Starker Mittelstand

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Interview:
„Auch in Europa können wir KI-Lösungen entwickeln!“
Michael Neidhöfer, Geschäftsführer der ZREALITY GmbH, Seite 18

Unsere Leseempfehlung:
› Interview mit **Dr. Christoph Franzke, Geschäftsführer der ALBA Berlin GmbH,** Seite 14
› Interview mit **Dr. Simone Vogel, Geschäftsführerin der Contrucky GmbH,** Seite 11

Starker Mittelstand

04
Thorsten Cammann,
geschäftsführender Gesellschafter
der CH Oleochemicals GmbH

06
Julian Tröger,
Geschäftsführer
der Collectors Wine World GmbH

08
Uwe Kreuter,
Geschäftsführer
der CCT Deutschland GmbH

10
Uwe Streit,
Geschäftsführer
der INDAMED EDV-Entwicklung und -Vertrieb GmbH

12
Dipl.Wirt.Ing. Christoph Bartolome,
Vorstand
der bartolome röder AG

14
Dr. Christoph Franzke,
Geschäftsführer
der ALBA Berlin GmbH

16
Michael Finette,
Geschäftsführer
Baubetrieb Finette GmbH

Starker Mittelstand

18
Michael Neidhöfer,
Geschäftsführer
der ZREALITY GmbH

20
Michael Grebe,
Mitglied der Geschäftsleitung
der Car Solutions International GmbH

22
Fabian Ochs,
Geschäftsführer
der OS A Ochs Schmidhuber Architekten GmbH

24
Gregorio Zuazu Vela,
CEO
der CORROVENTA Entfeuchtung GmbH

26
Dipl.-Ing. Mirko Ebeling,
Geschäftsführer und Gründer
der Ebetech GmbH

27 Kontaktdaten

Aus Abfall wird Klimaschutz

CO_2-Reduktion auf Rädern: Mit nachhaltigem, rest- und abfallbasiertem Biodiesel beliefert CH Oleochemicals die Mineralölwirtschaft und leistet einen Beitrag zur Senkung der Treibhausgasemissionen im Verkehrssektor

Interview mit

Thorsten Cammann,
geschäftsführender Gesellschafter der CH Oleochemicals GmbH

Dekarbonisierung, Kreislaufwirtschaft und Versorgungssicherheit zählen zu den großen Herausforderungen der Energiewende. Thorsten Cammann, Geschäftsführer der CH Oleochemicals GmbH, sieht in rest- und abfallbasiertem Biodiesel einen wichtigen Baustein auf dem Weg zu den europäischen Klimazielen. Im Gespräch erläutert er, warum nachhaltige Biokraftstoffe mehr Aufmerksamkeit verdienen, welche Rolle regionale Wertschöpfung spielt und welche Marktverzerrungen die Branche derzeit belasten.

Wirtschaftsforum: Herr Cammann, wie würden Sie das Geschäftsmodell von CH Oleochemicals in wenigen Sätzen beschreiben?

Thorsten Cammann: Wir verstehen uns als 'CO_2-Reduktionsverkäufer'. Unser Unternehmen verarbeitet rein pflanzliche Rest- und Abfallströme zu Biodiesel und liefert diesen an die Mineralölwirtschaft. Unser Ziel ist es, einen konkreten Beitrag zur Erreichung der deutschen und europäischen Klimaziele zu leisten.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Dekarbonisierung für Ihr Unternehmen?

Thorsten Cammann: Sie ist die Grundlage unseres Geschäftsmodells. Die Diskussion um verbindliche Klimaziele begann bereits mit dem Kyoto-Protokoll. Heute stehen für Deutschland und Europa klare Zielmarken für die CO_2-Reduktion bis 2030, 2040 und darüber hinaus im Fokus. Wir sehen uns als Dienstleister für die Umsetzung dieser Dekarbonisierungsstrategie.

Wirtschaftsforum: Wie entstand CH Oleochemicals?

Thorsten Cammann: Das Unternehmen wurde 2017 gegründet. Das 'C' steht für Cammann, das 'H' für den Mitgründer Haevescher. Als ich 2018 dazukam, bestand das Unternehmen aus vier Mitarbeitern. Heute arbeiten elf Beschäftigte in Hamburg, unterstützt durch eine Beteiligungsgesellschaft, die die benötigten Rohstoffe recycelt und für die Biodieselproduktion aufbereitet.

Wirtschaftsforum: Biodiesel gibt es bereits seit vielen Jahren. Worin liegt Ihr Alleinstellungsmerkmal?

Tanklager am Produktionsstandort: Hier werden nachhaltig gewonnene Rohstoffe und Biodiesel für die weitere Verarbeitung und Auslieferung bereitgehalten

Thorsten Cammann: Der entscheidende Unterschied liegt in den Rohstoffen. Während Biodiesel historisch häufig aus Frischölen hergestellt wurde und damit die Diskussion 'Tank oder Teller' auslöste, setzen wir ausschließlich auf Rest- und Abfallstoffe. Dadurch vermeiden wir die Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion. Gleichzeitig erreichen unsere Rohstoffe und Endprodukte ein CO_2-Einsparungspotenzial von über 90% gegenüber fossilen Kraftstoffen.

Wirtschaftsforum: Wie kommt Biodiesel heute zum Verbraucher?

Thorsten Cammann: Viele Autofahrer nutzen Biodiesel bereits, ohne es zu wissen. Dem herkömmlichen Diesel wird heute standardmäßig Biodiesel beigemischt. In Deutschland gilt vor allem die Beimischung von 7% Biodiesel in den fossilen Diesel als B7-Schutzmarke. Technisch wären in vielen Fällen höhere Beimischungen möglich, etwa B10 oder sogar B20, die jedoch noch nicht flächendeckend umgesetzt werden.

Wirtschaftsforum: Warum halten Sie höhere Beimischungsquoten für sinnvoll?

Thorsten Cammann: Wenn Deutschland und Europa ihre Klimaziele im Verkehrssektor erreichen wollen, werden höhere Anteile biogener Kraftstoffe notwendig sein. B10 oder B20 könnten einen zusätzlichen Beitrag zur Emissionsreduktion leisten. Gleichzeitig sind nachhaltige Biokraftstoffe häufig kostengünstiger als andere alternative Kraftstoffe und sofort verfügbar.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen belasten die Branche derzeit besonders?

Thorsten Cammann: Ein zentrales Problem sind Importe, insbesondere aus Asien. Dabei geht es nicht nur um Preisunterschiede, sondern auch um die Gefahr falsch deklarierter Rohstoffe und Produkte. Wenn Frischöle als Abfall- oder Reststoffe ausgewiesen werden, entstehen erhebliche Wettbewerbsverzerrungen. Die gesamte europäische Biokraftstoffbranche leidet unter diesem Problem.

Wirtschaftsforum: Wie begegnen Sie diesem Thema?

Thorsten Cammann: Wir setzen ausschließlich auf Rohstoffe europäischer Herkunft und unterliegen strengen Nachhaltigkeits- und Zertifizierungsanforderungen. Über dokumentierte Massenbilanzen muss jede Tonne Rohstoff und jedes Endprodukt nachvollziehbar nachgewiesen werden. Genau diese Transparenz wünschen wir uns für alle Marktteilnehmer.

Wirtschaftsforum: Was macht Ihre Technologie besonders?

Thorsten Cammann: Unsere Beteiligungsgesellschaft kann unterschiedlichste überlagerte Lebensmittel und pflanzliche

Entpackungsanlage: Aus Lebensmittelresten entstehen wertvolle Rohstoffe

Reststoffe aufbereiten. Durch spezielle Trenn- und Aufbereitungsverfahren gewinnen wir daraus hochwertige Öle und Fettsäuren, die anschließend zu Biodiesel verarbeitet werden. So werden Stoffströme genutzt, die andernfalls entsorgt würden. Dieses konsequente Recycling bildet die Grundlage unseres Erfolgs.

Wirtschaftsforum: Wie groß ist das Unternehmen heute?

Thorsten Cammann: CH Oleochemicals ist trotz seiner schlanken Struktur ein bedeutender Marktteilnehmer. Das Unternehmen bewegt rund 200.000 t Produkt jährlich und hat sich in den vergangenen Jahren kontinuierlich entwickelt. Die Kombination aus Spezialisierung, Effizienz und technologischem Know-how ermöglicht es, auch als mittelständischer Akteur erfolgreich im Markt zu agieren.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Sie die Zukunft des Verkehrssektors?

Thorsten Cammann: Aus meiner Sicht wird kein einzelner Antrieb alle Aufgaben lösen. Die Zukunft liegt in einem intelligenten Produktmix. Elektromobilität, nachhaltige Biokraftstoffe, Wasserstoff und weitere Technologien werden jeweils dort eingesetzt, wo sie den größten Nutzen bieten. Entscheidend bleibt dabei, die CO_2-Emissionen wirksam zu senken und gleichzeitig wirtschaftlich tragfähige Lösungen anzubieten.

Wirtschaftsforum: Welche Ziele verfolgt CH Oleochemicals für die kommenden Jahre?

Thorsten Cammann: Wir denken langfristig. Aktuell entsteht ein neues Verwaltungsgebäude für 25 bis 30 Mitarbeiter in einem nachhaltigkeitsorientierten Businesspark. Gleichzeitig investieren wir weiter in Wachstum und Expansion. Wir sind überzeugt, dass nachhaltige Biokraftstoffe auch in den kommenden Jahrzehnten eine wichtige Rolle spielen werden.

KONTAKTDATEN
CH Oleochemicals GmbH
Valvo Park – Gebäude 6 B
Tarpen 40
22419 Hamburg
Deutschland
+49 40 696359200
info@ch-oleochemicals.de
www.ch-oleochemicals.de

„Unser Wissen kann man nicht aus Büchern lernen!“

In den Lägern von Collectors Wine World herrschen stets die richtige Temperatur und Luftfeuchtigkeit

Interview mit

Julian Tröger,
Geschäftsführer der Collectors Wine World GmbH

Als schlagkräftiges Distributionsunternehmen für Fine Wine hat sich die Collectors Wine World bei erlesenen Direkt- und Retailkunden einen Namen gemacht. Um sein Profil im Markt weiter zu schärfen, will Geschäftsführer Julian Tröger das Unternehmen noch stärker zu einem umfassenden Concierge-Partner weiterentwickeln. Worauf es in seinem Geschäftsfeld besonders ankommt, verriet er im Interview mit Wirtschaftsforum.

Wirtschaftsforum: Herr Tröger, wofür steht die Collectors Wine World im Markt?

Julian Tröger: Grundsätzlich treten wir als reines Distributionsunternehmen im Fine Wine-Bereich auf und bespielen damit ausschließlich das Premium- und Luxussegment. Unser Fokus liegt dabei auf dem Direct-to-Consumer-Geschäft für eine entsprechend erlesene Käuferschaft. In geringerem Umfang beliefern wir auch hochwertige Gastronomiebetriebe, weil dieser Vertriebsweg von den exklusiven Marken, mit denen wir zusammenarbeiten, ausdrücklich gewünscht wird. Darüber hinaus vertreiben wir unsere Produkte auch an einige Selective Retail-Kunden, wie zum Beispiel Vinotheken und Luxury Department Stores.

