

Starker Mittelstand



Interview:

„Wir erwecken Ihre digitale Vision zum Leben.“

mit Thomas Breuer, CEO der Devoteam Germany, Seite 04

Porträts:

› **ITandFactory GmbH**, Seite 12

› **Bäckerei & Konditorei Johs. Eggers**, Seite 24



BALDESSARINI

Starker Mittelstand

04



Thomas Breuer, CEO
der Devoteam Germany

06



Mario Baldi, CEO
der Scheer Group

08



Manuel Demes, Kaufmännischer Geschäftsführer
der Sophienklinik GmbH

10



Florian Wortmann, Geschäftsführer und Creative Director
der BALDESSARINI GmbH

12



Ajit Joshi, Managing Director
der ITandFactory GmbH

14



Guido Gizinski, Geschäftsführer
der Staco Deutschland GmbH

16



Dr. Michael Koch, Geschäftsführer
der TPS-Technitube Röhrenwerke GmbH

18



Carsten Knepper, Geschäftsführer
der Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG

20



Erich Schmidt, Geschäftsführer
der JuHa Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG

22



Niklas Arkenberg, Geschäftsführer
der airpool Lüftungs- und
Wärmesysteme GmbH

24



Christoph Eggers, Geschäftsführer und Inhaber
der Bäckerei & Konditorei Johs. Eggers

27

Kontaktdaten



„Wir erwecken Ihre digitale Vision zum Leben.“

Der Begriff 'Digitale Transformation' ist zum geflügelten Wort geworden. Grundsätzlich beschreibt der Begriff einen andauernden Veränderungsprozess durch immer leistungsfähigere digitale Technologien. Für Unternehmen aller Branchen ergibt sich dadurch ein ganzes Portfolio an Herausforderungen. Die Devoteam GmbH steht Unternehmen hier mit Strategien und Lösungen entlang des gesamten Transformationsprozesses zur Seite.

Wirtschaftsforum: Herr Breuer, welche Lösungen und Services können Sie Ihren Kunden rund um die digitale Transformation anbieten?

Thomas Breuer: Die digitale Transformation hat verschiedene Dimensionen. Ein wichtiges Thema ist die tiefe Veränderung, wie Unternehmen untereinander, mit ihren Kunden sowie ihren Mitarbeitern zusammenarbeiten und kommunizieren. Neben einem neuen 'Way of Working' geht es hier auch um Prozessoptimierung und -automatisierung nach innen und außen, cloudbasiert und mit Partnern. In diesem Bereich sind wir besonders stark aufgestellt. Ein weiteres wichtiges Thema

ist die Abwanderung der IT in die Cloud. Auch hier sind wir zu einem gewichtigen Player avanciert und können unsere Kunden bei ihrer Transformation ganzheitlich begleiten. Wir gestalten unser Dienstleistungsangebot mit Partnern, um Kosteneffizienz und Agilität realisieren zu können. Nicht zuletzt ein großer Trend in der digitalen Transformation ist das Thema Cyber Security,

beziehungsweise Trust. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung dieses Themas haben wir in jüngster Vergangenheit einige strategische Zukäufe im europäischen Kontext getätigt. Nicht zuletzt übernehmen wir natürlich auch weiterhin klassisches Application Development in der Anwendungslandschaft des Kunden.



Interview mit



*Thomas Breuer,
CEO
der Devoteam Germany*

Wirtschaftsforum: Welche Zukäufe haben Sie in der jüngsten Vergangenheit gemacht?

Thomas Breuer: Wir sind seit Mitte der 1990er-Jahre am Markt und zunächst organisch gewachsen. In Deutschland sind wir durch einen Zusammenschluss verschiedener Unternehmen entstanden. Eine unserer jüngeren Akquisitionen war 2017. Wir haben die Firma Alegri übernommen, die auf Dienstleistungen rund um Microsoft, Cloud-Themen und Digitalisierung mit Microsoft spezialisiert ist. Inzwischen beschäftigt unsere Gruppe

Nicht zuletzt vor dem Hintergrund des Ukrainekriegs wächst der Bedarf an Cyber Security- und Trust-Lösungen

Auch vor dem Hintergrund des anhaltenden Personalmangels ist Business Automation ein wichtiges Thema



insgesamt rund 9.000 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 900 Millionen EUR. Für 2025 peilen wir eine Umsatzgröße von 1,5 Milliarden EUR an.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich die Pandemie auf Ihren Markt und Ihr Geschäft ausgewirkt?

Thomas Breuer: Wir haben uns schon vor drei Jahren auf das Thema digitale Transformation fokussiert. Das Unternehmen ist ein Tech-Konzern, kein klassisches Beratungshaus. Das heißt, wir arbeiten mit unseren Kunden an ihrer digitalen Transformation, haben aber auch Lösungen und Dienstleistungen wie 'Cloud Managed Services' im Portfolio. Dabei kooperieren wir eng mit großen Partnern wie Microsoft, Amazon oder Google und

ServiceNow. Damit positionieren wir uns deutlich gegenüber Konkurrenten. Wir haben eine ganz klare Invest- und Transformationsstrategie hinterlegt. Dank unseres konsequenten Fokus und unserer starken Partnerschaften war COVID ein Stimulus für unser Geschäft. Viele Firmen haben erkannt, dass sie etwas tun müssen in Bezug auf Mobility, multimediale Werkzeuge oder ihre Arbeitsweisen. COVID hat auch den Kampf um die Mitarbeiter befeuert. Auch hier ist die Digitalisierung ein wichtiger Teil der Lösung des Problems.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Markt und für Ihr Unternehmen?

Die Digitalisierung ist ein wichtiger Treiber für mehr Nachhaltigkeit

Thomas Breuer: Für uns als Tech-Konzern bedeutet es, Nachhaltigkeit durch moderne Tools voranzutreiben. Die Digitalisierung ist ein wichtiger Treiber der Nachhaltigkeit. Durch die Nutzung intelligenter Cloud-Technologie lassen sich der CO₂-Impact und auch Kosten verringern, bei gleichzeitiger Steigerung der Effizienz. Sustainability ist ein wichtiger Aspekt zur Bewältigung der Energiekrise.

Wirtschaftsforum: Was sind Ihre Pläne und Themen für das nächste Jahr?

Thomas Breuer: Wir werden uns vor allem auf Digitale Transformation von Geschäftsprozessen und IT-Anwendungen unserer Kunden in der Cloud sowie Security fokussieren. Intern wird uns das Thema Nachhaltigkeit und 'New Way of Working' beschäftigen. Wir werden unsere Strategie der engen Zusammenarbeit mit unserem Partnernetzwerk weiter verfolgen, unter anderem mit den großen Namen wie Microsoft, SAP und Google sowie ServiceNow. Hier werden wir weiter gezielt Leute



KONTAKTDATEN

Devoteam GmbH
Gutenbergstraße 10
64331 Weiterstadt
Deutschland
☎ +49 6151 8680
info@devoteam.de
de.devoteam.com



aufbauen, um unsere Kunden im High-End-Bereich bei ihrer digitalen Transformation begleiten zu können.

Wirtschaftsforum: Welches Ziel verfolgen Sie langfristig mit Devoteam?

Thomas Breuer: Wir möchten über verschiedene Mechanismen in den kommenden drei Jahren noch einmal eine enorme Steigerung unserer Umsätze erreichen. Aber auch was unsere Marktposition angeht, möchten wir einen Quantensprung machen. Wir möchten als differenzierter Partner für die digitale Transformation wahrgenommen werden und ein etablierter Partner der Big Player auch in Deutschland am Markt werden.

Fokus auf Prozessen statt Produkten



Interview mit
Mario Baldi,
CEO
der Scheer Group

Wer nur an Produkte denkt, kann nicht so langfristig planen wie jemand, der in Prozessen denkt. Das ist die Philosophie, die den Erfolg der Scheer Group begründet und auf der sie weiter aufbauen wird. Das Software-Consulting-Haus ist mit seinen innovativen und verlässlichen Lösungen derzeit weiter auf internationalem Expansionskurs. Im Interview mit Wirtschaftsforum erläutert CEO Mario Baldi die Vorteile einer prozessorientierten Lösung und beschreibt zudem die ehrgeizigen Expansionspläne des Unternehmens.

Wirtschaftsforum: Herr Baldi, Software-Consulting ist ein sehr breit gefächertes Gebiet. Wo liegt der Fokus für die Scheer Gruppe?

Kunden jeweils den gesamten Prozess und versuchen, ihn in jeder Phase der Kette ineinandergreifend zu optimieren, um so den Prozess schneller, resilienter und nachhaltiger zu gestalten.

Mario Baldi: Die Besonderheit der Scheer Gruppe ist, dass wir nicht in Produkten denken, sondern in Prozessen. Prozesse waren schon seit Beginn die Kernkompetenz unseres Firmengründers Prof. Dr. Dr. August-Wilhelm Scheer und Prozesse sind bis heute unsere DNA. Wir bilden sie mit einer End-to-End-Perspektive ganzheitlich ab. So haben wir zum Beispiel Lead-to-Cash für die Umsatzgenerierung, Source-to-Pay für die Optimierung der Beschaffungs- und Wertschöpfungskette, Design-to-Operate für die Verschlankeung von Fertigungsprozessen und Recruit-to-Retire für die optimierte Anwerbung und langfristige Bindung von Mitarbeitern. Unser Alleinstellungsmerkmal liegt in der Fähigkeit, diese Prozesse neu zu denken und zu gestalten. Dabei betrachten wir für den

Wirtschaftsforum: Inwiefern unterscheidet sich dieser Ansatz von dem Ihrer Marktbegleiter?

Mario Baldi: Die meisten unserer Marktbegleiter fokussieren sich eher auf das Produkt. Wir glauben jedoch, dass das nur die halbe Wahrheit ist, denn jedes Unternehmen bietet dem Markt und den Kunden seine eigenen Vorzüge. Für uns gilt es daher, diese Benefits zu identifizieren und sie zu analysieren. Erst wenn wir den Prozess als Ganzes dargestellt und die Optimierungsmöglichkeiten herausgearbeitet haben, können wir aus der riesigen Produktvielfalt, die es beispielsweise allein bei SAP gibt, die richtigen Lösungen mit dem Kunden besprechen und implementieren. Heute übernehmen wir viele Projekte von an-

KONTAKTDATEN

Scheer GmbH
Uni-Campus Nord
66123 Saarbrücken
Deutschland
☎ +49 681 967770
info@scheer-group.com
www.scheer-group.com

YScheer





Der Hauptsitz der Scheer Gruppe in Saarbrücken – es gibt 30 Niederlassungen weltweit

deren Dienstleistern, die an den Prozessen vorbei implementiert haben.

