

Starker Mittelstand



Interview:

Mit Anlagen-Know-how gegen den Fachkräftemangel

Thorsten Bung, Geschäftsführer der Kuhne GmbH, Seite 18

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Andreas Swoboda**, Geschäftsführer der **BIO BREADNESS GmbH**, Seite 6
- › Interview mit **Karen Thiele**, Geschäftsführerin der **St. Bernward Krankenhaus GmbH**, Seite 14

Starker Mittelstand

04



Dietmar Helker

EMEA Applications & Co-Supplier Leader der Bochers GmbH

06



Andreas Swoboda,

Geschäftsführer der BIO BREADNESS GmbH

08



Stephanie Peskov, Head of Business Development und Key Account Manager der Sopp Industrie GmbH

Kevin Maar, Geschäftsführer der Sopp Industrie GmbH

10



Andreas Brück,

Geschäftsführer der KRONGAARD GmbH

12



Karin Koerber,

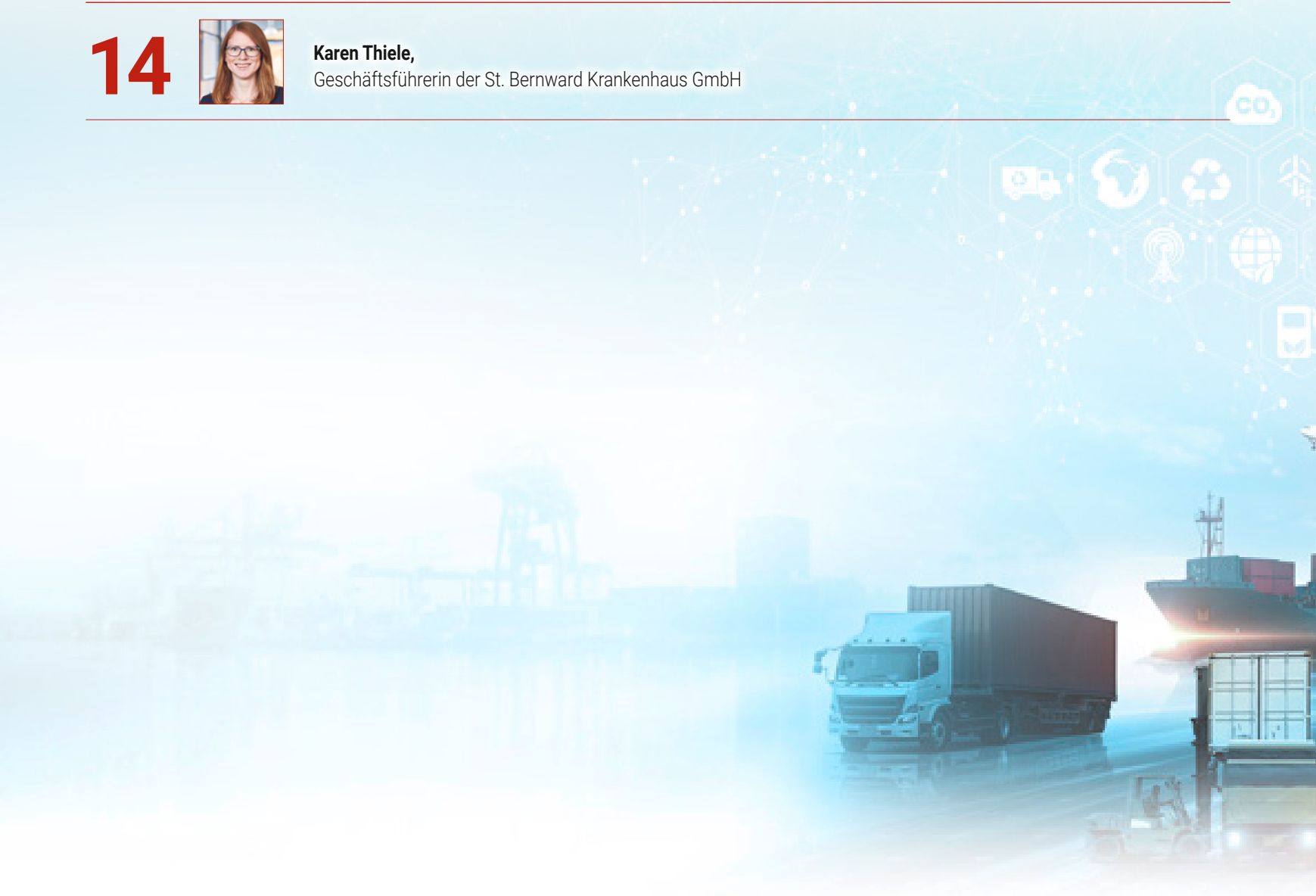
Geschäftsführerin der Klinik Mengerschwaike

14



Karen Thiele,

Geschäftsführerin der St. Bernward Krankenhaus GmbH



Starker Mittelstand

16



Julia Pas,
Geschäftsführerin der M Events Cross Media GmbH

18



Thorsten Bung,
Geschäftsführer der Kuhne GmbH

20



Lukas Holzinger,
Geschäftsführender Gesellschafter der RSE+ Architekten Ingenieure GmbH

22



Thomas Behler,
Geschäftsführer der Stadtwerke Südholstein GmbH

24



Martijn van der Geer,
Direktor der Skynet Worldwide Express B.V.

26

Kontakt Daten



Farben, die funktionieren – mit Borchers Additiven

Lackadditive sind spezielle Zusatzstoffe, die in der Farb- und Lackindustrie eingesetzt werden, um bestimmte Eigenschaften wie Fließverhalten, Trocknungsgeschwindigkeit oder Widerstandsfähigkeit gegenüber äußeren Einflüssen zu verändern und zu verbessern. Die Borchers GmbH aus Langenfeld ist ein weltweit agierender Spezialist für die Herstellung von Lackadditiven, Trocknungsbeschleunigern und Katalysatoren. Und das seit über 200 Jahren.

Wirtschaftsforum: Herr Helker, Sie sind seit 1999 für Borchers Lackadditive tätig, haben in dieser Zeit verschiedene Positionen besetzt und die dynamische Entwicklung des Unternehmens begleitet. Welche Entwicklungsschritte waren besonders wichtig, um so lange am Markt bestehen zu können?

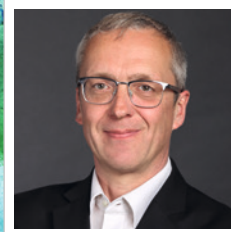
Dietmar Helker: Borchers wurde 1807 in Goslar gegründet und ist damit eine der ältesten Chemie-Marken weltweit. Anfangs konzentrierte man sich auf die Produktion von chemischen Rohstoffen wie Bleiweiß und Zinkvitriol; 1920, nach verschiedenen Erweiterungen und Neustrukturierungen, wurde der Fokus auf

Trockenstoffe für die Farb- und Lackindustrie gerichtet. Eine Zäsur war die mehrheitliche Übernahme durch den Bayer-Konzern im Jahr 1996; das Portfolio wurde erweitert, unter anderem durch rheologische Additive. Zudem nutzte Borchers Produktionsstätten von Bayer in Dormagen und Leverkusen. 2007 kam es erneut zu einem Verkauf an zwei amerikanische Finanzinvestoren. Nachdem von 2015 bis 2017 drei Investoren Anteilseigner gewesen waren, wurde Borchers 2020 vom amerikanischen Konzern Milliken & Company erworben. Seitdem ist Borchers ein Milliken-Brand und damit Teil eines sehr gut funktionierenden Teams.

Wirtschaftsforum: Wofür steht der Name Milliken & Company?

Dietmar Helker: Milliken & Company ist ein Konzern aus Spartanburg, South Carolina, U.S. mit mehr als 40 Produktionsstätten in 15 Ländern und beschäftigt weltweit über 8.000 Mitarbeiter. Wir schätzen sehr, dass sich hinter Milliken & Company kein Shareholder verbirgt, sondern ein privates Unternehmen in Familienbesitz, mittlerweile in der 5. Generation. Genau wie Borchers wurde Milliken im 19. Jahrhundert gegründet. Das Portfolio umfasst Lösungen für die Märkte Textile, Chemical, Floor Covering und Healthcare. Die Übernahme von Borchers durch Milliken & Com-

Interview mit



Dietmar Helker,
EMEA Applications &
Co-Supplier Leader
der Borchers GmbH



pany unterstützte Millikens Ziel, in den CASE (Coatings, Adhesives, Sealants, Elastomers)-Markt einzusteigen. Milliken & Company hatte bereits Rohstoffe (Farbstoffe und Silikone) in diesem Bereich verkauft, doch die Übernahme der Borchers-Additive stärkte die globale Präsenz von Milliken & Company in diesem Markt weiter.

Wirtschaftsforum: Borchers ist Inbegriff für Additive für den CASE-Markt. Gibt es besondere Produkthighlights?

Dietmar Helker: Generell liefern wir keine Commodities, sondern individuelle Lösungen. Alle von Borchers hergestellten Additive sind alternativlos. Die Additive sorgen zum Beispiel dafür, dass die Farbe nicht an der Wand abläuft und trotzdem gut verläuft, dass sie glänzt, dass sie gut verarbeitet werden kann, lagerstabil ist oder dass sie schneller trocknet. Wir bieten Entschäumer, Katalysatoren, Rheologieadditive, Netz- und Dispergiermittel, Slip- und Verlaufsadditive, Antioxidan-



Industrielle Beschichtungen sind ein zentrales Applikationsfeld für Borchers-Lösungen



Additive von Borchers kommen unter anderem in Druckfarben zum Einsatz

borchers

A MILLIKEN BRAND

KONTAKTDATEN

Borchers GmbH
Berghausener Straße 100
40764 Langenfeld
Deutschland
www.borchers.com/contact



Gerade im Do-it-yourself-Bereich sind Produkte mit verbesserter Kennzeichnung gefragt



Auch die Automobilbranche arbeitet mit Borchers-Lösungen

Borchers bringt Farbe ins Spiel – mit individuellen Additiven für unterschiedlichste Anwendungen

tien oder eben Trockenstoffe, die ein großes Thema sind, für den CASE-Markt an. Vor diesem Hintergrund spielt die patentierte Serie Borch® OXY-Coat high-performance catalyst eine besondere Rolle. Sie umfasst einzigartige Alternativen zu Kobalttrocknern, die weltweit zunehmenden regulatorischen Anforderungen ausgesetzt sind. Wettbewerber arbeiten mit Mangan- oder Kobalttrocknern, was aber Nachteile wie Vergilbung, schlechte Haftung auf unterschiedlichen Substraten, Oberflächendefekte und einen schlechteren Korrosionsschutz mit sich bringt. Unsere Kobaltalternativen sind echte Produkthighlights. Neue Standards haben wir auch mit den Ascini® Anti Skin Hautverhinderungsmitteln gesetzt. Diese hochwirksamen Antioxidantien wurden so konzipiert, dass sie keine Oxime

enthalten, die zwar häufig noch zur Hautverhinderung eingesetzt werden, aber auch zunehmenden regulatorischen Einstufungen unterliegen.

Wirtschaftsforum: Das Thema Nachhaltigkeit beschäftigt Unternehmen auf den verschiedensten Ebenen. Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit für Borchers?

Dietmar Helker: Nachhaltigkeit ist eine Herausforderung, die wir sehr ernst nehmen. In unserer Branche haben wir es häufig mit regulatorischen Aspekten zu tun, die schwierig sind. Wenn Rohstoffe oder chemische Verbindungen neu eingestuft werden, muss die Entwicklungsabteilung schnell reagieren, um Alternativen zu finden, die die Auswirkungen der Kennzeichnungspflicht verringern können. Das ist eine große He-

erausforderung. Produkte, die kennzeichnungspflichtig sind, im Do-it-yourself-Bereich zu verkaufen, ist heute sehr schwierig, wenn nicht unmöglich.

Wirtschaftsforum: Inwieweit wirkt sich die Digitalisierung, vor allem KI, auf das Geschäft aus?

