

Wirtschaft im Süden



WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Interview:

Der Da Vinci-Code: „Die Arbeit muss Spaß machen!“

mit Massimiliano Cava, Geschäftsführer
der Da Vinci Engineering GmbH, Seite 04

Porträts:

› **Mikron Germany GmbH**, Seite 12

› **AMS Marketing Service GmbH**, Seite 18



STARK IN EUROPA

VISIONEN WERDEN WIRKLICHKEIT

**Kofferlösungen komplett aus
einer Hand – Made in Germany**

- Seit 1992 in Geisa/Rhön
- 200 Mitarbeiter, 7 Auszubildende
- 3,5 Mio. Koffer & Boxen p. a.
- Nahezu 100 Spritzgusskoffertypen
in 6 Baureihen
- Einzigartiges Rundum-Paket an
Inhouse-Kompetenzen
- Alles aus einer Hand

Special Wirtschaft im Süden

04

Massimiliano Cava,
Geschäftsführer
der Da Vinci Engineering GmbH



06

Alina Mot,
Geschäftsführerin
der Empalis Consulting GmbH



08

Steffen Fritz,
Mitglied der Geschäftsleitung und Director Sales
der Jauch Quartz GmbH



10

Michael Erbar,
Geschäftsführer
der Stöhr GmbH



12

Robert Heimann,
Geschäftsführer
der Mikron Germany GmbH



Sascha Zimmermann,
Managing Director
der MP Filtri Germany GmbH

14

16

Andreas Hahn,
CEO
der Heidolph Instruments GmbH & Co. KG



18

Nikola Cammans,
Geschäftsführerin
der AMS Marketing Service GmbH



Daniel Zeidler,
CEO
der Gebrüder Meier AG

20



Silvio Schoch,
CEO
der Sunstar Hotels Management AG

22

Kontakte Seite 25

Interview mit
Massimiliano Cava,
Geschäftsführer
der Da Vinci Engineering GmbH

KONTAKTDATEN

Da Vinci Engineering GmbH
Hauptstätter Straße 149
70178 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 711 722400
✉ +49 711 72240198
info@davinci.de
www.davinci.de



Der Da Vinci-Code: „Die Arbeit muss Spaß machen!“

Vor 18 Jahren startete Massimiliano Cava mit der Da Vinci Engineering GmbH als One-Man-Show im Automotive Engineering. Längst ist das heute 560 Mitarbeiter starke Unternehmen im Automobilsektor mit einem umfassenden Portfolio an Software- und Engineering-Dienstleistungen als Entwicklungspartner namhafter OEMs etabliert – und wird nicht nur für die Fachkenntnis seiner Mitarbeiter und die Qualität seines Portfolios geschätzt, sondern auch für seine nicht alltägliche Firmenkultur. Warum Leistung und Wertschätzung Hand in Hand gehen müssen, wenn Arbeit Spaß machen soll, warum die Zufriedenheit seiner Mitarbeiter ihm wichtiger ist als die Zahlen und wieso er sich manchmal als Praktikant ausgibt, erzählt Geschäftsführer Massimiliano Cava im Gespräch mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr Cava, Sie haben Da Vinci Engineering 2005 als Ein-Mann-Unternehmen gestartet. Wie war diese Zeit für Sie?

Massimiliano Cava: Anfangs war ich alles in 'Personalunion': Buchhalter, Vertriebler und Putzmann. Als ich dann Mitarbeiter hatte, musste ich tatsächlich erst einmal lernen, Aufgaben zu delegieren an Menschen, die sie bes-

ser erledigen konnten als ich. Als Erstes habe ich die Buchhaltung an meine Assistentin abgegeben, nachdem sie mir bewiesen hatte, dass ihr System viel besser war als meines – sie ist heute meine Frau (lacht).

Wirtschaftsforum: Heute besteht Ihr Team aus 560 Mitarbeitern – was ist für Sie wichtig, wenn Sie

an die Entwicklung Ihres Unternehmens denken?

Massimiliano Cava: Wir sind in den 18 Jahren seit der Gründung kontinuierlich gewachsen und ich bin sehr zufrieden. Unser Umsatz lag 2022 bei knapp über 40 Millionen EUR, für 2023 erwarten wir noch mehr. Trotzdem stehen für mich die Zahlen nur an zweiter Stelle. Mir ist wichtig, dass das

Unternehmen gesund wächst und meine Mitarbeiter zufrieden sind. Denn wenn das gegeben ist, stimmen auch die Zahlen.

Wirtschaftsforum: Gibt es außer Ihrem Firmensitz in Stuttgart weitere Standorte?

Massimiliano Cava: Ja, wir haben zwei weitere Standorte in Langen und Sindelfingen, einen im rumä-



Gut im Beruf und lieben, was man tut: Das ist Massimiliano Cava bei seinen Mitarbeitern wichtig. Er selbst macht da keine Ausnahme



Hervorragende Referenzen: Da Vinci leistet Automotive Engineering für etliche namhafte OEMs im In- und Ausland



Gegenseitige Wertschätzung ist bei Da Vinci Engineering gelebte Firmenkultur

nischen Timișoara und einen mit 30 Mitarbeitern in meiner Heimat, in Sarno bei Salerno. Letzteres kam so: Bei italienischen Mitarbeitern hatten wir oft das Problem, dass sie nach einiger Zeit nach Italien zurückkehrten – hier fehlten ihnen die Freunde, die Familie, das Meer und die Sonne. Für Italiener sind das aber wichtige Dinge! Deshalb habe ich die Pandemiezeit genutzt, um eine Kooperation mit der Universität Salerno aufzubauen und Projekte zu starten, bei denen junge Mitarbeiter Erfahrung sammeln können, ohne ins Ausland gehen zu müssen. Wenn sie genug Erfahrung haben, können sie von Italien aus auch an deutschen Projekten mitarbeiten. Das ist für beide Seiten eine Win-win-Situation: Die italienischen Mitarbeiter können zu Hause bleiben, trotzdem spannende Projekte betreuen und werden auch gut bezahlt. Da Vinci wiederum kann seinen deutschen Kunden eine Mischkalkulation mit niedrigeren Stundensätzen anbieten, was einen Wettbewerbsvorteil im Preis bedeutet.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie heute Ihre eigene Rolle und Ihre Aufgaben im Unternehmen?

Massimiliano Cava: Ich fühle mich eigentlich nicht so sehr als der Chef, sondern versuche, meine Manager zu unterstützen und ihnen bei Problemen zu helfen. Mein Ziel ist, die persönlichen Ziele meiner Mitarbeiter und die des Unternehmens miteinander in Einklang zu bringen: Wenn das Geschäft wächst, kommt das auch den Mitarbeitern zugute, weil sie dann mehr verdienen und sich die Dinge leisten können, die sie sich wünschen. Es ist ein gemeinsames Wachstum der Firma und ihrer Menschen. Mir ist wichtig, dass meine Mitarbeiter gut

sind in dem, was sie tun, und dass sie wirklich dafür 'brennen'.

Wirtschaftsforum: Das ist schon eine ganz besondere Kultur des Umgangs, die Sie pflegen – sehr positiv. Und selten.

Massimiliano Cava: Leistung ist wichtig, aber ebenso wichtig ist Wertschätzung. Die Arbeit muss Spaß machen! Diese Mischung bringt uns den Erfolg.

Wirtschaftsforum: Wo möchten Sie Ihr Unternehmen in den nächsten drei bis fünf Jahren sehen?

Massimiliano Cava: Bis 2025 soll Da Vinci Engineering auf 700 Mitarbeiter wachsen. Wir wollen in Baden-Württemberg und insgesamt in Süddeutschland die Nummer 1 bei Ingenieurdienstleistungen im Automobilsektor werden.

Wirtschaftsforum: Was treibt Sie persönlich bei Ihrer Arbeit an?

Massimiliano Cava: Unabhängig zu sein. Ich gebe meinen Mitarbeitern viel Freiheit, weil ich selbst Freiheit brauche. Ich arbeite nicht nur bei, sondern immer auch an Da Vinci, und das macht mir Spaß! Ich möchte nirgendwo anders arbeiten. Noch vor einiger Zeit bekam ich fast jede Woche über Xing Anfragen von Großunternehmen, ob ich die Firma nicht verkaufen möchte. Das kommt natürlich nicht infrage, und deshalb habe ich mich irgendwann in meinem Xing-Profil als Praktikant bei Da Vinci eingetragen. Nun sprechen mich die Recruiter an, ob ich mir nach 18 Jahren als Praktikant nicht eine richtige Stelle suchen möchte!



Auch ein Ausdruck von Wertschätzung: wenn der Chef mit zwei Mitarbeitern und Hund einfach mal Pizza für die Mitarbeiterschaft holen geht

Datensicherheit als Vorbereitung auf den Tag X



Ganz gleich, wie gut die IT-Infrastruktur konzipiert und implementiert wurde – die Angreifer werden ein Einfallstor in das System finden. Doch mit der richtigen Vorbereitung lässt sich im besten Fall selbst dann ein Schaden verhindern. Mit welchem Ansatz der IT-Spezialist Empalis dabei vorgeht und warum die hohe fachliche Kompetenz des Unternehmens auch ein wichtiges Asset im umkämpften Arbeitnehmermarkt ist, erläuterte Geschäftsführerin Alina Mot im Interview mit Wirtschaftsforum.

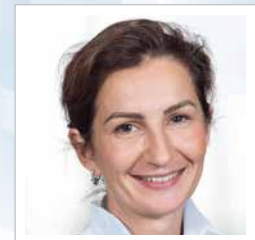
Wirtschaftsforum: Frau Mot, mit seiner Kompetenz in den Bereichen Data Protection, Linux und Security konkurriert Ihr Unternehmen seit Jahrzehnten mit weitaus größeren Playern im Markt – wie gelingt es Ihnen, sich nachhaltig auch gegen zahlenmäßig überlegene Wettbewerber zu behaupten?

