreiben. Der Bereich IT-Security deckt alle

Bedürfnisse im Bereich Sicherheit ab. Im Consulting positionieren wir uns als ganzheitlicher Anbieter. Und unser Bereich Data umfasst alle Cloud-Dienstleistungen. Das Cloud-Geschäft und die Digitalisierung werden in Zukunft eine besonders wichtige Rolle spielen. Wir beliefern Systemhäuser. Um ihnen das richtige Portfolio anzubieten, müssen wir unsere Zielgruppe, den Mittelstand verstehen. Unter unseren Kunden

10-12%
WACHSTUM/JAHR

sind Notare, Steuerberater und Ärzte sowie Unternehmen aus dem Bauwesen und dem Automotivebereich.

Wirtschaftsforum: Können Sie ein paar Beispiele für Ihre Arbeit nennen?

Christos Golias: Wir haben eine Reihe von Corona-Impfzentren ausgestattet und sind in die



Auf der Suche nach dem richtigen Server? TAROX hat die Lösung

Videüberwachungssysteme großer Retailer eingebunden. Hier arbeiten wir mit Partnern zusammen, die Zugangssysteme konzipieren, welche im Rahmen der Corona-Maßnahmen die Zahl der in Geschäfte hinein- und hinausgehenden Kunden erfassen. Wir haben außerdem Projekte beim Militär und sind Exklusivpartner von großen Infrastrukturunternehmen.

Wirtschaftsforum: Welche Faktoren sind Ihrer Meinung nach für den Erfolg von TAROX ausschlaggebend?

Christos Golias: Ein Erfolgskriterium lautet Time-to-Market, dass wir also zum richtigen Zeitpunkt die beste Technologie zur Verfügung haben. Dazu kommt der Technologietransfer: Sobald es etwas Neues auf dem Markt gibt, sind wir in der Lage, es dem Kunden anzubieten. Wir sind ein Partner in der Not, der immer helfen kann, wenn uns ein Kunde kontaktiert. Mit knapp 200 Mitarbeitern sind wir klein und entsprechend flexibel und agil im Vergleich zu großen Anbietern. Dafür müssen wir mit einem geringeren Bekanntheitsgrad leben. Das versuchen wir über die Systemhäuser zu ändern.

Wirtschaftsforum: Welche Trends beobachten Sie in Ihrer Branche?

Christos Golias: Megatrend Nummer 1 ist der Homeoffice-Trend. Hand in Hand damit geht die Digitalisierung von Prozessen – wo uns die Schwachstellen gerade



Die Firmenzentrale in Lünen. Daneben betreibt TAROX Niederlassungen in Dresden und Essen

vor Augen geführt werden. Auch die IT-Security bekommt eine größere Bedeutung. Durch den plötzlichen Übergang ins Homeoffice etwa haben sich große Lücken aufgetan, die nicht so schnell zu schließen sind. Eine Rolle spielt auch der Digitalpakt für Schulen der Bundesregierung, denn ein großer Teil des Betrags fließt in die Infrastruktur.

Wirtschaftsforum: Blicken wir etwas in die Zukunft. Was sind Ihre Ziele für die nächsten Jahre?

200
MITARBEITER

Christos Golias: Ich möchte, dass wir als Digitalisierungs- und



Mit seiner Eigenmarke bietet TAROX individuelle IT-Lösungen für jeden Bedarf

TAROX

KONTAKTDATEN

TAROX AG
Stellenbachstraße 49-51
44536 Lünen
Deutschland
☎ +49 231 989800
✉ +49 231 98980101
info@tarox.de
www.tarox.de



IT-Security-Spezialist wahrgenommen werden und dass wir für unsere Kunden weiterhin ein verlässlicher Partner sind. Und ich wünsche mir, dass das IT-Know-how insgesamt einer breiteren Masse zur Verfügung gestellt wird. Wir möchten auch einen gesellschaftlichen Beitrag leisten. So haben wir zum Beispiel in der ersten Corona-Phase ein Projekt gestartet, bei dem unsere Azubis ältere und kranke Menschen in Lünen und Umgebung bei ihren Einkäufen unterstützt haben.

Wirtschaftsforum: Verraten Sie uns zum Schluss, was Ihr persönlicher Antrieb für Ihre Arbeit ist?

Christos Golias: Meinen drei Kindern sage ich immer: 'Macht unsere Welt jeden Tag ein bisschen besser – auf welche Weise auch immer'. Das ist mein Grundsatz. Ich bin ein extrem ehrgeiziger Mensch, und mein Ehrgeiz nährt sich aus diesem Bedürfnis.

Gesundheit, die nach Hause kommt

Der Gesundheitsmarkt in Deutschland ist im Umbruch. Die COVID-19-Pandemie deckt schonungslos die Schwachstellen des Systems auf. Gesundheit wird in Zukunft mehr bedeuten als nur Krankenversorgung. Den Menschen muss online und offline ein jederzeit zugängliches Rundumangebot an Dienstleistungen zur Verfügung stehen. Wir sprachen mit Enrico Jensch, COO der Helios Kliniken GmbH, über die Pläne der Gruppe, sich zu der größten Gesundheitsplattform in Deutschland weiterzuentwickeln.

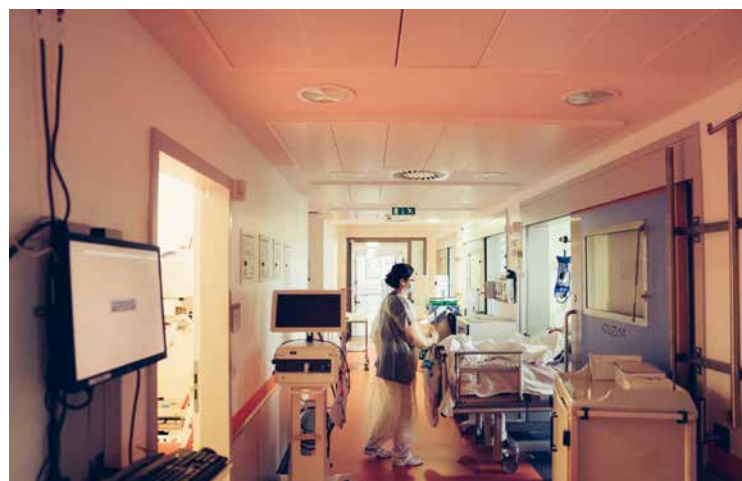
Interview mit



Enrico Jensch,
COO
der Helios Kliniken GmbH



Die arbeitsmedizinischen Einrichtungen von Helios agieren unter dem Dach des Arbeitsmedizinischen Instituts Leipzig



Auch in den Helios-Kliniken werden modernste digitale Systeme eingesetzt, hier der Blick in eine Station

Wirtschaftsforum: Herr Jensch, wo sehen Sie Helios am Markt im Vergleich zu anderen Anbietern?