Dietmar Helker: Wir sind gerade dabei, KI einzuführen. Allerdings ist dieser Prozess nicht einfach, da wir individuelle Produkte anbieten.

Wirtschaftsforum: Borchers ist seit Langem ein international gefragter Anbieter von Additiven. Wie sehen weitere Ziele in der Zukunft aus?

Dietmar Helker: Wir sind bestrebt, Additivoptionen anzubieten, die dazu beitragen, aktuelle Kennzeichnungsanforderungen zu erfüllen und kommende Anforderungen in endgültigen CASE-Formulierungen zukunftsicher zu gestalten. Dieser Fokus steht im Einklang mit dem Engagement von Milliken & Company für Nachhaltigkeit, das wichtige Auswirkungen auf Menschen, Produkte, den Planeten und Net-Zero-Emissionen umfasst, die dem Unternehmen drei Jahre in Folge ein goldenes EcoVadis-Rating eingebracht haben.

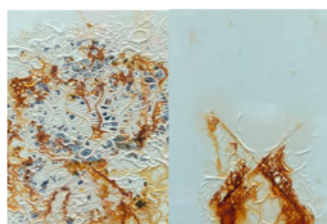
Better Wet Adhesion Performance



Control Borch® OXY-Coat + Ascini® Anti-Skin 1240

Higher Corrosion Resistance

Q-FOG Salt Spray After 330 h



Control Borch® OXY-Coat + Ascini® Anti-Skin 1240

Non-Skinning Solution

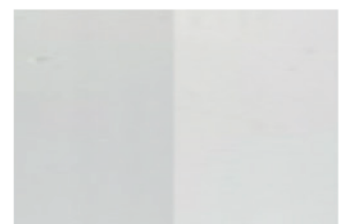
Skinning Performance Displayed After 2 Weeks, 50°C



Control Borch® OXY-Coat + Ascini® Anti-Skin 1240

Less Yellowing

After 2 Weeks at 50°C in the Oven



Control Borch® OXY-Coat + Ascini® Anti-Skin 1240

Mit den kobaltfreien Hochleistungskatalysatoren Borch® OXY-Coat und den oximfreien Ascini® Anti Skin Hautverhinderungsmitteln von Borchers lassen sich nicht nur schnellere Trocknungszeiten erzielen, sondern auch eine Vielzahl von Leistungsvorteilen. Diese leistungsstarken Additive sind Alternativen zu kobalt- und oximhaltigen Lösungen, die von den Behörden kritisch geprüft werden.



Ein vielfältiges Frühstück mit Produkten der Premiummarke SlooOW zeigt, wie genussvoll bewusste Ernährung heute sein kann



Traditionell gebacken mit 100% natürlichen Zutaten überzeugt das Bio-Baguette mit Geschmack und Charakter

Interview mit
Andreas Swoboda,
Geschäftsführer
der BIO BREADNESS GmbH



Geschäftsführer Andreas Swoboda – engagiert für Qualität und nachhaltige Produkte

Brot mit dem Geschmack von morgen

Als Teil der Pandriks Gruppe arbeitet BIO BREADNESS in Fulda, Deutschland, eng mit dem niederländischen Schwesterunternehmen Pandriks Bake Off B.V. zusammen, um Bio-Brot zu produzieren, das sich durch Qualität, Geschmack und Authentizität auszeichnet. Beide Partner verbindet eine gemeinsame Philosophie: der Einsatz zu 100% natürlicher Zutaten, traditionelle Verfahren wie eine 24-stündige Sauerteiggärung und das Backen im Steinofen sowie ein konsequentes Bekenntnis zu Nachhaltigkeit entlang der gesamten Lieferkette. Für Geschäftsführer Andreas Swoboda ist dies nicht nur ein Geschäftsmodell – es ist eine persönliche Überzeugung, die auf Verantwortung beruht.



Wirtschaftsforum: Herr Swoboda, BIO BREADNESS verzeichnet ein bemerkenswertes Wachstum. Wie lautet Ihr Erfolgsrezept?

Andreas Swoboda: Unser Ziel war von Anfang an, das Beste aus Tradition und Innovation zu vereinen. Wir möchten Bio-Brot herstellen, das wirklich gut schmeckt und aus reinen, natürlichen Zutaten besteht. Das ist nicht nur eine Geschäftsstrategie, sondern auch eine zutiefst persönliche Mission. Ich bin fest davon überzeugt, dass Bio-Produkte mehr

sein müssen als nur ein Label – sie sollten für alle zugänglich, ehrlich und wirklich genussvoll sein. Diese Überzeugung teilt unser ganzes Team – ebenso wie unsere Partner, die sich ebenfalls für sinnvolle und nachhaltige Lebensmittel einsetzen. Es geht darum, eine Zukunft aufzubauen, in der Respekt gegenüber Mensch und Umwelt im Mittelpunkt steht. Für mich ist diese Mission eng mit meinen Werten und unserer Verantwortung gegenüber kommenden Generationen verknüpft. Wir möchten Menschen dazu



Wie in einer guten Bäckerei: Der BIO BREADNESS-Messestand lädt Besucher ein, Vielfalt und Qualität der Backwaren hautnah zu erleben

inspirieren, echtes Brot abseits von Trends zu schätzen – denn wahre Qualität und Geschmack sind zeitlos.

Wirtschaftsforum: Wie verbinden sich bei Ihnen Technologie und traditionelle Methoden zur Sicherung dieser Qualität?

Andreas Swoboda: Wir setzen auf traditionelles Handwerk wie unsere 24-stündige Sauerteiggärung und das Backen in langen Steinöfen. Das sorgt für das intensive Aroma, die luftige Krume und die knusprige Kruste, für die unser Brot bekannt ist. Moderne Technologie hilft uns, diese Qualität auf gleichbleibend hohem Niveau und in größerem Maßstab zu sichern. Die Automatisierung unterstützt uns zum Beispiel in der Logistik und Lagerung – etwa in unserem vollautomatischen Tiefkühlager in Meppel mit 14.000 Palettenstellplätzen. Gleichzeitig ermöglicht sie es uns, menschliche Energie auf die Arbeitsschritte zu konzentrieren, die echte Sorgfalt benötigen. Diese Balance ist essenziell – Qualität darf niemals kompromittiert werden. Technologie dient unseren Grundwerten: Qualität,

Transparenz und Nachhaltigkeit. Die Kombination aus handwerklichem Backen und intelligenter Infrastruktur erlaubt es uns, der steigenden Nachfrage gerecht zu werden und dabei unserer Verantwortung für eine nachhaltige Produktion gerecht zu bleiben.

Wirtschaftsforum: Wie schaffen Sie es, auch Menschen für Ihr Brot zu begeistern, die normalerweise keine Bio-Produkte kaufen? Und welche Rolle spielen dabei Ihre landwirtschaftlichen Partner?

Andreas Swoboda: Geschmack ist unser stärkstes Argument. Viele Menschen entscheiden sich für unser Brot einfach, weil es hervorragend schmeckt – unabhängig davon, ob sie sonst Bio kaufen oder nicht. Unser authentischer Geschmack und die 100% natürlichen Zutaten sprechen für sich. Auf der Angebotsseite arbeiten wir eng mit Landwirten zusammen und bieten ihnen verlässliche und faire Abnahmevereinbarungen. So unterstützen wir die nachhaltige Landwirtschaft, den Schutz der Biodiversität und das Vertrauen innerhalb der Lieferkette. Diese Partnerschaften

sind uns sehr wichtig – denn vom Feld bis in die Backstube sollen alle profitieren. Diese persönliche Verbindung und das Verantwortungsgefühl sind zentral für unsere Arbeitsweise. Wir sehen uns als Teil eines größeren Ökosystems, in dem jedes Glied zählt. Die Unterstützung der Landwirte sichert auch die Qualität der Rohstoffe und stärkt die lokalen Wirtschaftskreisläufe – das verbessert die gesamte Wertschöpfungskette.

Wirtschaftsforum: Nachhaltigkeit ist ein großes Thema in der Lebensmittelbranche.

Andreas Swoboda: Nachhaltigkeit muss greifbar und in jeden Prozess integriert sein. Wir betrachten jedes Detail – vom Rohstoff über den Energieverbrauch bis hin zu Verpackung und Abfall. Unabhängige Zertifizierungen sorgen für Transparenz und Verantwortung. Aber darüber hinaus ist es für mich auch eine persönliche und gemeinsame Verantwortung. Ich möchte zu einem Ernährungssystem beitragen, das Mensch und Natur respektiert. Das bedeutet: ständige Weiterentwicklung, Offenheit und das Festhalten an unseren Werten – nicht, weil es ein Trend ist, sondern weil es für die Zukunft notwendig ist. Nachhaltigkeit ist für mich eine kontinuierliche Reise, kein Ziel, und sie verlangt täglich echtes Engagement. Es bedeutet auch, Konsumenten und Partner aufzuklären – über die Wirkung ihrer Entscheidungen und über die Notwendigkeit eines breiteren ökologischen Bewusstseins.

EST. 2016
BIO BREADNESS

A PANDRIKS COMPANY

KONTAKTDATEN

BIO BREADNESS GmbH
Daimler-Benz-Straße 32
36039 Fulda
Deutschland
☎ +49 661 2513990
info@bio-breadness.com
www.bio-breadness.com

Wirtschaftsforum: Wie sieht Ihre Vision für die Zukunft von BIO BREADNESS und des Bio-Backens aus?

Andreas Swoboda: Ich möchte, dass BIO BREADNESS weiter wächst, dabei aber authentisch bleibt. Wir jagen keinen Trends hinterher, sondern bauen Vertrauen auf – durch verlässliche Qualität und verantwortungsvolles Handeln. Bio-Brot soll Teil des Alltags werden und nicht bloß ein Nischenprodukt bleiben. Wir verbinden Tradition mit Fortschritt und arbeiten mit Landwirten, Mitarbeitern und Kunden zusammen – von führenden Einzelhändlern und Gastronomieketten in Deutschland bis hin zu Bake-Off-Stationen und Fachgeschäften in sechs weiteren europäischen Ländern. Unser Ziel ist es, einen echten Beitrag zum ökologischen Wandel zu leisten. Wenn wir beweisen können, dass nachhaltige, ehrliche Lebensmittel möglich und erstrebenswert sind, schaffen wir ein Vermächtnis – für Menschen und Planet – und laden andere dazu ein, mitzumachen.

Schleifen, Bänder und mehr

Ingenieure auf der ganzen Welt sind damit beschäftigt, Roboter zu trainieren, um Aufgaben nachzuahmen, die Menschen leichtfallen – wie das Binden ihrer Schnürsenkel – mit bisher begrenztem Erfolg. Genau hier setzt die Sopp Industrie GmbH an, ein Unternehmen, das mit handwerklichem Geschick und innovativen Lösungen in der Verpackungs- und Schleifenbranche Maßstäbe setzt. Im Interview erläutern Geschäftsführer Kevin Maar und Stephanie Peskov, Head of Business Development und Key Account Manager, die Stärken und Werte ihres Unternehmens.



Interview mit
Kevin Maar,
Geschäftsführer
und
Stephanie Peskov,
Head of Business Development
und
Key Account Manager
der Sopp Industrie GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Maar, Frau Peskov, können Sie sich und die Sopp Industrie GmbH kurz vorstellen?

Kevin Maar: Ich bin Geschäftsführer der Sopp Industrie GmbH und seit 2014 Teil des Unternehmens. Die Sopp wurde 1888 gegründet und hat sich seitdem von einem kleinen Familienbetrieb zu einem bedeutenden Akteur in der Verpackungsindustrie entwickelt. Wir sind ein familiengeführtes Unternehmen, das auf handwerkliche Fertigung und innovative Lösungen setzt.

Stephanie Peskov: Ich leite das Key Account Management sowie das Business Development bei der Sopp Industrie GmbH. Ich bin erst seit Januar 2025 im Unternehmen, habe jedoch eine lange Karriere im Anlagenbau hinter mir, wo ich zehn Jahre in einem finnischen Großkonzern tätig war. Ich freue mich darauf, gemeinsam mit Kevin Maar in die Geschäftsführung einzutreten und die Zukunft des Unternehmens mitzugestalten.



