

Starker Mittelstand



WIRTSCHAFTSFORUM

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Interview:

Individualität und Farbe auf dem Dach

mit Christian Baum, Geschäftsführender Gesellschafter der GUST. OVERHOFF GmbH & Co. KG, Seite 04

Porträts:

- › **Tiergesundheitszentrum Grußendorf**, Seite 12
- › **J&S GmbH Automotive Technology**, Seite 20

SPITZENKLASSE!

Wirtschaftsforum.de
gehört jetzt schon zu den
3.000 relevantesten
Domains

im SEO Ranking in Deutschland.

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



WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Starker Mittelstand

04



Christian Baum,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der GUST. OVERHOFF
GmbH & Co. KG

06



Theodor Mahr,
Geschäftsführer und
Markus Kaufer,
Prokurist
der Theod. Mahr Söhne
GmbH

08



Frank Kerber,
Geschäftsführer
der Wohnungsgesellschaft
Ludwigsfelde mbH „Märkische
Heimat“

10



Manuel Schmidt,
Geschäftsfeldleiter
stationäre
Energiespeichersysteme
der INTILION GmbH

12



Dr. Jens Fischer,
Geschäftsführer des
Tiergesundheitszentrum
Grußendorf

14



Oliver Knauf,
Geschäftsführer
der omeras GmbH

16



Günter Peters,
Geschäftsführer
der Peters Maschinenbau
GmbH & Co. KG

18



Michael Bartsch,
Geschäftsführer
der KDH Werbetechnik
GmbH

20



Oliver Lang,
CEO
der J&S Holding GmbH

22



John Wilkinson,
CEO
der Greenman Group

24



Philipp Ober,
Geschäftsführer
der OSCAR GmbH

Kontakt Seite 25

Individualität und Farbe auf dem Dach

Auf dem Dach geht es heute nicht nur sicherer zu als früher, sondern auch immer farbiger. Die GUST. OVERHOFF GmbH & Co. KG in Mettmann deckt die gesamte Palette der Dachentwässerung, -sicherheit und -begehung ab. Das 1895 gegründete Familienunternehmen wird in der 6. Generation von Christian Baum geführt. Der Geschäftsführende Gesellschafter sprach mit Wirtschaftsforum über Innovationen und Trends auf dem Dach.

Interview mit



Christian Baum,
Geschäftsführender
Gesellschafter
der GUST. OVERHOFF
GmbH & Co. KG

Wirtschaftsforum: Herr Baum, wie sind Sie an das Unternehmen GUST. OVERHOFF gekommen?

Christian Baum: Mein Wunsch war, Dinge zu verändern, deshalb wollte ich etwas Eigenes machen. Noch vor der Coronapandemie habe ich die Eigentümer von GUST. OVERHOFF kennengelernt. Die Nachfolgeregelung dann trotz Corona umzusetzen war nicht ganz einfach, im Nachhinein aber die richtige Entscheidung.

Wirtschaftsforum: Wie hat es sich seitdem entwickelt?

Christian Baum: Als ich das Unternehmen übernommen habe, lag der Stahlpreis bei circa 700 EUR pro Tonne. Mittlerweile muss mehr als das Doppelte für Stahl gezahlt werden. Diese Kostenentwicklung betraf natürlich alle Marktteilnehmer. Durch langfristige Stahldisposition konnten wir unsere Preise länger stabil halten, was wiederum zu einem großen Bestelleingang führte.



Der Dachrinnenhalter ist das wichtigste Produkt von GUST. OVERHOFF

Dadurch verlängerten sich die Lieferzeiten – für unsere Kunden eine ungewohnte Situation. Der ganze Markt hat sich verändert. Dank unserer Kostenstruktur sind wir aber gut aufgestellt. Die Mitarbeiterzahl hat sich seit meinem Einstieg von 28 auf 36 erhöht.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie Ihre Aufgaben im Unternehmen?

Christian Baum: Sie sind vor allem strategischer Natur. Ich arbeite nicht im, sondern am Unternehmen. Das Unternehmen hat eine ausgezeichnete Kostenbasis. Damit gehen wir jetzt aktiv in den

Markt und wollen Dinge verändern und gestalten. Wir wollen auch mit Servicedienstleistungen punkten. Ich habe etwas umstrukturiert und den Mitarbeitern mehr Verantwortung übertragen. Die Herausforderung ist, Denkweisen zu verändern. Meine Aufgabe besteht darin, die Menschen zu motivieren, das Beste für das Unternehmen zu geben. Wenn man ihnen Vertrauen schenkt, geben sie ihr Bestes. Das ist schön zu sehen.

Wirtschaftsforum: Welche Produkte bieten Sie im Einzelnen an?

Christian Baum: Der größte Bereich ist die Dachentwässerung. Hier bieten wir Dachrinnenhalter, Rohrschellen und Zubehör an. Der Dachrinnenhalter ist unser Hauptprodukt, das wir als Massenware, aber auch als Individuallösung anbieten, zum Beispiel für denkmalgeschützte Objekte. Weitere Produktbereiche sind Schneefangsysteme, wobei wir sowohl die Halter als auch die Gitter selbst produzieren. Dachsicherheit ist ein großes Thema; hier fertigen wir Dachsicherheits- haken. Eine weitere Sparte ist die Dachbegehung mit Laufrosten und Einzelritten. Wir haben eine eigene Verzinkerei, die aktuell exklusiv für uns fertigt.

Wirtschaftsforum: Was gibt es Neues in Ihrem Portfolio?

Christian Baum: Auf Anregung eines Mitarbeiters haben wir Laufroste vergrößert und dadurch die Möglichkeit geschaffen, ganz einfach ein Podest für Klimaanlage einzuhängen. Das ist von



Schweißen von Schneefanggitterstützen



Dachrinnenhalter aus Kupfer

KONTAKTDATEN

GUST. OVERHOFF GmbH & Co. KG

Flurstraße 1

40822 Mettmann

Deutschland

☎ +49 2104 91910

✉ +49 2104 919161

info@gust-overhoff.de

www.gust-overhoff.de

den Anlagenbauern sehr gut angenommen worden. Durch eine kleine Veränderung der Befestigungstechnik bei den Dachsicherheitshaken haben wir erreicht, dass alle bei gleichem Preis den höheren Sicherheitsanforderungen entsprechen. Innovationen und Weiterentwicklungen wird es von uns auch in Zukunft geben. Wir können uns vorstellen, in die Befestigung von Photovoltaikanlagen einzusteigen. Wir bleiben auf jeden Fall auf dem Dach und werden Produkte vereinfachen, um dem Dachdecker die Arbeit zu erleichtern, aber auch neue Produkte entwickeln. Ich komme ursprünglich aus dem Vertrieb. Mein Credo ist, dass das Produkt dem Kunden dienen muss.

Wirtschaftsforum: Welche Entwicklung erwarten Sie für die Branche in den nächsten Jahren?

Christian Baum: Die Branche wird weiterwachsen. Individualität wird immer wichtiger. Dachrinnen waren früher häufiger aus Kupfer. Heute nimmt man verzinkten Stahl, aber das passt optisch nicht immer. Oft wünschen sich die Kunden, dass zum Beispiel Schneefanggitter in der Farbe des Daches beschichtet werden. Jeder möchte sein Haus so schön wie möglich machen. Dadurch kommen neue Farben ins Spiel. Wir bieten alle Produkte in jeder RAL-Farbe an. Dieser beschichtete Anteil nimmt immer mehr zu.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihr persönlicher Antrieb für Ihre tägliche Arbeit?

Christian Baum: Ich bin offen für Neues und es macht mir Freude, Menschen glücklich zu machen, die Kunden, aber auch die Mitarbeiter. Sie sollen mit einem Lächeln gehen und gerne wiederkommen. 1955 hatte GUST. OVERHOFF 160 Mitarbeiter.

Mir würde es Spaß machen, das Unternehmen wieder dort hinzubringen und Marktführer zu werden. Ich will immer vorn sein.



Gelebte Nachhaltigkeit

„Die Theod. Mahr Söhne GmbH in Aachen ist nicht nur die älteste Heizungsfirma Deutschlands und seit 180 Jahren im Familienbesitz, wir möchten auch weitere 180 Jahre gemeinsam mit unseren Mitarbeitern als Familienunternehmen für unsere Kunden da sein“, sagt Theodor Mahr, Mitglied der 6. Generation und seit 2019 alleiniger Geschäftsführer.

Wirtschaftsforum: Herr Mahr, Sie konnten im letzten Jahr das 180. Firmenjubiläum begehen.

Theodor Mahr: Tatsächlich liegt die besondere Stärke unseres Unternehmens in seiner langfristigen Ausrichtung. Seit der Gründung einer Ofenschlosserei durch Theodor Mahr im März 1841 ist es immer in Familienhand geblieben, auch in schwierigen Zeiten. Denken Sie nur an die beiden Weltkriege, als die Fabrikanlagen fast zerstört waren. Man hielt zusammen, und gemeinsam erfolgte der Wiederaufbau – auch der Stadt Aachen. Die Theod. Mahr Söhne GmbH konnte sich im Laufe der Jahre zu einem leistungsstarken Unternehmen für Wärme-, Klima- und Lüftungstechnik mit heute 190 Mitarbeitern und 25 Millionen EUR Umsatz entwickeln.

Markus Kaufer: Hier könnte man ein zweites Jubiläum nennen, nämlich 150 Jahre Kirchenkompetenz. Schon 1871 wurde nämlich die erste Kirchenheizung als sogenannte Luftheizung gebaut,

Interview mit



Theodor Mahr,
Geschäftsführer
und



Markus Kaufer,
Prokurist
der Theod. Mahr Söhne GmbH

eine später für Mahr patentierte Neuerung.