Alina Mot: Natürlich muss man bei unserer Unternehmensgröße mit insgesamt etwa 50 Mitarbeitern seinen Value Added besonders präzise umreißen, um sich zielgerichtet im Markt positionieren zu können. Empalis gelingt dies seit mittlerweile 30 Jahren durch unsere tiefgreifende Kompetenz in sämtlichen Anwendungsfeldern, die wir bespielen – von der Beratung zu umfassenden Data Protection-Lösungen, die weit über standardmäßige Backup-Prozesse hinausgehen, bis hin zu unseren Managed Services-Angeboten, bei denen

wir uns eisern an die engen Zeitvorgaben unserer SLAs halten. Gleichzeitig fällt dem persönlichen Kontakt in unseren Abläufen eine Schlüsselrolle zu. Unsere Kunden können sich ausnahmslos sicher sein, nicht in einem anonymen Ticketsystem oder in einer gesichtslosen Hotline zu

verschwinden, sondern im Problemfall zügig von einem Fachexperten eine adäquate Lösung zu erhalten – ein Wertversprechen, das gerade bei unseren Kunden aus dem gehobenen Mittelstand sowie der Enterprise-Klasse auf Anerkennung stößt.

Interview mit



Alina Mot,
Geschäftsführerin
der Empalis Consulting GmbH

Wirtschaftsforum: Auch in den letzten Jahren fiel Ihr Unternehmen durch starke Wachstumsraten auf – welche Treiber stecken hinter dem andauernden Erfolg, und welche weiteren Wachstumsperspektiven sehen Sie für die Zukunft?

Alina Mot: Um einerseits eine gute Skalierbarkeit zu ermöglichen und andererseits auch einen wichtigen Grundstein für die nachhaltige finanzielle Stabilität von Empalis zu legen, haben wir uns bei unseren Wachstumstendenzen in letzter Zeit stark auf unseren Managed Services-Bereich konzentriert, der deutlich weniger konjunkturabhängig ist als unser Beratungsgeschäft – auch wenn



die Corona- und Supply Chain-Krisen kaum nennenswerte Auswirkungen auf unsere Unternehmenstätigkeit hatten. Schließlich bieten wir unseren Mitarbeitern schon seit über 30 Jahren umfassende Homeoffice-Lösungen an und setzen auch sonst nach innen wie nach außen auf ein hohes Maß an Flexibilität. Für die weitere Zukunft werden sicherlich Serviceprodukte im Zusammenhang mit entsprechenden Cloud-Lösungen eine zentrale Rolle spielen, wo wir unser gewachsenes Know-how zielführend einbringen können. Zudem streben wir eine stärkere Sichtbarkeit im Markt an, auf die wir etwa durch unseren Unternehmensblog hinwirken, der mittlerweile weltweit gelesen und gerade in Krisenfällen gerne zitiert wird. Als letztes Jahr eine Schwachstelle bei einem Produkt bekannt wurde, haben wir beispielsweise binnen Stunden einen funktionierenden Workaround gefunden und unsere Erkenntnisse in unserem Blog gepostet. Damit waren wir schneller als der Hersteller selbst, der in seiner Außenkommunikation auf unseren Artikel verwiesen hat – ein wunderbarer Vertrauensbeweis!

Wirtschaftsforum: Welche Bedrohungen der IT-Sicherheit Ihrer Kunden stehen dabei gerade im Zentrum der Aufmerksamkeit von Empalis?

Alina Mot: Im Cyber Resilience-Bereich spielt das Thema Ransomware gerade eine besondere Rolle, wobei sich das Bedrohungsbild in den letzten Jahren bisweilen etwas verändert



Die tiefgreifenden fachlichen Herausforderungen im Tagesgeschäft reizen vor allem ambitionierte und talentierte IT-Experten

hat. Denn während die Angreifer in der Vergangenheit allein den Verlust der verschlüsselten Daten in Aussicht stellten – was für das betroffene Unternehmen schlimm genug war und nicht selten eine existenzielle wirtschaftliche Gefahr bedeutete –, wird heute mit der Lösegeldforderung oftmals die Drohung verbunden, die sensiblen Daten bei Nichtzahlung zu veröffentlichen, was selbstredend ebenfalls gravierende Schäden für das betroffene Unternehmen nach sich ziehen kann. Mittlerweile empfehlen sowohl das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik als auch die Landeskriminalämter klar, in einem solchen Fall keine Zahlung an die Erpresser zu leisten, auch wenn die Entscheidung selbstverständlich am Schluss bei den Betroffenen bleibt. Doch auch an dieser Stelle kann das tiefgreifende Know-how unseres Unternehmens hilfreich sein, da wir zusammen mit dem Kunden genau sondieren können, wie groß der Datenverlust im Zweifel wäre und inwiefern er sich damit noch in einem hinnehmbaren Bereich

befände. Dies hängt davon ab, wie lange sich der Trojaner bereits im Unternehmensnetzwerk befunden hat und wann die letzte Off-Site-Datensicherung erfolgt ist, auf die man nun als Alternative zurückgreifen könnte. Am besten ist es natürlich, wenn es gar nicht erst zur Schadensbegrenzung kommen muss, sondern wir unsere Expertise schon weit vorher bei der Ausgestaltung und Implementierung der IT-Infrastruktur im Rahmen unseres Security-by-Design-Konzeptes einsetzen konnten, damit das Unternehmen für den Tag X gerüstet ist. Denn ein böswilliger Eindringling ist leider keine Frage des Ob, sondern eine Frage des Wann.

Wirtschaftsforum: Gerade im IT-Bereich ist der Zugang zu qualifizierten Fachkräften oftmals ein limitierender Faktor für weiteres Wachstum – mit welchen Argumenten können Sie dabei im Arbeitgebermarkt überzeugen?

Alina Mot: Die meisten Bewerberinnen, die sich an uns wenden, kennen unser Unternehmen be-



KONTAKTDATEN

Empalis Consulting GmbH
Wankelstraße 14
70563 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 711 46928260
✉ +49 711 46928239
info@empalis.de
www.empalis.de



Auf zur Unternehmenswebsite von Empalis...

reits und wissen, dass es für eine besondere fachliche Tiefe steht. Aufgrund unserer Positionierung als Dienstleister für exponierte Kunden werden wir im Tagesgeschäft nahezu ausschließlich mit inhaltlich besonders komplexen Problemen konfrontiert – das ist gerade für ambitionierte und fachlich kompetente Kollegen eine beliebte Herausforderung. Schon mehrmals erhielten wir auf die Frage nach der persönlichen Motivation eines Bewerbers die Antwort: „Wenn ich irgendwo noch etwas Neues lernen kann, dann bei Empalis!“ Denn wenn uns etwas auszeichnet, dann die ständige Bereitschaft zur Weiterentwicklung.

Interview mit
Steffen Fritz,
Mitglied der
Geschäfts-
leitung und
Director Sales
der Jauch
Quartz GmbH



Großartiges Team: „Jeder ist an seinem Platz der Profi!“

Seit ihrer Gründung 1954 steht die Jauch Quartz GmbH für Präzision und Zuverlässigkeit. Angefangen als Zulieferbetrieb für die am Firmensitz traditionell ansässige Uhrenindustrie hat sich das Unternehmen im Laufe der Jahre zum innovativen Hersteller von Quarzen, Oszillatoren und Batterietechnologie entwickelt. Modernste Fertigungstechnologie und hohe Sensibilität für die Wünsche der Kunden garantieren individuelle Lösungen auf höchstem Niveau.

„Wir begleiten unsere Kunden optimal von der Entwicklung bis zur Serienreife“, verspricht Steffen Fritz, Mitglied der Geschäftsleitung und Director Sales der Jauch Quartz GmbH. „Wir stehen für Qualität, Sicherheit und Zuverlässigkeit und bieten auf Wunsch Komplettlösungen. Als familiengeführtes Unternehmen reagieren wir schnell und serviceverbunden. Jauch Quartz ist eine Firma zum Anfassen, die ihren Auftraggebern individuelle Lösungen mit viel Mehrwert garantiert.“

Viele Extras für die Kunden

Die sogenannten frequenzgebenden Bauteile, wie die Quarze technisch beschrieben werden, finden sich heute zusammen mit Microcontrollern auf fast jeder Leiterplatte. „Ich wähle gerne den Vergleich mit dem menschlichen Körper“, sagt Steffen Fritz. „Wenn der Microcontroller das Hirn ist, dann ist der Quarz das Herz. Und diese Quarze bieten wir – ganz nach Bedarf – mit unterschiedlichen Frequenzen und Taktungen sowie für unterschiedliche Temperaturbereiche an.“ Den zweiten



Breites Portfolio: Verschiedene Batterien und Frequenzbauteile



Blick in die Fertigung: Schweißen an einem Batteriepack

Geschäftsbereich neben den frequenzgebenden Bauteilen bilden die Lithium-Ionen- und Lithium-Polymer-Batteriepacks. Hier bietet Jauch Quartz Standardmodelle unter dem eigenen Label an – ebenso wie kundenindividuelle Batterien. Zu den umfassenden Leistungen gehört hier natürlich auch die Beratung. Des Weiteren kümmert sich das Unternehmen um unterschiedliche Zertifizierungen der Batteriepacks, zum Beispiel für den Transport. Auch weitergehende Services – wie den Einbau in spezielle Gehäuse

– übernimmt Jauch Quartz für Batterien.

