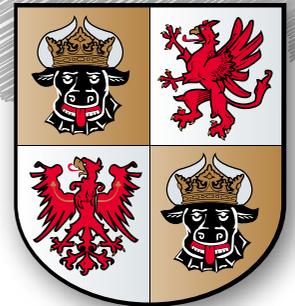
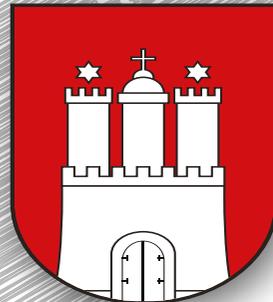


Wirtschaft im Norden



Interview:

**„Menschen, die viel arbeiten,
sind Leistungssportler unserer Gesellschaft“**

mit Marcell Jansen, Gründer und Geschäftsführer der
MJ Beteiligungs GmbH sowie Präsident des Hamburger SV

Porträts:

- > **Barclaycard Arena –**
Anschutz Entertainment Group Arena Hamburg GmbH, Seite 10
- > **wobe-systems GmbH, Seite 20**



**Der
Hamburger
Weg**

Die HSV-Stiftung für
Hamburgs Nachwuchs.

HAMBURGER WEG

Mika, 10 Jahre & Julian, 24 Jahre

DIE HSV-STIFTUNG FÜR HAMBURGS NACHWUCHS.

Die HSV-Stiftung „Der Hamburger Weg“ setzt sich in den Bereichen Bildung, Soziales und Sport für Kinder und Jugendliche in der Metropolregion Hamburg ein.

www.der-hamburger-weg.de






Manfred Josef Brinkmann
Chefredakteur

Liebe Leserin, lieber Leser,

Die Wirtschaft bringt sie hervor: spannende Unternehmen mit einmaligen Historien, hinter denen erfolgreiche Köpfe stehen. Die Wirtschaft im Norden hat sehr viele dieser Firmen zu bieten. Wir stellen Ihnen in der vorliegenden Ausgabe Unternehmen und interessante Persönlichkeiten vor, die die Wirtschaft im Norden in Bewegung halten.

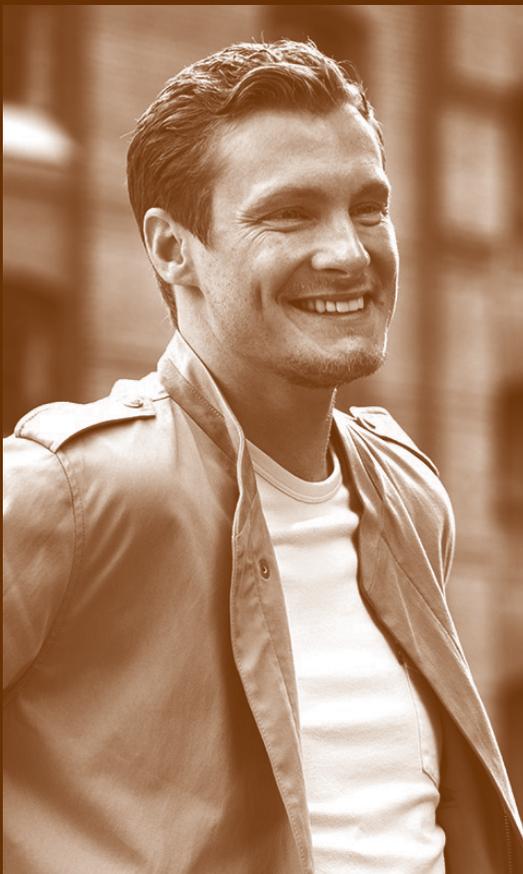
Ein nicht nur bei den Hamburgern bekannter Treffpunkt ist die Barclaycard Arena. Von Konzerten bis zu Sportveranstaltungen können Besucher dort unterschiedlichste Unterhaltung finden. Steve Schwenkglenks, Geschäftsführer der Anschutz Entertainment Group Arena Hamburg GmbH, hat mit uns über den nachhaltigen Umgang mit Ressourcen rund um die Arena und den Einfluss digitaler Prozesse gesprochen. (ab S. 10)

Die Werbung für die verschiedenen Veranstaltungen in der Barclaycard Arena könnte man getrost ihnen überlassen: der TAXi-AD GmbH. Das preisgekrönte Unternehmen nutzt für Werbungen auf Taxen digitale Vorteile. Die beiden Geschäftsführer Falk-Thilo Röbbelen und Ralf A. Johansson erläutern im Interview die Möglichkeiten aber auch die Besonderheiten, die diese Art der Werbung mit sich bringen. (ab S. 16)

Ebenfalls im digitalen Bereich angesiedelt ist die wobe-systems GmbH. Für manche Unternehmen, insbesondere kleine und mittelständische, ist die Digitalisierung noch immer Neuland. Da setzt das Kieler Unternehmen an und unterstützt mit Lösungskonzepten nach Maß. Geschäftsführer Oliver Dissars hat im Interview über Open Source und das Engagement des Unternehmens in der IT-Forschung gesprochen. (ab S. 20)

Ich wünsche Ihnen spannende und informative Einblicke in die Wirtschaft von Nordrhein-Westfalen.

Viel Spaß bei der Lektüre



06

Interview mit Marcell Jansen, Gründer und Geschäftsführer der MJ Beteiligungs GmbH sowie Präsident des Hamburger SV

„Menschen,
die viel arbeiten,
sind Leistungssportler
unserer Gesellschaft“



Wirtschaftsforum: Wir nehmen Wirtschaft persönlich! ePaper – 2019

**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

10



Steve Schwenkglens,
Geschäftsführer
der Anschutz Entertainment
Group Arena Hamburg GmbH

13



Heike Thomas,
Hoteldirektorin des 'HansenS
Haus am Meer' der HAM
Hotelbetriebsgesellschaft mbH

14



Henning Nau,
Vorstand Handel
der B.M.P. Pharma Trading AG

16



Falk-Thilo Röbbelen
und **Ralf A. Johansson,**
Geschäftsführer
der TAXi-AD GmbH

18



René Krüger,
Geschäftsführer
der TiXbo Tiefbohr Center
GmbH

20



Oliver Dissars,
Geschäftsführer
der wobe-systems GmbH

22



Thorsten Armerding und
Uwe Dirk Raskopf,
Geschäftsführer
der Skodock Verwaltungs- und
Vertriebs-GmbH

25



Friedhelm Osada,
Geschäftsführer
der Eiskalt Sauber GmbH

26



ictoria Thies,
Abteilung Vertrieb der
FREYTAG Karosseriebau
GmbH & Co. KG

28



Andreas Rainer,
Geschäftsführer
der A-Z GartenHaus GmbH

Service

30

Messeausblick

31

Kontakte

„Menschen, die viel arbeiten, sind Leistungssportler unserer Gesellschaft“



» Im Sommer 2015 überraschte diese Nachricht – Marcell Jansen beendet seine Fußballerkarriere mit nur 29 Jahren. Drei Jahre später kann er auf viele neue erfolgreiche Projekte zurückblicken. Mit seinem Unternehmen MJ Beteiligungs GmbH investiert der gebürtige Mönchengladbacher in junge Start-ups. Wirtschaftsforum sprach mit Marcell Jansen über seinen Plan B, seine Beweggründe, in Unternehmen zu investieren und warum hart arbeitende Menschen Leistungssportler sind.

Vor drei Jahren haben Sie Ihre Profikarriere als Fußballer beendet und hatten direkt einen Plan B parat. Sie wurden Teil der Geschäftsführung einer Beteiligungsgesellschaft. Inwiefern fiel Ihnen der Einstieg in diese Branche besonders leicht, obwohl Ihr Leben bis dato vom Profifußball geprägt wurde?

Es ist jetzt genau drei Jahre her, dass ich als Profi aufgehört habe. Der Plan B hat sich bereits in meiner aktiven Zeit parallel entwickelt. Schon damals habe ich nach Dingen geschaut, die mich motivieren, die mir Spaß machen und überlegt, was eine Aufgabe, unabhängig vom Fußball, für mich wäre. Ich hatte früh mit den Themen Leistungssport, Prävention, Gesundheit und Ernährung zu tun. Als Profi hatte ich das Glück, in diesen Bereichen immer bestens versorgt zu sein. Trotzdem war es mit Ende 20 noch immer ein Riesensprung, mit dem Fußball aufzuhören, aber das war für mich der richtige Weg. Ich wollte nicht im Ausland spielen und nochmal für zwei, drei Jahre das Geld mitnehmen. Meine Motivation war eher, Aufklärung im Gesundheitswesen zu leisten. Ich habe erkannt, dass ich den geliebten Fußball als Beruf zwar aufgeben muss, ihn aber weiterhin als Amateur ausleben kann.

Inzwischen haben Sie in vier ganz unterschiedliche Unternehmen investiert. Wonach entscheiden Sie bei der MJ Beteiligung, ob ein Start-up förderungswürdig ist?

Wir sind keine klassische Beteiligungsgesellschaft. Wir haben nicht das Budget X, das wir in unterschiedliche Firmen investieren, die uns gefallen. Insgesamt muss es einfach thematisch passen. Die wichtigsten Themen für uns sind Sport, Lifestyle und Gesundheit, wobei Digitalisierung heutzutage automatisch immer mit dabei ist. Wir sind eine kleine Beteiligungsgesellschaft, die mitgründet. Wir von der MJ Beteiligungs GmbH packen selbst mit an, haben eine eigene Idee oder entwickeln die Idee zusammen mit Gründern. Unser Fitnessmodelabel Gymjunky zum Beispiel, ist nicht unsere Idee, die kommt von einem meiner engsten Freunde. Da haben wir in Menschen investiert, die es verstanden haben, was es bedeutet, zu investieren. Nämlich sich von morgens bis abends den Hintern aufzureißen und viele Jahre durchhalten zu können.

Start-up bedeutet, dass ein Unternehmen mit einer innovativen Geschäftsidee, die hohes Wachstumspotenzial hat, den Markt erobern möchte. Gibt es eine Formel für Start-ups, die Erfolge garantiert?

Wer ein Unternehmen gründet, der muss Merkmale und Eigenschaften mitbringen, die auch im Sport wichtig sind. Es gibt Spiele, die man gewinnt und andere, die man verliert. Mal liegt man am Boden, mal steht man wieder auf. Man muss ein Teamplayer sein, man muss Mannschaftskandidat sein, also gut mit anderen klar kommen. Das bringt der Sport mit sich: Kämpfen und Durchhalten, also ein Projekt auch durchziehen zu können.





© Jenn Werner



Die VOX-Show „Die Höhle der Löwen“ läuft seit 2014 erfolgreich im TV, Sat.1 scheiterte im Frühjahr mit „Start up!“. Was halten Sie von solchen Gründershow im Fernsehen, sehen Sie darin Potenzial für die Bewerber?

