

Wirtschaft im Süden



Interview:

Sieben Prinzipien, ein ganzes Bündel Erfahrungen

mit Johannes Spatz, Geschäftsführer der Panasonic Industry Europe GmbH

Porträts:

› **LTW Intralogistics GmbH**, Seite 12

› **KONE AG**, Seite 22



04

Interview mit Johannes Spatz, Geschäftsführer
der Panasonic Industry Europe GmbH

Sieben Prinzipien, ein ganzes Bündel Erfahrungen

DEUTSCHLAND



NEU! Wirtschaftsforum Themenwelten

Ab sofort als **ePaper** und direkt auf wirtschaftsforum.de



**Seien Sie
jetzt dabei:**

+49 5971 921640

ITALIEN



Special Wirtschaft im Süden



08



Sven Röcker,
Fertigungsleiter
der RSV-Service GmbH
Kompetenz- und Service-Center

10



Martin Seeger,
Geschäftsführer
der Bechtle GmbH
Bodensee

... in Österreich



12



Dipl.-Ing. Konrad Eberle,
Geschäftsführer
der LTW Intralogistics GmbH

16



Hans-Peter Kranewitter,
Head of Sales and Marketing
der Praher Plastics Austria GmbH

... in der Schweiz



18



Christian Götze,
Head of Sales & Innovation
der Georg Kaufmann
Formenbau AG

20



Alain Rupf, CMO, Daniel Pelizzoni,
COO, **Heinz Ochsner,** Leiter
Produktmanagement, und **Pascal
Meuwly,** Leiter Engineering der
COMLAB AG

22



Ruedi Sandmeier,
Geschäftsführer
der KUHN Schweiz AG

24



**Prof. Dr. Dr.-Ing.
Gustavo Möller-Hergt,**
CEO der ALSO Holding AG

... in Italien



26



René Wiertz,
Präsident und CEO
der 3T Cycling SRL

28



Marco Ruffa,
Marketing Manager
der Temera Srl

Service

29

Impressum

31

Kontakte

Sieben Prinzipien, ein ganzes Bündel Erfahrungen

Panasonic ist ein Markenname, der eigentlich jedem ein Begriff ist, vor allem im Zusammenhang mit Kameras und Fernsehern. Doch der Weltkonzern stellt sehr viel mehr als nur High-End-Elektronikgeräte für den Haushalt her, aus vielen Branchen ist seine Expertise nicht wegzudenken. Unter dem Namen Panasonic Industry Europe GmbH bündeln sich gleich mehrere Unternehmen der Technologiebranche, die in ihren jeweiligen Bereichen absolute Koryphäen sind und gemeinsam ein sehr breites Feld abdecken. Die Aufgabe von Geschäftsführer Johannes Spatz ist, alle diese Firmen in einer noch effektiveren Struktur zu bündeln.



Geschäftsführer Johannes Spatz hat eine Vision für Panasonic Industry Europe

WF: Herr Spatz, was können Sie uns über Ihren Werdegang und Ihre Rolle bei Panasonic erzählen?

Johannes Spatz: Ich bin nun schon seit 21 Jahren für das Unternehmen tätig. Ich habe an der TU München studiert. Als Elektrotechnik-Ingenieur war ich zunächst bei Daimler-Benz als Softwareentwickler in der Qualitätssicherung der Motorenproduktion beschäftigt. Danach verantwortete ich die Entwicklung für kundenspezifische

Lösungen bei der damaligen BMW-Tochter Kontron. Panasonic ist nun meine dritte Firma, die ebenfalls die Bereiche Industrie und Automotive kombiniert. Seit 2004 bin ich im Vorstand der Panasonic Electric Works, seit 2011 als Vorsitzender. 2017 wurde ich Geschäftsführer der neu gegründeten Muttergesellschaft Panasonic Industry Europe. Hier bündeln sich verschiedene Bereiche, die sich in der Vergangenheit unterschiedlich aufgestellt hatten.

WF: Und Ihre Aufgabe ist, diese Bereiche zu verbinden?

Johannes Spatz: Ja, wir haben über die Jahre hinweg die verschiedenen Panasonic-Firmen zusammengeführt mit dem Ziel, bis 2022 alles final zu bündeln. Wir sind gerade auf dem Weg der Transformation. Der Panasonic Industry gibt das einen wichtigen Schub, weil wir seit vielen Jahren in unterschiedlichen Bereichen weitreichende Erfahrungen haben, die historisch sehr diversifiziert aufgestellt sind und bis dato etwas im Schatten der Panasonic Consumer geblieben sind.

WF: Wie weit reicht diese Historie denn zurück?

Johannes Spatz: Der Konzern hat letztes Jahr sein 100-jähriges Bestehen gefeiert, das auf die Gründung im Jahr 1918 zurückgeht. In Europa ging es in den 1970er-Jahren los, wobei viele der Firmen bereits in den 1960ern gegründet und später akquiriert wurden. Zum

Beispiel die SDS mit Dr. Sauer als Gründer und namhafter Erfinder im Relais-Bereich. Heute erreicht der Konzern mit 250.000 Mitarbeitern einen 60-Milliarden-EUR-Umsatz. Hier in Europa generieren wir mit rund 1.000 Mitarbeitern circa eine Milliarde EUR.

WF: Wie sieht die Beziehung zum japanischen Mutterkonzern aus?

Johannes Spatz: Japanische Konzernkultur ist komplett anders als deutsche Konzernkultur. Das hat Vor- und Nachteile. Ähnlichkeiten haben wir im Verständnis von Präzision und Qualität. Herausfordernd sind manchmal die Entscheidungsprozesse. Der Vorteil ist, dass wir auf ein unheimlich großes Produktportfolio und eine unheimlich hohe Entwicklungskompetenz zurückgreifen können, fast vier Milliarden EUR werden in R&D investiert. All das hat einen sehr großen Einfluss auf die Firmen in Europa. Und in meinem Rahmen habe ich relativ viele Freiheiten in Bezug auf die strategi-

sche Ausrichtung, die Rahmenbedingungen und die Investitionen.

WF: Und wie sieht es mit dem Einfluss auf die Firmenkultur aus?

Johannes Spatz: Wir haben die spezielle Situation, dass unser Gründer Kōnosuke Matsushita die Firma aus ärmlichsten Verhältnissen gegründet hat und deshalb sehr früh die grundsätzliche Firmenphilosophie aufgesetzt und die soziale Verantwortung in den Fokus gestellt hat. Es ist erstaunlich, was dieser Mann in den 1920er- und 1930er-Jahren ohne Schulbildung aufgebaut hat. Seine Geschichte ist unglaublich. Seine sieben Prinzipien, wie Fairness und Aufrichtigkeit, Kooperation und Teamfähigkeit, Dankbarkeit, Flexibilität usw. hängen in jedem Meetingraum an der Wand, gemeinsam mit einem Foto unseres Firmengründers. Ein Prinzip ist der Beitrag zur Gesellschaft. Deshalb ist Nachhaltigkeit ein Thema, das ebenfalls auf der Agenda steht. Wir wollen CO₂-neutral produzieren, und auch durch unsere Produkte Energieeinsparungen generieren. Das Dach hier in Ottobrunn wird jetzt mit Solarzellen ausgestattet, die wir ja selbst bei Panasonic in Malaysia produzieren.

WF: Wie ist das Unternehmen in Europa strukturiert?

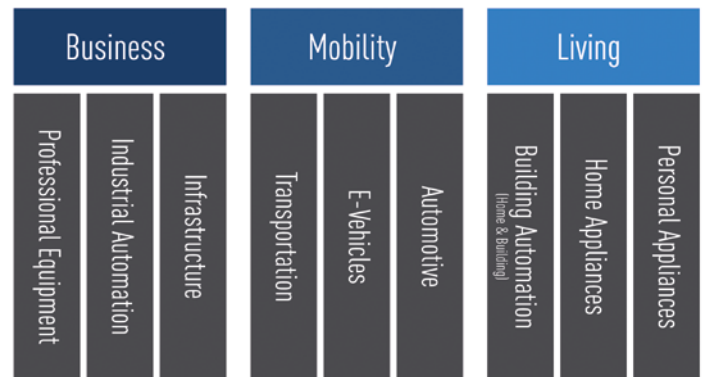
Johannes Spatz: Wir haben Standorte in mehreren Ländern und in drei verschiedenen Marktsegmenten, die jeweils ein Drittel unserer Aktivitäten ausmachen. Im Bereich Living Space decken wir vor al-

lem elektronische Komponenten, Batterien und Systemeinheiten für Konsumgüter wie Pflege- und Küchengeräte ab. Das Segment Mobility bedient derzeit noch vorrangig den klassischen Automotivbereich. Als führender Tier-2-Lieferant zählen alle namhaften Tier 1 zu unseren Kunden. Gerade in der Elektrifizierung sind wir Marktführer in gewissen Produktbereichen. In diesem Segment wird sich noch sehr viel bewegen. Wir sind bereits in den Bereichen E-Bikes und E-Scooter aktiv, ein Thema für die Zukunft ist elektrisches Fliegen. Und schließlich gibt es noch das Marktsegment Professional oder Industrial Business. Dabei geht es in den Bereichen der Telekom- oder Lade-Infrastruktur um elektronische Komponenten oder Batterie-Speicher-Systeme. Unsere Schwerpunkte dort sind aber eindeutig Produktions- und Automatisierungslösungen von der Sensorik bis zur kompletten SMT-Produktionslinie.

WF: Was wären denn typische Panasonic-Produkte für die Industrie?

Johannes Spatz: Insgesamt sind wir extrem breit aufgestellt. Wir bieten unter anderem ganz klassisch die Palette elektronischer und elektro-mechanischer Komponenten wie Widerstände, Kondensatoren, Schalter oder Relais, sozusagen alles auf der Leiterplatte. Hier ist Panasonic stark und in vielen Bereichen auch Marktführer. Wir bieten auch Systeme, Steuerungen und Software für industrielle Produktionsanlagen, zum Beispiel integrierte Schweißrobotersysteme

Panasonic INDUSTRY Market Areas



Die Produkte von Panasonic Industry Europe decken drei Marktsegmente ab

und komplette Leiterplatten-Bestückungslinien, womit wir zu den Top 3-Anbietern der Welt zählen.

WF: Was hebt Ihre Produkte von denen der Konkurrenz ab?

Johannes Spatz: Klar haben wir Produkte mit USPs in einzelnen Bereichen, aber der entscheidende Punkt ist, dass es nur wenige Firmen gibt, die eine solche Breite aufweisen. Falls es überhaupt jemand anderen gibt, der über Jahrzehnte hinweg solche Kompetenzen aufgebaut hat und über die Möglichkeit verfügt, diese zu kombinieren. Es gibt Relaishersteller, es gibt Kondensatorenhersteller, es gibt Steuerungen- und Motorenhersteller, aber diese Kombination, die wir hier haben, die ist einzigartig. Das Applikations-Know-how und dass wir in Europa vor Ort beim Kunden sind, das ist ein Vorteil, den wir noch viel stärker ausspielen wollen.

WF: Wie wollen Sie das machen?

Johannes Spatz: Das Zusammenspiel einzelner Komponenten, die Elektrifizierung von Anwendungen, das sind alles spannende Themen, wo wir den Kunden viele Vorteile bieten können, da wir die entsprechende Plattform schon haben. Wichtig ist aber vor allem der Vertrieb. Historisch gesehen ist der Konzern Consumer-getrieben, wir hier sind auf B2B ausgerichtet. Das macht einen großen Unterschied im Verkauf. Ich muss beim Marketing bidirektional arbeiten, also auch herausfinden, welche Technologien und Produkte notwendig sind. Deshalb ist das A und O der Vertriebsmann vor Ort, der die Notwendigkeit vom Kunden direkt erfahren kann, damit wir das entsprechend anbieten können. Deshalb ist unser Vertrieb breit aufgestellt mit klassischen Key Accounts, sogar globalen Key Accounts, aber durchaus auch

Panasonic INDUSTRY

Panasonic Industry Europe GmbH

Caroline-Herschel-Straße 100
85521 Ottobrunn
Deutschland

+49 89 453541000

+49 89 453541550

info.pieu@eu.panasonic.com

eu.industrial.panasonic.com

regionalen Kunden, die wir typischerweise direkt vor Ort betreuen. Ganz wichtig ist für uns außerdem die Distribution als klassischer Vertriebskanal, der in die Breite gehen kann.