Von der Mechanik zur Elektronik

1954 gründete Herbert Christian Jauch den Betrieb als Zulieferer für die Uhrenindustrie im Schwarzwald und versorgte seine Kunden mit Achsen, Wellen und Zahnrädern aus der Schweiz. Mit dem Wandel von der mechanischen zur elektronischen Uhr wandelte sich auch das Unternehmen. 1974 tritt Thomas Jauch, der Sohn des Firmengründers und heutige Geschäftsführende Ge-



Firmensitz mit Tradition: Hauptstandort Villingen-Schwenningen



KONTAKTDATEN

Jauch Quartz GmbH
In der Lache 24
78056 Villingen-Schwenningen
Deutschland
☎ +49 7720 9450
✉ info@jauch.com
www.jauch.com

sellschafter, in die Firma ein und forciert den Wechsel. Als Europavertretung von Motorola beliefert der Betrieb nicht nur weiterhin die Uhrenindustrie, sondern auch Hersteller von Unterhaltungselektronik. Durch die Zusammenarbeit mit Renata (heute Swatch), einem Schweizer Hersteller von Batterien, wird ein weiteres Marktsegment eröffnet. Später wandelt sich Jauch Quartz vom reinen Distributor zum Hersteller und bietet nicht nur selbst gefertigte aufladbare und nicht aufladbare Batterien an, sondern steigt in den 1980er-Jahren auch in die eigene Quarzproduktion ein.

Profitieren vom guten Ruf

Außer dem Hauptsitz in Villingen-Schwenningen unterhält Jauch

Quartz heute drei Tochtergesellschaften in Frankreich, England und den USA. Einziger Gesellschafter ist Thomas Jauch. 140 Mitarbeiter erwirtschaften aktuell einen Umsatz von knapp 70 Millionen EUR. „Unsere wichtigste Kundengruppe ist die Industrie, wo wir vor allem Lösungen für die Sicherheitselektronik, zur Datenübertragung und für die Medizintechnik liefern“, verdeutlicht Steffen Fritz. Obwohl Deutschland der wichtigste Absatzmarkt ist, sind die frequenzgebenden Bauteile und Batterien auch weltweit gefragt. „Was den Vertrieb angeht, so profitieren wir von unserem guten Ruf“, freut sich Steffen Fritz. „So empfehlen uns viele unserer zahlreichen Bestandskunden. Ansonsten präsentieren wir

uns online und in den Social Media und veröffentlichen Anwenderberichte. Ein weiteres Forum zur Kontaktpflege und zur Information möglicher neuer Kunden sind - neben kleineren Veranstaltungen - größere Fachmessen wie die Münchener electronica und die embedded world in Nürnberg.

Batteriesegment forcieren

Als innovatives Unternehmen richtet Jauch Quartz den Fokus natürlich auch auf Nachhaltigkeit. „Wir setzen moderne, sparsame Maschinen ein und wollen keine Energie verpressen“, versichert Steffen Fritz. Ein offener Umgang miteinander sowie flache Hierarchien kennzeichnen die Firmenkultur. „Bei uns spielt Wertschätzung eine große Rolle und jeder

ist an seinem Platz der Profi“, erläutert der Director Sales. In den kommenden drei bis fünf Jahren möchte Steffen Fritz das Batteriesegment weiter ausbauen: „Das sehe ich als eine Kernaufgabe an, denn hier haben wir großes Wissen. Smarte Prozesse und die Digitalisierung von Prozessen sind auch wichtige Themen. Als Unternehmen setzen wir weiterhin auf Werte wie Zuverlässigkeit, Veränderungsbereitschaft, schlanke Prozesse und Nachhaltigkeit. Wir haben hier ein großartiges Team aufgebaut und ich freue mich auf weitere spannende Aufgaben und Herausforderungen.“

W Folgen Sie uns auf Facebook
hier klicken

Elektromobilität leicht gemacht

Heute sind Fahrradgaragen und Ladestationen für Elektroautos und Elektrofahrräder aus den Innenstädten nicht mehr wegzudenken. Als die Stöhr GmbH aus Königsbach-Stein in Deutschland in den Jahren 2008 bis 2010 ihre ersten Lösungen in diesem Bereich auf den Markt brachte, war das Unternehmen seiner Zeit weit voraus. Heute genießt Stöhr, zudem ein Experte in der Metallbearbeitung, international einen ausgezeichneten Ruf für seine innovativen Mobilitätslösungen.

Wirtschaftsforum: Herr Erbar, was sind heute die wichtigsten Produktbereiche von Stöhr?

Michael Erbar: Nach wie vor sind Verteilerschränke und Schutzschränke für Flächenheizsysteme Hauptprodukte für uns. Ebenfalls ein wichtiges Standbein sind Schutzschränke für Gasflaschen. Darüber hinaus gehören zu unserem Programm noch Stanzteile, Desinfektionsstelen sowie Fahrradgaragen, Ladestationen und Ladeschließfächer. Getrieben durch das Thema Nachhaltigkeit verzeichnen wir eine steigende

Nachfrage nach Produkten für die Elektromobilität, wie zum Beispiel nach Wallboxen oder Standladesäulen.

Wirtschaftsforum: Das heißt, Nachhaltigkeit ist ein Treiber für neue Entwicklungen und Innovationen?

Michael Erbar: Absolut. Die Elektronik ist ein wichtiger Wegbereiter für mehr Nachhaltigkeit. Die Integration und Vernetzung der Energiethemen zu einem integrierten Energiemanagement ist das zentrale Thema.

Wirtschaftsforum: Auf welche Branchen und Regionen konzentrieren Sie sich?

Michael Erbar: Wir richten uns sowohl an die Industrie als auch an Versorger. Mit rund 90% Anteil am Geschäftsvolumen ist Deutschland unser wichtigster Markt, insbesondere im Bereich der Elektromobilität. Deutschland ist im internationalen Vergleich sehr stark. Außerhalb unseres Heimatmarktes konzentrieren wir uns vor allem auf die Nachbarländer, Frankreich, Skandinavien und England.

Interview mit



*Michael Erbar,
Geschäftsführer
der Stöhr GmbH*

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie Stöhr am Markt, im Vergleich zu Wettbewerbern?

Michael Erbar: Wir brauchen uns technologisch vor den großen Namen nicht zu verstecken, auch wenn diese die Benchmarks am Markt setzen. In der Blechbearbeitung sind wir Partner großer OEMs.

Wirtschaftsforum: Stöhr ist bereits seit mehreren Jahrzehnten am Markt. Was macht das Unternehmen so erfolgreich?



Die Fahrradgaragen von Stöhr sind sicher und komfortabel



Eines der Hauptprodukte: Schutzschränke für Gasflaschen



Stöhr verzeichnet eine steigende Nachfrage nach Ladeparks für Parkhäuser



Michael Erbar: Wir sind für unsere Kunden erreichbar, beraten sie bestmöglich nach ihren Bedürfnissen und nicht verkaufsorientiert. Wir verfügen über fundiertes Know-how und können somit auf Augenhöhe mit unseren Kunden sprechen. Bei uns geht es nicht in erster Linie um Verkauf, sondern um langfristige partnerschaftliche Beziehungen. Wir beraten zum Beispiel unsere Kunden rund um ihre Ladeparks zu Varianten und Nutzen, bieten die nötige Hardware sowie auch Komponenten für das Lastmanagement mit an. Über all die Jahre sind wir uns und dem, was wir können, treu geblieben und haben nie unsere Bodenständigkeit verloren.

Wirtschaftsforum: Was haben Sie sich für das Jahr 2023 vorgenommen?

Michael Erbar: Grundsätzlich warten wir ab, wie sich Situation



Ein Ladeschließfach: einschließen und gleichzeitig den Akku laden

KONTAKTDATEN

Stöhr GmbH
Metalltechnologie
Weiherstraße 3
75203 Königsbach-Stein
Deutschland
☎ +49 7232 30640
info@stoehr-gmbh.de
www.stoehr-gmbh.de
www.stoehr-mobility.de

in der Ukraine entwickelt. Wir sind vorsichtig optimistisch, gehen aber aufgrund der weltpolitischen Lage und den damit verbundenen wirtschaftlichen Konsequenzen maximal von einem moderaten Wachstum aus. Wir werden weiter an unseren E-Mobility-Produkten arbeiten und hier auch einige neue Lösungen auf den Markt bringen. In diesem Bereich sehen wir vielversprechende Perspektiven. Ein entscheidender Faktor für weiteres Wachstum ist allerdings das Thema Recruiting. Um zu wachsen, brauchen wir entsprechende Talente. Es ist nicht einfach, diese am Markt zu bekommen.

Wirtschaftsforum: Was ist Ihr langfristiges Ziel für Stöhr?

Michael Erbar: Wir möchten uns in Deutschland in unserem Bereich zu einem führenden Player in der Elektromobilität entwickeln. Im letzten Jahr haben wir unseren Umsatz in diesem Bereich verdoppelt. Wir sind zuversichtlich, dass wir uns in diesem Marktsegment entsprechend etablieren können.



NUMMER 1

Interviews mit
Geschäftsführern
und Managern

Mehrere Tausend
persönlich
geführte
Interviews
pro Jahr.

Jetzt anrufen!
(+49) 5971 92164-0
Wir informieren Sie gerne.

MUNZING 
CREATING ADDITIVE VALUE

WE MAKE YOUR
COATINGS
MIND-
BLOWING

AGITAN® / DEE FO® | Defoamers
TAFIGEL® | Rheology Modifiers
EDAPLAN® | Dispersing Agents
METOLAT® / EDAPLAN® LA | Wetting and Leveling Agents
LUBA-print® | Wax Dispersions and Emulsions
CERETAN® | Micronized Waxes
LUBRANIL® | Specialty Compounds
SÜDRANOL® / WÜKONIL® | Wax Emulsions
OMBRESEAL® | Polymer Dispersions

MUNZING CHEMIE GmbH
74232 Abstatt, GERMANY
E-Mail info@munzing.com

www.munzing.com



Präzision in Perfektion

Werkzeuge sind unsere Leidenschaft, kleine Dimensionen unsere Spezialität, schwer zerspanbare Materialien unsere Herausforderung – damit hat die Mikron Germany GmbH alles gesagt. Fast alles. Der Werkzeughersteller ist nicht zuletzt für seine Innovationskraft bekannt, bringt jedes Jahr zwei neue Produkte auf den Markt und ist ein Vorreiter in seinem Segment.