Ein personalisiertes Band ist nicht nur dekorativ – es passt perfekt zur Marke

Wirtschaftsforum: Was waren die wichtigsten Meilensteine in der Unternehmensgeschichte?

Kevin Maar: Die Sopp hat eine Geschichte, die fast 140 Jahre zurückreicht. Ursprünglich hat die Sopp Reißverschlüsse, dann gewebeverstärkte Kunstdärme hergestellt. Später haben wir uns auf

die Produktion von Bändern und Schleifen spezialisiert. Nach einer Insolvenz im Jahr 2005 haben wir uns neu aufgestellt und die Produktion nach Polen verlagert. Heute sind wir ein bedeutender Co-Packing-Anbieter und beschäftigen dort mehrere hundert Mitarbeiter.



Wachstumsbereich Co-Packing – hier möchte die Sopp Industrie als Problemlöser für ihre Kunden auftreten

Wirtschaftsforum: Was sind die Hauptprodukte und Dienstleistungen der Sopp Industrie GmbH?

Kevin Maar: Unser Hauptstandbein sind industrielle Schleifen und Verpackungslösungen. Wir bieten maßgeschneiderte Produkte an, die oft in der Schokoladenindustrie verwendet werden. Diese Schleifen erfüllen auch praktische Funktionen, indem Geschenke und Produkte damit ansprechend verpackt sind. Zusätzlich haben wir unser Portfolio um Co-Packing-Dienstleistungen erweitert, was uns eine zusätzliche Einnahmequelle bietet. In diesem Bereich haben wir namhafte Kunden gewinnen können, was uns eine wichtige Position in der Branche sichert.

Stephanie Peskov: Darüber hinaus bieten wir auch individuelle Lösungen für Kunden an, die spezielle Anforderungen haben.

Wir produzieren Schleifen in verschiedenen Größen, Farben und Designs, um den Wünschen unserer Kunden gerecht zu werden. Unsere Dienstleistungen umfassen nicht nur die Herstellung von Schleifen, sondern auch das Umfüllen, Etikettieren und Verpacken von Produkten. Wir haben den Vorteil, unsere Arbeitskräfte sehr flexibel einsetzen zu können und schnell auf Kundenbedürfnisse zu reagieren. Wir sind stolz darauf, Problemlöser für unsere Kunden zu sein und ihnen in verschiedenen Bereichen Unterstützung zu bieten.

Wirtschaftsforum: Wie wichtig ist Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen?

Kevin Maar: Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema für uns. Wir verwenden verschiedene Materialien, darunter Tencel und recycelbare Stoffe. Allerdings stehen wir oft vor der Herausforderung, dass nachhaltige Produkte teurer sind, was von unseren Kunden nicht immer akzeptiert wird. Die Branche muss sich hier weiterentwickeln.



In der Näherei werden hochwertige Schleifen gefertigt, die jedem Produkt das besondere Etwas verleihen

Wirtschaftsforum: Welche Trends beobachten Sie in der Branche?

Stephanie Peskov: Ein klarer Trend ist die Individualisierung. Kunden wünschen sich immer mehr maßgeschneiderte Lösungen. Zudem beobachten wir, dass Farben und Designs sich je nach Saison ändern. Rot und Gold sind nach wie vor die beliebtesten Farben, besonders zur Weihnachtszeit.

Wirtschaftsforum: Wie gehen Sie mit den Herausforderungen der Digitalisierung um?

Kevin Maar: Wir stehen noch am Anfang der Digitalisierung, haben jedoch bereits einige Fortschritte

gemacht. In unseren Produktionsstätten in Polen sind wir weiter fortgeschritten als hier in Deutschland. Wir sind offen für neue Technologien und suchen ständig nach Möglichkeiten, unsere Prozesse zu optimieren.

Wirtschaftsforum: Was macht die Unternehmenskultur bei Sopp so besonders?

Stephanie Peskov: Unsere Unternehmenskultur basiert auf Familienwerten. Wir legen großen Wert auf ein offenes und ehrliches Miteinander. Wir sind ein sehr familienfreundliches Unternehmen und versuchen, die Bedürfnisse unserer Mitarbeiter zu berücksichtigen. Besonders hervorzuheben ist, dass wir einen

SOPP Industrie

KONTAKTDATEN

Sopp Industrie GmbH
Gerberstraße 24
42899 Remscheid
Deutschland
☎ +49 2191 5670
✉ info@sopp.de
www.sopp.de

hohen Frauenanteil in unserem Unternehmen haben, sowohl in der Produktion als auch in der Verwaltung. Dies fördert nicht nur ein ausgewogenes Arbeitsumfeld, sondern bringt auch unterschiedliche Perspektiven und Ideen in unsere Arbeitsweise ein.

Wirtschaftsforum: Welche Pläne haben Sie für die Zukunft?

Kevin Maar: Wir möchten unser Co-Packing-Geschäft weiter ausbauen und neue Märkte erschließen. Außerdem planen wir, unsere Sichtbarkeit durch gezielte Marketingmaßnahmen zu erhöhen. Wir sind zuversichtlich, dass wir mit unseren handwerklichen Fähigkeiten und unserer Flexibilität auch in Zukunft erfolgreich sein werden.



Folgen Sie uns auf Facebook



Die richtigen Experten für spannende Projekte

Der Fachkräftemangel stellt jede Branche vor enorme Herausforderungen. Oft gilt dabei: Je höher und spitzer das Kompetenzprofil, desto schwieriger ist eine Vakanz zu füllen. Vor allem im Projektkontext hat sich dabei die Zusammenarbeit mit selbstständigen Experten als wirksamer Lösungsimpuls herausgestellt: eine neuralgische Stelle, an der die KRONGAARD GmbH wirksam unterstützen kann. Geschäftsführer Andreas Brück stellte Wirtschaftsforum sein Geschäftsmodell vor.

Wirtschaftsforum: Herr Brück, ihre zentrale Ambition fasst die KRONGAARD GmbH gerne mit dem Satz „We Drive Progress“ zusammen – wie genau gelingt Ihnen das?

Andreas Brück: Indem wir die richtigen Experten für spannende Projekte finden! Dazu können wir auf ein starkes Netzwerk aus 30.000 Top-Spezialisten in Deutschland zugreifen, die zu den stärksten und erfahrensten selbstständigen Beratern in ihren jeweiligen Fachbereichen zählen. Diese vermitteln wir anschließend schnell und flexibel im Rahmen des Contractings – also für eine rechtssicher ausgestaltete selbstständige Tätigkeit – an unsere Partner, die für ein wichtiges Projekt eine externe Vakanz füllen möchten. Da wir die Projektlandschaften unserer Auftraggeber wirklich bis ins letzte Detail verstehen – genauso gut wie die internen Kollegen, – sehen wir uns dabei weniger als Personalvermittler, sondern vielmehr als Beratungsunternehmen, das die Lücke zu den großen Consulting-Häusern schließt.



Neben Hamburg unterhält KRONGAARD Büros in Stuttgart, München, Berlin, Frankfurt und Düsseldorf

Wirtschaftsforum: Um welche Projekte geht es dabei genau?

Andreas Brück: Dank unseres breiten und umfangreichen Netzwerks aus hoch qualifizierten Wissensarbeitern stoßen wir kaum an inhaltliche oder Branchengrenzen: Unsere Fachexperten unterstützen bei Digitalisierungsprojekten genauso wie bei der Umsetzung neuer regulatorischer Anforderungen oder wichtigen Transformationsprozessen zur Steigerung der Nachhaltigkeit – gerade in diesem Themenfeld liegt für viele unserer Spezialisten natürlich auch ein starker persönlicher Purpose. Intern ist KRONGAARD derweil branchenspezifisch strukturiert, damit wir die konkreten Anforderungen unserer Partner auch inhaltlich wirklich durchdrin-

gen können: vom Banking über den Handel bis hin zum Defense-Segment.

Wirtschaftsforum: Eine Herausforderung, der nahezu jedes Unternehmen in Deutschland gegenübersteht, ist der allseits grassierende Fachkräftemangel – bedeutet das goldene Zeiten für KRONGAARD?

Andreas Brück: Wer die demografische Struktur unserer Gesellschaft und zugleich den mannigfaltigen technologischen Wandel kennt, der in nahezu jeder Branche mit einer fundamentalen Transformation einhergeht, weiß, dass Stillstand keine Option ist – das gilt für Großunternehmen wie auch für den deutschen Mittelstand in all seiner Vielfältigkeit.

Interview mit



Andreas Brück,
Geschäftsführer
der KRONGAARD GmbH

Aus beiden Richtungen generieren wir permanent neue Projektanfragen, auch wenn die interne Abstimmung zu entsprechenden Budgetfreigaben angesichts der aktuell nicht einfachen gesamtwirtschaftlichen Lage oftmals länger dauert. Perspektivisch sehen wir gerade in Deutschland aber ein unbändiges Potenzial für unser Geschäftsmodell.

Wirtschaftsforum: Was stimmt Sie so optimistisch?

Andreas Brück: Die Zusammenarbeit mit selbstständigen Beratern über rechtssichere Dienstleistungsverträge ermöglicht dem Auftraggeber eine hohe Flexibilität sowie eine passgenaue Schließung seines aktuellen Skill-Gaps. Wenn es schnell gehen muss, können wir nicht selten schon am nächsten Tag einen Fachexperten bereitstellen, der direkt seine Tätigkeit aufnehmen und Wertschöpfung generieren kann. Gerade angesichts des rasant fortschreitenden Wandels der technologischen Möglichkeiten wie auch der Marktverhältnisse werden zudem die Projektlaufzei-

ten zunehmend kürzer, sodass der konkrete Bedarf an den spezifischen Kompetenzen oder dem konkreten Know-how eines Spezialisten vielleicht nur für sechs Monate oder ein Jahr besteht, bevor anschließend eine andere Form der Zusammenarbeit angestrebt wird. Unser Geschäftsmodell ermöglicht genau diese Flexibilität.

Wirtschaftsforum: Warum vertrauen hoch qualifizierte Fachkräfte auf dieses Modell?

Andreas Brück: Unsere Partner sind selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer. Sie verfügen oft über ein über viele Jahre aufgebautes Wissen aus vielfältigen Projekten, das die Grundlage ihres Beratungsangebots bildet: Wissen und Erfahrung auf Zeit zielgerichtet einkaufen zu können. Viele schätzen insbesondere die unternehmerische Freiheit, sich selbst exakt die Aufgaben und Projekte aussuchen zu können, die ihrem Profil und ihren Zukunftsplänen entsprechen. Die Arbeitsform des 'selbstständigen Beraters' ist in allen wissens- und technologiegeprägten Volkswirtschaften auf dem Vormarsch, weil sie der Agilität und Flexibilität,



KRONGAARD
FREELANCE-ENABLED CONSULTING

KONTAKTDATEN

KRONGAARD GmbH
Fuhrentwiete 10
20355 Hamburg
Deutschland
☎ +49 40 3038440
kontakt@krongaard.de
www.krongaard.de

die es heute braucht, Rechnung trägt und beide Seiten gewinnen.

Wirtschaftsforum: Welche Werte bestimmen dabei Ihr Handeln?

Andreas Brück: Wir wollen authentisch und begeistert sein und dabei intern wie extern wertschätzend und vertrauensvoll auftreten, um so mit Fokus und Ambition Unternehmen und Wissensarbeiten zu helfen, Fortschritte zu erzielen – diese Challenge nehmen wir jeden Tag mit Freude an!



Seit 2008 gilt für
KRONGAARD: „We
Drive Progress“



NUMMER 1

Interviews mit Geschäftsführern und Managern

Mehrere Tausend persönlich geführte Interviews pro Jahr.