WF: Das Tagesgeschäft ist doch sicherlich von Corona etwas aus der Bahn geworfen worden, oder?

Johannes Spatz: Der Großteil von uns arbeitet noch im Homeoffice. Wir wollen nun peu à peu versuchen, wieder zur Normalität zurückzukehren. Wir werden zunächst im Schichtbetrieb auf 30 bis 50% gehen und dann auf Sicht fahren. Im Homeoffice kann man ja viel machen, aber vieles geht auch verloren, weil viele Dinge in Gesprächen mit Kollegen nebenbei geklärt werden. Zehn Jahre lang sind wir gewachsen, aber die Krise hat uns schwer erwischt. Alle großen Autohersteller hatten ihre Fahrzeuge für 2020 angekündigt, aber durch Corona verzögert sich das alles. Wir sind bei all diesen Projekten in der

Elektrifizierung mit drin, mit speziellen Kondensatoren und speziellen Relais. Wenn die Projekte kommen, werden wir unseren Umsatz im Automotivebereich verdoppeln, fast verdreifachen. Investitionsgüter werden aber sicher noch etwas länger brauchen, um

wieder in Fahrt zu kommen, da die Kunden jetzt etwas verhalten investieren.

WF: Und wie sieht es mit den eigenen Plänen aus?

Johannes Spatz: Primär dreht sich gerade alles darum, unser Unternehmen zu transformieren von einem Zustand, der historisch gewachsen ist, zu einem Zustand den wir in unserer Vision abgebildet haben. Wir werden unsere Kompetenzen bündeln und diese näher an den Kunden bringen. Auch bezüglich der Digitalisierung wird gerade umstrukturiert und vereinfacht, unsere ERP-Systeme werden auf ein neues SAP-System umgewandelt. Ein begleitendes Thema ist der Panasonic Campus Munich, wo wir alle technischen Einrichtungen,

also Labore, Servicecenter, technisches Center für die Kundenberatung, bündeln. Wir werden dort ein Experience Center aufbauen, wo wir Innovationen und gewisse Themenfelder wie Retail und Mobility darstellen und unsere Kompetenz in bestimmten Anwendungsfeldern demonstrieren können. Im Oktober soll der erste Teil fertig werden, im Mai 2021 wollen wir die zweite Ausbaustufe erreichen. Dann können wir dort Veranstaltungen ausrichten, Kunden einladen, Training bieten und vielleicht Messen zu gezielten Themen durchführen. Das wird in dieser Form im Panasonic-Konzern einzigartig sein.

Key to all daily operations is an outline of favored behaviour in the business per our

Seven Principles

Contribution to Society

We will follow the Basic Management Objective for society's benefit

Fairness and Honesty

We will be fair and honest in all our business dealings and personal conduct.

Cooperation and Team Spirit

We will combine our abilities to accomplish our shared goals together and value team spirit.

Untiring Effort for Improvement

We will try to improve our business ability to contribute to society

Courtesy and Humility

We will always be cordial and modest and respect others for good social relationships

Adaptability

We will continually adapt our thinking and behaviour to meet the ever-changing conditions around us.

Gratitude

We will act out of a sense of gratitude for all the benefits we have received.



Panasonic Gründer Kōnosuke Matsushita hat für seine Firma sieben Grundprinzipien aufgestellt, die bis heute maßgeblich sind

PRODUKT IM FOKUS

air up Duft-Luft für das Leitungswasser



Unser Herzstück

Im ringförmigen Duft-Pod findet der ganze Zauber statt. Wenn du an unserer Flasche saugst, bekommst du nicht nur klares Wasser, sondern gleichzeitig auch beduftete Luft in deinen Mund. Der Duft entsteht automatisch, wenn du an unserer Flasche saugst. Dabei strömt Luft

von außen in den Duft-Pod und dort nimmt die Luft unsere natürlichen Aromen auf. Der Pod ist mit der besten Auswahl an natürlichen Aromen gefüllt, die aus echten Früchten, Pflanzen und Gewürzen gewonnen werden.

Jeder unserer Pods aromatisiert mindestens fünf Liter Wasser und ist dadurch 50-mal nachhaltiger als die meisten herkömmlichen Erfrischungsgetränke. Außerdem ist er natürlich voll recyclebar und kann einfach im gelben Sack entsorgt werden.

Quelle: www.air-up.com



Derzeit gibt es fünf verschiedene Pods:



Orange-Maracuja

Pfirsich



Limette



Apfel



Zitrone-Hopfen

Quelle: www.air-up.com

Wie funktioniert's?

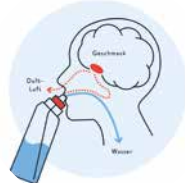
Retronasales Riechen

Die Fähigkeit, durch den Mund Geruch wahrzunehmen, ist in der Wissenschaft unter dem Fachbegriff „retronasales Riechen“ bekannt. Gerüche werden über den Rachenraum zum Riechzentrum in der Nase transportiert und dann vom Gehirn als Geschmack wahrgenommen.

Wie schmeckt der Mensch wirklich?

Du kennst das bestimmt: Wenn du Schnupfen hast und deine Nase zu ist, schmeckt das Essen meistens eintönig. Das liegt daran, dass bis zu 80% unseres Geschmacks durch Geruch beziehungsweise unser Riechzentrum entstehen. Es stellt also eine Schlüsselrolle für unseren vielfältigen Geschmack dar.

Quelle: www.air-up.com



Unser Dreamteam

Fabian, Tim, Lena, Simon und Jannis haben air up entwickelt, weil sie immer wieder enttäuscht davon waren, dass gesunde und nachhaltige Produkte, vor allem Getränke, immer mit Verzicht und hohen Kosten einhergehen. Sie finden, das muss nicht so sein und wünschen sich, dass die nachhaltigste und gesündeste Getränkeoption gleichzeitig auch die attraktivste Wahl ist.

Mit dieser Philosophie und diesen Worten konnte das Gründerteam bereits viele weitere Talente und Charaktere für das Produkt und die Idee hinter der air up Trinkflasche begeistern.

Quelle: www.air-up.com

air
up

KONTAKTDATEN

air up GmbH
Schillerstrasse 40b · 80336 München · Deutschland
www.air-up.com



Alte Maschine – neues Leben

Es gibt nur wenig Konkurrenz für die RSV-Service GmbH Kompetenz- und Service-Center. Fertigungsleiter Sven Röcker sieht das Unternehmen aus dem schwäbischen Dettingen/Teck in Deutschland, wenn nicht sogar europaweit, ganz weit vorne. Die Firma überarbeitet Dreh- und Fräsmaschinen auf den neuesten Stand der Steuerungs- und Antriebstechnik.

„Die Kunden wollen eine veraltete Steuerung und Mechanik erneuern, aber ohne die Maschine wesentlich zu verändern“, beschreibt Fertigungsleiter Sven Röcker die Wünsche der Auftraggeber der RSV-Service GmbH Kompetenz- und Service-Center. „Man braucht Hersteller-Know-how, um das machen zu können, gerade in der Mechanik. In Steuerungsbelangen sind wir herstellerunabhängig und arbeiten hier mit Siemens zusammen. Somit können wir flexibel auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden eingehen.“ Ein gro-

ßer Vorteil des Retrofit-Verfahrens ist die Ressourceneffizienz. Es werden wertvolle Rohstoffe eingespart, zum Beispiel Gussteile. So kann einer vorhandenen Maschine ein- bis zweimal neues Leben eingehaucht werden.

„ Wir können Sonderwünsche relativ schnell umsetzen, weil wir klein und flexibel sind.“

NEUE MASCHINENGENERATION

Das 2008 von Claus Stegmaier, der das Unternehmen bis heute als Geschäftsführer leitet, und einem bereits ausgeschiedenen Partner gegründete Unternehmen bot zu Beginn ausschließlich Service, Reparaturen und Wartung für Index-Drehmaschinen an. Mit der ersten Retrofit-Maschine inklusive neuester Steuerungsgeneration im Haus etablierte sich das innovative Unternehmen schnell am Markt. 2014 kamen Zu- und Abführun-

gen für Werkstücke hinzu, die den Wünschen der Kunden angepasst wurden, sowie die Anmeldung von Gebrauchsmustern. 2017 folgte die Markeneinführung von Boostech, dem kompletten Retrofit-Angebot. Durch die Anschaffung von zwei weiteren Maschinen – V 200 und V 300 – zu den bereits vorhandenen G 200 und G 300 wurde das Portfolio erweitert. Noch in diesem Jahr soll mit der Index ABC der Prototyp einer völlig neuen Maschinengeneration gebaut werden. Heute macht Retrofit 60% des Auftragsvolumens aus,



Leistungsfähig: Arbeitsraum der Index G 200 Retrofit



Auf dem neuesten Stand: Schaltschrank der Index G 200 Retrofit



Aus alt mach neu: Hauptspindelansicht der Index G 200 Retrofit



Alle Gebrauchsmaschinen werden mit dem Modernisierungsprogramm BOOSTTECH zu qualitativ hochwertigen Gebrauchsmaschinen umgebaut, wie zum Beispiel die Index G 200 Retrofit

40% entfallen auf den Service für ältere Maschinen.

EMPFEHLUNGS-MARKETING

„Es gibt nur wenige Anbieter und wir haben viele Stammkunden“, betont Sven Röcker. „Wir überzeugen durch unsere Qualität und unsere Dienstleistung rund um Retrofit. Wir können Sonderwün-



Ressourcenschonend: Hinteransicht des Kreuzschlittens der Index G 200 Retrofit

”

Wir möchten in Europa weiter wachsen.

“

sche relativ schnell umsetzen, weil wir klein und flexibel sind. Sehr wichtig ist aber die Qualität. Darauf achten auch die großen Automobilzulieferer, die zu unseren Stammkunden gehören.“ Neben den Automobilzulieferern sind Medizintechnik und Luftfahrt weitere der ganz unterschiedlichen Branchen. Die meisten neuen Aufträge kommen durch Empfehlungen zufriedener Kunden zustande. Viel Resonanz bekam RSV auch bei der Präsenz auf der letztjährigen AMB in Stuttgart, der Fachmesse für Metallbearbeitung. Neben Deutschland ist RSV in Österreich, Tschechien

RSV-Service GmbH Kompetenz- und Service-Center
Lindengarten 12
73265 Dettingen/Teck
Deutschland

+49 7021 720220

+49 7021 7202229

info@rsv-service.de

www.rsv-service.de

RSV
SERVICE

und Italien aktiv. „Wir möchten in Europa weiter wachsen“, erläutert Sven Röcker den Anspruch und hat dabei als nächstes Land Polen im Blick.

INDUSTRIE 4.0

Einen hohen Stellenwert im Unternehmen hat die Digitalisierung. „Die Kundenansprüche auf diesem Gebiet steigen“, sagt der Fertigungsleiter. „Wir reagieren darauf mit virtuellen Inbetriebnahmen, Live-Reporting sowie dem Ablesen aller Daten und Fakten, die wichtig für die Produktion sind, zum Beispiel Temperaturen und Hydraulikdruck. Doch auch Fernwartung ist ein wichtiges Thema. In der Zukunft werden wir uns auch mit Predictive Maintenance befassen. Das ist eine Herausforderung, für die noch viel Entwicklungsleistung nötig ist und auch Datenschutzbelange berücksichtigt werden müssen.“

GRUNDSÄTZLICH ZUFRIEDEN

Ein wichtiger Erfolgsfaktor sind für Sven Röcker die Mitarbeiter. „Sie sind hochqualifiziert und liefern deshalb bei den Maschinen und im Service hohe Qualität. Weil wir

ein kleines Team mit 25 Beschäftigten sind, herrscht bei uns eine entspannte und lockere Arbeitsatmosphäre. Doch natürlich muss bei uns auch etwas geleistet werden.“ Wie viele andere Unternehmen leidet auch RSV unter dem Mangel an Facharbeitern. Deshalb bildet die schwäbische Firma, die einen Umsatz von 5,5 Millionen EUR erwirtschaftet, in jedem Jahr drei Industriemechaniker und Mechatroniker aus. Trotz Corona ist RSV voll einsatzfähig. So wurde die Belegschaft in unterschiedliche Teams aufgeteilt, die sich nicht begegnen. Generell zeigen sich die Kunden aktuell zurückhaltend, doch zeichnet sich schon wieder ein leicht positiver Trend ab. „Wir wollen uns am Markt da halten, wo wir jetzt sind“, erläutert Sven Röcker das Ziel für die Zukunft. „Das passt zu uns und unserer Größe. Mit der Index ABC wollen wir im nächsten Jahr trotz Krise einen neuen Typ Maschine aufnehmen. Dafür sehen wir einen großen Markt. Diese Neuentwicklung wird den Absatz hoffentlich nach oben treiben. Grundsätzlich sind wir aber zufrieden.“

Unternehmer im Unternehmen

Drei Standorte mit je eigener Identität, alle hervorgegangen aus eigenständigen Firmen. Die Bechtle GmbH Bodensee hat es geschafft, aus drei regionalen IT-Systemhäusern ein gemeinsames Unternehmen zu formen. Wirtschaftsforum hat mit Geschäftsführer Martin Seeger über die besondere Bechtle-Firmenkultur und das Schaffen von wirklich nachhaltigen Kundenlösungen gesprochen.