Enrico Jensch: Wir sind in Deutschland der größte Krankenhausbetreiber, der größte Anbieter von ambulanter Medizin und auf dem besten Weg, zur größten Gesundheitsplattform landesweit zu werden. Unsere Marke steht für überdurchschnittlich hohe medizinische Qualität, für guten Service und für eine nahtlose Versorgung über Sektorengrenzen hinweg. Wir denken und gestalten Gesundheitsversorgung neu. Des-

wegen müssen unsere Patienten nicht darüber nachdenken, ob sie sich stationär oder ambulant versorgen lassen wollen. Wir stehen als Partner für die Gesundheit an der Seite unserer Patienten – ein ganzes Leben lang.

Wirtschaftsforum: Sie sprechen von einer Gesundheitsplattform. Was sind die wichtigsten Säulen dieser Plattform?

Enrico Jensch: Das sind neben unseren Kliniken die Bereiche Ambulanz, Telemedizin, Arbeitsmedizin und Prävention. So erzeu-

gen wir einen echten Mehrwert, setzen Standards und sichern die Qualität sowie die Auslastung. Ein wichtiger Bestandteil werden hier auch die ambulanten OP-Zentren sein. Viele Eingriffe, die früher stationär erfolgen mussten, können heute ambulant vorgenommen werden. Begleitend werden wir hier Onlineangebote machen, zum Beispiel Online- oder Videosprechstunden. Wir werden in der nächsten Zeit in allen Bereichen unser traditionelles Geschäft mit digitalen Angeboten verzahnen, damit Gesundheit zu den Menschen nach Hause kommen kann.

Wirtschaftsforum: Welches Potenzial sehen Sie im Bereich der Telemedizin?

Enrico Jensch: Die Telemedizin wird in den kommenden Jahren immer wichtiger werden. Wir begründen zurzeit einen Zweig für digitale Kardiologie- und Herzschrittmacher-Kontrolle. Wir streben an, gemeinsam mit den Kostenträgern, flächendeckend Patienten in den entsprechenden telemedizinischen Programmen unterzubringen.



In den Helios-Kliniken steht der Mensch im Mittelpunkt – hier ein Blick in einen Operationssaal



Eines der Helios Prevention Center, die flächendeckend in Deutschland aufgebaut werden sollen

Wirtschaftsforum: Welche Rolle wird der Bereich der Arbeitsmedizin für Helios in Zukunft spielen?

Enrico Jensch: Ursprünglich haben wir für unsere eigenen Mitarbeiter Arbeitsmediziner beschäftigt. Allerdings konnten diese nur rund 20% unserer Belegschaft versorgen. Deshalb haben wir diesen Bereich verselbstständigt und das Arbeitsmedizinische Institut Leipzig als zentrale Organisation für diesen Bereich übernommen. Jetzt können wir fast 90% unserer Mitarbeiter mit einem eigenen Angebot versorgen. Diese arbeitsmedizinischen Dienstleistungen möchten wir auch anderen Unternehmen anbieten. Wir sind unter anderem schon bei Tesla, Amazon und Porsche aktiv. Unser Ziel ist es zunächst, deutschlandweit die Nummer 3 unter den arbeitsmedizinischen Anbietern zu werden.

Wirtschaftsforum: Welches Ziel streben Sie im Bereich der Prävention an?

Enrico Jensch: Prävention war früher eher ein Add-on, in unseren Kliniken wurden Check-ups durchgeführt. Aber eigentlich möchten Menschen, die gesund sind, gar nicht in ein Krankenhaus gehen. Deshalb haben wir zentrale Standorte für Präventionsleistungen entwickelt. Wir möchten flächendeckend in Deutschland vertreten und vor allem eine Anlaufstelle für Unternehmen sein, die bundesweit Mitarbeiter beschäftigen. Der Aufbau dieses flächendeckenden Netzwerks ist eine echte Herausforderung. Wir arbeiten daran, in 2025 einer der größten flächende-

ckenden Anbieter von Prävention in Deutschland zu sein.

Wirtschaftsforum: Was sind die Themen, die Sie für das Jahr 2021 auf Ihrer Agenda haben?

Enrico Jensch: Wir werden die neuen Versorgungsmodelle und die sektorenübergreifende Versorgung weiter vorantreiben. Eine Herausforderung wird sein, unsere neuen Geschäftsfelder, wie zum Beispiel die ambulante Medizin, zu integrieren und mit ihnen zu wachsen. Die weitere Digitalisierung unserer Krankenhäuser

und serviceorientiertes Denken aus der Sicht des Patienten sind ebenfalls Bereiche, an denen wir arbeiten werden. Wir werden uns damit anfreunden müssen, dass es durch die Pandemie noch für eine längere Zeit Einschränkungen geben wird. Es ist gerade in dieser Zeit wichtig, dass die Krankenhäuser Sicherheit vermitteln und Service anbieten. Unsere Patienten sollen sich bei uns nicht nur gut behandelt, sondern ebenso gut aufgehoben und rundum wohlfühlen.



