

Wirtschaft im Süden



Interview:

Wenn Diamanten auf Reisen gehen

Julia Ottmar, Executive Director der Ferrari Logistics Germany GmbH, Seite 06

Unsere Leseempfehlung:

- › Interview mit **Alexander Erba, Geschäftsführer der Holl Flachdachbau GmbH & Co. KG Isolierungen**, Seite 08
- › Interview mit **Jakob Schöffel, CEO der Schöffel Gruppe**, Seite 18

Special Wirtschaft im Süden

04

Jürgen Malz,
Geschäftsführer der Schienle Magnettechnik + Elektronik GmbH



06

Julia Ottmar,
Executive Director der Ferrari Logistics Germany GmbH



08

Alexander Erba,
Geschäftsführer der Holl Flachdachbau GmbH & Co. KG Isolierungen



12

Susanne Moosreiner,
Geschäftsführerin der SEP GmbH



14

Christian Janas,
Leiter Vermögensverwaltung, Mitglied der Geschäftsführung der DJE Kapital AG



16

Michael Presl,
Geschäftsführer der Klinik Bavaria GmbH



18

Jakob Schöffel,
CEO der Schöffel Gruppe
und



Stefan Ostertag,
CMO/CDO von Schöffel SPORT



Special Wirtschaft im Süden



Florian Pöckl,
Geschäftsführer der HÖRMANN Klatt Conveyors

22



Ing. Bernhard Wagner,
geschäftsführender Gesellschafter der Zoerkler Gears GmbH & Co KG

24



Hansjörg Steiner,
Geschäftsführer der Schäfer Holzbautechnik AG

26

Kontakte Seite 28



Mit Magnetlösungen Märkte bewegen



Technik, die Leben schützt: Mit hoch spezialisierten Magnetlösungen für sensible Anwendungen in der Medizintechnik erschließt die Schienle Magnettechnik + Elektronik GmbH ein neues Zukunftsfeld – präzise, sicher und verlässlich bis ins Detail

Interview mit
Jürgen Malz,
Geschäftsführer
der Schienle Magnettechnik +
Elektronik GmbH

Mit explosionsgeschützten Magnetlösungen, hoher Fertigungskompetenz und wachsender Präsenz in der Medizintechnik positioniert sich die Schienle Magnettechnik + Elektronik GmbH als innovativer Mittelständler aus dem Bodenseekreis. Geschäftsführer Jürgen Malz spricht mit uns über technologische Entwicklungen, ambitionierte Wachstumsziele und die Rahmenbedingungen für zukunftsfähiges Unternehmertum in Deutschland.

Vom klassischen Handwerksbetrieb zum innovativen Mittelständler mit Spezialisierung auf explosionsgeschützte Magnettechnik: Die Geschichte der Schienle Magnettechnik + Elektronik GmbH ist eine Erfolgserzählung mit Bodenhaftung. Gegründet 1976 und seit dem Einstieg der HAWE Hydraulik 1998 Teil einer starken Unternehmensgruppe, hat sich das Unternehmen aus dem Bodenseekreis zum agilen Spezialisten mit 130 Mitarbeitern entwickelt. Ursprünglich ging Schienle aus der Automatisierungstechnik der Firma Rohwedder hervor – gemeinsam mit dem heutigen Mitbewerber

Schramme, mit dem man sich die Wurzeln in Markdorf teilt. Der Geschäftsführer Jürgen Malz kennt das Unternehmen wie kaum ein anderer – er absolvierte hier seine Ausbildung und begleitet seit Jahrzehnten das Wachstum: „Ich habe meine Ausbildung bei Schienle gemacht, den Gründer noch erlebt und die Firma mit aufgebaut. Heute möchte ich sicherstellen, dass auch in Zukunft ein stabiler, attraktiver Arbeitgeber in der Region verankert bleibt.“ Mit einem Jahresumsatz von rund 17 Millionen EUR und einem klaren Ziel vor Augen richtet Schienle den Blick nach vorn: Mehr Un-

abhängigkeit von der Muttergesellschaft, neue Märkte wie Medizintechnik und ein eigener Unternehmenssitz sind konkrete Bausteine dieser Vision.