Wirtschaftsforum: Können mit Standardprodukten alle Kundenbedürfnisse abgedeckt werden?

Mario Baldi: Es gibt viele standardisierte Abläufe bei unseren Kunden, weshalb wir beispielsweise unsere Scheer Boxes entwickelt haben. Hiermit können wir unseren Kunden im Rahmen standardisierter Beratungspakete garantierte Ergebnisse zum attraktiven Festpreis und mit kurzen Projektlaufzeiten anbieten.

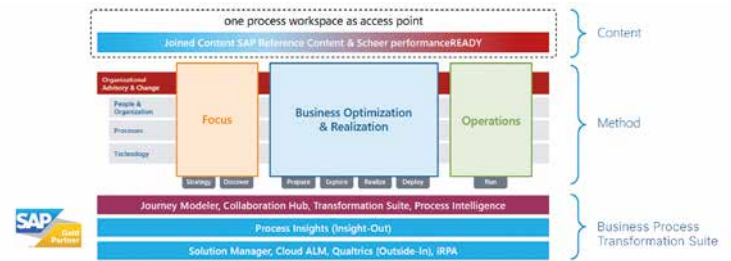
Dennoch gibt es immer wieder genügend Punkte beim Kunden, die mit keinem Standardprodukt abzudecken sind. Deshalb haben wir eine eigene Plattform entwickelt. Als integrierte Technologieplattform kommt Scheer PAS immer dann zum Einsatz, wenn wir verschiedene Systeme miteinander verknüpfen wollen. Hier setzen wir unser Prozess-Know-how mittels Low-Code, Pro-Code und Composable Applications ein.

Wirtschaftsforum: Was sind derzeit die wichtigsten Marktentwicklungen?

Scheer Boxes

- Definierter Leistungsumfang
- Kurze Projektlaufzeiten
- Garantierte Ergebnisse
- Attraktiver Festpreis

Mit Scheer Boxes erhalten Kunden garantierte Ergebnisse zu einem attraktiven Festpreis



Business Process Transformation: Bei Scheer sind Prozesse der Schlüssel zu einer erfolgreichen Digitalisierung

Mario Baldi: Derzeit findet zunehmend eine Verlagerung der internationalen Lieferketten statt. Aufgrund von Lieferengpässen sehen sich europäische Hersteller vermehrt gezwungen, sich regionaler aufzustellen, um die Lieferfähigkeit sichern zu können, anstatt ihre Teile beispielsweise aus China zu beziehen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen die digitale Transformation und Innovation im Unternehmen?

Mario Baldi: Digitale Lösungen sind für uns unverzichtbar. Was wir tun, ist Digitalisierung pur. Aber jede Softwarelösung ist nur ein Werkzeug, wir müssen die Menschen mit auf die Reise nehmen. Dabei hat die Coronakrise die Digitalisierung noch einmal massiv vorangetrieben. Wir hatten unseren Kunden schon vor der Krise digitale Lösungen aus Effizienz- und Kostengründen ans Herz gelegt. Die Pandemie hat diese Entwicklungen noch forciert. Sie sind auch nicht mehr wegzudenken. Trotzdem bleibt der persönliche Kontakt und Austausch ein wichtiges Gut. Die zukünftige Herausforderung ist dabei, die goldene Mitte zu

finden. Innovation liegt unserem Gründer am Herzen und wird durch Investitionen in mehrere digitale Start-ups umgesetzt.

Wirtschaftsforum: Wie ist die Scheer Gruppe international aufgestellt?

Mario Baldi: Unsere Unternehmensgruppe ist mit 30 Niederlassungen weltweit vertreten und wir sind weiter auf Expansionskurs. Neben unseren neuen Büros in der Türkei und in Bosnien stärken wir gerade unsere Präsenz in den USA. Erst im letzten Jahr haben wir eine neue Niederlassung in Kroatien eröffnet, werden dort aber schon bald 100 Mitarbeiter beschäftigen. Als jüngstes EU-Mitglied bietet Kroatien gut ausgebildete und motivierte Fachkräfte. Wir wollen in den kommenden Jahren global weiterwachsen. Zurzeit haben wir 1.500 Mitarbeiter weltweit und einen Umsatz für die Gruppe von 150 Millionen EUR. Das Ziel ist in den nächsten fünf Jahren, diesen Umsatz auf 250 Millionen EUR zu erhöhen.

S „Mensch und Medizin im Einklang“

Interview mit
Manuel Demes,
Kaufmännischer
Geschäftsführer
der Sophienklinik GmbH

Zeit ihres Bestehens ist die Sophienklinik in Hannover eine Belegarztambulanz: Im Krankenhaus arbeiten nicht angestellte, sondern niedergelassene Fachärzte, die dort ihre eigenen Patienten behandeln, wodurch eine engmaschige Betreuung 'aus einer Hand' einschließlich Vor- und Nachsorge gewährleistet ist – ein Erfolgsmodell, das sich seit über 70 Jahren bewährt hat. Mit Wirtschaftsforum sprach Geschäftsführer Manuel Demes über das erfolgreiche Meistern aktueller Herausforderungen sowie Bodenständigkeit und die emotionale Kompetenz, ohne die Spitzenmedizin nicht möglich ist.

Wirtschaftsforum: Herr Demes, die Sophienklinik wurde vor mehr als 70 Jahren gegründet. Was waren wichtige Entwicklungsschritte?

Manuel Demes: Bereits in den 1940er-Jahren trugen sich die späteren Gründer mit der Idee einer Belegarztambulanz – ein Konzept, das damals neu und innovativ war. Am 1. Juli 1951 wurde die Klinik schließlich eröffnet. 1973 erfolgte die Aufnahme in den Krankenhausbedarfsplan – die Teilnahme am öffentlichen Versorgungsauftrag ist damals wie heute ein nachhaltiges Qualitätsmerkmal. Dazu kam es, weil das Leistungsspektrum und die Qualität der Leistungen über die Jahre gewachsen waren. 1993 kam es zur Übernahme der Vahrenwalder Klinik, sodass die Sophienklinik



Ein erfolgreiches Team, das sich die Leitung der Sophienklinik teilt: die Geschäftsführer Carlo Brauer, MHBA; Manuel Demes und Dr. Stephan J. Molitor (v.l.n.r)

seitdem zwei Standorte besitzt. Ab 2005 führten Carlo Brauer und Dr. Stephan Molitor, die als Ärztliche Geschäftsführer gemeinsam mit mir die Unternehmensleitung innehaben, erste Gespräche für einen Neubau an einem neuen Standort, um das Qualitätsniveau nach neuesten Standards aufrechterhalten zu können und weiteres Wachstum zu ermöglichen. 2012 kam dann die Förderzusage des Landes Niedersachsen für den heutigen Standort und 2017 wurde die Klinik im Neubau an unserem heutigen Standort eröff-

net. Im vergangenen Jahr hat die Klinik ihr 70. Jubiläum gefeiert.

Wirtschaftsforum: Die Sophienklinik deckt mit 13 Fachbereichen ein breites Spektrum ab. Welches sind dabei Schwerpunkte?

Manuel Demes: Als Haus der Grundversorgung haben wir Schwerpunkte in den Bereichen Orthopädie mit unserem eigenen Endoprothesenzentrum, der Allergologie, der Multimodalen Schmerztherapie und der Behandlung von End- und Dickdarmerkrankungen. Wir sehen uns als

Parademodell für eine effiziente medizinische Versorgungsstruktur und vernetzen aufgrund unseres belegärztlichen Konzepts seit jeher die Bereiche ambulante und stationäre Medizin.

Wirtschaftsforum: Nennen Sie uns doch einige Zahlen und Fakten zum Unternehmen: Wie ist es strukturell und personell aufgestellt?

1951
ÖFFNUNG
DER KLINIK

Manuel Demes: Wir beschäftigen rund 200 Mitarbeiter über alle Berufsgruppen hinweg und arbeiten mit über 50 zuweisenden Praxen zusammen. Die Besonderheit an einem belegärztlichen Krankenhaus ist ja, dass die Ärzte nicht am Krankenhaus angestellt sind, sondern als eigenständige, niedergelassene Ärzte dort ihre Patienten behandeln. Dadurch sind

der ambulante und stationäre Bereich bei uns stark miteinander verzahnt. Damit sind wir sehr flexibel in alle Richtungen. Wenn wir uns die aktuellen Herausforderungen anschauen, welche Faktoren es braucht, um Krankenhausversorgung auch künftig erfolgreich abzubilden, sind wir mit unserer Flexibilität gut aufgestellt: Gestartet ist die Sophienklinik einmal mit 28 Betten – heute sind es 117 Planbetten, also eine ordentliche Größenordnung.

200 MITARBEITER

Wirtschaftsforum: Im Gesundheitswesen ist der Fachkräftemangel seit Langem ein Thema. Welche Erfahrungen machen Sie damit und wie begegnen Sie dem?

Manuel Demes: Der Fachkräftemangel ist systemimmanent. So haben sich beispielsweise viele Pflegekräfte aus dem Beruf zurückgezogen und warten ab, wie sich der Markt entwickelt. Für das Miteinander im Unternehmen sind gut zusammenarbeitende Teams wichtig, doch dabei Kontinuität zu erreichen, ist angesichts der Fluktuation, die wir auch bei uns feststellen, schwierig. Nicht zuletzt deshalb ist es für uns wichtig, uns als junger, agiler Arbeitgeber im Markt zu positionieren. Für die Motivation, sich bei einem Unternehmen zu bewerben oder sich längerfristig daran zu binden, spielt die Entlohnung für viele Mit-



Als Gesundheitshaus fest verwurzelt in der Region Hannover: Die Sophienklinik verbindet als Belegarztklinik mit 13 Fachbereichen den stationären und den ambulanten Sektor

arbeiter und Bewerber tatsächlich eine nebengeordnete Rolle. Die Bezahlung ist zwar ein triggernder Faktor, aber mindestens ebenso

ven Arbeitsumfeld und Corporate Benefit-Systemen gut aufgestellt. Dennoch ist der Fachkräftemangel auch für uns eine Herausfor-



“

„Moderne medizinische Verfahren sind wichtig, aber ebenso wichtig ist emotionale Kompetenz.“

*Manuel Demes,
Kaufmännischer Geschäftsführer*

wichtig ist die Vereinbarkeit von Beruf und Freizeit. Hier sehen wir uns mit flexiblen Dienstplandellen, einem modernen, innovati-

derung und wir freuen uns über jeden neuen Mitarbeiter, der unser Team verstärken möchte.