CrazyMill Cool Micro
– Fräswerkzeug für anspruchsvolle Werkstoffe

Wirtschaftsforum: Herr Heimann, der Name Mikron Tool ist internationaler Inbegriff für Werkzeuge, die eine hohe Präzision in der Zerspaltung von kleinen Dimensionen und anspruchsvollen Materialien garantieren. Wie sah der Weg zu dieser internationalen Spitzenposition am Markt aus?

Robert Heimann: Der Standort Rottweil wurde 2008 als Außenstelle aus der Schweiz gegründet, um im EU-Bereich vor Ort zu sein und auch im deutschen Zollbereich schneller liefern zu können. Anfangs war es ein Mikron Machining-Standort. 2018 kam es zu einem grundlegenden Wandel; der Maschinenbau wurde wieder in der Schweiz zentralisiert, der Standort Rottweil von Mikron Tool übernommen. Seitdem ist Mikron

Germany ein Tool-Standort, der Service und Vertrieb von Mikron Machining für Deutschland integriert hat. Hauptfokus ist heute die Werkzeugfertigung. Wir sind eine 90 Mitarbeiter starke Einheit, die unabhängig am Markt agiert, mit Headquarter und Technology Center in der Schweiz.

Wirtschaftsforum: Seit wann sind Sie im Unternehmen?

Robert Heimann: Ich war von 2008 bis 2013 für Mikron, Division Machining, und anschließend neun Jahre für einen Automobilzulieferer tätig und bin am 01.01.2022 wieder zu Mikron, diesmal zur Division Tool, zurückgekommen, um hier die operative Gesamtverantwortung zu übernehmen mit Schwerpunkt Ver-

Interview mit



Robert Heimann,
Geschäftsführer
der Mikron Germany GmbH

trieb. Mit Elio Lupica gibt es einen zweiten Geschäftsführer.

Wirtschaftsforum: Was war der Reiz, zurückzukehren?

Robert Heimann: Ich konnte meine Erfahrungen aus der Automobilindustrie nutzen, um Strategien auszuarbeiten, Wege zu definieren und das Unternehmen für künftige Herausforderungen aufzustellen. Als eine der wichtigsten Herausforderungen hat sich der Übergang vom Verbrennungsmotor zu anderen Mobilitätssystemen erwiesen. In der Vergangenheit war unser Produktportfolio am Zerspanen von Stahlkomponenten orientiert, die in der Automobilindustrie

CrazyDrill Cool Titanium – materialspezifische Geometrien für Reintitan und Titanlegierungen



Ein Hebel, um dem Fachkräftemangel zu begegnen – interne Trainingsprogramme

bevorzugt verwendet werden. Mikron Tool erkannte früh, dass die Abhängigkeit von dieser Branche überwunden werden muss und hat sein Werkzeugspektrum auf diffizile Werkstoffe ausgeweitet und damit neue Märkte wie zum Beispiel die Medizintechnik und die Uhrenindustrie erschlossen. Mich hat fasziniert, dass Mikron Tool sich schon vor zehn Jahren dieser Herausforderung gestellt hat und auf heutige Herausforderungen entsprechend vorbereitet ist. Dadurch sind wir extrem wettbewerbsfähig.

Wirtschaftsforum: Wie sieht das Portfolio aus?

Robert Heimann: Mikron Tool ist spezialisiert auf VHM-Präzisionswerkzeuge für Stahl, Rostfrei-Stahl, Titan, Superlegierungen und CoCr-Legierungen und offeriert hocheffiziente Bearbeitungslösungen und Ingenieurdienstleis-

tungen rund ums Zerspanen für Branchen wie der Medizintechnik, dem Automobilsektor und deren Zulieferern, der Luft- und Raumfahrt und der Uhrenindustrie. Das Angebot umfasst Hochleistungswerkzeuge im Durchmesserbereich von 0.1 – 8.00 mm (kundenspezifisch bis zu 32 mm) zum Zentrieren, Anfasen, Bohren bis 50 x d, Fräsen, Reiben und Entgraten.

Wirtschaftsforum: Können Sie zwei typische Mikron Tool-Produkte nennen?

Robert Heimann: Ein großes Thema ist das Bohren in Titan. Wir fertigen Bohrer für reines und legiertes Titan. Ein Highlight ist der Mikrofräser CMC Micro, ideal für schwer zerspanbare Materialien ab einem Durchmesser von 0,2 mm dank integrierter Kühlung und werkstoffspezifischen Geometrien.



Produktion eines Hochleistungswerkzeugs für die Mikrozerspanung. Die Schleifprozesse für solche Werkzeuge sind extrem anspruchsvoll, der Korrekturbereich liegt bei 0.1 µm.

Wirtschaftsforum: Wie ist Mikron Tool vertriebsseitig aufgestellt?



Robert Heimann: In Deutschland haben wir zehn Mitarbeiter im Vertrieb. Bei aller Digitalisierung bleibt der persönliche Kundenkontakt für uns unverzichtbar. Beratung, Problemlösung und darüber auch der Verkauf erfolgen immer face-to-face. Und natürlich haben wir ein hervorragendes Händlernetz.

Wirtschaftsforum: Ist dieser persönliche Kontakt ein Schlüssel zum Erfolg? Welche anderen Gründe gibt es für die Dynamik des Unternehmens?

Robert Heimann: Bei Mikron Tool gibt es eine ganz klare Strategie, eine Road Map, die bis zu jeder Führungsperson heruntergebrochen wird. Weil jeder der Roadmap folgt, die mit jeder Abteilung im Unternehmen abgestimmt ist, arbeiten die Mitarbeiter alle in die gleiche Richtung, an den gleichen Zielen. Das Unternehmen lebt von diesen klaren Zielen, auch wenn damit ein strenger Zeitplan verbunden ist. Es herrscht eine außerordentliche Dynamik, man kann viel bewegen. Dies spiegelt sich auch in unserer Entwicklungsarbeit wider, sodass wir technologisch eine Spitzenposition einnehmen. Das sind gute Bedingungen, um den Standort Deutschland zu sichern und noch attraktiver zu machen. Dazu investieren wir auch viel in die Ausbildung unserer Mitarbeitenden, um den Mangel an qualifizierten Facharbeitern zu kompensieren.



KONTAKTDATEN

Mikron Germany GmbH
 Berner Feld 71
 78628 Rottweil
 Deutschland
 ☎ +49 741 5380450
 info.mtr@mikron.com
 www.mikrontool.com

„Der enge persönliche Kontakt zum Kunden ist unser Erfolgsgeheimnis!“

Als Managing Director der deutschen Niederlassung des italienischen Konzerns MP Filtri verantwortet Sascha Zimmermann seit einem Jahr den Vertrieb der Hydraulikanwendungen des Unternehmens im DACH-Raum sowie in anderen EU-Anrainerstaaten. Bei welchen technischen Problemstellungen die Expertise seines Teams besonders gefragt ist und warum der direkte Austausch mit den Kunden eine wichtige Basis für den anhaltenden Erfolg darstellt, erläuterte er im ausführlichen Interview mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr Zimmermann, seit 1964 tritt MP Filtri als kompetenter Lösungsanbieter für Hydraulikanwendungen im Markt auf. Worin genau liegt dabei die zentrale Expertise Ihres Unternehmens?

Sascha Zimmermann: Bis heute besteht unser Kerngeschäft in der Entwicklung und Herstellung von Hydraulikfiltern sowie in entsprechenden Vertriebstätigkeiten, die die MP Filtri Germany GmbH

als lokale Tochtergesellschaft im DACH-Raum abbildet. Im Laufe der Jahre haben wir unser Leistungsspektrum ferner um weitere Tätigkeitsfelder erweitert, mit denen wir unsere Kunden mit unseren gewachsenen Kernkompetenzen noch an anderen, eng verwandten Stellen unterstützen können. So bieten wir inzwischen auch Komponenten wie Einfüllstutzen, Luftfilter oder Anzeigesysteme für den Ölstand in Hydrauliktanks an. Zudem gehören

mittlerweile auch Pumpenträger und Kupplungen zu unserem Produktsortiment, die für die Verbindung zwischen der Hydraulikpumpe und dem E-Motor im entsprechenden System unerlässlich sind. Ebenso erlebt unsere Expertise auf dem Gebiet der Partikelzähltechnik eine rege Nachfrage – hier sorgen unsere Systeme für eine kontinuierliche Überwachung der Hydraulikflüssigkeiten auf eventuelle Verunreinigungen, durch die die entsprechenden An-

Interview mit



Sascha Zimmermann,
Managing Director
der MP Filtri Germany GmbH

lagen im Hydraulikkreislauf Schaden nehmen könnten. Denn selbst wenn das Öl für das menschliche Auge sauber aussieht, bedeutet das nicht zwangsläufig, dass es auch hinreichend rein ist.

Wirtschaftsforum: Auf welche Branchen erstreckt sich dabei Ihr Engagement?

Sascha Zimmermann: Wir bewegen uns grundsätzlich mit einem sehr generalistischen Portfolio im Markt; unsere Kunden sind somit in den unterschiedlichsten Industrie-segmenten aktiv – schließlich



Mobile Filtrationsgeräte



Partikelzählgeräte und Zubehör



Pumpenträger, Kupplungen und Montagezubehör

finden Hydrauliksysteme in sehr vielen verschiedenen Bereichen Verwendung. Neben Automobilzulieferern zählen somit auch Pharma-, Agrar- und Baumaschinenunternehmen sowie lebensmittelverarbeitende Betriebe zu unseren Abnehmern.

Wirtschaftsforum: Dabei schätzen Ihre Kunden neben den eigentlichen Produkten auch Ihre technologische Expertise?