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

WIRTSCHAFTSFORUM
ePaper
schnell.digital.persönlich




Innere Dynamik verstehen – menschlich und wirksam

Während psychische Erkrankungen in der öffentlichen Wahrnehmung zunehmend enttabuisiert werden, bleibt ihre Behandlung eine hochkomplexe Aufgabe. Die Klinik Menterschwaige in München zeigt, wie sich tiefenpsychologisch fundierte Psychiatrie mit einem ganzheitlichen Ansatz vereinen lässt. Im Gespräch erläutert Geschäftsführerin Karin Koerber, warum wirtschaftliche Autonomie und therapeutische Tiefe hier kein Widerspruch sind – und welche Rolle das Miteinander für den Erfolg spielt.

Interview mit



Karin Koerber,
Geschäftsführerin
der Klinik Menterschwaige

Wirtschaftsforum: Frau Koerber, was waren die wichtigsten Meilensteine in der Entwicklung der Klinik Menterschwaige?

Karin Koerber: Die Gründung 1979 als gemeinnützige GmbH war ein bedeutender Schritt – damals mit 56 Betten in einem ehemaligen Lungenkrankenhaus im Perlacher Forst. Im Jahr 2017 haben wir mit einem Erweiterungsbau moderne Patientenzimmer und zusätzliche Therapieräume geschaffen. Heute verfügen wir über 62 stationäre Plätze. Ein weiterer Meilenstein war 1993 die Gründung unserer Psychiatrischen Institutsambulanz. Diese duale Versorgung – stationär und ambulant – ist für uns bis heute ein zentrales Element. Dass wir als Klinik zudem völlig unabhängig agieren, ohne Konzernzugehörigkeit oder Trägerstruktur, macht unsere Position auf dem Markt besonders.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet diese Unabhängigkeit konkret für Ihre wirtschaftliche Aufstellung?



Perspektiven schaffen durch Gestaltung: Die Kunsttherapie eröffnet Zugänge zur eigenen Gefühlswelt und fördert kreative Ausdrucksformen als Teil des Heilungsprozesses

Karin Koerber: Sie bringt große Gestaltungsspielräume, aber auch Verantwortung mit sich. Wir sind auf uns allein gestellt und müssen wirtschaftlich solide agieren – da gibt es kein Auffangnetz. Das fordert uns, ermöglicht aber auch authentische Entscheidungen im Sinne unseres Behandlungskonzepts. Für eine Klinik unserer Größe ist das durchaus bemerkenswert. Gleichzeitig profitieren wir von Synergien innerhalb unserer eigenen Struktur – gerade durch die

enge Verzahnung von stationärem und ambulantem Bereich.

Wirtschaftsforum: Wie ist Ihr Team aufgestellt?

Karin Koerber: Wir beschäftigen über 100 Mitarbeiter aus unterschiedlichsten Berufsgruppen – von Ärzten, Pflegekräften, Psychologen und Psychotherapeuten bis hin zu Spezialtherapeuten für Bewegung, Tanz, Theater, Musik oder Kunst. Auch die Verwaltung und die Küche sind inhouse or-

ganisiert. Bemerkenswert ist vor allem die Loyalität: Viele Kollegen sind seit Jahrzehnten bei uns. Diese Kontinuität schafft eine besondere Atmosphäre – und ist in Zeiten des Fachkräftemangels ein echtes Alleinstellungsmerkmal.

Wirtschaftsforum: Wie stellt sich die wirtschaftliche Situation der Klinik derzeit dar?

Karin Koerber: Die letzten beiden Jahre waren wirtschaftlich zufriedenstellend, auch dank verschiedener Fördermittel, etwa aus dem Krankenhauszukunftsgesetz zur Digitalisierung oder für energetische Sanierungen. Allerdings sehe ich das nicht als selbstverständlich an. Derzeit arbeiten wir intensiv daran, unsere ambulanten Leistungen wirtschaftlich tragfähig aufzustellen. Es gibt noch Optimierungspotenzial, aber die Richtung stimmt. Für uns zählt langfristige Stabilität, nicht kurzfristiger Erfolg.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt Digitalisierung für Ihr Haus?



Klänge als Brücke zur Emotion – die Musiktherapie ist ein fester Bestandteil des ganzheitlichen Ansatzes und hilft Patienten, innere Prozesse hörbar und erlebbar zu machen

Karin Koerber: Eine große. Wir befinden uns mitten in einem Transformationsprozess, der alle Bereiche betrifft – von der Patientenaufnahme bis zur internen Kommunikation. Mein Ziel ist es, durch digitale Tools Prozesse zu verschlanken, die Mitarbeiter zu entlasten und gleichzeitig mehr Zeit für die eigentliche therapeutische Arbeit zu schaffen. Wichtig ist dabei: Digitalisierung darf nicht entmenslichen. Der persönliche Kontakt und der Blick auf den ganzen Menschen bleiben bei uns zentral.

Wirtschaftsforum: Wie würden Sie das therapeutische Konzept beschreiben?

Karin Koerber: Wir arbeiten tiefenpsychologisch, psychoanalytisch und gruppendynamisch – ganz im Sinne der Dynamischen Psychiatrie. Das bedeutet: Wir stellen nicht nur Diagnosen, sondern betrachten den Menschen in seiner Gesamtheit – mit seiner Geschichte, seinen Potenzialen, seinem Umfeld. Das Gruppenkon-

zept, die Milieuthherapie und das Prinzip der Mitgestaltung ziehen sich durch alle Ebenen. Dieser Ansatz zieht nicht nur Patienten an, sondern auch Mitarbeiter, die sich bewusst für diese Form von Arbeit entscheiden.

Wirtschaftsforum: Was treibt Sie persönlich an?

Karin Koerber: Mein Antrieb ist ganz klar: Ich möchte, dass diese Klinik wirtschaftlich gesund bleibt – weil das die Grundlage dafür ist, dass wir unser besonderes Behandlungskonzept auch langfris-

tig sichern und weiterentwickeln können – für die Mitarbeiter, für die Patienten und für die Zukunft. Ich muss nicht im Rampenlicht stehen. Aber ich möchte die Voraussetzungen schaffen, dass hier weiter gute Arbeit geleistet werden kann. Unsere Lage ist außergewöhnlich – mitten im Perlacher Forst, aber dennoch stadtnah. Wenn es gelingt, den Altbau zu sanieren, energetisch zu modernisieren und die Infrastruktur weiter an die heutigen Anforderungen anzupassen, ist das für mich ein zentrales Etappenziel. Und ja – ich wünsche mir,

dass wir irgendwann gemeinsam das 100-jährige Bestehen dieser besonderen Klinik feiern.

Wirtschaftsforum: Wie sieht Ihre langfristige Vision für die Klinik aus?

Karin Koerber: Wir wollen unsere Institutsambulanz ausbauen – mittelfristig mit erweiterten Öffnungszeiten von 8 bis 20 Uhr, vielleicht sogar an Wochenenden. Der Bedarf ist enorm, und wir wollen ihn verantwortungsvoll decken. Parallel dazu treiben wir die bauliche Sanierung des Altbestands voran – auch im Sinne der Nachhaltigkeit, mit Blick auf Hitzeschutz und Energieeffizienz. All das geschieht in enger Abstimmung mit den Mitarbeitern. Denn nur wer sich ernst genommen fühlt, bleibt auch langfristig – und das ist die Grundlage für unsere Zukunft.



Standort mit Ruhe, Rückzug und Weitblick – inmitten der Natur gelegen, urban erreichbar und geprägt von therapeutischer Beständigkeit



KONTAKTDATEN

Klinik Meterschwaige
Geiseltagestraße 203
81545 München
Deutschland

☎ +49 89 6427230

info@klinik-meterschwaige.de

www.klinik-meterschwaige.de

Immer im Wandel – immer für den Menschen



Der Entwurf des Neubaus, in dem das Eltern-Kind-Zentrum untergebracht sein wird

Mitten in der Stadt und damit nah am Leben der Menschen: so präsentiert sich das St. Bernward Krankenhaus schon seit 1852 – und diese Nähe ist auch prägend für den Umgang von Mitarbeitern und Patienten. Gleichmaßen wichtig ist die Rolle des Krankenhauses als großer Schwerpunktversorger in der Region – was sich im modernen Neubau manifestiert, der im nächsten Jahr eröffnet werden wird und Platz für das neue Eltern-Kind-Zentrum thea bietet.



Im Dienst des Menschen auf der geriatrischen Station des St. Bernward Krankenhauses



Mit Herz – stationäre Pflege im Brustzentrum

Wirtschaftsforum: Frau Thiele, das Krankenhaus gibt es seit 1852, aber auch Sie verbindet etwas mit St. Bernward.

Karen Thiele: Als Hildesheimerin kenne ich das Krankenhaus natürlich schon lange und wurde tatsächlich auch hier geboren.

Wirtschaftsforum: Spiegelt das die Verbundenheit der Stadt mit dem Krankenhaus?

Karen Thiele: Das Krankenhaus wurde vom Orden der Vinzentinerinnen gegründet, ist also christlich geprägt und liegt im direkten Stadtkern. Früher lag der Pflegefokus auf Bedürftigen. Aus diesem karitativen Ansatz sind wir über die Jahre groß geworden. Heute sind wir ein Schwerpunktversorger in der Region. Wir sind ein Haus mit Geschichte, das sich permanent weiterentwickelt, sowohl medizinisch als auch von der Infrastruktur her, was uns im Endeffekt gut zu Gesicht steht, weil wir immer im Wandel sind.

Wirtschaftsforum: Der Neubau ist ein großer neuer Abschnitt?

Karen Thiele: Wir bauen unter der Headline Eltern-Kind-Zentrum, aber da ist am Ende des Tages viel mehr drin. Der Neubau wird die Frauenklinik, die Kinderklinik und die Geburtsmedizin zusammenbringen. Zudem haben wir einen Schwerpunkt in der Versorgung von Frühchen. Es wird eine große Notaufnahme geben, eine Station für geriatrische Patienten sowie eine Palliativstation. Das zeigt un-

Interview mit



Karen Thiele,
Geschäftsführerin
der St. Bernward Krankenhaus
GmbH



KONTAKTDATEN

St. Bernward Krankenhaus GmbH
Treibestraße 9
31134 Hildesheim
Deutschland
☎ +49 5121 900
info@bernward-khs.de
www.bernward-khs.de



Für die Kleinsten da – stationäre Pflege im Perinatalzentrum Level 1 in der Neonatologie



Eine Untersuchung in der ambulanten Kindertagesklinik

ser Anliegen, dass wir medizinische Versorgung vom Lebensanfang bis zum Lebensende denken.

Wirtschaftsforum: So bekommen Sie auch mehr Platz in anderen Bereichen des Krankenhauses?

Karen Thiele: Tatsächlich brauchen wir die Struktur, denn Ambulantisierung ist das nächste große Thema, und wir benötigen die Flächen im Haupthaus.

Wirtschaftsforum: Sie bieten Versorgung in allen Lebensphasen.

Karen Thiele: Wir haben hier in der Region den alleinigen Versorgungsauftrag in der Neurologie, mit einer großen Abteilung inklusive einer überregionalen, zertifizierten Stroke Unit, und haben die Kompetenz für neurologische Erkrankungen, insbesondere für Schlaganfälle. Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal ist unsere große urologische Klinik. Darüber hinaus bieten wir ein umfassendes Leistungsspektrum: Unsere Schwerpunkte liegen in den Bereichen Innere Medizin – mit eigenen Kliniken für Kardiologie, Onkologie, Gastroenterologie und Pneumologie – sowie Chirurgie mit Orthopädie und Unfallchirurgie, Allgemein-, Viszeral- und Onkologischer Chirurgie, Gefäßchirurgie,

Thoraxchirurgie und Kinderchirurgie. Aber auch in den Bereichen Gynäkologie und Geburtshilfe, Kinder- und Jugendmedizin bis hin zur Altersmedizin, inklusive geriatrischer Abteilung, sind wir bestens aufgestellt.

Aufgrund unseres zertifizierten Onkologischen Zentrums mit abgeschlossener Palliativstation können wir Krebspatienten umfassend und ganzheitlich begleiten – bis zum Lebensende, wenn keine Heilung mehr möglich ist.