Mit 117 Planbetten leistet die Sophienklinik einen wesentlichen Beitrag zur Krankenhausversorgung in der Region Hannover



KONTAKTDATEN

Sophienklinik GmbH
Bischofsholer Damm 160
30173 Hannover
Deutschland
☎ +49 511 36670
✉ +49 511 3667409
info@sophienklinik.de
www.sophienklinik.de



Wirtschaftsforum: Eng damit verbunden ist die Frage nach der Unternehmenskultur. Wie sieht Ihre aus?

Manuel Demes: Das Leitbild der Sophienklinik ist geprägt von der Maxime 'Mensch und Medizin im Einklang'. Ziel unseres Handelns ist, dass sich unsere Patienten gut versorgt fühlen; der Mensch steht dabei im Mittelpunkt. Moderne medizinische Verfahren und Technologien sind wichtig, aber ebenso wichtig sind Einfühlungsvermögen und emotionale Kompetenz der Menschen, die mit den Patienten umgehen. Darüber hinaus sind wir als Gesundheitshaus fest in der Region Hannover verankert und damit im besten Sinne 'bodenständig'. Tatsächlich meine ich, dass es genau diese Mischung von Menschenorientiertheit, Bodenständigkeit und Spitzenmedizin ist, die unseren Erfolg ausmacht. Herr Brauer, Dr. Molitor und ich tun alles, um diese Mischung zu erhalten. Unsere Vision ist, 2051 das 100. Jubiläum der Sophienklinik zu erleben!

„Bei Mode geht es immer um Emotionen“



Einer Marke mitten in der Coronapandemie durch einen Relaunch ein neues Gesicht zu geben, ist ein Kunststück, das nur wenigen glücken dürfte. Florian Wortmann, Geschäftsführer und Creative Director der BALDESSARINI GmbH, ist es gelungen. Im Gespräch mit Wirtschaftsforum verrät er, was seinem Unternehmen dabei in die Karten gespielt hat und warum es bei Mode nicht um Produkte, sondern um Emotionen geht.

Interview mit
Florian Wortmann,
Geschäftsführer und
Creative Director
der BALDESSARINI GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Wortmann, BALDESSARINI gehört zur Ahlers AG, einem der großen europäischen Player im Bereich Männermode. Welche Bedeutung hat die Marke BALDESSARINI innerhalb der Ahlers AG und was macht sie im Wesentlichen aus?

Florian Wortmann: BALDESSARINI ist eine eigenständige GmbH innerhalb der AG und gleichzeitig eine eigene Marke. Wir sind aktuell sicher eine Marke mit viel Potenzial, weil wir uns im Upper Premium-Markt bewegen, der nicht so preisumkämpft ist. Gerade in Zeiten, wo es nicht einfach ist, die angepeilten Margen zu erzielen, ist es gut, eine Marke zu sein, die nicht so preisgetrieben ist. In den letzten eineinhalb Jahren ist es

uns darüber hinaus gelungen, die Marke zu emotionalisieren, denn in unserem Bereich geht es nicht nur um Produkte, sondern auch um Emotionen. Unsere Grund-DNA ist ganz klar das Lebensgefühl der Hollywood 1969-Ära, jener ganz spezifische Zeitgeist: selbstbewusst, kosmopolitisch, grenzüberschreitend, dabei mit Intellekt und Humor. Das macht uns aus. Als ich vor einem Jahr und neun Monaten als Geschäfts-

führer und Creative Director ins Unternehmen kam, war meine erste 'Amtshandlung', Werner BALDESSARINI persönlich anzurufen, weil ich wissen wollte, was er sich damals vorgestellt hat, als er die Marke gründete. Für mich war das deshalb wichtig, weil ich der Meinung bin, das jemand, der einer Marke ein neues Gesicht geben möchte, zu ihren Wurzeln zurückgehen muss.

Wirtschaftsforum: Dieses neue Gesicht haben Sie der Marke bereits gegeben – durch einen Relaunch, der dazu noch in die Hochzeit der Coronapandemie und damit in eine schwierige Phase fiel. Erfüllt das Ergebnis Ihre Erwartungen?

Florian Wortmann: Ich habe mich damals entschieden, für BALDESSARINI zu arbeiten, weil ich der Ansicht bin, dass die



Im Oktober 2022 eröffnet BALDESSARINI auf dem Berliner Ku'damm seinen Flagship Store



Männermode im Zeitgeist von Hollywood 1969: selbstbewusst, kosmopolitisch, grenzüberschreitend, dabei mit Intellekt und Humor – all das verkörpert die Marke BALDESSARINI

Marke BALDESSARINI großes Potenzial hat, aber im deutschen und europäischen Handel aktuell unterrepräsentiert ist. Der Relaunch der Marke fiel wie gesagt mitten in die Coronapandemie; das war auch gleich die erste Herausforderung für uns, weil wir ja nicht wussten, wie sich das alles entwickeln würde. Dennoch mussten wir den Relaunch zu 100% durchziehen, weil wir keine Kompromisse eingehen konnten. Was uns geholfen hat, war unser Optimismus. Als ich neu dazukam und behauptete, dass wir uns jetzt die Modewelt zurückerobern würden, lachte der eine oder andere natürlich erst einmal – mitten in der Pandemie, wie sollte das denn gehen? Doch als der im Januar gestartete Relaunch im Mai abgeschlossen war, hatten wir direkt

Erfolg. Durch die Pandemie waren die Karten komplett neu gemischt worden, und darin lag für uns eine Chance, die wir genutzt haben – übrigens auch im Hinblick auf die Digitalisierung. Wir wurden auf einen Schlag digital, Arbeiten im Homeoffice war an der Tagesordnung. Das mag im Bereich Mode paradox klingen, aber tatsächlich war die Branche vor der Pandemie in vielen Bereichen noch sehr traditionell. Insofern haben wir gerade eine sehr erfolgreiche Phase hinter uns, in der wir ein zweistelliges Umsatzwachstum verzeichnen konnten. Ziel ist, strategisch langfristig die 100 Millionen EUR Umsatz zu knacken.

Wirtschaftsforum: Die aktuelle politische Lage birgt für viele Unternehmen aus allen Branchen na-

türlich auch Unsicherheiten und Herausforderungen. Wie sieht es damit bei BALDESSARINI aus?

Florian Wortmann: Aktuell sind für uns die Folgen der Energie- und damit der Ressourcenkrise eine große Herausforderung in dem Sinne, dass wir lieferfähig bleiben müssen. Allerdings haben wir das gut im Griff, indem wir frühzeitig mit unseren Produzenten logistische Strategien entwickeln und auch eng mit dem Handel zusammenarbeiten, um die Ware auf die Fläche zu bringen – wem das gelingt, der hat gewonnen. Wir sind da auf einem sehr guten Weg.

Wirtschaftsforum: Was steht für die kommenden Monate auf Ihrer Agenda?

Florian Wortmann: Noch im Oktober werden wir unseren ersten eigenen Store auf dem Ku'damm in Berlin eröffnen – wenn schon, denn schon!



KONTAKTDATEN

BALDESSARINI GMBH
Elverdisser Straße 313
32052 Herford
Deutschland

+49 5221 9790

+49 5221 9798772

info@baldessarini.com

www.baldessarini.com

BALDESSARINI

ITandFactory: Vom Technologie- zum digitalen Lösungsanbieter



Die digitale Erfassung und Planung von Industrieanlagen macht das Herzstück von ITandFactory aus

Lösungsanbieter trifft auf Technologie-Champion: Das ist die Geschichte hinter der ITandFactory GmbH aus dem Taunus, nachdem sie von der indisch-amerikanischen Neilsoft Group aufgekauft wurde – mit exzellenten Synergieeffekten für beide Parteien. Welche Impulse der Solution Provider im Anlagenbau dadurch setzen konnte und welche Elemente den Change-Prozess hin zu einem versatilen Lösungs-Mindset bestimmten, erläuterte Managing Director Ajit Joshi im Interview mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr Joshi, die ITandFactory GmbH wurde vor einigen Jahren von der indisch-amerikanischen Neilsoft Group aufgekauft, um eine fundamentale Transformation des Unternehmens anzustoßen. Welche Ziele haben Sie sich dabei genau gesetzt?

Ajit Joshi: Neilsoft blickt auf eine lange Geschichte als kompetenter Anbieter von Ingenieurdienstleistungen zurück und hat sich dabei vornehmlich in den USA sowie im europäischen Markt einen Namen gemacht. Um unsere Wachstumsbestrebungen langfristig festigen zu können, befanden wir uns damals auf der Suche nach einem

Technologieunternehmen mit proprietären geistigen Eigentumsrechten, wobei uns das starke Produktportfolio der ITandFactory GmbH ganz besonders überzeugt hat. In zwei Phasen übernahm Neilsoft das Unternehmen schließlich vollständig. Die wichtigste Aufgabe bestand nun darin, das starke Technologiespektrum

Interview mit



Ajit Joshi,
Managing Director
der ITandFactory GmbH

it and factory
solution provider

KONTAKTDATEN

ITandFactory GmbH
Auf der Krautweide 32
65812 Bad Soden am Taunus
Deutschland

+49 6196 934900

+49 6196 9349049

info@ITandFactory.com

www.cadison.com/de



von ITandFactory mit dem servicegetriebenen Lösungsansatz von Neilsoft zu verbinden – eine Herausforderung, die natürlich auch aus einer Management-Perspektive besonders reizvoll ist.