Theodor Mahr: Die Beheizung von Kirchen hat sich zu unserer Kernkompetenz entwickelt. Heute ist Mahr Europas größter Hersteller von entsprechenden Warmluftheizungen. Viele Kirchen beherbergen wertvolle Kulturgüter, die empfindlich auf ein falsches Maß an Luftfeuchtigkeit reagieren, etwa Gemälde, Skulpturen, Altäre, Orgeln und Wandmalereien. Wir sind in der Lage, für jedes historische Gebäude eine spezielle Lösung zu entwickeln, auch in Abstimmung mit Denkmalpflegern.

Wirtschaftsforum: Welche anderen Bereiche deckt Mahr ab?

Theodor Mahr: Die Anwendungsbereiche sind breit gefächert. Wir sind stark im großen Anlagenbau

Seit 1871 sorgt die Theod. Mahr Söhne GmbH für das ideale Raumklima in Kirchen und findet für jedes historische Gebäude, oft mit wertvollen Kulturgütern wie zum Beispiel Gemälden, Skulpturen, Altären und Orgeln, eine maßangefertigte, intelligente Lösung, die mit Denkmalpflegern abgestimmt wird



Auch im Industriebau verfügt Mahr über langjährige Erfahrung und großes Know-how, hier eine Kältemaschine



Motivierte, erstklassig ausgebildete Mitarbeiter, die ihr Handwerk verstehen, tragen zum Erfolg des Familienunternehmens Mahr bei



Historischer Ofen aus den Gründerjahren des mehr als 180 Jahre alten Unternehmens

für Büros, Drogerieketten, Institutionen und Krankenhäuser bis hin zur Reinraumtechnik vertreten. Das Luisenhospital in Aachen betreuen wir schon seit über 100 Jahren. Für die Automobilindustrie planen und bauen wir industrielle Prüfstände für Motoren und Batterien.

Markus Kaufer: Wie engagiert und wie kundenorientiert wir sind, zeigt sich auch im Bereich unseres Wartungsgeschäftes. Der Mahr-Kundenservice im Industrie- und Kirchenbereich begleitet über 5.000 Wartungskunden jährlich in ganz Deutschland, den Beneluxländern sowie Österreich und der Schweiz. Inzwischen sind die Monteure zur optimalen Betreuung mit Tablets ausgestattet. Die Digitalisierung hat auch in Büro und Fuhrpark zu mehr Planungssicherheit geführt.

Wirtschaftsforum: Mahr hat den Anspruch, modernste Lösungen für Heizung und Klimatechnik zu bieten. Wie sehen Sie die aktuelle Entwicklung im Energiesektor?

Theodor Mahr: Gerade unsere Fähigkeit individuelle Lösungen zu entwickeln bedingt auch die

Bereitschaft zur Veränderung. Wir haben eine eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung und erarbeiten neue Möglichkeiten zur Nutzung erneuerbarer Energien, etwa durch die Integration von Wärmepumpen und Photovoltaik. Aktuell stellen die steigenden Gas- und Ölpreise, die Materialknappheit und die Folgen des Kriegs in der Ukraine das Handwerk vor große Herausforderungen.

Markus Kaufer: Die Konstellation von so vielen Effekten gleichzeitig ist extrem. Es gibt ja auch noch Corona, und wir haben den Fachkräftemangel. Das Handwerk ist lange nicht genug beachtet worden, jetzt ist das Problem da.

Wirtschaftsforum: Was tun Sie, um Fachkräfte zu gewinnen?

Markus Kaufer: Wir arbeiten eng mit Berufsschulen zusammen, werben für den Beruf des Anlagen- oder Konstruktionsmechanikers, der eine andere Wertigkeit hat als etwa der klassische Sanitärinstallateur.

Theodor Mahr: Die Gebäude haben sich verändert, heute hat

die Technik im Neubau Vorrang, und es handelt sich um einen anspruchsvollen Beruf. Wir haben etwa 10% Auszubildende, auch aus anderen Ländern. Dazu haben wir ein Pilotprojekt gestartet, bei dem eine Deutschlehrerin unsere Mitarbeiter unterrichtet, auch in fachspezifischem Deutsch.

Markus Kaufer: Wir konnten so erfolgreich Flüchtlinge als Anlagen- und Konstruktionsmechaniker ausbilden und an uns binden, sie haben bei uns im Betrieb eine neue Familie gefunden.

Wirtschaftsforum: Kann man sagen, dass das Klima bei Mahr generell sehr positiv und eher familiengeprägt ist?

Markus Kaufer: Ich bin seit drei Jahren im Unternehmen und erlebe es so. Für mich ist es eine Freude, mich auf verschiedenen Ebenen einbringen zu können.

Theodor Mahr: Für unser gutes Betriebsklima spricht die geringe Fluktuation. In der letzten Zeit hatten wir allein sechs Jubiläen von Mitarbeitern, die 50 Jahre bei uns sind. Wir sind sozial geprägt, unterstützen soziale Projekte,

ich selbst bin bei der Freiwilligen Feuerwehr. Die Einstellung zu Kunden und Mitarbeitern ist geprägt von der langfristigen Ausrichtung unseres Familienunternehmens. Auf uns kann man sich auch in Zukunft verlassen. Ein Familienunternehmen kann nur mit Nachhaltigkeit existieren. Die Gesellschafter investieren den Großteil des Erlöses in das Unternehmen und beziehen die nächste Generation ein. So funktioniert das Prinzip Familienunternehmen, das ist gelebte Nachhaltigkeit. Für mich persönlich ist es nicht mein Arbeitsplatz, es ist meine Lebensaufgabe.



KONTAKTDATEN

Theod. Mahr Söhne GmbH
Hüttenstraße 27
52068 Aachen
Deutschland
☎ +49 241 95600
✉ +49 241 9560101
info@mahr-heizung.de
www.mahr-heizung.de

Wohnen mit Mehrwert

Nur 11 km südlich von der Stadtgrenze Berlins gelegen, erfreut sich die vergleichsweise junge Stadt Ludwigsfelde zunehmender Beliebtheit. Zu dieser Entwicklung trägt auch die Wohnungsgesellschaft Ludwigsfelde mbH „Märkische Heimat“ bei. Sie hat über 3.200 Wohnungen im Bestand und saniert, modernisiert, entwickelt, baut und vermietet seit mehr als 30 Jahren erfolgreich, um angenehmes Wohnen zu angemessenen Mietpreisen zu gewährleisten.

Wirtschaftsforum: Herr Kerber, die Wohnungsgesellschaft Ludwigsfelde mbH „Märkische Heimat“ ist eng mit der Stadt Ludwigsfelde verbunden.

Frank Kerber: Die „Märkische Heimat“ gehört zu 100% der Stadt Ludwigsfelde und unterstützt sie dabei, die Lebensqualität zu verbessern. Das ist auch mein Anliegen als Geschäftsführer des Unternehmens, wir wollen städtebaulich interessant sein und eine weitere Aufwertung von Ludwigsfelde erreichen. Dazu muss man wissen, dass die Stadt kein historisch gewachsener Ort ist, sondern sich seit den 1930er-Jahren zum Industriestandort entwickelte, als Daimler hier ein Flugzeugmotorenwerk errichtete und Wohnungen für die Fabrikarbeiter gebaut wurden. Die Geschichte der heutigen Wohnungsgesellschaft startet nach der Wende. Sie ist aus der damaligen kommunalen Wohnungsverwaltung (KWV) hervorgegangen.

Wirtschaftsforum: Über welche Größenordnung reden wir heute?

Frank Kerber: Wir verfügen heute über 3.225 Wohnungen, sehr breit gestreut in der Struktur, von Neubau bis denkmalgeschützt, sowie



Das sogenannte Dichterviertel, eine denkmalgeschützte Altbausiedlung in Ludwigsfelde, ist von großzügigen Grünflächen umgeben und sehr ruhig gelegen

13 Gewerbeeinheiten und 1.280 Garagen und Stellplätze. Als Eigentümer der Immobilien bewirtschaften wir diese, sind also für die Instandhaltung, Instandsetzung und Vermietung verantwortlich. Wir sind aber auch teilweise auf eigene Rechnung im Neubau tätig. Unser Jahresumsatz setzt sich im Wesentlichen aus den Mieten zusammen und beträgt zurzeit gut 16 Millionen EUR. Die „Märkische Heimat“ beschäftigt rund 35 Mitarbeiter.

Wirtschaftsforum: Wenden Sie sich an ein bestimmtes Mieterklientel?

Frank Kerber: Wir verfügen über ein breites Spektrum an Wohnungen, das ganz unterschiedlichen Bedürfnissen und Vorstellungen

entspricht. Unser Ziel ist es, möglichst in allen Stadtteilen eine gute Mischung von Menschen verschiedener sozialer Herkunft und verschiedenen Alters zu erreichen. Dazu gehören auch unterschiedliche Familienkonstellationen und Haushaltsgrößen. Wir wollen vor allem stabile und intakte Nachbarschaften.

Wirtschaftsforum: Wie genau sieht das Angebot der „Märkischen Heimat“ aus?

Frank Kerber: Wir unterscheiden drei Gruppen. Da ist die um 1940 entstandene Daimler-Benz-Werksiedlung mit Häusern in zweigeschossiger Bauweise, die umfangreich und farbenfroh saniert wurden. Das Dichterviertel ist eine denkmalgeschützte Altbausied-

Interview mit



Frank Kerber,
Geschäftsführer
der Wohnungsgesellschaft
Ludwigsfelde mbH „Märkische
Heimat“

lung, die Mitte der 1950er-Jahre gebaut wurde und ruhig gelegen ist. Darüber hinaus stehen die Platten- und Mauerwerksbauten aus DDR-Zeiten mit Wohnungen verschiedenster Größe zur Verfügung, zeitgemäß saniert, in guter Lage und mit vielen Annehmlichkeiten.

