

Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

ePaper

01/2016

INHALTSVERZEICHNIS

SPORT, FREIZEIT, WELLNESS, KULTUR

LEKI Lenhart GmbH

Erfolgsgeschichte mit vier Buchstaben

MASCHINEN-, APPARATE- UND ANLAGENBAU

Novoform tormatic GmbH

Die Lösung liegt im Besonderen –
Abgrenzung durch Innovation

FINANZEN UND VERSICHERUNGEN

PV.A Leasing in Europa GmbH

Mobilien-Leasing mit klar kalkulierten Vorteilen

TELEKOMMUNIKATION UND INFORMATIONSTECHNOLOGIE

travel-BA.Sys GmbH & Co. KG

Success as a Service

Conergos GmbH & Co. KG

Die 'It'-Firma

INNENAUSSTATTUNG, MÖBEL, OBJEKTEINRICHTUNG

03 **Artemide GmbH**

Licht für den Menschen

12

AUTOMOBIL- UND FAHRZEUGINDUSTRIE

Bischoff + Scheck AG

05 Sonderfahrzeuge der Extraklasse

14

TOURISMUS UND GASTGEWERBE

FH Promotions GmbH & Co. KG

07 Ein dynamisches Konzept

15

CONSULTING

hmmh multimediahaus AG

Pioneers in future commerce

09

17

CHEMIE

11

Kuraray Europe GmbH

Werte schaffen für den Kunden

18

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

Redaktion:

Sassestraße 14, 48431 Rheine

Bundesrepublik Deutschland

Tel.: +49 5971 92164-0, Fax: +49 5971 92164-838

info@wirtschaftsforum.de, www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann

Erfolgsgeschichte mit vier Buchstaben

Was haben IKEA und LEKI gemeinsam, mal abgesehen davon, dass sich beide Firmen seit ihrer Gründung in den 1940er-Jahren zu Weltmarktführern entwickelt haben – die eine mit preisgünstigen Einrichtungsgegenständen und die andere mit hochwertigen Stöcken und Handschuhen? Beide Firmennamen geben Auskunft über den Gründer und den Gründungs-ort beziehungsweise Firmensitz: IKEA steht für Ingvar Kamprad, den Bauernhof Elmtaryd und das Dorf Agunnaryd, während LEKI sich aus Lenhart in Kirchheim zusammensetzt. LEKI ist die Erfolgsgeschichte von Karl Lenhart und seinem Sohn Klaus, der zusammen mit seiner Frau Waltraud ein großartiges Unternehmen geschaffen hat.

LEKI ist vielen Outdoor-Enthusiasten vor allem durch seine hochwertigen Nordic-Walking-Stöcke bekannt. Doch das erfolgreiche mittelständische Familienunternehmen bietet auch Stöcke, Handschuhe und Accessoires für zahlreiche weitere beliebte Sportarten, darunter Ski alpin, Trekking, Freeski, Langlauf, Trail Running und Skirollern. Das neueste Pro-

”

Wir sind mit dem Fachhandel großgeworden. Deshalb ist er ein wichtiger Partner für uns für die Weiterentwicklung.

“

duktsegment sind Faltstühle, die seit dem aktuellen Jahr das umfangreiche LEKI-Sortiment ergänzen. Gegründet wurde LEKI im Jahr 1948 durch Karl Lenhart, der als ambitionierter Skifahrer mit den damaligen Skistöcken unzufrieden war. Deshalb begann

er, selbst welche herzustellen – zunächst aus Holz und später aus Aluminium und Verbundmaterialien. 1970 wurden dann die ersten Skistöcke unter dem Namen LEKI auf den Markt gebracht. „Stöcke selber herzustellen, nicht nur als Zulieferer, war eine der wichtigsten Entscheidungen in unseren Firmenhistorie“, sagt Geschäftsführerin Waltraud Lenhart, die das Unternehmen zusammen mit ihrem im Jahr 2012 verstorbenen Mann Klaus zu dem gemacht hat, was es heute ist: dem weltweit führenden Anbieter von Stöcken und Handschuhsystemen.

STETIGE ENTWICKLUNG UND INNOVATION

Bei allen Produktentwicklungen stand neben Qualität und Funktionalität immer die Sicherheit im Vordergrund. So hat LEKI zum Beispiel die ersten Automatikschlaufen vorgestellt, bei denen die Hand automatisch freigegeben werden kann. „Dann waren die Stöcke immer relativ lang, bis wir ein System



Waltraud Lenhart hat LEKI zusammen mit ihrem Mann Klaus zum Weltmarktführer für Stöcke entwickelt

zur Innenverstellung entwickelt haben, sodass die Stöcke zusammengeschoben werden können“, erläutert Waltraud Lenhart. Es folgten viele weitere kleinere und größere Entwicklungen, darunter das innovative Trigger-System, bei dem sich der Griff von der Schlaufe lösen lässt. „Man sagte einmal zu meinem Mann: ‘Sie sind nie zufrieden‘“, so Waltraud Lenhart. „Das stimmte nicht. Er war schon zufrieden, aber wenn etwas verbessert werden konnte, dann hat er es gemacht.“ Klaus Lenhart war in der Branche als herausragender

Unternehmer und leidenschaftlicher Erfinder bekannt – als Mann mit einer klaren Vision: der Entwicklung von LEKI zum Markt- und Technologieführer für Stöcke und Handschuhe. Diese Vision hat er klar erreicht: mit hochwertigen Produkten, die Sicherheit, Funktionalität, Komfort und attraktives Design in idealer Weise kombinieren. Hierfür stehen mehr als 250 Patente, die LEKI im Laufe seiner Firmengeschichte entwickelt hat – so viele wie kaum ein anderer Branchenvertreter.



»»» Interview mit Waltraud Lenhart, Geschäftsführerin der LEKI Lenhart GmbH

LEKI

LEKI Lenhart GmbH
Karl-Arnold-Straße 30
73230 Kirchheim unter Teck
Deutschland

+49 7021 9400-0

+49 7021 9400-96

service@leki.de

www.leki.de



Die neuen faltstühle im Sortiment vereinen geringes Gewicht und hohe Funktionalität und Sicherheit

MODERNE PRODUKTION IN TSschechien

Die Produktion der Stöcke, Handschuhe und aller übrigen Erzeugnisse erfolgt komplett in Tschechien. „Wir sind bereits seit dem Jahr 2000 in Tschechien“, erklärt Waltraud Lenhart. „Das Unternehmen entwickelte sich sehr erfolgreich, und wir hatten Platznot. So haben wir dort eine mo-

vielmehr gibt. „Es kommt darauf an, den richtigen Mix aus stationärem Vertrieb und Onlinehandel zu finden“, sagt Waltraud Lenhart. „Hier muss man sich ständig anpassen. Der Einzelhandel wird jedoch eine feste Größe bleiben. Nur hier lassen sich echte Erlebniswelten schaffen, in denen der Kunde den Stock oder den Handschuh direkt ausprobieren kann.“ Der LEKI-Onlineshop wurde dabei zusammen mit dem Fachhandel

auf Partnerschaft, Zuverlässigkeit und eine gesunde, gemeinsame Entwicklung.“

ERFOLGREICHER MARKETING-MIX

Auch in Sachen Kommunikation setzt LEKI auf einen Mix aus Print, direktem Kundenkontakt und sozialen Medien. Außerdem ist man auf den Leitmesse der Branche, der ISPO in München oder der Outdoor in Friedrichshafen präsent. Das Hauptgeschäft von LEKI sind Stöcke, die mit Ausnahme von wenigen Teilen, wie zum Beispiel Carbon-Rohren, komplett im eigenen Hause gefertigt werden. Weitere wichtige Produktsegmente sind Handschuhe und die neuen faltstühle, die sich aus einer Kernkompetenz des Unternehmens entwickelt haben. „Stöcke werden auch gefaltet“, erklärt Waltraud Lenhart. Die neuen Alu-Faltstühle zeichnen sich durch ihr geringes Gewicht bei hoher Stabilität und Sicherheit aus. Es gibt sie in zwei Varianten: als LEKI Chiller, dem