Sascha Zimmermann: Genau – denn sehr häufig müssen wir zusammen mit unseren Kunden individuelle Lösungen finden, die den spezifischen technischen Gegebenheiten ihrer jeweiligen Anlagen Rechnung tragen. So müssen unsere Filter mitunter in einer bestimmten Form ausgelegt werden oder spezifische Einbaumaße, eine bestimmte Gewindeform oder eine besondere Befestigungsart aufweisen, um nahtlos mit den vorhandenen Komponenten interagieren zu können. Denn bei einer Vielzahl unserer Kunden

handelt es sich um mittelständische OEMs, die wiederum für ihre eigenen Kunden individuelle Lösungen ausarbeiten. Als Zulieferer der Zulieferer müssen wir deshalb konsequent durch eine besondere Flexibilität und Anpassungsfähigkeit überzeugen.

Wirtschaftsforum: Ein Trumpf, den MP Filtri mit seiner Vertriebsniederlassung in Deutschland voll und ganz ausspielen kann?

Sascha Zimmermann: Hierin liegt sicherlich ein enormer Vorteil unserer Unternehmensstruktur: Wir bedienen den DACH-Raum von Deutschland aus und können mit unseren Kunden auf Augenhöhe, mit einem tiefgreifenden Verständnis ihrer jeweiligen Problemstellungen und in deutscher Sprache kommunizieren. Da wir in unserer geografischen Region zudem als relativ kleines Team agieren, entsteht gleichsam ein enger persönlicher Kontakt zu den jeweiligen Ansprechpartnern

bei unseren Kunden, worin eine wichtige Grundlage für ein starkes wechselseitiges Vertrauensverhältnis liegt, das gerade in Krisenzeiten wie der Coronapandemie und den damit einhergehenden Verwerfungen in den Lieferketten für beide Seiten unverzichtbar war. Eine individuelle, vertrauensvolle und persönliche Beratung sowie eine schnelle Reaktion auf jede Kundenanfrage sind essenzielle Voraussetzungen für unseren anhaltenden Unternehmenserfolg.

Wirtschaftsforum: Sie selbst sind mittlerweile seit knapp einem Jahr für MP Filtri tätig. Was schätzen Sie an Ihrem Arbeitsumfeld persönlich?

Sascha Zimmermann: Besonders gefallen mir die vielen Freiheiten, die uns die agilen Strukturen unseres Unternehmens ermöglichen: Neue Ideen werden sehr schnell und inhaltlich stringent umgesetzt, die Wege sind kurz, die Entscheidungsfindung ist ein-



KONTAKTDATEN

MP Filtri Germany GmbH
Hans-Wilhelmi-Straße 2
66386 St. Ingbert
Deutschland
☎ +49 6894 956520
✉ +49 6894 9565220
service@mpfiltri.de
www.mpfiltri.de

fach. Diese Nutzbarmachung von lokalem Wissen ist von unschätzbarem Wert, um schnell auf Veränderungen bei den Kundenanforderungen reagieren zu können. Gleichzeitig schätze ich den engen persönlichen Kontakt zu unserer Führungsebene in Italien: Wie beim ständigen Austausch mit unseren Kunden zählen auch hier persönliches Vertrauen und gegenseitige Wertschätzung. Diese Kultur bestimmt jeden Tag aufs Neue unser unternehmerisches Handeln.



Rücklaufilter aus dem umfangreichen Filter-Produktportfolio

Tankzubehör

Verschmutzungsanzeigen



Interview mit
Andreas Hahn,
CEO
 der Heidolph Instruments
 GmbH & Co. KG

Geschäftsführung der Heidolph Instruments GmbH & Co. KG: (v.l.n.r.) Inhaberin Deborah Zinsser repräsentiert die 3. Generation, Wolfgang Jaenicke führte die Geschäfte 29 Jahre lang, CEO Andreas Hahn und CFO Jürgen Pirthauer und aus der 4. Generation Tochter Georgia Zinsser-Krysz



KONTAKTDATEN

Heidolph Instruments GmbH & Co. KG
 Walpersdorfer Straße 12
 91126 Schwabach
 Deutschland
 ☎ +49 9122 99200
 📠 +49 9122 992065
 ✉ sales@heidolph.de
 🌐 <https://heidolph-instruments.com/de/start>



Lösungen für die Wissenschaft

Ob in der pharmazeutischen Forschung, der kosmetischen Industrie, der Biologie oder der Chemieindustrie – all diese Branchen arbeiten dank kontinuierlicher Forschung daran, die Lebensqualität der Menschen zu verbessern. Dafür sind sie jedoch auf hochwertige Laborgeräte angewiesen. Die Heidolph Instruments GmbH & Co. KG stellt hochwertige Laborgeräte 'Made in Germany' in Deutschland her und vertreibt sie in mehr als 80 Ländern weltweit. Angetrieben von der Leidenschaft für exzellenten Service sowie die Entwicklung und Herstellung zuverlässiger und intelligenter Systemlösungen unterstützt das Unternehmen die Wissenschaft.

Mit einer kompromisslosen Qualität und einem Serviceversprechen, basierend auf einem starken Kundenfokus und einem extrem lösungsorientierten Ansatz, hat sich das Unternehmen aus Schwabach zu einem international führenden Hersteller von Laborgeräten entwickelt. „Kundenwünsche und besondere Anforderungen sind unser Maßstab“, sagt CEO Andreas Hahn. „Wir verstehen uns als ganzheitlicher Lösungsanbieter, der he-

rausfordernde Aufgabenstellungen annimmt.“

Durchbruch in der Labortechnik

Heidolph Instruments kann auf fast 100 Jahre Geschichte zurückblicken. 1938 wurde das Unternehmen als Metallwarenfabrik Hans Heidolph gegründet. Ein großer Meilenstein war der Eintritt von Dr. Rudolf Zinsser, der 1953 den ersten Laborrührer RZR vorstellte. Seither ist das Unternehmen in der Labortechnik tätig.

Das war für Heidolph Instruments ein großer Durchbruch in der Branche. Seitdem hat sich die Laborrührer-Serie enorm weiterentwickelt und stellt mit ihrer modernsten Motortechnologie die Basis eines optimalen Rührsystems dar. Mittlerweile bietet Heidolph Instruments eine breite Palette von Laborgeräten an. Dazu gehören Verdampfer für Labor und Industrie, Magnetrührer, Überkopfrührer, Schüttelmisch-

geräte, Peristaltikpumpen sowie ganzheitliche Prozesslösungen, die individuell an kundenseitige Bedarfsprofile angepasst werden können. „Eine besondere Stärke ist unsere Möglichkeit, verschiedene Prozesse miteinander zu kombinieren“, ergänzt Andreas Hahn. „Wir haben eine eigene Forschung und Entwicklung und stellen die meisten Bauteile unserer Geräte selbst her. Für alles andere haben wir vorwiegend regionale Lieferanten, um Zukäufe nachhal-



Der Hei-SHAKE-Unimax 1010 Plattformschüttler wird höchsten Anforderungen im Schütteln und Mischen gerecht



Durchdachte Features für das Rühren und Heizen: der Hei-PLATE Mix 'n' Heat Expert



Mit dem Automatikmodul Hei-VOLUME Distimatic lassen sich große Mengen vollautomatisch im unbeaufsichtigten Dauerbetrieb destillieren. 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche

tig mit möglichst geringem Transportaufwand umsetzen zu können. Dort, wo partnerschaftliche Produkte unser Portfolio sinnvoll ergänzen und aufwerten, haben wir zuverlässige Kooperationen.“

Digitalisierte Anwendungen

Mit der Labortechnik 'Made in Germany' kann das Unternehmen einen hohen Qualitätsstandard gewährleisten und die lange Lebensdauer der Geräte sicherstellen. Darüber hinaus ermöglicht die hohe Fertigungstiefe in den eigenen Fertigungsstraßen eine große Flexibilität, sodass kurzfristige Planungsänderungen oder Großaufträge jederzeit möglich sind. Das Unternehmen stellt sich kontinuierlich neuen Herausforderungen, zum Beispiel durch den ständigen Fortschritt in der Digitalisierung. „Wir beschäftigen uns mit Megatrends wie Konnektivität, Künstliche Intelligenz, Automatisierung und Digitalisierung“, so Andreas Hahn, der das Unternehmen gemeinsam mit CFO Jürgen Pirthauer leitet. „Die Welt ändert sich gerade schneller, als sie das

in der Vergangenheit getan hat. Wir stellen unseren Kunden High Process-Lösungen für digitalisierte Anwendungen zur Verfügung. Die Software übernimmt die Überwachung und kontinuierliche Dokumentation für höchste Effizienz und Reproduzierbarkeit.“

Auf ein neues Level

Heidolph Instruments vertreibt die hochwertigen Laborgeräte 'Made in Germany' mittlerweile in mehr als 80 Ländern weltweit.