Wirtschaftsforum: Ihr Schwerpunkt ist also eindeutig der Wohnbereich.

Frank Kerber: Unbedingt, auch wenn wir punktuell gewerbliche Räume vermieten, aber eher, um eine gute Mischung im Wohnbereich zu haben. Zu einer guten Lebensqualität gehört nun einmal eine gute Infrastruktur. Wir unterstützen die Stadt Ludwigsfelde in diesem Sinne und bemühen uns, wohnungsnaher Aspekte gezielt mit einzubringen. Bei allen Aktivitäten versuchen wir, die Stadt im Blick zu behalten. Kurze Wege, Lebensqualität, Erholungs- und Begegnungsmöglichkeiten – kurz Urbanität – stehen in unserem besonderen Fokus.

Wirtschaftsforum: Wie verläuft die Vermietung bei der „Märkischen Heimat“?



Die zweigeschossige Bauweise mit individuellem, kleinstädtischem Charakter macht die Wohnungen der Daimler-Benz-Werksiedlung besonders attraktiv

Frank Kerber: Wir vermieten im persönlichen Kontakt. Interessenten können ihre Wohnungswünsche über unsere Homepage an uns richten. Die Nachfrage ist höher als das Angebot. Ludwigsfelde hat eine enge Anbindung an Berlin, gute Kitas und Schulen, ist familien- und kinderfreundlich. Bei uns soll aber jeder ein Zuhause finden, auch altersgerechtes Wohnen ist ein wichtiger Aspekt unserer Arbeit. Wir möchten Einsamkeit und Isolierung entgegenwirken, ein Thema auch zu Zeiten von Corona und Homeoffice. Da sind wirtschaftliche Möglichkeiten gefragt, um entsprechend in das Gebäude und sein Umfeld zu investieren.

Wirtschaftsforum: Können Sie konkrete Beispiele nennen?

Frank Kerber: Unser aktuelles Neubauprojekt in der Ernst-Thälmann-Straße bietet einen ganz neuen und modernen Ansatz. Die Grundrisse sind multifunktional. Der klassische Flur fällt weg und weicht einem Treffpunkt im Zentrum der Wohnung. Von dort erschließen sich zwei bis vier identische Zimmer, die je nach Familiensituation und Wohnwünschen individuell genutzt werden können. Damit entstehen mehr erlebbare Fläche und mehr Vielfalt in den verschiedenen Lebenssituationen. Die Wohnung passt sich den sich verändernden Bedürfnissen über die Zeit an. So wird der Nutzwert optimiert, kein



Die um 1940 entstandenen Wohnobjekte der ehemaligen Daimler-Benz-Werksiedlung wurden umfangreich saniert und bieten heute rund 370 Ein- bis Vierzimmerwohnungen

Quadratmeter verschwendet, der ja im Neubau mit über zehn EUR teuer bezahlt werden muss. Dank der energetischen Optimierung entsteht eine angenehme Atmosphäre. Das Projekt soll 2024 fertiggestellt werden und rundet unser vielfältiges Angebot ab.

Wirtschaftsforum: Gibt es weitere Eigenprojekte?

Frank Kerber: Wir erstellen drei Grundschulen mit Sport- und Außenanlagen, eine Investition, die wir für die Stadt durchführen, da wir uns als Partner der Stadt verstehen und so unser Know-how im Interesse der Bürgerinnen und Bürger bestmöglich einbringen können. Die Schulen sollen 2025/2026 fertig sein, werden

an die Stadt vermietet und von ihr bewirtschaftet, eine Win-win-Situation für alle am Projekt Beteiligten. In der Zukunft werden wir zusammen mit der Stadt und privaten Akteuren ein besonderes Augenmerk auf die städtebauliche Entwicklung legen, um das Wachstum der Stadt qualitativ zu steuern und nachhaltig zu gestalten. Alles, was wir heute tun, wird in zehn oder fünfzig Jahren noch Wirkung entfalten. Dieser Verantwortung wollen wir gerecht werden.



Ansprechend saniert präsentiert sich das Wohngebäude in Ludwigsfelde West I an der Salvador-Allende-Straße



Die neue Innenhofgestaltung lädt zu Begegnung, Spiel und Entspannung ein: Clara-Zetkin-Straße/Salvador-Allende-Straße



KONTAKTDATEN

Wohnungsgesellschaft Ludwigsfelde
mbH „Märkische Heimat“
Potsdamer Straße 35-43
14974 Ludwigsfelde
Deutschland
☎ +49 3378 86290
☎ +49 3378 862928
✉ info@maerkische-heimat.de
www.maerkische-heimat.de

Energie speichern und unabhängig werden

Die Möglichkeit, regenerative Energie zu speichern, eröffnete auf dem Energiesektor zahlreiche neue Möglichkeiten. Die INTILION GmbH ist in der DACH-Region führend im Bereich der Energiespeicherlösungen für stationäre Anwendungen. Manuel Schmidt, Geschäftsfeldleiter für stationäre Energiespeicher, erklärt im Gespräch mit Wirtschaftsforum, warum und in welchen Fällen diese Lösungen sinnvoll sind.

Wirtschaftsforum: Herr Schmidt, INTILION ist in einem noch recht jungen Segment unterwegs. Seit wann existiert das Unternehmen?

Manuel Schmidt: INTILION wurde 2019 als Tochter der Akkumulatorenwerke HOPPECKE gegründet. Diese war bereits im Bereich der Nickel- und Kadmium-Bleibatterien aktiv. 2011 hat man sich entschieden, in den Bereich Lithiumionen-Energiespeicher einzusteigen und gründete eine

entsprechende Business-Unit, aus der 2019 INTILION als eigenständiges Unternehmen wurde.

Wirtschaftsforum: Wie ist das Unternehmen aufgestellt?

Manuel Schmidt: Wir haben einen Sitz in Paderborn und einen in Zwickau mit Produktion, wo wir das Produkt scalebloc herstellen. Für unsere weiteren Produkte kaufen wir die Module extern zu und bauen sie zu einer Lösung

zusammen. An beiden Standorten beschäftigen wir 140 Mitarbeiter.

Wirtschaftsforum: Welche Leistungen bietet INTILION an?

Manuel Schmidt: Im Bereich der Energiespeicherlösungen bieten wir stationäre Lösungen, die zu meinem Aufgabengebiet gehören. Unsere Produkte sind auf die gewerbliche Anwendung ausgerichtet und verfügen über ein Brandschutzkonzept. Neben dem

reinen Speichersystem bieten wir auch Algorithmen zur Steuerbarkeit und intelligenten Integration in das Energiesystem. Ein wichtiger Teil unserer Aufgaben ist das Testen der Produkte. Die Module werden bereits am Produktionsstandort in Asien getestet und dann ein weiteres Mal bei uns in Deutschland. Wir bieten drei Produktfamilien: Das Indoorsystem scalestac kann von 25 kVA auf bis zu 400 kVA erweitert werden und ist sehr preisaggressiv. Bei dem

Interview mit



Manuel Schmidt,
Geschäftsfeldleiter
stationäre
Energiespeichersysteme
der INTILION GmbH





Die Energiespeicherlösungen von INTILION werden unter anderem zur Eigenverbrauchsoptimierung eingesetzt

INTILION bietet schlüsselfertige Lösungen und einen Aftersales-Service

Outdoorsystem scalebloc handelt es sich um größere Schränke, die von 73 kWh auf 700 kWh ausgebaut werden können. scalecube heißen unsere Großspeicher-Container, die grenzenlos auf mehrere MWh skaliert werden können.

Wirtschaftsforum: Warum sollten sich Unternehmen für Ihre Energiespeicherlösungen entscheiden?

Manuel Schmidt: Dafür gibt es viele gute Gründe. Wenn eine Vereinbarung für eine PV-Anlage ausgelaufen ist und das Vergütungsschema nicht mehr greift, soll die Anlage weiter für den Eigenverbrauch genutzt werden. Dieser wird durch unsere Speicher optimiert. Das ist vor allem für Landwirte und Unternehmen interessant. Unsere Produkte

können auch im Ersatzstrombereich eingesetzt werden – nicht in kritischen Bereichen wie Krankenhäusern, aber zum Beispiel beim Bauern. Er ist dann abgesichert, wenn das Netz zusammenbricht. Ein weiterer Grund ist das Peak Shaving. In Hochzeiten des Verbrauchs wird der Strom für ein Unternehmen besonders teuer. Durch unsere Speicher werden die Lastspitzen gekappt und die Last geglättet. Das betrifft beispielsweise auch Autohäuser, da sie heute Schnellladefunktionen anbieten müssen, die sehr schnell das Peak erreichen. Darüber hinaus spielen unsere Speicherlösungen eine Rolle im Bereich der Netzerweiterung. Denn wenn die Infrastruktur dafür nicht bereits besteht, kann unsere Lösung deutlich einfacher und effizienter sein.

Wirtschaftsforum: Sie bewegen sich in einer hochaktuellen Branche. Wie sehen Sie die weitere Entwicklung?