Geschäftsführer Martin Seeger ist seit 2012 bei Bechtle

WF: Herr Seeger, Sie haben in den letzten drei Jahren aus drei Standorten ein leistungsfähiges Unternehmen geformt.

Martin Seeger: Die Bechtle AG hatte bereits Standorte in Friedrichshafen und Radolfzell, im Jahr 2017 kam ein weiterer Standort in Villingen-Schwenningen durch eine Akquisition hinzu. Bei der Zusammenführung lag ein Schwerpunkt auf dem Thema Kultur, darauf, eine durchgängige Bechtle-Firmenkultur im neuen Unternehmen zu verankern.

WF: Worin besteht die spezielle Firmenkultur von Bechtle?

Martin Seeger: Es geht um Unternehmertum. Bechtle agiert sehr unternehmerisch. Unsere Mitarbeiter haben großen Gestaltungsspielraum und damit viel Verantwortung. Sie sind quasi Unternehmer im Unternehmen. Dafür ist viel Vertrauen notwendig, und die Leute spüren und schätzen das bei uns. Freiheit und Verantwortung stellen dabei aber auch große Herausforderungen dar. Einige blühen wie von selbst darin auf, viele müssen lernen damit umzugehen und über eine gelebte Fehlerkultur hinauszuwachsen.

WF: Das hat sicher Auswirkungen auf Ihre Tätigkeit als Geschäftsführer, oder?

Martin Seeger: Man muss Vorbild sein: nicht vorgeben, wie es gemacht wird, sondern über Ziele und Ergebnisse führen. Im Vordergrund steht dabei stets das Kundeninteresse. Wir sind sehr kundenorientiert aufgestellt, haben für einzelne strategische Kundensituationen alle Abteilungsgrenzen aufgelöst und arbeiten in übergreifenden agilen Teams, in denen sich alles um den Kunden dreht. Es begeistert mich immer wieder, wie wir mit unserem Team unsere technische Expertise einbringen

und große Herausforderungen unserer Kunden meistern können. Der Kunde schildert sein Vorhaben, wir lösen es in Teamarbeit, da werden unheimliche Potenziale freigesetzt.

WF: Sie sind seit 2012 bei Bechtle. Haben Sie den Schritt schon mal bereut?

Martin Seeger: Noch nie. Als Geschäftsführer eines mittelständischen Systemhauses deckt man alle Facetten ab, ist nah an den Mitarbeitern und nah an den Kunden. Gleichzeitig hat die Tätigkeit eine starke strategische Komponente. Die IT-Welt ist sehr dynamisch, man muss immer wie-

der schauen, ob man noch in die richtige Richtung unterwegs ist.

WF: In welche Richtung geht es denn zurzeit?

Martin Seeger: Das Stichwort lautet Modern Workplace, wie und wo man in Zukunft arbeitet, mit Unterstützung von entsprechenden IT-Tools. Durch die Corona-Krise hat das Thema Homeoffice einen deutlichen Schub erfahren. Hier spielen Sicherheitsaspekte eine zunehmende Rolle, aber auch Cloud-Lösungen.

WF: In welchen Branchen sind Sie hauptsächlich unterwegs?



Bechtle veranstaltet regelmäßig Kundenforen, um neue IT-Trends vorzustellen und mit den Kunden zu interagieren



Bechtle Bodensee (hier der Standort Friedrichshafen) berät und unterstützt Kunden aller Branchen in der gesamten Bodenseeregion

Martin Seeger: Wir fühlen uns in allen Branchen zuhause und haben für den öffentlichen Sektor sogar spezielles Know-how an Bord.

WF: Der Erfolg von Bechtle beruht zu großen Teilen auf der unternehmerischen Firmenkultur. Worauf führen Sie den Erfolg noch zurück?

Martin Seeger: Es sind vor allem die Menschen, die hier tätig sind. Erfolg wird durch die Menschen gemacht. Hinzu kommt die dezentrale Struktur mit vielen eigenständigen, schlagkräftigen Einheiten, die jeweils Zugriff auf zentrale Funktionen, wie Logistik, Buchhaltung und Personalmanagement

haben und dadurch nah am Kunden sein können.

WF: Welche Ziele haben Sie sich gesetzt für die kommenden Jahre?

Martin Seeger: Unser übergreifendes Ziel ist, die Wirtschaft in der Bodenseeregion zu stärken, indem wir innovative, zukunftsstarke Lösungen für unsere Kunden bereitstellen. Sinnhaftigkeit spielt für uns eine große Rolle. Wir wollen nachhaltige Lösungen für unsere Kunden schaffen, damit sie im Kern einen Vorteil erhalten. Das garantiert langfristiges Wachstum und Erfolg.

Bechtle GmbH Bodensee

Schützenstraße 84
78315 Radolfzell
Deutschland

+49 7732 823530

bodensee@bechtle.com

www.bechtle.com

Ihr starker IT-Partner.
Heute und morgen.



„Meinen Dank an das Verlagsteam! Dies gilt besonders für das Engagement und die kontinuierliche Betreuung bis zur Veröffentlichung unserer Unternehmensvorstellung durch das Interviews. Wir haben bereits ein positives Feedback erhalten. Ich freue mich auf die weitere Zusammenarbeit bei zukünftigen Projekten!“

Dimitios Bachadakis

CEO der CIP Group

Das Porträt auf wirtschaftsforum.de
webcode: **65819**

Boote oder Bananen: Zusammen viel bewegen

Festgelegt ist die LTW Intralogistics GmbH mit Sitz im österreichischen Wolfurt nicht: Ihre Anlagen zum Transport und zur Lagerung von Transporteinheiten bewegen alles – ob Maschinen, Paletten, Container oder Boote. Als 100%-ige Tochter der Doppelmayr Holding SE bietet sie nicht nur alle Leistungen von der Mechanik bis zur Software aus einer Hand, sondern garantiert auch technische Ausarbeitung und Fertigungsniveau auf Seilbahnstandard. Denn sicher ist sicher. Darauf vertrauen Unternehmen in über 35 Ländern.

Wer Seilbahnen kann, kann auch noch mehr. Das dachte sich wohl Peter Malin, als er 1981 zusammen mit Doppelmayr, LTW Intralogistics gegründet hat. Heute gibt ihm der Erfolg Recht. „Die Idee war, die Produktion besser auszulasten“, erzählt Geschäftsführer Dipl.-Ing. Konrad Eberle, der selbst schon seit 30 Jahren an Bord ist. So spezialisierte sich das Unternehmen auf die Logistik für Hochregallager. Bereits 1984 gelang dann mit einer patentierten Weichentechnik ein großer Wurf. „Das war jahrelang unser Nummer-eins-Produkt“, so Konrad Eberle. Als weiteren wichtigen Meilen-

stein des Unternehmens nennt er den Bau des ersten Tiefkühlagers 1991. Spätestens durch die Übernahme und Verschmelzung mit einer Software-Firma in Wien im Jahr 2017 konnte sich LTW als Komplettanbieter für die Realisierung von Intralogistiksystemen mit Turn-Key-Lösungen über Europa hinaus einen Namen machen. „Dadurch, dass wir Mechanik, Elektronik und Software, die eng miteinander verzahnt sind, aus einer Hand anbieten, sind wir technisch auf dem Markt ganz vorn. Alles, was wir für unsere eigenen Produkte benötigen, wird innerhalb der Doppelmayr-Gruppe

produziert. Mit LTW lasten wir einen kleinen Teil der Doppelmayr Produktion aus“, berichtet der Geschäftsführer.

Backup der Gruppe

Von seinen Niederlassungen am Hauptsitz in Wolfurt sowie in Wien, Deutschland und den USA aus realisiert LTW Projekte in über 35 Ländern. 70% des Umsatzes erzielt das Unternehmen in der DACH-Region. Zusätzlich kommen Großaufträge aus den USA. Die Integration in den Verbund der Gruppe sieht Konrad Eberle als großen Vorteil: „Sie gibt uns Backup. Doppelmayr ist ein

Interview mit



*Dipl.-Ing. Konrad Eberle,
Geschäftsführer der
LTW Intralogistics GmbH*

tolles Familienunternehmen mit großartiger Kultur. Die Mitarbeiter identifizieren sich mit dem Unternehmen. Loyalität und Ehrlichkeit sind uns ganz wichtig; davon profitiert auch der Kunde.“

Intralogistik in allen Dimensionen

Der Kundenkreis ist breit gefächert. Aktuell, in der Corona-Zeit, sei die Nachfrage im Bereich Food sehr stark, sagt Konrad Eberle, betont aber sogleich: „Wir sind branchenneutral. Zu unserer Zielgruppe zählen alle Unternehmen, die Transporteinheiten haben. Das Produkt ist egal, das können Maschinen, Boote oder Bananen sein. Der Prozess ist

Mit Intralogistiksystemen hoch hinaus: Die Firmenzentrale in Wolfurt





Erfolg durch zufriedene Mitarbeiter: LTW wurde 2018 und 2019 unter den TOP 5 besten Arbeitgebern Vorarlbergs ausgezeichnet



KONTAKTDATEN

LTW Intralogistics GmbH
 Achstraße 53
 6922 Wolfurt
 Österreich
 ☎ +43 5574 68290
 office@LTW.at
 www.LTW.at

2018 & 2019
 TOP 5 BESTER
 ARBEITGEBER
 VORARLBERGS

für uns wichtig“, erklärt er und nennt einige außergewöhnliche Projekte: „Wir haben zum Beispiel ein Bootslager in Florida gebaut. Hier lag die Herausforderung darin, dass es so etwas nicht zum Anschauen gab. Wir mussten also den Kunden überzeugen. Bei einem Container-Lager in der Schweiz war die Dimension die Herausforderung: Die Container

sind bis zu 18 t schwer.“ Weitere Anlagen wurden konzipiert, um Paletten mit 30 m Länge oder Holzstapel mit einem Gewicht von 10 t zu bewältigen. Lukas Moosmann, Teamleitung Marketing, fügt hinzu: „Bei diesen Sondermaschinen erbringen wir oft Pionierleistungen. Wir fürchten keine Herausforderungen. Im Gegenteil – sie motivieren uns.“

Neben Sondermaschinen baut LTW auch Standard-Palettenlager. Bei Zweidritteln der Aufträge handelt es sich um Folgeaufträge. Für Lukas Moosmann ist offensichtlich, warum: „Wir haben Erfahrung, einen seriösen Ruf, man



Zusammenspiel von Mechanik, Elektronik und Software: LTW bietet alles aus einer Hand



“ „Das einzulagernde Produkt ist egal, das können Maschinen, Boote oder Bananen sein. Der Prozess ist für uns wichtig.“

Dipl.-Ing. Konrad Eberle,
 Geschäftsführer

vertraut uns, und wir können viele Referenzanlagen vorweisen. Wir haben weltweit schon rund 1.000 Anlagen mit 2.000 Regalbediengeräten realisiert.“

Alles digital

Die Mechanik ist nur eine Komponente beim Bau von modernen Intralogistikanlagen. Ohne digitale

Lösungen geht heute in der Branche nichts mehr, macht Konrad Eberle deutlich: „Digitalisierung ist für uns nicht nur ein Schlagwort. Die lückenlose Dokumentation etwa spielt eine extrem wichtige Rolle, ebenso das Monitoring und Controlling oder die Tempera-





turkontrolle, also das technische Monitoring. Denn die Anlagen sind heute rund um die Uhr in Betrieb.“ Auch im Marketing ist die Digitalisierung angekommen, erklärt Lukas Moosmann: „Der persönliche Kontakt ist uns sehr wichtig, aber wir investieren auch in Content Marketing, Case Studies und Bewegtbild. Wir bauen große Anlagen, die lange laufen müssen und hohe Investitionen erfordern. Hier punkten wir mit unserer Handschlagmentalität.“

Attraktiver Arbeitgeber

Eine Herausforderung für LTW ist der Fach- und Führungskräfte-mangel. „In unserer Region gibt es etliche Global Player. Die vielen Hidden Champions und die Nähe zur Schweiz machen die Personalrekrutierung nicht einfacher“, sagt Konrad Eberle. Man setze daher schon bei den Schülern an. „Wir gehen auf junge Menschen an den Schulen zu und bieten ihnen die Möglichkeit, bei uns Diplomarbeiten zu schreiben“, erzählt er. Das Unternehmen versucht, die Mitarbeiter durch attraktive

Angebote zu halten, zum Beispiel die Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten, oder flexible Arbeitszeitmodelle. „Auch was das Arbeitsklima betrifft, haben wir in Untersuchungen gut abgeschnitten. Wir leben ein Miteinander“, betont der Geschäftsführer.