Wirtschaftsforum: Worin liegen die größten Herausforderungen in diesem besonders anspruchsvollen Marktumfeld?

Julian Tröger: Während viele unserer Wettbewerber in der internationalen Weinindustrie vor allem preisgetrieben agieren müssen, steht für uns ein unverrückbares Qualitätsversprechen im Zentrum unserer Aufmerksamkeit: Wir kaufen unsere Produkte ab dem Chateau beziehungsweise Maison oder zumindest dem entsprechenden Exklusivimporteur und eben nicht über einen möglichst günstigen Supplier ein. Die Logistik und Lagerhaltung bespielen wir, anders als dies für ein Unternehmen an unserer Stelle der Wertschöpfungskette üblich ist, ebenfalls vollständig selbst, mit entsprechenden Facilities an unseren Standorten in Essen und neuerdings auch in Palma de Mallorca, wo eine konstante Luftfeuchtigkeit von 65% und dauerhaft Temperaturen von 14 °C herrschen. So können wir konsequent verdeckte Schäden verhindern, die durch eine falsche Lagerung entstehen, denn nichts ist so ärgerlich, wie zu einem besonderen Anlass eine erlesene Flasche Wein zu öffnen, die dann aufgrund einer fehlerhaften Logistik bereits Schaden genommen hat.

Wirtschaftsforum: Wird dieser hohe Aufwand von Ihren Kunden auch honoriert?

Julian Tröger: In unserem Segment ja, denn wir stehen für die Qualität, die wir versprechen, auch konsequent ein. Nicht nur in der Logistik, sondern auch bei der Verhinderung von Fälschungen. Durch unsere Einkaufsrechnun-

gen und gegebenenfalls auch durch weitere Zertifizierungen können wir konsequent belegen, dass wir unsere Produkte als Erstbesitzer erworben haben. Darüber hinaus haben wir einen Code of Conduct für unsere Nachhaltigkeitsziele festgelegt, deren Einhaltung wir auch von unseren Weinpartnern verlangen. Als einziges Fine Wine-Unternehmen in Europa verfügen wir zudem über eine ZNU-Zertifizierung, durch die wir unsere ökologischen wie auch unsere sozialen und wirtschaftlich nachhaltigen Ambitionen nachweisen: Statt Greenwashing stehen wir so für einen Ansatz, der alle Nachhaltigkeitsdimensionen in ihrer vollen Breite berücksichtigt.

Wirtschaftsforum: Sie sind 2024 in die Geschäftsführung von Collectors Wine World eingetreten. Welche Veränderungen hat das Unternehmen seitdem erfahren?

Julian Tröger: Wir haben unser Team etwas umstrukturiert und sind zudem in den sozialen Medien präsenter geworden, um zunächst in Zusammenarbeit mit einigen bekannten Influencern eine größere Breitenwirkung zu generieren. Diese möchten wir nun vermehrt durch organischen Content festigen. So wollen wir zu einem starken Partner an der Seite unserer Follower avancieren, um sie mit unserem Expertenwissen nachhaltig zu unterstützen.

Wirtschaftsforum: Nicht nur im Marketing möchten Sie das Unternehmen in dieser Hinsicht fundamental weiterentwickeln.

Julian Tröger: Wir handeln mit sehr emotionalen Produkten. Eine einnehmende Experience ist somit für unseren anhaltenden Erfolg unabdingbar. Deswegen setzen wir inzwischen verstärkt auf Partnerschaften mit Juwelieren, Innenraumausstattern, Händlern von hochwertigen Fahrzeugen oder auch Maßschneidern, um so für unsere Kunden ein Concierge-System zu etablieren, in dessen Zuge wir Teil eines starken Netzwerks sind, das ihre Bedürfnisse genau kennt. Kürzlich hat beispielsweise einer unserer Kunden unseren Vertriebsmitarbeiter in Berlin um eine Empfehlung für einen Herrenschneider gebeten, weil er für ein anstehendes Black Tie-Event einen Smoking brauchte und unser Kollege für seine schicken Anzüge bekannt ist. Er hat ihn dann an den Tailor seines Vertrauens verwiesen – und dort bekam unser Kunde den besten Tuxedo, den er je getragen hat. Diesen Ansatz wollen wir in Zukunft noch viel strategischer mit Leben füllen, um langfristig noch engere Kundenbeziehungen zu pflegen. Darin sehen wir einen zentralen Eckpfeiler für unsere künftige Marktposition. Als reiner E-Commerce-Anbieter wären wir sicherlich einem viel härteren Konkurrenzkampf ausgesetzt.

Wirtschaftsforum: Worin lagen die zentralen Herausforderungen, um dieses starke Fundament für Ihre wegweisenden Pläne aufzubauen?

Julian Tröger: Ohne die richtigen Mitarbeiter, die diese Vision mit uns teilen, geht es nicht. Deshalb sind wir bei unserem ersten Schritt zur internationalen Expansion auf die Balearen auch lieber etwas langsamer vorgegangen, um sicherzustellen, dass wir dort auch das richtige Personal finden, das unser unbedingtes Qualitätsversprechen genauso mit Leben füllt wie in Deutschland. Denn um

Collectors Wine World bezieht seine Waren vornehmlich direkt vom Chateau

in diesem Markt erfolgreich zu sein, muss man die Bedürfnisse und Präferenzen seiner Kunden genau kennen und Wein so lieben wie sie: Dieses Wissen kann man sich nicht über Bücher aneignen, sondern man muss hochwertige Qualität als solches – gutes Essen, guten Wein, angenehme, erlesene Kleidung – ehrlich zu schätzen wissen. Dann ist man auch authentisch, und zwar generationsübergreifend. Denn auch zu den Kindern unserer jahrzehntelangen Bestandskunden bauen wir ganz natürlich gute Beziehungen auf, sobald diese sich für Wein zu interessieren beginnen.

COLLECTORS
WINE WORLD

KONTAKTDATEN
Collectors Wine World GmbH
Max-Keith-Straße 66
45136 Essen
Deutschland
+49 201 24694750
office@collectorswineworld.com
www.collectorswineworld.com

„Wir arbeiten oft daran, herauszufinden, was unsere Kunden nicht wissen!“

Interview mit
Uwe Kreuter,
Geschäftsführer
der CCT Deutschland GmbH

Seit über 20 Jahren bietet Uwe Kreuter mit der CCT Deutschland GmbH umfassende Call- und Contact-Center-Lösungen für Unternehmen aus verschiedensten Branchen an. Im Interview mit Wirtschaftsforum verriet er, worauf es bei einer angenehmen Kundenreise ankommt, welche Voraussetzungen für eine erfolgreiche Migration gegeben sein müssen – und warum er seine Entwickler gerne in die Kundenservice-Center seiner Kunden schickt.

Wirtschaftsforum: Herr Kreuter, seit über zwei Jahrzehnten tritt die CCT Deutschland GmbH als Call- und Contact-Center-Spezialist im Markt auf – ein Tätigkeitsspektrum, das eng mit Ihrer persönlichen Historie verbunden ist.

Uwe Kreuter: Ich habe mich schon in den frühen 1990er-Jahren mit Nachrichtentechnik beschäftigt und lange Zeit für einen großen Kommunikationsdienstleister entsprechende Lösungen für Call-Center vertrieben. 2004 folgte schließlich die Gründung von CCT Deutschland, mit der wir immer ein bisschen der Zeit voraus sein wollten. Anfangs engagierten wir uns noch mit einem starken Beratungs- und Projektmanagementfokus im Markt. Schnell merkten wir dann jedoch, dass die Kunden mehr wollten, insbesondere eine nachhaltige Integration gesamtheitlicher Lösungen. Damit standen wir schnell auch in einer höheren Werkvertragsverantwortung und haben immer mehr Gaps bei den Angeboten der Hersteller der jeweiligen Einzellösungen identifiziert.

Wirtschaftsforum: Schon 2006 haben Sie deshalb Ihre eigene Softwareentwicklung aufgebaut.

Uwe Kreuter: Daraus sind schnell vollwertige Eigenprodukte entstanden, mit denen wir uns bereits weit über die bloße Integrationsleistung hinaus entwickelt hatten. Schnell folgte dann auch der Schritt in die Cloud, die für die Kunden vieles einfacher machen sollte – das kann sie aber nur, wenn die Verantwortlichen auch verstehen, wie sie genau funktioniert. Auch hier konnten wir wirksam unterstützen. Nicht alle Marktteilnehmer beschäftigen sich aber zeitgleich mit denselben Themen: So erreichen uns noch heute Anfragen zu Omnichannel-Integrationen und ersten Gehversuchen bei der Automatisierung von E-Mails – Lösungen, die schon seit eineinhalb Jahrzehnten zu unserem Standardrepertoire gehören.

Wirtschaftsforum: Wo liegen auf dem Weg zu umfassenden Multi-Experience-Lösungen, wie sie CCT Deutschland verspricht, die größten Herausforderungen?

Uwe Kreuter: Der Traum vieler Kunden besteht in einem möglichst hohen Automatisierungsgrad. Das ist in gewachsenen Strukturen aber oft schwieriger zu realisieren als in Umgebungen, in denen es keine Legacy gibt. Natürlich eröffnet die Automatisierung viele spannende

Ein Mensch und ein Roboter schütteln sich die Hände – die Zukunft moderner Call-and-Contact-Center-Lösungen?

CCT Deutschland ist schnell über das reine Beratungs- und Projektmanagementgeschäft hinaus gewachsen und bietet heute ein umfassendes Leistungsportfolio an

KONTAKTDATEN
CCT Deutschland GmbH
Burgfriedenstraße 8
60489 Frankfurt am Main
Deutschland
+49 69 719149690
contact@cct-solutions.com
www.cct-solutions.com

Möglichkeiten und kann auch zu einer spürbaren Kostensenkung beitragen – doch dabei muss man sich intensiv mit den etablierten Prozessen und der Customer Journey beschäftigen. Diese tiefgreifende Auseinandersetzung sollte man nicht scheuen.

Wirtschaftsforum: In welchen Branchen sind diese Themen besonders präsent?

Uwe Kreuter: Immer dort, wo ein besonders hoher Anspruch an eine nahtlose und angenehme Kundenerfahrung besteht und entsprechend hohe Kontaktvolumen auftreten – zum Beispiel bei Krankenkassen, die viele Millionen Calls verarbeiten und dazu viele motivierte Mitarbeiter beschäftigen müssen. Ähnliche Voraussetzungen gelten auch für Marktteilnehmer aus dem Healthcare-Segment, genauso wie für Mobilfunk- und Internetanbieter sowie Energieversorger. Andere Märkte – etwa die USA mit viermal so vielen potenziellen Endkunden wie Deutschland – sind uns da in der Automatisierung um einiges voraus. Dort wird kaum noch ein Arzttermin telefonisch vereinbart. Bei vielen der derzeit im Markt grassierenden Chatbots handelt es sich aber, offen gestanden, noch um das erste Release – da stellt sich manchmal durchaus die Frage, ob man im Sinne einer angenehmeren Kundenerfahrung nicht besser auf Release zwei gewartet hätte.

Wirtschaftsforum: Wie achtet CCT Deutschland darauf, nicht am Ziel vorbei zu entwickeln?