Life Science Solutions – intelligente Zellkultivierung von morgen: Reproduzierbarer und effizienter arbeiten dank innovativster Technologien im Bereich der Inkubation und Kulturplatten

Mit Inhaberin Deborah Zinsser in der 3. Generation ist das Unternehmen, das mehr als 250 Mitarbeiter beschäftigt, nach wie vor in Familienhand. Dabei wird sie von ihrer Tochter Georgia Zinsser-Krys unterstützt, die aktuell die verschiedenen Bereiche des Unternehmens persönlich im Rahmen eines 15-monatigen Traineeprogramms kennenlernt. Für die Kunden und Mitarbeiter des Betriebs ist das ein klares Signal dafür, dass die zukünftige Ausrichtung langfristig geplant ist. Mit Andreas Hahn als neuem CEO, der als Biotechnologe umfangreiches Know-how im Life Science-Bereich und internationale Erfahrung in unterschiedlichen Konzernen gesammelt hat, soll die Organisation auf das nächste Level gehoben werden. „Wir müssen uns komplett neu aufstellen“, erläutert der CEO die Strategie. „Wir müssen die digitale Welt noch besser nutzen, Prozesse automatisieren und die Kommunikation optimieren. Basierend auf unserer bewährten Qualität und Servicementalität ist unser

Ziel eine kontinuierliche Verbesserung. Dabei wollen wir neue Dinge ausprobieren, aus Fehlern lernen und auch unsere internationalen Töchter noch stärker einbinden, denn wir können voneinander lernen.“ Es sollen unter anderem die Vertriebskanäle optimiert und die Beratungskompetenz noch stärker ausgebaut werden. Ganz nach dem Motto 'research made easy' möchte das Team von Heidolph Instruments die Transformation vom Laborgerätehersteller zum Anbieter wissenschaftlicher Prozesslösungen noch stärker vorantreiben. „In der Laborausstattung steckt ein wissenschaftliches Element dahinter, insbesondere im Bereich der Zellen“, ergänzt Andreas Hahn. „Wir wollen viel stärker einen wissenschaftlichen Beitrag leisten und den Life Sciences-Bereich als zweites Standbein etablieren.“

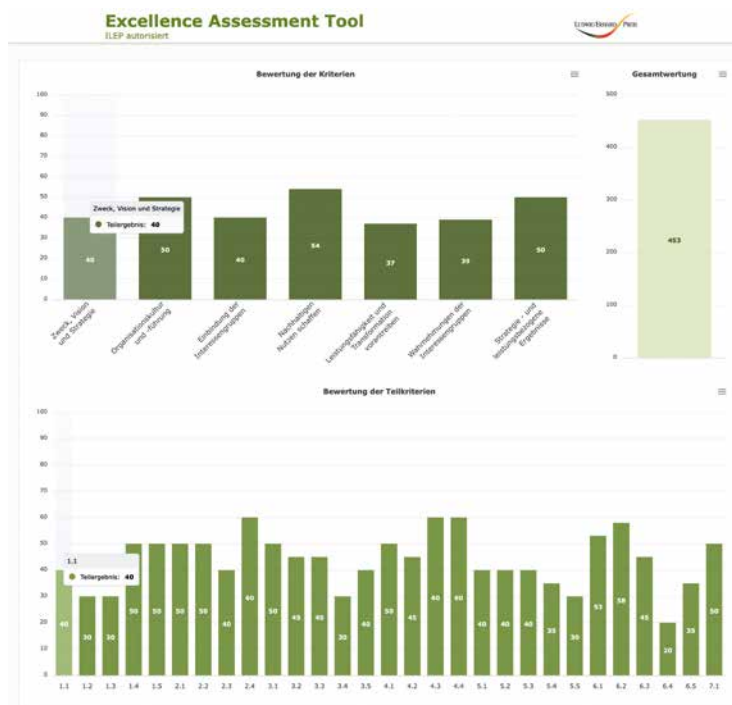
„Wir fangen da an, wo der Standard aufhört!“

In jedem Betrieb und in jeder Organisation fallen sehr viele Daten an, die jeden Tag sicher verwaltet, geordnet und verarbeitet werden müssen. Dass diese komplexen Prozesse geschmeidig und effizient verlaufen, darum kümmert sich die AMS Marketing Service GmbH. Das Münchener Familienunternehmen bietet ausgereifte und bewährte Softwarelösungen an, die auf die individuellen Anforderungen der Kunden zugeschnitten sind und ihnen einen großen Mehrwert bieten.

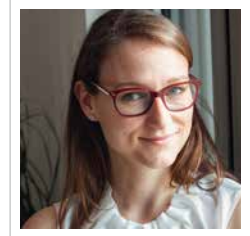
„Wir bauen unseren Kunden das auf, was sie brauchen und was ihnen weiterhilft“, nennt Geschäftsführerin Nikola Cammans die große Stärke der AMS Marketing Service GmbH. „Wir befähigen sie, ihren Prozess zu verstehen und wir hören auch nicht auf, wenn es Schwierigkeiten gibt.“ Hochindividuelle Software ist die Kompetenz des Münchener Unternehmens. „Wir digitalisieren immer einen Ablauf und setzen auf die IT-Landschaft des Kunden auf“, verdeutlicht die Geschäftsführerin. „Wir fangen da an, wo der Standard aufhört. In der Regel haben unsere Auftraggeber Branchensoftware im Einsatz, möchten jedoch mehr als den Standard.“ Und genau dieses Plus bietet ihnen AMS, zum Beispiel Lösungen für das Controlling, digitales Vertragswesen, Kundenbefragungen und Antragsstrecken. „Wir beschäftigen uns mit den Schnittstellen Mensch/Maschine, Mensch/Software und Software/Maschine“, beschreibt Nikola Cammans. „Dabei sind wir schneller als agil. Das gilt für unsere Abläufe ebenso wie für unsere Software-Updates.“



Die Mutter und ihre Töchter: Die Geschäftsführerinnen Stephanie Sinner-Kappelmaier, Jutta Sinner und Nikola Cammans (v.l.)



Interview mit



Nikola Cammans,
Geschäftsführerin
der AMS Marketing Service
GmbH

Zudem sind wir auch sehr stark beim Datenschutz und in der Informationssicherheit.“

Führungs-Trio

1994 gründete Robert Hüllesch die Firma, die sich zunächst – teils händisch, teils digital – mit manuellen Adressprüfungen und Datenkorrekturen befasste. In den folgenden Jahren ging es darum, die digitale Geschmeidigkeit zwischen Menschen, Maschinen, Arbeitsabläufen und händischen Prozessen kontinuierlich zu verbessern. „Wir wollten uns auch selbst die Arbeit erleichtern und haben deshalb damit begonnen, kleine IT-Schnipsel zu programmieren“, erklärt Nikola Cammans. Vor 15 Jahren hat sich der Firmengründer aus dem operativen Geschäft zurückgezogen und seitdem ist Jutta Sinner, die Mutter von Nikola Cammans, Mehrheitsgesellschafterin. Als Geschäftsführerinnen leiten Nikola Cammans, ihre Mutter Jutta Sinner und ihre Schwester Stephanie Sinner-Kappelmaier heute das Unternehmen mit knapp 50

Beschäftigten und einem Umsatz von 4,5 Millionen EUR.

Nähe zum Kunden

Mit ihren Lösungen spricht die AMS Marketing Service GmbH unterschiedliche Branchen an. Oft im Bereich Automotive, doch gehören auch Banken und Kreditkartenunternehmen, ein Vermessungsbüro und der Verein Initiative Ludwig-Erhard-Preis e.V. zu den Kunden. Neben vielen mittelständischen Betrieben zählen jedoch auch Konzerne wie BMW zu den Auftraggebern, ein Zweig, den Nikola Cammans weiter ausbauen möchte: „Wir können Großunternehmen und möchten uns gern auch noch weiter in Richtung großer Mittelstand und Konzerne entwickeln.“ Beim Umgang mit den Kunden steht der enge persönliche Kontakt im Mittelpunkt. Deshalb hat jeder Kunde einen



In München zu Hause: Der Firmensitz am Bauhausplatz

persönlichen Ansprechpartner bei AMS. „Viele unserer Kunden kennen wir schon lange und auch unsere Aufträge sind immer langfristig angelegt, zum Teil über zehn Jahre“, erklärt die Geschäftsführerin. „Wir programmieren die Customer Journey für den Endkunden immer weiter.“ Um weitere Kunden zu begeistern, möchte Nikola Cammans die Marketing-

aktivitäten forcieren, da neue Aufträge bis dato fast ausschließlich auf Empfehlung zufriedener Stammkunden zustande kamen: „Wir überarbeiten gerade unser Corporate Design und investieren auch in die Suchmaschinenoptimierung.“

Vielfach nachhaltig

Ein wichtiges Thema für die Geschäftsführerin ist auch die Nachhaltigkeit: „In der IT ist die wichtigste Stellschraube der Nachhaltigkeit die Menge der gespeicherten Informationen. Hier versuchen wir, die Informationen so sparsam wie möglich und effizient wie möglich zu speichern und so sinnvoll zu verarbeiten.“ Doch nachhaltig ist für Nikola Cammans auch die Unterstützung eines Theaters in der Nachbarschaft, von Mitarbeitern, die Pfadfinder sind, Hilfe für Flüchtlinge sowie die kostenlose Abgabe ausgemusterter Geräte. Als „familiär und freundschaftlich, aber fachlich professionell“, beschreibt die Geschäftsführerin das Betriebsklima bei AMS. „Ich möchte gerne Nähe und Vertrauen schaffen und kenne auch die



KONTAKTDATEN

AMS Marketing Service GmbH
 Bauhausplatz 4
 80807 München
 Deutschland
 ☎ +49 89 35879440
 📠 +49 89 35879300
 info@ams-gmbh.com
 www.ams-gmbh.com

Projekte und Schwierigkeiten der Mitarbeiter. Wir legen Wert auf Eigenverantwortlichkeit und Selbstorganisation.“ Ein großer Schritt in diese Richtung war auch die Umwandlung der Team- in eine Zellstruktur. Nikola Cammans: „Es gibt bei uns keine Teamleiter mehr, stattdessen führen wir in jeder Gruppe die Fachexpertise zusammen. Dadurch sind wir auch näher am Kunden.“

Inspizieren und helfen

Die Branchendiversifizierung steht für Nikola Cammans in den kommenden Jahren ganz oben auf der Agenda. Das Gleiche gilt auch für die Gewinnung von neuen Kunden. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die strategische Transformation. „Hier denken wir an Hybridlösungen, vielleicht sogar an eigene Standardprodukte“, so die Geschäftsführerin, die ihre Aufgaben mit großer Leidenschaft erfüllt: „Mir macht es großen Spaß, Menschen zu inspirieren und mit unseren Fähigkeiten den Kunden zu helfen, ihre Prozesse zu verstehen.“