Prinzipiell finde ich solche Shows gut, denn Gründen hat mit Visionen, Kreativität, Mut, Inspiration und auch einer gewissen Leidenschaft zu tun. Und meine Leidenschaft war zum Beispiel Gesundheit und Lifestyle. Nicht nur, weil das ein extrem wachsender Markt ist. Der steckt aber noch in den Kinderschuhen und da wird in Zukunft noch einiges passieren.

Was bewegt Sie denn dazu, in Unternehmen zu investieren?

Der Hauptgrund, warum ich gründe und investiere: Ich möchte Probleme der Gesellschaft lösen, ihr etwas zurückgeben und Arbeitsplätze schaffen. Viele, die jahrelang hart arbeiten, wissen zum Beispiel gar nicht, welche gesundheitlichen Folgen lauern. Denn eigentlich sind die Menschen, die viel arbeiten, die Leistungssportler unserer Gesellschaft. Und die arbeiten heute vor allem in der Gastronomie, Hotels, im gesamten Dienstleistungssektor. Ich kenne das zu gut von meinen Eltern. Meine Mutter war bei Aldi im Lager tätig, mein Vater in der Warenannahme bei Kaisers Tengelmann, die haben 30 Jahre lang immer hart gearbeitet. Als ich mich dann als Profi mit 19 mit den Gesundheitsthemen beschäftigt habe, tat es mir im Herzen so weh, zu sehen, wie meine Eltern jeden Tag schufteten und nicht den Service über gesundheitliche Aufklärung bekommen. Arbeitende Menschen werden von der Gesellschaft nicht so behandelt und versorgt wie Bundesligaspieler.

Ich möchte Menschen Anlaufstellen bieten, zum Beispiel mit dem Lifestyle-Sanitätshaus S'tatics. Dorthin kommen alle HSV-Spieler, einige Nationalspieler und eben ganz normale Menschen, die jeden Tag hart arbeiten. Alle Produkte sind bezahlbar. Und wer Healthy Fast Food möchte, bekommt bei Ben Green gesundes Essen. Ihr müsst euch danach nicht direkt hinlegen oder am Arbeitsplatz ein halbes Nickerchen halten, um das schwere Essen zu verdauen. (lacht)



© Marcell Jansen

MJ Beteiligungs GmbH



MJ Beteiligungs GmbH

Heidlohstraße 2b

22459 Hamburg

☎ +49 40 30 20 80 9 0

☎ +49 40 30 20 80 9 29

✉ info@mj-beteiligung.de

🌐 www.mj-beteiligung.de



© Marcell Jansen

Vier Unternehmen gehören schon zur MJ Beteiligungs GmbH. Welche Projekte stehen in naher Zukunft noch an?

Wir planen, Ben Green nach Hamburg zu holen. Unsere Speisen dort sind gesund. Wir klären über Gesundheit oder das Thema Essen auf. Jeder dritte Deutsche ist zu dick, Tendenz steigend. Das liegt aber nicht allein an den Menschen, das liegt am Essensangebot. Das Angebot ist einfach nicht gut, gerade wenn man wenig Zeit hat. Es gibt zwar einzelne Läden mit gesundem Essen, meist aber mit wenig Plätzen, keiner großen Auswahl an Speisen und oft nur kalten Snacks. Deshalb haben wir Ben Green gegründet, um Menschen zu helfen, gesünder zu essen. Die Pilotphase am Flughafen Köln-Bonn ist beendet. Wir wollten viel Feedback sammeln und herausfinden: Wie kommt das Essen an? Das Feedback ist sehr gut. Nun ist der nächste Schritt, eine Filiale in Hamburg zu eröffnen.

Wir wollen auch den Sanitätsdienst S'tatics weiter ausrollen und bauen derzeit unsere Produktion in Hamburg aus. Im Moment arbeiten wir viel mit Unternehmen zusammen oder treten an Sportvereine heran und stellen unser Konzept vor. Aber auch unsere Leistungssportler der Gesellschaft wollen wir erreichen.

Lesen Sie auch: Marcell Jansen im Wirtschaftsforum-Interview als HSV-Präsident



Die perfekte Bühne für Business und Entertainment

Von Konzerten namhafter Künstler über Sport- und E-Sport-Veranstaltungen bis hin zu Festivals: Die Barclaycard Arena in Hamburg ist regelmäßig ein Ort für Gänsehautmomente und solche, an die sich die Besucher noch lange zurückerinnern. Steve Schwenkglens, Geschäftsführer der Anschutz Entertainment Group Arena Hamburg GmbH, hat uns im Interview verraten, welche Band er gerne einmal in seiner Halle sehen würde, wie der Arena ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen gelingt und wie groß der Einfluss digitaler Prozesse auf sein Geschäft ist.

WF: Herr Schwenkglens, die Barclaycard Arena hat seit der Eröffnung 2002 viele namhafte Künstler gesehen. Was waren Ihre persönlichen Highlights der vergangenen Jahre und wen würden Sie gerne unbedingt einmal auf Ihrer Bühne sehen?

Steve Schwenkglens: Das Global Citizen Festival zum G20-Gipfel war für mich ein Highlight. Wer sich über sein sozialpolitisches Engagement qualifiziert hatte, bekam freien Eintritt. Es waren Top-Gäste da, aber auch die Künstler und Inhalte, die transportiert wurden, haben mir gefallen. Das würde ich jederzeit gerne wieder machen. Ich persönlich würde mich über ein Ärzte-Konzert in der Barclaycard Arena freuen. Die Ärzte waren die erste Band, die ich live gesehen habe, und dieses Gefühl vergisst man nicht. Sportlich hatten wir leider noch nie ein Tennis-match hier in der Arena, aber auch

ein Schwimm- oder anderes Wassersportevent würde mich reizen. Die Indoor-Surfmeisterschaften, wie sie in Paris stattfinden, sind auch eine tolle Sache.

WF: Die Künstler und Musiker auf der Bühne sind real, aber ansonsten spielt sich mittlerweile viel in der digitalen Welt ab. Online-Ticketverkäufe, virtuelle Sitzpläne, Google

Indoor View: Das alles bietet die Barclaycard Arena bereits. Wie sehen Sie den zukünftigen Einfluss der Digitalisierung auf Ihr Geschäft?

Steve Schwenkglens: Intern haben digitale Prozesse natürlich einen großen Einfluss. Es läuft auf eine weitgehend papierlose Buchhaltung hinaus. Aber auch im Eventmanagement sowie im Facility Management

haben Web-basierte Tools Einzug gehalten. In der Gebäudetechnik wird immer mehr automatisiert. Wenn ein Lüfter nicht funktioniert, bekommt der IT-Direktor eine SMS, und es kümmert sich jemand darum.

Anschutz Entertainment Group hat viele Erfahrungswerte zu den jeweiligen Trends weltweit. Die Regionalität ist am Ende aber ein größerer Faktor, als man es in einer globalisierten Welt zunächst erwarten würde. Schon in den verschiedenen europäischen Ländern gibt es sehr unterschiedliche Rahmenbedingungen. Deutschland unterscheidet sich zum Beispiel im Bereich Payment deutlich von anderen. In London sehen wir, dass fast gar nicht mehr mit Bargeld bezahlt wird. In Hamburg zahlt die allergrößte Mehrheit noch bar, obwohl die Terminals längst alle bargeldlosen Bezahlmethoden ermöglichen. Ähnlich sieht es mit der App-Nutzung aus. In anderen Län-



Im Premium-Bereich der Barclaycard Arena erwarten Sie hochwertige Speisen und erstklassiger Service in einem exklusiven Ambiente



dem ist sie wesentlich stärker als bei uns. Die Digitalisierung vereinfacht viele Prozesse, wird aber Emotionen einer Live-Veranstaltung meiner Meinung nach niemals ersetzen können.

WF: Die Barclaycard Arena bietet spezielle Pakete für Businesskunden. Welche Vorteile hat es für Geschäftskunden, ein Meeting oder Event in einer Ihrer Logen oder bei einem Event abzuhalten? Welche Art von Unternehmen nutzen diese Angebote?

Steve Schwenkglenks: Unsere Logenkunden schätzen neben dem besonderen Ambiente den individuellen Service und die Betreuung des Personals. Der Besuch einer Loge ist die ideale Verknüpfung von Geschäft und Entertainment. Die exklusive und gemütliche Umgebung bietet ideale Voraussetzungen, um Beziehungen zu den Geschäftspartnern

auf eine neue und engere Ebene zu heben.

Viele unserer Logenkunden sind inhabergeführte, branchenübergreifende Firmen aus dem Mittelstand, die die Loge nutzen, um Kunden einzuladen, aber auch Mitarbeitern ein unvergessliches Erlebnis in gemütlicher Atmosphäre bei gutem Essen und einem Gläschen Wein zu ermöglichen.

WF: Unter dem Begriff AEG 1EARTH engagiert sich Ihr Unternehmen für einen nachhaltigen Umgang mit Ressourcen. Welche Mittel wurden ergriffen, um den Betrieb der Barclaycard Arena so umweltbewusst wie möglich zu gestalten? Was sind Ihre Pläne für die Zukunft?

Steve Schwenkglenks: In der heutigen Zeit haben alle verstanden, dass Nachhaltigkeit wichtig ist. Die Anschutz Entertainment Group (AEG) hat sehr früh erkannt, dass man

Barclaycard Arena
Anschutz Entertainment Group Arena Hamburg GmbH
Sylvesterallee 10
22525 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 80602080 (Tickethotline)

☎ +49 40 88163163

✉ info@barclaycard-arena.de

🌐 www.barclaycard-arena.de

als Arena, in der viele Menschen zusammenkommen, eine große Verantwortung gegenüber der Umwelt hat. Unter dem Namen AEG 1Earth arbeiten alle AEG-Venues weltweit kontinuierlich an Verbesserungen, die auf Umweltschutz und Umweltbewusstsein einzahlen. In der Barclaycard Arena ist man bereits seit dem Bau (damals Color Line Arena) darum bestrebt, umweltbewusst zu handeln. Schon im Planungsstadium der Arena wurde auf umweltfreundliche Technologien gesetzt. So wurde zum Beispiel eine Regenwasserrückgewinnungsanlage in die Arena eingebaut. Diese sammelt sämtliches Regenwasser vom Dach und speist dieses in den Spül- und Löschwasserkreislauf ein.