Wirtschaftsforum: Es fügt sich also alles zusammen?

Karen Thiele: Ja, wir sind breit aufgestellt. Alle Patienten, die wir nicht vor Ort behandeln können – zum Beispiel bei herzchirurgischen Eingriffen – versorgen wir in Kooperation mit anderen Kliniken, etwa mit der Universitätsmedizin Göttingen, deren akademisches Lehrkrankenhaus wir auch sind.

Wirtschaftsforum: Wie gehen Sie mit der wirtschaftlich angespannten Situation im Zuge der Krankenhausreform um?

Karen Thiele: Wir schauen derzeit, wie welche Weichen gestellt werden. Es geht hierbei um Bündelung von Kompetenzen in

Kompetenzzentren und da kann ich sagen, dass wir bereits sehr gut aufgestellt sind. Wir sind zudem exzellent personell ausgestattet – im pflegerischen Dienst, im ärztlichen Dienst und im Funktionsdienst. Wir haben eine tolle Mannschaft und versorgen sehr viele Menschen.

Wirtschaftsforum: Veränderungen im Bereich Digitalisierung, etwa Stichwort Patientenakte, prägen auch Ihren Alltag.

Karen Thiele: Uns ist es wichtig, alle Mitarbeiter bei dem Veränderungsprozess mitzunehmen. Unser medizinisches Personal hat gar nicht die Zeit, sich ausführlich mit den zahlreichen Digitalisierungsprozessen auseinanderzusetzen – für sie steht natürlich die Patientenversorgung an erster Stelle. Zum Glück haben wir vor Ort kompetente Mitarbeiter in der IT, der Medizintechnik und im Projektmanagement, die diese Prozesse federführend begleiten.

Wirtschaftsforum: Wie würden Sie Ihre Unternehmenskultur beschreiben?

Karen Thiele: Trotz unserer Größe – immerhin beschäftigen wir 1.800 Mitarbeiter aus über 50 Nationen – erlebe ich uns als unglaublich

familiär, und das auf allen Ebenen. Die Menschlichkeit hat einen großen Wert in unserem Miteinander, in der kollegialen Zusammenarbeit, aber auch in unserem sinnstiftenden Bezug. Wir versorgen kranke Menschen, wir begleiten sie. Jeder Einzelne gibt viel, weil einem die Arbeit wichtig ist. Dabei achten wir selbstverständlich auf gute Arbeitsbedingungen.

Wirtschaftsforum: Was macht Sie erfolgreich?

Karen Thiele: Meine feste Überzeugung ist, dass es nur im Team geht. Wir brauchen uns alle gegenseitig und deshalb funktioniert es auch so gut. Jeder macht das, was er am besten kann, und wirkt dann im Team. Das ist, glaube ich, ein großer Mehrwert unserer Einrichtung. Wir haben einen liebevollen Blick aufeinander und wissen um die Kompetenz des anderen, und die meisten sind immer bereit, einen Schritt mehr zu gehen, als sie vielleicht müssten – weil sie einen Sinn sehen in dem, was sie tun.

Wirtschaftsforum: Gibt es weitere Ziele?

Karen Thiele: Natürlich haben wir einen hohen Anspruch, hier auch dauerhaft gute Versorgung zu bieten, weiterhin fester Bestandteil der Stadt und auch der Versorgung zu sein. Wir haben ein großes ambulantes Angebot zusätzlich zum Krankenhaus. Also haben wir für fast jede Klinik im stationären Bereich auch eine Praxisstruktur und schaffen so für die Patienten ein umfassendes Angebot.

Kongresse im Wandel – digital, global, integriert

Ob medizinischer Fachkongress, Wissenschaftstagung oder hybrides Event – die M Events Cross Media GmbH aus Berlin sorgt weltweit für reibungslose Abläufe. Als technologischer Vorreiter verbindet das Unternehmen IT-Kompetenz mit Veranstaltungslogik. Geschäftsführerin Julia Pas zeigt, wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit und KI das Eventmanagement transformieren – und die nächste Evolutionsstufe der Branche einläuten.

Interview mit



Julia Pas,
Geschäftsführerin
der M Events Cross Media
GmbH

Die M Events Cross Media GmbH verantwortet das Main Stage-Setup auf der ESE ESPE 2025 in Kopenhagen und sorgt mit durchdachter Technik und präziser Regie für ein reibungsloses Konferenzerlebnis

Seit ihrer Gründung im Jahr 2001 hat sich die M Events Cross Media GmbH zu einem der technologisch fortschrittlichsten Anbieter im Bereich digitales Veranstaltungsmanagement entwickelt. Mit rund 250 Mitarbeitern, einem Jahresumsatz von 35 Millionen EUR und fünf Standorten – in Berlin und Mün-

chen, Wien sowie Tysons und Providence in den USA – betreut das Unternehmen jährlich zahlreiche Fachkongresse und Messen weltweit. Der Ursprung liegt im ICM – International Congress Center München: Firmengründer Jacob Marquardt brachte seine Erfahrungen als Veranstaltungstechniker bei der Messe

München ein und entwickelte aus der praktischen Not heraus ein digitales Präsentationsmanagement – zu einer Zeit, in der PowerPoint die Dias ablöste und Kongresse wuchsen und mehr und mehr Vortragssäle parallel bespielen. Diese frühe Fokussierung auf digitale Lösungen prägt das Unternehmen bis heute. Im Jahr 2020 setzte M Events über 50 medizinische Fachkongresse vollständig virtuell um – darunter den Europäischen Kongress für Neurologie (EAN) mit 40.000 Online-Teilnehmern. Julia Pas, seit 2007 im Unternehmen und seit vielen Jahren Geschäftsführerin, verbindet technisches Know-how mit Veranstaltungserfahrung: „Ich komme ursprünglich aus der Veranstaltungsorganisation und habe Informatik studiert – das ist bei M Events die perfekte Kombination.“ Die Berliner Unter-



Mit einem professionellen TV-Studioplayout streamt M Events beim DGN 2020 die Kaminrunde live und hochwertig an ein internationales Fachpublikum

nehmenszentrale ist heute nicht nur Steuerungszentrum, sondern auch Showroom, Lagerstandort und Sitz eines eingespielten Kernteams, das seit Jahren zusammenarbeitet.

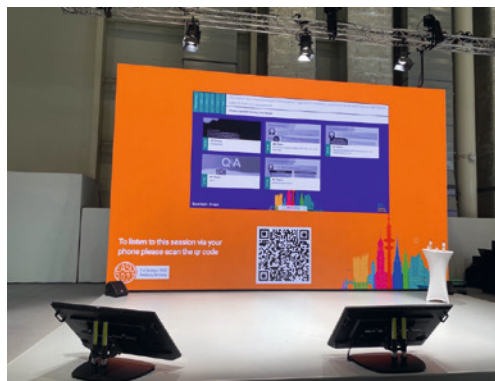
Ganzheitliche IT-Lösungen für eine vernetzte Veranstaltungswelt

Die M Events Cross Media GmbH versteht sich als IT-Dienstleister für die Veranstaltungsbranche. Im Fokus stehen wissenschaftliche und medizinische Fachgesellschaften, Fachverbände und professionelle Kongressorganisatoren. Das Portfolio umfasst digitale Komplettlösungen: von Abstractmanagement, Programmplanung und Registrierung über funktionale Veranstaltungswebseiten und Apps bis hin zur kompletten hybriden Produktion vor Ort mit digitalem Präsentationsmanagement, interaktivem Smart Stage, eSignage, audiovisueller Technik und temporären Raumbauten. Was das Unternehmen dabei besonders auszeichnet, ist die vollständige Integration aller Module: Änderungen am Programm werden zentral eingepflegt und

aktualisieren in Echtzeit alle verbundenen Systeme – Website, App, Signage und AV-Technik. Ein spezifisches Modul ermöglicht zudem die automatisierte Verwaltung von Interessenkonflikten, wie sie bei medizinischen Fachkongressen vorgeschrieben ist – ein Beispiel für die Tiefe und Fachspezifik der angebotenen Lösungen. Die technische Infrastruktur reicht bis zur zentral steuerbaren Audioinfrastruktur. Damit werden Veranstaltungen planbar, skalierbar und deutlich ressourcenschonender. Eine besondere Rolle spielt die eigene Kongress-App: Ursprünglich als digitales Programmheft entwickelt, hat sie sich längst zur zentralen Schaltstelle entwickelt – vom Check-in über interaktive Tools bis zur CME-Zertifizierung. Auch hybride Formate werden heute nahtlos realisiert: Mit der 'Smart Stage', einer modularen Bühnenlösung, lassen sich Onsite- und Onlinekomponenten nahtlos verknüpfen. Für internationale Kongresse arbeitet die M Events Cross Media GmbH derzeit unter anderem an KI-gestützten Übersetzungsfunktionen, um Inhalte sprachlich zugänglicher

zu machen. Dabei steht der Kunde im Mittelpunkt: Wünsche und Ideen werden kontinuierlich in die Weiterentwicklung der Systeme integriert. Eine eigene jährliche User-Konferenz schafft Raum für Feedback und Innovation. „Wir entwickeln unsere Software gemeinsam mit unseren Kunden weiter – das ist einer unserer größten Vorteile“, so Julia Pas. Mit der Übernahme zweier US-Unternehmen stärkt die M Events Cross Media GmbH ihre internationale Ausrichtung. Der Fokus liegt weiterhin auf Europa, doch auch Kunden in China, Singapur, Südamerika und dem Nahen Osten gewinnen an Bedeutung. Für Julia Pas liegt der Reiz ihrer Aufgabe in der Dynamik: „Jedes Jahr bringt neue Herausforderungen – inhaltlich, technisch, organisatorisch. Und genau das macht unsere Arbeit so spannend.“ Dabei denkt das Unternehmen langfristig. Künstliche Intelligenz ist kein Zukunftsversprechen, sondern bereits Teil der strategischen Weiterentwicklung: Von automatisierten Programmvorschlägen über intelligente Teilnehmernavigation bis hin zur Reduktion von Supportaufwand

durch smarte Assistenzsysteme – viele Prozesse lassen sich effizienter und nutzerfreundlicher gestalten. Auch das Thema Nachhaltigkeit ist fest in der DNA des Unternehmens verankert. Durch digitale Prozesse, smarte Logistiklösungen und standardisierte AV-Technik reduziert das Unternehmen Material- und Personalaufwand spürbar. Das eigens entwickelte Raumbausystem ermöglicht es, mit minimalem Packvolumen zu reisen und gemeinsam mit lokalem Personal Veranstaltungen effizient umzusetzen. Ziel ist es, das System stetig intelligenter und anpassungsfähiger zu machen. Die enge Verbindung aus IT-Kompetenz, partnerschaftlichem Denken und globaler Präsenz ist dabei das Fundament des Erfolgs. Viele Mitarbeiter sind seit über zehn Jahren im Unternehmen, zahlreiche Kundenbeziehungen bestehen ebenso lange. „Unsere Kunden vertrauen uns seit über zwanzig Jahren – das ist keine Selbstverständlichkeit, sondern ein Ergebnis konsequenter Qualität“, sagt Julia Pas. Ein Vertrauen, gewachsen aus Beständigkeit und Kompetenz.



Mit der Spotlight Stage bietet M Events eine flexible Bühnenlösung für vielseitige Veranstaltungsformate

m|EVENTS

KONTAKTDATEN

M Events Cross Media GmbH
Gaußstraße 3
12459 Berlin
Deutschland
☎ +49 89 189659300
sales@m-events.com
www.m-events.com



Mit Anlagen-Know-how gegen den Fachkräftemangel

Mit über 90 Jahren Erfahrung im Markt ist die Kuhne Group zu einem der führenden europäischen Anlagenbauer für die Folien- und Plattenherstellung avanciert. Geschäftsführer Thorsten Bung verriet im Interview mit Wirtschaftsforum, wie seine aktuellen Innovationen nicht nur die Auswirkungen des Fachkräftemangels bei seinen Kunden eindämmen, sondern auch deren Betriebsblindheit beseitigen sollen – und an welcher Stelle die Kuhne Group in der Vergangenheit eigene Prozesse und Mind-Settings anpassen musste.