Kleinen, und LEKI Breeze, dem ganz Kleinen. „Die faltstühle sind eine wunderbare Ergänzung und auf große Resonanz gestoßen“, so Waltraud Lenhart. „Wir arbeiten ständig daran, unseren Produktmix zu erweitern und zu verbessern.“ Der Exportanteil von LEKI liegt bei 50%. Die wichtigsten Auslandsmärkte sind Europa, Asien und Amerika. Der weltweite Erfolg des Unternehmens ist neben hoher Produktqualität vor allem auf die gradlinige Philosophie von Klaus Lenhart zurückzuführen, der nie etwas versprochen hat, das er nicht halten konnte. „Es war nie unser Ziel, ganz groß zu werden, sondern immer ordentliche Arbeit abzuliefern“, sagt Waltraud Lenhart. „Und dies wird auch so bleiben, wenn wir die Firma an die nächste Generation weitergeben.“

”

Es war nie unser Ziel, ganz groß zu werden, sondern immer ordentliche Arbeit abzuliefern.

“

derne Fertigungsstätte errichtet.“ Zusammen mit der Produktion in Tschechien beschäftigt LEKI etwa 300 Mitarbeiter. Neben dem Vertrieb über den stationären Handel betreibt das Unternehmen einen Onlineshop, in dem es neben allen LEKI-Produkten auch Beratung in Sachen richtige Stocklänge und Handschuhgröße sowie Infos zu Produktpflege, Bestellstatus und

gestaltet. Dieser liefert auch die dort bestellten Waren. „Den Fachhandel zu stärken ist uns wichtig“, erklärt Waltraud Lenhart. „Wir sind mit dem Fachhandel groß geworden. Deshalb ist er ein wichtiger Partner für uns für die Weiterentwicklung. Wir legen großen Wert

Kerngeschäft von LEKI sind hochwertige Stöcke für Nordic Walking, Ski alpin und zahlreiche weitere Sportarten





Die Lösung liegt im Besonderen – Abgrenzung durch Innovation



Mit ihren innovativen Produkten wird sich tormatic von den Wettbewerbern abheben

Novoform tormatic GmbH

Oberste-Wilms-Str. 15a
44309 Dortmund
Deutschland

+49 231 56602-0

+49 231 56602-23

info@tormatic.de

www.tormatic.de

Die Hersteller von Antriebs- und Steuerungstechnik für die Torautomatisierung sehen sich einem stark umkämpften Markt gegenüber. „Um sich von der Masse der Anbieter abzuheben und nicht in der Durchschnittlichkeit zu verharren, gilt es, gegenwärtige wie zukünftige Anforderungen aufzuspüren, Ideen zu entwickeln und Visionen in Abhängigkeit ihrer vertriebstechnischen Perspektive zu realisieren“, so Michael Glanz, Geschäftsführer der Novoform tormatic GmbH. Vor diesem Hintergrund setzt das Unternehmen auf eine umfassende Erneuerung und Umstrukturierung. Nach einer intensiven und arbeitsreichen Planungsphase präsentiert sich Novoform tormatic zukünftig mit neuer Strategie und neuem Produktportfolio.

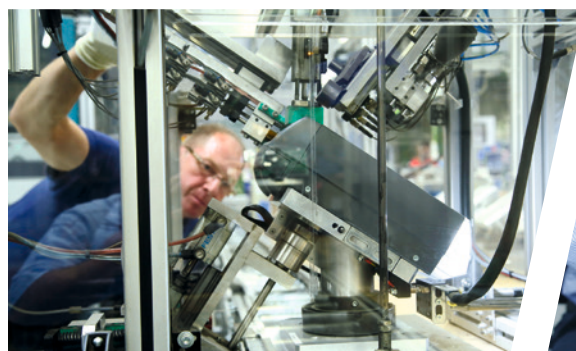
Der Grundstein des Unternehmens wird 1960 mit der Gründung der Düppe KG in Essen gelegt. Nach der Übernahme durch Dorma wird tormatic im Jahr 2000 eine eigenständige GmbH mit Sitz in Dortmund. 2004 erfolgt die Umfirmierung in die Novoform tormatic GmbH. Das Unternehmen gehört nun zur Novoform-Gruppe, die wiederum seit 2003 Teil des japanischen Konzerns Sanwa Shutter ist und einen Jahresumsatz von 2,62 Milliarden EUR erwirtschaftet. In der Folge konzentrierte sich Novoform tormatic zunächst auf die Entwicklung, Produktion und

den Vertrieb von Antriebstechnik für den privaten Bereich. 2010 wurde die Steuerungstechnik für den industriellen Geschäftsbereich eingegliedert.

DER GANZHEITLICHE WANDEL

Nach einer knapp zweijährigen Planungs- und Entwicklungsphase ist es Novoform tormatic mit Un-

terstützung der Novoform-Gruppe gelungen, das Unternehmen bereichsübergreifend neu zu positionieren. Neben Produktinnovationen



Teamarbeit ist die Basis des Erfolgs ...



... ebenso wie motivierte Mitarbeiter

»» Interview mit Michael Glanz, Geschäftsführer, und Michael Hamacher, Leitung Marketing und Vertrieb der Novoferm tormatic GmbH

wurden sowohl die Unternehmenskultur als auch die gesamte kommunikative Ausrichtung, so etwa Brand und die Website, strategisch angepasst.

„Unser Slogan ‘Pure Drive’ steht für unsere engagierte Haltung und unseren unermüdlichen Antrieb. Der schwarze Panther symbolisiert als Markenbotschafter die Kraft, Dynamik und Ästhetik unserer Produkte“, so Michael Glanz, der hauptverantwortlich für die Einführung der strategischen Neuausrichtung ist. Wie selbstverständlich fügt sich der für das kommende Jahr geplante Umzug in ein neues Gebäude mit Social Points für die Mitarbeiter in die Kette des ganzheitlichen Wandels. Erste Erfolge des neuen Konzepts markiert die Auszeichnung mit dem TOP-100-Siegel im Juni dieses Jahres.

WEG VOM ‘GOOD-ENOUGH’ UND ‘ME-TOO’-PRODUKT

In Bezug auf das neue Portfolio, das noch vor der Einführung steht, hält sich der Geschäftsführer zurück. Nur so viel: Die neue Produktfamilie bewegt sich mit außer-

gewöhnlichen Designaspekten auf höchstem technologischem Niveau im Premiumsegment. Rund um den Garagentorantrieb rücken Bedienelemente im Zusammenspiel mit Trendsettern wie App-gesteuerte Systeme und cloud-orientierte Lösungen in den Fokus.