Excellence Assessment Tool
LEP autorisiert

Organisation: Muster Organisation
 Datum von: 08.05.2023 bis: 09.05.2023

2 Assessorn: Marta Musterfrau, Max Mustermann

Fragen	Multipl.	Marta Musterfrau	Max Mustermann	Range	Mittel (%)	Mittel (Pkt.)
1.0 Zweck, Vision und Strategie	1	40	40	40	40	40
1.1 Definition von Zweck, Vision und Strategie		40	40	0	40	40
1.2 Interessengruppenmanagement		30	30	0	30	30
1.3 Ecosystem, eigene Fähigkeiten und wichtige Herausforderungen verstehen		30	30	0	30	30
1.4 Strategieentwicklung		50	50	0	50	50
1.5 Governance-Struktur und Steuerungssystem		50	50	0	50	50
2.0 Organisationskultur und -führung	1	50	50	50	50	50
2.1 Organisationskultur lenken und ihre Werte fördern		50	50	0	50	50
2.2 Wandel ermöglichen		50	50	0	50	50
2.3 Kreativität und Innovationen fördern		40	40	0	40	40
2.4 Ausrichtung auf Zweck, Vision und Strategie		60	60	0	60	60
3.0 Einbindung der Interessengruppen	1	40	40	40	40	40
3.1 Kunden	10	50	50	0	50	50
3.2 Mitarbeitende	20	45	45	0	45	45
3.3 Wirtschaftliche und regulatorische Interessengruppen	20	45	45	0	45	45
3.4 Gesellschaft	30	30	30	0	30	30
3.5 Partner und Lieferanten	20	40	40	0	40	40
4.0 Nachhaltigen Nutzen schaffen	2	54	54	54	54	108
4.1 Gestaltung der Wertschöpfung		50	50	0	50	50
4.2 Kommunikation und Verkauf		45	45	0	45	45
4.3 Wertschöpfung erzeugen		60	60	0	60	60
4.4 Kundenertisnis gestalten		60	60	0	60	60
5.0 Leistungsfähigkeit und Transformation vorantreiben	1	37	37	37	37	37
5.1 Management der Leistung und des Risikos		40	40	0	40	40
5.2 Zukunftsfähigkeit sichern		40	40	0	40	40
5.3 Innovation und Technologie		40	40	0	40	40
5.4 Nutzung von Informationen und Wissen		35	35	0	35	35
5.5 Vermögenswerte und Ressourcen der Organisation managen		30	30	0	30	30
6.0 Wahrnehmungen der Interessengruppen	2	40	38	39	39	78
6.1 Kunden	10	55	50	5	53	53
6.2 Mitarbeitende	20	60	55	5	58	58
6.3 Wirtschaftliche und regulatorische Interessengruppen	20	45	45	0	45	45
6.4 Gesellschaft	30	20	20	0	20	20
6.5 Partner und Lieferanten	20	35	35	0	35	35
7.0 Strategie- und leistungsbezogene Ergebnisse	2	50	50	50	50	100
7.1 Strategieentwicklung		50	50	0	50	50
7.2 Leistungsbeurteilung		50	50	0	50	50
Gesamt (Punkte)		455	451			453

Formular zurücksetzen | Download Excel | Choose File | No file chosen | Logout | Hilfe

Alte Anlagen mit neuester Technologie fit für die Zukunft machen



Interview mit



Daniel Zeidler,
CEO
der Gebrüder Meier AG

Die Getriebe, Motoren und Generatoren, deren Instandhaltung und Reparatur die Gebrüder Meier AG aus der Schweiz verantwortet, sind teilweise älter als das Unternehmen selbst, was angesichts seines Gründungsjahres 1918 einen besonderen Eindruck hinterlassen dürfte. Welche technologischen Herausforderungen dabei regelmäßig zu bewältigen sind, weshalb dieses Tätigkeitsfeld für ambitionierte Fachkräfte besonders interessant ist und welchen Beitrag das Unternehmen damit zur 'Circular Economy' leistet, erläuterte CEO Daniel Zeidler im Interview.

Wirtschaftsforum: Herr Zeidler, die Gebrüder Meier AG ist mittlerweile schon seit über 100 Jahren im Markt aktiv. Welche Leistungen stehen heute im Zentrum Ihrer Unternehmenstätigkeit?

Daniel Zeidler: Wir sind unserer Kernkompetenz immer treu geblieben und engagieren uns somit auch heute noch vornehmlich in der Reparatur, Wartung und Revision von Motoren, Generatoren und Getrieben, wobei sich dieses Leistungsspektrum durch mehrere Unternehmensakquisitionen und neue Standorterschließungen in unserer Firmenbiografie sukzessive erweitert hat und heute auch Themenfelder wie Notstromaggregate sowie den Steuerungsbau erfasst, in dessen

Rahmen wir für unsere Kunden ganze Produktionslinien automatisieren. Viele der von uns gewarteten und instandgesetzten Maschinen sind dabei schon über ein Jahrhundert alt, weshalb das Wissen um die erforderlichen technischen Reparaturverfahren im Markt immer knapper wird. Dank unserer dezidierten Spezialisierung auf diese Fragestellungen kann die Gebrüder Meier AG hier jedoch weiterhin als kompetenter Partner auftreten und hat so das Vertrauen vieler Kunden mit hohen Anforderungen an ihren Maschinenpark gewonnen.

Wirtschaftsforum: Wird dieses Leistungsspektrum auch perspektivisch Ihre Unternehmenstätigkeit bestimmen?

Daniel Zeidler: Wir sehen in diesem Themenfeld auch für die Zukunft eine bedeutsame und einträgliche Nische und wollen unsere Position als starker Know-how-Träger weiter schärfen, um unseren Kunden nicht zuletzt durch unsere hohe Expertise im Sondermaschinenbau einen nachhaltigen Mehrwert zu bieten. Während oftmals vornehmlich



Eine Neuwicklung wird bearbeitet



gebrüder meier
elektrische maschinen & anlagen

KONTAKTDATEN

Gebrüder Meier AG
Allmendstrasse 10
8105 Regensdorf
Schweiz
☎ +41 44 8709393
✉ +41 44 8709394
info@gebrueder-meier.ch
www.gebrueder-meier.ch



Untersuchung der Motorgetriebeeinheiten in eingebautem Zustand



Blick auf Revisionsarbeiten in einem Kraftwerk

Standardlösungen angeboten werden, legen wir unser starkes Augenmerk auf die spezifischen Anforderungen, für die der Kunde eine maßgeschneiderte Lösung erwartet – genau an diesem Punkt liegt die gewachsene Stärke der Gebrüder Meier AG. Obwohl wir uns oftmals mit sehr alten Anlagen beschäftigen, greifen wir dabei auf modernste Methoden zurück, um Themen wie Preventive Maintenance und künstliche Intelligenz sinnvoll be-spielen zu können. Hier sehe ich auch für unser Unternehmen in den nächsten Jahren ein starkes Entwicklungspotenzial.

Wirtschaftsforum: Wenn das fachliche Know-how zur Instandhaltung und Reparatur dieser Anlagen und Maschinen im Markt immer knapper wird – wie gelingt es dann der Gebrüder Meier AG, diese Expertise in Zeiten des allgemeinen Fachkräftemangels im eigenen Unternehmen abzu-bilden?

Daniel Zeidler: Natürlich müs-sen wir dabei zuvorderst als attraktiver Arbeitgeber auftreten – doch das ist bei uns keine Angelegenheit, die vornehmlich den Hochglanzprospekten vor-behalten bleibt, sondern wird von

uns täglich im betrieblichen Alltag gelebt. Ein besonders wichtiger Aspekt fällt dabei unserer Unter-nehmenstätigkeit und der Breite unseres Leistungsspektrums zu: Zu unserem Portfolio gehören kleinere Antriebe und Getriebe bis hin zu den Großmaschinen mit Stückgewichten über 100 t, welche wir neben der Revision auch neu konstruieren und herstellen. Abwechslungsreichtum und spannende fachliche Herausfor-derungen sind unseren Mitarbei-terinnen damit garantiert, wovon sich gerade besonders engagierte und kompetente Fachkräfte gerne begeistern lassen. Gleichzeitig

investieren wir auch bei unserer Belegschaft nachhaltig in die Zukunft – auf aktuell circa 170 Mitarbeiter kommen derzeit zwölf Auszubildende an unseren drei Standorten in Bern, Luzern und Zürich. Mit unserer klaren Positi-onierung als Ausbildungsbetrieb legen wir dabei sicherlich einen besonders wichtigen Grundstein für die Zukunft unseres Unter-nehmens. Hinzu kommt die ge-samtwirtschaftliche Bedeutung unseres Geschäftsfeldes: denn mit unserem Commitment zur Reparatur und Instandhaltung von bisweilen auch sehr alten Anlagen leisten wir einen echten Beitrag zu einer guten Nachhaltigkeitsbilanz auf dem Weg zu einer Circular Economy – eine Haltung, die gerade viele junge Menschen mit besonderem Enthusiasmus teilen. Dieses Herzblut und die beson-ders starke Kundenorientierung machen sicherlich den Wesens- kern der Gebrüder Meier AG aus – und ein besseres Erfolgsrezept für die Zukunft kann ich mir kaum vorstellen.



Montage eines Rotors in einem Kraftwerk



Ein revidiertes Stirnradgetriebe eines Extruders

Interview mit



*Silvio Schoch,
CEO der Sunstar Hotels
Management AG*

Sunstar Hotels

Schweizer Gastlichkeit – persönlich, individuell und nachhaltig



Chilliges Loft im neuen Sunstar Hotel in Pontresina



Das Sunstar Pontresina begeistert mit einem modernen Ambiente

Kleines Land, große Vielfalt: Die Schweiz begeistert mit malerischer Alpenkulisse, majestätischen Viertausendern, tiefen Tälern, glasklaren Seen, pittoresken Städten und ursprünglichen Dörfern. Gäste aus aller Welt sind fasziniert von der abwechslungsreichen Alpenrepublik; genießen können sie ihren Aufenthalt in einem Hotel der Sunstar Hotels Management AG. Die Hotelgruppe setzt in jedem ihrer bald acht Häuser auf Individualität und eine persönliche Note.