Wirtschaftsforum: Herr Bung, schon seit über 90 Jahren tritt Kuhne als versierter Hersteller von Kunststoffextrusionsanlagen im Markt auf – worin unterscheidet sich Ihr Unternehmen dabei von seinen Wettbewerbern?

Thorsten Bung: Eine wesentliche Rolle spielt sicherlich unsere umfassende Fertigungstiefe: Viele unserer Marktbegleiter sind an Rahmenverträge mit ihren Lieferanten gebunden und müssen sich schon allein deshalb auf die Entwicklung von Standardanlagen konzentrieren. Kuhne setzt hingegen weiterhin auf seinen gewachsenen Locally-Made- und Customized-Engineering-Ansatz, in dessen Rahmen wir sogar über einen eigenen Zerspanungsbetrieb verfügen. Damit wollen wir nicht nur unsere Intellectual Property-Rechte schützen, sondern stets auch eine passgenaue Lösung für die individuellen Anforderungen unserer Kunden entwickeln. Denn am Ende des Tages sind unsere Maschinen ja ein Mittel zum Zweck, damit unsere Kunden ihre Produkte in der geforderten Qualität mit einem



Sitz des Unternehmens nahe Siegburg, der ehemaligen Kunststoffhochburg Deutschlands

verlässlichen Ausstoß produzieren können – die Verantwortung, das zu ermöglichen, liegt schließlich bei uns.

Wirtschaftsforum: Wie gestaltet sich dabei die Zusammenarbeit mit Ihren Kunden im Detail?

Thorsten Bung: Es mag etwas hochgestochen klingen, aber gut zwei Drittel des eigentlichen Anlagen-Engineerings beginnen bei uns schon im Vertrieb, wenn wir etwa auf Basis der gegebenen Produktionsbedingungen in der jeweiligen Kundenumgebung erste Grob-Layouts für eine neue Anlage entwerfen. Nicht selten

fällt in dieser Phase bei unserem Gegenüber dann der Groschen, was eigentlich alles möglich ist: Viele haben mitunter einmal mit Low-budget-Designs angefangen, verfügen heute aber über ganz andere liquide Mittel, die ihnen bei einer sinnvollen Investition schnell viel effizientere Produktionsmöglichkeiten eröffnen können. Durch unsere gewachsene Expertise wollen wir somit dazu beitragen, diese Betriebsblindheit effektiv zu reduzieren, die unweigerlich in jeder Organisation irgendwann entsteht.

Wirtschaftsforum: Auch bei Kuhne?

Interview mit



Thorsten Bung,
*Geschäftsführer
der Kuhne GmbH*

Thorsten Bung: Definitiv. So haben wir beispielsweise unser Wissensmanagement über längere Zeit etwas stiefmütterlich behandelt. Auch bei der Weiterentwicklung unserer Fachkräfte blieben wir in der Vergangenheit wahrscheinlich unter unseren Möglichkeiten. Inzwischen haben wir interne Ausbildungsprozesse etabliert und gehen proaktiv auf die Menschen in unserem Unternehmen zu, etwa um ihnen Weiterbildungen zum Industrieanlagenelektroniker oder -mechaniker anzubieten. Dazu haben wir auch eine unternehmensinterne Karriereleiter erarbeitet, die auf dieser Basis weitere berufliche Perspektiven aufzeigt, etwa im Vertrieb oder als Projektierer.

Wirtschaftsforum: Der allgemeine Fachkräftemangel dürfte auch Ihre Kunden vor große Herausforderungen stellen – kann Kuhne sie auch an dieser Stelle unterstützen?

Thorsten Bung: Der diesbezügliche Leidensdruck ist bei unseren Kunden wahrscheinlich sogar noch etwas höher als bei uns,



Der Fokus des Unternehmens liegt auf der Entwicklung und Fertigung von Customized-Anlagen



Bei der Betrachtung der Nachhaltigkeitsbilanz rückt zunehmend nicht mehr nur die einzelne Anlage, sondern ihr Zusammenspiel in der jeweiligen Werksumgebung in den Fokus



KONTAKTDATEN

Kuhne GmbH
Einsteinstraße 20
53757 Sankt Augustin
Deutschland
☎ +49 2241 9020
info@kuhne-group.com
www.kuhne-group.com

denn viele von ihnen fertigen zwangsläufig im Drei-Schicht-Betrieb, was die Gewinnung qualifizierter Mechaniker oder Elektroniker noch einmal erschwert. Zahlreiche Unternehmen müssen deshalb auf Hilfskräfte ausweichen – ein Schritt, der jedoch bisweilen mit gewissen Wissensdefiziten einhergehen kann. Dieser Problematik wollen wir mit unserem Machine-Human-Interface abhelfen, durch das diese Wissenslücke effektiv geschlossen wird: Anders als bei einem Human-Machine-Interface muss dabei nicht mehr der Bediener umfassende Eingaben an der Anlage vornehmen – stattdessen erhält er von ihr einen Rezepturvorschlag zum jeweiligen Produkt, das gerade hergestellt werden soll. Der Operator muss sich dann nur noch um das anfallende Feintuning kümmern.

Wirtschaftsforum: Wie schwierig war es, diese Lösung zu entwickeln?

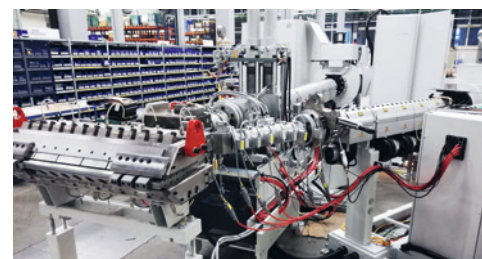
Thorsten Bung: In erster Linie mussten dazu bei Kuhne viele interne Barrieren überwunden

werden und wir mussten uns immer wieder vergegenwärtigen, dass man den Elefanten eben nicht im Ganzen essen kann, sondern ihn vorher in leicht verdauliche Scheiben schneiden muss. Das ist ein Ansatz, der unserem Unternehmen nicht unbedingt leichtfällt, weil wir uns vergleichsweise wenig in grundständiger Forschungs- und Entwicklungsarbeit bewegen, sondern eben im Projektgeschäft, wo wir naturgemäß immer bereits an die finale Lösung in der Kundenumgebung denken: Bei dieser grundlegenden Innovation war es jedoch entscheidend, abschnittsweise, iterativ und agil in kleinen Schritten vorzugehen – und vielleicht auch proaktiv direkt einmal zwei Walzen anstatt nur einer zu fertigen, weil wir bei ersten Feldversuchen sicherlich auch einmal einen Crash produzieren würden. Letzten Endes hat auch unsere Organisation als Ganzes in diesem Prozess viel dazugelernt – und ist dabei sicherlich agiler geworden.

Wirtschaftsforum: Welche weiteren Innovationen sind für

Ihre Kunden derzeit besonders wichtig?

Thorsten Bung: Flexibilität und Rüstzeitreduzierung sind bei vielen Unternehmen in letzter Zeit verstärkt auf die Agenda gerückt, vor allem in der Lebensmittelindustrie: Dort haben viele Extrudeure in der Vergangenheit auf Basis von Langzeitverträgen über Jahre hinweg immer ein und dasselbe Folienprodukt hergestellt – Rahmenbedingungen, die so heute nicht mehr bestehen, weshalb sich nicht wenige dieser Unternehmen zu Custom-Sheet-Companys gewandelt haben, die von einem Tag auf den anderen ganz andere Erzeugnisse fertigen müssen, was dann auch völlig neue Anlagenanforderungen mit sich bringt. Ferner spielt natürlich auch das Thema Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle – sogar in Märkten, wo das früher nicht unbedingt der Fall war, etwa in den USA. Auch Kuhne hat in diesem Kontext in den letzten Jahren viel Entwicklungsarbeit betrieben, etwa zum Recycleinsatz sowie zur Energierückgewinnung, was manche unserer Kunden sehr



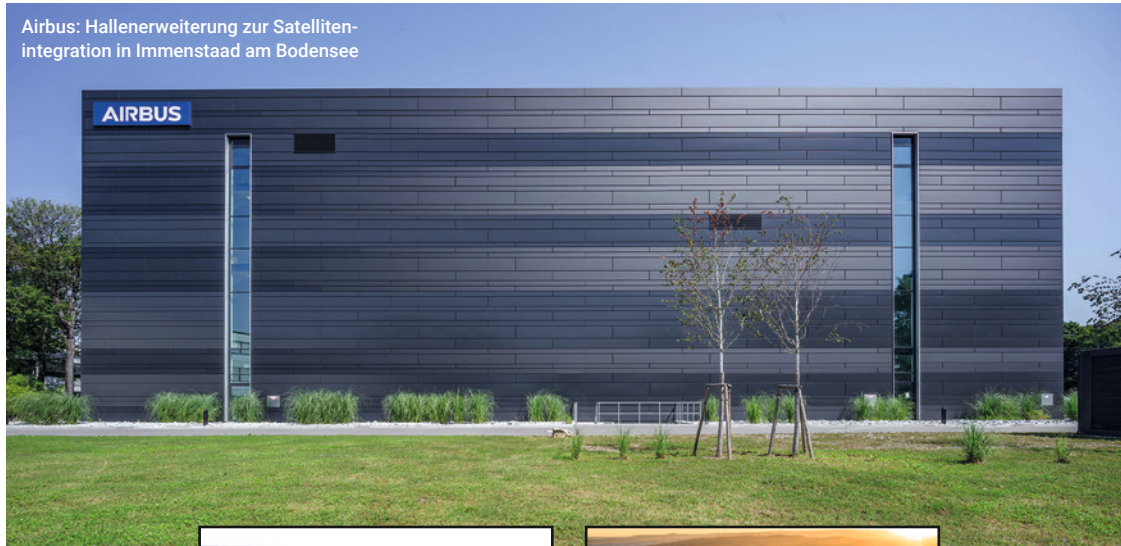
In der Verringerung von Rüstzeiten liegt ein wichtiger Innovationsantrieb

weit auf die Spitze treiben: Einer von ihnen, der in einem Land mit sehr kalten Wintern ansässig ist, regeneriert sogar die im Prozess gebundene Energie und beheizt damit das ganze Dorf. Dabei steht oftmals nicht mehr die einzelne Anlage mit ihren Motoren und Getrieben, sondern vielmehr die gesamte Werksumgebung im Fokus, sodass auch die Anlagengröße zu einem relevanten Faktor wird. Kuhne wird diese vielfältigen Innovationen auch in den nächsten Jahren intensiv vorantreiben – auf Basis seiner Stärke als gewachsenes Familienunternehmen mit kurzen Entscheidungswegen und einer unbedingten Kundenorientierung.



Industriebau mit Anspruch

Airbus: Hallenerweiterung zur Satellitenintegration in Immenstaad am Bodensee



Halbleitertechnologie: Vishay Chip-Fabrik in Itzehoe



Porsche: Standort für Montage und Logistik in Leipzig

Interview mit



Lukas Holzinger,
Geschäftsführender Gesellschafter
der RSE+ Architekten Ingenieure GmbH

RSE +

KONTAKTDATEN

RSE + Architekten Ingenieure GmbH
Heinrich-Hertz-Straße 1
34123 Kassel
Deutschland
☎ +49 561 589080
kontakt@rse.plus
www.rse.plus

Vor allem wenn es um Reinräume geht, ist die RSE+ Architekten Ingenieure GmbH mit Sitz in Kassel gefragter Ansprechpartner bei der Planung und Durchführung von Projekten im Industriebau. Namhafte Konzerne, unter anderem aus der Automobilbranche, setzen daher auf die Expertise des Architekturbüros, das sich selbst als „kleines unter den großen“ sieht.