Zudem legen wir zusammen mit unserem Catering-Partner Levy großen Wert darauf, dass recycelbare Materialien an den 17 Fastfood-Outlets der Arena genutzt werden. Von voll recycelbaren Maisstärke-Bechern über Strohhalme und Nacho-Schalen bis hin zu Pizza- und Wrap-Unterlagen aus recycelbarer Pappe und recycelbarem Burger-Papier benutzen wir in den Umläufen ausschließlich Besteck aus nachhaltigen Materialien. Aber auch in den Logen ist uns das Thema Nachhaltigkeit extrem wichtig. Durch eine komplette Logenkonzept-Umstellung haben wir erreicht, dass weniger Essensreste anfallen. Die Arena arbeitet in den meisten Lagerräumen mit Bewegungs-

melden. So wird hier nur Strom verbraucht, wenn er auch wirklich gebraucht wird.

Seit 2009 nimmt die Barclaycard Arena an der jährlichen Earth Hour teil und schaltet für eine Stunde sämtliche Beleuchtungen ab, um gemeinsam mit Millionen anderer ein Zeichen zu setzen.

Die Barclaycard Arena beteiligt sich auch am alljährlichen Earth Day, der ebenfalls dazu dient, mehr Aufmerksamkeit für das Thema Umweltschutz zu generieren.

Wir sind ständig im Austausch mit Zulieferern und Kunden, um zu sehen, wo wir uns noch verbessern können. Innerhalb der AEG-Gruppe haben wir zudem verschiedene Arbeitsgruppen, die sich mit diversen Themen auseinandersetzen, um unser ökologisches Denken und Tun auch zukünftig zu optimieren und zu sensibilisieren.

WF: Die allgemeine Sicherheitslage hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Wie reagieren Sie darauf innerhalb der Arena bei Veranstaltungen und Events? Was sind

heutzutage die wichtigsten Faktoren für einen sicheren und friedlichen Ablauf?

Steve Schwenkglens: Die Barclaycard Arena hat bereits im August 2016 mit dem Einsatz von Durchgangs-Metalldetektoren bei der Einlasskontrolle einen neuen Sicherheitsstandard in deutschen Arenen eingeführt.

Im Wissen um das gesteigerte Sicherheitsbedürfnis der Besucher, Künstler und Veranstalter haben wir uns entschlossen, zusätzlich zur Detektor-Kontrolle ein einheitliches Taschenverbot für alle Veranstaltungen in der Barclaycard Arena einzuführen. Seit dem 01.09.2017 gilt das Verbot für Taschen und Rucksäcke, deren größte Seite größer als das DIN-A4-Format (21,0 x 29,7 cm) ist.

Natürlich stehen wir im regelmäßigen Kontakt mit den Sicherheitsbehörden und stimmen uns zur generellen und spezifischen beziehungsweise abstrakten und konkreten Gefährdungslage ab. Die Besucherresonanz ist durchweg

positiv und die von uns ergriffenen zusätzlichen Maßnahmen finden breite Zustimmung. Gemeinsam leisten wir auf diesem Weg einen wichtigen Beitrag zur Sicherheit im Allgemeinen und zum gesteigerten Sicherheitsempfinden der Besucher und aller Beteiligten im Besonderen.

WF: Seit 2017 finden in der Arena pro Jahr mehrere E-Sports-Turniere statt. Was verbirgt sich hinter 'ESL One', 'League of Legends' und Co. und wie bewerten Sie diesen Trend?

Steve Schwenkglens: Ziel der Barclaycard Arena ist es, sich aktiv an der Standortentwicklung zu beteiligen und die Barclaycard Arena zum zentralen Ort für E-Sports-Veranstaltungen zu machen. Wir bewerten den E-Sports-Trend als einen Entertainment-Zweig mit enormem Wachstumspotenzial. Trotz bereits atemberaubenden Wachstums des E-Sports entwickeln sich die Standorte noch. Hamburg muss sich nun strategisch positionieren, um seine eigenen Events, Teams, Agenturen und E-Sports-Unternehmen zu

etablieren. Im Zuge dessen wird die Arena kontinuierlich dem digitalen Zeitalter angepasst. Angefangen bei einem ultraschnellen Glasfaserkabel und über 200 Hotspots, ist es seit Ende 2017 möglich, überall in der Barclaycard Arena WiFi zu empfangen. Damit ist ein gewichtiger Grundstein für die Veranstalter gelegt, aber auch dafür, den Besuchern von E-Sports Events und deren Informationsverhalten Rechnung zu tragen. Die Investition in die IT – infrastrukturelle Anbindung der Arena, um die Anforderungen an die Datenübertragung und das Livestreaming vollumfänglich zu erfüllen –, war strategisch wichtig.

Die Barclaycard Arena ist das größte Venue in der Metropolregion Hamburg und beheimatete bereits große E-Sports-Events wie die ESL One oder 2017 die League of Legends.

Die Barclaycard Arena überzeugt auch beim E-Sports



„Besonders freundliche und sympathische Mitarbeiter“

Eigentlich wollte Heike Thomas Grundschullehrerin oder Kindergärtnerin werden, hat sich dann aber für die Hotelbranche entschieden. Bereit hat es die Direktorin des 'HansenS Haus am Meer' der HAM Hotelbetriebsgesellschaft mbH in Bad Zwischenahn nicht. „Für diese Branche muss man die Leidenschaft mitbringen“, weiß die Hotelmanagerin. „Ich habe etwas gesucht, wo ich mit Menschen zu tun habe. Das ist jeden Tag spannend und man lernt immer wieder neu dazu.“

„Die Bewertungen loben zum größten Teil besonders freundliche und sympathische Mitarbeiter“, freut sich die Direktorin des HansenS Haus am Meer der HAM Hotelbetriebsgesellschaft GmbH. Neben den Menschen kennt Heike Thomas weitere Gründe, warum 'ihr' Hotel besonders ist: „Das Nonplusultra, das wir erreichen wollen, ist das Gefühl, nach Hause zu kommen. Wir gehen sehr individuell auf die Wünsche der Gäste ein. Die Wertschätzung für jeden

Einzelnen und für jeden Wunsch ist da.“ Die einzigartige Lage direkt am Zwischenahner Meer und dem Kurpark trägt sicherlich ebenso zum Wohlbefinden der Gäste bei wie spezielle Arrangements und die ausgezeichnete Küche.

GUTES ARBEITSKLIMA

Unter den 71 Zimmern des HansenS Haus am Meer, das Käte Hansen gehört, finden sich drei Suiten, Junior Suiten, sieben Zimmer mit Terrasse und einige Zimmer mit Balkon. Nach und nach werden Teppiche ersetzt, es gibt Allergiker-Bettwäsche und auch

beim Essen werden die Wünsche von Allergikern, Vegetariern und Veganern berücksichtigt. „Unsere fünf Seminarräume lassen sich sehr individuell gestalten“, betont Heike Thomas. „Wir haben Möglichkeiten für Ausstellungen, bieten Arrangements und Rahmenprogramme, professionelle Betreuung und sehr individuelle Pauschalen.“ Ansprechen will das HansenS Haus am Meer vor allem Tagungsgäste, Geschäftsreisende, Urlauber und Familien – vom Neugeborenen bis zum 105 Jahre alten Gast. Das 1997 eröffnete Haus beschäftigt bis zu 75 Mitarbeiter,



Das Nonplusultra, das wir erreichen wollen, ist das Gefühl, nach Hause zu kommen.

darunter 17 Auszubildende und hat einen Jahresumsatz von 1,7 Millionen EUR. „Seit 2013 haben wir viel verändert und renoviert“, erklärt die Hoteldirektorin. „Mir ist ein sehr gutes Arbeitsklima wichtig und ich versuche, die Kollegen ans Haus zu binden. Das Team, das hinter dem Haus steht, zählt, und da sind wir sehr gut dabei.“



HAM Hotelbetriebsgesellschaft mbH

Auf dem Hohen Ufer 25
26160 Bad Zwischenahn
Deutschland

☎ +49 4403 9400

☎ +49 4403 940300

✉ hotel@hausammeer.de

🌐 www.hausammeer.de



Innovative Healthcare

‘Handeln mit Erfolg’ lautet die Devise der B.M.P. Pharma Trading AG, die bereits seit 1979 als internationales Handelshaus für pharmazeutische Rohstoffe, Produkte der Nahrungsergänzung und Rohstoffe für die Veterinärindustrie vor allem im europäischen Markt tätig ist. Mit einem guten Verständnis für den Markt und dem Mut, wichtige Entscheidungen zu treffen, hat sich das Unternehmen zu einem bedeutenden internationalen Trader entwickelt. Wirtschaftsforum sprach mit Henning Nau, Vorstand Handel der B.M.P. Pharma Trading AG, über die Stärken der Firma und die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Geschäft.

Mehr als drei Viertel seiner Produkte bezieht die B.M.P. Pharma Trading AG in Asien

WF: Herr Nau, die B.M.P. Bulk Medicines & Pharmaceuticals GmbH, heute Teil der B.M.P. Pharma Trading AG, ist bereits seit 1979 weltweit im Handel mit pharmazeutischen Wirkstoffen tätig. Wie hat sich das Unternehmen entwickelt?

Henning Nau: Heute stehen wir zum Glück wieder sehr gut da. Vor zehn Jahren sind wir durch schwierige Zeiten gegangen. Mit externer Hilfe haben wir die Firma

umstrukturiert, ihr eine neue strategische Ausrichtung gegeben und verstärkt auf die Potenziale und Chancen im europäischen Markt gesetzt. Fast die Hälfte unseres Geschäfts machen wir heute in Europa, inklusive der GUS-Staaten, mit guten Wachstumsraten in den letzten Jahren. Speziell unsere Abteilung ‘Food & Function’ mit unseren insgesamt acht bisher neu gelaunchten Markenprodukten hat großes Potenzial, eines der

wichtigsten Standbeine der Unternehmensgruppe zu werden.

WF: Der internationale Handel mit pharmazeutischen Wirkstoffen und Rohstoffen für die Nahrungsmittelindustrie ist ein sehr anspruchsvolles Geschäft. Was ist Ihr Geheimnis für langjährigen Erfolg?

Henning Nau: Das frühzeitige Erkennen von Chancen und Risiken. Herr Jörß, Gründer und Hauptanteilseigner der Firma, hatte speziell in den 1990ern, als der Handel noch wirklich boomte, häufig ein goldenes Händchen und den Mut, Entscheidungen zu treffen, die bestimmend für die weitere Entwicklung der Firma waren. Heute wären viele dieser Geschäf-

te aufgrund von internationalen Regularien nicht mehr möglich. In 2006 waren wir als internationales Handelshaus weltweit eine der ersten Firmen, die von der deutschen Arzneimittelbehörde ein sogenanntes GMP-Zertifikat erhielten, welches noch heute Bestand hat und unseren Kunden hilft, die BMP als zuverlässigen und innovativen Lieferanten zu approbieren und zu registrieren.