Helios

KONTAKTDATEN

Helios Kliniken GmbH
Friedrichstraße 136
10117 Berlin
Deutschland

+49 30 5213210

+49 30 521321199

info@helios-gesundheit.de

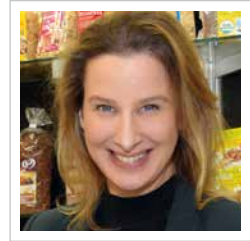
www.helios-gesundheit.de



Physiotherapie in einer Helios-Klinik

Müsli, mit dem die Welt ein wenig besser wird

Interview mit



*Christine Detmers,
Gesellschafterin
der DETMERS Getreide-Vollwert-
kost GmbH*

Müslis und Porridges haben eine **lange** Tradition, nicht zuletzt, weil sie gesunde und schmackhafte Sattmacher sind. In den vergangenen Jahren erlebte die Branche einen Boom, unter anderem angetrieben durch das wachsende Bewusstsein der Verbraucher für gesunde Ernährung. Die DETMERS Getreide-Vollwertkost GmbH aus Bielefeld ist hier ein etablierter Partner des Einzelhandels und steht für natürliche Produkte ohne künstliche Zusätze, die lecker sind und die aktuellen Markttrends aufgreifen.

Das schmackhafte Produktprogramm von DETMERS umfasst diverse Müslisorten, Porridge, Crunchys und Granolas sowie einzelne Komponenten, aus denen die Kunden sich ihr individuelles Müsli zusammenstellen können.

Optimaler Geschmack

Alle Kreationen sind reich an gesunden Nährwerten, ohne Zucker oder künstliche Aromen. „Uns ist es immer wichtig, den Geschmack optimal abzustimmen und unseren Kunden ein anregendes Produkterlebnis zu bieten“, sagt Gesellschafterin Christine Detmers. „Dazu beobachten wir sehr genau den Markt und greifen Trends und veränderte Lifestyles auf. Natürlich spielt auch die Verfügbarkeit der Rohstoffe am Weltmarkt eine Rolle. Wir legen großen Wert auf qualitative Sicherheit und halten preislich immer einen bestimmten Spielraum ein.“

Seit Jahrzehnten ein Bestseller im Programm ist das DETMERS Schoko-Müsli. Aktuell stellt das



Käthi Penner, ist neue Geschäftsführerin und Vertriebspezialistin im Hause DETMERS

Unternehmen eine verstärkte Nachfrage nach anderen Arten von Flocken wie Hirse oder Buchweizen fest. Neu im Sortiment sind Porridges, die mit unterschiedlichen naturbelassenen Zutaten angereichert sind. Selbstverständlich sind auch alle Porridgeprodukte aus dem Hause DETMERS ohne Zucker und Konservierungsstoffe. Kalt und warm verzehrbar, können die Porridgeflocken mit Kuhmilch,



Der langjährige Hauptsitz von DETMERS in Bielefeld

aber auch mit Soja-, Mandel- und Kokosmilch oder Joghurt angereicht werden. Aktuell erweitert DETMERS zudem sein Crunchy- und Granola-Sortiment. Alle Produkte werden inhouse selbst hergestellt. „Wir verzichten komplett auf Handelsware“, erläutert Christine Detmers. „Wir rösten sogar den Buchweizen selbst vor. Die Herstellung ist eine unserer Kompetenzen, die uns auszeichnen.“

Ökologisch und nachhaltig

In den vergangenen Jahren haben sich das Bewusstsein und auch die Wahrnehmung der Konsumenten für Produkte, insbesondere für Lebensmittelprodukte, verändert. „Das Thema Nachhaltigkeit wird immer wichtiger“, so die Gesellschafterin. „Die Endverbraucher sind hier wesentlich sensibler als noch vor einigen Jahren. Die Pandemie wirkt hier zusätzlich wie ein Brandbeschleuniger.“



Die Produkte werden komplett inhouse hergestellt, hier ein Blick in die Rösterei



DETMERS arbeitet ausschließlich mit Rohstoffen von bester Qualität

DETMERS ist Mitglied im Verband der ökologischen Lebensmittelhersteller. Bereits 1985 wurde die Produktion auf Bio umgestellt – damals war DETMERS einer der ersten Anbieter, die sich dazu entschlossen. Wenn möglich, bezieht das Unternehmen seine Produkte regional. „Wir sind heute zu 90% ein Biohersteller“, sagt Christine Detmers. „Bio ist für uns nicht nur ein Lippenbekenntnis, sondern in unserer DNA verankert.“

Soziale Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette

Darüber hinaus hat das Unternehmen schon vor sechs Jahren damit begonnen, in seine Lieferverträge soziale Standards zu integrieren. „Wir beschaffen über 100 verschiedene Rohstoffe aus der ganzen Welt“, so Christine Detmers. „Uns ist es immer schon wichtig gewesen, dass unsere

Produkte unter fairen Bedingungen hergestellt werden, also ohne Kinderarbeit, mit einer fairen Bezahlung und dem Recht der Mitarbeiter auf Versammlungsfreiheit. Inzwischen arbeiten wir hier mit angesehenen Zertifizierungen. Unser Ziel ist es mittel- und langfristig, von jedem Lieferanten ein Zertifikat zu haben.“

Ein internationales Netzwerk

Zum Kundenkreis von DETMERS zählen heute Handelsketten wie Kaufland sowie der Lebensmittelhandel, zum Beispiel Bunting. Das Unternehmen ist international vertreten und arbeitet mit einem Netz an Importeuren zusammen. In Europa ist man vor allem in Frankreich, Österreich und der Schweiz gut aufgestellt, ebenso wie im Osten Europas, hier insbesondere in Tschechien und Polen.

Für die kommenden Jahre sieht Christine Detmers auch Potenzial in Asien, vor allem in China. „Wir sind seit 45 Jahren ein zuverlässiger Partner für unsere Kunden“, erklärt die Gesellschafterin den Erfolg des Unternehmens.