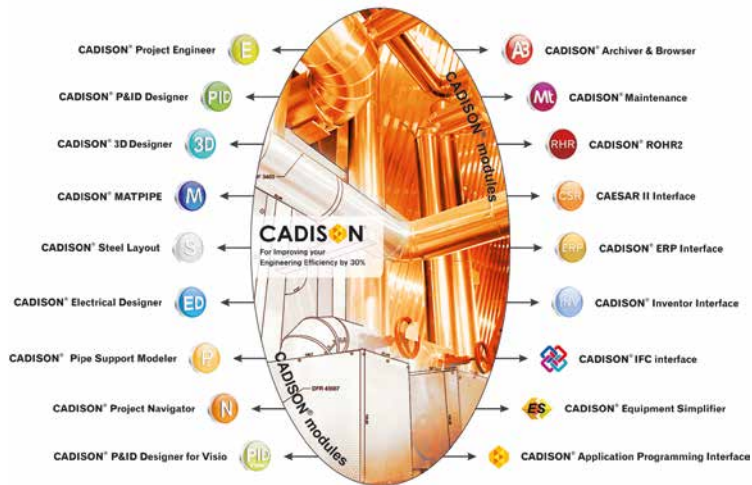


CADISON findet unter anderem in Projekten aus dem Spektrum Gasverteilung Verwendung



Vernetztes Denken und Wissenstransfer sind wesentliche Elemente moderner Ingenieurdienstleistungen

CADISON Modules



Wirtschaftsforum: Mit welchen Technologien bewegt sich ITandFactory derzeit im Markt?

Ajit Joshi: Unser Flaggschiffprodukt mit dem Namen CADISON fungiert als eine zielgerichtete Lösung in der modularen Anlagenplanung und kann über den gesamten Planungsprozess hinweg eingesetzt werden. Von den ersten konzeptuellen Entwürfen bis hin zur Ausarbeitung in 2-D- und 3-D-Modellen lassen sich dort sämtliche Anlagenteile abbilden, einschließlich Verkabelungspläne, Stahlkonstruktionen und Rohrsysteme. Anschließend folgt der Schritt ins Project Engineering. Für jeden dieser Projektabschnitte bietet CADISON ein

passendes Modul, das perfekt auf die individuellen Anforderungen zugeschnitten ist. Dabei verfügt CADISON ferner über eine eigene Datenbank, sodass die Generierung und die Verwaltung der benötigten Daten bei dieser Lösung in eines fällt. Denn bei modernen Ingenieurdienstleistungen geht es schon lange nicht mehr ausschließlich um die Entwurfs- oder Modellerstellung – das ist altes Denken. Selbst wenn das 3-D-Modell einmal steht, sind auch in den darauffolgenden Projektphasen viele verschiedene Daten und Informationsbausteine relevant, um echte Unternehmensvorteile zu erhalten, die sich unsere Partner dank der inhärenten Architektur



Das Konzept einer Wasserwiederaufbereitungsanlage, entwickelt mit CADISON

von CADISON vollumfänglich zu nutzen machen können.

Wirtschaftsforum: An welchen weiteren neuralgischen Punkten können sich Ihre Kunden auf die Kompetenz von ITandFactory verlassen?

Ajit Joshi: Neben unserem Visio P&ID Process Designer, einer auf Microsoft Visio basierenden Lösung für Prozessingenieure, haben wir im September noch ein weiteres Produkt im Markt eingeführt, das sich besonders an Elektroingenieure richtet. Damit möchten wir ihnen eine intelligente Lösung mit einer eigenen Datenbank und einer integrierten CAD-Engine anbieten, die echte Vorteile gegenüber den bisher etablierten Optionen mit ihren vergleichsweise beschränkten Darstellungsmöglichkeiten aufweist.

Wirtschaftsforum: Über all diesen Produktentwicklungen steht jedoch der Wandel der ITandFactory GmbH vom Technologie- zum Lösungsanbieter?

Ajit Joshi: Genau! Denn hierin liegt der eigentliche Transformationsprozess, den unser Unternehmen

durchlaufen hat – und ein solcher Change ist alles andere als trivial. In einer dienstleistungsgeprägten Organisationskultur sagen Ihnen die Kunden – etwas überspitzt gesprochen –, was sie haben möchten,

und dann stellen Sie ihnen eben die jeweilige Technologie zur Verfügung. Ein Lösungsanbieter benötigt dagegen ein ganz anderes Mindset, um erfolgreich im Markt agieren zu können und muss die zugrundeliegenden Probleme und Ansprüche der Kunden viel feingliedriger verstehen, um die gegenständliche Aufgabe zielgerichtet lösen zu können. Erst kürzlich haben wir beispielsweise einen Gasdistributionsanbieter bei der Digitalisierung seiner alten Werks- und Kompressoranlagen unterstützt, für die keine digitalen Pläne vorlagen, und sie in ein aussagekräftiges 3-D-Modell überführt. Dieses dient nun als Grundlage für die Transformation des gesamten Werks auf die Durchleitung von Wasserstoff. Dazu haben wir eng mit einem Partner zusammengearbeitet, der das Werk für uns digital erfasste; anschließend haben wir uns um die Aufbereitung der dadurch entstandenen Punktwolke gekümmert, woraus ein semi-automatisiertes Modell entstand, das unsere Kollegen von Neilsoft aus Indien mithilfe unserer eigenen CADISON-Software schließlich in ein vollumfängliches intelligentes 3-D-Modell übersetzt haben. Um dieses Projekt zu einem erfolgreichen Ende zu bringen, war es mit dem schlichten Softwareprodukt also bei Weitem nicht getan. Stattdessen konnten wir auch unsere eigene Expertise im Anlagenbau sowie die Kernkompetenzen unserer indischen Kollegen gewinnbringend einsetzen. So wird aus unserer Sicht auch die Zukunft des Engineerings im Allgemeinen aussehen.

Funktion und Form, passgenau

„Unsere Gitterroste, Blechprofilroste und Treppenstufen sind sowohl funktional als auch architektonisch eine Bereicherung“, weiß Guido Gizinski, Geschäftsführer der Staco Deutschland GmbH in Mönchengladbach. „Neu ist der Einsatz von Streckmetall in der Fassadengestaltung, komplett oder als vorgesetzte Fassade.“ Der Mensch steht bei Staco im Mittelpunkt. Das Wunschprofil des Kunden wird in passgenaue Lösungen übersetzt.

Interview mit



Guido Gizinski,
Geschäftsführer
der Staco Deutschland GmbH

Der Ursprung der Staco Deutschland GmbH geht auf das Jahr 1952 und die Gründung der Firma Stapelmann zurück, die sich zu einem führenden Hersteller von Gitterrosten entwickelte. Seit 2005 gehört das Unternehmen zur ROTO-Gruppe mit Niederlassungen in ganz Europa. Staco ist damit Teil eines Netzes leistungsstarker Firmen, die sich auf Stahl, Stahlverarbeitung, Gitterrosttechnologie, Oberflächenbehandlung und

Streckmetall spezialisiert haben. Seit 2020 ist Guido Gizinski Geschäftsführer der Staco Deutschland. „Ich habe das Team neu aufgestellt und organisiert, dabei den Vertrieb deutlich ausgebaut und auch digitale Medien einbezogen. Wir sind die Vertriebsgesellschaft für Deutschland, Österreich, Italien und Rumänien. Am Standort Mönchengladbach sind derzeit 18 Mitarbeiter beschäftigt, unser Jahresumsatz beträgt sechs Milli-

onen EUR. Wir wollen konsequent weiterwachsen.“

Mensch und Umwelt

Der Ausbau des Vertriebs und die Stärkung des Außendienstes stehen im Einklang mit der Philosophie der ROTO-Gruppe, die den Mensch und Kunden im Zentrum des Handelns sieht. „Wir möchten auch in den Regionen persönlich vor Ort sein“, bestätigt der Geschäftsführer. „Es ist wichtig, bei

Entscheidungsprozessen präsent zu sein. Wir leben die Vertriebsstrategie, die den Menschen in den Mittelpunkt stellt, mit unseren Kunden und Mitarbeitern. Wir sind kundennah, sehr greifbar, und laden unsere Mitarbeiter ein, diese Kultur weiterzuentwickeln. Auch Nachhaltigkeit gehört zu Stacos Kernwerten. Wir sind als erster und einziger Gitterrosthersteller 'Cradle-to-Cradle'-zertifiziert und beweisen gelebtes Verantwor-



Der Mensch im Mittelpunkt: Für Geschäftsführer Guido Gizinski ist die enge Zusammenarbeit mit Kunden und Mitarbeitern die Voraussetzung für kundenorientierte Lösungen



Für die Messe Köln, einen Gebäudekomplex von 135.000 m², hat Staco eine Dachfassade aus Gitterrosten mit fluchtenden Trag- und Querstäben gefertigt

tungsbewusstsein für die Umwelt durch nachhaltige Unternehmensführung.“

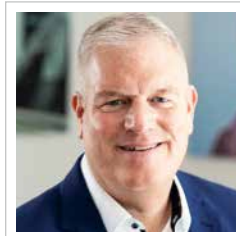
Funktion und Ästhetik

Stahl, Edelstahl und Aluminium sind die Materialien, aus denen Staco in jeder gewünschten Größe und nach Kundenspezifikation Gitterroste, Blechprofilroste und Treppenstufen fertigt. Diese hochwertigen Produkte kommen in den unterschiedlichsten Branchen zum Einsatz, vom Wohnungsbau über den Schiffsbau bis zur Landwirtschaft. Immer häufiger erfüllen sie nicht nur einen rein funktionalen Zweck, sondern leisten auch einen maßgeblichen Beitrag zur Gebäudearchitektur. Guido Gizinski verweist an dieser Stelle auf interessante neue Lösungen mit Streckmetall. „Hier ergeben sich vielseitige Möglichkeiten, zum Beispiel für den Sicht- oder Sonnenschutz, aber auch rein optisch. Gerade Streckmetallfassaden werden hohen formalen Ansprüchen gerecht. Zu unseren vielen Referenzprojekten gehören die Dortmunder Aussichtsplattform Phoenix-See, das

Porsche-Zentrum Düsseldorf, die AUDI-Parkhäuser Ingolstadt oder die Kölner Messe.“

Digitale und persönliche Präsenz

Neben hochwertigen Produkten bietet Staco individuelles Projektmanagement und kompetentes Projektengineering. „Wir werden mit vielen industriellen Projekten beauftragt sowie Batterieproduktionen, Schulen; das reicht von Treppengeländern über Projekte mittlerer Größe bis hin zu ganz großen“, bestätigt der Geschäftsführer. „Es gibt keine Grenze nach oben. Gerade bei herausfordernden Projekten können wir die Kunden mit unserem technischen Know-how unterstützen. Zudem sind wir digital gut aufgestellt, informieren ständig über ein professionelles Marketing-Netzwerk und sind der einzige Hersteller,



“

Ich möchte Staco bei Bauherren und Architekten als den nachhaltigen und führenden Hersteller für anspruchsvolle Projekte etablieren.