”

‘Pure Drive’ steht für unsere engagierte Haltung und unseren unermüdlichen Antrieb.

„Wir haben uns im Bereich Residential in der Vergangenheit umfassend und erfolgreich aufgestellt. Aber im Standardbereich konnte man aufgrund der großen Konkurrenz kaum mehr Marge erzielen. Um Wachstum zu erreichen, suchten wir nach Lösungen, die besonders sind“, erläutert Michael Hamacher, Leitung Marketing und Vertrieb, den Handlungsbedarf.

ZIELGRUPPE UND VERTRIEBSKANÄLE

Die Zielgruppe der neuen Produktstrategie sollen ausgewählte,

exklusive Partner und – wie die Produkte selbst – Trendsetter sein. Digitale, aber auch klassische Kanäle, wie etwa Messeauftritte, werden eine wesentliche Werbeplattform nicht nur im Rahmen des Produktlaunches und einer anstehenden Kampagne darstel-

“

len. Verstärkt sollen auch die internationalen Märkte angesprochen werden. „Interessant sind Middle East, der amerikanische, arabische und der asiatische Markt“, gibt Michael Glanz Auskunft.

EINE SCHLAGKRÄFTIGE EINHEIT

„Die Neupositionierung des Unternehmens war für alle ein harter Weg, der ein hohes Maß an Miteinander erforderte“, berichtet Michael Glanz und hebt die hoch motivierte Mitarbeiterschaft, die gezielt in alle Planungen und Entwicklungen mit einbezogen wurde,

hervor. Hierzu Michael Hamacher: „Man kann sich kaum mehr Motivation und Identifikation mit dem Unternehmen seitens der Mitarbeiter vorstellen“.

AUSBLICK

‘Pure Drive’ – Michael Glanz und Michael Hamacher verkörpern die Werbepotschaft in Personalunion und sind um die Formulierung weiterer Ziele nicht verlegen. Stetiges Wachstum und die damit einhergehende Sicherung der Arbeitsplätze werden in diesem Zusammenhang genannt. Von den neuen Premiumprodukten verspricht sich das Unternehmen bis 2020 eine Umsatzsteigerung von 30%. „Die Bedienung der Produkte wird im Sinne des Kundennutzens auch weiterhin eine zentrale Rolle im Entwicklungsprozess spielen“, so Michael Glanz. Ein zunehmend optimiertes Produktportfolio unter gleichwertiger Einbringung der Elemente Mobility, Internet of Things, Design, Komfort und Sicherheit soll weiterhin vorangetrieben werden. |



Innovative Lösungen werden entwickelt und geprüft



Neue Lösungen erfordern eine genaue Planung



Bei Novoferm tormatic zählt das Miteinander



Die Geschäftsführung: Gunter Neumann
und Markus Kusterer

Mobilien-Leasing mit klar kalkulierten Vorteilen

Für gewerbliche Kunden bietet das Mobilien-Leasing entscheidende Vorteile, unter anderem eine höhere Liquiditätsrate und die Möglichkeit, steuerliche Vorteile zu nutzen. Die PV.A Leasing in Europa GmbH mit Sitz in Pforzheim, Deutschland, macht ihren Kunden diese Vorteile zugänglich und genießt vor allem im Exklusiv-Fahrzeug-Segment weitreichende Anerkennung. Das mittelständische Unternehmen ist nicht an Banken und Hersteller gebunden und ist spezialisiert auf das Leasing für mobile Investitionsgüter wie Neu- und Gebrauchtwagen, Photovoltaikanlagen, Medizintechnik, Oldtimer, Yachten und Flugzeuge.



Mit PV.A Leasing auf dem neuesten Stand der
Medizintechnik: Leasing macht die medizintechnische Entwicklung bezahlbar

Bereits seit 1995 bietet die von Markus Kusterer gegründete Pforzheimer Leasinggesellschaft schnelle, unbürokratische und zuverlässige Finanzabwicklungen für mobile Investitionsgüter. Die Umbenennung in PV.A Leasing erfolgte 2007, als Gunter Neumann als Partner mit 35% Beteiligung eintrat. „Zu dieser Zeit verfügte ich bereits über einen soliden Kundenstamm“, betont Geschäftsführer

„Gerade wenn es um exklusive Fahrzeuge oder hochwertige Oldtimer geht, ist die persönliche Beratung immens wichtig. Unsere Kunden wissen, was sie an uns haben.“

rer Markus Kusterer. „Gunter Neumann brachte eigene Kunden von seiner früheren Gesellschaft mit, für die er hochwertige Fahrzeuge akquiriert hatte.“ Die Zusammenarbeit der beiden Vertriebs- und Leasingspezialisten erwies sich als außerordentlich fruchtbar. Beliefen sich die Umsätze im ersten Jahr noch auf sechs Millionen EUR, hatte sich diese Zahl ein Jahr später bereits verdoppelt. Heute liegt

der Umsatz bei beeindruckenden 40 Millionen EUR. Seit Anfang 2008 wurden auch Technologien aus dem Bereich erneuerbarer Energien, insbesondere Photovoltaikanlagen, finanziert. „Wir waren die ersten, die in diesem Bereich Leasing- und Finanzdienstleistungen anbieten und Alleinstellungsmerkmale erzielen konnten“, erläutert Markus Kusterer.

»»» Interview mit Markus Kusterer, Geschäftsführer der PV.A Leasing in Europa GmbH



Jahrzehntelange Erfahrung im Exklusiv-Fahrzeug-Leasing macht die PV.A Leasing zu einem zuverlässigen Partner für individuelle Lösungen



PV.A Leasing in Europa GmbH

Freiburger Straße 7
75179 Pforzheim
Deutschland

☎ +49 7231 586979-0

📠 +49 7231 586979-29

✉ info@pvaleasing.de

🌐 www.pvaleasing.de

„Zwischenzeitlich gab es politische Veränderungen, aber durch die neuen Eigenverbrauchsregelungen nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz rechnen sich Neuanlagen wieder. Wir setzen das komplexe Photovoltaik-Geschäft erfolgreich fort und können Lösungen ohne Grundschuld und Eigenkapital anbieten, da der Eigenverbrauchs-nutzen größer ist als die von uns geforderte Rate.“

SEHR PERSÖNLICHES BUSINESS

Markus Kusterers Passion ist nach wie vor der Vertrieb, insbesondere im Fahrzeug- und Medizintechnik-Bereich. „Gerade wenn es um exklusive Fahrzeuge oder hochwertige Oldtimer geht, ist die persönliche Beratung immens wichtig“, fügt er hinzu. „Der überwiegende Teil unserer langjährigen Kunden ist uns seit vielen Jahren treu, und auch die Entwicklung bei den Neukunden ist ausgesprochen positiv. Unsere Kunden wissen, was sie an uns haben.“ Dank ihrer

langjährigen Branchenerfahrung im exklusiven Fahrzeug-Segment verfügt PV.A Leasing über Kontakte zu allen namhaften Herstellern und Händlern und ist in der Lage, fast jedes Fahrzeug kurzfristig anzubieten. Das Gleiche gilt für Oldtimer und Motorräder, vor allem für die Kultmarke Harley Davidson, die zu Top-Konditionen vermittelt werden kann. Im Bereich Medizintechnik ermöglicht PV.A Leasing seinen Kunden auf dem neuesten Stand zu bleiben und sich dabei

„ Unser Ziel ist es, in den Bereichen Medizintechnik und Photovoltaik eine ähnlich erfolgreiche Entwicklung zu verwirklichen wie im exklusiven Fahrzeug-Bereich. “

die nötige Handlungsfreiheit zu sichern. Für die Finanzierung von Geräten aller namhaften Hersteller und Händler steht die Möglichkeit einer Gesamtfinanzierung mit den Vorteilen eines Leasingvertrages zur Verfügung: ohne Vorfinanzierung der Mehrwertsteuer und

mit allen sonstigen steuerlichen Vorteilen.