Zuverlässigkeit und Trendespür

„Wir haben über die Jahre gute Beziehungen und Netzwerke aufgebaut“, sagt Christine Detmers. „Vor allem aber setzen wir uns frühzeitig mit Trends, wie zum Beispiel Bio, auseinander und beginnen rechtzeitig mit unseren Entwicklungen.“

In diesem Jahr steht ein umfassender Marken-Relaunch auf der Agenda des Unternehmens, um die Wahrnehmung der Marke weiter zu schärfen. „Das Ziel ist es, eine Markenwelt aufzubauen“, betont die Gesellschafterin. „Wir werden zudem intensiv an dem Ausbau unserer Kundenbasis arbeiten. Hier haben wir mit Käthi Penner eine echte Expertin an Bord. In unserem Einkaufsbereich sind die Sozialstandards ein wichtiges Thema.“

Für die kommenden Jahre sieht die Gesellschafterin vor allem Potenzial im Exportgeschäft. „Wir sind eigentlich mit dem Status quo, den wir bislang erreicht haben, zufrieden und möchten diesen gerne halten“, erklärt sie. „Im Ausland sehe ich durchaus noch Steigerungspotenzial. Wichtig ist mir aber vor allem, die sozialen Standards erfolgreich entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu implementieren. Ich möchte alle Mitarbeiter behalten und ein angenehmes und motivierendes Arbeitsumfeld bewahren.“



Detmers
QUALITÄT SEIT 1904

KONTAKTDATEN

DETMERS Getreide-Vollwertkost GmbH
Lechtermannhof 14-16
33739 Bielefeld
Deutschland
☎ +49 5206 91580
☎ +49 5203 9215829
✉ info@detmers-muesli.de
www.detmers-muesli.de

Willkommen in der Welt der Gewürze

Kochen ist in. Nicht erst seit Corona. Dabei geht es nicht allein um den kulinarischen Genuss, sondern auch um das Kochen selbst. Immer mehr Menschen beschäftigen sich mit neuen Rezepten, experimentieren mit Aromen und Gewürzen und tauchen so in spannende Geschmackswelten ein. Setzen sie dabei auf Gewürze der Hartkorn Gewürzmühle GmbH, sind sie auf jeden Fall auf der sicheren Seite – geschmacklich und ökologisch.

Wirtschaftsforum: Dr. Hartkorn, was wären ein Steak ohne Pfeffer oder ein Tabouleh ohne Ras-el-Hanout? Gewürze bringen Farbe und Aroma auf den Teller. In den Supermärkten ist die Auswahl im Laufe der Zeit immer breiter und exotischer geworden. Dafür hat auch Hartkorn gesorgt. Wie kam es dazu?

Dr. Andreas Hartkorn: Seit 100 Jahren ist unser Name Inbegriff für Gewürze. Mein Urgroßvater gründete das Unternehmen 1920, damals als Josef Hartkorn & Sohn. Er belieferte Tante-Emma-Läden mit Gewürzen, aber auch Heilkräutern, Backzutaten, Puddingpulver, Babynahrung und Ähnlichem. Heute leite ich das Unternehmen gemeinsam mit meiner Frau in der vierten Gene-

ration; meine Eltern sind nach wie vor Gesellschafter.

Wirtschaftsforum: Gab es in dieser langen Zeit besondere Meilensteine?

**<35
MILLIONEN EUR
UMSATZ**

Dr. Andreas Hartkorn: Es gab Höhen, aber auch Tiefen wie die Kriegszeit, innerfamiliäre Konflikte und einen kartellrechtlichen Streit mit dem größten Wettbewerber, der letztlich positiv für uns ausging, im anderen Fall aber auch das betriebliche Aus hätte bedeuten können. Auf der anderen Seite

gab es viele positive Entwicklungen, die uns stetig nach vorn gebracht haben, sodass wir heute über 170 Mitarbeiter haben, davon allein 60 im Außendienst, und aktuell eine Erweiterung unseres Standorts in Mühlheim-Kärlich um circa 7.000 m² planen.

Wirtschaftsforum: Gibt es bestimmte Produktentwicklungen, die für einen besonderen Schub gesorgt haben?

Dr. Andreas Hartkorn: 1975 haben wir die Aluminiumdose auf den Markt gebracht, noch heute ein Topseller. Damals waren Gewürze eher in Kartonagen und Plastik verpackt; mit der Dose haben wir etwas vollkommen Neues geschaffen. Sie ist nicht nur ein Eyecatcher, das Material

sorgt auch für eine längere Haltbarkeit, eine andere Haptik und Wertigkeit. Heute gibt es mehr als 100 Sorten, es ist unser stärkstes Produkt und ein Alleinstellungsmerkmal. Kein anderer Hersteller verpackt Gewürze in einer attraktiven Aludose.

Wirtschaftsforum: Die Gewürz-Aludose ist das Flaggschiff von Hartkorn, das einen Großteil des Geschäfts bestimmt. Was sind Innovationen der neueren Zeit?

Dr. Andreas Hartkorn: Seit etwa sechs Jahren bieten wir ein Biosortiment an, das stetig größer wurde. 2020 haben wir mit Bio-Lotta zudem eine neue Biomarke gelauncht, die ausschließlich über den Biofachhandel vertrieben wird und bereits sehr erfolgreich ist.

Interview mit



*Dr. Andreas Hartkorn,
Geschäftsführer der
Hartkorn Gewürzmühle GmbH*

Wirtschaftsforum: Hochwertige Produkte auf den Markt zu bringen, ist zentraler Leitgedanke von Hartkorn. Wie setzen Sie diesen Anspruch um?

Dr. Andreas Hartkorn: Wir produzieren 600 Artikel; jeder einzelne wird von uns abgefüllt, etikettiert etc. Hartkorn deckt den ganzen Kreislauf ab, hat damit die Kontrolle über den gesamten Produktionsprozess. Wir kaufen die Gewürze in ihrer Ursprungsform ein, veredeln sie und bringen sie ins Supermarktregal. Das ist zeit- und personalintensiv, bringt den Kunden aber einen großen Benefit. Im Gewürzbereich macht uns diese Kette einzigartig. Seit etwa 15 Jahren verzichten wir zudem auf Geschmacksverstärker und Zusatzstoffe; lediglich solche, die unumgänglich sind wie beispielsweise Natron, das als Backtriebmittel angeboten wird, sind akzeptabel. Laktose/Milchzucker, Hefeextrakte oder Glutamat findet man dagegen in keinem einzigen Produkt. Diese Haltung, die wir mit großer Konsequenz leben, hat



Simone und Dr. Andreas Hartkorn leiten das Unternehmen in der vierten Generation

das Sortiment maßgeblich beeinflusst. Vanillepaste beispielsweise ist ein tolles Produkt; da es aber Verdickungsmittel enthält, bieten wir es konsequenterweise nicht an.