Hochfahren nach Corona

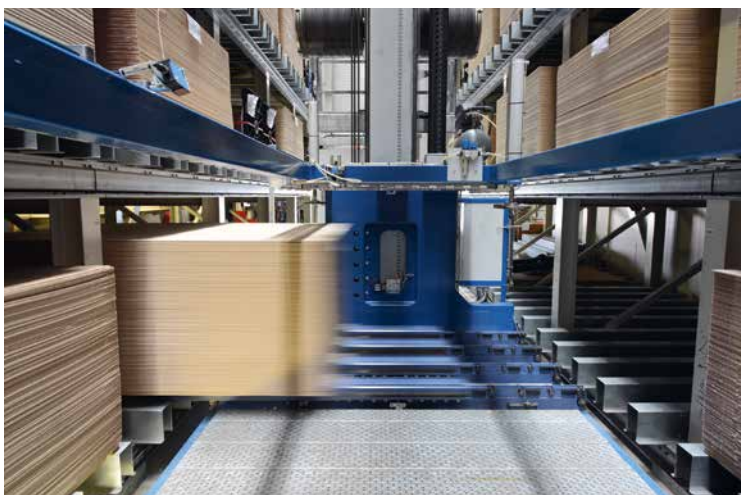
Die Corona-Krise hat auch Konrad Eberle Kopfzerbrechen bereitet. „Wir mussten alle Montagen abrechen und unsere Leute aus der ganzen Welt zurückholen. Unsere Sorge drehte sich darum, sie gesund zurück nach Hause zu bringen“, erzählt er. Viele Mitarbeiter mussten in Kurzarbeit gehen, das Software-Team hat komplett im Homeoffice gearbeitet. Nun läuft alles langsam wieder an und die Mitarbeiter beginnen wieder zu reisen. „Aktuell haben wir einen Nachfrage-Boom. Alle wollen gleichzeitig das Versäumte nachholen. Der Auftragseingang ist aber zögerlich. Der Bereich Technik und Engineering läuft auf 100%, aber die Zahl der Neu-



Holzlager heute: Eine komplexe und vollautomatisierte Anlage

aufträge befindet sich noch auf niedrigem Niveau“, sagt Konrad Eberle, der betont: „Unser Ziel ist, alle Leute zu halten.“ Derzeit sind die Auftragsbücher voll und neue Projekte werden in Angriff genommen. So wird bereits im Juli dieses Jahres der Spatenstich für den Bau eines neuen Bürogebäudes erfolgen. Investiert wird auch in ein eigenes Hochregallager für Kundendienst und Service. „Wenn in den nächsten drei Monaten die

Auftragseingänge wieder steigen, dann ist alles gut gegangen“, so der Geschäftsführer. Sein Wunsch ist, als Unternehmen noch stärker wahrgenommen zu werden. „Gesundes Wachstum, eine gute Auslastung, zufriedene Kunden“, fasst er die Ziele für die Zukunft zusammen.



Alles passend gemacht: Zu groß oder zu schwer gibt es bei LTW nicht

LTW INTRALOGISTICS IN ZAHLEN

1981
GEGRÜNDET

273
MITARBEITER

70
MILLIONEN EUR
UMSATZ

Seit vielen Jahren gehören Ausschreibung, Vergabe, Objektüberwachung sowie Termin- und Kostenplanung zu den besonderen Stärken des inhabergeführten Unternehmens.

Zukunft gemeinsam schaffen.

Als leistungsstarke, unabhängige Ingenieurgesellschaft für Bauabwicklung betreuen wir bundesweit Bauprojekte mit Schwerpunkten im süddeutschen Raum (Bayern und Baden-Württemberg) sowie in Thüringen und Sachsen.

Mit unserer neuen Niederlassung in Frankfurt/Main wird nun auch dieses Ballungszentrum in der Mitte Deutschlands bestmöglich und zuverlässig abgedeckt.

Ausschreibung, Vergabe

Detailliert, vorausschauend und technisch fundiert

Objektüberwachung und Bauleitung

Im Dienste der Qualität

Kostenmanagement

Immer den Überblick behalten

Terminplanung

Praxisnah und realistisch

Logistikplanung

Kostenbewußte und koordinierte Bauabläufe

Konfliktmanagement

Oft ein notwendiges Muss

Fachliche Kompetenz und ein hohes Maß an Engagement mit einer umfassenden Projektbearbeitung im Sinne der Bauherren sind unsere oberste Maxime.

Catterfeld Welker GmbH
Ingenieurgesellschaft für
Bauabwicklung

Hauptsitz München
Sonnenstraße 20
80331 München
Tel. 089.552 552-0
Fax 089.552 552-50
münchen@ig-cw.de

Niederlassung Frankfurt a. M.
frankfurt@ig-cw.de





Kunststoff: analog trifft digital

Wenn der normale Standard nicht mehr ausreicht, dann kommen häufig Produkte der Praher Plastics Austria ins Spiel. Das Unternehmen mit Sitz in Schwertberg in Österreich ist Spezialist für Kunststoffventile und Armaturen für ein breites Anwendungsspektrum. Als einziger unabhängiger Kunststoffarmaturenhersteller in Europa deckt Praher Plastics Austria den gesamten Produktionsprozess im eigenen Haus ab.



Die Praher Plastics Partner Days – ein Kundenevent im November 2019



Das Unternehmen verfügt über einen eigenen Werkzeugbau

Das Kerngeschäft von Praher Plastics Austria konzentriert sich auf die Herstellung von Kunststoffventilen und Armaturen, zum Beispiel Industriekugelhähne, Absperrklappen, Rückschlagklappen oder Rückschlagventile.

Diese finden in verschiedensten Industriebereichen Anwendung, vor allem aber in der Wasseraufbereitung, in der chemischen und in der Lebensmittelindustrie. „Im Grunde werden unsere Produkte überall dort eingesetzt, wo traditionelle Metallventile an ihre Grenzen kommen“, erklärt Hans-Peter Kranewitter.

Abgerundet wird das Portfolio von Praher Plastics Austria durch die

„ Wir sind in Europa der einzige unabhängige Kunststoffarmaturenhersteller.

Normfertigung, der kundenspezifischen Herstellung von Artikeln aus Kunststoff. Mit einem eigenen Werkzeugbau und hochwertigen Spritzereien im Haus ist das Unternehmen in der Lage, die gesamte Wertschöpfungskette aus einer Hand abzudecken.

„Wir sind in Europa der letzte noch verbliebene unabhängige Kunststoffarmaturenhersteller“, so Hans-Peter Kranewitter. „Wir sind in unserem Bereich ein echter Experte und beliefern auch unsere Marktbegleiter, die bei uns

Produkte kaufen, um ihr Portfolio zu erweitern. Wir haben einen sehr hohen Qualitätsanspruch und können aufgrund unserer Größe flexibel auf Kundenanfragen reagieren. Zudem arbeiten wir erfolgreich an einem modularen Ventilsystem.“

BEDARF IM BEREICH WASSERAUFBEREITUNG

Für die kommende Zeit sieht der Sales und Marketing-Leiter vor allem Potenzial in den Bereichen Trinkwasseraufbereitung und

Meerwasserentsalzung, insbesondere in Asien, wo die Städte immer größer werden und immer mehr Menschen mit Wasser versorgt werden müssen, während die Trinkwasservorräte schwerer zu erreichen sind.

„In Europa ist vor allem die Abwasseraufbereitung ein wichtiges Thema“, so Hans-Peter Kranewitter.

„Hier sind die Standards sehr hoch und die Firmen benötigen immer bessere Ventile und Klappen, um den gesetzlichen Auflagen gerecht zu werden.“

Ein weiteres Thema auf der Agenda von Praher Plastics Austria ist die digitale Transformation. Das Unternehmen verfügt über eine



Absperrklappen...

eigene Automatisierungstechnik-
abteilung und hat seinen Anteil an
Robotik und hochautomatisierten
Maschinen in den vergangenen
Jahren konsequent gesteigert.

DIGITAL GUT AUFGESTELLT

„Wir haben uns bereits in den ver-
gangenen Jahren gut aufgestellt,
um auch unseren internationalen
Standorten den Zugriff zu gewähr-
leisten“, so Hans-Peter Kranewitter.
„Auch unsere Produktpalette
wird digitaler. So haben wir zum
Beispiel Ventile, unter anderem



Kugelhähne...

für Pools, die sich mit dem Smart
Home System steuern lassen.“
Zum Kundenkreis von Praher Plas-
tics Austria gehören Großhändler
und Anlagenbauer sowie auch
Endkunden. Das Anwendungs-

spektrum der Produkte ist vielfältig
– entsprechend breit ist der Kun-
denkreis. Das Unternehmen stellt
regelmäßig auf internationalen



...und Rückschlagklappen sind typische Kernprodukte von Praher Plastics Austria

Fachmessen, wie zum Beispiel der
IFAT in München, aber auch auf
Messen in Asien und in den USA
aus.

1971 gegründet, gehört Praher
Plastics Austria zur global aufge-

stellten Praher-Gruppe. Mit 220
Mitarbeitern erwirtschaftet man in-
zwischen einen Jahresumsatz von
rund 25 Millionen EUR.

„Im nächsten Jahr feiern wir
unser 50-jähriges Bestehen“, so
Hans-Peter Kranewitter. „Vor dem
Hintergrund werden wir einige
Produktneuentwicklungen vorstel-
len. Wir werden unser Sortiment
generell ergänzen, gegebenenfalls
auch neue Werkstoffe hinzuneh-
men. Mittelfristig möchten wir
unsere Internationalisierung gezielt
ausbauen. Hierzu werden wir uns
in nächster Zeit nach geeigneten
Partnern umsehen.“

„ Wir werden uns international stärker aufstellen
und suchen hierzu geeignete Partner.



Ein Blick auf den Unternehmenssitz in Schwertberg, Österreich



Praher Plastics Austria GmbH

Poneggenstraße 5
4311 Schwertberg
Österreich

☎ +43 7262 611780

☎ +43 7262 61203

✉ sales@praherplastics.com

🌐 www.praher-plastics.com

„Ein bisschen autoverrückt – das muss schon sein!“

Vor allem die Automobilindustrie setzt mit dem Ziel der Gewichtsreduzierung und der damit einhergehenden Einsparung von CO₂ bei ihren Fahrzeugen zunehmend auf hochwertige Kunststoffteile. Bei deren Herstellung ist der Spritzguss die Wahl der Technologie, denn er garantiert hohe Passgenauigkeit und Qualität – und das ist vor allem auch eine Frage der Form. Ein Experte auf diesem Gebiet ist die Georg Kaufmann Formenbau AG, die als Hersteller von Werkzeugen für die Kunststoffindustrie bei den Zulieferern und OEMs der Automobilindustrie einen ausgezeichneten Namen hat.