Uwe Kreuter: Wir schicken unsere Entwickler gerne in die Call- und Contact-Center unserer Kunden, um sich dort genau anzusehen, wie die Menschen die Anwendungen nutzen, die wir realisiert haben. Schon lange vorher lassen wir aber die konkreten Wünsche und Anforderungen unserer Kunden in unsere Lösungen einfließen – und rollen entsprechende Features dann auch in neuen Releases für alle aus. So entstand ein sehr enger Feedbackprozess, der uns flexibel macht und uns gleichzeitig einen sehr zielgerichteten Entwicklungsansatz ermöglicht – damit am Schluss wirklich das ideale Produkt steht.

Wirtschaftsforum: Wo brauchen Ihre Kunden gerade am meisten Unterstützung?

Uwe Kreuter: Viele unserer Kunden haben sich bereits auf den Weg in die Cloud gemacht. Manchmal sind die dabei verfolgten Lösungen aber eher Stückwerk – hier könnte es also sinnvoll sein, sich etwas mehr Zeit zu nehmen, um zuallererst in Ruhe eine Discovery von A bis Z durchzuführen und im Anschluss zu sondieren, wie man seine Ausgangssituation sinnvoll verbessern könnte. Im Zweifel kann die Antwort auf diese Frage auch darin bestehen, noch keine Maßnahmen zu ergreifen. Denn gerade wenn die unterschiedlichen Kontaktwege von E-Mail bis Telefon über unterschiedliche Systeme abgewickelt werden, samt eigenständigen CRM- und Website-Lösungen, können die Herausforderungen beachtlich werden. Wichtig ist auch eine solide Datenlage, die nicht alle Kunden haben – denn vielen ist gar nicht bekannt, wie viele Calls und E-Mails sie monatlich bearbeiten. Davon hängt aber die Wahl der richtigen Lösung ganz entscheidend ab. Wir arbeiten dann oft daran, herauszufinden, was unsere Kunden noch gar nicht wissen!

Interview mit

Uwe Streit,
Geschäftsführer der INDAMED EDV-Entwicklung und -Vertrieb GmbH

Selbst-Check-in in der Praxis: Patienten melden sich eigenständig an und beschleunigen den Ablauf – für kürzere Wartezeiten und entlastetes Praxispersonal

Die Software für Ärzte.
MEDICAL OFFICE

KONTAKTDATEN
INDAMED EDV-Entwicklung und -Vertrieb GmbH
Ziegeleiweg 1
19057 Schwerin
Deutschland
+49 385 77094
info@indamed.de
www.indamed.de

Arztpraxis im digitalen Wandel

Im Gesundheitswesen gilt: Wer Daten beherrscht, gestaltet Prozesse. Doch zwischen Anspruch und Realität klafft oft eine Lücke. Mit „Medical Office“ entwickelt die INDAMED EDV-Entwicklung und -Vertrieb GmbH eine Softwarelösung, die Arztpraxen digital durch den Alltag führt – und dabei immer komplexere Anforderungen bewältigen muss. Geschäftsführer Uwe Streit spricht im Interview über die Herausforderungen der Telematikinfrastruktur, die Chancen von künstlicher Intelligenz und darüber, warum echte Innovation oft dort beginnt, wo der Praxisalltag an seine Grenzen stößt.

Wirtschaftsforum: Herr Streit, wie haben sich die Rahmenbedingungen in den letzten Jahren verändert?

Uwe Streit: Die Entwicklung wird immer schneller, insbesondere durch die Digitalisierung im Gesundheitswesen. Themen wie elektronische Patientenakte, E-Rezept oder digitale Arbeitsunfähigkeitsbescheinigungen prägen den Alltag massiv. Allerdings verlaufen viele dieser Prozesse noch nicht reibungslos. Ärzte fungieren häufig als eine Art ‘Beta-Tester’, da reale Bedingungen erst im Praxisbetrieb sichtbar werden.

Wirtschaftsforum: Die elektronische Patientenakte sollte den Informationsfluss vereinfachen. Wie sieht es in der Praxis aus?

Uwe Streit: Die elektronische Patientenakte ist grundsätzlich ein wichtiger Schritt, doch die Prozesse werden häufig komplizierter statt einfacher. Ein Beispiel sind Laborbefunde: Diese können nicht direkt vom Labor eingestellt werden, sondern müssen über den behandelnden Arzt in die Akte gelangen. Das erzeugt zusätzlichen Aufwand für Praxisteams, die ohnehin stark ausgelastet sind.

Wirtschaftsforum: Wie kann Ihre Software hier unterstützen?

Uwe Streit: Wir setzen stark darauf, Prozesse zu vereinfachen und zu automatisieren. Gleichzeitig müssen wir die Anforderungen von Gesetzgeber und Institutionen wie der Gematik erfüllen. Das bedeutet: Wir bewegen uns immer im Spannungsfeld zwischen regulatorischen Vorgaben und den tatsächlichen Bedürfnissen der Anwender.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt künstliche Intelligenz in Ihrer Entwicklung?

Uwe Streit: KI ist ein zentraler Innovationstreiber, aber auch mit Unsicherheit verbunden. Es fehlt oft an klaren gesetzlichen Leitlinien, was im Gesundheitswesen erlaubt ist. Deshalb gehen wir bewusst zweigleisig vor: Einerseits integrieren wir bestehende Lösungen wie KI-Telefonassistenten – allerdings nur unter strengen Datenschutzbedingungen. Andererseits entwickeln wir eigene Lösungen, bei denen alle Daten sicher in Deutschland verbleiben.

Wirtschaftsforum: Ein weiterer Fokus liegt auf der Entlastung des Praxispersonals. Wie sieht das konkret aus?

Uwe Streit: Wir haben mehrere Lösungen entwickelt, die den Alltag vereinfachen. Dazu gehören KI-gestützte Telefonassistenten genauso wie Self-Check-in-Terminals. Patienten können sich damit eigenständig anmelden, ihre Daten eingeben oder Rezepte anfordern – ohne den klassischen Empfangsprozess.

Wirtschaftsforum: Wie reagieren die Praxen auf solche Technologien?

Uwe Streit: Die Nachfrage ist enorm. Viele Praxen sehen darin eine echte Entlastung, insbesondere vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels. Besonders die Terminals werden stark nachgefragt, weil sie Abläufe effizienter gestalten und Wartezeiten reduzieren.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen stehen aktuell im Fokus?

Uwe Streit: Ein besonders spannendes Projekt ist die kontaktlose Erfassung von Vitalwerten. Die Technologie stammt von einem Partnerunternehmen und wird von uns in unsere Terminals integriert; der Roll-out ist für den Herbst geplant. Über die Kamera können die Werte für Puls, Blutdruck, Atemfrequenz und Sauerstoffsättigung erfasst werden, wenn der Patient wenige Sekunden in das Gerät schaut. Diese Daten stehen dem Arzt bereits bei der Anmeldung zur Verfügung und können den Behandlungsprozess beschleunigen.

Wirtschaftsforum: Was motiviert Sie persönlich?

Uwe Streit: Mich reizt besonders, wie Technologie den Praxisalltag konkret verbessern kann. Wenn Lösungen nicht nur effizienter sind, sondern auch die Qualität der Versorgung erhöhen, dann hat Digitalisierung einen echten Mehrwert – und genau daran arbeiten wir.

UNTERNEHMER
SPRECHEN
WIR HÖREN ZU

Social Media

Video

Podcast

E-Paper

Newsletter

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Erfahren
Sie mehr!

Landersumer Weg 40
48431 Rheine
+49 59 71 92 16 40
redaktion@wirtschaftsforum.de

„Wir heben die Performance von ERP-Plattformen“

Der Unternehmenssitz in München

© Ulf Schwab, Anton Ozadovsky, Sebastian Stüber und Jacco Kliesch

Viele Unternehmen stehen derzeit vor tiefgreifenden Prozessveränderungen, insbesondere auch in ihrem ERP-Umfeld. Auf Basis ihres gewachsenen Prozess-Know-how und ihrer versierten Architekturkompetenz, gepaart mit ihrem tiefen interkulturellen Verständnis, begleitet die bartolome röder AG ihre Kunden seit mehr als 25 Jahren auf dem Weg in eine effizientere und stärker digitalisierte Zukunft.

Interview mit
Dipl.Wirt.Ing. Christoph Bartolome,
Vorstand
der bartolome röder AG

Wirtschaftsforum: Herr Bartolome, seit 25 Jahren gestalten Sie mit Ihrem Unternehmen digitale Prozesse – ganzheitlich, effizient und zukunftssicher. Worin liegen dabei Ihre Kernkompetenzen?

Christoph Bartolome: Der zentrale Ansatz unseres Unternehmens besteht darin, ERP-Plattformen skalierbar, leistungsfähiger und international steuerbar zu machen. Dazu denken unsere Berater Prozesse und Datenmodelle neu und übersetzen diese anschließend in tragfähige ERP-Lösungen. Hinzu kommt unsere gewachsene Expertise in der Plattformarchitektur, wobei wir uns natürlich immer stärker der KI bedienen. Für die Steuerung dieser Plattformen in internationalen Teams über einzelne Ländergrenzen hinweg sind wiederum unsere Scrum Master zuständig, die dazu natürlich auch tiefgreifende interkulturelle Kompetenzen mitbringen. So können wir konsequent die Performance von ERP-Plattformen heben.

Wirtschaftsforum: Worin liegen in Ihren Projekten die neuralgischen Stellen?

Christoph Bartolome: Transformation beginnt immer bei einem selbst. Sie wird erst durch Erfahrung lebendig. Dazu braucht es Menschen, die bereit sind, diese Haltung einzunehmen und Verantwortung für ihr Handeln zu übernehmen. Die Herausforderungen, die im Rahmen eines solchen Change Managements auftreten, werden allzu häufig unterschätzt: Man muss diese Veränderungen in den einzelnen Projekten selbst herbeiführen und den Wandel dabei aktiv mitgestalten – denn dieser Wandel beginnt eben nicht mit einem besonderen Tool, sondern immer mit der Bereitschaft der Menschen, ihn mitzutragen.

Wirtschaftsforum: Wie sorgen Sie für diese Bereitschaft in den Unternehmen, die Sie unterstützen?

Christoph Bartolome: Wir geben ihnen Sicherheit auf diesem Weg, indem wir das dazu erforderliche Know-how bereitstellen: Denn mit über 25 Jahren Erfahrung im Markt wissen wir bis ins letzte Detail, wie ERP-Systeme funktionieren, samt den Möglichkeiten der KI-Umgebungen von heute. So können wir unseren Kunden auch die Angst vor diesem Wandel nehmen, die bisweilen besteht, und zudem ein nachhaltiges Vertrauensverhältnis zu ihnen aufbauen.

Wirtschaftsforum: Ist für die Unternehmen angesichts der aktuellen Marktlage gerade eine gute Zeit für Veränderungen gekommen?

bartolome röder setzt auf ein umfassendes ERP-, Daten- und Architekturverständnis

Christoph Bartolome: Es gibt viele Unternehmen, die derzeit auf ihrem Peak stehen und jetzt über die erforderlichen Kapazitäten und den nötigen Invest verfügen, um tiefgreifende Veränderungen voranzutreiben, damit sie auch morgen noch Vorreiter in ihren jeweiligen Segmenten sein können. Diese Unternehmen haben ein klares Ziel vor Augen und sind extrem motiviert. Gleichzeitig betreuen wir aber auch Kunden, die sich aufgrund der bestehenden Umstände zwangsläufig verändern müssen, weil sie sonst morgen nicht mehr im Markt bestehen können. Dort herrscht dann zwar viel Druck, aber nicht immer die nötige Offenheit für einen tiefgreifenden Wandel, wie er eigentlich nötig wäre. Hier müssen wir dann natürlich besonders gut kommunizieren, auch wenn wir uns den jeweiligen Projekten grundsätzlich mit derselben Methodik widmen.