**>170
MITARBEITER**

Wirtschaftsforum: Auch in Sachen Verpackung zeigt sich diese Konsequenz.

Dr. Andreas Hartkorn: Ja. Als wir mit den Bioprodukten begannen,

wollten wir diesen ökologischen Gedanken zu Ende denken, etwas anders und besser machen. Deshalb kam die Idee, etwas an der Verpackung zu verändern. Sie sollte genauso wie der Inhalt nachhaltig sein. Vor sechs Jahren haben wir Korkdeckeldosen implementiert, ökologisch nachhaltige Verpackungen aus Papier und Kork oder Keramik und Kork. Auch bei BioLotta haben wir dieses Ziel der kontrolliert biologischen Rohwaren und nachhaltig ökologischen Verpackung verfolgt. Unsere Vision geht jedoch noch weiter und beinhaltet auch eine wichtige soziale Kompo-

KONTAKTDATEN

Hartkorn Gewürzmühle GmbH
Carl-Benz-Straße 13
56218 Mühlheim-Kärlich
Deutschland
☎ +49 2630 96320
info@hartkorn-gewuerze.de
www.hartkorn-gewuerze.de



nente – bei beiden Marken. Bei BioLotta geht beim Kauf eines Produktes ein Teil des Geldes an den Children for a better World e.V., der sich dem Kampf gegen Kinderarmut gewidmet hat. Bei Hartkorn haben wir die RED CAP-Aktion ins Leben gerufen, bei der wir einen gewissen Anteil für Menschen in Not – vor allem für Geflüchtete – spenden. Seit 2015 wird die RED CAP-Aktion gegen Ende des Jahres mit einem roten Deckel bei der Aludose kenntlich gemacht. Dieses soziale Engagement ist ein wesentlicher Punkt unserer Unternehmensstrategie, die auf ein gesundes, stetiges Wachstum abzielt. Wir wollen für unsere Kunden und Mitarbeiter ein verlässlicher Partner sein und uns unternehmerisch ganzheitlich weiterentwickeln.



Hartkorn, Vollsortimenter im Gewürzbereich, arbeitet mit hochwertiger Rohware



Produziert wird in Koblenz; eine Erweiterung der Produktion ist geplant



Korkdeckel – eine ökologisch nachhaltige Verpackung



Hartkorn bietet mehr als 600 Produkte – von Zimt aus Ceylon bis Bergpfeffer aus Tasmanien

Ländliche Idylle mit rustikalem Flair

Die Freude und die Erwartungen waren groß. Dann kam Corona. Wie viele andere Betriebe in der Hotel- und Gastronomie-Branche musste das Hotel Landhaus Lellichow in Brandenburg seine Aktivitäten im vergangenen Jahr stark einschränken. Dabei war nach dem erfolgreichen Führungswechsel 2019 der eigentliche Plan, mit einem vielversprechenden neuen Konzept durchzustarten. Trotz der Krise gibt es jedoch einige Lichtblicke wie Geschäftsführerin Claudia Ebner zu berichten weiß.



Idyllisch gelegen und mit der Natur verwachsen – erstaunlich, dass das Hotel Landhaus Lellichow erst 2008 fertiggestellt wurde

Seit August 2019 leitet Geschäftsführerin Claudia Ebner das Hotel Landhaus Lellichow in Brandenburg. Sie bringt langjährige Erfahrung aus früheren Anstellungen bei namhaften Hotelketten wie Marriott und Ritz Carlton mit. Sie erkennt sofort die Schwächen jedes Hotels aber auch die Stärken. „Unsere größte Stärke ist die großartige Lage“, betont sie. „Das Hotel liegt inmitten einer wunderschönen Natur, ist aber durch die Nähe zur Autobahn A24 für Geschäftsreisende und Touristen gut erreichbar. Die umliegende Region bietet zudem zahlreiche

kulturelle Highlights, die nur darauf warten entdeckt zu werden.“

Deutschland als Reiseziel

Das ist vielleicht auch das einzig Positive, das man aus dem Corona-bedingten Reisestopp mitnehmen kann: „Durch Corona entdecken die Deutschen ihr eigenes Land als Urlaubsland“, lacht Claudia Ebner. „Das haben wir im Sommer letzten Jahres, als die Beschränkungen im Inland gelockert wurden, deutlich gespürt. Der Sommer 2020 war eine richtig tolle Saison.“ Von dieser durchaus positiven Entwicklung will man

auch in Zukunft weiter profitieren. Dazu wurde eine neue Broschüre mit touristischen Ausflugstipps erstellt, um den Gästen die Reize der Gegend näher zu bringen. Man hofft auch, mit den neuen Gästen neue Stammgäste zu gewinnen. „Das ist eine einzigartige Chance, ein neues Publikum zu überzeugen,“ unterstreicht die Geschäftsführerin.

Ein tolles Team

Dass das Sommergeschäft trotz der erschwerten Bedingungen zum Erfolg wurde, liegt laut der Geschäftsführerin an der sehr

guten Arbeit des Hotelteams. „Unsere Mitarbeiter sind einfach spitze und bieten immer den bestmöglichen Service an“, so Claudia Ebner: „Die Gastfreundlichkeit steht bei allen an erster Stelle.“ Corona-bedingt sind die 14 Mitglieder des Teams jetzt teilweise in Kurzarbeit. „Wir haben zwar Übernachtungsgäste aber das Geschäft beschränkt sich zurzeit auf Geschäftsreisende, die hauptsächlich unter der Woche unterwegs sind“, erklärt Claudia Ebner. „Auch das Hotelrestaurant ist nur unter unbedingt einzu-

Interview mit



*Claudia Ebner,
Geschäftsführerin
der PK HOTELBETRIEBS GMBH
Hotel Landhaus Lellichow*



Das Hotel Landhaus Lellichow bietet einen Mix aus ländlich-rustikalem Charme und aufmerksamem Service