„Wir sind ein klassischer Spritzgießwerkzeugbauer“, erläutert Christian Götze, Head of Sales & Innovation bei Georg Kaufmann Formenbau. „Wir bauen Werkzeuge für die Kunststoffindustrie, speziell für Automobil und die Lieferketten der hochpreisigen OEMs aus Deutschland. Mithilfe unserer Werkzeuge stellen unsere Kunden hochwertige Kunststoffteile für die Automobilanbieter her.“

Gelebte Innovation

Innovation ist dabei nicht ein bloßes Schlagwort, sondern wird im Unternehmen buchstäblich gelebt, denn GKTool ist technologisch immer auf dem neuesten Stand: Allein 10% der Belegschaft arbeitet im Bereich R&D. Die Bereitschaft, in Innovation zu investieren, ist insofern groß, denn die eigenen Entwicklungen müssen präsentiert und auch validiert werden. „Da muss im Vorfeld viel investiert werden“, verdeutlicht Christian Götze. „Wir stellen keine Standardprodukte her, sondern versuchen immer, Technologien in unsere Werkzeuge zu integrieren, mit denen unsere Kunden am

Ende kostengünstiger und qualitativ hochwertiger produzieren können.“ Auf diesem Gebiet leistet Georg Kaufmann Formenbau bei seinen Kunden gezielt Überzeugungsarbeit, um nachhaltiges Denken zu fördern: „Wir möchten unsere Kunden davon überzeugen, ihren Fokus auf ihre eigene Produktion zu legen und ihnen

im Zuge dessen zeigen, dass sich mithilfe unserer Produkte verschiedene Prozessschritte und damit Kosten einsparen lassen“, erklärt der Head of Sales & Innovation, der in dieser Prozessintegration ein hauptsächliches Alleinstellungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb sieht. „Wir denken eben nicht in Standards,

sondern versuchen immer, unseren Kunden auch solche Lösungen vorzuschlagen, deren Potenzial erst zu einem späteren Zeitpunkt voll ersichtlich wird. Unser Einstiegspreis mag daher höher liegen als bei der Konkurrenz, aber diese Investition lohnt sich auf lange Sicht erheblich“, ist sich Christian Götze sicher. Zu Recht,

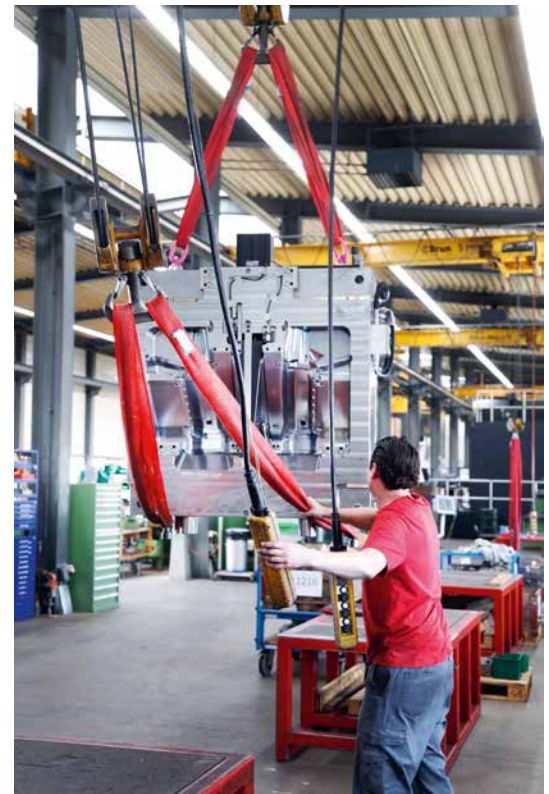
Interview mit



*Christian Götze,
Head of Sales & Innovation
Georg Kaufmann Formenbau AG*



Automatisierung und Digitalisierung sind kein Selbstzweck. Sie erleichtern den Mitarbeitern die Arbeit und verschlanken Prozesse



Ein hoher Automatisierungsgrad in der Fertigung sorgt für zeitliche Flexibilität und Effizienz bei allen weiteren Aufgaben



Das Produkt ist immer so gut wie die Form – bei Georg Kaufmann Formenbau haben Präzision und Qualität daher oberste Priorität

denn über die Jahre konnten viele patentierte Verfahren entwickelt werden, die für den Kunden einen echten Mehrwert bedeuten.

Effizienz der Prozesskette

Christian Götze hat daran selbst

Reihe von Veränderungen stattgefunden: Von Gründer Georg Kaufmann ging das Unternehmen an Manuel Widmer über. „Damit war eine neue Generation im Unternehmen, woraus sich auch eine andere Perspektive



„Kein Tag ist wie der andere und wir haben tolle Teams mit hochspezialisierten Leuten, die Spaß an der Arbeit haben.“

*Christian Götze,
Head of Sales & Innovation*

einen nicht unerheblichen Anteil: Er ist seit neun Jahren im Unternehmen, wo er direkt nach Abschluss seines Studiums als Entwicklungsingenieur anging. „Ich habe die Firma bereits im Rahmen meiner Abschlussarbeit kennengelernt“, erinnert er sich. „Ursprünglich hatte ich nicht vor, in die Schweiz zu gehen, konnte dem Angebot aber nicht widerstehen und bin darüber heute sehr froh.“ In dieser Zeit haben in der 1972 von Georg Kaufmann gegründeten Firma eine ganze

ergab“, schildert Christian Götze. „Verschiedene Themen wurden verändert und angepasst. In der Schweiz sind wir sehr währungsabhängig; in den letzten Jahren haben sich die Währungen stark angenähert, sodass auch wir uns daran anpassen mussten.“ So wurden die Abläufe zunehmend automatisiert und durch Digitalisierung immer mehr verschlankt, um Effizienz entlang der gesamten Prozesskette zu erreichen. „Die Automobilbranche hat sich in den vergangenen

Jahren grundlegend verändert“, gibt Christian Götze einen Hinweis auf die damit verbundenen Herausforderungen. „Insofern sind wir gefragt, immer wieder neue Technologien zu entwickeln und uns weiter zu differenzieren. Unsere Werkzeuge werden vor allem für die Herstellung von Teilen für das Autointerieur verwendet. Die Innenräume von E-Autos zum Beispiel haben ein anderes Design, sodass auch die dafür benötigten Kunststoffteile anders gestaltet werden müssen. Solche Dinge betreffen uns also direkt, aber wir sehen das als Vorteil, weil so die Innenraumgestaltung bei E-Mobilität wieder verstärkt in den Fokus rückt.“ In Europa und Asien bemerkt der Head of Sales & Innovation zudem einen zunehmenden, damit in Verbindung stehenden Wettbewerbsdruck: „Auch dabei spielt E-Mobilität eine Rolle, weil etliche Unternehmen sich in diesen Bereich umorientieren und dann häufig in unseren Bereich hineinwollen.“

Digital erfolgreich

Einen großen Vorteil seines Unternehmens sieht Christian Götze in dessen starker Digitalisierung: So laufen sämtliche Arbeiten in der Werkstatt bereits komplett papierlos und auch die Lieferantenkommunikation findet komplett digital statt. „Auch den Automatisierungsgrad in der Fertigung haben wir stark gesteigert und sind zeitlich so viel flexibler geworden“, sagt er. Ihm selbst machen die Abwechslung und die zahlreichen Herausforderungen seines Berufs große Freude. „Ich



KONTAKTDATEN

Georg Kaufmann Formenbau AG
Ruggölzli 3
5453 Busslingen/Remetschwil
Schweiz
☎ +41 56 4856500
✉ +41 56 4965400
gktool@gktool.ch
www.gktool.ch

IN ZAHLEN

1972
GEGRÜNDET

50
MITARBEITER

Kunststoff-
industrie
KUNDEN

10 Mio. EUR
UMSATZ

Weltweit
EXPORT

habe das Gefühl, dass wir hier gemeinsam etwas bewegen. Kein Tag ist wie der andere und wir haben tolle Teams mit hochspezialisierten Leuten, die Spaß an der Arbeit haben. Alle bei uns sind ein bisschen autoverrückt – das muss schon sein.“

Funktechnologie auf dem neuesten Stand – Störungen inklusive

Ob in der Bahn, in Tunneln oder Gefängnissen – Funktechnologie muss überall zuverlässig funktionieren und dabei unterschiedlichste Anforderungen erfüllen. Die auf Hochfrequenztechnik spezialisierte COMLAB AG mit Hauptsitz im schweizerischen Ittigen vernetzt mit jahrzehntelanger Erfahrung, viel Know-how und System. Zahlreiche internationale Projekte gehen auf das Konto der Schweizer, die auch für neue Anwendungsbereiche offen sind. 'Störungen' sind dabei manchmal durchaus gewollt.

Mit 200 Mitarbeitern an fünf Standorten in der Schweiz, Deutschland, Österreich, Polen und China, einem Jahresumsatz von 36 Millionen EUR und fast 50 Jahren Erfahrung in der Hochfrequenztechnologie ist die COMLAB AG einer der großen Player auf ihrem Gebiet – das gilt erst recht im Hinblick auf ihre Leistungen. „In der DACH-Region haben wir einige Mitbewerber, darunter auch Großkonzerne, und liegen auf Platz zwei oder drei“, erklärt Alain Rupf, CMO und Mitglied der Geschäftsleitung. 1971 startete das Unternehmen mit dem Bau von Hochfrequenz-Komponenten. In den 1990er-Jahren wurde das Portfolio auf aktive Komponenten wie Repeater, Systeme für die Versorgung an unzugänglichen Stellen, wie zum Beispiel Tunnel sowie sicherheitsrelevante Anlagen, später auch auf Bahn- und In-houseprojekte, erweitert. 2008 begann die Internationalisierung mit der Eröffnung der Büros in Berlin und Peking. „2010 haben wir begonnen, als zweites Standbein ein Portfolio mit Sicherheitssystemen (Störsendern) aufzubauen.



In der Produktion von COMLAB entsteht Hochfrequenztechnologie zum Anfassen

Bald darauf folgten erste Entwicklungen für digitale Repeatersysteme. „Damit haben wir zum Beispiel die Schweizerische Bundesbahnen AG, die Deutsche Bahn AG und die Österreichischen

funktechnische Ausstattung des Lötschberg-Basistunnels. „Heute ist eines unserer Haupttätigkeitsfelder die Funkversorgung für Tunnel, Gebäude oder Freiflächen. Das sind meist sehr umfassende

„ Wir sind groß genug, um Millionenprojekte abzuwickeln, aber klein genug, um intensiv und flexibel auf den Kunden eingehen zu können. “

Bundesbahnen ausgerüstet“, so Pascal Meuwly, Leiter des Bereichs Engineering. Ein weiteres großes Referenzprojekt und eines der ersten Großprojekte war die

Projekte mit vielen Einzelsystemen, die sich in Größenordnungen von mehreren Millionen EUR bewegen. Daneben werden Störsender immer wichtiger. In Deutschland ha-

ben wir bereits solche Anlagen in Gefängnissen installiert“, berichtet Heinz Ochsner, Leiter Produktmanagement Funkversorgung.