WF: Im Laufe der Jahre ist die Erfahrung und Kompetenz von BMP immer umfangreicher geworden. Was sind heute Ihre großen Stärken?

Henning Nau: Das Verständnis für unterschiedliche Märkte und Kul-



Die B.M.P. Pharma Trading AG handelt international mit Rohstoffen für die Pharmazeutische- und Nahrungsmittelergänzungsindustrie

Die wirklich großen und wichtigen Geschäfte werden entweder 'face to face' in Meetings oder über das Telefon abgeschlossen und nicht über soziale Medien.

turen. Mehr als drei Viertel unserer Produkte, von denen wir etwa die Hälfte nach Lateinamerika verkaufen, beziehen wir im asiatischen Raum. In unserem Unternehmen arbeiten Mitarbeiter, die in der jeweiligen Landessprache mit Herstellern, Lieferanten und Kunden verhandeln. Das gibt unseren Vertragspartnern ein Gefühl von Sicherheit und Vertrauen. Des Weiteren zeichnet sich die BMP durch eine sehr hohe Flexibilität aus. Handel ist Wandel; Bedürfnisse frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren, ist unsere Stärke.

WF: Welche Auswirkungen haben Trends wie die Digitalisierung auf Ihr Geschäft?



B.M.P. Pharma Trading AG

Bornbarch 16
22848 Norderstedt
Deutschland

☎ +49 40 6455680
☎ +49 40 64556868
✉ bmp@bmp.ag
🌐 www.bmp.ag

Henning Nau: So gut wie gar keine.

Unser Geschäft ist immer noch sehr personenbezogen. Es gab und gibt immer wieder Versuche, den Handel von pharmazeutischen Wirkstoffen über E-Commerce-Plattformen abzubilden, bisher aber ohne substanziellen Erfolg. Eine unserer großen Herausforderungen im Unternehmen besteht darin, den jungen Mitarbeitern dieses B2B-Geschäft beizubringen – in einer Welt, die von E-Mail, WhatsApp, Facebook und Instagram dominiert wird. Die wirklich großen und wichtigen Geschäfte werden entweder 'face to face' in Meetings oder über das Telefon abgeschlossen und nicht über soziale Medien.

WF: Welche Vision haben Sie für die Zukunft der BMP?

Henning Nau: Wir möchten 'gesund' weiterwachsen und haben uns die Umsatzmarke von 50 Millionen EUR als Zielvorgabe in den nächsten fünf bis zehn Jahren gesetzt. Dieses wird wahrscheinlich nur durch externes Wachstum möglich sein. Wir sind schon seit längerer Zeit auf der Suche nach möglichen Partnern, die ein weiteres Standbein für die Firmengruppe sein könnten. Bisher sind die Verhandlungen aber immer auf der Zielgeraden gescheitert. Wir möchten für unsere Anleger ein attraktives, kleines Börsenunternehmen sein, welches gute Renditen erwirtschaftet und es weiter attraktiv macht, in unser Unternehmen zu investieren.



Interview mit Falk-Thilo Röbbelen und Ralf A. Johansson, Geschäftsführer
der TAXi-AD GmbH



Taxiwerbung: Immer da, wo viele Menschen sind



TAXi-AD GmbH
Kieler Straße 464-470
22525 Hamburg
☎ +49 40 54887660
🌐 www.taxi-ad.de

SPECIAL WIRTSCHAFT IM NORDEN

Werbung auf Taxen hat viele Vorteile: Sie ist ständig präsent und springt direkt ins Auge. Ein Unternehmen, das auf diesem Gebiet sogar preisgekrönt ist, ist die Hamburger TAXi-AD GmbH, die dafür die digitalen Vorteile nutzt. Welche Möglichkeiten das Unternehmen seinen Kunden bietet und was die Werbung so besonders macht, haben die beiden Geschäftsführer Falk-Thilo Röbbelen und Ralf A. Johansson im Interview verraten.

WF: Herr Johansson, Herr Röbbelen, TAXi-AD macht preisgekrönte Taxiwerbung. 2018 haben Sie beim Deutschen Exzellenzpreis den ersten Platz erreicht – womit haben Sie ihn sich verdient?

Falk-Thilo Röbbelen / Ralf A. Johansson: Mit einer sehr modernen wie letztlich simplen Idee, die die Möglichkeiten der Digitalisierung im städtischen Raum nutzt: Nämlich Werbung auf Taxen mit zwei seitlich ausgerichteten Monitoren, die das Werbemotiv des Kunden nach Ort, Zeit und Wetter ausstrahlen kann. Mit einem integrierten PC und einem Server, auf den die Fahrzeuge zugreifen, erhält der Kunde seine gebuchten Einblendungen durch alle im Netz befindlichen Taxen, die in das Zielgebiet

zu der richtigen Uhrzeit einfahren. Damit wird Taxiwerbung attraktiv für KMU, die vielleicht nur ihre eine Location bewerben wollen.

WF: Einmal auf den Punkt gebracht – was kann Taxiwerbung, was andere Werbemedien nicht oder weniger gut können?

Falk-Thilo Röbbelen: Taxiwerbung war immer schon ein extrem kontaktstarkes Medium, da der Fahrer das gleiche Interesse wie der Werbekunde hat. Er will dort sein, wo viele Menschen sind, um die Chance eines zusteigenden Fahrgasts zu erhöhen. Die flexible Mobilität war also Segen, aber auch Fluch, da nicht vorauszusehen ist, wo das Taxi wann ist. Das haben wir nun bereinigt, da wir davon

ausgehen, dass die Taxen sich so viel bewegen, dass fast jeder Einblendungswunsch erfüllt werden kann. Wenn ich also als Eisdieler in der Osterstraße in Hamburg nur im Umkreis von 1 km um meinen Laden, nur bei Sonnenschein und zwischen 11 und 16 Uhr werben möchte, dann kann ich das buchen und zwar unschlagbar günstig ab 99 EUR monatlich für 200 Einblendungen täglich.

WF: Wenn Sie an besonders erfolgreiche Werbekampagnen denken, welche Taxi-Ads kommen Ihnen in den Sinn?

Ralf A. Johansson: Viele. Jeder Kunde, der wiederkommt, mehrfach bei uns bucht und damit bestätigt, dass seine Kampagne

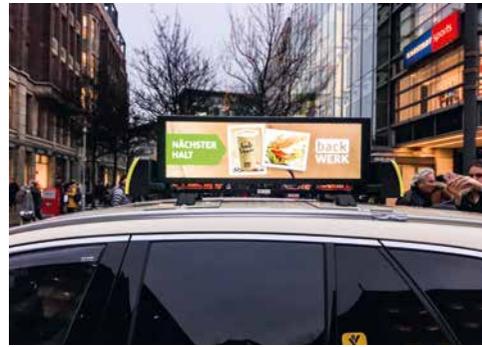
erfolgreich war, ist natürlich auch ein Erfolg für uns. Und hier kann ich diverse nennen, seien es die Hamburger Musicals, seien es erfolgreiche Möbelhäuser wie Möbel Kraft oder Segmüller, sei es Mastercard, Facebook oder die Gelben Seiten. Aber auch digital haben wir schon spannende Kunden, sei es die Messe Frankfurt, die Hamburger Hochbahn, DEKRA oder die großartige Marke Hard Rock Café.

WF: Wie genau funktioniert eigentlich Ihre digitale Taxi-Werbung?

Falk-Thilo Röbbelen: Der Kunde bucht keine Taxen mehr, sondern eine Anzahl Einblendungen täglich, die auf allen Taxen ausgespielt werden, die den Vorgaben des Kunden nach Ort, Zeit und/



Special Solutions: Dank TAXI-AD fährt auch mal ein Kamel auf dem Dach mit



Digitale Dachwerbung: Wenn das Taxi zum Fernsehgerät wird



Kopfstützenwerbung: Das ganze Taxi wird genutzt

oder Wetter entsprechen. Alle Taxen in einem Netz sind mit einem PC mit dem Server verbunden, die sich regelmäßig austauschen. So weiß der Algorithmus, wie viele Einblendungen auf allen Taxen ein Kunde bereits erhalten hat und kann die Prioritäten verschieben. Kunden mit starken Einschränkungen erhalten somit höhere Prioritäten, sodass auch deren Einblendungen erreicht werden.

WF: Wie unterstützen Sie Ihre Kunden dabei, die passende Werbemaßnahme für ihr Produkt oder Event zu finden?

Ralf A. Johansson: Zunächst einmal bieten wir neben den diversen Möglichkeiten moderner und traditioneller Taxiwerbung auch Ambient Medien über die Firma Bewegende Werbung an. Hier hat der Kunde die Auswahl, je nach

Zielgruppe zum Beispiel auf Reinigungsbügeln in Textilreinigungen oder auf Golfplätzen, in Fahrschulen oder in Fitnessstudios zu werben. Alles bundesweit oder zielgenau aussteuerbar. Markenkunden brauchen keine Unterstützung. Sie sind mit ihren Kreativ- und Mediaagenturen gut aufgestellt. Die teilweise sehr kleinen mittelständischen Unternehmen aus Gastronomie und Einzelhandel aber auch kleinere Kanzleien et cetera freuen sich über unsere professionelle Unterstützung bei der Motivwahl. Das wird gerne genutzt.

WF: Herr Röbbelen, neben dem Unternehmertum ist Ihre zweite Leidenschaft das Schreiben. Ihr historischer Roman HAMBURGISIERUNG zeigt das Hamburg um 1936 auf. Wie kam es dazu, dass Sie unter die Autoren gingen und

was ist die Intention und der Inhalt Ihres Buches?

Falk-Thilo Röbbelen: Ich lese selbst gerne und viel – insbesondere auch historische Romane. Dabei fasziniert mich unter anderem die Zeit des Nationalsozialismus, die meine Eltern noch erlebt haben. Immer und immer wieder habe ich mich gefragt, warum konnte es zu dieser Katastrophe kommen. Warum ist ein Volk diesen Verbrechen hinterhergelaufen. Und kann sich Geschichte wiederholen? Und damit auch die Frage: Wie gefährlich sind die heutigen rechtsradikalen Kräfte?

Das Buch beginnt 1936 in Hamburg und begleitet zwei Jungs, Helmut und Hans, der Jude ist. Immer restriktiver werden die Repressionen der Nazis und irgendwann muss sich Helmut entscheiden, ob er in den Widerstand geht,

um Hans zu retten. In einem zweiten Handlungsstrang geht es um die parallele Entwicklung des Radars in England und Deutschland und um eine Kommandoaktion der Engländer, die 1942 versucht haben, ein deutsches Radargerät in Nordfrankreich abzubauen und nach England zu schaffen. All diese Geschichten führen später zusammen.