Das Hotelrestaurant lockt Gäste aus nah und fern mit deutschen Spezialitäten und regionalen Köstlichkeiten

haltenden Vorschriften für Übernachtungsgäste geöffnet.“

Neues kulinarisches Konzept

Das Hotelrestaurant stellte eine wichtige Säule der neuen Strategie dar. „Anfang 2020 wollten wir wieder die Leute aus der Umgebung zu uns ins Restaurant holen“, erzählt Claudia Ebner. „Das hat wunderbar funktioniert. Sonderaktionen wie ein 3-Gänge-Menü zum Valentinstag kamen sehr gut an. Dann kam Corona und wir mussten schließen. Aber die positive Resonanz hat uns gezeigt, dass der eingeschlagene Weg auch der richtige war. Wenn wir wieder aufmachen dürfen, hoffen wir sehr, dass die Gäste wieder den Weg zu uns finden werden, um einen schönen Abend zu genießen.“

Zeit zum Renovieren

Weitgehende Renovierungen stehen auch auf dem Plan der neuen Geschäftsleitung. „Als erstes haben wir die gesamte Haustechnik erneuert und auf den neuesten Stand gebracht“, sagt Claudia Ebner. „Als Nächstes wollen wir alle

Teppiche und Böden austauschen bevor wir einige Um- und Ausbauten ins Visier nehmen. Durch die Pandemie haben wir jetzt die Zeit diese Ziele in Ruhe zu verfolgen.“



„Unsere Mitarbeiter sind einfach spitze und bieten immer den bestmöglichen Service an.“

*Claudia Ebner,
Geschäftsführerin*

Ein Haus mit ländlichem Flair

Bei den Renovierungsarbeiten wird Wert daraufgelegt, dem besonderen ländlichen Flair des Hauses treu zu bleiben. Das Vier-Sterne-Haus wurde im Jahr 2008 im Stil einer Landresidenz erbaut. Die 32 Zimmer – Einzel- und Doppelzimmer, Premium- und Deluxezimmer – sind hell und freundlich gestaltet und bieten ein angenehmes 'Zuhause auf Zeit'. „Das Hotel ist eines der schönsten Häuser in der Region und von Natur umgeben“, freut sich Claudia Ebner. „Dadurch sind wir ein beliebtes Ziel für Jäger und andere Naturliebhaber wie Angler, Fahrradfah-

rer und Wanderer.“ Die Hotelgäste erwartet ein einzigartiger Mix aus ländlich-rustikalem Charme und aufmerksamem Service. Das Hotel ist stolz darauf, seine Klientel zu kennen und auf ihre Bedürfnisse einzugehen. Dazu zählen zum Beispiel das hoteleigene Schießkino und Jagdschränke für das vorschriftsmäßige Verwahren von Jagdutensilien.

Fahren auf Sicht

In dieser außergewöhnlichen Zeit sind Zukunftsprognosen unmöglich. „Als wir unsere Zukunftspläne geschmiedet haben, hätte niemand gedacht, dass eine Pandemie alles zum Erliegen bringt“, so Claudia Ebner. „Das

hat alles aus der Bahn geworfen. Dieses Jahr werden wir auf Sicht fahren. Mehr können wir auch



KONTAKTDATEN

Hotel Landhaus Lellichow
PK HOTELBETRIEBS GmbH
Lellichower Allee 11A
16866 Lellichow
Deutschland

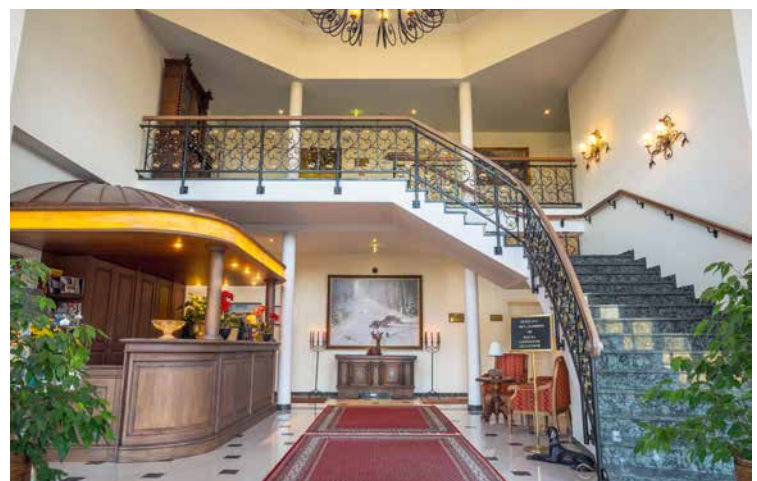
+49 33976 70200

+49 33976 70202

info@landhaus-lellichow.de

www.landhaus-lellichow.de

nicht tun. Wenn es wieder erlaubt ist, werden wir den Menschen in der Region zeigen, dass wir für sie da sind. Wir freuen uns natürlich auch darauf, ausländische Gäste begrüßen zu können, aber unsere Vision ist uns in der Region stärker aufzustellen. Wir wollen das Restaurant zur Anlaufstelle für die Menschen in und aus der Region machen und für sie Gastgeber für Feste und Feiern aller Art sein.“



Ankommen und wohlfühlen: Das ist das Ziel des Teams im Hotel Landhaus Lellichow

Mit technischer Innovation zum weltweiten Erfolg

Als weltweit führender Hersteller von Maschinen und Anlagen zur Veredelung von Holzwerkstoffen gilt die Wemhöner Surface Technologies GmbH & Co. KG aus Herford in Ostwestfalen als Paradebeispiel eines Hidden Champion. Das mittelständische Familienunternehmen wird in der dritten Generation vom Geschäftsführenden Gesellschafter und Enkel des Firmengründers Heiner Wemhöner geführt. Im Interview mit Wirtschaftsforum erläutert Heiner Wemhöner die Stärken seines Unternehmens.

Wirtschaftsforum: Herr Wemhöner, Ihr Unternehmen ist mehrfach für seine Innovationskraft ausgezeichnet worden. Wie wichtig sind Forschung und Entwicklung?