SCHWEIZER FUNK-QUALITÄT

COMLAB ist ein 'typisches' Schweizer Unternehmen, macht COO Daniel Pelizzoni deutlich: „Wir überzeugen in allen Bereichen durch Qualität, Erfahrung und erstklassige Produkte sowie gute Kundenbindung. Wir haben in unserer langen Geschichte bewiesen, was wir können.“ Pascal Meuwly fügt hinzu: „Unser System ist sehr modular und wir bieten einen Mix an Technologien für Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben (Polizei, Feuerwehr, Sanität), Bahnen, Mobilfunkanbieter und Ministerien wie Militär und Straßen.“ Derzeit ist COMLAB mit einem weiteren Prestigeprojekt beschäftigt: dem Ceneri-Basistunnel in der Schweiz. „Hier haben wir sicherheits- und betriebsrelevanten Bahnfunk einerseits und den Mobilfunkbetrieb andererseits in das System integriert. Das ist einer unserer Mehr-



Portable Störsender werden direkt zum Einsatzort gebracht

werte“, sagt Heinz Ochsner und nennt die größte Stärke des Unternehmens: „Wir sind groß genug, um Millionenprojekte abzuwickeln, aber klein genug, um intensiv und flexibel auf den Kunden eingehen zu können.“

„ Wir hoffen, dass Corona überwunden ist. Die Krise hat vieles verzögert. Das wollen wir bis Jahresende nachholen.“

Der Fach- und Führungskräfte-mangel wirkt sich indes auch bei COMLAB aus. „Vor allem im technischen Bereich sind die Chancen gering, Leute mit Erfahrung zu bekommen. Man muss selbst ausbilden. Das gilt auch für den Entwicklungsbereich, speziell in der Hochfrequenztechnik“, erklärt Daniel Pelizzoni. Die Corona-Krise hat auch bei COMLAB zu Veränderungen geführt, so Pascal Meuwly: „Sie hat uns vor allem im Bereich Service getroffen. Wir sind normalerweise auch in Österreich und Deutschland unterwegs. Auch in der Schweiz wurden Projekte eingestellt.“ Die eingeschränkte Lieferfähigkeit von diversen Lie-

feranten haben zudem zu Engpässen geführt. Der Großteil der Beschäftigten, mit Ausnahme von Teilen der Produktion und Entwicklung, arbeitet im Homeoffice. „Wir hoffen, dass Corona überwunden ist. Die Krise hat vieles verzögert, vor allem im Störsenderbereich. Das wollen wir bis Jahresende nachholen“, so die Hoffnung von Daniel Pelizzoni. Das Ziel sei nun, Kunden wieder zu besuchen und den Verkauf zu reaktivieren. Alain Rufp blickt zuversichtlich in die Zukunft: „Wir wollen weiterhin unsere Systeme weiterentwickeln und den Marktbedürfnissen anpassen.“ „In den nächsten 15 Jahren wollen wir ein verlässlicher Partner für unsere Kunden bleiben und die Service-Dienstleistungen

erweitern. Der Bereich Störsender für Personen- und Objektschutz, Drohnenabwehr und die Kampfmittelbeseitigung wird für uns ein großes Marktsegment und wichtiges zweites Standbein sein“, so Daniel Pelizzoni.

COMLAB AG

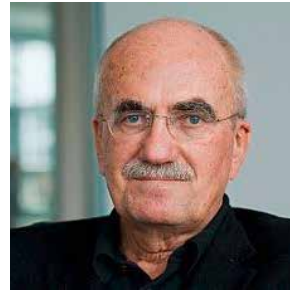
Ey 13
3063 Ittigen
Schweiz

+41 31 9242424

+41 31 9242420

info@comlab.ch

www.comlab.ch



HANS PETER SCHÜTZ

Hans Peter Schütz, geboren 1939 in Donaueschingen, beobachtet, analysiert und beschreibt seit Mitte der siebziger Jahre den politischen Lebensweg von Wolfgang Schäuble. Er berichtete für die Südwest Presse und die Stuttgarter Nachrichten, war Leiter des Bonner Stern-Büros, leitete die politische Stern-Redaktion in Hamburg und wechselte 1999 mit der Regierung nach Berlin. Dort schreibt er heute als Korrespondent für stern.de unter anderem seine Kolumne „Berlin vertraulich“.

Wolfgang Schäuble - Zwei Leben

Wolfgang Schäuble gehört seit 40 Jahren zur deutschen Politik: als Manager der Einheit, Wächter der inneren Sicherheit, Troubleshooter der Finanzkrise. Doch seine Karriere kennt auch Brüche. Er ist gescheitert, als er Kanzler und Präsident werden wollte. Und das Land war Zeuge, wie die Vita Schäubles mit dem Attentat in zwei Leben gespalten wurde. Hans Peter Schütz war dabei, als ein geistig Verwirrter



die Schüsse abfeuerte. Seither verbindet den Journalisten und den Politiker eine besondere Beziehung. Schütz kann für diese Biographie auf eine Fülle bislang unbekannter Informationen über das Leben des in Freiburg im Breisgau 1942 geborenen Wolfgang Schäuble.

Wolfgang Schäuble erfreut sich zwar großen Respekts, doch geöffnet hat er sich selten. Schütz schildert Schäubles Bruch mit Helmut Kohl, das schwierige Verhältnis zu Angela Merkel, aber auch die Ehe der Schäubles vor und nach dem Attentat. So lernt der Leser den Politiker und Menschen Schäuble neu und anders kennen. Ein Fachbuch mit Tiefe aus der Region Baden-Württemberg.

Mehr Informationen unter: www.droemer-knauer.de

Wie man eine hohe Marktdurchdringung erreicht

120 Tonnen Gewicht, die mit 600 kWh weltgrößte Batterie und 130 t jährliche CO₂-Ersparnis: Der eDumper ist in jeder Hinsicht ein Fahrzeug der Superlative, das auf einem konventionellen Muldenkipper von Komatsu basiert und angeboten wird von der KUHN Schweiz AG, zusammen mit einem großen Portfolio weiterer Weltmarken für den Bau- und Transportsektor. Wirtschaftsforum hat mit Geschäftsführer Ruedi Sandmeier über Cross-Selling und den Fokus auf spezielle Produktsegmente für eine hohe Marktdurchdringung gesprochen.



WF: Herr Sandmeier, Ihr Unternehmen vertreibt Maschinen und Geräte für die Bau- und Transportwirtschaft.

Ruedi Sandmeier: Ja, wir bieten praktisch alle bekannten Marken an: Komatsu, Sennebogen, Powerscreen, Faresin, Magni, FRD, XCentric, um nur einige zu nennen.

WF: Die KUHN-Gruppe umfasst neben Baumaschinen noch weitere Geschäftsbereiche.

Ruedi Sandmeier: Es gibt noch zwei weitere strategische Unternehmensbereiche: Ladetechnik und die Produktion von Werkzeugmaschinen. Alle drei Bereiche agieren unabhängig voneinander unter dem Dach der KUHN Holding mit Hauptsitz im österreichischen Eugendorf bei Salzburg. KUHN Baumaschinen und KUHN Ladetechnik haben internationale Niederlassungen in Bosnien, Deutschland, Kroatien, Polen, der

Schweiz, der Slowakei, Slowenien, Tschechien und Ungarn. Insgesamt hat die Gruppe sechs Produktionsstandorte und 53 Niederlassungen und erwirtschaftet mit 1.600 Mitarbeitern einen Umsatz von 645 Millionen EUR.

WF: Den Grundstein für die internationale Firmengruppe legte Gunter Kuhn im Jahr 1973. Seit wann gibt es die KUHN Schweiz AG?

Ruedi Sandmeier: Uns gibt es jetzt seit genau 20 Jahren. Im Jahr 2000 wurde der Schweizer Komatsu-Importeur Kúpfer übernommen und in die KUHN Schweiz AG umgewandelt. Unser Hauptsitz befindet sich in Heimberg im Kanton Bern. Darüber hinaus haben wir zwei Niederlassungen und arbeiten mit Partnern in der ganzen Schweiz zusammen. Insgesamt beschäftigen wir 85 Mitarbeiter.

WF: Ein Highlight war sicher die Einführung des eDumper, des größten Elektrofahrzeugs der Welt.

Ruedi Sandmeier: Den eDumper haben wir seit 2017 im Programm. Es handelt sich dabei um einen konventionellen Muldenkipper von Komatsu, der elektrifiziert wurde. Er verfügt über die größte Batterie, die in einem Fahrzeug weltweit verbaut wurde, und erzeugt dank Rekuperation sogar Strom. 2019 haben wir unseren Neubau am Hauptsitz eingeweiht.

WF: Wie entwickelt sich aktuell das Geschäft mit Baumaschinen?

Ruedi Sandmeier: Unser Umsatz beträgt derzeit 60 Millionen CHF. Die letzten drei Jahre waren nicht so wahnsinnig stark. Der Verlauf war eher flach, und wir haben die Steigerung des Gesamtmarktes nicht wirklich abgebildet. Aber wir stehen am Anfang einer Neuausrichtung. Unser Ziel ist, den Umsatz zu steigern, und das un-



Teleskopkrane von Sennebogen mit Traglasten von bis zu 120 t sind auch unter Last voll teleskopierbar

abhängig von der jetzigen Situation mit Corona. Ich bin überzeugt davon, dass die Branche stabil bleiben wird; außerdem wollen wir den Servicebereich weiter ausbauen.

WF: Sie sind erst seit wenigen Monaten bei KUHN und waren vorher bei einem großen Player, kennen sich aus in der Branche. Was genau ist Ihre Aufgabe?

Ruedi Sandmeier: Aufgrund der Unternehmensgröße bringe ich mich sowohl strategisch als auch operativ stark ein. Draußen zu sein beim Kunden, mit Lieferanten zu sprechen und zu erfahren, wo wirklich der Schuh drückt, das macht einen großen Anteil aus.

WF: Welche Impulse wollen Sie dem Unternehmen geben?

Ruedi Sandmeier: Ich möchte vor allem die Strukturen so anpassen und weiterentwickeln, dass wir im Verkauf effizienter am Markt agieren können, durch systematische Marktbearbeitung. Wir haben nur begrenzt Zeit, und diese Zeit wollen wir optimal nutzen, um dem Kunden die wichtigsten Produktinfos interessant und kompakt mitzuteilen. Die Baubranche ist im Allgemeinen eher konservativ ausgerichtet. Wir können hier viel von anderen Branchen lernen, Prozesse analysieren und Standards ein-

bringen, sodass Themen effizient angepackt werden und gleichzeitig die Mitarbeiter ihre persönliche Note einbringen können.

WF: Sie legen also großen Wert auf eine gute Unternehmenskultur?

Ruedi Sandmeier: Auf jeden Fall. Der Kontakt mit den Mitarbeitern ist wichtig, auf allen Ebenen. Ich möchte eine Kultur aufbauen, in der sich Mitarbeiter trauen, neue Ideen reinzubringen und so Teil einer Veränderung werden. Das ist auch ein Weg, um dem Fachkräftemangel zu begegnen.

WF: Wir haben noch gar nicht über Ihre Produkte gesprochen. Welches sind die Hauptbereiche?

Ruedi Sandmeier: Im Grunde decken wir das komplette Sortiment an Baumaschinen ab, von allen großen Marken. Die drei Hauptsegmente sind dabei für uns Maschinen von Komatsu, der zu den größten Baumaschinenherstellern weltweit zählt, Brecher- und Siebanlagen für die Materialaufbereitung von Powerscreen und Anlagen für das Material-Handling des süddeutschen Herstellers Sennebogen. Wir richten uns stra-



Der eDumper von Komatsu, das größte Elektrofahrzeug der Welt, erzeugt dank Rekuperation sogar Strom

teigisch voll auf diese drei Produktlinien aus und wollen so Synergien schaffen. Jeder Recyclingbetrieb hat Radlader und Anlagen für die Materialaufbereitung. Hier gibt es viel Potenzial für Cross-Selling.

WF: Haben Sie neben dem Ausbau von Cross-Selling-Aktivitäten noch weitere Zukunftspläne?

Ruedi Sandmeier: Unsere Lieferanten, vor allem Komatsu, sind in der digitalen Transformation ziemlich weit, das spornt auch uns an, neue Wege im Verkauf zu beschreiten. Außerdem wollen wir den Service ausbauen und damit dem Kunden zu mehr Flexibilität verhelfen und ihn in die Lage versetzen, die

Auslastung seiner Maschinen zu erhöhen.

WF: Sie haben viel vor.

Ruedi Sandmeier: Ja, viele Leute haben Veränderung und neue Themen nicht so gerne. Ich liebe das irgendwie. Es spornt mich an, vorwärts zu kommen, mit Top-Produkten und mit gesundem Augenmaß.

KUHN Schweiz AG

Bernstrasse 125
3627 Heimberg
Schweiz

☎ +41 33 4398822

☎ +41 33 4370922

✉ mail@kuhn-gruppe.ch

🌐 www.kuhn-gruppe.ch

Hydraulikbagger von Komatsu mit Intelligent Machine Control für höchste Effizienz auf der Baustelle



„Intelligenz ist die Fähigkeit, sich neu zu erfinden“



Für Prof. Dr. Dr-Ing. Gustavo Möller-Hergt, CEO des Technologie-Providers ALSO, steht fest: Corona wird die Welt verändern. Der Chef des börsennotierten Unternehmens mit weltweit über 4.000 Beschäftigten und einem Umsatz von 10,7 Milliarden EUR im Jahr 2019, prognostiziert eine neue Normalität, die geprägt sein wird durch eine deutlich verstärkte Virtualisierung. Deshalb versteht er die Krise auch als Chance, denn sie wirkt als Katalysator für die teilweise lange überfällige Digitalisierung von Wirtschaft, Behörden und anderen Institutionen.