Wirtschaftsforum: Wie laufen diese Projekte im Detail ab?

Christoph Bartolome: Zunächst stellen wir in ausführlichen Workshops die zentralen Pain Points der Kunden fest – wir nennen diese gerne auch 'Big Rocks' –, die wir anschließend gemeinsam aus dem Weg räumen müssen. Viele von ihnen haben sich über Jahrzehnte angestaut. Oft entsteht in dieser Phase auch über das einzelne Projekt hinaus eine nachhaltige Aufbruchstimmung: Denn viele Kunden sind erstaunt über das, was möglich ist. Die bartolome röder AG zeichnet sich an dieser Stelle dadurch aus, dass wir den gesamten Veränderungsprozess bis zum erfolgreichen Projektabschluss begleiten – wir gehen also bis heute gerne direkt hinaus ins Feld, auch wenn internationale Vor-Ort-Einsätze in Zeiten von Videokonferenzen etwas seltener geworden sind. Ich selbst habe jahrelang vielfältige Projekte in Europa und lateinamerikanischen Ländern, zum Beispiel in Brasilien, betreut und durfte dabei extrem viel lernen.

Wirtschaftsforum: Wo liegen aus Ihrer Sicht die zentralen Grundlagen für ein erfolgreiches Projekt?

Christoph Bartolome: Das wesentliche Fundament besteht in einem tiefgreifenden Verständnis des Kunden. Wir müssen ihm also genau zuhören und gemeinsam mit ihm überlegen, wie sein Geschäftsmodell heute funktioniert. Auf dieser Basis können wir dann eine sinnvolle Prognose für die Zukunft ableiten. Anschließend beschreiten wir zusammen mit unserem Kunden den Weg vom bestehenden in das neue Umfeld. Jeder Kunde spricht dabei eine etwas andere Sprache, die wir erst lernen müssen, etwa weil bestimmte Begrifflichkeiten in den einzelnen Unternehmen unterschiedlich besetzt sind. In unserer 25 Jahre währenden Unternehmensgeschichte haben wir aber bereits so viele Sprachen gelernt, dass wir uns diese Übersetzungen schnell herleiten können, bevor wir sie anschließend in die Sprache der IT übertragen.

„Wir können uns die Sprache unseres Kunden gut ableiten, weil wir schon so viele Sprachen gelernt haben", erläutert Christoph Bartolome

Wirtschaftsforum: Wie groß fällt derweil die Disruption durch die KI aus?

Christoph Bartolome: Die ERP-Technologie von morgen ist heute schon da. Entscheidend ist nun, sinnvolle Use Cases für sie zu definieren – und dabei handelt es sich wiederum um Prozesse, die wir mit unserer Architektur verbinden. Denn die KI versteht uns nur, wenn wir ihr standardisierte Datenmodelle zur Verfügung stellen können. Als neue Sprache der Transformation kann die KI dabei eine große Wirkung entfalten. Dazu haben wir bereits erste Lösungen in unsere Produkte integriert.

Das Gründungs- und Vorstandsduo: Christoph Bartolome und Bernd Röder

bartolome röder AG

KONTAKTDATEN

bartolome röder AG
Ridlerstraße 11
80339 München
Deutschland
+49 89 21111848
info@br-ag.com
www.br-ag.com

Aus Müll wird Mehrwert

Wer heute nicht trennt, wird morgen abgehängt. Recycling ist entscheidend für eine gelingende Kreislaufwirtschaft – denn hier entsteht der Rohstoff der Zukunft. ALBA, 1968 in Berlin gegründet, zählt heute zu den führenden Umweltdienstleistern Deutschlands. Dr. Christoph Franzke, Geschäftsführer und Regionalleiter der Region Ost, erklärt, warum aus Abfall längst ein strategischer Wirtschaftsfaktor geworden ist.

© ALBA

Interview mit
Dr. Christoph Franzke,
Geschäftsführer der ALBA Berlin GmbH

Wirtschaftsforum: ALBA gibt es seit 1968. Was macht das Unternehmen im Kern aus und was ist dabei Ihre Rolle?

Dr. Christoph Franzke: Unser Kern ist es, Ressourcen zu schonen, indem wir Abfälle als Rohstoff in den Kreislauf zurückbringen. Berlin ist dabei unsere Wurzel, unsere Ursprungsgesellschaft. Hier hat Firmengründer Franz Joseph Schweitzer die haushaltsnahe Mülltrennung erfunden. Die Erkenntnis war: Je näher am Entstehungsort eine Getrenntsammlung möglich ist, desto eher wird sie auch genutzt und desto mehr Material steht letztlich fürs Recycling zur Verfügung. Ich verantworte heute als Geschäftsführer das operative Geschäft. Darunter fallen die Logistik, unsere Standorte, die Aufbereitungsanlagen und weitere Stabsstellen.

Wirtschaftsforum: Der Markt ist seit Jahren unter Druck. Wie geht ALBA damit um?

Dr. Christoph Franzke: Wir erleben seit Jahren ein Umfeld, das von Krisen und Unsicherheiten geprägt ist – von der Pandemie über den Krieg in der Ukraine bis hin zu den aktuellen Spannungen im Iran. Als Recycling- und Entsorgungsunternehmen beliefern wir die Industrie mit Rohstoffen. Wenn dort die Nachfrage sinkt, hat das unmittelbare Auswirkungen auf unser Geschäft. Die Märkte für Papier, Kunststoffe und Metalle sind äußerst volatil. Die Chemieindustrie ist dabei ein wichtiger Frühindikator: Gerät sie unter Druck, spüren wir das sehr schnell. Das bedeutet für uns maximale Kostendisziplin und eine konsequente Steuerung, ohne dabei die langfristige Entwicklung aus dem Blick zu verlieren. Wir investieren aktuell gezielt in unsere Standorte, weil die Zukunft schon heute vorbereitet werden muss. Brandschutz ist dabei eines der wichtigen Themen. Hier sehen wir uns mit großen Risiken konfrontiert, die auf falsch entsorgten Akkus und Batterien zurückzuführen sind: Diese führen in Sortieranlagen und Lkw erschreckend häufig zu Bränden. Manche Versicherer wollen diese Risiken nicht mehr tragen und das stellt uns vor enorme Probleme. Denn auch nachhaltige Kreislaufwirtschaft muss sich letztlich wirtschaftlich rechnen.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen treiben Sie voran, und was braucht die Branche von der Politik, um diese umzusetzen?

Dr. Christoph Franzke: Innovationen sehen wir in den Bereichen künstliche Intelligenz, alternative Antriebe und Routenplanung. Künstliche Intelligenz wird bei der Erkennung von Problemstoffen immer wichtiger. Einen Akku in der Tonne automatisch zu identifizieren, bevor ein Brand entsteht, ist aus den schon genannten Gründen sehr wichtig. Alternative Antriebe haben wir seit einigen Jahren bei einem wachsenden Teil unserer Flotte im Einsatz und sind mit unseren Elektro-Lkw sehr zufrieden, auch wenn sie aktuell noch deutlich teurer sind als konventionelle Fahrzeuge. Und dann die Routenoptimierung per Software. Gerade bei einer großen Flotte in einer Metropolregion lässt sich mit intelligenter Steuerung erheblich Diesel und damit CO_2 einsparen.
Von der Politik wünschen wir uns vor allem stabile Rahmenbedingungen, die langfristige Planungssicherheit schaffen. Gesetze müssen auch im Vollzug ihre Wirkung entfalten und Förderprogramme müssen so gestaltet sein, dass sie praktikabel und unbürokratisch sind.

Blick auf einen der Berliner Standorte: Wo andere nur Müll sehen, beginnt für ALBA die Wertschöpfung

© ALBA / Amin Akhtar

Wirtschaftsforum: Kreislaufwirtschaft ist ein viel genutzter Begriff. Was bedeutet er konkret für ALBA und welche Materialien werden künftig besonders relevant sein?

Dr. Christoph Franzke: Kreislaufwirtschaft bedeutet für uns, die Stoffkreisläufe wirklich zu schließen, nicht als Marketingversprechen, sondern operativ. Das von uns erfasste Altpapier geht

direkt in die Papierindustrie und wird dort zu neuen Produkten verarbeitet. Dasselbe gilt für Metalle, Kunststoffe und Glas. Genau darin zeigt sich auch unsere Rolle: Wir sind Rohstofflieferant und nicht nur Entsorger.

Wirtschaftsforum: Was schätzen Ihre Kunden besonders an ALBA und wie differenzieren Sie sich vom Wettbewerb?

Dr. Christoph Franzke: Wir erbringen unsere Dienstleistung sauber, zur richtigen Zeit, in bester Qualität und rechtlich einwandfrei. Das klingt selbstverständlich, ist es in unserem stark regulierten Umfeld aber nicht. Wenn mit Blick auf das Abfallrecht etwas schiefläuft, wird es schnell ernst. Ein weiterer Punkt ist unser breites Portfolio: Ganz gleich, welche Herausforderung Sie innerhalb unseres Leistungsspektrums an uns herantragen, wir haben die passende Lösung. Zu unseren Kunden gehört der kleine Bäcker ebenso wie namhafte Großkunden, deren Industrieabfälle wir fachgerecht entsorgen. Wir sammeln die Verpackungsabfälle von rund 3,1 Millionen Berlinerinnen und Berlinern und stemmen übers Jahr die Entsorgungslogistik von unzähligen kleinen und großen Veranstaltungen in Berlin. In Cottbus reinigen wir die Straßen nicht nur, sondern setzen sie auch instand. Digitale Prozesse ermöglichen es unseren Kunden, Aufträge und Nachweise in Echtzeit einzusehen. All das erledigen wir höchst kosteneffizient. Denn wer nur innovativ, aber zu teuer ist, wird sich am Markt nicht behaupten.

Wirtschaftsforum: Was macht ALBA als Arbeitgeber aus?

Dr. Christoph Franzke: Ohne die Mannschaft geht gar nichts. Das ist keine Floskel, das ist unsere Realität. Gerade in einer Großstadt wie Berlin sind die Herausforderungen besonders. Wenn wir hier auch nur einen Tag nicht entsorgen können, etwa weil Glatteis herrscht, hat das sofort spürbare Auswirkungen. Jeder weiß deshalb, wie wichtig sein Beitrag ist, und das schweißt zusammen. Viele unserer Mitarbeitenden sind seit Jahrzehnten dabei. Dieses Know-how und diese Leidenschaft sind ein echter Wettbewerbsvorteil. Gleichzeitig bereiten wir gezielt die nächste Führungsebene vor, denn viele gehen in den kommenden Jahren in Rente. Nachwuchsförderung ist uns deshalb sehr wichtig. Wir besuchen regelmäßig Schulen, bilden in allen Unternehmensbereichen aus und investieren in konkrete Entwicklungspläne für Führungskräfte. Ich selbst gehöre in dieser Rolle zu den Jüngeren und weiß, wie wichtig Vertrauen ist, wenn Verantwortung früh übertragen wird. Genau dieses Vertrauen wollen wir weitergeben.