Die detaillierte Recherche und der korrekt wiedergegebene geschichtliche Hintergrund sind mir dabei sehr wichtig. Ein großartiges Hobby, insbesondere natürlich, wenn das Feedback so positiv ist, wie ich das erlebe. Leider habe ich zu wenig Zeit, um mehr zu schreiben.



Zweites Standbein: Falk-Thilo Röbbelen ist nicht nur Werbe-Profi sondern auch als Autor aktiv



DIE STÄRKEN DES TIEFLOCHBOHRENS

Seit 2011 mit dem eigenen Unternehmen am Markt, aber mit fast 25 Jahren Erfahrung: René Krüger brachte bereits viel Vorwissen in die TiXbo Tiefbohr Center GmbH aus Hamburg mit ein. Heute beschäftigt der Geschäftsführer 30 Mitarbeiter. Über die Vorteile des Tieflochbohrens, die aktuelle wirtschaftliche Lage und die Besonderheiten seines Unternehmens sprach René Krüger im Interview mit Wirtschaftsforum.

Termintreue, Qualität,
Kundenzufriedenheit und
die persönliche Kommunikation mit den
Kunden sind die entscheidenden Kriterien
für das Vertrauen
unserer Kunden in uns und in unsere
Leistungen.



WF: Herr Krüger, wie ist die TiXbo entstanden?

René Krüger: Ich habe bei der Firma IXION 1994 als CNC-Fräser angefangen zu arbeiten und im Anschluss durch einen Abendschul-lehrgang 1996 meinen Industrie-meister absolviert. Danach wurde ich direkt bei der Firma IXION als Meister eingesetzt. Zwei Jahre später bin ich in die Arbeitsvorbereitung gekommen. Weitere berufliche Stationen wie 'Leiter der Arbeitsvorbereitung', 'Fertigungsleiter' sowie 'Betriebsleiter für die Fertigung mit Prokura' folgten daraufhin in meiner Vita.

Die TiXbo wurde 2008 von der Firma IXION abgespalten. Daraufhin habe ich den Betrieb mit sieben Mitarbei-tern 2011 käuflich erworben. Heute sind wir auf dreißig Mitarbeiter ge-wachsen.

WF: Warum vertrauen Unternehmen aus der Medizintechnik, der Auto-mobilindustrie, dem Formenbau und dem Maschinenbau auf Ihre Dienstleistungen?

René Krüger: Termintreue, Qualität, Kundenzufriedenheit und die per-sönliche Kommunikation mit den Kunden sind die entscheidenden

Kriterien für das Vertrauen unserer Kunden in uns und in unsere Lei-stungen.

WF: Welche Vorteile bietet die Tief-bohrbearbeitung im Vergleich mit konventionellen Bohrverfahren?

René Krüger: Wir erreichen beim Tieflochbohren eine bessere Oberflä-che. Der Bohrdurchmesser und die Koaxialität sind beim Tieflochbohren wesentlich besser als beim konven-tionellen Bohren. Zudem ist das Ge-füge wesentlich besser und stabiler als zum Beispiel bei einem Rohr.

WF: Sie haben das Unternehmen 2011 übernommen. Welche Pläne haben Sie für die Zukunft?

René Krüger: Da mein Sohn die Firma übernehmen wird, wird TiXbo weiter ausgebaut. In diesem Jahr ist geplant, noch circa 2.000 m² zusätzlich zu mieten, sodass wir auf etwa 3.500 m² un-sere Dienstleistung 'Tieflochbohren, Drehen und CNC-Fräsen' anbieten können.



WF: Gibt es aktuelle Herausforde-rungen oder Themen, die Sie beson-ders beschäftigen?

René Krüger: Die aktuelle wirtschaft-liche Lage beschäftigt mich sehr. Wir merken bei uns zum Teil das Wegbrechen einiger Branchen. An sich war geplant, noch weitere neue Maschinen zu kaufen. Dieses ruht nun aber vorerst. Was die Zukunft bereithält, muss man sehen, wir von TiXbo sind hierbei jedoch zuversicht-lich.

Durch Tieflochbohren wird eine bessere Oberfläche als beim konventionellen Bohren erreicht



TiXbo Tiefbohr Center GmbH
Jenfelder Straße 30
22045 Hamburg
Deutschland

+49 40 66996763

+49 40 66996798

info@tixbo.de

www.tixbo.biz



Ein beständiger Partner im digitalen Wandel

wobe-systems hilft kleinen und mittelständischen Unternehmen beim Sprung ins digitale Zeitalter. Damit das gelingt, setzen die Kieler auf Lösungskonzepte nach Maß und haben sich damit besonders in der Druckindustrie international einen Namen gemacht. Ihre Kunden begleiten sie von der ersten Beratung bis zur Umsetzung der gemeinsam entwickelten Strategie. Geschäftsführer Oliver Dissars sprach mit Wirtschaftsforum über Open Source, branchenübergreifende Zusammenarbeit und wobes Engagement in der IT-Forschung.

WF: Herr Dissars, die Digitalisierung stellt insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen in Deutschland vor eine große Herausforderung. Wie können Sie Ihre Kunden bei der Lösung unternehmensspezifischer Problemstellungen unterstützen?

Oliver Dissars: Digitaler Wandel umfasst mehr als nur Software und Hardware. Genauso wichtig sind Strategie, Planung, Arbeitsweise und

Arbeitskultur in den Unternehmen. Für uns stehen daher die Klarheit der Aufgabe und die gemeinsame Strategie für die Entwicklung, konsequente Umsetzung und Einführung ganz vorne an. Um eine auf spezifische Bedürfnisse zugeschnittene Lösung agil entwickeln zu können und sie mit dem Kunden sowie Part-

Oliver Dissars (wobe-systems), Jana Avagyan (Wirtschaftsförderung Schleswig-Holstein), Wolfgang Bär (wobe-systems) auf der hub.berlin 2019 (v.li.)



nen erfolgreich ins Unternehmen zu integrieren, beginnen wir unsere Arbeit mit Bedarfsermittlung und Bestandsanalyse beim Kunden.

WF: Schon lange, bevor 'Industrie 4.0' in aller Munde war, hat wobe-systems Unternehmen auf dem Weg in die industrielle Automatisierung begleitet. Für welche Branchen sind Ihre Anwendungen besonders interessant und warum?

Oliver Dissars: Seit nunmehr 20 Jahren ist wobe-systems für die Automatisierung der Druckindustrie, speziell des Zeitungsdrucks, international bekannt. Digital organisierte Arbeitsprozesse und die autonome Abarbeitung kommen dem '4.0-Gedanken' dort schon seit Langem sehr nahe. Automatisiertes Seitenmanagement und die komplette Ressourcenplanung sowie ein umfassendes Monitoring über den ganzen Arbeitsprozess ergänzen diese Leistungen, um die heute kein modernes Unternehmen mehr herunkommt. Doch Branchen stellen heute keine Grenzen mehr dar. Zurzeit entwickeln wir beispielsweise eine Kollaborationsplattform für die unternehmensweite Zusammenarbeit.

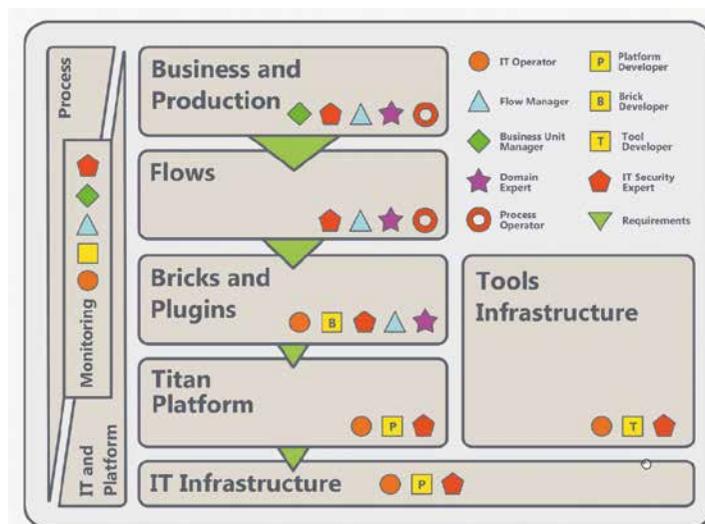
WF: Warum setzt man bei wobe-systems auf Open Source-Produkte?

Oliver Dissars: Das Verbundensein mit den weltweit besten Programmierern, der Zugriff auf ein breit verteiltes Wissen sowie die verfügbaren Ressourcen halten professionelle Open Source-Software immer auf dem aktuellen Stand und sorgen für kostengünstige, transparente

und sichere Lösungen für unsere Kunden. Und so war es für uns auch die folgerichtige Entscheidung, das neue Titan-Softwareprojekt mit unseren Partnern als Open Source-Plattform anzulegen. Das Open Source-Prinzip gibt außerdem Sicherheit. Es wirkt dem sogenannten Vendor-Lock-In entgegen. Das heißt, es vermeidet die Abhängigkeit von einem Lieferanten, das ist gerade für KMU ein wichtiger Aspekt. Zentrale Systeme kann man ja nicht ständig ersetzen.

WF: Sie setzen sich für den Wissens-

Schlüsselement. Nur wenn wir als Softwareentwickler selbst wissen, was Konnektivität, Skalierbarkeit und weltweite Zusammenarbeit über Plattformen bedeuten und diese auch leben, können wir aktuelle Trends nachhaltig für unsere Kunden nutzen. Mit der CAU Kiel verbindet uns eine schöne Tradition von Wissensaustausch und Zusammenarbeit bei gemeinsamen Entwicklungsprojekten, wie zum Beispiel das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderte Projekt 'Titan Industrial DevOps'. Dass der Austausch sich bewährt, zeigt



Titan Rollenmodell – Industrial DevOps Forschungsprojekt
(www.industrial-devops.org)

austausch über zeitgemäße Softwareentwicklung ein, zum Beispiel im Rahmen Ihrer Zusammenarbeit mit der Christian-Albrechts-Universität (CAU) Kiel. Warum sind Kooperationen wichtig und worin besteht Ihr Engagement?

Oliver Dissars: Digitalisierung ist ein globales Thema. Um wettbewerbsfähig am Standort Kiel zu sein, ist für uns der aktive Austausch mit der Forschung ein wesentliches

zum Beispiel die Vielzahl von Studenten, die bei uns ihre Abschlussarbeiten machen. So funktioniert der Transfer von Arbeit und Forschungsergebnissen fast von allein und alle Partner können davon profitieren. Natürlich ist die CAU auch ein guter Ort, um potenzielle neue Mitarbeiter kennenzulernen.