WF: Herr Möller-Hergt, bevor wir auf Ihr Unternehmen zu sprechen kommen, geben Sie uns doch bitte aus aktuellem Anlass eine Einschätzung zur Situation rund um Corona.

Gustavo Möller-Hergt: Ich denke physische Kontakte werden nicht verschwinden. Aber man wird sehr genau überlegen, ob eine Vor-Ort-Präsenz, ob persönliche Treffen wirklich notwendig sind. Wir gehen ungewissen Zeiten entgegen – gesundheitlich, wirtschaftlich, gesellschaftlich. Worauf es ankommt ist beim Wiederhochfahren von Produktion und Unternehmen auf die größtmögliche Sicherheit zu achten. Und: die Chancen zu erkennen und zu nutzen, die die veränderten Rahmenbedingungen bieten.

WF: Was bedeutet das für Ihr Unternehmen?

Gustavo Möller-Hergt: Zunächst einmal machen wir uns Gedanken

über den psychologischen Druck, der auf unseren Mitarbeiter lastet. Man sollte nicht unterschätzen, was es bedeutet, über Wochen im Home-Office zu arbeiten. Auch deshalb öffnen wir jetzt schrittweise wieder die Büros. Aber: wir tun das nach einem klar definierten Anwesenheits-Plan, mit Temperaturmessungen und unter Berücksichtigung der Situation jedes einzelnen Mitarbeiters.

Gleichzeitig passen wir unsere Angebote an: da wir die Entwicklung seit Anfang Januar sehr genau beobachten, konnten wir im März sofort Bundles für Home-Office und Home-Schooling anbieten. Wir verstärken den Bereich IT-as-a-service, der es Unternehmen ermöglicht, nutzungsbasiert vom Arbeitsplatz mit Hard- und Software über das Server-Setup bis hin zu Cybersecurity und Datensicherung schnell und flexibel zu reagieren.

WF: Das bringt uns direkt zum nächsten Thema: Erzählen Sie

unseren Lesern bitte, was Ihr Unternehmen genau macht.

Gustavo Möller-Hergt: Gerne. Wir sehen uns als Technologie-Provider für IT. Das umfaßt die Lieferung und Bereitstellung von Hard- und Software, die Unterstützung bei der Entwicklung von komplexen IT-Architekturen und das Angebot cloudbasierter Plattformen, für das Internet of Things, Streaming oder Cybersecurity. Die Soft- und Hardware kann man entweder kaufen oder man kann sie nutzungsorientiert leasen, wir nennen das 'as-a-Service'. Das ist ein Riesenvorteil für Unternehmen, die damit keine hohe Kapitalbindung für Geräte haben und gleichzeitig ihre IT-Abteilung sehr schlank halten können. Wir arbeiten eng mit Vermittlern, den sogenannten Resellern, zusammen, die zum Endkunden gehen. Der Vorteil dieses Modells liegt darin, dass wir kein Vertriebs- und Servicenetz aufbauen müssen. Stattdessen haben wir eine große Anzahl von motivierten Entrepreneurs. Es ist eine Reseller-Gemeinschaft mit einem Potenzial von derzeit über 110.000 kaufenden Kunden pro Jahr.

WF: Und wo sind sie überall präsent?

Gustavo Möller-Hergt: In Deutschland neben Soest und Berlin in Straubing bei München und in Osnabrück, aber auch in der Schweiz und in Österreich sind wir stark vertreten. In 20 Ländern Mittel-, West-, Nord- und Osteuropas haben wir weitere Standorte. In zusätzlichen 87 Ländern weltweit

sind wir über Cloudlösungen präsent.

WF: Wie kommunizieren Sie mit Ihren Kunden in der Krise?

Gustavo Möller-Hergt: Ein Beispiel ist unsere Idee, digitale Messen für all unsere Präsenz-Länder zu organisieren, mit virtuellen Ständen, Präsentationen und Webinaren. Ende März hat eine solche Messe mit rund 6.000 Teilnehmern und über 100.000 Klicks in der DACH-Region stattgefunden. Es gab sogar eine After-Party. Diese Idee war ein so toller Erfolg, dass Mitarbeiter und Kunden aus nicht-deutschsprachigen Ländern sagten: Das wollen wir auch. Darauf haben wir reagiert und Ende April eine Messe für alle restlichen 20 ALSO-Länder auf die Beine gestellt. So haben wir aus einem Problem eine Opportunität gemacht. Das ist meine Definition von Intelligenz: die Fähigkeit, sich neu zu erfinden. Ein Unternehmen ist gesund, wenn es sich schnell und kreativ auf neue Situationen einstellen kann.

Unser 3S-Geschäftsmodell

| | Modell | Umsatz | Marge | Kundenloyalität |
|------------------|--|--------|-------|-----------------|
| Supply | Hauptsächlich transaktional | | | |
| Solutions | Hauptsächlich transaktional | | | |
| Service | Hauptsächlich nutzungs-basiert (consumptional) | | | |



Holding AG
 Meierhofstraße 5
 6032 Emmen
 Schweiz
 ☎ +41 41 2661111
 ✉ info@also.com
 🌐 www.also.com

WF: Wie würden Sie Ihre Rolle innerhalb eines so großen und komplexen Unternehmens beschreiben?

Gustavo Möller-Hergt: Wir sind ein Organismus. Jeder Mitarbeiter ist ein lebendiger und wichtiger Bestandteil dieses Organismus. Nur so können wir funktionieren. Ich selbst bin nur ein kleiner Teil des Ganzen. Ich bin Musiker, deshalb weiß ich ganz genau: den Klang eines Orchesters macht nicht die erste Geige – es braucht jeden einzelnen Spieler. Natürlich ist der Dirigent wichtig, aber ohne Orchester

bringt der beste Dirigent keinen Ton zustande.

WF: Und wohin geht die Reise von ALSO?

Gustavo Möller-Hergt: Wir möchten Europas führender Provider von IT-Technologie werden. Natürlich tun wir das, weil wir wirtschaftlich erfolgreich sein wollen. Aber was uns letztlich antreibt ist der Wunsch, das Leben der Menschen mit Hilfe von Technologie zu verbessern. Ich bin überzeugt, dazu können wir einen wesentlichen Beitrag leisten.



Mutmacher in der Krise: Vom Fahrrad zum Beatmungsgerät

Das Coronavirus hat Italien über Wochen lahmgelegt und Menschen und Unternehmen in eine Krise gestürzt. Nicht so die 3T Cycling SRL aus Bergamo. Dank Präsident und CEO René Wiertz hat der Hersteller hochwertiger High-End-Fahrräder rechtzeitig die Kurve bekommen – durch Mut, Innovationsgeist und kluge unternehmerische Entscheidungen. Ein ermutigendes Interview über Chancen in der Krise, Solidarität und gesellschaftliches Engagement, das zum Erfolg für die Firma wird.

WF: Herr Wiertz, wie haben Sie den Beginn der Corona-Krise erlebt?

René Wiertz: Im Februar wurde von der Regierung das erste Gebiet in Italien abgeriegelt, nur 100 km von uns entfernt. Bis dahin dachten wir noch, das Virus gebe es nur in China, nicht in Italien. Am ersten Märzwochenende waren wir noch Skifahren; in der Woche darauf brach die Hölle los. Alle fünf Minuten hörte man Krankenwagen und man sah die Bilder von überlasteten Krankenhäusern. Es kam zum absoluten Lockdown. Zwei meiner Mitarbeiter waren an Covid-19 erkrankt, zwei haben Familienmitglieder verloren. Es war beängstigend.

WF: Wie haben Sie reagiert?

René Wiertz: Wir mussten ziemlich schnell Lager und Produktion schließen. Zwei Tage vorher haben wir die Hälfte unseres Lagerbestandes in ein Lager in Dänemark geschickt, um unsere Kunden wei-



„Wenn das Schiff in einer Gefahrenzone ist, ist das Team da, um zu helfen“ – Die Belegschaft von 3T Cycling hält in der Krise zusammen

ter beliefern zu können. Wir haben im Homeoffice weitergearbeitet und waren froh, etwas zu tun zu haben. Für mich war es wichtig, in dieser Situation etwas für die Gesellschaft zu tun und gleichzeitig die Firma am Laufen zu halten. Das brachte mich auf die Idee, Fahrräder zu einem niedrigeren Preis zu verkaufen, in Kombination mit einem Hometrainer. Von jedem Fahrrad haben wir 500 EUR an die Krankenhäuser gespendet.

WF: Bei dieser einen guten Idee sollte es aber nicht bleiben...

René Wiertz: Es herrschte auch ein absoluter Mangel an Beatmungsgeräten. Deshalb haben wir angefangen, Ventile dafür herzustellen. Gemeinsam mit anderen Unternehmen konnten wir so Tausende von Beatmungsmaschinen produzieren. Außerdem haben wir mit der Fertigung von Plastik-Atemschutzmasken für wichtige

Berufsgruppen wie Polizisten oder Krankenhausmitarbeiter am Empfang begonnen. Zusätzlich konnten wir über unser Büro in Taiwan mehrere Tausend Masken organisieren und nach Italien transportieren lassen.

WF: Lief Ihr eigentliches Geschäft auch weiter?

René Wiertz: Während des Lockdowns konnten wir nicht produ-



Extraklasse mit zwei und vier Rädern: Als Partner von BMW bietet 3T auch Spitzenqualität aus Bayern

zieren, aber dank des dänischen Lagers waren wir in der Lage, Räder an Händler in Europa auszuliefern. Als auch sie schließen mussten, haben wir noch private Kunden über unseren Onlineshop bedient. In Dänemark hatten wir einen großartigen Partner, der sehr flexibel war, sodass wir trotz der schwierigen Situation schnell liefern konnten.

WF: Was haben Sie in dieser Zeit über Ihre Mitarbeiter, Partner und Kunden erfahren?

René Wiertz: Es wurde schnell deutlich, wer mit an Bord ist und wer nicht. Ich habe gemerkt, dass mein Team zusammenhält und da ist, um die Firma zu unterstützen. Wir haben auch viel Unterstützung von unseren Lieferanten aus Asien erhalten. Mit unseren Händlern waren wir, obwohl sie keine Bestellungen durchzugeben hatten, die ganze Zeit in Kontakt, um ihnen zu zeigen, dass wir zusammenhalten. Von unseren Kunden haben wir viele positive Rückmeldungen für

unser gesellschaftliches Engagement bekommen. Ich denke, dass sich dies positiv auf unser Image auswirkt.

WF: Nicht jeder ist in der Krise so aktiv geworden. Warum Sie?

René Wiertz: Ich mag es, Dinge zu tun. Herumzustehen und klagen ist nicht meine Art. Viele Menschen waren paralysiert, als die Krise kam, aber mich hat sie unheimlich motiviert. Ich denke immer über Lösungen nach. Ich habe mich verantwortlich gefühlt, die Gesellschaft zu unterstützen, und es hat sich herausgestellt, dass das gut für die Moral der Mitarbeiter und das Image der Firma war. Meine Frau war mir in dieser Zeit eine unglaublich wichtige Hilfe.

WF: Wie geht es nun mit Ihrem Geschäft weiter?

René Wiertz: Am 30. Mai launchen wir unsere komplett neue Fahrrad-Plattform und eine neue Produkt-



Offroad auf schnellen Reifen unterwegs: Die Fahrräder von 3T lassen bei sportlichen Fahrern keine Wünsche offen

reihe. Unsere Kooperation mit BMW wird sehr wichtig sein und wir erwarten einen großen Markenaufschwung. In Anbetracht von Corona sollten wir unsere Arbeit fortsetzen, müssen aber vorsichtig sein. Es ist noch nicht vorbei, dessen müssen wir uns bewusst sein. Mein Rat lautet: Fahrt Fahrrad! Das ist gesund und besser, als im Bus zu sitzen.