Guido Gizinski,
Geschäftsführer

STACO

GITTERROSTTECHNOLOGIE

der dem Kunden ein digitales Kalkulationstool zur Verfügung stellt. Der Mensch und die Präsenz vor Ort bleiben dennoch immer sehr wichtig.“

Wertschätzung beim Kunden

Als B2B-Unternehmen arbeitet Staco mit Stahl-, Metall- und Fassadenbauern, Planern und Architekten zusammen. „Unsere Kunden schätzen die große Erfahrung unserer Mitarbeiter, die enge Zusammenarbeit und die gute Beratung“, betont Guido Gizinski. „Wir erarbeiten technische Lösungen, die sie in Produktion und Entwicklung umsetzen können. Dabei sind wir zuverlässig in unseren Aussagen, sowohl was Produktqualität als auch Lieferzu-

KONTAKTDATEN

Staco Deutschland GmbH
Erfstraße 19
41238 Mönchengladbach
Deutschland
☎ +49 2166 68760
✉ +49 2166 6876150
info@staco.de
www.staco.de

sagen betrifft. Nachhaltigkeit wird ein immer wichtigeres Thema und ist Teil unserer DNA.“

Auf dem Weg in die Zukunft

Von aktuellen Planungsunsicherheiten oder gar Spekulationen lässt sich Stacos Geschäftsführer nicht irritieren. Er ist entschlossen, das Unternehmen konsequent nach vorn zu bringen. „Die Unterstützung, die ich auf meinem Weg erhalten habe, möchte ich an meine Mitarbeiter weitergeben“, sagt Guido Gizinski. „Mit meinem kompetenten Team möchte ich Staco bei Bauherren und Architekten als den nachhaltigen und führenden Hersteller für anspruchsvolle Projekte etablieren.“



Das werkseigene Parkhaus von AUDI in Ingolstadt ist komplett mit Staco Pressrosten aus feuerverzinktem Stahl verkleidet, eine in Form und Funktion ansprechende Lösung



Architektonische Gitterroste mit Geländerfunktion sowie Baumschutzroste von Staco zieren das moderne Areal um den Dortmunder Phoenix-See und tragen zum positiven Stadtbild bei

Edel. Stahl. Rohr!

Dass kaum eine Industrie ohne Rohrleitungssysteme auskommt, ist der Grund für das umfassende Portfolio an Rohrprodukten der TPS-Technitube Röhrenwerke GmbH. Und diese Produktvielfalt wiederum reizt Geschäftsführer Dr. Michael Koch an seinem Unternehmen. „Man muss viele Entscheidungen treffen und kann viele Dinge bewegen“, sagt der studierte Metallurge und Werkstofftechniker. Über einige davon berichtet er im Gespräch mit Wirtschaftsforum.

Interview mit



*Dr. Michael Koch,
Geschäftsführer
der TPS-Technitube
Röhrenwerke GmbH*

Gegründet wurde die TPS, die ein Unternehmen der LEPPER Stiftung ist, 1975 durch den Unternehmer Peter Lepper. „Herr Lepper ist in der Gruppe noch aktiv, wenn auch weniger bei der TPS als in anderen Unternehmensbereichen, wo er die Dinge vorantreibt“, erzählt Geschäftsführer

Dr. Michael Koch. „Er sprüht vor Kreativität und generiert ständig neue Produktideen. So stellen andere Unternehmen innerhalb der Firmengruppe (Techniropa Holding GmbH) beispielsweise hochwertige E-Bikes, Unterhaltungselektronik oder auch Wallboxen her.“

Große Produktvielfalt und viel unternehmerische Freiheit

Michael Koch ist erst seit 2,5 Jahren bei TPS, aber ein 'Urgestein' in seinem Beruf: „Nach dem Studium der Metallurgie und Werkstofftechnik habe ich mein ganzes Berufsleben in der Rohrindustrie verbracht“, erzählt er. So

arbeitete er über viele Jahre an verschiedenen Standorten und in unterschiedlichen Funktionen für einen deutschen Hersteller nahtloser Rohre. „Die TPS kannte ich insofern schon lange, denn



Umfangreiches Lager: TPS hält Ölfeldrohre in großen Stückzahlen bereit. So bleibt das Unternehmen seinen Kunden gegenüber stets lieferfähig



Nahtlose Rohre: In gerader Ausführung oder als U-Rohr (eigene Biegerei)

das Unternehmen, bei dem ich beschäftigt war, belieferte die TPS mit Rohren“, beschreibt Michael Koch. An der TPS reizte ihn besonders die große Produktvielfalt: „Dass ein Unternehmen in seinem Bereich so viele Produkttypen für unterschiedlichste Anwendungen und Industrien hervorbringt, findet man sehr selten“, sagt er. Das Portfolio der TPS umfasst Rohre für verschiedenste Anwendungen in einer Vielzahl von Industrien: von der Öl- und Gasförderung, Petrochemie und Düngemittelindustrie, dem Rohrleitungs-, Behälter-, Apparate-, Anlagen- und Maschinenbau über den Bergbau, die stahlverarbeitende Industrie und die Halbleiterindustrie bis hin zur Solarenergie und Automobilindustrie. „Dieses breite Produktspektrum ist erstens eine wunderbare Herausforderung, gerade in schwierigen Zeiten und unterschiedlichen Märkten“, sagt der Geschäftsführer. „Zweitens ist der unternehmerische Spielraum dadurch sehr groß: Man muss viele Entscheidungen treffen und kann viele Dinge bewegen.“

Sicher verbunden

Da die von TPS produzierten und verarbeiteten Rohre je nach Verwendungszweck extremen Belastungen und Drücken standhalten müssen, ist bei TPS neben den Rohren selbst auch die entsprechende Rohrverbindungstechnologie ein wichtiges Thema – vor allem dort, wo man an die Rohre nicht mehr herankommt, weil sie unterirdisch verlegt sind. „Gerade bei solchen kritischen Anwendungen im Bereich Ölförderung, Geothermie oder CO₂-Abscheidung ist eine sichere Verbindung essenziell“, so der Geschäftsführer. „Dabei gibt es verschiedene Möglichkeiten. Zum Beispiel lassen sich Rohre mittels einer Gewindemuffe miteinander verbinden. Das klingt einfach, ist es aber nicht, denn die beispielsweise auf Ölfeldrohren lastenden Drücke sind enorm. Deshalb sind die an solche Gewinderohre gestellten Anforderungen sehr hoch. Wir haben Verbindungstechnologien entwickelt, die sich so gut bewährt haben, dass unsere Rohre inzwischen weltweit eingesetzt

werden – etwa in den USA oder im Mittleren Osten.“

Den Großen die Stirn bieten

Am weltweiten Markt behauptet sich TPS trotz seiner vergleichsweise geringen Größe von 200 Mitarbeitern gut: 50 bis 60% der Produkte gehen in den Export. „Natürlich gibt es die ganz großen Anbieter, die etwa im Bereich Ölfeldrohre das 10-fache an Produktionsumfang liefern können wie wir“, verdeutlicht Michael Koch. „Aufträge mit sehr großen Volumen gehen insofern eher an solche großen Wettbewerber.“ Bei kleineren Aufträgen hat dagegen oft TPS die Nase vorn, denn das Unternehmen ist für sein breites Portfolio und umfassendes Know-how in seiner Branche weithin bekannt. „Unser Vorteil ist ein durch unsere große Produktvielfalt bedingtes, wirklich umfassendes Wissen rund um das Thema Stahlrohre“, fasst der Geschäftsführer zusammen. „Wir können hervorragend beraten, sind schnell und flexibel, bestens vernetzt, bieten alles an Zubehör-



KONTAKTDATEN

TPS-Technitube Röhrenwerke GmbH
 Julius-Saxler-Straße 7
 54550 Daun
 Deutschland
 ☎ +49 6592 7120
 service@tps.de
 www.tps-technitube.com

teilen, Sonderanfertigungen – alles in dieser Breite aus einer Hand anbieten zu können, ist unser großer Vorteil. Hinzu kommt unsere besondere Mentalität: Dem Kunden alles ermöglichen zu wollen und zu können. Wenn er etwas braucht, wenn er ein Problem hat: Wir sind da.



Zum Rohr liefert TPS auch das passende Verbindungszubehör wie Fittings, Flansche und Ventile



Ölfeldrohre werden über Schraubgewinde sicher miteinander verbunden. Gerade in kritischen Bereichen wie der Ölförderung ist eine sichere Verbindung essenziell



Interdisziplinärer Partner für Abbruch und Recycling

Das Recycling ist ein wichtiger Beitrag zu einer ökologischen Marktwirtschaft. Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt auch im Bausektor immer mehr an Bedeutung. Die Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG aus Lippstadt ist Spezialist auf allen Gebieten des Rückbaus, der Sanierung, der Schrottverwertung und des Recyclings und leistet damit einen entscheidenden Beitrag zu einer umweltverträglichen und wirtschaftlichen industriellen Fertigung. Der Familienbetrieb wurde in diesem Jahr vom 'Südwestfalen Manager' als bestes Abbruchunternehmen der Region ausgezeichnet.