WF: In der IT-Branche ist ständiger Wandel an der Tagesordnung. Wie schaffen Sie es als Unternehmen,



mit den Veränderungen Schritt zu halten und sie zu Ihrem Vorteil zu nutzen?

Oliver Dissars: Wer in unserer Branche aufhört, sich fortzuentwickeln, ist tot. Doch durch Aufgabenteilung, gezielte Weiterbildung und den Einsatz moderner Methoden in der Softwareentwicklung motivieren wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tagtäglich und bieten unseren weltweit ansässigen Kunden eine hohe Verlässlichkeit. Nach 20 Jahren kontinuierlicher Arbeit wird wobe-systems als ein beständiger Partner, der zu begleiten weiß, geschätzt. Die nächsten Herausforderungen sehen wir beim Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) und Augmented Reality (AR). Darüber berichte ich dann beim nächsten Mal.

wobe-systems GmbH
Wittland 2-4
24109 Kiel
Deutschland

☎ +49 431 38216500

☎ +49 431 38216599

✉ info@wobe-systems.com

🌐 www.wobe-systems.com

Fortschritt ist weitergeführte Tradition

Der Ingenieur Hans Skodock war ein Pionier seiner Branche. Mit der Entwicklung eines patentierten Verfahrens, das es ermöglichte, Metallschläuche flexibel zu gestalten, legte er den Grundstein für das heutige Unternehmen. Die von ihm 1930 gegründete Hans Skodock Metallwarenfabrik blieb bis Juli 1997, als der Bremer Investor Joachim Armerding das Unternehmen akquirierte, im Familienbesitz.

SPECIAL WIRTSCHAFT IM NORDEN

Mit dem Pioniergeist des Erfinders hat das Unternehmen die Entwicklung der Spezialverbindungselemente aus Metall immer wieder entscheidend vorangetrieben. Die Erfindung des ersten maschinell hergestellten, parallel gewellten Metallschlauches ist untrennbar mit dem Namen Hans Skodock verbunden. Im Jahr 1929 meldete der Ingenieur ein Verfahren und eine Maschine für die Herstellung gewellter Rohre zum Patent an. Grundlage des neuen Verfahrens war ein kaltformgebender Roll-Stauchprozess, mit

Die Hans Skodock Metallwarenfabrik blieb bis 2007, als der Bremer Investor Joachim Armerding das Unternehmen akquirierte, im Familienbesitz.

INVESTITION IN DIE ZUKUNFT

Mit der Reorganisation der SKODOCK Gruppe setzte der Bremer Investor Joachim Armerding im Jahre 1997 einen entscheidenden unternehmerischen Impuls für eine wachstumsorientierte Strategie. Heute verfügt die SKODOCK Grup-

pe heute gemeinsam mit Uwe Dirk Raskopf die Geschäftsführung inne. Ein kompetenter Vertrieb und erfahrene Ingenieure sichern auf der Basis eines modernen, leistungsfähigen Maschinenparks die neue Dynamik der neu aufgestellten SKODOCK Gruppe, die ein Ziel fest im Blick hat: Höchste Zufriedenheit der Kunden!

VIELFÄLTIGE TECHNOLOGIEN

Metallkompensatoren bieten der Industrie ein faszinierendes Spektrum an Möglichkeiten. Aufgrund ihrer einzigartigen Eigenschaften nehmen sie in der Leitungstechnik eine Schlüsselstellung ein. Die SKODOCK Gruppe hat die Entwicklung zum Hightech-Produkt wesentlich mitgeprägt. Seit mehr als 85 Jahren ist SKODOCK ein Spezialist für flexible Leitungsverbindungen jeder Art. Ingenieure und Techniker beraten

die Kunden unverbindlich bei der Anwendung solcher Bauteile und helfen bei der Projektierung von Leitungssystemen.

Metallbälge der SKODOCK Gruppe sind ein hochflexibles Maschinenelement. Ihre vielfältigen Einsatzmöglichkeiten nutzen Konstrukteure auf den unterschiedlichsten Gebieten der modernen Technik. Die hervorragende Flexibilität macht Metallbälge von SKODOCK und ELASTEFLX zum international bewährten Konstruktionselement. Als Druck / Weg- oder Temperatur / Wegwandler in der Mess- und Regelungstechnik sind sie ebenso gefragt wie als wartungsfreie hermetische Abdichtung von Ventilspindeln. Sie sorgen für winkelfehlerfrei übertragene Kupplung rotierender Wellen oder dienen als raumbewegliche Leitungsverbindung in Apparaten und Aggregaten sowie als fernsteuerbares, pneumatisches oder

Dem Gedanken des Familienunternehmens sind wir noch immer verbunden.

dem sich Welle für Welle einzeln und präzise formen ließ. Auf diese Weise wurde eine bis dato nicht gekannte Gleichmäßigkeit und Biegegeschwelligkeit erreicht.

pe über leistungsfähige Betriebsstätten in Garbsen/Deutschland und Lysice/Tschechien und beschäftigt insgesamt 220 Mitarbeiter. Dessen Neffe Thorsten Armerding



Gut verbunden: Die Anschlusssteile finden in den unterschiedlichsten Anwendungen Verwendung



Produkte mit Power: Flexible Metallbälge werden unter anderem in Kraftwerken und alternativen Energiekonzepten eingesetzt



Die tschechische Betriebsstätte der SKODOCK Gruppe in Lysice

hydraulisches Betätigungselement. Als hermetische, bewegliche Abdichtung von Durchführungen zu Räumen mit beispielsweise radioaktiver Atmosphäre oder im Hochvakuum.

KOMPENSATOREN BIETEN DAS KOMPLETTE SPEKTRUM

SKODOCK und ELASTEFLEX bieten das komplette Spektrum an

tallkompensatoren von SKODOCK und ELASTEFLEX erfüllen diese Ausgleichsfunktion mit absoluter Zuverlässigkeit. Das Grundelement eines Kompensators ist der mehrwellige Edelstahlbalg, der je nach Bautyp ein-, zwei- oder mehrfach vorhanden ist. Je nach Einsatzort und geforderter Auslegung des Kompensatorsystems können ein-, doppel- oder vielwandige Metallbälge zur Anwendung kommen.

Wir haben unterschiedlichste Kräfte, von ungelerten bis zu Fachkräften. All diese Talente machen uns zu dem, was wir heute sind. Dafür schätzen wir jeden Einzelnen.

Kompensatoren mit Bälgen aus Edelstahl und Sonderwerkstoffen. Die zuverlässige Qualität dieser Komponenten ist weltweit gefragt. Wo Rohrleitungen, Maschinen und Apparate gebaut werden, können Längenausdehnungen, seitliche Verschiebungen und Schwingungen durch Kompensatoren ausgeglichen werden. Me-

METALLSCHLÄUCHE DER SKODOCK-GRUPPE – QUALITÄT, DIE VERBINDET

Metallschläuche der SKODOCK Gruppe haben sich international zigtausendfach bewährt – auch unter extremsten Betriebsbedingungen. Die größten Anwendungs-

gebiete finden sich bei Holzpressen und in der Pressenindustrie. Metallschläuche werden von nahezu allen bedeutenden Industriezweigen benötigt. Innerhalb dieser Branchen gibt es zahlreiche sensible Anwendungsgebiete, wie zum Beispiel in Raffinerien oder auf Öltankern, wo der Sicherheitsaspekt eine besonders große Rolle spielt. Die Produkte, die hier zum Einsatz kommen, müssen für kompromisslose Qualität und absolute Sicherheit bürgen. Auch extrem hohe Drücke, aggressivste Medien und starke mechanische Beanspruchungen dürfen keinerlei Probleme aufwerfen.

VOM ROHR ZUM KOMPENSATOR

Auch die Herstellungsverfahren spielen in der wirtschaftlichen Fertigung von Metallbälgen eine zentrale Rolle. Über vorhandene Werkzeuge lassen sich mit ihnen diverse Abmessungen festlegen.

ALLES NACH WUNSCH

Realisiert werden die Anwendungen entweder projektbezogen, das heißt individuell nach Kundenvorgaben, wobei auch Entwicklungsaufgaben geleistet werden, oder auftragsspezifisch nach Kundenzeichnungen. „Da wir in ganz unterschiedlichen Branchen und Anwendungen aktiv sind, können wir Marktschwankungen einfach auffangen“, sagt Thorsten Armerding. Einen weiteren Vorteil sieht er in der Vielfalt von Technologien, die Skodock anbieten kann, und die es ermöglicht, individuell auf



Die beiden Geschäftsführer Thorsten Armerding sowie...



... Uwe Dirk Raskopf

SKODOCK 

Skodock Verwaltungs- und Vertriebs-GmbH
Heinrich-Nordhoff-Ring 2
30826 Garbsen
Deutschland

☎ +49 5131 4450
☎ +49 5131 445500

✉ info@skodock.de
🌐 www.skodock.de



Der Firmensitz des Unternehmens im niedersächsischen Garbsen

kundenspezifische Anforderungen einzugehen. Produziert werden auch kleine und kleinste Serien. Durch unsere zwei Standorte können wir außerdem ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis bieten“, fügt der Geschäftsführer hinzu. Nicht nur in Deutschland, auch im europäischen Ausland, insbesondere in Osteuropa, ist Skodock aktiv. Der Exportanteil beträgt 20%. „Wir haben in der Branche einen guten Ruf. Es gibt Wettbewerber, die deutlich größer sind als wir. Die sind aber nicht so aktiv im Austausch mit Kunden“, stellt Thorsten Armerding klar.

SCHLANKE PROZESSE, BREITE LEISTUNGEN

Die Digitalisierung ist für das Unternehmen insbesondere in der Werkzeugsteuerung von Bedeutung. Zu den Themen der Zukunft zählt Dirk Raskopf daneben die Automatisierung. „Wir haben Spezialisten für das Lean Management und versuchen, unsere Prozesse ständig schlanker zu gestalten.“

Auch im Leistungsspektrum werde man sich weiterentwickeln: „Vermehrt bekommen wir Anfragen von Kunden, die nicht nur Bälge wünschen, sondern die komplette Lösung. Daher werden wir verstärkt Anschlussteile beziehen und assemblieren oder selbst herstellen. So können wir unsere Wertschöpfungskette ausbauen und komplette Baugruppen mit Mehrwert bieten.“ Dass die Mitarbeiter weiterhin im Fokus der Unternehmensführung stehen, ist für die Geschäftsführer keine Frage. Thorsten Armerding erläutert: „Es ist für uns wichtig, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein. Die Mitarbeiter sind teilweise seit 40 Jahren bei uns und haben die Möglichkeit, ihre Kinder ins Unternehmen zu holen. Das entspricht dem Gedanken des Familienunternehmens, dem wir noch immer verbunden sind.“





Für einen Kaffeeröster hat Eiskalt Sauber das gebogene Rohr blitzblank gereinigt



An dieser Fassade wird der Unterschied zwischen gereinigter und verschmutzter Fläche direkt sichtbar



Der mit Kalk verdreckte Waggon bekommt durch die Trockeneisreinigung sein altes Gesicht zurück

So sauber war's noch nie

Die Referenzliste liest sich wie das Who's Who der Industrie, und die Großen der deutschen Wirtschaft, darunter illustre Namen wie Daimler, Deutsche Bahn, Siemens und BASF oder Miele, Ritter Sport und Kühne, nehmen die Dienstleistungen der Eiskalt Sauber GmbH in Anspruch. Innerhalb von 20 Jahren ist das Unternehmen mit der Trockeneisreinigung zur führenden Adresse bei der Reinigung von Produktionsanlagen, Gebäuden und Werkstücken aufgestiegen.