INVESTITION IN PHOTOVOLTAIK

Leasing-Verträge für Photovoltaik-Anlagen ermöglichen die Investition in die Photovoltaik zum Beispiel als renditestarke Anlageform, Altersvorsorge oder zukunftssicheres Segment der regenerativen Energien. PV.A Leasing bietet Lösungen ohne Eigenkapital und Anzahlung, die sich bei entsprechender Wirt-

nimmt, wird der eigene Finanzierungsrahmen nicht belastet und die Kosten können zu 100% als Betriebsausgaben von der Steuer abgesetzt werden. Zudem muss das Leasinggut stets durch den Leasinggeber aktiviert und somit auch abgeschrieben werden, sodass Bilanzneutralität und höhere Liquidität gewährleistet bleiben. Als bewährter Mobilien-Leasing-Spezialist erwartet die PV.A Leasing eine weitere dynamische Entwicklung, insbesondere da die Nachfrage gerade im Exklusiv-Fahrzeug-Segment enorm ist. „Unser Ziel ist es, in den Bereichen Medizintechnik und Photovoltaik eine ähnlich erfolgreiche Entwicklung zu verwirklichen wie im exklusiven Fahrzeug-Bereich“, betont Markus Kusterer. „Um dieses Ziel zu verwirklichen, werben wir unter anderem in einschlägigen Fachzeitschriften, im Internet und auf Messen wie der IAA, der Techno Classica, dem Deutschen-Roten-Kreuz-Symposium.“

schaftlichkeit bereits nach zwölf Jahren amortisieren.

MOBILIEN-LEASING MIT ZUKUNFT

Da beim Leasing der Leasinggeber die Erstfinanzierung über-



Success as a Service

Deutschland ist Reiseland. Nie war die Tourismusbranche so vielfältig und ausgelastet wie heute: Egal, ob sanfter oder Individualtourismus, Erlebnisreise oder Pauschalurlaub, jedes Jahr zieht es viele Millionen Reisende nach nah und fern. Um in der Fülle des Angebots Kundenwünsche optimal bedienen zu können, braucht es von Seiten der Reisedienstleister fehlerfreie Organisation sowie effiziente Kommunikation, Planung und Buchhaltung. Dank speziell zugeschnittener IT-Lösungen der travel-BA.Sys GmbH & Co. KG aus dem nordrhein-westfälischen Mülheim lassen sich noch die komplexesten Prozesse spielend leicht abwickeln. Das riesige Anwendungspotential hat bereits 1.200 hochzufriedene Kunden überzeugt.

Schon 1980 bot das 1972 gegründete Unternehmen als Teil der Stinnes-Gruppe das erste integrierte Buchungssystem für die Reisebranche an. Nach dem Verkauf des Unternehmens 1999 an TUI und Rewe und der Umbenennung in travelbasys setzte das Unternehmen zum Aufstieg auf internationale Ebene an: „2004 gewannen wir den ersten Kunden im Vereinigten Königreich. Nach einem Rebranding 2010 setzten

wir verstärkt auf neue Ideen und gewannen einen Innovationspreis der Software AG“, erklärt der Geschäftsführer, Dipl.-Kfm. Eyk Pfeiffer, der seine Karriere in der Hotellerie/Gastronomie startete, ehe sich weitere Stationen in den Bereichen IT und Controlling anschlossen. Über zehn Jahre Erfahrung mit GDS-Systemen lassen ihn genau wissen, wovon er spricht, „Unsere Branchensoftware liegt in der Schnittstelle von IT, Touristik

und Buchhaltung. Aus allen drei Bereichen haben wir entsprechend erfahrene Fachkräfte, deren Fachkenntnisse voll und ganz in unsere Produkte einfließen.“

'RBS NOW': EIGENS FÜR DIE TOURISTIK ENTWICKELT

Die Basisplattform RBS ('Reisebuchhaltungssystem') besteht aus miteinander kompatiblen Modulen, die alle gängigen, branchenspe-

zifischen Anwendungsbereiche abdecken. Das von travelbasys selbst entwickelte, teilweise SAP-basierte Modul 'RBS now' etwa ermöglicht durch die Integration von Buchhaltungsdaten in automatisierte Prozesse deutlich schnellere, übersichtlichere Abläufe, was die Produktivität spürbar erhöht. „In 'RBS now' haben wir die Geschäftslogik der Touristik abgebildet.



Halten das Unternehmen auf Erfolgskurs: die beiden Geschäftsführer Eyk Pfeiffer und Ingo Brandes (v. l.)

„Einen Buchhaltungswechsel macht man nicht einfach mal so nebenbei, idealerweise erfolgt das zum Jahresende. 12 bis 36 Monate dauert es in der Regel vom ersten Kundenkontakt bis zur Umsetzung.“



Die 'It'-Firma

Kommunale Energie- und Wasserversorger sind heute fast immer bundesweit tätigen Energieversorgungsunternehmen angeschlossen. In Unternehmensgruppen dieser Größenordnung, in denen unzählige Prozesse parallel laufen und aufeinander abgestimmt werden müssen, ist ein perfektes IT-Management unerlässlich. Die Conergos GmbH & Co. KG ist ein ausgezeichnetes Beispiel dafür, wie aus einem externen IT-Dienstleister der Thüga-Gruppe, einem der größten Energieversorger Deutschlands, ein äußerst erfolgreich operierendes Partnerunternehmen wurde.

„Seit 2005 haben in der Energieversorger-Branche im Rahmen der Digitalisierung etliche strukturelle Umbauten stattgefunden, was IT und Services betrifft“, sagt Georg Lessak, Geschäftsführer der Conergos GmbH & Co. KG. „Ein Jahr später haben wir Conergos gegründet. Wir waren damals mit Services und Dienstleistungen für den IT-Bereich der Thüga AG beauftragt – die Idee hinter unserer Gründung war, diesen mit einer eigenen Organisation auf eine stabile Basis zu stellen. Uns beschäftigten dabei Themen wie Unternehmens-, Personal- und Organisationsentwicklung. Die internen IT-Strukturen dafür mussten wir erst schaffen, und das ging

nicht von heute auf morgen.“ Die Umsetzung glückte jedoch nahtlos: Das Unternehmen beschäftigt 75 Mitarbeiter und bündelt seither das IT-Management von 40 der 100 zur Thüga AG gehörenden Energieversorgungsfirmen.