'Recycling ändert die Dinge' ist der Slogan der Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG. Das Familienunternehmen ist seit mehr als 70 Jahren in Lippstadt aktiv und leistet damit einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz. „Wir haben ein großes Leistungsspektrum,

das wir als Gesamtdienstleistung anbieten“, erläutert Carsten Knepper, seit 2004 Geschäftsführer. „Vom Abbruch über den Erdbau bis hin zur Schrottverwertung und dem Recycling sind wir ein wichtiger Partner und Problemlöser für unsere Kunden geworden.“

Seit über 70 Jahren

Im Jahr 1951 wurde das Unternehmen von Wilhelm Knepper gegründet. Carsten Knepper ist bereits die 3. Generation und seit 1997 offiziell Teil des Familienbetriebes. „Wir sind als Familienunternehmen am Markt und haben

versucht, den Job immer besser zu machen“, so der Geschäftsführer. Im Laufe der Jahre wurde das Leistungsspektrum kontinuierlich erweitert und die Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG ermöglicht

Interview mit



*Carsten Knepper,
Geschäftsführer
der Wilhelm Knepper
GmbH & Co. KG*



Auf dem Gelände der Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG werden die unterschiedlichsten Materialien recycelt



Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG ist Experte auf dem Gebiet der Abbrucharbeiten



heute individuelle Komplettlösungen in den Bereichen Rückbau, Sanierung, Schrottverwertung und Recycling. „Dabei ist das Thema Nachhaltigkeit bei uns riesengroß und das leben wir auch“, so Carsten Knepper. „Die Bedeutung des Themas hat auch in der Branche immer weiter zugenommen, zum Beispiel in Bezug auf Flächenrevitalisierung, die wir unter anderem mit der Entkernung, der Schadstoffsanierung sowie mit dem Abbruch nachhaltig umsetzen können.“

Interdisziplinäres Angebot

Das Leistungsspektrum der Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG umfasst heute die Bereiche Recycling & Entsorgung, Schrott & NE-Metalle, Abbruch, Erdarbeiten, Containerdienst sowie die Logistik. Dieses interdisziplinäre Angebot ist eines der besonderen

Alleinstellungsmerkmale des Unternehmens. Um die hohen Ansprüche der Kunden erfüllen zu können, investiert der Betrieb regelmäßig in moderne Maschinenteknik. Eine besondere Spezialität ist außerdem der Abbruch. „Im Abbruchbereich sind wir bei der Industriedemontage auf dem Gebiet der Zementwerke, Gießereien und Stahlwerke besonders stark“, betont Carsten Knepper. „Wir können Abbruchleistungen in kurzer Zeit, auch während des laufenden Betriebes, realisieren und erfüllen dabei einen hohen technischen Anspruch.“ Dafür wurde der Familienbetrieb in diesem Jahr vom 'Südwestfalen Manager' als bestes Abbruchunternehmen ausgezeichnet. „Diese Auszeichnung haben wir zusammen als Team erreicht“, so der Geschäftsführer. „Die Mitarbeiter stehen bei uns im Mittelpunkt und wir schätzen

ihre Arbeit. Darüber hinaus arbeiten wir aber auch mit unseren Kunden sehr eng zusammen. Wir wollen für sie ein Problemlöser sein. Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit ist uns wichtig und wir konnten uns da als zuverlässiger Partner mit einer hohen Termintreue etablieren.“ Rund 90% der Aufträge kommen bundesweit aus der Industrie, der Rest erfolgt über die öffentliche Hand.

Weitere Geschäftsbereiche

Die Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG beschäftigt mittlerweile 250 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von knapp 70 Millionen EUR. Unter dem Dach der Gruppe gibt es verschiedene Unternehmen, die für die jeweiligen Geschäftsbereiche zuständig sind. Zu den jüngsten Tochterfirmen gehört die Knepper WerPro GmbH & Co. KG in Lippstadt,



KONTAKTDATEN

Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG
 Bertramstraße 3
 59557 Lippstadt
 Deutschland
 ☎ +49 2941 28410
 info@knepper-recycling.de
 www.knepper-recycling.de



die sich mit dem Recycling von Nahrungsmitteln beschäftigt. „In Zukunft möchten wir die Unternehmensstruktur noch weiter verbessern“, bemerkt Carsten Knepper. „Wir wollen verstärkt als Knepper-Gruppe auftreten. Dabei haben wir die Möglichkeit, unseren Standort in Lippstadt zu erweitern und langfristig eventuell weitere Standorte zu erschließen. Wir sind offen für neue Themen und werden uns weiter für die Nachhaltigkeit einsetzen.“



Das Team der Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG kann Abbruchleistungen in kurzer Zeit, auch während des laufenden Betriebes, realisieren



Für jeden Einsatz das optimale Fahrzeug: Die Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG investiert ständig in die Maschinenteknik

„Im Hochlohnland Deutschland ist Know-how das Wichtigste“

Fachkräftemangel trifft auf explodierende Energiepreise – eigentlich keine guten Rahmenbedingungen für den Fertigungsstandort Deutschland. Die JuHa Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG will ihre Produkte trotzdem weiterhin ausschließlich an ihrem angestammten Sitz in Lüdenscheid herstellen und von dort in alle Welt exportieren. Welche technologischen und unternehmerischen Voraussetzungen für den Werkzeugspezialisten dabei unabdingbar sind, erläuterte Geschäftsführer Erich Schmidt im Interview.

Wirtschaftsforum: Herr Schmidt, Ihr Unternehmen trägt seine Expertise auf dem Gebiet der Kunststoffverarbeitung bereits im Namen. Welche Lösungen bieten Sie im Markt genau an?

Erich Schmidt: Die JuHa Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG ist in den frühen 1980er-Jahren aus der seit 1974 bestehenden Junker und Halverscheid Formenbau GmbH & Co. KG hervorgegangen. Als der Kunde nicht nur das Werkzeug, sondern auch erste Teile, kleine Serien und die Produktion der Serienteile von uns beziehen wollte. Das Herzstück der JuHa Kunststoffverarbeitung ist somit bis heute der Werkzeugbau. Wir liefern etwa 90% unserer Teile an die Automobilindustrie. Dabei produzieren wir insbesondere Stecker und Dichtungen, die anschließend von Kabelsatzherstellern zu den eigentlichen Endprodukten weiterverarbeitet werden. Unsere Abnehmer sind dabei über die ganze Welt verstreut – von

Marokko über die USA bis nach China.

Wirtschaftsforum: Welches Know-how macht Sie im Werkzeugbau zu einem weltweit gefragten Partner?

Erich Schmidt: Um unsere Wettbewerbsfähigkeit beständig aufrechtzuerhalten, müssen wir uns im Hochlohnland Deutschland konsequent durch neue Technolo-

gien und Fertigungsverfahren von den Massenherstellern abheben. Neben unserer ausgewiesenen Expertise bei Thermoplast- und Silikonwerkzeugen setzen wir dabei vor allem auf besonders komplexe Montagetechniken, etwa wenn zwei oder mehr verschiedene Teile gespritzt werden müssen, die dann im Werkzeug montiert werden. Bei unseren Thermoplastprodukten bestehen wir hier insbesondere durch

Sonderkühlungslösungen zur Erzielung kurzer Zykluszeiten, die unseren Kunden ein wettbewerbsfähiges Produkt für flexible und zielgerichtete Verwendung der von uns hergestellten Komponenten ermöglichen.

Wirtschaftsforum: Welche technologischen Entwicklungen bestimmen aktuell das Marktgeschehen?

Interview mit



*Erich Schmidt,
Geschäftsführer
der JuHa Kunststoffverarbeitung
GmbH & Co. KG*



Der Unternehmenssitz in
Lüdenscheid

Erich Schmidt: Gerade die Digitalisierung und CT-Vermessung hat zu merklichen Fortschritten bei einer möglichst nahtlosen Auftragsabwicklung geführt: Heute erhalten wir von unseren Auftraggebern 3-D-Modelle der zu fertigenden Komponenten, woraufhin wir das dafür benötigte Werkzeug generieren und es anschließend unserem Kunden vorstellen, bevor schließlich die eigentliche Fertigung ansteht. Dieser gesamte Prozess ist mittlerweile vollkommen papierlos darstellbar, wodurch alle Beteiligten Zeit, Ressourcen und Abstimmungskosten sparen können. Perspektivisch werden sicherlich auch die umfassenden Möglichkeiten des 3-D-Drucks eine große Rolle für unser Unternehmen spielen, da mithilfe dieser Technologie Werkzeuge hergestellt werden können, die sich aus vielen verschiedenen Materialien zugleich zusammensetzen.

Wirtschaftsforum: Wie energieintensiv gestaltet sich dabei Ihre Unternehmenstätigkeit – und welche Nachhaltigkeitsziele haben Sie sich für die Zukunft gesetzt?



Erodiermaschinen im Werk von JuHa

Erich Schmidt: Klar ist: Ohne Heiz- und Kühlaufwand können wir unsere Produkte schlicht nicht fertigen. Beim Thermoplastverfahren wird heiße Schmelze in das kalte Werkzeug gespritzt, während beim Silikon die kalte Schmelze in das warme Werkzeug gelangt. Derzeit werden die Werkzeuge in der Produktion über Heizpatronen auf circa 180 °C erwärmt. Mittlerweile stehen jedoch auch Induktionsheizungen zur Verfügung, die separat eingesetzt werden können. Dadurch ergeben sich gerade bei 2K-Werkzeugen, bei denen eine

thermische Trennung erforderlich ist, zudem neue technologische Möglichkeiten. Von den neuen 3-D-Druck-Verfahren erhoffen wir uns mittel- bis langfristig noch weitere signifikante Einsparmöglichkeiten. Derzeit ergeben sich die größten positiven Effekte auf unsere Nachhaltigkeitsbilanz durch unsere Wärmerückgewinnungsverfahren, in deren Rahmen wir die Abwärme unserer Anlagen nutzbar machen, und die sukzessive Umstellung unserer hydraulischen Maschinen auf elektrische Pendanten. Unsere Erfolge können wir dabei nicht zuletzt durch die uns verliehenen ISO-50001- und ISO-14001-Zertifizierungen nachweisen.

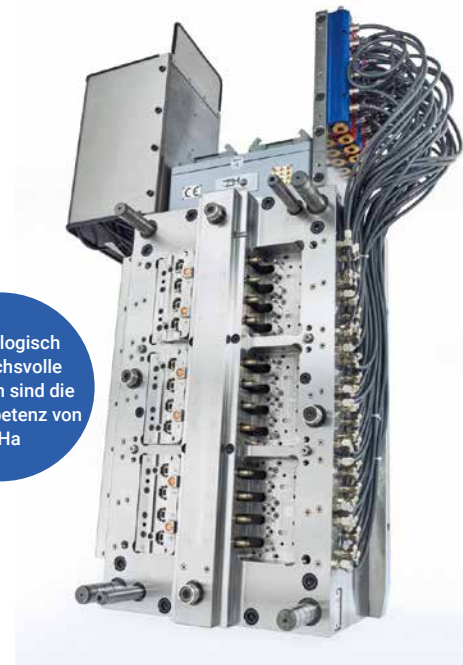
Wirtschaftsforum: Sie selbst engagieren sich mittlerweile seit fast 35 Jahren im Unternehmen. Wodurch ist Ihre Tätigkeit bei JuHa allzeit spannend geblieben?

Erich Schmidt: Bei JuHa können alle Mitarbeiter den gesamten Prozess von der Idee bis zum fertigen Produkt verfolgen, was für



KONTAKTDATEN

JuHa Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG
 Auf dem Schüffel 2
 58513 Lüdenscheid
 Deutschland
 ☎ +49 2351 950850
 📧 +49 2351 950855
 info@juha.de
 www.juha.de



Technologisch anspruchsvolle Lösungen sind die Kernkompetenz von JuHa

technikbegeisterte Menschen natürlich ganz entscheidend für die Freude am Beruf ist. Jeden Tag aufs Neue müssen wir uns den Herausforderungen des Marktes stellen, was uns unablässig fordert. Dabei sind wir stets unverrückbar ein Familienunternehmen geblieben – eine Kombination, die gerade in einem Arbeitnehmermarkt ein wichtiges Erfolgskriterium darstellt.