„Spektakulär sind Aufträge wie die Reinigung einer Druckmaschine für MAN in China. Dafür wurde unser Team speziell mit einer Cargo-Maschine eingeflogen. Im finnischen Olkiluoto haben wir für das größte Atomkraftwerk der Welt Balcke-Dürr-Wasserabscheider gereinigt“, erklärt Geschäftsführer Friedhelm Osada, der das Unternehmen 1999 gründete. Friedhelm Osada war von den Möglichkeiten der Trockeneisreinigung so begeistert, dass er sich nach einer Karriere als Konzertveranstalter der Trockeneisreinigung verschrieb. „Anfangs mussten wir viel Überzeugungsarbeit leisten, aber uns kam zugute, dass die Automobilindustrie brummte, Werkstücke ständig im Einsatz waren und einer ständigen Reinigung und Wartung bedurften, um ihre Funktionsfähigkeit, Qualität und Lebensdauer zu

gewährleisten. Wir konnten zeigen, welche Vorteile die Trockeneisreinigung hat und gewannen so allmählich einen immer größeren Kreis an Stammkunden.“ Die Reinigung mit Trockeneis kostet weniger, schont die Oberflächen der Maschinen, Fassaden oder anderer zu reinigender Flächen und macht auch in schwierigen Bereichen, in die man sonst kaum gelangt, alles blitzblank sauber. „Das Trockeneis trifft auf die Schmutzschicht auf, diese wird tief unterkühlt, schrumpft und bekommt Risse. Das Trockeneis

Unsere Kunden gehören oftmals zu den Top 10 ihrer Branche. Das muss ja einen Grund haben.

wird durch den Aufprall gasförmig, vergrößert sein Volumen und sprengt die Schmutzschicht – und das gelingt auch schadensfrei bei weichen Untergründen“, erklärt Friedhelm Osada den Reinigungsprozess. „Das Gas geht zurück in die Atmosphäre, nur die Rückstände müssen entsorgt werden.“

ALTERNATIVLOS SAUBER

Bei der Reinigung einer Fassade beispielsweise muss nichts als die abgestrahlte Farbe entsorgt werden. Es fallen ausschließlich Farbpartikel ab – im Gegensatz zum Sand- oder Wasserstrahlen. So zum Beispiel geschehen bei der Reinigung der denkmalgeschützten Ziegelfassade der TU Hamburg-Harburg. „An Maschinen gibt es als Alternative nur die manuelle Reinigung, aber

die ist an relevanten Stellen ohne Teilerlegung nicht möglich“, so Friedhelm Osada. Eiskalt Sauber möchte die erfolgreiche Arbeit fortführen und seine technische Möglichkeiten weiterhin konsequent weiterentwickeln.



Eiskalt Sauber GmbH
Poststraße 14
20354 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 83509073
☎ +49 40 83509074

✉ info@eiskaltsauber.de

🌐 www.eiskaltsauber.de

Fahrzeuge, die es in sich haben

Katastrophenschutz ist ohne speziell ausgestattete Fahrzeuge undenkbar. Das Familienunternehmen FREYTAG Karosseriebau GmbH & Co. KG steht seit 1890 für Tradition, Erfahrung und Kompetenz im Bereich Nutzfahrzeugkarosserie- und Sonderfahrzeugbau. Im niedersächsischen Elze fertigt es Fahrzeuge, die Rettungskräften und anderen Institutionen die Arbeit erleichtern oder gar erst ermöglichen. Feuerwehr, Deutsches Rotes Kreuz, Technisches Hilfswerk und Bundeswehr setzen seit vielen Jahren auf die 'Alleskönner' aus Elze.

SPECIAL WIRTSCHAFT IM NORDEN



Medizintechnik auf Rädern: Mammografie ist mit den Sattelaufliegern auch mobil möglich



Alles im Blick: Für die Bundeswehr stellt FREYTAG seit vielen Jahren spezielle Einsatzfahrzeuge her



Fahrzeuge, die Leben retten: Bei der Ausstattung von Rettungsfahrzeugen ist jedes Detail wichtig

Angefangen hat alles mit Sattelaufliegern für das Mammografie-Screening. Der Bereich Medizintechnik ist auch heute noch Teil des Geschäfts. So baute FREYTAG 2017 im Rahmen der Flüchtlingsthematik für das Deutsche Rote Kreuz mobile Arztpraxen, die nun in ganz Deutschland im Einsatz sind. Viele Groß- und Serienaufträge, neuerdings auch Einzelaufträge, für Gerätewagen mit Logistik erhält das Familienunternehmen von der Feuerwehr oder von Kommunen. Für das Technische Hilfswerk ist es einer der größten Fahrzeuglieferanten. „Wir bekommen das Fahrgestell geliefert und bauen entsprechend den Anforderungen die Ausstattung ein – zum Beispiel Plane, Spiegel und

Aufbauten oder Kofferaufbauten und Blaulicht. Gefertigt wird immer individuell nach Kundenwunsch. Standardprodukte gibt es bei uns nicht“, erklärt Victoria Thies, verantwortlich für die Abteilung Ver-

trieb. Vor 26 Jahren hat ihr Vater Heinrich Thies das Unternehmen, das damals noch ein relativ kleiner Karosseriebaubetrieb war, gekauft. Seit einem Jahr, nach Abschluss ihres Masterstudiums, ist auch sie fest dabei und soll die Firma einmal übernehmen. In den Händen der Familie Thies ist das Unterneh-

men stetig gewachsen. „Wir haben mit einer Halle angefangen, inzwischen sind es neun“, berichtet Victoria Thies. Mit 75 Mitarbeitern erwirtschaftet FREYTAG einen Jahresumsatz von 21 Millionen EUR

und hat sich in Deutschland im Bereich Katastrophenschutz ganz vorn am Markt etabliert.

DIGITAL ORIENTIERT

Gefertigt wird bei FREYTAG komplett inhouse. Werden Spezialteile wie etwa Laserteile benötigt, setzt

das Unternehmen auf die Zusammenarbeit mit regionalen Firmen. „Die Herausforderungen bestehen darin, viele Komponenten zusammenzubringen und die Ideen umzusetzen“, sagt Victoria Thies. Die Firma ist bekannt für ihr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, ergänzt sie: „Da wir selbst fertigen, haben wir die Qualität unter Kontrolle. Unsere Reklamationsquote geht gegen null.“ Dank der langjährigen Erfahrung mit den Kunden weiß man genau, was sie benötigen – das gilt vor allem für die Bundeswehr. Für sie hat Heinrich Thies ein Fahrzeug, den 'Widder' mitentwickelt, das mit einem Führungsinformationssystem ausgestattet ist. Die Juniorchefin erklärt: „Früher ist die Bundeswehr mit

Da wir selbst fertigen, haben wir die Qualität unter Kontrolle. Unsere Reklamationsquote geht gegen null.



Nichts kommt 'von der Stange': Gerätewagen für den Hochwasserschutz

Karten losgezogen. Heute läuft alles digital – auch die Standortmeldung und der Funk für die aufklärende Truppe. Generell setzt sich mehr und mehr die Digitalisierung durch, zum Beispiel in Form der SPS-Steuerung, mit der Fernwartungen möglich sind.

VOLLE BÜCHER

Dank einer gewonnenen Ausschreibung konnte FREYTAG 2018 für das Land Nordrhein-Westfalen neue Fahrzeuge auf den Markt bringen. „Die Betreuungskombis werden im Katastrophenfall, etwa einer Bombenräumung, eingesetzt, um zum Beispiel Bewohner aus Altenheimen abholen zu können“, erläutert Victoria Thies. Für



Das Notensatzfahrzeug ist für schnelle Hilfe vor Ort bestens ausgestattet



Gleich im Großauftrag: Gerätewagen-Logistik

die nächsten fünf Jahre sei die Firma bereits gut ausgelastet. Da Aufträge über Ausschreibungen vergeben werden und es dabei um

**Gehandelt wird nach dem Grundsatz unseres Firmenleit-
spruchs 'Wo kein Weg ist, da bahnen wir ihn uns'.**

die Herstellung von Serien geht, ist FREYTAG deutschlandweit tätig. Den Erfolg führt die Verkaufsleiterin zu einem großen Teil auf das „unglaubliche Engagement“ ihrer Eltern zurück. „Gehandelt wird nach dem Grundsatz unseres Firmenleiterspruchs 'Wo kein Weg ist, da bahnen wir ihn uns' (Aut inveniam viam aut faciam).“ Einen großen Beitrag leisteten jedoch auch die engagierten Mitarbeiter,

betont sie. Viele von ihnen sind schon lange im Betrieb. „Der Fachkräftemangel ist aber auch bei uns angekommen. Wir suchen

intensiv nach Elektrikern.“ Junge Leute interessierten sich durchaus für ihren Bereich, berichtet sie weiter. Ihnen bietet das Unternehmen auch Ausbildungsstellen an.

WEITER WACHSEN

Bekannt ist FREYTAG ohnehin. Dennoch präsentiert sich das Unternehmen regelmäßig auf Messen wie der RETTmobil in Fulda oder



FREYTAG ist einer der größten Fahrzeuglieferanten für das Technische Hilfswerk

der INTERSCHUTZ in Hannover. Im Social Media-Bereich werde weiter 'aufgerüstet', so die Juniorchefin. Dank der guten Ausgangslage klingt ihre Vision recht bescheiden: „Wir wollen die Firma so weiterführen wie bisher und einige zusätzliche Mitarbeiter einstellen.“ Wachstum ist allerdings durchaus gewollt. So kündigt sie an: „Wir wollen auch in den Bereich Löschfahrzeuge vordringen.“ 2019 soll eine weitere Halle für die Logistik gebaut werden. Eine zusätzliche Produktionshalle wird möglicherweise innerhalb der nächsten drei Jahre entstehen.