Reiser, Stremme und Engelhardt, das sind die drei Gründer, die RSE+ ab 1971 aufgebaut und dem Unternehmen den aus ihren Anfangsbuchstaben gebildeten Namen gegeben haben. „Sie haben unternehmerische Weitsicht bewiesen, indem sie frühzeitig ihre Nachfolge geregelt haben. Wir sehen heute, wie schwierig es für Architekturbüros ist, Nachfolger zu finden. Viele werden von großen, international tätigen Planungsgesellschaften aufgekauft“, berichtet der geschäftsführende Gesellschafter Lukas Holzinger,

der schon früher Mitarbeiter bei RSE+ war und seit 2016 der 3. Eigentümergeneration angehört. Er hat die erste Niederlassung in Stuttgart gegründet, eine zweite befindet sich mittlerweile in Göttingen. Seit 2001 existiert zudem eine Schwestergesellschaft für Fabrik- und Logistikplanung. Daraus ergeben sich Synergien, betont Lukas Holzinger: „Dass wir als Büro, das viel Industriearchitektur macht, eigene Fabrikplaner im Haus haben, verschafft uns einen viel tieferen Einblick in die Prozesse unserer Kunden.“ Über

100 Mitarbeiter sind bei Architekten Ingenieure beschäftigt, 15 bei RSE+ Fabrik Logistik.

Kleines großes Büro

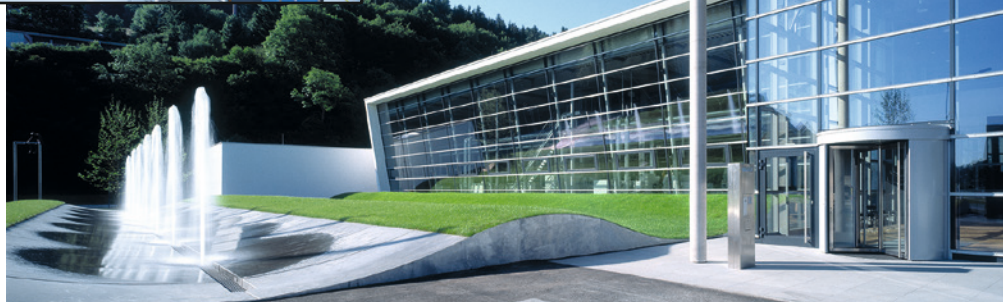
Die Schwerpunkte von RSE+ Architekten Ingenieure liegen im Bereich Automotive mit Kunden wie VW, Porsche und Mercedes sowie Zulieferern. Im medizinischen Bereich ist das Unternehmen unter anderem für Aesculap tätig. „Auch hier sind Reinräume wichtig, und damit kennen wir uns wirklich gut aus“, so Lukas Holzinger, der selbst im Vorstand

des Deutschen Reinraum Instituts ist. Benötigt werden diese Kenntnisse aus mittlerweile über 25 Jahren ebenso in den Bereichen Hightech, Pharma und IT. Gerade wurde die erste Halbleiterfabrik für Jenoptik in Dresden eingeweiht, eine Chip-Fabrik von Vishay in Itzehoe befindet sich noch im Bau. „Während Automotive schwächelt, sind wir für die anderen Branchen vorsichtig optimistisch“, erklärt Lukas Holzinger. Die vergangenen Jahre waren für RSE+ erfolgreich. Der Jahresumsatz des Unternehmens liegt



Halle zur Montage von Satelliten bei Airbus

RSE +



Aesculap Benchmark Factory in Tuttlingen

inzwischen bei über 20 Millionen EUR. Lukas Holzinger sieht sein Büro als „kleines unter den großen“ und erklärt: „In Deutschland teilt sich die Architekturbranche in sehr viele kleine Büros und sehr wenige sehr große. Mit unseren 100 Mitarbeitern konkurrieren wir hier schon einmal mit Firmen, die deutlich mehr als 1.000 Mitarbeiter haben. Mit unserer Expertise im hochkomplexen Industriebau und Reinräumen sind wir aber ganz gut im Markt aufgestellt. Und wir sind noch klein genug, um sehr flexibel agieren zu können.“ Man sei darüber hinaus extrem kundenorientiert, projektfokussiert und uneitel. Der Idealfall ist für den Geschäftsführer, den Kunden vom Anfang – der Ideenfindung – bis zum Ende – der Schlüsselübergabe – zu begleiten. Doch nicht immer kommt es dazu. „Wir machen viele Konzept- und Machbarkeitsstudien. Häufig wird die Leistung danach neu ausgeschrieben. Durch un-

seren Wissensvorsprung haben wir dann zum Teil einen kleinen Vorteil“, berichtet er.

20.000 Vorschriften

Das Thema Nachhaltigkeit sei in den vergangenen Jahren stärker in den Vordergrund gerückt, sagt Lukas Holzinger. „Das ist der vielleicht einzige positive Aspekt des Energiepreisschocks. Wir haben schon vorher Untersuchungen zu nachhaltigen Konzepten durchgeführt, die dann aber aus wirtschaftlichen Gründen häufig verworfen wurden. Jetzt haben wir gerade den Grundstein für ein Pharma-Projekt in der Nähe von Stuttgart gelegt, bei dem das gesamte Gebäude über Geothermie geheizt und gekühlt wird. Insofern finde ich, dass man solch eine Krise auch einmal positiv sehen und sich freuen kann, dass jetzt nachhaltige Konzepte in den Vordergrund rücken.“ Nachhaltigkeit bedeutet in seinen Augen aber auch, dass die Gebäude lange genutzt

werden können und leicht umzubauen und umzunutzen sind. Zu kämpfen hat er mit der Bürokratie. „Wir müssen im Bau 20.000 Vorschriften einhalten. Allein die Arbeitsstätten-Richtlinien lassen uns an manchen Stellen verzweifeln, wenn wir mit den Kunden zum Beispiel diskutieren müssen, warum die Abstände zwischen Umkleideschränken und damit auch die Räume plötzlich größer sein müssen als früher. Man sollte bei einer Novellierung einer Norm immer erst einmal fragen: Geht es auch einfacher?“ Er appelliert daher an die Berufsverbände, sich mehr in den Normenausschüssen zu engagieren.

Noch digitaler werden

Die Kunden von RSE+ sind überwiegend internationale Konzerne, die in Deutschland produzieren. „Wir sind grundsätzlich offen für eine Internationalisierung. Bei uns arbeiten Leute aus über 25 Ländern“, sagt Lukas Holzinger.

Im Bereich Digitalisierung sieht er für seine Branche noch Luft nach oben: „Wir sind noch nicht da, wo wir hinwollen. Wir nutzen BIM, zeichnen in 3D und haben eine eigene Preisdatenbank. Seit etwa zwei Jahren sind wir auch dabei, unsere Baustellen zu digitalisieren.“ Im nächsten Schritt sollen alle Projekte in die Cloud wandern. Darüber hinaus wird das Thema KI eine größere Rolle spielen. Geplant ist, das Marketing zu professionalisieren und weitere Services im Bereich Supply Chain und Produktionsplanung anzubieten. „Hier entwickeln wir gerade ein Produkt, das wir noch 2025 launchen werden“, kündigt Lukas Holzinger an. Neben der fachlichen Herausforderung ist der zwischenmenschliche Umgang für ihn ein wichtiger Faktor: „Wir begegnen einander auf Augenhöhe und mit Respekt. Mein Antrieb ist außerdem mein Spaß an der Arbeit.“

Stadtwerke Südholstein: Als regionaler Energieversorger in der Energiewende

Pandemie, Energiekrise, Infrastrukturprobleme – während viele auf die nächste Krise warten, schaffen die Stadtwerke Südholstein längst Lösungen und trotzen dem Dauerstress der Versorgungsbranche. Geschäftsführer Thomas Behler erklärt, warum er früh auf Fernwärme gesetzt hat, was Wärmepumpen wirklich leisten können und weshalb es manchmal jemanden braucht, der als 'Provokateur' agiert, damit am Ende alle profitieren.

Wirtschaftsforum: Herr Behler, Sie sind seit 2007 in der Versorgungsindustrie tätig. Wie haben Sie die jüngsten Krisen erlebt?

Thomas Behler: Corona haben wir als Chance begriffen. Die Mitarbeitenden konnten im Homeoffice arbeiten und die Shutdown-Phase genutzt werden, um Bauarbeiten zu forcieren. Während andere Stadtwerke ihre Läden zugemacht haben, war unsere Devise: Wer draußen arbeitet und Abstand halten kann, soll weiterarbeiten. Bei Volatilitäten gibt es nicht nur Bedrohungen, sondern auch Chancen. Die Energiekrise war dann eine andere Dimension. Als der Krieg ausbrach, wurden wir aufgrund unserer vergleichsweise niedrigen Preise von den Kunden regelrecht überrannt. Die Energiediscounter haben sich vom Markt verabschiedet und ihre Verträge gekündigt. Als Grundversorger haben wir diese Kunden aufgenommen.

Wirtschaftsforum: Sie haben bereits 2021 eine wichtige strategische Entscheidung getroffen – gegen Gas und für Fernwärme. Warum?



Eine Mitarbeiterin der Stadtwerke Südholstein bei der Überprüfung der Wasserversorgungsanlagen

Thomas Behler: Als ich hier anfang, war die Erschließung eines Gewerbegebietes mit Gas geplant. Ich habe dem Gesellschafter mitgeteilt, dass dieser Plan mit mir nicht umgesetzt wird. Das war Monate vor Kriegsausbruch. Es war bei Weitem nicht einstimmig im Rat, aber wir haben uns für Fernwärme entschieden. Damit haben wir wahrscheinlich wichtige Ausbauvoraussetzungen für den Rest der Stadt geschaffen.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die Zukunft des Gases?

Thomas Behler: Wir sind überzeugt, dass der Anteil von Gas in Zukunft spürbar zurückgehen wird. Schon heute beobachten wir, wie immer mehr Privathaushalte auf zukunftsfähige Alternativen wie die Wärmepumpe umsteigen. Im Neubau setzen sich inzwischen fast ausschließlich Fernwärme oder Wärmepumpen durch. Dieser positive Trend wird sich unserer Einschätzung nach weiter beschleunigen. Noch vor zwei Jahren herrschte oft die Meinung, ältere Gebäude ließen sich nicht sinnvoll auf Wärmepumpen umstellen. Die Praxis zeigt jedoch:

Interview mit



Thomas Behler,
Geschäftsführer
der Stadtwerke Südholstein
GmbH



KONTAKTDATEN

Stadtwerke Südholstein GmbH
Am Hafen 67
25421 Pinneberg
Deutschland

☎ +49 4101 2030

kundenservice@sw-suedholstein.de
www.sw-suedholstein.de

In sehr vielen Fällen ist das durchaus möglich! Wir gehen daher davon aus, dass die Bedeutung von Gas als Absatz- und Ertragsquelle in den kommenden Jahren stetig abnehmen wird – und sehen darin eine große Chance für den weiteren Ausbau nachhaltiger Energielösungen.

Wirtschaftsforum: Ein großes Thema ist auch der Zustand der Wassernetze. Wie sieht es bei Ihnen aus?

Thomas Behler: In Deutschland lässt sich allgemein beobachten,



Technik auf höchstem Niveau: Die Stadtwerke setzen konsequent auf Fernwärme als klimafreundliche Alternative

dass die Infrastruktur in den vergangenen Jahren teilweise weniger im Fokus stand. In Torneesch sehen wir – abgesehen von einigen wenigen Einzelfällen – keine größeren Herausforderungen. In Pinneberg ist die Infrastruktur zwar nicht mehr ganz auf dem neuesten Stand, aber grundsätzlich weiterhin zuverlässig. Für die Zukunft möchten wir jedoch noch mehr in die Modernisierung investieren als bisher, um die hohe Qualität unserer Versorgung langfristig zu sichern. Das wird sich auch auf die Preisgestaltung auswirken, da die Wasserpreise bislang oft politisch beeinflusst und nicht immer kostendeckend waren. Unser Ziel ist es, gemeinsam nachhaltige Lösungen zu finden, damit unsere Infrastruktur auch weiterhin stabil und zukunftsfähig bleibt. Eine vorausschauende Planung ist dabei der beste Weg, um langfristige Herausforderungen zu vermeiden und die Versorgungssicherheit für alle zu gewährleisten.