Die laufende Kunststoffverarbeitung im Werk

Die beste Lösung für ein gutes Klima



airpool

KONTAKTDATEN

airpool Lüftungs- und Wärmesysteme GmbH
Robert-Bosch-Straße 2-6
49401 Damme
Deutschland
☎ +49 5491 97790
✉ +49 5491 977911
info@airpool.de
www.airpool.de

Ob ein Reinraum für Procter & Gamble, ein Produktionswerk für Capri-Sun, ein Logistikzentrum für Adidas oder ein Warenlager für die UNICEF – die airpool Lüftungs- und Wärmesysteme GmbH hat bereits für zahlreiche namhafte Kunden Projekte auf dem Gebiet der Klima- und Lüftungstechnik realisiert. „Wir planen für unsere Kunden optimale Gesamtlösungen, die individuell auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind“, sagt Geschäftsführer Niklas Arkenberg. „Wir sind sehr flexibel

Das richtige Klima für die unterschiedlichsten Herausforderungen zu jeder Jahreszeit: Industrielle Güter wie Lebensmittel oder Rohstoffe brauchen ein optimales Klima und auch Mitarbeiter sind bei angenehmen Temperaturen und guter Luft deutlich leistungsfähiger. Die airpool Lüftungs- und Wärmesysteme GmbH mit Sitz in Damme entwickelt und realisiert Gesamtlösungen für ein optimales Raumklima.

aufgestellt und verfügen über flache Hierarchien. Damit können wir schnell auf unterschiedliche Anforderungen reagieren und den Unternehmen genau das bieten, was sie brauchen.“

Fachspezifische Beratung

Von der effizienten Klimatisierung über die Beheizung bis hin zur Be- und Entlüftung kümmert sich airpool um das Klima in Produktionsräumen, Werkhallen und Großräumen aller Branchen. Die technische Gebäudeausrüstung

im Industriebereich ist das größte Standbein des Familienbetriebes, darüber hinaus gehören die Bereiche Industrie, Gewerbe und Logistik zu den Zielgruppen. „Wir verfügen über das notwendige Know-how, um unsere Kunden fachlich zu beraten und gemeinsam eine energetisch und wirtschaftlich optimale Lösung zu erarbeiten. Dabei steht der Kunde immer im Mittelpunkt“, so Niklas Arkenberg, der letztes Jahr die Geschäftsführung in 2. Generation übernommen hat. „Unsere große

Interview mit



*Niklas Arkenberg,
Geschäftsführer
der airpool Lüftungs- und
Wärmesysteme GmbH*

Stärke sind unsere qualifizierten Mitarbeiter, die kontinuierlich fortgebildet werden und auf dem neuesten Stand der Technik sind. Aus diesem Grund achten wir sehr auf unsere Mitarbeiter, schätzen ihre Arbeit wert und bieten ihnen alle Vorteile eines familienfreundlichen Arbeitgebers.“

Namhafte Referenzen

Die airpool Lüftungs- und Wärmesysteme GmbH feiert im Jahr 2023 ihr 25-jähriges Jubiläum. Von Dipl.-Ing. Theodor Arkenberg



Für das Oral-B-Werk von Procter & Gamble am Standort in Marktheidenfeld hat der Betrieb Be- und Entlüftungsanlagen, inklusive Reinraumtechnik, installiert



Wärme, Lüftung, Kälte – für das Adidas-Logistikzentrum in Rieste hat airpool eine maßgeschneiderte Komplettlösung entwickelt und installiert

1998 in Steinfeld gegründet, zog das Unternehmen 2003 in das eigene Firmengebäude in Damme. Dort beschäftigt airpool etwa 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in jedem neuen Projekt an Erfahrung gewinnen. „Jedes Projekt ist anders, denn jeder Kunde hat ganz unterschiedliche Anforderungen“, erläutert Niklas Arkenberg. „Deshalb planen wir mit unseren Kunden gemeinsam optimale Gesamtlösungen.“ Für das Adidas-Logistikzentrum in Rieste hat das Unternehmen zum Beispiel eine maßgeschneiderte Komplettlösung entwickelt und installiert, vom

vollautomatisierten Lager über die Rechenzentren bis zur Kantine. Der Getränkehersteller Capri-Sun hat für sein neues Werk in Eppelheim ebenfalls auf Klimatechnik von airpool gesetzt. Für das Oral-B-Werk von Procter & Gamble am Standort in Marktheidenfeld hat der Betrieb Be- und Entlüftungsanlagen, inklusive Reinraumtechnik, installiert. Aktuelle Projekte sind unter anderem ein Umschlagzentrum für hochwertige Modeartikel am Leipziger Flughafen sowie ein Reinraum zur Produktion von medizintechnischen Produkten in Mecklenburg-Vorpommern.

Technologischer Wandel

Bei der Planung der Lüftungs- und Klimatechnik berücksichtigt das Unternehmen stets neueste technische Entwicklungen. So spielen unter aktuellen Gesichtspunkten die Energieeffizienz von Anlagen sowie eine alternative Bereitstellung von Kühl- und Wärmeenergie, ohne den Einsatz von fossilen Energieträgern, eine immer größer werdende Rolle. „In den letzten zehn Jahren hat das Thema Lüftungs- und Klimatechnik in Deutschland immer mehr an Bedeutung gewonnen“, bemerkt der Geschäftsführer. „Im Bürosek-

tor steigt der Komfortanspruch, in der Industrie ist eine konstante Luftqualität für die Fertigung von hoher Bedeutung. Außerdem arbeiten wir seit einiger Zeit daran, uns innerhalb der Branchen und innerhalb unseres Leistungsspektrums immer breiter aufzustellen, zum Beispiel mit einer hausinternen Regelungsabteilung oder einer eigenen Kälteabteilung. So ist es das Ziel, unseren Kunden ein maßgeschneidertes Gesamtpaket anbieten zu können.“

SPITZENKLASSE!

Wirtschaftsforum.de gehört zu den

2.500 relevantesten
von über 16 Mio. **Domains**

im SEO Ranking in Deutschland.

(Quelle: XQVI – Stand: Januar 2022)





125 Jahre gelebte Backtradition

Dass das Handwerk seinen Mann nährt, ist eine alte Weisheit. Beim Bäckerhandwerk trifft das im ganz wörtlichen Sinn zu und bei der Bäckerei Johs. Eggers auf eine Familie, die sich diesem Handwerk seit Generationen verschrieben hat. Die Bäckerei bietet, was heute selten geworden ist: Kuchen- und Tortenklassiker nach alter handwerklicher Tradition und die gemütliche Atmosphäre des echten Familienunternehmens.

Wirtschaftsforum: Herr Eggers, die Bäckerei Johs. Eggers blickt auf eine lange Tradition zurück: Sie wurde 1897 gegründet. Wie hat das Unternehmen sich über diesen langen Zeitraum entwickelt und was waren dabei wichtige Meilensteine?

Christoph Eggers: Tatsächlich ist unsere Bäckerei bis heute ein Familienunternehmen: Zwischen der Gründung durch den Bäckermeister Hinrich Eggers und mir als heutigem Inhaber liegen fünf Generationen. Im Mai dieses Jahres konnten wir unser

125-jähriges Jubiläum feiern. Hinrich Eggers startete damals mit einer kleinen Bäckerei und lieferte seine Backwaren mit dem Pferdefuhrwerk aus. Der erste Backofen war ein Steinbackofen mit Fußgrube, der immerhin noch um 1950 in Betrieb war. Seither hat sich natürlich viel geändert. 2018 haben meine Frau und ich das Unternehmen von meinen Eltern übernommen, die aber beide noch mitarbeiten: Mein Vater ist Konditormeister, meine Mutter unterstützt uns im Verkauf. Heute haben wir außer unserem Hauptgeschäft in Moorwege vier Filia-

len. Früher waren wir an EDEKA angeschlossen und hatten einen kleinen EDEKA-Markt, später wechselten wir zu TOP-Kauf, das später von REWE übernommen wurde. Heute betreiben wir einen Nahkauf-Lebensmittelmarkt, in dem wir auch mit unserer Bäckerei ansässig sind und mit dem wir die Versorgung unserer Kunden mit Lebensmitteln im näheren Umkreis abdecken. Wir beschäftigen aktuell 39 Mitarbeiter.

Wirtschaftsforum: Das Bäckerhandwerk sieht sich in Zeiten der SB-Bäckereien, die Backwaren

Interview mit



Christoph Eggers,
Geschäftsführer und
Inhaber
der Bäckerei & Konditorei Johs.
Eggers

Ein Bild aus alten Zeiten. Gut erkennbar ist die 'Fußgrube' vor dem unteren Backofen, die aufrechtes Stehen bei der Arbeit ermöglichte



zum Niedrigpreis verkaufen, einem hohen Konkurrenzdruck ausgesetzt. Wie grenzen Sie sich davon ab und was bieten Sie Ihren Kunden?

Christoph Eggers: Wie das Sprichwort sagt, lebt der Mensch ja nicht vom Brot allein – bei unseren Kunden sind wir vor allem auch für unsere Kuchen, Torten und Sahnstücke beliebt, die wir ganz frisch nach unseren alten, überlieferten Rezepten backen. Mit Teig, dem noch die nötige Zeit zum Ruhen gegeben wird, was das Gebäck dann auch sehr viel bekömmlicher macht. Bei uns wird das Handwerk wirklich noch großgeschrieben, und das schlägt

sich auch in den Zahlen nieder: Fast 25% unseres Umsatzes kommt über Kuchen und Torten zustande. Zudem bin ich Mitglied in einem sogenannten Erfa-Kreis (Erfahrungsaustausch-Kreis). Dort werden unter Kollegen verschiedener Bäckereibetriebe Themen wie zum Beispiel BWA, Verkaufspreise, Produktplatzierung, Sortiment, Neuheiten bei den einzelnen Kollegen sowie Verbesserungsvorschläge bei Arbeitsabläufen besprochen, was sehr hilfreich ist.

Wirtschaftsforum: Hat sich das auch in der Coronazeit fortgesetzt, oder bedeutete Corona einen Einbruch für Ihr Geschäft?