Für den 'Widder' mit Führungsinformationssystem wurde der VW T6 umgebaut

**FREYTAG Karosseriebau
GmbH & Co. KG**

Wernher-von-Braun-Straße 3-4
31008 Elze
Deutschland

☎ +49 5068 756250

☎ +49 5068 7562555

✉ info@freytag-karosseriebau.de

🌐 www.freytag-karosseriebau.de



Interview mit Andreas Rainer, Geschäftsführer
der A-Z GartenHaus GmbH



Platz zum Wohlfühlen ist in der kleinsten Hütte

Ein Fass aufmachen und einfach entspannen: Die Fasssauna ist ein echter Hingucker

Haben Sie schon einmal von einer eigenen kleinen Wohlfühlwelt im heimischen Garten geträumt? Mit der A-Z GartenHaus GmbH aus Hamburg, dem Fachbetrieb für Premiumgärten, Saunen und vieles mehr rund um Haus und Garten, muss das kein Traum bleiben: beraten lassen, bestellen, aufbauen, einrichten – und das Gartenhaus wird zum zweiten Zuhause. Als Pionier seiner Branche im Onlinefachhandel beweist das Unternehmen, dass Nähe zum Kunden auch aus der Ferne möglich ist.

Als GartenHaus 2002 als Start-Up gegründet wurde, war bereits erkennbar, dass der Fachhandel unter dem Druck des Onlinegeschäfts litt. „Händler sind auch aufgrund von Generationswechseln ausgestorben. Dadurch sind die Nahversorgung und das Angebot an Fachberatung weggebrochen“, erklärt Andreas Rainer, der seit drei Jahren Geschäftsführer bei GartenHaus ist. Er ergänzt: „Wir haben erkannt, dass der Bedarf an Fachexpertise weiterhin da ist, sich aber das Konzept geändert hat.“ Daraus entstand die Geschäftsidee, die Fachhandelskompetenz mit einem digitalen Geschäft zu kombinieren, bei ständiger und grenzenloser Verfügbarkeit der

Wir bauen die schönsten Plätze Deutschlands. Kunden schicken uns Fotos von ihren liebevoll eingerichteten Gärten. Da ist sehr viel Emotionalität dabei.

Produkte. Die Gründer kamen aus der Holzbranche und brachten entsprechendes Fachwissen mit. Zunächst bauten sie vor allem Gartenhäuser auf. Alte Lauben, die abgebaut wurden, verkauften sie bei Ebay und stellten fest, dass es dort einen Markt gab. So wurde ein paar Jahre nach der Gründung der erste eigene Shop programmiert. „Das Unternehmen musste mit geringem Kapital wirtschaften und von Anfang an entsprechend profitabel sein. Nach fünf bis

sechs Jahren entschloss man sich, einen Professionalisierungsschritt einzuleiten“, sagt Andreas Rainer. Zu diesem Zeitpunkt stieß er über seine damalige Tätigkeit für eine Unternehmensberatung dazu.

ONLINE MEHRWERT

Inzwischen ist die Firma im Gartenhaus- und Saunabereich Marktführer in Deutschland, Österreich und der Schweiz und verkauft in weitere Länder. Sortimente wie

Zäune oder Kinderspielgeräte sollen zukünftig stärker ausgebaut werden. Mit über 40 Mitarbeitern erwirtschaftet GartenHaus einen Jahresumsatz von 25 Millionen EUR und verzeichnet dabei ein Wachstum von jährlich 20 bis 30%. 100 Millionen EUR sind das Ziel. Auf die im September 2018 gestartete neue Internetseite ist man im Unternehmen besonders stolz, berichtet der Geschäftsführer: „Sie ist hochmodern und kann mit allen internationalen Wettbewerbern mithalten.“ In ganz Europa verfügt GartenHaus mit seinen über 50.000 Artikeln über das größte Sortiment. Auf einem großen Ausstellungsgelände in der Nähe von Ingolstadt können sich



Der Trend geht zum Zweithaus:
Im eigenen Garten wohnt es
sich besonders schön



die Kunden Gartenhäuser in natura ansehen. „Wir möchten unseren Kunden guten Service und beste Qualität zu attraktiven Preisen bieten und haben uns bewusst gegen eine breite Streuung von Offline-Präsenzen entschieden. Mit unserem digitalen Geschäftsmodell können wir einen größeren Wert bieten. Woanders bekommen Kunden keine bessere Beratung als bei unserer Telefonberatung. Schließlich verkaufen wir pro Jahr 15.000 bis 20.000 Gartenhäuser“, hebt Andreas Rainer hervor. Vertrauen wird bei GartenHaus großgeschrie-

ben – immerhin handele es sich um Investitionsgüter, die verkauft werden. „Mehr als 100.000 Großprodukte stehen allein in Deutschland bei zufriedenen Kunden“, betont er. Bereits mehrfach wurde das Unternehmen als bester Onlineshop für Haus und Garten ausgezeichnet. Für Andreas Rainer zählt aber noch mehr: „Wir bauen die schönsten Plätze Deutschlands. Kunden schicken uns Fotos von ihren liebevoll eingerichteten Gartenhäusern. Da ist sehr viel Emotionalität dabei.“



Die größte Auswahl hat der Marktführer: Über 50.000 Artikel umfasst das Sortiment, darunter mehr als 2.000 Garten- und Gerätehäuser

GartenHaus GmbH

A-Z GartenHaus GmbH
Bahrenfelder Chaussee 49,
Haus B
22761 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 537997850

☎ +49 40 537997899

✉ info@gartenhaus-gmbh.de

🌐 www.gartenhaus-gmbh.de

AUSGEZEICHNETER ARBEITGEBER

Eine weitere Auszeichnung macht ihn ebenfalls stolz: „Mehrmals hintereinander wurden wir zu einem der besten Arbeitgeber Hamburgs gekürt.“ Das Unternehmen, das Mitglied im Netzwerk 'Vereinbarkeit von Beruf und Familie' ist, bietet neben flexiblen Arbeitszeiten eine offene, antiautoritäre und wenig hierarchische Struktur sowie ein kollegiales Umfeld, „in dem jeder so sein kann,

wie er möchte“, so Andreas Rainer. Ein 'Social Team' organisiert regelmäßig Mitarbeiter-Events wie Frühstücke und einmal im Monat ein Treffen am Abend. „Unsere Mitarbeiter sind im Schnitt Anfang 30. Wir sind ein junger dynamischer Mittelstand“, konstatiert der Geschäftsführer und stellt klar: „Wir haben das Konzept des Fachhandels in das digitale Zeitalter überführt. Und das leben wir mit ganzem Herzen. Es ist das, was uns hier antreibt.“

Messeausblick 2019

27. - 29. Juli 2019 - Hamburg

nordstil - Regionale Ordertage Hamburg

11. - 15. September 2019 – Neumünster

NORDBAU – Norddeutschlands größte Bau-Fachmesse

02. - 03. September 2019 – Bad Segeberg

Segeberger Immobilien-Tage – Fachmesse für Bauen und Immobilien

16. - 21. September 2019 – Hannover

EMO Hannover - Weltleitmesse der Metallbearbeitung

14. - 22. September 2019 – Bremen

Hanse Life – Einkaufs- und Erlebnismesse

26. - 27. September 2019 – Hamburg

Mediale – Der Fach-Medienkongress des Nordens

02. Oktober 2019 – Hamburg

23. Job- & Weiterbildungsmesse – Hamburger Messe für Beruf und Weiterbildung

18. - 20. Oktober 2019 - Schwerin

HANDWERK- Mecklenburger Fachmesse des Handwerks

22. Oktober 2019 – Hamburg

B2B Nord – Deutschlands größte regionale Wirtschaftsmesse

08. - 10. November 2019 – Bremen

ReiseLust & Caravan – Reise- und Urlaubsmesse im Norden

17. - 20. November 2019 – Rostock

GastRo – Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie



Kontakte

MJ Beteiligungs GmbH

Heidlohstraße 2b
22459 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 30 20 80 9 0
☎ +49 40 30 20 80 9 29
✉ info@mj-beteiligung.de
🌐 www.mj-beteiligung.de

Barclaycard Arena Anschutz Entertainment Group Arena Hamburg GmbH

Sylvesterallee 10
22525 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 80602080
(Tickethotline)
☎ +49 40 88163163

✉ info@barclaycard-arena.de
🌐 www.barclaycard-arena.de

HAM Hotelbetriebs- gesellschaft mbH

Auf dem Hohen Ufer 25
26160 Bad Zwischenahn
Deutschland

☎ +49 4403 9400
☎ +49 4403 940300

✉ hotel@hausammeer.de
🌐 www.hausammeer.de

B.M.P. Pharma Trading AG

Bornbarch 16
22848 Norderstedt
Deutschland

☎ +49 40 6455680
☎ +49 40 64556868

✉ bmp@bmp.ag
🌐 www.bmp.ag

TAXi-AD GmbH

Kieler Straße 464-470
22525 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 54887660
✉ info@taxi-ad.de
🌐 www.taxi-ad.de

TiXbo Tiefbohr Center GmbH

Jenfelder Straße 30
22045 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 66996763
☎ +49 40 66996798

✉ info@tixbo.de
🌐 www.tixbo.biz

wobe-systems GmbH

Wittland 2-4
24109 Kiel
Deutschland

☎ +49 431 38216500
☎ +49 431 38216599

✉ info@wobe-systems.com
🌐 www.wobe-systems.com

Skodock Verwaltungs- und Vertriebs-GmbH

Heinrich-Nordhoff-Ring 2
30826 Garbsen
Deutschland

☎ +49 5131 4450
☎ +49 5131 445500

✉ info@skodock.de
🌐 www.skodock.de

Eiskalt Sauber GmbH

Poststraße 14
20354 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 83509073
☎ +49 40 83509074

✉ info@eiskaltsauber.de
🌐 www.eiskaltsauber.de

FREYTAG Karosseriebau GmbH & Co. KG

Wernher-von-Braun-Straße 3-4
31008 Elze
Deutschland

☎ +49 5068 756250
☎ +49 5068 7562555

✉ info@freytag-karosseriebau.de
🌐 www.freytag-karosseriebau.de

A-Z GartenHaus GmbH

Bahrenfelder Chaussee 49,
Haus B
22761 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 537997850
☎ +49 40 537997899

✉ info@gartenhaus-gmbh.de
🌐 www.gartenhaus-gmbh.de



**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

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

Redaktion:

Sassestraße 14
48431 Rheine
Deutschland
Tel.: +49 5971 92164-0
Fax: +49 5971 92164-838
info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann

YOU CAN'T ~~X~~ GUARANTEE AN



AUFSTIEG!

PLAYOFFS 2019

www.hamburgtowers.de