Manuel Schmidt: Die Politiker haben gemerkt, dass eine Abhängigkeit im Energiesektor gefährlich werden kann. Im Bereich der Digitalisierung sind wir zudem sensibel geworden, was mögliche Angriffe angeht. Um eine Unabhängigkeit zu erreichen, wird mehr Flexibilität im Bereich der Batteriespeicher angestrebt. Diese veränderte Wahrnehmung in Gesellschaft und Politik ist für uns ein Treiber. Doch auch wir sind von Lieferkettenproblemen und Preiserhöhungen betroffen. Unsere Lager sind heute voller, damit wir Lieferfähigkeit garantieren können. Trotzdem haben sich die Lieferzeiten teilweise verlängert.

Wirtschaftsforum: Welche Pläne haben Sie für INTILION für die Zukunft?

Manuel Schmidt: Wir wollen weiter wachsen, unsere Marktführerschaft ausbauen und unsere Präsenz verdoppeln. Dazu benötigen wir neue Mitarbeiter. Derzeit haben wir 30 bis 40 offene Stellen. Aktuell sind wir schwerpunktmäßig in der DACH-Region aktiv, gehen aber jetzt aggressiv auch in die Märkte in Großbritannien, Spanien, Portugal und Italien.



INTILION

KONTAKTDATEN

INTILION GmbH
Wollmarktstraße 115 c
33098 Paderborn
Deutschland
☎ +49 5251 69320
📠 +49 5251 6932299
contact@intilion.com
www.intilion.com

Großspeicher-Container





Alles für das Tierwohl: Im Tiergesundheitszentrum Grußendorf wird dem Tier mit Fachwissen und vielfältigen Therapie-möglichkeiten geholfen



TIERGESUNDHEITZENTRUM
Grußendorf



KONTAKTDATEN

Tiergesundheitszentrum Grußendorf
Wiechmanns Ecke 1
49565 Bramsche
Deutschland
☎ +49 5461 94100
✉ +49 5461 941011
info@tiergesundheitszentrum.com
www.tiergesundheitszentrum.com



Interview mit



*Dr. Jens Fischer,
Geschäftsführer des
Tiergesundheitszentrum
Grußendorf*

„Dem Tier Lebensqualität und Lebenszeit schenken“

Im Tiergesundheitszentrum Grußendorf in Bramsche stehen Gesundheit und das Wohl des Tieres im Vordergrund. Geschäftsführer Dr. Jens Fischer sprach mit Wirtschaftsforum darüber, wie hier mit modernster Tiermedizin Hund, Katze, Maus und Co. geholfen werden kann, warum das Zentrum auch Anlaufstelle für ausländische Kunden ist und warum sich neben dem Tier auch vieles um den Menschen dreht.

Wirtschaftsforum: Herr Dr. Fischer, seit wann gibt es das Tiergesundheitszentrum Grußendorf?

Dr. Jens Fischer: Im Tiergesundheitszentrum Grußendorf werden die Tiere bereits seit drei Generationen gut versorgt. Dr. Helmut Grußendorf hat die Praxis 1931 gegründet und an seinen Sohn Dr. Heinrich Grußendorf übergeben. Vor zwölf Jahren übernahmen

Dres. Carsten und Esther Grußendorf die Praxis und haben das Unternehmen in dieser Zeit von 18 auf 100 Mitarbeiter erweitert. Ich bin seit November 2021 Geschäftsführer und stolz, diese Entwicklung fortsetzen zu dürfen.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Kunden?

Dr. Jens Fischer: Zum einen kommen Tierhalter mit ihren Tieren zu

uns. Zum anderen bedienen wir den Zuweisermarkt, also Patienten, die von anderen Tierärzten zu uns überwiesen werden. Zu uns kommen auch Kunden aus den Beneluxstaaten und der Schweiz, insbesondere im Bereich der Onkologie. Dafür habe ich, noch in meiner Tätigkeit für Siemens, ein spezielles Gerät installiert, mit dem man den Tumor im Zellkern bestrahlen und damit abtöten kann.

Wirtschaftsforum: Mit welchem beruflichen Hintergrund sind Sie ins Unternehmen gekommen?

Dr. Jens Fischer: Ich habe Physik studiert und im Bereich Life Sciences in der medizinischen Grundlagenforschung promoviert. Danach war ich bei Medizintechnik-Konzernen in verschiedenen Positionen bis zum Geschäftsführer. Bei Siemens habe ich unter anderem in den USA Lösungen für



Modernste medizinische Ausstattung verbessert die Diagnose- und Behandlungsmöglichkeiten

Obama Care entwickelt. In meinen Positionen im Top-Mm Antrieb, das Gesundheitswesen nach vorn zu bringen. Heute liegt mein Fokus auch darauf, Berufs- und Privatleben in Einklang zu bringen und Zeit für meine Kinder zu haben. Das war ein Grund, in meine Heimat Bramsche zurückzukehren. Der andere war, dass mich die Aufgabe, hier ein dynamisch wachsendes Unternehmen, das auf der Schwelle zum Großunternehmen steht, zu übernehmen, gereizt hat.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet diese Unternehmensentwicklung für Ihre Tätigkeit als Geschäftsführer?

Dr. Jens Fischer: Wir befinden uns in einem Veränderungsprozess, der eine ganzheitliche Veränderung im Sinne eines Change Managements erfordert. In unserer Größenordnung muss man als Geschäftsführer viel delegieren. Und es ist wichtig, den Mitarbeitern die Potenziale des eigenen Wachstums aufzuzeigen. Ihre Reflexion auf den Arbeitsplatz ist ganz wesentlich. Sowohl

die Arbeitsplatzbeschreibung als auch das Wertesystem spielen hier eine Rolle. Daran muss ein leistungsorientiertes Vergütungssystem geknüpft sein und ein System der Personalentwicklung implementiert werden. So erreichen wir im Unternehmen eine Leistungskultur. Das Ganze geht mit einer Veränderung der Unternehmenskultur einher.

Wirtschaftsforum: Welche Werte sind in Ihrer Unternehmenskultur wichtig?

Dr. Jens Fischer: Uns geht es immer um das Tierwohl. Die patientenzentrierte Sicht ist deshalb ein extrem wichtiger Wert. Alle Fälle werden bei uns unter den Ärzten besprochen. So wird von der Behandlung über die Operation bis zur Physiotherapie der gesamte klinische Pfad auf den Patienten bestmöglich abgestimmt.

Wirtschaftsforum: Auf welchen Fachgebieten ist das Tiergesundheitszentrum Grußendorf tätig?

Dr. Jens Fischer: Zu unserem medizinischen Spektrum gehö-



Nicht immer geht es ohne Operation. Auch hier wird das Tier mit der jeweils schonendsten Methode behandelt

ren Kardiologie, Onkologie und Chirurgie. Hier wurde viel Geld in einen hochmodernen Gerätepark investiert. Im Bereich Onkologie haben wir ein Therapiezentrum für Chemo- und Strahlentherapie. Die Verwendung eines Linearbeschleunigers ermöglicht eine schnellere und langanhaltendere Heilung. In der Chirurgie behandeln wir Trauma- und Unfallpatienten mit High-End-Medizin.

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

Dr. Jens Fischer: Ein Grund ist, dass sich Esther und Carsten Grußendorf Disziplinen angeeignet haben, die für die Entwicklung des Unternehmens extrem wichtig waren, und viel Expertenwissen eingebracht haben. Wir haben eine gute Außenreputation. Menschen kommen mit ihren Tieren, weil ihnen gesagt wird, dass wir ihnen helfen können. Unsere Qualität beruht auf unserem renommierten wissenschaftlichen Standard sowie hochwertiger Ausstattung. Die Patienten werden mit Therapieformen behandelt, die für sie so

schonend wie möglich sind. Unser Ziel ist, dem Tier Lebensqualität und Lebenszeit zu schenken.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihre ganz persönliche Motivation?

Dr. Jens Fischer: Ich mag es, mit Menschen zu arbeiten und sie zu entwickeln. Vielen im Job unglücklichen Menschen eröffnet das neue Perspektiven. Menschen suchen eine Heimat, und wir sind hier ein Stück Heimat für sie.



Zur Behandlung stehen Veterinäre verschiedener Fachrichtungen zur Verfügung



Die gute Reputation führt auch Kunden aus dem Ausland nach Bramsche

„Fachkräftemangel durch gezielte Migration lösen“

Interview mit
Oliver Knauf,
Geschäftsführer
der omeras GmbH

Schon vor Jahrtausenden wurde Emaille als Werkstoff entdeckt. Seit 184 Jahren beschäftigt sich die omeras GmbH mit Oberflächen- und Metallbearbeitung und setzt seit mehr als 25 Jahren Emaille auch im Fassadenbau ein. Damit ist sie international erfolgreich. Geschäftsführer Oliver Knauf erklärt im Gespräch mit Wirtschaftsforum, wie vielfältig der Werkstoff Emaille ist und wo emaillierte Fassaden sinnvoll sind.



Wirtschaftsforum: Herr Knauf, wann und wie begann die Geschichte von omeras?

Oliver Knauf: Wir haben eine 184-jährige Tradition an unserem Standort. omeras steht für Oberflächen- und Metallverarbeitung in Raschau. Diese Kernkompetenzen prägen das Unternehmen bis heute. Zunächst war omeras im Bereich Haushaltswaren – Töpfe und Pfannen – tätig. 1870 haben wir mit der Emaillierung, also der Glasbeschichtung auf Stahlblech, begonnen und uns zu einem der

größten und bekanntesten Emaillierwerke in Deutschland entwickelt. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde das Unternehmen verstaatlicht. Hauptabsatzmarkt war damals das kommunistische Ausland. Nach der Wende wurde klar, dass das Unternehmen mit Haushaltswaren nicht überleben kann, da es hier zu viel Konkurrenz durch billiger herzustellende Produkte gab. Der Emailletopf galt seinerzeit als nicht zeitgemäß.