„ Mit Stolz kann ich behaupten, dass unser Template-Modell das einzig funktionierende in Deutschland ist. “

In den Geschäftsbereichen Anforderungsmanagement, Projektmanagement und SLA-Umsetzung werden maßgeschneiderte Lösungen sowohl für die Unternehmen

der Gruppe wie auch für einige externe Firmen, vor allem kleinere und mittlere Energieversorger, angeboten. „Über 1.000 Marktpartner müssen miteinander kommunizieren. Da müssen wir als IT-Dienstleister für Energieversorger sehr komplexe Geschäftsprozesse abbilden“, führt Georg Lessak aus.

GANZHEITLICHER ANSATZ

Für den Geschäftsführer basiert der Unternehmenserfolg vor allem auf der langjährigen vertrauensvollen Geschäftsbeziehung mit der Thüga-Gruppe. Bei der Zusammenarbeit mit den verschiedenen Unternehmen verfolgt Conergos einen ganzheitlichen Ansatz: „Wir



Conergos GmbH & Co. KG

Nymphenburger Straße 39
80335 München
Deutschland

☎ +49 89 38197-5100

☎ +49 89 38197-5199

✉ info@conergos.de

🌐 www.conergos.de

führen IT-Systeme ein, entwickeln, betreiben und betreuen sie gemeinsam mit unseren Kunden. Es gibt da viele Synergien; auch das ist eine Voraussetzung für unseren Erfolg. So kann ich beispielsweise von unserem Template-Modell mit Stolz behaupten, dass es das einzig funktionierende in Deutschland ist.“

IT IS IT

Für die Zukunft erwartet der Geschäftsführer größere Veränderungen für die Branche: „Digitalisierung, Energiewende und die Forderung nach Nachhaltigkeit werden dafür sorgen, dass viele heute noch unabhängige Unternehmen ihre Aufstellungen und Arbeitsteiligkeit überprüfen müssen. Der Markt erfordert Veränderungen, von denen viele nur über qualitativ hochwertige IT-Lösungen zu bewältigen sein werden.“



Conergos bietet maßgeschneiderte IT-Lösungen für Energieversorgungsunternehmen an



Interview mit Frank Busch, Vertriebsleiter der Artemide GmbH

Licht für den Menschen

Nach einer Studie (BBE Handelsberatung/Marketmedia24) geben die Deutschen immer mehr Geld für die Wohnraumbeleuchtung aus: pro Kopf 9,66 EUR im Jahr 2014 gegenüber 8,43 EUR im Jahr 2010. Das Marktvolumen für Leuchten und Lampen könnte bis 2020 auf 2,36 Millionen EUR ansteigen, nicht zuletzt dank technologischer Neuerungen. Aber Licht ist nicht allein Technik, Leuchten sollen auch ästhetisch ansprechen. Ein Vorreiter in der Kombination von technologischer Innovation und modernem Design ist der italienische Leuchtenproduzent Artemide, dessen deutsche Vertriebstochter im nordrhein-westfälischen Fröndenberg/Ruhr bei Unna sitzt.



„Wir machen Licht für Menschen und wollen dem Kunden stets die bestmögliche Lösung bieten. Dabei sind wir designorientiert“, sagt Frank Busch, Vertriebsleiter der Artemide GmbH. Die Firmenphilosophie ist simpel: Die Produktentwicklung ist konsequent auf das Design im Einklang mit modernster Technologie ausgerichtet und lebt von der Innovationskraft, die auch der Firmengründer vorlebt.

„Es gibt dabei auch keine Einschränkungen“, sagt Frank Busch. „Jedes Jahr werden rund 30 neue Produkte geschaffen, darunter auch viele Designstudien, von de-

„ Wir machen Licht für Menschen und wollen dem Kunden stets die bestmögliche Lösung bieten. “

Das Projektgeschäft mit Beleuchtung für Hotels, Bürogebäude, Shops und Outdoor macht die Hälfte des Umsatzes aus

nen nicht alle in Fertigung gehen.“ Die Unternehmensphilosophie ‘The Human Light’ stellt die Kompetenz von Artemide in den Dienst des Menschen und erfüllt sein Bedürfnis nach Flexibilität und Anpassungsfähigkeit, optimaler Lichtleistung und minimalem Ressourcenverbrauch.

EIGENE FORSCHUNG

Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal von Artemide ist die hohe Qualität, die nur dank ausgereifter technologischer Kompetenz und durch den Einsatz hochwertiger Materialien zu erreichen ist. Das Produktportfolio weist einen zunehmend größeren Anteil an LED-Leuchtmitteln auf. In technischen Bereichen habe jedoch die Leuchtstoffröhre noch immer ihre Daseinsberechtigung. Neben den generellen Vorteilen der LED wie Energieeffizienz, Lebensdauer und Kompaktheit werde auch die Lichtqualität der LED immer besser, so Frank Busch. Artemide betreibt ein eigenes Produktionswerk mit Forschungseinrichtungen bei Mailand sowie eine eigene Glasfabrik

bei Venedig. Beide Werke verfügen über eine extrem große Fertigungstiefe. Weitere Produktionsstätten befinden sich in Ungarn, Frankreich und Kanada.

KUNDENSPEZIFISCHE LEUCHTEN

Das Produktportfolio gliedert sich in drei Bereiche: Design, Architectural und Outdoor. „Neben der breiten Palette an Standardprodukten bieten wir auch kundenspezifische Leuchten an, die gemeinsam mit Architekten oder Innendesignern kreiert werden und mehr als 15% vom Umsatz ausmachen“, erklärt Frank Busch. Der 83-jährige Gründer und Inhaber, Prof. Ing. Ernesto Gismondi, und seine Frau sind nach wie vor als Designer tätig; ansonsten kooperiert Artemide mit renommierten externen Architekten und Designern. Seit der Firmengründung im Jahre 1960 entstanden so wahre Leuchten-Ikonen in zeitlosem Design: Alfa (1960), Eclisse (1967), die Tischleuchten Tizio (1972) und Tolomeo (1987).



»»» Interview mit Frank Busch, Vertriebsleiter der Artemide GmbH



Firmengründer Ernesto Gismondi kreiert noch selbst

globales Vertriebsnetz

Ernesto Gismondi, ein technikbegeisterter Luft- und Raumfahrt-Ingenieur, gründet im Jahr 1960 die italienische Artemide SpA in Mailand. Die erste Leuchte ist das heute noch erhältliche Modell Alfa. Das Design und vor allem die verwendeten Materialien sind damals vollkommen neu: tiefgezogenes Glas verbunden mit einem Edelstahlstab und einem Marmorfuß. Die deutsche Vertriebstochter Artemide GmbH wird 1986 in Düsseldorf gegründet, 1998 aber nach Fröndenberg/Ruhr verlegt, nachdem die Artemide-Gruppe dort das Unternehmen DZ Licht übernimmt. In Frankfurt am Main unterhält das Unternehmen einen Showroom und in München ein Büro und ist mit einem weltweiten Vertriebsnetz einer der echten

Global Player in seinem Segment. Alleingesellschafter und Präsident der Gruppe ist Firmengründer Ernesto Gismondi; Frank Busch, seit mittlerweile elf Jahren bei Artemide, ist als Vertriebsleiter für Deutschland verantwortlich.