Flexibel in der Krise: Wo normalerweise Fahrradkomponenten aus Hightechmaterialien gebaut werden, entstehen Ventile für Beatmungsgeräte (unten)



3T Cycling SRL

Via Leonardo da Vinci, 19
24030 Presezzo (BG)
Italien

+39 035 4943451

info@3t.bike

www.3tcycling.com



Wir geben Ihrem Produkt eine digitale Stimme

Die Kennzeichnung von Produkten wird im Zuge der anhaltenden Globalisierung der Wirtschaft immer wichtiger, insbesondere unter Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit und Echtheit. Temera Srl aus Italien ist bereits 2009 als Pionier mit RFID-Lösungen für die Fashion- und Luxusbranche gestartet. Heute bietet das Unternehmen seinen Kunden individuelle und kanalübergreifende Lösungen entlang der gesamten Supply Chain.



Der Firmensitz von Temera in Scarperia e San Piero, Italien

Über die RFID- und NFC-Technologien zur digitalen Kennzeichnung der Produkte hinaus bietet das Unternehmen Manufacturing- und Logistiklösungen sowie Borderless Commerce (grenzübergreifenden Handel), wie zum Beispiel Tracking- und Tracing-Systeme.

UMFASSENDE LÖSUNGEN

„Wir haben unser Portfolio im Laufe der Jahre konsequent ausgeweitet“, so Marketing Manager Marco Ruffa. „RFID, also die Chip-Kennzeichnung der Produkte, ist nach wie vor wichtig, vor allem im Bereich Luxuswaren gegen Schmuggel und Fälschungen. 2013/ 2014 sind wir massiv in den Bereich Supply Chain

eingetreten. Seitdem bieten wir verstärkt integrierte Lösungen an. Wir beraten unsere Kunden und statten sie auch mit den entsprechenden Technologien aus. Unser Ziel ist es, Hebel für die Rückverfolgbarkeit der Produkte zu entwickeln, um so eine echte Omnichannel-Dynamik zu orchestrieren.“

Vor diesem Hintergrund hat Temera 2019 eine eigene Rückverfolgbarkeitsplattform lanciert, mit Namen Stylewhere. Auch in Bezug auf das Thema Supply Chain ist das Unternehmen im vergangenen Jahr einen weiteren Schritt gegangen. „Wir haben heute als einziger Anbieter eine RFID-Plattform für die Bereiche Fashion und Luxus, die die ganze Supply Chain abdecken“, so Marco

Ruffa. „Da wir festgestellt haben, dass die Brands auch den Bereich Nachhaltigkeit rückverfolgbar und zertifiziert haben wollen, haben wir unsere Plattform über Blockchain-Technologie ausgeweitet. Mit unserem System ‘Virgo’ kann man zum Beispiel bei einem Produkt aus Krokodilleder den gesamten Prozess vom Ei des Krokodils, das eingesammelt wird, über die Aufzucht und Schlachtung des Krokodils, über die Verarbeitung bis hin zur fertigen Handtasche verfolgen.“

NEUE BRANCHEN, NEUE LÖSUNGEN

Die Referenzliste des Unternehmens ist lang und international und beinhaltet Namen wie Bulgari, Ferragamo, Hugo Boss, Versace,

Saint Laurent, Alexander McQueen oder Under Armour. „Für Bulgari haben wir Handtaschen mit einem NFC-Chip ausgestattet“, erklärt Marco Ruffa. „Nähert man sich der Tasche mit dem Smartphone, bekommt man direkt Informationen über sie – das ist echtes 1:1 Marketing. Für Adidas haben wir einen Chip in die Schuhsohle der Schuhe aus der Linie Adidas Parley eingebracht. Diese Schuhe werden zum Teil aus recyceltem Kunststoff gefertigt, der aus den Ozeanen gefischt wurde.“

In der kommenden Zeit will Temera auch in neuen Branchen aktiv werden. Erste Projekte laufen bereits. „Aktuell entwickeln wir für die Lebensmitteleinzelhandelskette Esselunga ein völlig neues Ladengeschäft-Format namens

Für Bulgari hat Temera Handtaschen mit einem NFC-Chip ausgestattet



Impressum



Screenshot der intelligenten Stylewhere-Plattform von Temera

'LaEsse', erklärt Marco Ruffa. „Die Läden werden als Micromärkte aufgebaut. Das Geschäft ist komplett automatisiert. Die Kunden nehmen

Beipackzettel von Medikamenten mit NFC-Technologie. Für einen Kunden der Getränkeindustrie arbeitet das Unternehmen aktuell

„ Wir möchten über die Rückverfolgbarkeit der Produkte echte Omnichannel-Dynamik orchestrieren.

sich die Produkte, scannen sie an der Kasse selbst und bezahlen. Das System funktioniert mit einer von uns selbst entwickelten integrativen Technologie. Es gibt kein Personal. Wir haben im Dezember 2019 das erste LaEsse-Pilotgeschäft in Mailand eröffnet und es ist ein voller Erfolg. Wir planen, in diesem Jahr noch weitere Ländern mit diesem Konzept zu eröffnen.“

Im Bereich der Pharmazie fokussiert Temera die Digitalisierung der

an einem Projekt zur Zertifizierung eines Spitzenweines. „Hier geht es um den Spitzenrotwein 'Sassicaia' erklärt Marco Ruffa. „Hier wird viel gefälscht. Die Flaschen werden geleert und mit einem billigen Wein gefüllt. Mit unseren Tags oder Chips, die wir Tamperproof nennen, lässt sich feststellen, ob es sich um eine Originalflasche und Originalinhalt handelt und ob diese schon einmal geöffnet oder noch originalverschlossen ist.“

temera

Temera Srl

Via di Pianvallico 5
50038 Scarperia e San Piero (FI)
Italien

+39 055 848425

info@temera.it

www.temera.it

Verleger:

International Business Media GmbH

Adresse:

International Business Media GmbH

Geschäftsführer: Manfred Brinkmann, Diplom-Kaufmann
Landersumer Weg 40 · 48431 Rheine · Deutschland

Tel.: +49 5971 92164-0

Fax: +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de

www.wirtschaftsforum.de

International Business Media GmbH

is a **corporate member**
of **German Chamber**
of **Commerce, Hong Kong:**

AHK Hong Kong /
German Industry and Commerce Ltd.
19/F, COFCO Tower
262 Gloucester Road
Causeway Bay
Hong Kong
Tel.: +852 2526 5481
Fax: +852 2810 6093
hongkong.ahk.de
info(at)hongkong.ahk.de

Representative office in Hong Kong:

Fiducia Management Consultants
15/F Overseas Trust Bank Building, 160
Gloucester Road
Wanchai
Hong Kong SAR
Tel: +852 2523 2171
Fax: +852 2810 4494
www.fiducia-china.com
contact(at)fiducia-china.com

Verantwortlicher Chefredakteur:

Manfred J. P. Brinkmann, Diplom-Kaufmann

WIRTSCHAFTSFORUM

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Wirtschaftsforum gibt es auch als
Smartphone-App!

Sie ist die Drehscheibe
für aktuelle Informationen und der direkte
Draht zu uns. **Kostenlos!**



Android

Apple

PRODUKT IM FOKUS

Standsome Das Upgrade für den Schreibtisch

8 Gründe für den Standsome

Es gibt viele gute Gründe für das Arbeiten mit dem Standsome. Suchen Sie sich Ihren aus.

1. Gesundheit und Karma
2. Flexibel und passend
3. Handlich und spontan
4. Nicht billig, Sondern günstig. Und clever.
5. Schmales Geld
6. Wertig und echt
7. Den Rücken frei halten
8. Gutes tun

Quelle: www.standsome.com

Der Standsome

Der Standsome. Ganz jung und doch schon Kult. Ein Stehschreibtisch, ein Aufsatz, eine Erleichterung. Ein Möbelstück, ein Gadget, eine Aufwertung. In jedem Fall ist der Standsome höhenverstellbar, stabil, praktisch und ein Schlüssel zum gesunden Arbeitsalltag. Echte Handwerksqualität. Made in Germany.

Standsome steht für einen gesunden Arbeits- und Lebensstil. Um diese Themen ganzheitlich zu betrachten, haben wir einen Experten:

Prof. Dr. Daniel Kaptain ist Dozent und Gesundheitswissenschaftler an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement. Er berät Unternehmen im Bereich BGM (Betriebliches Gesundheitsmanagement), Fitness und Healthcare rund um den Arbeitsplatz.

Quelle: www.standsome.com



Zum Interview



wirtschaftsforum.de
webcode: 63951

 YouTube
z0KQP911N90



Standsome
WORKLIFESTYLE

KONTAKTDATEN

Standsome | Friedrich & Patriz Möbel UG
Mombacher Straße 2a · 55122 Mainz · Deutschland
www.standsome.com

Kontakte

Panasonic Industry Europe GmbH

Caroline-Herschel-Straße 100
85521 Ottobrunn
Deutschland

☎ +49 89 453541000

☎ +49 89 453541550

✉ info.pieu@

eu.panasonic.com

🌐 eu.industrial.panasonic.com

RSV-Service GmbH Kompetenz- und Service- Center

Lindengarten 12
73265 Dettingen/Teck
Deutschland

☎ +49 7021 720220

☎ +49 7021 7202229

✉ info@rsv-service.de

🌐 www.rsv-service.de

Bechtle GmbH Bodensee

Schützenstraße 84
78315 Radolfzell
Deutschland

☎ +49 7732 823530

✉ bodensee@bechtle.com

🌐 www.bechtle.com

LTW Intralogistics GmbH

Achstraße 53
6922 Wolfurt
Österreich

☎ +43 5574 68290

✉ office@LTW.at

🌐 www.LTW.at

Praher Plastics Austria GmbH

Poneggenstraße 5
4311 Schwertberg
Österreich

☎ +43 7262 611780

☎ +43 7262 61203

✉ sales@praherplastics.com

🌐 www.praher-plastics.com

Georg Kaufmann Formenbau AG

Rugghölzli 3
5453 Busslingen/Remetschwil
Schweiz

☎ +41 56 4856500

☎ +41 56 4965400

✉ gktool@gktool.ch

🌐 www.gktool.ch

COMLAB AG

Ey 13
3063 Ittigen
Schweiz

☎ +41 31 9242424

☎ +41 31 9242420

✉ info@comlab.ch

🌐 www.comlab.ch

KUHN Schweiz AG

Bernstrasse 125
3627 Heimberg
Schweiz

☎ +41 33 4398822

☎ +41 33 4370922

✉ mail@kuhn-gruppe.ch

🌐 www.kuhn-gruppe.ch

Holding AG

Meierhofstraße 5
6032 Emmen
Schweiz

☎ +41 41 2661111

✉ info@also.com

🌐 www.also.com

3T Cycling SRL

Via Leonardo da Vinci, 19
24030 Presezzo (BG)
Italien

☎ +39 035 4943451

✉ info@3t.bike

🌐 www.3tcycling.com



**Was immer
Sie bewegt –
sprechen wir
darüber!**

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen und Ihre Ideen in einem persönlichen Interview im nächsten Special-ePaper von Wirtschaftsforum.

**Erfahren Sie mehr
über geplante
Themen!**

Ihr Ansprechpartner:

Andreas Detert

+49 5971 921640

media@wirtschaftsforum.de



LEIDENSCHAFT WASSER FASZINATION SCHWIMMBAD

Bei der Gestaltung von Schwimmbädern sind es kleine Akzente, die ein in sich stimmiges Pooldesign ergeben. Ob schlicht und modern, exklusiv und edel, ob Möbel aus pflegeleichten Naturmaterialien wie Granit, Naturstein, hochwertigem Holz oder kreativ gestaltete Grünflächen – jedes Schwimmbad ist einzigartig und wird individuell entworfen.

Darum sind für JD gründliche und umfassende Beratung, umsichtige Planung, solides handwerkliches Können, der Blick fürs Machbare und langjährige Erfahrung die Voraussetzungen für die Realisierung von hochwertigen und kreativen Schwimmanlagen. Welche Ansprüche, welchen Geschmack oder welches Budget Sie auch haben – JD hat 40 Jahre Erfahrung aus weit über dreitausend Projekten in ganz Europa und arbeitet ständig an immer neuen Produkten und effizienteren Systemen.

Weitere Impressionen erhalten Sie auch unter: www.j-d.de



J. D. Schwimmbad-Bau & Design GmbH
Wirkerstraße 28
72461 Albstadt
Telefon +49 74 32/98 09-0
E-Mail: info@j-d.de

www.j-d.de