Wirtschaftsforum: Das war ein Wendepunkt in der Unternehmensgeschichte?

Oliver Knauf: Richtig. Man beschloss, vom bedruckten Topf auf das bedruckte Bahnhofschild umzusteigen. Das war auch der Schritt in die Architekturemaillierung, die heute unser Geschäft bestimmt. Diese ermöglicht, das Beste aus zwei Welten zu kombinieren: Das Stahlblech ist frei form- und gestaltbar und sehr haltbar, die Glasbeschichtung macht die Fassade extrem

kratz- und witterungsfest und bietet Schutz vor Graffiti. Das ist sehr vorteilhaft in Bereichen mit viel Publikumsverkehr und hoher Belastung wie U-Bahnschächten oder an Rolltreppen. Die Fassaden können außerdem sehr individuell gestaltet werden. Seit wir 1996 in das Fassadengeschäft eingestiegen sind, ist unser Hauptabsatzgebiet das Ausland. Unsere Exportquote liegt bei 75% und wir sind in 46 Ländern auf allen Kontinenten mit Projekten vertreten, vor allem in den Metropolregionen.

Emaillierte Silobehälter





Emailliertes Schild am Münchner Hauptbahnhof



Seit 2005 baut omeras Großspeicherbehälter



Emailliarbeit aus dem Erzgebirge: das Dach einer Moschee in Malaysia

omeras

KONTAKTDATEN

omeras GmbH
Am Emaillierwerk 1
08315 Lauter-Bernsbach
Deutschland

+49 3771 56740

+49 3771 567440

info@omeras.de

www.omeras.de

Wirtschaftsforum: Ist das heute Ihr alleiniges Geschäft?

Oliver Knauf: Nein, um durch das Projektgeschäft entstehende Schwankungen in der Produktion auszugleichen, haben wir 2005 begonnen, Großspeicherbehälter wie Futtersilos, Biogasanlagen oder Trinkwasserspeicher zu bauen und eine Tochterfirma für deren Vertrieb gegründet. Dieser Bereich macht bis zu 40% unserer Gesamtleistung aus. Seit 2014/2015 sind wir außerdem im Gesamtfassadenbau unterwegs, bauen also auch Fassaden aus Edelstahl, Aluminium oder Glas, sofern dabei Metallverarbeitung und Beschichtung im Vordergrund stehen. Wir sind dort tätig, wo Handwerk sowie Qualität und Flexibilität gefordert sind. Unsere Wertschöpfungstiefe liegt bei über 80%.

Wirtschaftsforum: Welche Themen bewegen Sie aktuell am meisten?

Oliver Knauf: Wie fast alle Mittelständler beschäftigen uns derzeit

die Energiethematik, der Materialmarkt – Beschaffungsprobleme und extrem hohe Rohstoffpreise – und der Fachkräftemangel. Wir sind ein inhabergeführter Familienbetrieb mit 160 Mitarbeitern und sehr teamorientiert mit einer Kultur der offenen Türen. Wir suchen immer inländische und ausländische Fachkräfte, die unser flexibles, loyales und sehr veränderungsfähiges Team unterstützen. Unser Ziel ist eine Ausbildungsquote von 10%. Historisch bedingt fehlt bei uns die mittlere Altersstruktur, die Menschen, die nach der Wende abgewandert sind. Dieses Problem ist nur durch gezielte Migration lösbar. Hier muss in Deutschland im internationalen Marketing mehr getan werden, die Zuwanderungshemmnisse und Bürokratie müssen abgebaut werden. Das Problem können wir allein mit humanitärer Hilfe für Flüchtlinge, die natürlich auch wichtig ist, nicht lösen. Man muss auch gezielt auf Menschen zugehen, die Veränderungen wünschen.



Wirtschaftsforum: Mit welchem Gefühl blicken Sie in die Zukunft?

Oliver Knauf: Wir sind in den vergangenen Jahren linear gewachsen, um 6 bis 10%. 2020 war unser bestes Jahr. Für dieses Jahr streben wir einen Umsatz von 20 Millionen EUR an. Wir schauen positiv in die Zukunft und sehen gerade im Hinblick auf die Nachhaltigkeit gute Perspektiven. Nach zehn Jahren sind emaillierte Fassaden gegenüber denen aus anderen Wertstoffen im Vorteil, denn sie halten quasi lebenslang.

Wirtschaftsforum: Welche Visionen haben Sie für omeras?

Oliver Knauf: Wir wollen international Qualitätsführer im Silotank-

bau sein. Im Bereich Architektur möchten wir die flexible Alles-aus-einer-Hand-Lösung bieten.

Wirtschaftsforum: Verraten Sie uns abschließend, was Ihre persönliche Motivation für Ihre Arbeit ist?

Oliver Knauf: Ich wollte immer gestalten und etwas Sinnvolles machen. Dafür trage ich auch gern das Risiko und die Verantwortung des Unternehmers. Unzufrieden zu sein und zu meckern ist nicht mein Ding. Ich packe die Dinge lieber an. Wenn dazu dann der wirtschaftliche Erfolg kommt, ist das für mich sehr motivierend.

„Wir setzen seit 20 Jahren auf Automatisierung“

Angefangen hat Günter Peters' Maschinenbauunternehmen als Einmannbetrieb in einer angemieteten Werkshalle. Heute beschäftigt es über 200 Mitarbeiter und hat gerade in der Pandemie durch seine beständige Lieferfähigkeit seine Schlagkraft erneut unter Beweis gestellt. Im Interview mit Wirtschaftsforum sprach der Gründer und Geschäftsführer über diese spannende Unternehmensgeschichte.

Interview mit



*Günter Peters,
Geschäftsführer
der Peters Maschinenbau
GmbH & Co. KG*



Schweißroboter in der Werkshalle der Peters Maschinenbau GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Peters, bald feiert Peters Maschinenbau sein 20-jähriges Bestehen. Wie sahen die Anfänge Ihres Unternehmens aus?

Günter Peters: Mit Sicherheit weitaus bescheidener als heute: Mittlerweile beschäftigen wir über 200 Mitarbeiter und erwirtschaften einen Jahresumsatz in Höhe von circa 40 Millionen EUR. Angefangen habe ich damals ganz alleine, in einer gemieteten Werkshalle, die aufgrund stetig umfangreicher werdender Aufträge bald zu klein wurde.

Wirtschaftsforum: Als Einzelperson ein Industrieunternehmen zu gründen – dazu gehört sicherlich viel Mut und Einsatzbereitschaft.

Günter Peters: Nicht zu vergessen Zuversicht! Aber natürlich hat die Anfangsphase viel Kraft und Energie gebunden. Damals hatte ich eine Siebentagewoche, und kaum einer dieser Arbeitstage hatte weniger als zwölf Stunden.

Wirtschaftsforum: In welchem Kontext fiel Ihr Entschluss zur Selbstständigkeit?

Günter Peters: Ich bin gelernter Maschinenschlosser und hatte schon damals erfolgreich eine Meister- und Techniker Ausbildung abgeschlossen. Durch meine langjährige Berufslaufbahn mit vielen unterschiedlichen Stationen als Betriebs- und Projektleiter konnte ich zudem aus einem großen Erfahrungsschatz schöpfen und kannte mich von den handwerklichen Tätigkeiten in der Werkstatt bis hin zu sämtlichen administrativen Abläufen in Verwaltung und Vertrieb bestens aus. Irgendwann habe ich dann den Schritt in die Selbstständigkeit

gewagt und einen Kredit aufgenommen, um mir eine Grundausstattung an Maschinen zu kaufen. Glücklicherweise bestand direkt bei meiner Geschäftsaufnahme bereits eine gewisse Grundauslastung an Aufträgen, sodass ich bereits im ersten Sommer meiner Tätigkeit als Unternehmer meinen ersten Mitarbeiter einstellen konnte. Im Durchschnitt folgte bis heute jeden Monat ein weiterer – und perspektivisch wollen wir natürlich weiter wachsen.



KONTAKTDATEN

Peters Maschinenbau GmbH & Co. KG
 Max-Planck-Straße 13
 49767 Twist
 Deutschland
 ☎ +49 5936 918910
 📧 +49 5936 9189120
 info@maschinenbau-peters.de
 www.maschinenbau-peters.de

Wirtschaftsforum: Welcher Schritt erforderte den größten Mut?

Günter Peters: Durch die stetig wachsenden Aufträge wurde es in meiner anfänglich angemieteten Werkshalle rasch zu eng. Also begann ich, mich in der Region nach einer Alternative umzusehen – doch leider fand ich einfach kein anderes Mietobjekt, das über eine ausreichend dimensionierte Krananlage verfügte, die bei den schweren Objekten, die wir in unserem Betrieb bearbeiten, unerlässlich ist. Schließlich blieb mir nichts anderes übrig, als einen Kredit über einen sechsstelligen Betrag aufzunehmen, um eine eigene Werkshalle zu errichten. Diesen Schritt empfinde ich bis heute als den schwierigsten in meiner Biografie als Unternehmer.

Wirtschaftsforum: Es heißt, man wachse mit seinen Aufgaben.

Günter Peters: Das kann ich bestätigen. Heute tätige ich mit viel ruhigerem Gewissen Milli-

oneninvestitionen. Das starke Wachstum, das ich in den letzten zwei Jahrzehnten erleben durfte, gibt mir gleichsam die dafür nötige Bestätigung und Zuversicht: Heute beschäftigt Peters Maschinenbau mehr als 200 Mitarbeiter – und aus der kleinen angemieteten Werkshalle mit 300 m² sind inzwischen über 12.000 m² Fertigungsfläche geworden. Einer meiner Weggefährten hat mir einmal gesagt: „Was du geschafft hast, das schaffen andere in drei Generationen nicht.“ Das macht schon ein bisschen stolz.