Christoph Eggers: Auch in der Coronazeit sind wir gewachsen. Durch den Nahkauf-Markt konnten wir sogar noch Kunden hinzugewinnen. Dazu beigetragen hat sicherlich auch die Atmosphäre des echten Familienbetriebs: Die Kunden fühlen sich bei uns wohl. Wir sind eben eine klassische Bäckerei und nicht Snack- oder



Café-lastig wie andere, die 80 Sitzplätze und eine Systemgastronomie haben. Davon sind wir glücklicherweise weit entfernt.

Wirtschaftsforum: Kommen wir zu Ihrem Sortiment: Was sind Ihre Highlights, was können Sie besonders gut?

Christoph Eggers: Wir sind eine kleine, feine Bäckerei mit einem im Wortsinn 'klassischen' Angebot: Brot, Brötchen, Kuchen und Torten – alles in bester handwerklicher Tradition und Qualität. Einige besondere 'Renner' gibt es natürlich trotzdem. Bei den Torten sind das die echten Klassiker, wie etwa die typische Lübecker Nusstorte mit Marzipan oder die gute, alte Schwarzwälder Kirschtorte. Beliebt sind auch Ananas-Rum-Torte, Blaubeertorte und Friesentorte. Bei den Kuchen ist der klassische Butterkuchen mit am meisten gefragt. Bei Brot und

Als echte Klassiker sehr beliebt: Lübecker Nusstorte, Schwarzwälder Torte, Sahnestücke und Butterkuchen – hergestellt in bester handwerklicher Tradition aus Teig, dem die nötige Zeit zum Ruhen gegeben wird

Brötchen liegen derzeit Produkte mit Dinkel und Vollkorn im Trend. Was aber immer geht, sind ofenfrische Weizenbrötchen, Schnittbrötchen und Weißbrot.

Wirtschaftsforum: Das Bäckerhandwerk mit seinem hohen Energiebedarf sieht aktuell sicher nicht ganz einfachen Zeiten entgegen. Wie gehen Sie damit um?

Christoph Eggers: Wir haben insofern noch Glück, denn wir haben für unsere Bäckerei einen bis Ende 2023 gedeckelten Gaspreis. Allerdings haben wir schon immer darauf geachtet, Energie zu sparen: die Öfen nur bei Bedarf angestellt und die Heizungen so geregelt, dass nicht unnötig Energie verbraucht wird. Wir möchten jetzt zusätzlich eine PV-Anlage installieren, aus der sich dann auch eine E-Tankstelle für firmeneigene E-Fahrzeuge speisen soll. Es gibt inzwischen auch einen Förderbrief des Zentralverbandes des Bäckerhandwerks: ein Appell an die Politik, der die Verantwortlichen darauf aufmerksam machen soll, dass der geplante Energiepreisdeckel zu spät kommt. Wir fordern den 1. Januar 2023.

Wirtschaftsforum: Ihre Bäckerei gibt es wie gesagt schon

sehr lange; sie hat zwei Weltkriege und Wirtschaftskrisen überlebt. Worin sehen Sie die Gründe für den Erfolg?

Christoph Eggers: Ich denke, das ist zum großen Teil dem Zusammenhalt in unserer Familie geschuldet. Wir haben uns nicht unterkriegen lassen. Außerdem haben wir immer sehr auf Qualität geachtet. Das hat sich durch alle Zeiten hindurch ausgezahlt.

Wirtschaftsforum: Wenn Sie einen Blick nach vorn werfen: Was haben Sie sich vorgenommen?

Christoph Eggers: Energieeffiziente Aufstellung ist wichtig und dass im Geschäft alles rund läuft. Nun heißt es erst einmal gesund durch die Krise zu kommen.



Nichts geht über ofenfrische Brötchen! Für viele der beste Start in den Tag überhaupt



KONTAKTDATEN

Bäckerei & Konditorei Johs. Eggers
Klinkerstraße 89
25436 Moorrege
Deutschland
☎ +49 4122 81168
✉ +49 4122 83463
kontakt@baeckerei-eggers.de
www.baeckerei-eggers.de



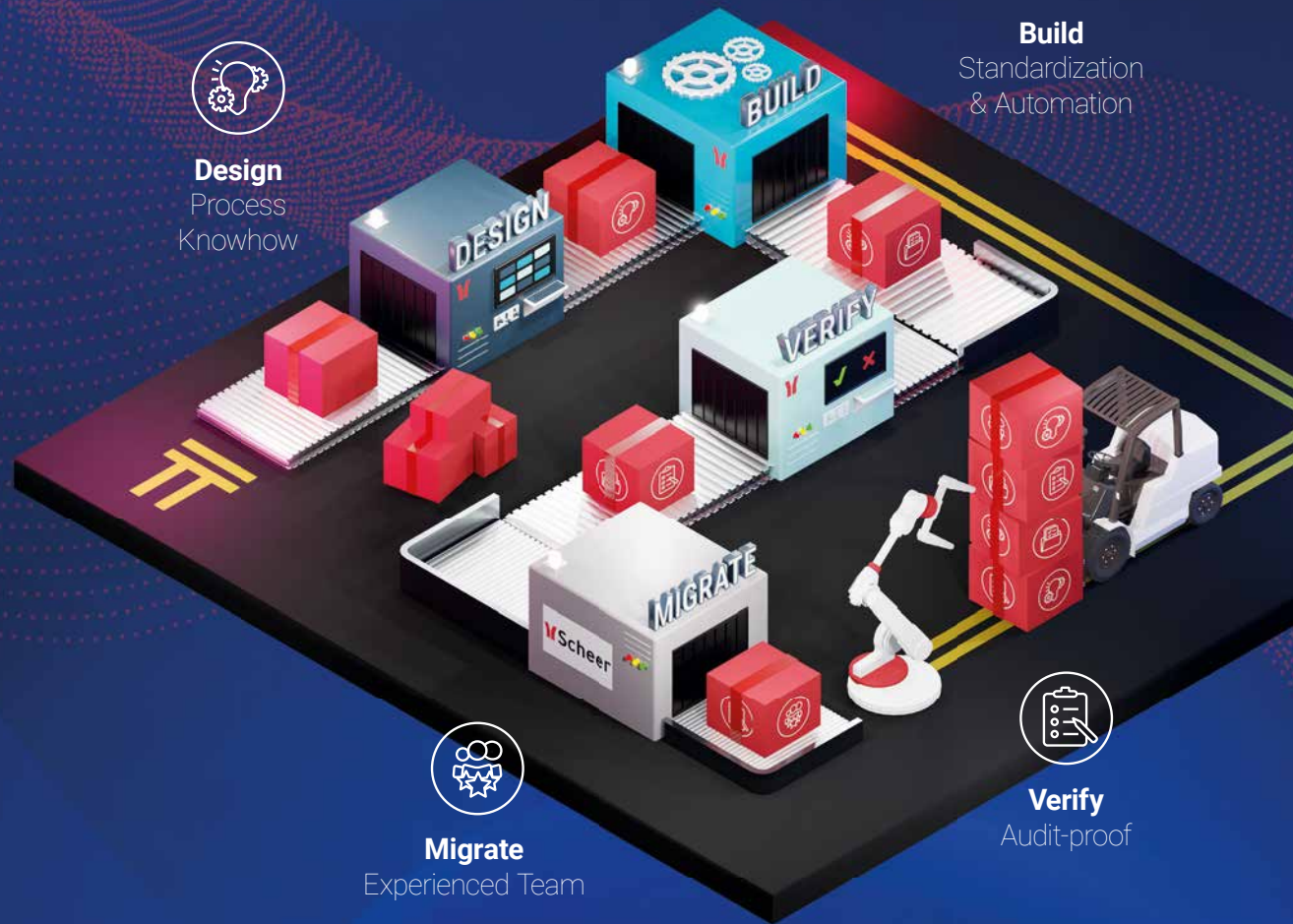
Build

Standardization
& Automation



Design

Process
Knowhow



Migrate

Experienced Team



Verify

Audit-proof

S/4HANA Transformation Factory

Für eine softwarebasierte,
schnelle und sichere SAP
S/4HANA Transformation



Kontakte

Devoteam GmbH
Gutenbergstraße 10
64331 Weiterstadt
Deutschland
☎ +49 6151 8680
info@devoteam.de
de.devoteam.com

Scheer GmbH
Uni-Campus Nord
66123 Saarbrücken
Deutschland
☎ +49 681 967770
info@scheer-group.com
www.scheer-group.com

Sophienklinik GmbH
Bischofsholer Damm 160
30173 Hannover
Deutschland
☎ +49 511 36670
☎ +49 511 3667409
info@sophienklinik.de
www.sophienklinik.de

BALDESSARINI GMBH
Elverdisser Straße 313
32052 Herford
Deutschland
☎ +49 5221 9790
☎ +49 5221 9798772
info@baldessarini.com
www.baldessarini.com

ITandFactory GmbH
Auf der Krautweide 32
65812 Bad Soden am Taunus
Deutschland
☎ +49 6196 934900
☎ +49 6196 9349049
info@ITandFactory.com
www.cadison.com/de

Staco Deutschland GmbH
Erfstraße 19
41238 Mönchengladbach
Deutschland
☎ +49 2166 68760
☎ +49 2166 6876150
info@staco.de
www.staco.de

TPS-Technitube Röhrenwerke GmbH
Julius-Saxler-Straße 7
54550 Daun
Deutschland
☎ +49 6592 7120
service@tpsd.de
www.tps-technitube.com

Wilhelm Knepper GmbH & Co. KG
Bertramstraße 3
59557 Lippstadt
Deutschland
☎ +49 2941 28410
info@knepper-recycling.de
www.knepper-recycling.de

JuHa Kunststoffverarbeitung GmbH &
Co. KG
Auf dem Schüffel 2
58513 Lüdenscheid
Deutschland
☎ +49 2351 950850
☎ +49 2351 950855
info@juha.de
www.juha.de

airpool Lüftungs- und Wärmesysteme
GmbH
Robert-Bosch-Straße 2-6
49401 Damme
Deutschland
☎ +49 5491 97790
☎ +49 5491 977911
info@airpool.de
www.airpool.de

Bäckerei & Konditorei Johs. Eggers
Klinkerstraße 89
25436 Moorrege
Deutschland
☎ +49 4122 81168
☎ +49 4122 83463
kontakt@baeckerei-eggers.de
www.baeckerei-eggers.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

Jeden Monat mehr als

10 Millionen

Einblendungen bei GOOGLE

(Quelle: GOOGLE - Stand: November 22)