ALBA
Wir sind die Zukunft.

KONTAKTDATEN
ALBA Berlin GmbH
Flottenstraße 7-9
13407 Berlin
Deutschland
+49 30 35182 351
service@alba.info
berlin.alba.info

Baustelle 4.0: GPS statt Schnur und Bandmaß

Großbaustelle aus der Vogelperspektive: Die Baubetrieb Finette GmbH ist deutschlandweit im Industrie- und Gewerbebau aktiv

Der deutsche Wohnungsbau bricht ein, Baustoffe verteuern sich, Fachkräfte fehlen. Wer in diesem Umfeld bestehen will, braucht ein klares Profil, verlässliche Qualität und die Bereitschaft, in moderne Technik zu investieren, wenn qualifiziertes Personal kaum zu finden ist. Die Baubetrieb Finette GmbH aus Marsberg hat genau das getan. Seit 2013 hat sich das Unternehmen auf den Industrie- und Gewerbebau spezialisiert. Im Interview mit Wirtschaftsforum spricht Geschäftsführer Michael Finette über den Einsatz moderner GPS-Technik auf der Baustelle, die Herausforderungen des Fachkräftemangels und darüber, warum er trotz der schwierigen Rahmenbedingungen optimistisch in die Zukunft blickt.

Wirtschaftsforum: Herr Finette, Sie haben die Baubetrieb Finette GmbH 2013 selbst gegründet. Wie war der Start und wie hat sich das Unternehmen seitdem entwickelt?

Michael Finette: Das Unternehmen begann mit zwei Mitarbeitern, ursprünglich mit dem Ziel, Einfamilienhäuser zu errichten. Durch bestehende Kontakte aus meiner früheren Tätigkeit als Meister auf verschiedenen Baustellen entwickelten wir uns jedoch rasch weiter und orientierten uns in den Industriebau. Rückblickend war das die richtige Entscheidung, denn der Wohnungsbau ist inzwischen stark rückläufig. Heute beschäftigen wir 16 gewerbliche Mitarbeiter in Festanstellung sowie drei Bürokräfte. Darüber hinaus arbeiten wir regelmäßig mit 40 bis 50 Subunternehmern zusammen, die unsere Kapazitäten ergänzen.

Wirtschaftsforum: Was ist heute das Kerngeschäft von Baubetrieb Finette?

Michael Finette: Unser Fachgebiet ist der Betonbau in seiner ganzen Bandbreite – von Wänden mit einer Höhe von 40 m bis hin zu Fundamenten mit einem Volumen von 40 m^3. Zu Beginn hatten wir uns breiter aufgestellt, mit Wohnungsbau, Abdichtungsarbeiten und allgemeinen Betonarbeiten. Mittlerweile konzentrieren wir uns klar auf den Industriebau. Im privaten Bereich sind wir weiterhin tätig, allerdings bei anspruchsvolleren Projekten, etwa wenn Sichtbeton, geschalte Decken oder besondere Betonbauteile gefragt sind. Den klassischen Einfamilienhausbau haben wir bewusst nicht mehr im Portfolio.

Wirtschaftsforum: Wie treten Sie am Markt auf und wie gewinnen Sie neue Kunden?

Michael Finette: Unser Neukundengeschäft entsteht nahezu ausschließlich durch Empfehlungen und langjährige Geschäftsbeziehungen. Im Gewerbebau verfügen wir über einen breiten Stammkundenkreis, sodass wir über nahezu alle relevanten Ausschreibungen in unserem Segment informiert werden. Auch im privaten Betonbau genießen wir einen guten Ruf. Architekten wissen, dass wir anspruchsvolle Projekte fachgerecht und zuverlässig umsetzen. Klassische Werbemaßnahmen spielen für uns daher nur eine untergeordnete Rolle.

Interview mit

Michael Finette,
Geschäftsführer
Baubetrieb Finette GmbH

BAUBETRIEB GMBH
FINETTE

KONTAKTDATEN
Baubetrieb Finette GmbH
Schulstraße 21
34431 Marsberg
Deutschland
+49 2992 903462
info@baubetrieb-finette.de
www.baubetrieb-finette.de
Instagram: baubetriebfinette

Präzision im Detail: Fundamente gehören zum Kerngeschäft der Finette GmbH

Blockfundamente auf der Großbaustelle

Wirtschaftsforum: Sie sind bundesweit aktiv. Wie ist das organisatorisch zu stemmen?

Michael Finette: Wir haben derzeit Baustellen von Hamburg, Bremen und Büren bis nach München – eine bundesweite Präsenz, die sich mit der richtigen Struktur gut organisieren lässt. Einen wesentlichen Beitrag dazu leistet die Digitalisierung – sowohl auf der Baustelle als auch im Büro. Wir arbeiten inzwischen mit GPS-gestützter Vermessungstechnik und benötigen auf der Baustelle keinen klassischen Bauplan mehr. Das System zeigt die erforderliche Position zentimetergenau an. Was früher mit Schnüren und Bandmaß aufwendig abgesteckt werden musste, lässt sich heute präzise und deutlich effizienter umsetzen. Angesichts des zunehmenden Fachkräftemangels ist dieser technologische Fortschritt für uns unverzichtbar.

Wirtschaftsforum: Stichwort Digitalisierung: Was hat sich in Ihrem Bürobetrieb verändert?

Michael Finette: Sehr viel. Sämtliche Unterlagen werden digital erfasst und direkt für die Revision vorstrukturiert. Auf einer größeren Baustelle kommen Revisionsunterlagen von mehreren tausend Seiten zusammen – Lieferscheine, Datenblätter, Gefährdungsanalysen, Sicherheitsvorschriften. All das landet heute unmittelbar im richtigen digitalen Ordner. Wenn der Auftraggeber die Unterlagen abrufen möchte, übermitteln wir sie per Link. Das papiergebundene Verfahren, das früher üblich war, ist damit überholt. Hinzu kommt, dass seit der Pandemie Videokonferenzen zum Standard geworden sind, ein echter Zeitgewinn, der sich im Tagesgeschäft deutlich bemerkbar macht.

Wirtschaftsforum: Sie erwähnten bereits das Thema Fachkräftemangel. Wie erleben Sie das konkret?

Michael Finette: Er ist seit der Gründung 2013 das beherrschende Thema. Deutsche Fachkräfte im Bauhandwerk sind kaum noch zu finden; unsere Belegschaft setzt sich überwiegend aus Mitarbeitern aus dem ehemaligen Jugoslawien und dem Kosovo zusammen. Gleichzeitig fragen sich viele in unserer Branche, wie die nächste Generation für Handwerksberufe gewonnen werden soll. Die Lebenswelt junger Menschen hat sich verändert; wer digital aufwächst, orientiert sich beruflich häufig in Richtung digitaler Tätigkeiten. Das spüren wir unmittelbar, auch bei der Suche nach Auszubildenden. Ich gehe davon aus, dass sich diese Situation eher noch verschärfen wird.

Wirtschaftsforum: Wie ist Ihr Unternehmen mit den Krisen der vergangenen Jahre umgegangen?

Michael Finette: Die Pandemie war für uns operativ weniger belastend als erwartet – der Betrieb lief weitgehend normal weiter. Deutlich schwieriger gestaltete sich die Phase danach. Der Anstieg der Baustoffpreise infolge des Ukrainekrieges war erheblich; wir hatten den Vorteil, dass unsere Aufträge bereits erteilt und unsere Nachunternehmer vertraglich gebunden waren. Gegenwärtig herrscht Planungsunsicherheit. Einige Auftraggeber verlagern Neubauprojekte in angrenzende Länder wie Polen oder Tschechien, wo Personalkosten und Genehmigungsverfahren günstiger sind.

Wirtschaftsforum: Was wünschen Sie sich für die Zukunft – für Ihr Unternehmen und generell für die Branche?

Michael Finette: Ich würde mir wünschen, dass das Handwerk als Berufsfeld wieder mehr Anerkennung gewinnt und mehr Menschen dafür zu begeistern sind – es ist ein anspruchsvoller Berufszweig, der gesellschaftlich unverzichtbar ist. Darüber hinaus hoffe ich auf eine Vereinfachung der Verwaltungsanforderungen; die Nachweispflichten haben sich seit 2013 erheblich ausgeweitet. Als Unternehmen werden wir digitale Prozesse ausbauen und in moderne Technik investieren, um personelle Engpässe zu kompensieren.

„Auch in Europa können wir KI-Lösungen entwickeln!“

Interview mit

Michael Neidhöfer,
Geschäftsführer der ZREALITY GmbH

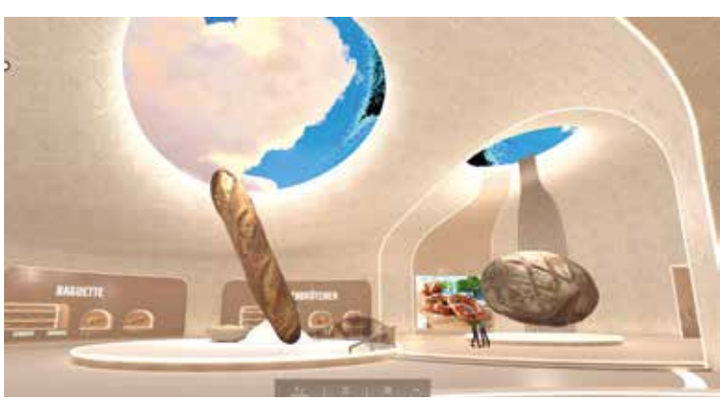
Seit vielen Jahren entwickelt ZREALITY immersive Lernumgebungen, mit denen seine Unternehmenskunden ihre Mitarbeiter schulen können: Die KI hat dabei nicht nur die Entwicklungszyklen merklich beschleunigt, sondern noch eine weitere Lösung angestoßen, mit der ZREALITY die Datensicherheitsbedenken seiner Kunden ernst nehmen möchte: AI Agents made in Germany. Geschäftsführer Michael Neidhöfer sprach mit Wirtschaftsforum über aktuelle Entwicklungen und seine Ziele für die Zukunft.

Wirtschaftsforum: Herr Neidhöfer, ZREALITY trat nach seiner Gründung 2014 ursprünglich als Virtual Reality-Agentur im Markt auf, heute liegt der Kern Ihrer Unternehmenstätigkeit jedoch ganz woanders.