Wirtschaftsforum: Ihr Leistungsspektrum hat sich dagegen seit den ersten Jahren nicht wesentlich verändert.

Günter Peters: Die Leistung, die wir anbieten, das Kanten von Blechzuschnitten bis hin zu komplexen Schweißbaugruppen, vornehmlich in großer Stückzahl, ist im Kern dieselbe geblieben, samt den Anwendungsgebieten, in denen die von uns hergestellten Produkte schließlich eingesetzt

werden: So schweißen wir etwa komplette Rahmen für Pkw-Anhänger oder Metallschweißbaugruppen für landwirtschaftliche Maschinen oder bestimmte Komponenten für die Umwelttechnik. Die technischen Abläufe und Verfahrensweisen bei der Fertigung dieser Bauteile haben sich jedoch schon deutlich verändert – und auch hier ist Peters Maschinenbau immer einer der Vorreiter der Branche gewesen.

Wirtschaftsforum: Auf welche technologischen Innovationen setzen Sie besonders stark?

Günter Peters: Schon 2006 haben wir in den ersten Schweißroboter investiert, weil wir uns für die Aufträge mit der attraktivsten Preisspanne fit machen wollten. Wir haben also schon in unseren Anfangsjahren die Zeichen der Zeit völlig richtig erkannt. Heute sind in unserem Unternehmen insgesamt elf Schweißroboter im Einsatz, vier weitere sind bereits bestellt. Der nächste Schritt an dieser Stelle wird die Möglichkeit

zur Offline-Programmierung dieser Maschinen sein, sodass der zuständige Mitarbeiter sich nicht mehr physisch zur entsprechenden Anlage begeben muss, sondern direkt von seinem Schreibtisch aus tätig werden kann.

Wirtschaftsforum: Mittlerweile verfügt Ihr Unternehmen auch über ein vollautomatisiertes Hochregallager.

Günter Peters: Um unabhängiger von Zulieferern zu werden, haben wir 2007 die Peters Lasertechnik GmbH gegründet. Als bereits mehrere Lasermaschinen zu unserem Anlagenpark gehörten, haben wir bald in dieses Hochregallager investiert, das die Bleche vollautomatisch zu den Maschinen bringt. Als Nächstes werden wir in weitere Abkantroboter investieren, um unsere Mitarbeiter gerade bei den körperlich schweren Arbeiten zu entlasten. Denn die Zeichen der Zeit stehen immer noch auf Automatisierung.

Hauptsache auffallen

Die Blicke auf sich ziehen, Neugierde wecken, Botschaften vermitteln, Wege kennzeichnen, für Orientierung sorgen – die Werbetechnik hat vielfältige Aufgaben. Damit Ideen kreativ, qualitativ hochwertig und zuverlässig realisiert werden, setzen Unternehmen für ihre werbetechnischen Belange auf kompetente Experten wie die KDH Werbetechnik GmbH aus Wunstorf. Lösungen aus einer Hand haben KDH zu einem gefragten Werbetechnikpartner vieler namhafter Unternehmen gemacht.

Wirtschaftsforum: Herr Bartsch, KDH konzentriert sich seit 25 Jahren auf Full Service-Lösungen im Bereich der Werbetechnik. Um welche Lösungen geht es dabei?

Michael Bartsch: Im Prinzip machen wir alles, was in der Werbetechnikbranche nachgefragt wird. Das können klassische Techniken wie Einzelbuchstaben, Pylone unterschiedlichster Größe, Fernkennzeichnungen, Informations- und Aktivitätentransparente, Dachkonturen oder Preisanzeigen sein, aber auch digitale Lösungen, die mehr und mehr nachgefragt werden. Alle klassischen Elemente können auch digital umgesetzt werden.

Wirtschaftsforum: Hat sich auch die KDH selbst mit den Produkten weiterentwickelt?

Michael Bartsch: Die KDH Werbetechnik wurde vor 25 Jahren als kleines Montageunternehmen

gegründet. Nach und nach übernahm der Gründer Klaus Dieter Hüge kleine Unternehmen aus der Werbetechnikbranche, oft aus Insolvenzmassen. Aus drei Unternehmen entstand schließlich die KDH in ihrer jetzigen Form. Heute haben wir 67 Mitarbeiter und konnten seit 2016 unseren Umsatz verdoppeln, was uns stolz macht. Hinter dem Wachstum steckt viel Engagement. Wir haben laufend an Produkten weitergearbeitet, die Digitalisierung vorangetrieben und uns intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt. Qualität spielte dabei immer eine zentrale Rolle. Um kontinuierliche Qualität sicherzustellen, haben wir verschiedene Zertifizierungen, unter anderem im Gesundheits- und Sicherheitsmanagement.

Wirtschaftsforum: Gab es auf der Produktseite weitreichende Veränderungen?

Michael Bartsch: Unser Portfolio überzeugt seit jeher durch Vielfalt und Qualität. Zum Teil sind Produkte inzwischen so groß, dass Tieflader und Kräne zum Einsatz kommen müssen. Spuren haben natürlich digitale Techniken hinterlassen. Seit etwa fünf Jahren bieten wir neben klassischen Techniken auch digitale Lösungen in allen Größen und Facetten an. Ein zentrales Thema ist Digital Signage, digitale Werbeelemente für den Außenbereich. Das Besondere ist hier, dass man keine statischen Flächen mehr hat, sondern digitale Flächen, welche statische sowie bewegte Bilder zeigen und auf denen die Inhalte jederzeit auf Knopfdruck verändert werden können. Hierdurch ergeben sich weitere spannende Möglichkeiten in der Außenwerbung. Plakatkleben gehört damit endgültig der Vergangenheit an. Wir sind heute technisch so gut aufgestellt, dass wir von der Fertigung bis zur Montage wirklich alles aus einer Hand liefern und uns von 0 bis 100 kümmern.

Interview mit



Michael Bartsch,
Geschäftsführer
der KDH Werbetechnik GmbH

KONTAKTDATEN

KDH Werbetechnik GmbH
Albert-Einstein-Straße 26
31515 Wunstorf
Deutschland
☎ +49 5031 96060
✉ +49 5031 960666
info@kdh-werbetechnik.de
www.kdh-werbetechnik.de



Beim Einfahrtportal des Schaumwerk Hilleshem kommt das Digital Signage zum Einsatz. Einfach auf Knopfdruck aktuelle Angebote einblenden

KDH in Wunstorf – ausreichend Platz, um Kunden alles aus einer Hand zu bieten

Wirtschaftsforum: Gibt es für Sie weitere Merkmale, die KDH vom Markt absetzen?

Michael Bartsch: Neben den Produkten, über die wir bereits gesprochen haben, ist für mich das Projektmanagement von zentraler Bedeutung. Unsere Kunden haben für das gesamte Projekt einen Ansprechpartner an ihrer Seite, der ihre Interessen und Belange im Unternehmen vertritt. Das Engagement und die Identifikation gehen manchmal so weit, dass man sich fragt, für wen sie eigentlich arbeiten. Kunden schätzen diese Philosophie sehr. Zudem sind wir auch als Generalunternehmen tätig, das heißt, wir übernehmen den kompletten Installationsauftrag und kümmern uns auch um andere Gewerke. Am Ende stellen wir eine Rechnung für den Kunden.

Wirtschaftsforum: Sie sprachen bereits das Thema Nachhaltigkeit an. Wie wird Nachhaltigkeit bei KDH gelebt?

Michael Bartsch: Das Thema kommt tatsächlich verstärkt auf, auf Kundenseite, aber auch unternehmensintern. Bereits vor vier Jahren haben wir unsere gesamte Fahrzeugflotte komplett erneuert. Das geschah aus Eigeninitiative, nicht, weil es vorgeschrieben war. Wir sahen uns in der Pflicht, aktiv zu werden. Auf dem Dach wurde eine Photovoltaikanlage installiert, die in Zukunft, so hoffen wir, 100% unseres Strombedarfs abdecken wird. Ein anderes Thema ist das Recycling. Wenn Anlagen abgebaut werden, wird alles recycelt,

Wertstoffe werden getrennt und sauber entsorgt. Momentan arbeiten wir an der ISO 14001-Zertifizierung für unser Umweltmanagement.

Wirtschaftsforum: Was charakterisiert die Unternehmenskultur neben der kontinuierlichen Weiterentwicklung?

Michael Bartsch: Jedes Unternehmen ist die Summe der Mitarbeiter. Wir haben eine 25-jährige Historie, sind auf der anderen Seite wie ein junges, dynamisches Start-up unterwegs. Mitarbeiter finden bei KDH eine offene Kultur vor, die von gegenseitigem Respekt und Wertschätzung geprägt ist. Hier sind alle per Du, wir haben eine Open Door Policy, das heißt, die Türen der Geschäftsführung stehen für jeden offen. Um ein möglichst angenehmes Arbeitsumfeld zu schaffen und unsere Wertschätzung zu zeigen, gibt es zum Beispiel flexible Arbeitszeiten, Leasingprogramme für Fahrräder und IT-Equipment und ein breites Getränkeangebot.

Wirtschaftsforum: Mit Corona und dem Krieg in der Ukraine erleben wir momentan unsichere Zeiten. Wie sehen Sie vor diesem Hintergrund die Zukunft des Unternehmens?