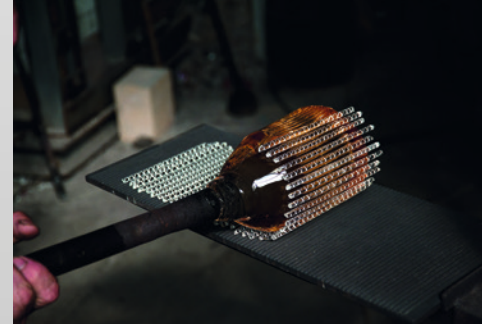
Einzel- und Großhandel

Artemide Deutschland beschäftigt 42 Mitarbeiter und macht einen Umsatz zwischen 20 und 30 Millionen EUR. Insbesondere in den vergangenen zehn Jahren ist die

Artemide®

Artemide GmbH
Hans-Böckler-Straße 2
58730 Fröndenberg
Deutschland

☎ +49 2373 975-0
☎ +49 2373 975-209
✉ info@artemide.de
🌐 www.artemide.de



Die Artemide-Gruppe betreibt fünf Produktionsstätten in vier Ländern

den auch teils das Projektgeschäft mit Beleuchtung für Hotels, Bürogebäude, Shops und Autohäuser abgewickelt wird. Mit dem über den Einzelhandel vertriebenen Produktbereich 'Design Home' ist Artemide Marktführer in Deutschland, beim Projektgeschäft sind die Marktanteile eher gering, machen aber 50% vom Umsatz aus.

Trainee-Programm

Fürs Marketing nutzt Artemide Messeauftritte (light+building,

in lokalen Trainings in der Artemide-Philosophie geschult, denn „wir wollen unsere Kompetenz auch an unsere Partner weitergeben“, sagt Frank Busch. Zur Ausbildung des Vertriebsnachwuchses hat Artemide als Maßnahme gegen den Fachkräftemangel gemeinsam mit den Firmen Carpet Concept und Dornbracht ein Trainee-Programm aus der Taufe gehoben. |

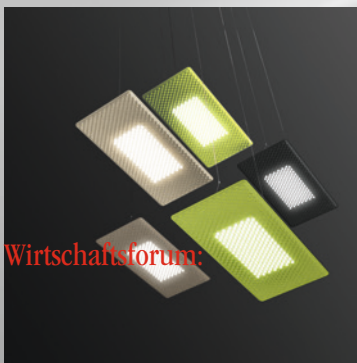
”

Wir wollen unsere Kompetenz auch an unsere Partner weitergeben.

“

Entwicklung positiv. Der Absatz erfolgt je zur Hälfte über den Fach-einzel- und Fachgroßhandel, über

Euroluce, Orgatec, Euroshop) und Werbung in Fachmedien. Planer, Architekten und Händler werden



Wirtschaftsforum:



In seiner 55-jährigen Firmengeschichte hat Artemide wahre Ikonen als Leuchten erschaffen: Das Modell Alfa (Mitte) war die erste Leuchte nach der Firmengründung

Sonderfahrzeuge der Extraklasse

Auch die Entwickler und Hersteller von Sonderfahrzeugen sehen sich zunehmend hohen Marktanforderungen gegenüber. Qualität allein reicht längst nicht mehr aus. Vielseitigkeit, Funktionalität und modernes Design im Zusammenspiel mit höchster technischer Ausstattung sind in den unterschiedlichsten Branchen mehr denn je gefragt. Die Bischoff + Scheck AG mit Sitz im baden-württembergischen Rheinmünster bietet ganzheitliche und technisch ausgefeilte Lösungen, die beeindrucken.



Promotion Truck als Marketinginstrument



Hospitality für McLaren F1

Das Unternehmen wurde 1997 mit der Intention, Sonderfahrzeuge im qualitativ hochwertigen Segment zu bauen, in Hügelsheim gegründet. Der Erfolg stellte sich schnell ein, sodass bereits 2000 ein Umzug in den Baden-Airpark, Rheinmünster, notwendig wurde. Heute beschäftigt Bischoff + Scheck bei einem Jahresumsatz von zwölf Millionen EUR (14 in der Gruppe) 60 Mitarbeiter und weitere 55 in zwei Tochterfirmen.

BREIT AUFGESTELLT

„Technische Lösungen mobil machen, das ist unser zentrales Anliegen, und im Prinzip kann man alles mobil machen“, so Bernd Bischoff, Geschäftsführer

und Gründer der Bischoff + Scheck AG. Betrachtet man die einzigartige Angebotsbreite des Unternehmens, so sind der Kreativität und dem Ideenreichtum von

„ Im Prinzip kann man alles mobil machen. “

Bischoff + Scheck keine Grenzen gesetzt. 60% der Kunden rekrutieren sich aus dem Motorsport. Das Angebot für Privat- und namhafte Kunden wie Mercedes, BMW, Audi und VW reicht vom Racetrailer bis zum Hospitality-Fahrzeug mit Meeting Point und Conference Center. Ob Transportfahrzeuge mit integrierter Unterkunft für Reiter und Personal, Übertragungsfahrzeuge für den Rundfunk, Promo-

tion-, Einsatz- oder Expeditionsfahrzeuge, mobile Medizinlabore oder Individualanfragen: Bischoff + Scheck entwickelt nicht zuletzt auch aufgrund eines gut aufge-

stellten After-Sales-Bereichs eine ganzheitliche Lösung aus einer Hand. „Unsere Fertigung basiert auf einer Kombination aus handwerklicher Arbeit und industriellen Lösungen“, erklärt Bernd Bischoff die vergleichsweise rasche Auftragsabwicklung. „Innerhalb von sechs Monaten steht unser Fahrzeug auf Rädern und kann ausgeliefert werden.“ Gezielte Vermarktungsstrategien entfallen weit-

gehend. Das Marketing erfolgt zu 80% von Mund zu Mund. „Unsere Fahrzeuge fungieren als mobile Werbeträger, sowohl für uns als auch für unsere Kunden“, gibt der Geschäftsführer mit Blick auf die augenfälligen Produkte an. |

BISCHOFF + SCHECK AG

Moving ideas.

Bischoff + Scheck AG

Victoria Boulevard D 100
77836 Rheinmünster
Deutschland

☎ +49 7229 18680-0

☎ +49 7229 18680-68

✉ office@bischoff-scheck.de

🌐 www.bischoff-scheck.de



Ein dynamisches Konzept

Was sollte eine Eventhalle heute bieten, um Besucher und Veranstalter gleichermaßen zu begeistern? Aufeinander abgestimmte Konzepte in Bezug auf Technik, Akustik, Lichtinstallation und Innenarchitektur? Flexibilität? Atmosphäre? Eine gute Lage und ein passendes Umfeld? Die Antwort liegt auf der Hand: all das! Mit der bigBOX Allgäu und dem angegliederten bigBOX HOTEL in Kempten ist es der FH Promotions GmbH & Co. KG gelungen, die genannten Must-Haves in ihrer Gesamtheit zu erfüllen.