Wirtschaftsforum: Herr Schoch, Sunstar ist ein traditionsreicher Name in der Schweizer Hotelbranche. Was waren besondere Meilensteine in der 50-jährigen Geschichte?

Silvio Schoch: Die Gruppe wurde 1969 mit Inbetriebnahme eines ersten Hotels in Davos gegründet. Im Laufe der Zeit kamen weitere Häuser hinzu, die zunächst selbst gebaut, ab 1977 akquiriert wurden. Mit rund 1.000 Zimmern war

Sunstar irgendwann die größte rein Schweizer Hotelkette in der Ferienhotellerie. Als Sunstar 2008 als erste Hotelgruppe klimaneutral wurde, war das ein wichtiger Meilenstein. Das Unternehmen war ein Pionier und der Zeit vo-

raus. Ein Jahr später übernahm der Schweizer Industrielle Peter Grogg die mehrheitlichen Unternehmensanteile. Die damit verbundene finanzielle Solidität ist ein großer Vorteil.

Wirtschaftsforum: Die Gruppe ist konstant gewachsen, hat sich auf verschiedenen Ebenen weiterentwickelt. Wie hat sich diese Dynamik auf die Strategie der Gruppe ausgewirkt?

Silvio Schoch: 2016 kam es zu einer wichtigen Änderung der Unternehmensstrategie. Setzte man bis dahin auf alpine Hotels und kleinere Boutiquehotels, steht heute jedes Haus mit seinen speziellen Eigenschaften und Eigenheiten für sich am Markt. Wir nennen diese Strategie 'Sunstar Collection Strategie'. Durch diesen Fokus auf Individualität werden verschiedene Zielgruppen

angesprochen. Ich vergleiche die Sunstar-Gruppe gerne mit einer Pralinenschachtel, die für jeden Geschmack etwas bietet. Wir fahren diese Strategie mit großer Konsequenz.

Wirtschaftsforum: Wie lässt sich die Sunstar-Gruppe in Zahlen ausdrücken? Und steht weiteres Wachstum auf der Agenda?

Silvio Schoch: Wir haben Hotels in Arosa, Brissago, Davos, Grindelwald, Lenzerheide, Klosters und im Piemont. Ende dieses Jahres steht die Eröffnung eines achten Sunstar-Hotels in Pontresina an. Weitere Häuser sind momentan nicht aktiv geplant, allerdings halten wir die Augen nach passenden Häusern weiter offen.

Wirtschaftsforum: Jedes Hotel steht für Individualität und soll bestimmte Zielgruppen ansprechen. Können Sie dafür Beispiele geben?

Silvio Schoch: Unser Hotel in Lenzerheide zieht im Sommer viele Mountainbiker an, im Winter Langläufer. Es sind sportliche Gäste, die aktiv sind, ohne auf Genussmomente verzichten zu wollen. Deshalb haben wir in bestimmte Ausstattungsmerkmale investiert; es gibt Platz für Skiausrüstungen, Reparierstationen und Waschstraßen für Bikes. Auch das F&B-Konzept ist auf diese Zielgruppe abgestimmt. Im Hotel Brissago im Tessin, einem ehemaligen barocken Herrschaftssitz am Lago Maggiore, wenden wir uns vor allem an Gäste, denen es um eine Auszeit vom Alltag

geht, um das 'Dolce far niente' in traumhafter Umgebung. Es ist ein mit 32 Zimmern kleines Boutiquehotel, in dem die italienische und hier insbesondere die Tessiner Küche für kulinarische Genussmomente sorgt. Neben einem Innen- und Außenpool lädt ein kleiner Wellnessbereich zum Entspannen ein. Ein besonders innovatives Konzept realisieren wir mit unserem neuen Hotel in Pontresina. Dort gibt es 46 Einheiten, die Hälfte größere Lofts mit Kitchenette. Wir arbeiten hier mit der Idee des 'Do-it-my-way'; es gibt keine Rezeption, kein Restaurant, stattdessen eine Lounge, in der Kleinigkeiten serviert werden sowie einen Grab-and-go-Kiosk. Dem Gast wird eine große Individualität eingeräumt.

Wirtschaftsforum: Ist dieses Konzept eine Antwort auf die Herausforderungen der Branche? Stichwort Digitalisierung und Fachkräftemangel?

Silvio Schoch: Durch die Digitalisierung können Prozesse automatisiert werden; wir sehen sie als Unterstützung, nicht als Ersatz

von Mitarbeitenden. Gerade in der Ferienhotellerie haben wir es mit einer Gratwanderung zu tun. Die Dienstleistung am Kunden darf nicht zu kurz kommen. Gäste möchten herzlich willkommen heißen werden; eine persönliche Note ist immer noch sehr wichtig. Andererseits braucht die Branche Veränderungen. Hoteliers, die auf innovative Konzepte setzen, können in den nächsten Jahren die Nase vorn haben. Wir sind diesbezüglich schon weit, aber noch nicht weit genug. Ich persönlich freue mich auf spannende, neue Herausforderungen.

Wirtschaftsforum: Die Naturschönheit, die saubere Luft, das Wasser und die Berge sind die eigentliche Faszination für Ferien in der Schweiz. Was machen die Sunstar Hotels, damit das so bleibt?

Silvio Schoch: Sunstar ist die erste Schweizer Ferienhotellkette, die klimaneutral ist. Die Nachhaltigkeit – also das gleichzeitige Beachten von wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Kriterien – ist für Sunstar äußerst wichtig



Doppelzimmer im Sunstar Lenzerheide – perfekt, um nach einem aktiven Tag in den Bergen Ruhe und Komfort zu genießen



Das Sunstar Brissago lädt mit seinem authentischen italienischen Flair zum 'Dolce far niente' ein



Sunstar
SWISS HOTEL COLLECTION

KONTAKTDATEN

Sunstar Hotels Management AG
Galmsstrasse 5
4410 Liestal
Schweiz
☎ +41 61 9257070
www.sunstar.ch

und mehr als nur ein Schlagwort. Die Sunstar Hotels haben sich deshalb seit Jahren zum Ziel gesetzt, auf allen Ebenen der Nachhaltigkeit überdurchschnittliche Leistungen zu erbringen und dadurch dazu beizutragen, dass sich die Gäste, die Mitarbeitenden und die Natur langfristig wohlfühlen. Die intakte Natur und die kulturellen Eigenheiten sind das Kapital des Tourismus. Sunstar investiert also auch dort, wo es der Gast nicht auf den ersten Blick sieht.



**NEU IN IHREM
WIRTSCHAFTSFORUM
DASHBOARD**

WIRTSCHAFTSFORUM

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!



SIE SUCHEN MITARBEITER?

In nur zwei Schritten zu Ihrer Stellenanzeige:

**1. Kostenlos
anmelden**

**2. Bis zu 10 Anzeigen
gleichzeitig schalten!**

JETZT DABEI SEIN!

Mit dem Eintrag Ihres Unternehmens profitieren Sie außerdem von der Reichweite unserer Plattform im Internet. Darüber hinaus erhalten Sie die Möglichkeit, Ihre Produkte und Unternehmensnews direkt auf wirtschaftsforum.de zu präsentieren.

Kontakte

BADEN-WÜRTTEMBERG

Da Vinci Engineering GmbH
Hauptstätter Straße 149
70178 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 711 722400
✉ +49 711 72240198
info@davinci.de
www.davinci.de

Empalis Consulting GmbH
Wankelstraße 14
70563 Stuttgart
Deutschland
☎ +49 711 46928260
✉ +49 711 46928239
info@empalis.de
www.empalis.de

Jauch Quartz GmbH
In der Lache 24
78056 Villingen-Schwenningen
Deutschland
☎ +49 7720 9450
info@jauch.com
www.jauch.com

Stöhr GmbH
Metalltechnologie
Weiherstraße 3
75203 Königsbach-Stein
Deutschland
☎ +49 7232 30640
info@stoehr-gmbh.de
www.stoehr-gmbh.de
www.stoehr-mobility.de

Mikron Germany GmbH
Berner Feld 71
78628 Rottweil
Deutschland
☎ +49 741 5380450
info.mtr@mikron.com
www.mikrontool.com

SAARLAND

MP Filtri Germany GmbH
Hans-Wilhelmi-Straße 2
66386 St. Ingbert
Deutschland
☎ +49 6894 956520
✉ +49 6894 9565220
service@mpfiltri.de
www.mpfiltri.de

BAYERN

Heidolph Instruments GmbH & Co. KG
Walpersdorfer Straße 12
91126 Schwabach
Deutschland
☎ +49 9122 99200
✉ +49 9122 992065
sales@heidolph.de
https://heidolph-instruments.com/de/
start

AMS Marketing Service GmbH
Bauhausplatz 4
80807 München
Deutschland
☎ +49 89 35879440
✉ +49 89 35879300
info@ams-gmbh.com
www.ams-gmbh.com

SCHWEIZ

Gebrüder Meier AG
Allmendstrasse 10
8105 Regensdorf
Schweiz
☎ +41 44 8709393
✉ +41 44 8709394
info@gebrueder-meier.ch
www.gebrueder-meier.ch

Sunstar Hotels Management AG
Galmstrasse 5
4410 Liestal
Schweiz
☎ +41 61 9257070
www.sunstar.ch

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



WISSEN, WAS ZÄHLT

Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbemarkt

SPITZENKLASSE!

Wirtschaftsforum.de gehört zu den

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

im SEO Ranking in Deutschland.

(Quelle: XQVI - Stand: Oktober 2022)

WIRTSCHAFTSFORUM

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!