Heiner Wemhöner: Sie sind äußerst wichtig. Wir sind schließlich ein Technologieunternehmen, dies ist unsere Spezialität. Unser Anspruch ist neue Produkte zu entwickeln und die Grenzen des technisch Machbaren immer weiter zu verschieben. Die Auszeichnungen von Wirtschaftswoche und der Hochschule St. Gallen, die uns zum dritten Mal in Folge als Weltmarktführer für unser Haupt-

produkt, die Kurztaktpressen-Anlagen, erkannt hat, zeigen, dass uns das auch gelingt.

Wirtschaftsforum: Können Sie etwas über Ihr Produktsortiment erzählen?

Heiner Wemhöner: Wir sind bekannt für Kurztaktpressen-Anlagen zur Melamindirektbeschichtung. Diese Anlagen werden von uns seit über 40 Jahren für die weltweite Möbel- und Laminatfußbodenindustrie produziert. Durch die Schnelligkeit und Zuverlässigkeit, Wirtschaftlichkeit und Flexibilität dieser Anlagen setzen

wir die maßgeblichen Standards in der Branche.

Wirtschaftsforum: Die Kurztaktpressen-Anlagen können als Brot- und-Butter Geschäft bezeichnet werden. Sind Sie denn auch in anderen Bereichen aktiv?

Heiner Wemhöner: Als zweites Produktfeld haben wir unsere Variopressen. Das sind 3-D-Pressen, die dreidimensionale Komponenten auf unterschiedliche Weise beschichten können. In diesem Bereich sind wir mit patentierten Innovationen ebenfalls die weltweite Nummer 1. Aber wir wollen

Interview mit



*Heiner Wemhöner,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der Wemhöner Surface
Technologies GmbH & Co. KG*

über die Oberfläche hinausdenken und unseren Kunden Systemlösungen anbieten. Deshalb sind wir gerade dabei, unser Sortiment um Druck- und Lackieranlagen zu erweitern. So können wir unseren Kunden Komplettlösungen aus ei-



Weltweit im Einsatz: Wemhöner 3-D-Pressen



Das Kerngeschäft der Firma sind Kurztaktpressen-Anlagen zur Melamindirektbeschichtung von Holzwerkstoffen für die weltweite Möbel- und Laminatfußbodenindustrie

Neben dem Stammhaus in Herford, Ostwestfalen, hat das Unternehmen auch zwei Niederlassungen in Changzhou, China



KONTAKTDATEN

Wemhöner Surface Technologies
GmbH & Co. KG
Planckstraße 7
32052 Herford
Deutschland

+49 5221 77020

+49 5221 770239

info@wemhoener.de

www.wemhoener.de

ner Hand anbieten, mit denen wir noch weiter wachsen können.

Wirtschaftsforum: Was ist das Besondere an Ihren Anlagen?

130
MILLIONEN EUR
UMSATZ

Heiner Wemhöner: Das Besondere liegt darin, dass wir sie individuell auf unsere Kunden zuschneiden. Wir machen eine auftragsbezogene Einzelanfertigung. Alle unsere Anlagen werden im intensiven Dialog mit unserem

Kunden konzipiert. Bevor es zu einer Auftragserteilung kommt, sind in der Regel vier bis fünf detaillierte Gespräche erforderlich, bis ein geeignetes technisches Konzept vorliegt. Dieser intensive Austausch mit den Kunden dient auch dazu, unsere weitere Produktentwicklung zu informieren, damit wir immer den Marktbedürfnissen entsprechend handeln können.

Wirtschaftsforum: Welchen Mehrwert bieten Sie Ihren Kunden?

Heiner Wemhöner: Unser Mehrwert liegt darin, dass wir unsere Anlagen ständig weiterentwickeln.

Unser Ziel ist es, weiter die Nummer 1 in der Branche zu bleiben und das ist unser Ansporn, den Forderungen am Markt immer einen Schritt voraus zu sein.

Wirtschaftsforum: Wie sind Sie bisher durch die Corona-Pandemie gekommen?

Heiner Wemhöner: Da die Menschen im letzten Jahr nicht reisen konnten, haben sich stattdessen viele entschieden, Geld in ihre eigenen vier Wände zu investieren. Dementsprechend gute Ergebnisse konnte die Möbelindustrie erzielen, was wiederum dazu geführt hat, dass unsere Auftragsbücher gut gefüllt sind.

Wirtschaftsforum: Worin sehen Sie Ihre Hauptaufgabe als Geschäftsführer?

Heiner Wemhöner: Ich sehe meine Aufgabe darin, mich mehr um das Morgen der Firma zu kümmern und nicht um das Tagesgeschäft. Ich suche auch meine Mitarbeiter danach aus, sie sollten selbstständig arbeiten wollen.



Durchlaufpressen gehören auch zum Produktsortiment des mittelständischen Anlagenbauers



Mit Druck- und Lackieranlagen kann das Unternehmen seinen Kunden Komplettlösungen aus einer Hand anbieten





Das hat mir zum Beispiel erlaubt, Projekten wie 2005 die Gründung unserer Niederlassung in China nachzugehen. Die Entscheidung in eine Produktionsfirma in China zu investieren war ein Ergebnis aus den Erkenntnissen, die ich durch meine vielen Geschäftsreisen gewonnen habe. Dort produzieren wir auf 10.000 m²

Fläche vor allem Membranpressen, Kurztaktpressen-Anlagen sowie PV VarioLam-Anlagen, die überwiegend für den asiatischen Markt bestimmt sind.

Wirtschaftsforum: Es wird vielerorts über den Fachkräftemangel in Deutschland geklagt. Ist das auch für Sie ein Problem?