Wirtschaftsforum: Welche Vision haben Sie für die Stadtwerke Südholstein?

Thomas Behler: Wir fühlen uns den Bedürfnissen unserer Kommunen besonders verpflichtet und möchten die lokalen Verwaltungen aktiv unterstützen – gerade angesichts der großen Herausforderungen, vor denen sie stehen. Als Stadtwerk sehen wir uns als Möglichmacher und Partner, der gemeinsam mit der Kommune nach zukunftsfähigen Lösungen sucht. Ein wichtiger Ansatzpunkt ist dabei die Optimierung von Strukturen: Viele Aufgaben werden derzeit doppelt erledigt, was wir im Sinne der Kosteneffizienz gerne gemeinsam angehen möchten. Auch innovative Ideen wie die Nutzung von Rechenzentren als dezentrale Wärmequelle haben wir im Blick. Immerhin entsteht dort ein Großteil der eingesetzten Energie als Wärme, die wir sinnvoll weiterverwenden können. Die Wärmewende wird für uns alle ein zentrales Thema bleiben. Ohne die Initiative und die Impulse aus dem Stadtwerk wird es für viele Städte schwierig, die Herausforderungen der Zukunft zu meistern. Dabei ist uns bewusst, dass wir unsere Ressourcen verantwortungsvoll



Die Zentrale der Stadtwerke Südholstein – moderne Infrastruktur für die Herausforderungen der Zukunft

einsetzen müssen – denn die Versäumnisse der letzten Jahrzehnte lassen sich nicht von heute auf morgen aufholen. Wir setzen daher auf nachhaltige, realistische Schritte und eine enge Zusammenarbeit mit allen Beteiligten, um gemeinsam die besten Lösungen für unsere Region zu finden.

Wirtschaftsforum: Wie positionieren Sie sich zwischen den verschiedenen Interessen von Politik, Verwaltung und Bürgern?

Thomas Behler: Wir nehmen bewusst eine verantwortungsvolle Rolle ein, auch wenn diese nicht immer bequem ist. Als Stadtwerk profitieren wir davon, dass wir technische und wirtschaftliche Aspekte objektiv betrachten können – frei von politischen Zwängen. Das ermöglicht es uns, innovative und nachhaltige Lösungen voranzubringen, beispielsweise die stärkere Nutzung von Gründächern auf Flachdächern, was für das Abwassermanagement immer wichtiger wird. In solchen

Fällen stehen für uns die fachlichen Notwendigkeiten im Vordergrund. Wir wissen, dass solche Maßnahmen manchmal erklärungsbedürftig sind und nicht immer sofort auf Zustimmung stoßen. Deshalb ist uns eine enge Zusammenarbeit mit der Verwaltung und der Politik wichtig, um gemeinsam die besten Wege zu finden und diese auch verständlich an die Bürgerinnen und Bürger zu vermitteln. Wir sehen uns als konstruktiven Impulsgeber, der offen anspricht, was für die Zukunft unserer Städte notwendig ist – gerade bei Themen wie Klimaanpassung und Infrastruktur. Auch wenn unsere Vorschläge manchmal als unbequem wahrgenommen werden, möchten wir damit Orientierung bieten und Verantwortung übernehmen. Unser Ziel ist es, den Kommunen ein verlässlicher Partner zu sein, der ehrlich sagt, was machbar ist – und gemeinsam Lösungen entwickelt, die langfristig tragen.

Globales Logistik-Netzwerk

Die Welt rückt immer näher zusammen. Mit ihrer Spezialisierung auf weit entfernte Destinationen und herausfordernde Transporte trägt die Skynet Worldwide Express ihren Teil dazu bei. Das Logistikunternehmen mit Sitz in Amsterdam verfügt über ein globales Netzwerk, das sich auch besonders auf Express Transporte fokussiert. Dieses Netzwerk ermöglicht die schnelle, zuverlässige und sichere Zustellung von Paketen und Gütern in jedes Land und jedes Gebiet weltweit.



Umweltfreundlich: NetZero-Fahrzeug mit Elektroantrieb



Teamwork: Die Mitarbeiter von Skynet Worldwide Express sind rund um die Uhr für Kunden im Einsatz

Wirtschaftsforum: Martijn, was würden Sie einem möglichen Kunden als besondere Stärken von Skynet Worldwide Express nennen?

Martijn van der Geer: Wir sind sehr flexibel, hören unseren Kunden gut zu und betreuen sie persönlich. Bei uns ist immer jemand zu erreichen.

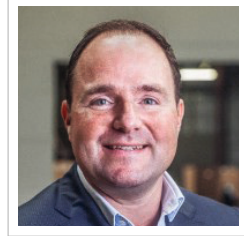
Wirtschaftsforum: Und welche Leistungen können Sie Ihren Kunden anbieten?

Martijn van der Geer: Als Paketversender fühlen wir uns besonders wohl in der Nische weit entfernter Destinationen und Spezialaufträge. Unser Motto lautet „Small enough to care, big enough to deliver“. Gerade im Bereich E-Commerce gibt es viele Möglichkeiten, mit uns zusammenzuarbeiten. So beliefern wir für Amazon viele Länder Südamerikas, in Südafrika sind wir für Temu aktiv. Es gibt aber auch andere Länder wie Marokko und Tunesien, in de-

nen wir uns engagieren. Die gängigen Märkte sind für uns nicht so interessant, unsere Stärken sehen wir eher in Ländern wie Ghana, Nigeria, Mosambik, Libanon, Israel oder Singapur. Dank unseres Netzwerks können wir auch in den Niederlanden einen Expressdienst anbieten. Innerhalb des Landes liefern wir zum Beispiel mit eigenen Fahrzeugen Ersatzteile in nur anderthalb Stunden. Hier sind wir zudem neben Shiphol auch an anderen Flughäfen

präsent. Exportsendungen bieten wir weltweit an. Darüber hinaus gehören Postservices zu unserem Portfolio. Mit unserem weltweiten Netzwerk verstehen wir uns als One-Stop-Shop für unsere Partner: B2B oder B2C inklusive der Übernahme aller Zollformalitäten. Dafür haben wir unser Skysafer Road Network Europe. Speziell für Deutschland haben wir ein Gateway für Postdienste und Expresssendungen mit einem Hub in Frankfurt und einem Hub in Mün-

Interview mit



Martijn van der Geer,
Direktor
der Skynet Worldwide Express B.V.



KONTAKTDATEN

Skynet Worldwide Express B.V.
Bornhout 15
1046 BE Amsterdam
Niederlande
☎ +31 20 4073100
✉ info@skynet.nl
www.skynet.nl



Viele Vorteile: Leistungen von Skynet World Express



Kompetent: Skynet World Express ist der ideale Partner für E-Commerce-Lösungen



Weltweit präsent: Aufträge werden schnell und zuverlässig erledigt



Wachstumspartner: Die Dienstleistungen sind auch für kleinere Firmen interessant



chen. In Frankfurt ist Jobst Leder Ansprechpartner für die Kunden. Frankfurt–Amsterdam–London ist eine tägliche Verbindung. Im München sind Oliver Thurner und Bastian Weber den Kunden behilflich; hier ist München–Mailand eine tägliche Verbindung. Das macht es deutschen Unternehmen einfach, sich mit dem europäischen Netzwerk von SkyNet zu verbinden.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Kunden?

Martijn van der Geer: Hier reicht unser Spektrum von klein bis groß. Namhafte Kunden von uns sind unter anderem Amazon, Temu, Cartier und Johnnie Walker.

Wirtschaftsforum: Wie pflegen Sie Ihre Bestandskunden und über welche Kanäle sprechen sie mögliche Neukunden an?

Martijn van der Geer: Innovationen und technische Anpassungen an bestehende Produkte spielen hier eine Rolle. Beim Marketing setzen wir auf Suchmaschinenop-

timierung und Internetpräsenz. Außerdem sind wir auf Fachmessen vertreten, zum Beispiel der 'Deliver' in Amsterdam.

Wirtschaftsforum: Welchen Stellenwert haben Digitalisierung und Nachhaltigkeit für Sie?

Martijn van der Geer: Über digitale Schnittstellen sind wir in die Abläufe unserer Kunden eingebunden. Dass wir seit 50 Jahren am Markt sind, ist per se schon nachhaltig. In den Niederlanden und Großbritannien haben wir einen elektrischen Fuhrpark. Mit unserem CSRD-Projekt streben wir auf Dauer eine Zero CO₂-Emission an.

Wirtschaftsforum: Wie würden Sie die Firmenkultur von SkyNet Worldwide Express charakterisieren?

Martijn van der Geer: Veränderung ist unsere DNA. Wir beschäftigen Mitarbeiter mit einem Altersspektrum von 22 bis 66 Jahren. Unsere Mentalität ist Hands-on.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Ihre Pläne für die kommenden Jahre aus?

Martijn van der Geer: Wir wollen auf jeden Fall noch bekannter werden. Mit neuen Angeboten möchten wir auch unser Wachstum forcieren. Darüber hinaus steht der weitere Ausbau ferner Destinationen auf unserer Agenda.



Wenn es besonders eilig ist: Same Day Express Courier Service



DI E BÜHNE GEHÖRT IHNEN – WIR KÜMMERN UNS UM DEN REST.

Ihre nächste Veranstaltung steht an? Dann bringen Sie sie auf das nächste Level – mit der Smart Stage von m|events.

Interaktive Tools, smarte Präsentationstechnik und voll integrierte IT- & AV-Lösungen machen Ihre Bühne zum digitalen Dreh- und Angelpunkt der Konferenz.

Alles läuft. Alles passt.
Alles aus einer Hand.

- INTELLIGENTE BÜHNENTECHNOLOGIE
- REIBUNGSLOSER ABLAUF – VON REGISTRIERUNG BIS LIVESTREAM
- EIN ERFAHRENES TEAM, DAS WIRKLICH MITDENKT

m|EVENTS
Advanced digital meeting services worldwide



Contact Us
sales@m-events.com
www.m-events.com

Kontakte

Borchers GmbH
Berghausener Straße 100
40764 Langenfeld
Deutschland
www.borchers.com/contact

BIO BREADNESS GmbH
Daimler-Benz-Straße 32
36039 Fulda
Deutschland
☎ +49 661 2513990
info@bio-breadness.com
www.bio-breadness.com

Sopp Industrie GmbH
Gerberstraße 24
42899 Remscheid
Deutschland
☎ +49 2191 5670
info@sopp.de
www.sopp.de

KRONGAARD GmbH
Fuhrentwiete 10
20355 Hamburg
Deutschland
☎ +49 40 3038440
kontakt@krongaard.de
www.krongaard.de

Klinik Menterschwaige
Geiseltageigstraße 203
81545 München
Deutschland
☎ +49 89 6427230
info@klinik-menterschwaige.de
www.klinik-menterschwaige.de

St. Bernward Krankenhaus GmbH
Treibestraße 9
31134 Hildesheim
Deutschland
☎ +49 5121 900
info@bernward-khs.de
www.bernward-khs.de

M Events Cross Media GmbH
Gaußstraße 3
12459 Berlin
Deutschland
☎ +49 89 189659300
sales@m-events.com
www.m-events.com

Kuhne GmbH
Einsteinstraße 20
53757 Sankt Augustin
Deutschland
☎ +49 2241 9020
info@kuhne-group.com
www.kuhne-group.com

RSE + Architekten Ingenieure GmbH
Heinrich-Hertz-Straße 1
34123 Kassel
Deutschland
☎ +49 561 589080
kontakt@rse.plus
www.rse.plus

Stadtwerke Südholstein GmbH
Am Hafen 67
25421 Pinneberg
Deutschland
☎ +49 4101 2030
kundenservice@sw-suedholstein.de
www.sw-suedholstein.de

Skynet Worldwide Express B.V.
Bornhout 15
1046 BE Amsterdam
Niederlande
☎ +31 20 4073100
info@skynet.nl
www.skynet.nl



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