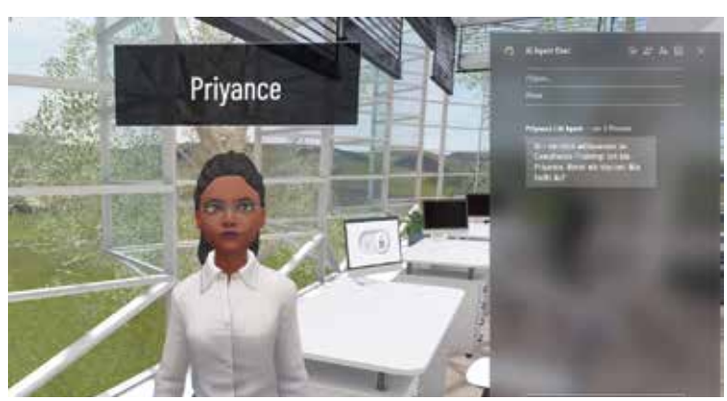
Michael Neidhöfer: Wir waren damals auch sehr früh im Metaverse dabei. Inzwischen bauen wir jedoch vorwiegend 3D-Lösungen für den Industriesektor: Die User Experience der Anwender kann man sich dabei durchaus wie ein Computerspiel am PC vorstellen – man interagiert als Avatar mit anderen Avataren und Objekten in einer virtuellen Realität. Für große Unternehmen wie BASF oder Siemens Energy, aber auch für viele mittelständische Betriebe aus unterschiedlichsten Branchen erstellen wir dazu digitale Zwillinge ihrer jeweiligen Anlagen, beziehungsweise visualisieren das entsprechende Produkt oder den jeweiligen Prozess in 3D. Auf dieser Basis entwickeln wir dann immersive Lernlösungen für die unterschiedlichsten Anwendungsfälle, etwa zur Einrichtung einer Maschine oder zum Training eines Nutzers in den jeweiligen Prozessen. Mit den modernen KI-Agenten können wir diese Erfahrung natürlich noch weiterführen, indem sich die Anwender beispielsweise direkt mit ihnen unterhalten können. Einige Unternehmen setzen diese Lösung sogar schon für das Gesprächstraining ihrer Manager ein.

Wirtschaftsforum: Mit Soveron haben Sie kürzlich noch ein zweites Produkt auf den Markt gebracht, das ganz unter dem Motto „Made in Germany“ steht.

Michael Neidhöfer: Das mag in diesen Zeiten kontraintuitiv klingen, schließlich heißt es oft, der technologische Vorsprung von China oder den USA sei nicht mehr einzuholen. Ich selbst war lange in den USA tätig und habe da ein etwas anderes Bild, denn natürlich können auch wir Europäer Rechenzentren bauen und schlagkräftige KI-Lösungen entwickeln. Vor dem Hintergrund der heutigen geopolitischen Realitäten sind viele europäische Player zudem bestrebt, schon allein aus Gründen der Datensicherheit auf europäische Lösungen zu setzen und sich somit auch strukturell von amerikanischen Anbietern unabhängig zu machen. Mit Soveron hosten und betreiben wir nun einen eigenen KI-Agenten vollständig in Deutschland und setzen dabei mit Mistral zudem auf ein europäisches Large Language Model – die ideale Lösung für



In den immersiven Lernumgebungen von ZREALITY können die Nutzer mit Objekten und anderen Avataren interagieren



Die KI hat die Entwicklungszyklen deutlich beschleunigt

alle Marktteilnehmer, die großen Wert auf eine DSGVO-konforme Datensouveränität und -sicherheit legen, ganz ohne Bestandteile aus den USA.

Wirtschaftsforum: Wie hat ZREALITY diesen beachtlichen Shift vom ursprünglichen Unternehmenszweck zum heutigen Tätigkeitsspektrum vollzogen?

Michael Neidhöfer: Ich glaube, das hat viel mit unserer Firmenkultur zu tun: Wir verbieten starres Denken und fördern in unseren Teams eigenständiges Handeln. Als das Metaverse aufkam, mussten wir schnell reagieren und zügig unser Produktspektrum erweitern. Dasselbe galt, als die KI auf den Plan rückte. Wir achten darauf, dem Markt immer sehr nachdrücklich zuzuhören, sehr gut informiert zu bleiben und somit auch schnell mit unseren Produkten in die Umsetzung zu kommen. Denn die Zeiten sind zu schnelllebig für Dogmatismus – kein Softwareprodukt wird ohne beständige Weiterentwicklungen mehrere Jahre am Markt bestehen können.

Wirtschaftsforum: Welche Innovationen stehen derzeit für Sie im Zentrum der Aufmerksamkeit?

Michael Neidhöfer: Die Next Frontier in der immersiven Visualisierung digitaler Zwillinge liegt wahrscheinlich im Gaussian Splatting, einer KI-unterstützten Technologie, mit der sich aus Kamerabildern idealerweise automatisch hochauflösende 3D-Modelle generieren lassen, die bis ins letzte Detail den Aufbau der tatsächlichen Anlage korrekt wiedergeben. Die massive Geschwindigkeit, mit der die Capabilities der KI zunehmen, schafft derweil auf eine eigene verrückte Art Klarheit über ihre zukünftigen Wirkungsmöglichkeiten: So erscheint es naheliegend, dass immer mehr Prozesse automatisiert und in die Hände von KI-Agenten gelegt werden, selbst wenn dabei wohl auch langfristig eine menschliche Supervision notwendig bleiben wird. Natürlich werden wir auch gesamtwirtschaftliche Verwerfungen erleben, und sicherlich würden wir nicht eine derart weitreichende Nachfrage nach unseren Kompetenzen erfahren, wenn sich dadurch nicht effektiv Kosten senken ließen. Trotzdem wird menschliches Know-how weiterhin an vielen Stellen unersetzlich bleiben – auch in der Programmierung!

Wirtschaftsforum: Und bei Soveron?

Michael Neidhöfer: Wir hätten ganz gern ein deutsches Large Language Model im Sinne einer Lösung, die auch lokal betrieben werden kann. Natürlich können wir keine so großen LLMs wie die bekannten Namen trainieren, dazu bräuchte man nahezu aberwitziges Funding. Doch wenn ein mittelständisches Unternehmen einige Dokumente analysieren lassen will, muss es darauf nicht gleich die geballte Power von Anthropic loslassen. Wir befinden uns bereits in einigen Pilotprojekten mit unseren Kunden, in denen wir auch dieses Ziel aktiv weiterverfolgen.

KONTAKTDATEN
ZREALITY GmbH
Zollamtstraße 11
67663 Kaiserslautern
Deutschland
+49 631 34359680
info@zreality.com
www.zreality.com

Soveron: eine KI-Lösung made in Germany, ganz ohne Komponenten aus den USA

Die User Experience ist vergleichbar mit einem Videospiel

Auch für den Südwestrundfunk hat ZREALITY bereits immersive Lösungen entwickelt

Von der Hageldelle zum Global Player

Der Hagelscanner erfasst automatisiert Beschädigungen. Mit seiner App stellt Car Solutions den Sachverständigen eine Vorkalkulation aller Schäden zur Verfügung

Ob Hagelsturm in Kassel oder Tokyo – extreme Wetterereignisse beschädigen immer mehr Fahrzeuge in immer mehr Regionen. Für Versicherer und Fahrzeughersteller wird die schnelle und koordinierte Abwicklung solcher Großschadenereignisse zunehmend zur Herausforderung. Die Car Solutions International GmbH hat sich in diesem Nischenmarkt zu einem Pionier der Gesamtabwicklung entwickelt.

Interview mit

Michael Grebe,
Mitglied der Geschäftsleitung der Car Solutions International GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Grebe, wie hat sich Ihr Unternehmen seit der Gründung entwickelt?

Michael Grebe: Wir sind 2013 als klassischer Hagelschaden-Dienstleister für Versicherer, Schadensteuerer und Fahrzeughersteller gestartet – zunächst ausschließlich in Deutschland. Sehr schnell wurde uns jedoch klar, dass wir uns unabhängiger von der Saisonalität der Unwetterschäden aufstellen mussten. Deshalb konzentrierten wir uns verstärkt auf Fahrzeughersteller wie Mercedes-Benz, BMW oder Volkswagen, deren Fahrzeuge auf großen Sammelplätzen weltweit ebenfalls durch Hagel beschädigt werden können.

Die Pandemie hat unsere Entwicklung deutlich geprägt: Internationale Projekte waren plötzlich nicht mehr umsetzbar, weil unsere Teams nicht mehr reisen konnten. Deshalb gründeten wir in mehreren Ländern eigene Gesellschaften, die heute personalintensive Dienstleistungen direkt in den Werken der Hersteller übernehmen. So verantworten wir beispielsweise von unserem Standort im mexikanischen Puebla aus die komplette Teileversorgung für den amerikanischen Markt. Dort sind innerhalb von drei Jahren rund 400 Arbeitsplätze entstanden. Heute sind wir mit eigenen Gesellschaften in Deutschland, Japan, den USA, Mexiko, den Beneluxstaaten, Australien und Saudi-Arabien sowie Dubai vertreten und haben uns vom reinen Hageldienstleister zu einem ganzheitlichen Partner für die Schadenabwicklung bei Massenschäden entwickelt.

Wirtschaftsforum: Die vergangenen Jahre waren von Krisen geprägt. Wie hat sich das auf Ihr Geschäft ausgewirkt?

Michael Grebe: Sehr stark. Durch den Halbleitermangel infolge der Pandemie ging die Fahrzeugproduktion deutlich zurück – insbesondere bei Kleinwagen, die wir als Ersatzfahrzeuge für unsere Kunden benötigen. Gleichzeitig stiegen die Kosten für Lackmaterialien, Ersatzmobilität und Personal erheblich. Da wir mit Versicherern meist Dreijahresverträge schließen, waren diese Preissteigerungen dort nicht berücksichtigt. Deshalb mussten wir unsere Prozesse durch Digitalisierung und Automatisierung deutlich effizienter gestalten und gleichzeitig eng mit unseren Kunden zusammenarbeiten, um gemeinsam Lösungen für die veränderte Kostensituation zu finden.
Auch der Fachkräftemangel bei Sachverständigen hat unsere Entwicklung begünstigt. Immer mehr Versicherer lagern diese Leistungen vollständig an spezialisierte Partner wie uns aus.

Wirtschaftsforum: Wie groß ist die Car Solutions International heute?

Michael Grebe: International beschäftigen wir innerhalb der CSI-Holding-Gruppe rund 500 festangestellte Mitarbeitende. Hinzu kommen projektbezogen Partner und Subunternehmer. Bei größeren Schadenereignissen können kurzfristig weitere 150 bis 750 Hagelschadenspezialisten zum Einsatz kommen. In Deutschland beschäftigt die Car Solutions International GmbH derzeit knapp 50 Mitarbeitende, nach 80 im Vorjahr. Hintergrund ist, dass die Unwetterereignisse nach dem sehr schadenreichen Jahr 2023 in den vergangenen beiden Jahren deutlich zurückgegangen sind.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet Sie von anderen Anbietern am Markt?

Michael Grebe: Zum einen unsere Kapazität. Wir sind der einzige Anbieter, der große Schadenvolumen bundesweit vollständig abwickeln kann – von der Einzelbesichtigung über eigene Sammelcenter bis hin zur Reparatur- und Ersatzwagenlogistik einschließlich der kompletten Schadensteuerung.
Zum anderen zeichnet uns unser hoher Digitalisierungsgrad aus. Früher stand ein Sachverständiger mit Zettel und Papier vor dem beschädigten Fahrzeug. Heute fährt der Kunde durch einen Hagelscanner, der den Schaden innerhalb von Sekunden automatisiert erfasst und dieser mithilfe unserer App und KI vorkalkuliert. Dadurch kann sich der Sachverständige im Kundengespräch ganz auf die Beratung konzentrieren. Dieses Verfahren haben wir gemeinsam mit der Allianz als Pilotprojekt entwickelt und inzwischen bundesweit bei allen Versicherern eingeführt. Auch im Backoffice, bei der Rechnungsprüfung und im Controlling setzen wir heute erfolgreich auf KI-gestützte Prozesse. Trotz aller Automatisierung bleibt der Mensch für uns jedoch der entscheidende Erfolgsfaktor – sowohl der geschädigte Kunde als auch der Sachverständige vor Ort.