„Die Idee zum Bau einer Veranstaltungshalle resultierte aus einem ausgelobten Wettbewerb der Stadt Kempten hinsichtlich eines Entwicklungskonzeptes für ein städtisches Areal“, umreißt Christof Feneberg, Geschäftsführer von FH Promotions, die Entstehungsgrundlage der bigBOX Allgäu, die ihren einprägsamen Namen nicht

zuletzt ihrem schachtelförmigen Erscheinungsbild zu verdanken hat. Um den sich stetig wandelnden Marktanforderungen zu entsprechen, arbeitet FH Promotions seit der offiziellen Eröffnung der Halle im Jahr 2003 mit einem hohen Qualitätsanspruch und engagierten Mitarbeitern an einer fortwährenden Optimierung. „Die



Die bigBOX Allgäu und das bigBOX HOTEL bilden eine hervorragende Synergie

Halle lebt“, gibt Christof Feneberg in diesem Zusammenhang das positive Urteil eines örtlichen Veranstalters wieder. So entstand 2006 aus einem Teil des Foyers die sogenannte kultBOX, eine kleinere Veranstaltungshalle, die 2010 durch eine variable Tribüne aufgewertet wurde und vorrangig für Klubveranstaltungen und kleinere Konzerte sowie von jungen und begabten Bands genutzt wird. 2007 wurden umfassende technische und bauliche Veränderungen zugunsten eines Raum-im-Raum-Konzeptes und einer optimalen Raumakustik für akustische Klassikkonzerte ohne Verstärker vorgenommen.

FUNKTIONALE FLEXIBILITÄT

„Die bigBOX Allgäu ist aufgrund ihrer Wandlungsfähigkeit für jede Art von Veranstaltung geeignet. Innerhalb von zwölf Stunden entsteht aus einem Konzertsaal mit

Teppichen, Kronleuchtern und Holzvertäfelung ein adäquates Areal für Heavy-Metal-Events“, so Christof Feneberg. Wie selbstverständlich zählen neben den Münchner Symphonikern auch namhafte Bands wie die Scorpions zum künstlerischen Klientel der bigBOX, die 2013 mit dem begehrten Veranstaltungspreis LEA ausgezeichnet wurde.

DAS BIGBOX HOTEL

Das 2013 eröffnete und als Business-Hotel konzipierte Hotel ist nicht nur baulich an die bigBOX Allgäu angebunden, sondern auch in vielen Details auf diese abgestimmt. Neben einem gut ausgebauten Seminar- und Tagungsbereich bietet es Konzertgästen, Veranstaltern und Künstlern wie auch Geschäftsreisenden und Tagungsgästen ein angenehmes und

Peter Maffay & Band in der bigBOX Allgäu



**FH Promotions GmbH
& Co. KG**

Alpenrosenstraße 1
87435 Kempten
Deutschland

☎ +49 831 570550

☎ +43 831 5705511

✉ info@bigboxallgaeu.de

🌐 www.bigboxallgaeu.de



Blick in die exklusiven Räumlichkeiten des bigBOX HOTELS

„ Innerhalb von zwölf Stunden entsteht aus einem Konzertsaal mit Teppichen, Kronleuchtern und Holzvertäfelung ein adäquates Areal für Heavy-Metal-Events. “

gehobenes Ambiente in exklusiven Räumlichkeiten.

Ein wesentliches Marketinginstrument von FH Promotions ist die firmeneigene Website, die kurz vor der Fertigstellung der 'fünften Generation' steht und zukünftig auch ein mobiles Ticketing und Bezahlwesen anbietet. Seit 2009 wird die Website durch das auflagenstarke Magazin bigMAG ergänzt. Heute

beschäftigt das Unternehmen bereichsübergreifend 250 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von 7,5 Millionen EUR. Für die Zukunft wünscht sich der Geschäftsführer neben dem Ausbau des Tagungs- und Kongressbereichs eine noch intensivere Ausschöpfung des Synergieeffekts von Halle und Hotel. ■

Wirtschaftsforum:

Wir machen mehr aus Immobilien.

PRIVERA ist die integrale Immobiliendienstleisterin, bei der Sie alles rund um den Lebenszyklus Ihrer Immobilie erhalten.

Immobiliendienstleistungen aus einer Hand

- Bewirtschaftung
- Miteigentümergeinschaft
- Handel
- Center Management
- Vermietungsmanagement
- Baumanagement

Pioneers in future commerce

Die Diskussion, ob Online- oder Offline-Handel langfristig das Rennen für sich entscheiden wird, ist müßig. Die Konsumenten haben längst entschieden. Sie trennen nicht zwischen Online- und Offline-Shopping, sondern verbinden beide Welten zu der für sie jeweils besten Einkaufslösung. Die hmmh multimediahaus AG aus Bremen hat hier die Nase ganz vorn. Vor 20 Jahren brachte das Unternehmen Online-Shopping nach Deutschland. Jetzt setzen die Bremer mit ihrem Connected-Commerce-Ansatz neue Standards.



Vorstand Stefan Messerknecht

„Der Einzelhandel muss begreifen, dass der Point of Sale heute der Kunde ist“, so Vorstand Stefan Messerknecht. „Der Kunde will heute überall und jederzeit einkaufen können. Die digitale Transformation hat dies möglich gemacht. Wir beschäftigen uns seit jeher mit der Entwicklung und den Möglichkeiten des E-Commerce. Connected Commerce ist für uns dabei die logische Weiterentwicklung des Multi-Channel Business, bei dem die verschiedenen Kanäle zu Touchpoints werden und die Grenzen zwischen On- und Offline endgültig verschwinden. Zu jeder Zeit stehen an jedem Ort über alle Geräte immer die passenden Inhalte zur Verfügung.“

GANZHEITLICHE BERATUNG

Das Leistungsportfolio von hmmh ist diesem Ansatz entsprechend ganzheitlich und reicht von Consulting über Marketing und Design bis hin zu Technology und

Operations. „Im Rahmen unseres Connected-Commerce-Ansatzes verbinden wir alle vorhandenen Technologien und Ansätze“, so Stefan Messerknecht. „Dabei wird die Beratungsleistung immer wichtiger. Wir helfen bei der Kommunikation zwischen Marke und Mensch, bei der Entwicklung von Seamless Customer Journeys

„**Der Einzelhandel muss begreifen, dass der Point of Sale heute der Kunde ist.**“

mit Touchpoint übergreifenden Kampagnen.“ Schon seit Langem ist hmmh mit seinen innovativen Ansätzen ein gefragter Partner renommierter Unternehmen. Gerry Weber, airberlin, bonprix, Nestlé, Otto und Tchibo verlassen sich bereits seit Längerem auf die Kompetenz und den Innovationsgeist vom hmmh.

Der E-Commerce-Spezialist ist Teil der Serviceplan Gruppe, der

größten inhabergeführten und komplett integriert aufgestellten Agenturgruppe Europas. „Die Integration in die Gruppe ist auch für

unsere Kunden ein großer Vorteil, da wir dadurch Services entlang der kompletten Wertschöpfungskette anbieten können“, so Stefan Messerknecht.