Michael Bartsch: Krisen hat es immer gegeben; trotzdem ist es wichtig, nach vorn zu schauen. Seit der Übernahme hat sich KDH sehr positiv entwickelt. Unser Ziel ist es, auf einer vernünftigen, soliden Basis weiter zu wachsen, allerdings nicht um jeden Preis.



Dachkonturen – bewährte Klassiker der Werbetechnik



Auch die Gestaltung von Ladesäulen muss wohlüberlegt sein



Dach-Attika für Total – eine Außenwerbung, an der niemand vorbeisehen kann



Einzelbuchstaben, die die Blicke auf sich ziehen



Wenn es hoch hinaus geht, kommen Kräne zum Einsatz



Einmal ums Eck gedacht – Schriftzug am Komatsu-Gebäude

Der Hauptsitz der J&S GmbH Automotive Technology in Wustermark



Das neue Werk in Jintan, China, wird in diesem Jahr mit der Produktion beginnen

Zukunft gestalten und umlenken: eine sichere Sache

Im Automobilbau gilt 'safety first'. Denn die Insassen sollen später mit ihrem Fahrzeug sicher ans Ziel kommen. Die J&S GmbH Automotive Technology mit Hauptsitz in Wustermark ist als Partner der Automobilindustrie spezialisiert auf Sicherheitsbauteile und Abschirmungen. Der CEO Oliver Lang berichtet im Gespräch mit Wirtschaftsforum, warum das Unternehmen Dinge möglich macht, die andere nicht können. Zum Marktführer wurde das Unternehmen mit einem kleinen, aber bedeutsamen Bauteil, das jeder, der ins Auto steigt, benutzt.

Wirtschaftsforum: Herr Lang, was können Sie uns zur Entstehungsgeschichte von J&S Automotive Technology erzählen?

Oliver Lang: Das Unternehmen wurde Anfang der 1990er-Jahre als Werkzeugbau gegründet und

ist dann auf die Herstellung von Gurtsicherheitsystemen umgestiegen. Hier sind wir inzwischen europäischer Marktführer; wir produzieren etwa 40 Millionen Stück pro Jahr. Unsere zweite große Produktgruppe betrifft den Bereich Abschirmungen, insbeson-

dere des Motorenbereichs, wobei es um thermische, aber auch um Geräuschabschirmungen geht. Ein neues Gebiet ist jetzt die Abschirmung der Elektronik in E-Fahrzeugen. 2000 sind wir in Wustermark, westlich von Berlin, mit einem neuen Werk gestartet.

Interview mit



*Oliver Lang,
CEO
der J&S Holding GmbH*

Vor fünf Jahren haben wir hier unsere Produktionsfläche verdoppelt. Wir sind sukzessive gewachsen und haben viele Automobil-Premiumhersteller als Kunden gewonnen. Mit ihnen arbeiten wir seit vielen Jahren vertrauensvoll zusammen. Uns zeichnet aus,

dass wir immer ein offenes Ohr für den Kunden haben. Auf diese Weise ist es auch zur Entwicklung der Ganzmetallumlenker gekommen.

Wirtschaftsforum: Wie war das genau?

Oliver Lang: Gemeinsam mit einem Kunden haben wir damals überlegt, wie sie kostengünstig herzustellen sind. Durch unsere Erfahrung im Werkzeugbau waren wir in der Lage, aus einem einfachen Blechteil über ein 20-stufiges Werkzeug einen Umformprozess zu entwickeln, der prozesssicher extrem hohe Stückzahlen ermöglicht. Zum Fertigungsablauf gehören noch viele nachfolgende Prozesse wie Teflonbeschichtungen und Kunststoffumspritzung. Als Multimateriallieferant arbeiten wir auch mit Stahl-Kunststoff-Kombinationen oder im Abschirmbereich mit Alu und verwenden viele unterschiedliche Technologien.

Wirtschaftsforum: Wie ist das Unternehmen heute aufgestellt?

Oliver Lang: Die J&S Automotive Technology ist Teil der J&S Gruppe mit einer Holding an der Spitze. Neben Wustermark betreiben wir ein Beschichtungs- und Montagewerk in Neuruppin. In Breitenbrunn haben wir einen Standort für Werkzeugbau. Von Deutschland aus versorgen wir Premium-OEMs und Tier-1-Zulieferer in Europa und Nordamerika. In den USA befindet sich auch ein Lager für den amerikanischen und mexikanischen Markt. Vor



In der Produktion in Wustermark werden Ganzmetallumlenker für Sicherheitsgurte, weitere Sicherheitsbauteile fürs Auto sowie Abschirmbleche hergestellt

zwei Jahren haben wir ein Werk in China eröffnet, um noch stärker in den asiatischen, insbesondere chinesischen Markt als stärksten Automobilmarkt hineinzuwachsen. Wir liefern bereits nach China, aber wir müssen in die Nähe unserer Kunden, um Transportwege zu verkürzen und mit Personal und Expertise vor Ort zu sein.

Wirtschaftsforum: Können Sie uns ein paar Zahlen zur Entwicklung des Unternehmens nennen?

Oliver Lang: Weltweit beschäftigen wir rund 500 Mitarbeiter. Die Mitarbeiterzahl wird über unser Werk in China deutlich steigen. Unser Jahresumsatz ist stark wachsend und liegt derzeit zwischen 60 und 70 Millionen EUR. Uns ist es wichtig, profitabel zu wachsen. Wir investieren kontinuierlich in neue Produkte, Prozesse und Fertigungstechnologien.

Wirtschaftsforum: Welche Themen sind Ihnen persönlich wichtig?



Mit komplexen Teilen sorgt J&S für Sicherheit im Fahrzeug



KONTAKTDATEN

J&S GmbH Automotive Technology
Rostocker Straße 11
14641 Wustermark
Deutschland
☎ +49 33234 9050
✉ +49 33234 90599
jsinfo@jus-automotive.com
www.jus-automotive.com



Oliver Lang: Mein Fokus liegt auf den Kunden und Mitarbeitern. Das Vertrauensverhältnis zu unseren Kunden führt auch dazu, dass sie uns mitnehmen zu den neuen Themen, die der Wandel der Automobilindustrie mit sich bringt. Dies möchte ich in Einklang bringen mit den Mitarbeitern. Sie müssen weiterentwickelt werden, um diese Transformationsprozesse mitgestalten zu können.

Wirtschaftsforum: Welche Entwicklungen werden zukünftig noch wichtig sein?

Oliver Lang: Die Digitalisierung bietet uns neue Chancen, etwa indem wir stärker automatisieren. Auch um damit umgehen zu können, müssen wir die Mitarbeiter entwickeln. Unser neues Werk in China müssen wir pandemiebedingt überwiegend ferngesteuert hochfahren; das ist eine Herausforderung. Daher sehen wir dies als Chance und Herausforderung, andere Wege einzuschlagen.

Nachhaltigkeitschancen in den Supermärkten nutzen

Ein halbes Prozent aller Lebensmittel, die in Deutschland den Endkonsumenten erreichen, wird in Supermärkten verkauft, deren Liegenschaften dem irischen Investmentfonds Greenman Group gehören. Dieser hat sich seit über 15 Jahren auf Einzelhandelsstandorte in Deutschland spezialisiert und sieht in diesen Markt auch weiterhin großes Wachstumspotential. Chief Executive Officer John Wilkinson sprach im Interview über die Herausforderungen der Pandemie und die Chancen der Zukunft.

Wirtschaftsforum: Herr Wilkinson, Ihr Fonds hat sich mit seinem Fokus auf Supermärkte in Deutschland sehr spitz positioniert. War diese starke Konzentration auf den Lebensmitteleinzelhandel in Zeiten von Corona nicht ein Damoklesschwert, als viele Geschäfte stark unter Druck gerieten?

John Wilkinson: Insgesamt waren wir trotz all der Marktverwerfungen in den letzten zwei Jahren in einer sehr privilegierten Situation. Die Geschäfte unserer Mieter blieben nahezu ausnahmslos die

ganze Zeit über geöffnet; in manchen werden zudem nicht nur Lebensmittel, sondern etwa auch Modeartikel verkauft. Insgesamt konnten wir über 90% der uns zustehenden Mietzahlungen auch tatsächlich erhalten. Bei Mietern, die aufgrund dieser besonderen wirtschaftlichen Situation langanhaltende essenzielle Probleme bekamen, fanden wir in gemeinsamen Gesprächen tragbare Lösungen für alle Beteiligten: Auf manche Mietzahlungen konnten wir gänzlich verzichten, andere haben wir bis zu acht Monate lang gestundet.

Wirtschaftsforum: Wo lagen dann die wirklichen Herausforderungen – und wie sieht die aktuelle Marktlage aus?

John Wilkinson: Die Kosten für den eigentlichen Geschäftsbetrieb gingen für die meisten unserer Mieter durch die Decke. Die zahlreichen Hygienemaßnahmen, der enorme zusätzliche Reinigungsaufwand und die gesamte Infrastruktur für die entsprechenden Coronatests haben nicht nur personelle Ressourcen gebunden, sondern waren für die Betreiber auch eine sehr kostspielige An-

Interview mit
John Wilkinson,
CEO
der Greenman Group



gelegenheit. Trotzdem blieb ein Supermarkt auch während der Pandemie ein außerordentlich profitables Geschäft, wovon natürlich auch wir als spezialisierter Immobilienfonds profitieren. Derzeit empfinden wir die Marktstimmung als sehr optimistisch: Viele unserer Partner sind bereit, neue Mietverträge mit langen Laufzeiten von bis zu zehn Jahren einzugehen und verfolgen ambitionierte Pläne zur Erhöhung ihrer Marktanteile. Wir wollen in der nahen Zukunft gemeinsam mit ihnen wachsen, auch über Deutschland hinaus: Gerade Frankreich, Polen und Rumänien sind nicht nur für Aldi, Penny und Kaufland interessante Märkte, sondern natürlich auch für uns.