Wirtschaftsforum: Der Fachkräftemangel ist branchenweit ein Thema. Was schätzen Ihre Mitarbeiter an Ihnen als Arbeitgeber?

Michael Grebe: Vor allem unsere Wertschätzung. Wir leben den Grundsatz „Family First" und unterstützen unsere Mitarbeitenden unter anderem mit Wellpass, betrieblicher Altersvorsorge sowie – je nach Tätigkeit – mit E-Bike-Leasing oder einem Firmenfahrzeug. Uns ist wichtig, auf die persönliche Situation jedes Einzelnen einzugehen, gerade weil viele unserer Mitarbeitenden weltweit unterwegs sind, während andere ihren Sommerurlaub genießen. Dadurch ist über die Jahre ein starker Zusammenhalt entstanden, der unser Unternehmen bis heute prägt.

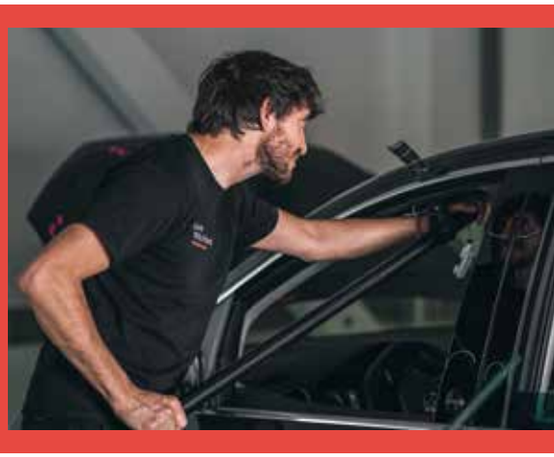
Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie das Unternehmen mittel- bis langfristig?

Michael Grebe: Wir wollen unsere Marktposition weiter ausbauen, unser Unternehmen breiter aufstellen und gesundes, planbares Wachstum erzielen. Aktuell expandieren wir insbesondere in Japan, Saudi-Arabien und Dubai, um unsere Abhängigkeit von wetterbedingten Schäden weiter zu reduzieren und unsere Position im Herstellergeschäft auszubauen. Ergänzend schaffen wir mit drei eigenen Lack- und Karosseriebetrieben in Deutschland eine zusätzliche wirtschaftliche Basis. Am Ende geht es jedoch immer um den Menschen – um den geschädigten Kunden, den Ansprechpartner beim Versicherer und unsere eigenen Mitarbeitenden. Trotz aller Digitalisierung und Automatisierung sind sie der wichtigste Erfolgsfaktor unseres Unternehmens.

KONTAKTDATEN
Car Solutions International GmbH
Haart 224
24539 Neumünster
Deutschland
+49 4321 556300
info@getcsi.de
www.csi-repair.com

Ein Techniker der Car Solutions International bringt Hageldellen wieder in Form

Blick von oben: Reparatur eines Hagelschadens am Fahrzeugdach



Auch an Tür und Fensterrahmen wird der Hagelschaden sorgfältig ausgebessert

Architektur als Beitrag zur Stadt

Kaum ein Architekturbüro prägt München so umfassend wie die OS A Ochs Schmidhuber Architekten GmbH. Mit Projekten in nahezu allen Teilen der Stadt, einem ausgeprägten Fokus auf individuelle Lösungen statt wiedererkennbarem Stil und einem eigenen Zukunftslabor für Themen wie Nachhaltigkeit und Stadtentwicklung versteht sich OS A als Mitgestalter urbaner Zukunft. Geschäftsführer Fabian Ochs spricht über Verantwortung, Wandel und die Architektur von morgen.

Interview mit

Fabian Ochs,
Geschäftsführer der OS A Ochs Schmidhuber Architekten GmbH

Der Momenturm für Generali steht beispielhaft für OS As Anspruch, markante Architektur mit Nachhaltigkeit und urbaner Qualität zu vereinen.

KONTAKTDATEN
OS A Ochs Schmidhuber
Architekten GmbH
Müllerstraße 20
80469 München
Deutschland
+49 89 1271520
info@osa-muenchen.de
www.osa-muenchen.de

Wirtschaftsforum: Herr Ochs, wie hat sich OS A entwickelt?

Fabian Ochs: Aus kleinen Anfängen. Lange arbeiteten wir zunächst nur zu zweit, später zu dritt und zu viert, im Keller und im Hinterhaus. 2008 zogen wir in größere Räume, 2011 dann in die Münchner Innenstadt. Dieser Schritt war enorm wichtig: Er brachte uns Nähe zur Stadt, zur Genehmigungsbehörde und zur Stadtplanung sowie ein attraktives Umfeld für unser Team.

Wirtschaftsforum: Gab es ein prägendes Leuchtturmprojekt?

Fabian Ochs: Nicht nur eines. Früh war ein großer Bebauungsplan am Westrand Münchens wichtig. Wir haben für Investoren wie Allianz und Goldman Sachs gearbeitet, für Eigennutzer wie Atrex oder General Electric. Aktuell ist das neue Generali-Headquarter ein großes Projekt. Doch ein typischer OS A-Stil lässt sich nicht festmachen. Jedes Projekt besitzt seine eigene Identität.

Wirtschaftsforum: Wie groß ist das Büro heute?

Fabian Ochs: Wir haben 65 Mitarbeiter und hoffen, bald die 70 zu erreichen. Unsere Kernkompetenz sind die Leistungsphasen eins bis fünf – also Planung bis zur ausführungsreifen Planung. Die späteren Phasen stemmen wir mit bewährten Partnern.

Wirtschaftsforum: Wie hat OS A die Krisen der letzten Jahre erlebt?

Fabian Ochs: Natürlich gab es schwierige Momente. Aber insgesamt geht es uns gut. Die Krise hat uns breiter aufgestellt: Früher waren wir stark auf Büro- und Investorenprojekte fokussiert. Heute geht es bei uns mehr um Wohnen, gemischte Nutzungen, Projekte für Eigennutzer, Umbauten und Umstrukturierungen – und unser erstes Klinik-Projekt.

Wirtschaftsforum: Was unterscheidet OS A von anderen Büros?

Fabian Ochs: Unsere starke Konzentration auf München. Ich bin

25 Jahre OS A: Mitarbeiter, Partner und Wegbegleiter feierten das Jubiläum eines Architekturbüros, das München seit einem Vierteljahrhundert mitgestaltet

ziemlich sicher, dass kaum ein Büro so viele Projekte an so vielen Stellen dieser Stadt hat. Gleichzeitig suchen wir für jedes Projekt eine individuelle Lösung. Viel entsteht aus dem Ideenreichtum des Teams, mit Menschen aus 16 Nationen. Jede Stimme zählt.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt das OS A Lab?

Fabian Ochs: Eine wichtige. Seit rund zehn Jahren beschäftigen wir uns dort unabhängig vom Tagesgeschäft mit Zukunftsfragen der Stadt. Dazu gehören Mobilität, Nachhaltigkeit, Wohnen oder neue Quartiersideen. Nicht alles wird sofort umgesetzt, aber jeder Schritt in die richtige Richtung zählt.

Wirtschaftsforum: Wie lautet Ihre Vision?

Fabian Ochs: „We create IkonOSAs unter zwei Grad und voll menschlicher Wärme. The future makers." IkonOSAs sind für uns Stadtbausteine, die etwas Besonderes leisten: nachhaltig, relevant und für die Menschen gemacht, die darin leben oder arbeiten.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet Nachhaltigkeit konkret?

Fabian Ochs: Man kann nicht in jedem Projekt alles umsetzen. Aber man kann anfangen: Aufstockungen in Holz statt Beton, Bürotrennwände aus Stroh statt Gipskarton, Energiegewinnung über Fassaden. Wichtig ist, Kosten- und Terminsicherheit mit nachhaltigen Zielen zusammenzubringen.

Wirtschaftsforum: Welche Zukunftsaufgabe ist besonders wichtig?

Fabian Ochs: Der Bestand. Wir werden nicht jede Aufgabe lösen können, indem wir abreißen und neu bauen. Leerstehende Bürogebäude in Wohnungen umzuwandeln, Warenhäuser neu zu nutzen, Stadtbausteine weiterzuentwickeln – darin liegt großes Potenzial.

WIRTSCHAFTSFORUM
Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

Echte Interviews.
Echte Entscheidungen.
Echter Einfluss.

www.wirtschaftsforum.de

Warum smarte Trocknung immer wichtiger wird

Interview mit

Gregorio Zuazu Vela,
CEO
der CORROVENTA Entfeuchtung GmbH

Stapelbare Kondensationstrockner K3 ES HP (unten) und K3 HP (oben) für effiziente, flexible Entfeuchtung bei begrenztem Platz

Wenn es um Wasserschäden geht, zählt jede Stunde. Deshalb setzt die CORROVENTA Entfeuchtung konsequent auf Effizienz, Digitalisierung und praxisnahe Innovation. Unter der Leitung von Gregorio Zuazu Vela entwickelt sich das schwedische Unternehmen vom Gerätehersteller zum Lösungsanbieter. Im Gespräch erläutert der CEO, warum „Making Drying Smarter" mehr als ein Schlagwort ist, welche Rolle Schulung und Beratung spielen und weshalb Nachhaltigkeit in der Trocknungstechnik neu gedacht werden muss.

Wirtschaftsforum: Herr Zuazu Vela, was zeichnet Corroventa als Unternehmen aus?

Gregorio Zuazu Vela: Wir verstehen uns nicht nur als Hersteller von Geräten, sondern als Partner unserer Kunden. Unser Fokus liegt auf der Lösung realer Probleme, vor allem im Bereich Wasserschadensanierung. Dabei kombinieren wir Technologie, Training und Beratung. Unser Anspruch ist es, als Premiumanbieter nicht nur Produkte zu liefern, sondern ganzheitliche Lösungen bereitzustellen.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich das Unternehmen über die Jahre entwickelt?

Gregorio Zuazu Vela: Gegründet wurde Corroventa in 1985 von einem echten Innovator, der früh tragbare und effiziente Trocknungslösungen entwickelte. Ein wichtiger Meilenstein war die Expansion nach Deutschland Anfang der 1990er-Jahre. Seit 2007 gehören wir zur Industrieholding Volati, was uns zusätzliche Entwicklungsmöglichkeiten eröffnet hat. In den letzten Jahren haben wir verstärkt auf digitale Lösungen und vernetzte Technologien gesetzt.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre typischen Kunden?

Gregorio Zuazu Vela: Unsere direkten Kunden sind professionelle Dienstleister, die Wasserschäden beheben, etwa nach Rohrbrüchen oder Überschwemmungen. Sie arbeiten im Auftrag von Versicherungen oder Immobilieneigentümern. Wir bewegen uns klar im B2B-Bereich und unterstützen diese Fachkräfte mit Equipment, Know-how und Schulungen.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt Innovation in Ihrem Produktportfolio?