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Anlagen für die Veredelung von Holzwerkstoffen

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1925

Struktur: GmbH & Co. KG

Niederlassungen: Deutschland, China

Mitarbeiter: 500

Umsatz: 130 Million EUR

Export: über 85%

Leistungsspektrum

Kurztaktpressen-Anlagen

3-D-Pressen

Druck- und Lackieranlagen

Durchlaufpressen

Sonderanlagen

Messen und Ausstellungen

Verschiedene weltweit

Philosophie

Besser in einem Bereich die Nummer 1 zu sein als in verschiedenen Branchen die Nummer 15

Zukunft

Eintritt der vierten Generation in das Familienunternehmen



Das Unternehmen glaubt fest an die Mitarbeiter-Aus- und Weiterbildung. Rund 10% der Mitarbeiter sind Auszubildende, um den eigenen Nachwuchs zu sichern

Heiner Wemhöner: Immer wenn jemand das Wort Fachkräftemangel in den Mund nimmt, stelle ich ihm die Frage, wie viele Menschen er selber ausbildet. Wir haben immer ganz großen Wert auf die

hin zum dualen Studium möglich. So sichern wir unseren eigenen Nachwuchs.

Wirtschaftsforum: Wie sieht es denn mit der vierten Generation im Unternehmen aus?

500

MITARBEITER

Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter gelegt, damit wir unseren hohen technischen Anspruch realisieren können. Unsere Ausbildungsquote liegt seit Jahrzehnten bei 10% der Mitarbeiter. Bei uns ist alles vom Praktikumsplatz bis

Heiner Wemhöner: Das gehört sicherlich zu meiner Vision für die Zukunft. Ich möchte das Unternehmen sehr gerne in die vierte Generation führen. Das ist auch so geplant. Zwei meiner drei Kinder sind daran interessiert. Sie sammeln jedoch erste Erfahrungen bei anderen Firmen, bevor sie bei uns voll einsteigen und die Familientradition fortführen werden.



Ein Blick in die 16.500 m² große Produktionshalle in Herford

Kontakte

Pyrus Panels GmbH
Carl-von-Ossietzky-Straße 17-21
83043 Bad Aibling
Deutschland
☎ +49 8061 349790
✉ +49 8061 3497999
info@pyrus-panels.com
www.pyrus-panels.com

SONOTEC GmbH
Nauendorfer Straße 2
06112 Halle (Saale)
Deutschland
☎ +49 345 133170
✉ +49 345 1331799
sonotec@sonotec.de
www.sonotec.de

Helios Kliniken GmbH
Friedrichstraße 136
10117 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 5213210
✉ +49 30 521321199
info@helios-gesundheit.de
www.helios-gesundheit.de

Hotel Landhaus Lellichow
PK HOTELBETRIEBS GmbH
Lellichower Allee 11A
16866 Lellichow
Deutschland
☎ +49 33976 70200
✉ +49 33976 70202
info@landhaus-lellichow.de
www.landhaus-lellichow.de

HFM Nordholz
Handelsgesellschaft mbH
Pilgramer Straße 296
12623 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 5655120
✉ +49 30 56551229
info@nordholz-berlin.de
www.nordholz-berlin.de

VACOM Vakuum Komponenten &
Messtechnik GmbH
In den Brückenäckern 3
07751 Großlobichau
Deutschland
☎ +49 3641 87340
✉ +49 3641 8734499
info@vacom.de
www.vacom.de

DETMERS Getreide-Vollwertkost GmbH
Lechtermannhof 14-16
33739 Bielefeld
Deutschland
☎ +49 5206 91580
✉ +49 5203 9215829
info@detmers-muesli.de
www.detmers-muesli.de

Wemhöner Surface Technologies
GmbH & Co. KG
Planckstraße 7
32052 Herford
Deutschland
☎ +49 5221 77020
✉ +49 5221 770239
info@wemhoener.de
www.wemhoener.de

STEMMANN-TECHNIK GmbH
Niedersachsenstraße 2
48465 Schüttorf
Deutschland
☎ +49 5923 810
✉ +49 5923 81100
stemmann-sales@wabtec.com
www.stemmann.de

TAROX AG
Stellenbachstraße 49-51
44536 Lünen
Deutschland
☎ +49 231 989800
✉ +49 231 98980101
info@tarox.de
www.tarox.de

Hartkorn Gewürzmühle GmbH
Carl-Benz-Straße 13
56218 Mühlheim-Kärlich
Deutschland
☎ +49 2630 96320
info@hartkorn-gewuerze.de
www.hartkorn-gewuerze.de

Kostenloses Unternehmensprofil

Unter nachfolgendem Link können Sie die Daten zum **kostenlosen Unternehmensprofil** eintragen.

www.wirtschaftsforum.de/unternehmensprofil-eintrag

Das Ausfüllen wird ca. **5 Minuten** dauern.

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich

INTERVIEWS THEMENWELTEN UNTERNEHMEN EXPERTENWISSEN NEWS WIFO TO GO

Unternehmen

Wonach suchen Sie?

Filtern nach Tags: Filtern nach Land: Sortieren nach: Titel Aufsteigend

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Aeris GmbH PREMIUM
angelini PLUS
AWK Verschlüsse GmbH & Co. KG PLUS

Unternehmensprofil Premium

vpz.

VPZ Verpackungszentrum GmbH

Unternehmensprofil

Algemeines Informationen zum Unternehmen

Das VPZ Verpackungszentrum hat sich auf den Vertrieb und die Entwicklung von tauglichen Verpackungen spezialisiert. 2013 gelang die Marktdurchdringung mit den Packatur® Cellulose Netzschläuchen aus LERENING® Multi-Biowebtechnologie, einer Webtechnik, die inzwischen von allen führenden Supermarktketten Europas für Bioobst & Gemüse abgesetzt wird und derzeit den internationalen Markt von Neuseeland über Südafrika bis Kanada und den USA erobert.

Rechtsinhaber:
Susanne Meinhof, Marcus Körner

Produkte

Produkte & Leistungen: Produkt

Packatur® Cellulose Netzschläuche Packatur® Biostrickleisten Packatur® Cellulose Mülltaschen

Branchen

Handel & Einzelhandel, Handel & Einzelhandel, Handel & Einzelhandel, Handel & Einzelhandel

Portfolio der VPZ Verpackungszentrum GmbH

Packatur® Cellulose Netzschläuche Packatur® Biostrickleisten

Kenban-Boards Zeitfassung für Teams

Interessiert?
+49 5971 92164-0

Willkommen zu Hause! Wohlfühlfaktor und Privatsphäre mit Alulux-Produkten



Rollladen | Raffstoren | Textilscreens | Garagentore