Die Landwirtschaft der Zukunft: vertikal, nachhaltig, lokal



KONTAKTDATEN

Greenman Am Annatal GmbH
Jägerstraße 59-60
10117 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 5557929
✉ enquiry@greenman.com
www.greenman.com

Wirtschaftsforum: Dabei haben während der Pandemie auch Lebensmittellieferungen an die eigene Haustür einen wahren Boom erlebt. Wie stellt sich die Branche darauf ein?

John Wilkinson: Die Lieferung auf der letzten Meile ist eine große logistische Herausforderung. Jenseits von einigen lokalen Angeboten sehe ich hier jedoch kein verstärktes Engagement von Supermärkten, weil die extremen Kosten das oft nicht rechtfertigen. Auch wenn die Apps von Gorillas und ähnlichen Anbietern mittlerweile millionenfach heruntergeladen wurden, bleibt das in der Gesamtschau doch ein relativ kleines Segment. Ich kann mir eher vorstellen, dass die zahlreichen Click-and-Buy-Modelle, mit denen in der Pandemie experimentiert wurde, durch ihren langfristigeren Beitrag zur Wertschöpfung verstärkt genutzt werden. Das ist dann auch in ländlichen Regionen für die Konsumenten wie für die Supermärkte interessant – weshalb wir auch im ländlichen Raum weiterhin Liegenschaften erwerben.

Wirtschaftsforum: Wie wird die Zukunft des Lebensmitteleinzelhandels aussehen?

John Wilkinson: Ich bin überzeugt, dass die vertikale Landwirtschaft einen tiefgreifenden Einschnitt in die Erzeugung und den Vertrieb von Grundnahrungsmitteln bedeutet. Aus diesem Grund engagiert sich auch unser Fonds im Rahmen unserer 5by25-Strategie in Form des Projekts 'Potager Farm' bei diesem Thema. Wir wollen in der unmittelbaren Nähe unserer Supermärkte entsprechende Angebote betreiben und die dort gezüchteten Obst- und Gemüsesorten direkt an die Kunden vor Ort verkaufen. Dies führt dazu, dass wir in der Lieferkette Schritte eliminieren, die Umwelt und Mensch stark belasten. Auch ein Vertrieb an Hotels und Restaurants wäre möglich. Der große Vorteil dieser Art der Landwirtschaft liegt dabei in ihrer besonderen Nachhaltigkeit und der völligen ökologischen Unbedenklichkeit: Für die Erzeugung der Lebensmittel ist keinerlei Pestizideinsatz erforderlich, wir verbrauchen dort 95% weniger Wasser als in der konventionellen Landwirtschaft und die Energie, die wir vor Ort benötigen, können wir direkt aus den Solarzellen auf dem Dach des Supermarktes beziehen. Nachhaltiger geht es nicht!



WIRTSCHAFTSFORUM.de

Jetzt registrieren...

...Produkte präsentieren!

Wir ändern Perspektiven

Jung, dynamisch und innovativ – diese klassischen Attribute hört man oft, wenn es um die Beratung von Unternehmen geht. Doch bei der OSCAR GmbH sind es mehr als reine Schlagworte, denn die junge Unternehmensberatung mit Sitz in Köln möchte Perspektiven ändern, damit Unternehmen neue Herausforderungen meistern. Das alles basiert auf einem Wissenfundus, den sich OSCAR in den vergangenen 30 Jahren bei über 1.800 erfolgreichen Projekten erarbeitet hat.

Interview mit



*Philipp Ober,
Geschäftsführer
der OSCAR GmbH*

Den unvoreingenommenen Blick und die vorwärts gerichtete Sicht, die nicht immer auf Linie der klassischen Unternehmensberatung liegt – das sind Pfunde, mit denen OSCAR und seine 60 Mitarbeiter wuchern. Angefangen hat alles in einem eher studentischen Umfeld. 1992 ging der Weltkonzern Bayer auf Studierende des Organisationsforums Wirtschaftskongress in Köln zu, auf der Suche nach neuen Lösungen im Personalmarketing. „Das war sozusagen die Geburtsstunde von OSCAR“, so Geschäftsführer Philipp Ober. „Unsere Antworten überzeugten und aufgrund der wachsenden Nachfrage entstand ein eigenes Unternehmen, eine der ersten studentischen Unternehmensberatungen Deutschlands.“ Inzwischen sind es nicht mehr Studenten, sondern junge Hochschulabsolventen, die noch immer einen Perspektivwechsel für Unternehmen anbieten und ihre Kernkompetenz im unvor-



OSCARs junge Entscheider mit hoher Eigenverantwortlichkeit zeigen Unternehmen neue Lösungsansätze

auch mit dem Kunden wird großgeschrieben. „Wir arbeiten eng mit den Mitarbeitern unserer Kunden zusammen, um gemeinsam eine Lösung zu finden. Wir haben dort einen guten Platz und möchten auch weiterhin Perspektivwechsel anbieten“, unterstreicht Philipp Ober. „Mein persönlicher Antrieb liegt bei OSCAR – ich möchte, dass Leute sich bei uns einbringen

und wir zusammen neue Wege finden.“

eingenenen Blick sehen. Und die Nachfrage nach diesem frischen Blick scheint groß, denn inzwischen blickt OSCAR auf 1.800 abgeschlossene Projekte zurück und hat sich einen großen Kundenstamm aufgebaut. „Fast jedes Unternehmen in NRW hat schon mal Kontakt zu uns gehabt. Viele Alumni erinnern sich an unsere Konzepte und sprechen uns an“, sagt Philipp Ober. „Sie sehen unsere dynamische Sichtweise als Garant, um ihrem Unternehmen einen Mehrwert zu bringen. In Kombination mit einem guten Wissensmanagement führt das

zu innovativen Lösungen. Alle unsere bisherigen Projekte sind gelistet und katalogisiert und unsere Mitarbeiter können schnell darauf zurückgreifen.“

Ein gutes Miteinander

Das Thema Nachhaltigkeit wird nicht nur im Unternehmen selbst gelebt – OSCAR ist im dritten Jahr klimaneutral –, sondern wird von immer mehr Kunden auch explizit nachgefragt. Das OSCAR-Team setzt auf eine Befähigung zur Eigenverantwortung, um Projekte erfolgreich umzusetzen. Das Miteinander untereinander, aber



KONTAKTDATEN

OSCAR GmbH
Im Mediapark 2
50670 Köln
Deutschland
☎ +49 221 9215670
✉ +49 221 92156719
info@oscar.de
www.oscar.de

Kontakte

GUST. OVERHOFF GmbH & Co. KG
Flurstraße 1
40822 Mettmann
Deutschland
☎ +49 2104 91910
✉ +49 2104 919161
info@gust-overhoff.de
www.gust-overhoff.de

Theod. Mahr Söhne GmbH
Hüttenstraße 27
52068 Aachen
Deutschland
☎ +49 241 95600
✉ +49 241 9560101
info@mahr-heizung.de
www.mahr-heizung.de

Wohnungsgesellschaft Ludwigsfelde
mbH „Märkische Heimat“
Potsdamer Straße 35-43
14974 Ludwigsfelde
Deutschland
☎ +49 3378 86290
✉ +49 3378 862928
info@maerkische-heimat.de
www.maerkische-heimat.de

INTILION GmbH
Wollmarktstraße 115 c
33098 Paderborn
Deutschland
☎ +49 5251 69320
✉ +49 5251 6932299
contact@intilion.com
www.intilion.com
Tiergesundheitszentrum Grußendorf
Wiechmanns Ecke 1
49565 Bramsche
Deutschland
☎ +49 5461 94100
✉ +49 5461 941011
info@tiergesundheitszentrum.com
www.tiergesundheitszentrum.com

omeras GmbH
Am Emaillierwerk 1
08315 Lauter-Bernsbach
Deutschland
☎ +49 3771 56740
✉ +49 3771 567440
info@omeras.de
www.omeras.de

Peters Maschinenbau GmbH & Co. KG
Max-Planck-Straße 13
49767 Twist
Deutschland
☎ +49 5936 918910
✉ +49 5936 9189120
info@maschinenbau-peters.de
www.maschinenbau-peters.de

KDH Werbetechnik GmbH
Albert-Einstein-Straße 26
31515 Wunstorf
Deutschland
☎ +49 5031 96060
✉ +49 5031 960666
info@kdh-werbetechnik.de
www.kdh-werbetechnik.de

J&S GmbH Automotive Technology
Rostocker Straße 11
14641 Wustermark
Deutschland
☎ +49 33234 9050
✉ +49 33234 90599
jsinfo@jus-automotive.com
www.jus-automotive.com

Greenman Am Annatal GmbH
Jägerstraße 59-60
10117 Berlin
Deutschland
☎ +49 30 5557929
enquiry@greenman.com
www.greenman.com

OSCAR GmbH
Im Mediapark 2
50670 Köln
Deutschland
☎ +49 221 9215670
✉ +49 221 92156719
info@oscar.de
www.oscar.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



NUMMER 1

**Interviews mit
Geschäftsführern und Managern**

Mehrere Tausend persönlich
geführte Interviews pro Jahr.



Jetzt anrufen!

(+49) 5971 92164-0

Wir informieren Sie gerne.

Unternehmensprofil auf Wirtschaftsforum.de anlegen

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

Hier kostenlos registrieren

Wirtschaftsforum - wir nehmen Wirtschaft persönlich.



**Folgen Sie uns
auf Facebook**

[hier klicken](#)