Gregorio Zuazu Vela: Innovation ist für uns immer zweckgebunden. Wir entwickeln keine Technologie um ihrer selbst willen, sondern um konkrete Probleme unserer Kunden zu lösen. Ein Beispiel sind unsere Trocknungsgeräte mit integrierten Pumpen, die Wasser automatisch abführen. Oder unsere vernetzten Systeme, mit denen sich Prozesse remote überwachen und steuern lassen.

Wirtschaftsforum: Was bedeutet Ihr Leitspruch „Making Drying Smarter" konkret?

Corroventa Turbine, Wasserabscheider und Adsorptionstrockner mit SuperVision 2.0

Gregorio Zuazu Vela: Es geht darum, Trocknungsprozesse effizienter, schneller und ressourcenschonender zu gestalten. Unsere Geräte sind zunehmend digital vernetzt und ermöglichen Remote

Monitoring und Steuerung. Kunden sehen in Echtzeit, wie weit ein Projekt fortgeschritten ist, und können Prozesse optimieren, ohne ständig vor Ort zu sein.

Wirtschaftsforum: Welche Bedeutung hat die Corroventa Academy für Ihr Geschäftsmodell?

Gregorio Zuazu Vela: Die Schulung unserer Kunden ist ein zentraler Bestandteil unseres Erfolgs. In unseren Trainingszentren in ganz Europa vermitteln wir praxisnahes Wissen zu Trocknungsmethoden und Technik. Jährlich schulen wir rund 1.000 Teilnehmer. So stellen wir sicher, dass unsere Lösungen optimal eingesetzt werden.

Wirtschaftsforum: Wo wird produziert und wie ist Ihr Unternehmen organisiert?

Gregorio Zuazu Vela: Unsere gesamte Produktion sowie Forschung und Entwicklung sind in Schweden angesiedelt. Von dort aus beliefern wir unsere europäischen Märkte über eigene Niederlassungen und Vertriebspartner. Besonders stark sind wir in Deutschland, aber auch in weiteren Ländern Westeuropas präsent.

Wirtschaftsforum: Wie positionieren Sie sich im Wettbewerb?

Gregorio Zuazu Vela: Wir sehen uns als Premiumanbieter mit hohem Qualitätsanspruch. Neben langlebigen Produkten bieten wir umfassenden Service und technische Expertise. Im Markt gehören wir zu den führenden Anbietern und belegen eine starke Position, insbesondere im Vergleich zu Wettbewerbern im professionellen Segment.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt die Unternehmenskultur?

Gregorio Zuazu Vela: Unsere Kultur ist stark kundenorientiert. Viele Mitarbeiter sind seit Jahrzehnten im Unternehmen und verfügen über enormes Erfahrungswissen. Wir setzen bewusst auf persönliche Beratung statt auf automatisierte Systeme. Gerade in Krisensituationen schätzen unsere Kunden diese direkte Unterstützung.

Wirtschaftsforum: Welche strategischen Ziele verfolgen Sie aktuell?

Gregorio Zuazu Vela: Wir wollen unser Kerngeschäft weiter ausbauen, unser Produktportfolio erweitern und unsere digitalen Lösungen konsequent weiterentwickeln. Gleichzeitig investieren wir in unsere Unternehmenskultur und die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter.

Wirtschaftsforum: Wo sehen Sie die größten Herausforderungen?

Gregorio Zuazu Vela: Eine zentrale Herausforderung ist die zunehmende Komplexität durch Digitalisierung. Unsere Kunden nutzen viele verschiedene Systeme – hier gilt es Mehrwert zu schaffen, ohne zusätzliche Komplexität zu erzeugen. Gleichzeitig müssen wir Effizienz und Nachhaltigkeit im Blick behalten. Ein wichtiger Aspekt ist, dass unsere Lösungen dazu beitragen, wertvolle Materialien in Gebäuden zu erhalten, anstatt sie durch Abriss zu verlieren. Obwohl die Trocknung Energie erfordert, ist sie deutlich ressourcenschonender als Abriss und Neubau und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit.

Wirtschaftsforum: Wie blicken Sie in die Zukunft?

Gregorio Zuazu Vela: Wir sehen großes Potenzial in unseren bestehenden Märkten. Unser Fokus liegt darauf, Kunden noch stärker von smarteren, effizienteren Trocknungsmethoden zu überzeugen. Wenn uns das gelingt, können wir nachhaltig wachsen und gleichzeitig echten Mehrwert schaffen.

Making Drying Smarter™ mit dem Steuerungssystem SuperVision® 2.0, das Kunden die Echtzeitsteuerung digitaler und analoger Trocknungssysteme ermöglicht

CorroVenta®
MAKING DRYING SMARTER™

KONTAKTDATEN
Corroventa Entfeuchtung GmbH
Siemensring 86
47877 Willich-Münchheide
Deutschland
+49 2154 884090
mail@corroventa.de
www.corroventa.de

Wo jeder Tropfen zählt

Ein Roboterarm übernimmt das Handling der Kappen für Vials

Die gravimetrische Abfüllung auf der Wägezelle garantiert höchste Dosiergenauigkeit

Interview mit
Dipl.-Ing. Mirko Ebeling,
Geschäftsführer und Gründer der Ebetech GmbH

Die globale Pharmaindustrie wächst rasant: Neue Therapieformen, eine alternde Weltbevölkerung und der verbesserte Zugang zu Medikamenten in Schwellenländern sorgen für anhaltend hohe Nachfrage. Wer in diesem anspruchsvollen Umfeld liefern will, braucht technologische Präzision und Innovationskraft. Die Ebetech GmbH aus Scheeßel bietet beides: als spezialisierte Vertriebs- und Serviceorganisation für sterile Fill-Finish-Anwendungen verbindet das norddeutsche Unternehmen 25 Jahre Branchenerfahrung mit modernster Roboter- und KI-Technologie.

Mirko Ebeling, Geschäftsführer und Gründer der Ebetech GmbH, weiß, womit er seine Kunden überzeugt: Herzstück des Portfolios sind Maschinen des italienischen Herstellers Steriline, ergänzt um komplementäre Lösungen für vor- und nachgelagerte Prozessschritte. Die Systeme befüllen Vials, Spritzen, Ampullen und Augentropfenbehälter mit flüssigen, viskosen oder pulverförmigen Substanzen, stets unter streng sterilen Bedingungen, eingekapselt in Isolatoren. Was Ebetech dabei von vielen Wettbewerbern unterscheidet: die konsequente Integration von Robotertechnik, die Mirko Ebeling als zentrales Alleinstellungsmerkmal sieht. „Wir sind der Einzige, der größere Ausbringungsmengen mit Robotern realisiert", erklärt er. Dabei bewegt sich das Unternehmen bewusst im Low- und Medium-Speed-Segment, einer Nische, die es mit technologischer Tiefe besetzt.

KI als Qualitätswächter

Kameras überwachen den gesamten Abfüllprozess, erkennen selbstständig Unregelmäßigkeiten und garantieren so die Prozesssicherheit. Die Roboter korrigieren den Fehler eigenständig, ganz ohne Sensorik, nur mit Visiontechnik. Mirko Ebeling erklärt die Notwendigkeit von KI in diesen Prozessen an einem Beispiel: Bei Präparaten der Gentherapie oder personalisierten Onkologiepräparaten, bei denen der Inhalt eines einzelnen Vials bis zu mehrere Zehntausend Euro wert sein kann, zählt jeder abgefüllte Tropfen. Digitale Zwillinge, Fernwartung und vorausschauende Diagnose per Onlinezugriff auf die Kundenmaschinen runden das technologische Bild ab. Auch im Bereich Energieeffizienz tut sich etwas: Ein neu entwickelter Heißlufttunnel zum Sterilisieren von Glascontainern benötigt rund ein Drittel weniger Energie als herkömmliche Systeme. Ein klares Bekenntnis zur Nachhaltigkeit, die auch Pharmakonzerne zunehmend von ihren Lieferanten einfordern.

Wachstum im Blick

Ebetech bedient Pharmaunternehmen in der DACH-Region und darüber hinaus in ganz Europa. Der Exportanteil liegt bei 80 bis 90%. Gelegentlich begleitet das international ausgerichtete Ebetech-Team Projekte bis nach Indien, Saudi-Arabien oder in die USA. Für die Zukunft sieht Mirko Ebeling weiteres Potenzial: In den nächsten drei Jahren plant er, den Umsatz um mindestens ein Drittel zu steigern – organisch, ohne das bewährte Kerngeschäft der sterilen Abfüllung zu verlassen. Das Marktumfeld gibt diese Zuversicht her. Während traditionelle Absatzmärkte wie Russland weggebrochen sind, entwickeln sich der Nahe Osten und weitere Schwellenländer zu starken Wachstumsmärkten. Denn gerade hier, so seine Überzeugung, liegt noch reichlich Terrain für jene, die präziser, innovativer und ein Stück weiter denken als der Rest.

Ebetech
pharma solutions

KONTAKTDATEN
Ebetech GmbH
Vor der Eulenkammer 14
27383 Scheeßel
Deutschland
+49 160 6292090
info@ebetech.de
www.ebetech.de

Kontakte

CH Oleochemicals GmbH
Valvo Park – Gebäude 6 B
Tarpen 40
22419 Hamburg
Deutschland
+49 40 696359200
info@ch-oleochemicals.de
www.ch-oleochemicals.de

Collectors Wine World GmbH
Max-Keith-Straße 66
45136 Essen
Deutschland
+49 201 24694750
office@collectorswineworld.com
www.collectorswineworld.com

CCT Deutschland GmbH
Burgfriedenstraße 8
60489 Frankfurt am Main
Deutschland
+49 69 719149690
contact@cct-solutions.com
www.cct-solutions.com

INDAMED EDV-Entwicklung und
-Vertrieb GmbH
Ziegeleiweg 1
19057 Schwerin
Deutschland
+49 385 77094
info@indamed.de
www.indamed.de

bartolome röder AG
Ridlerstraße 11
80339 München
Deutschland
+49 89 21111848
info@br-ag.com
www.br-ag.com

ALBA Berlin GmbH
Flottenstraße 7-9
13407 Berlin
Deutschland
+49 30 35182 351
service@alba.info
berlin.alba.info

Baubetrieb Finette GmbH
Schulstraße 21
34431 Marsberg
Deutschland
+49 2992 903462
info@baubetrieb-finette.de
www.baubetrieb-finette.de
Instagram: baubetriebfinette

ZREALITY GmbH
Zollamtstraße 11
67663 Kaiserslautern
Deutschland
+49 631 34359680
info@zreality.com
www.zreality.com

Car Solutions International GmbH
Haart 224
24539 Neumünster
Deutschland
+49 4321 556300
info@getcsi.de
www.csi-repair.com

OS A Ochs Schmidhuber
Architekten GmbH
Müllerstraße 20
80469 München
Deutschland
+49 89 1271520
info@osa-muenchen.de
www.osa-muenchen.de

Corroventa Entfeuchtung GmbH
Siemensring 86
47877 Willich-Münchheide
Deutschland
+49 2154 884090
mail@corroventa.de
www.corroventa.de

Ebetech GmbH
Vor der Eulenkammer 14
27383 Scheeßel
Deutschland
+49 160 6292090
info@ebetech.de
www.ebetech.de

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