LEADING IN CONNECTED COMMERCE

Die Mission von hmmh steht: 'Leading in Connected Commerce' heißt das nächste Ziel. „Wir

wollen generell Pioniere für Future Commerce sein“, so Stefan Messerknecht. „Wenn wir das Konzept des Connected Commerce etabliert haben, werden wir den nächsten Schritt gehen. Wir wollen einer der 'First Mover' sein, wenn es darum geht, was für den Markt und für den Kunden gut ist.“



hmmh multimediahaus AG

Am Weser-Terminal 1
28217 Bremen
Deutschland

☎ +49 421 696500

☎ +49 421 69650190

✉ kontakt@hmmh.de

🌐 www.hmmh.de



Interview mit Dr. Matthias Gutweiler, Geschäftsführer der Kuraray Europe GmbH

Werte schaffen für den Kunden

Das Material von Kuraray wurde für das Gebäude von Louis Vuitton in Frankreich verwendet

Kleine Komponenten oder Inhaltsstoffe können die Qualität von Produkten maßgeblich beeinflussen. Hinter erfolgreichen Marken stecken häufig deutlich weniger bekannte Unternehmen, die mit ihren Lösungen die Leistungsfähigkeit der Produkte sicherstellen. Die Kuraray Europe GmbH mit Hauptsitz in Hattersheim am Main, die mit ihren chemischen Komponenten einen echten Mehrwert für ihre Kunden schafft, ist einer dieser Hersteller. Ob in Farben, Turnschuhen, Glasscheiben oder Dentalprodukten, die Materialien der Tochter des Kuraray Konzerns aus Japan tragen dank ihrer innovativen physikalischen und chemischen Eigenschaften dazu bei, dass die Dinge des täglichen Lebens weiter optimiert werden.

Hersteller von Farben und Lacken, Bekleidung, Fahrzeugen und Dentalprodukten, große Papierkonzerne, Architekten und viele mehr verlassen sich heute auf die Kompetenz des Herstellers von Spezialchemie. „Wir haben ein innovatives Produktportfolio, sind Marktführer in vielen Bereichen und besetzen attraktive Nischen“, so Geschäftsführer Dr. Matthias Gutweiler über die Erfolgsfaktoren von Kuraray Europe. „Wir arbeiten sehr eng mit unseren Kunden zusammen und haben durch diese

”

Wir haben ständig ein Ohr am Markt und sind sehr schnell und flexibel.

Nähe einen großen Markt Vorteil. Wir haben ständig ein Ohr am Markt und sind sehr schnell und flexibel.“

GROSSES PORTFOLIO

Kuraray Europe ist der europaweit führende Hersteller von Polyvinylalkohol, der unter anderem als Bindemittel für wasserlösliche Dispersionsfarben und Holzgrundierungen eingesetzt wird, und Polyvinylbutyral (PVB), einem Kunststoff, der zum Beispiel als

Folie für Verbundsicherheitsgläser verwendet wird. Darüber hinaus hat das Unternehmen eine große Palette weiterer Produkte, von thermoplastischen Elastomeren und Flüssigkautschuk über Aktivkohlefilter und Kunstfasern bis hin zu Kunstleder und Dentalprodukten. Das Elastomer SEPTON™Q kombiniert zum Beispiel die elastischen Eigenschaften von Gummi mit denen der thermoplastischen Kunststoffe und wird von bekannten Sportschuhherstellern zur



»»» Interview mit Dr. Matthias Gutweiler, Geschäftsführer der Kuraray Europe GmbH



Mit TROSIFOL® Sound Control hat Kuraray eine neue PVB-Folie mit hervorragenden Schallschutzeigenschaften entwickelt

Fertigung von Schuhsohlen eingesetzt. Tirrenina™ ist ein Kunstleder, das ohne Lösemittel hergestellt wird und deshalb eine bevorzugte Lösung für umweltbewusste Unternehmen ist.

„Mit TROSIFOL® Sound Control haben wir eine neue PVB-Folie mit hervorragenden Schallschutzeigenschaften entwickelt“, erläutert Dr. Matthias Gutweiler. „Im Vergleich zu einem Glasaufbau mit Standard-PVB-Folie erzielt man mit TROSIFOL® Sound Control im gleichen Aufbau eine Verbesserung der Schalldämmwerte um bis zu 3 dB.“ Die TROSIFOL®-Folien

werden zur Herstellung von Verbundsicherheitsglas verwendet und kommen in Fahrzeugen, Gebäuden oder Solaranlagen zum Einsatz. In der Glaskuppel des Berliner Reichstags, im YAS Hotel in Abu Dhabi oder in den Glasgondeln des Riesenrads London Eye wurde TROSIFOL® bereits eingesetzt.

BERÜHMTE BAUWERKE

Mit der Übernahme des Geschäftes der Firma DuPont wurde das Produktportfolio um weitere innovative Lösungen erweitert. Mit Sen-

Kuraray Europe GmbH
Philipp-Reis-Straße 4
65795 Hattersheim am Main
Deutschland

☎ +49 69 305853-00

☎ +49 69 305853-99

✉ hostmaster@kuraray.eu

🌐 www.kuraray.eu

kuraray

tryGlas®* gehört nun auch eine Verbundfolie zum Produktangebot, die 100-mal steifer als PVB ist und die hohen, in der Architektur geltenden Sicherheitsanforderungen bereits mit vergleichsweise geringen Glasdicken erfüllt. SentryGlas® bietet damit völlig neue Möglichkeiten und Gestaltungsfreiheit bei Design und Funktionalität, zum Beispiel von Fassaden, Brüstungen, Glasböden oder Treppenaufgängen. Das Produkt wurde zum Beispiel für die Sanierung des Glasbodens auf der ersten Ebene des Eiffelturms benutzt. In Verbindung mit den Siliconen von Dow Corning wurde SentryGlas® außerdem für das Gebäude von Louis Vuitton in Frankreich verwendet, dessen bogenförmige Glasflächen sich wie die Segel eines Schiffes über den Baumwipfeln des Pariser Bois de Boulogne erstrecken.

NEUE PROJEKTE

Der Bereich Forschung und Entwicklung spielt eine große Rolle bei Kuraray und das Unternehmen arbeitet ständig an neuen Projekten, um neue Lösungen für die Kunden zu entwickeln. „Chemieunternehmen sind heute Solution Provider,

die den Kunden dabei helfen, Werte zu erzeugen“, bemerkt der Geschäftsführer. „Es geht nicht mehr nur um den Verkauf von Produkten, sondern um Effizienzsteigerung und gemeinsame Innovationen. Dabei setzen wir auf den direkten Kundenkontakt, um im Gespräch auszuloten, wie wir helfen können.“ Kuraray investiert permanent in den Bereich R&D, um Technologien zu entwickeln, die einen Wettbewerbsvorteil erzeugen und gleichzeitig Werte für die Kunden schaffen. Damit hat sich der Konzern zu einem internationalen Marktführer für innovative Hochleistungsmaterialien entwickelt.

EINZIGARTIGE PRODUKTE

Kuraray wurde 1926 in Japan gegründet und ist heute weltweit aktiv, seit 1991 gibt es die Kuraray Europe GmbH. „Wir wollen weiter wachsen und Produkte herstellen, die so einzigartig sind, dass sie von anderen nicht kopiert werden können“, so Dr. Matthias Gutweiler. „Unsere Lösungen sollen weiter dazu beitragen, die Dinge des täglichen Lebens ein bisschen besser zu machen.“

Mowiflex C 30 ist ein wasserlösliches Supportmaterial, zum Beispiel für den 3D-Druck