Schlank, schnell, spezialisiert

Schienle setzt bewusst auf Spezialisierung statt Massenfertigung. Die Kernkompetenz liegt in der Herstellung von Hydraulik- und explosionsgeschützten Magneten, die in Nischenanwendungen weltweit zum Einsatz kommen – von der Öl- und Gasförderung bis hin zum Untertagebau. Auch die steigende globale Nachfrage nach seltenen Erden und Rohstoffen

treibt Anwendungen im Mining-Bereich voran – ein Markt, in dem Schienle zunehmend gefragt ist. In jüngerer Zeit gewinnt auch die Medizintechnik als neues Standbein an Bedeutung. „Wir machen unsere Produkte intelligenter, indem wir Elektronik integrieren. Das ist ein wachsender Bereich, in dem wir uns stark engagieren“, erklärt Jürgen Malz. Dabei bleibt die Ausrichtung klar: hohes Qualitätsniveau, kompakte Bauweise und individuelle Lösungen für komplexe Anforderungen. Die Zugehörigkeit zur HAWE-Gruppe sichert den weltweiten Vertrieb – gleichzeitig strebt Schienle danach, unabhän-



Kraftpakete für extreme Bedingungen: Schienle fertigt explosionsgeschützte Magnetlösungen für anspruchsvolle Industrien



Schienle entwickelt intelligente Magnetlösungen durch die Integration moderner Elektronik – für mehr Effizienz und Präzision

Robust und zertifiziert: Diese Magnetkomponente steht exemplarisch für Schienles Expertise im Explosionsschutz



giger zu agieren und neue Märkte eigenständig zu erschließen. Mit einer flexiblen Mitarbeiterstruktur und einem engagierten Vertriebsteam will das Unternehmen den Sprung in neue Branchen wie Pneumatik, Mechanik und Medizintechnik schaffen. Intern sieht man sich als agiles Schnellboot innerhalb der größeren Gruppe – beweglich, nah am Kunden und schnell in der Umsetzung.

Verlässlichkeit als Kultur

Fachkräftemangel, geopolitische Unsicherheiten und wirtschaftliche Schwankungen sind Herausforderungen, denen sich Schienle mit einer klaren Mitarbeiterphilosophie und hoher Anpassungsfähigkeit stellt. In Zeiten von Kurzarbeit und Rezession punktet das Unternehmen mit Stabilität, Gestaltungsspielraum und fairen Bedingungen – Aspekte, die Beschäftigte besonders schätzen. Jürgen Malz betont: „Unsere Leute wissen, dass sie sich auf uns verlassen können. Gleichzeitig bieten wir ihnen Freiraum zur Mitgestaltung – das macht uns als Arbeitgeber aus.“ Digitalisierung, Umweltzertifizierungen nach ISO 14001, ISO 50001 und ISO 45001

sowie gezielte Investitionen in moderne Technologien sichern die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Neue Entwicklungen wie intelligente Aktoren, die Integration von Elektronik und der Ausbau der Medizintechnik markieren aktuelle Innovationschwerpunkte. Nachhaltigkeit wird – trotz aller Herausforderungen – als strategisches Ziel verfolgt, auch wenn die Umsetzung oft von äußeren Faktoren gebremst wird.

Zukunft mit Haltung

Die Schienle Magnettechnik + Elektronik GmbH blickt zuversichtlich nach vorn – und stellt sich zugleich klar gegen bürokratische Hürden, die Wachstum in Deutschland erschweren. Die Su-

che nach einem Baugrundstück im Bodenseekreis gestaltet sich trotz hoher Investitionsbereitschaft schwierig. „Wir haben alle Gemeinden angeschrieben – keine Rückmeldung, kein Angebot. Das ist frustrierend“, berichtet Jürgen Malz. Parallel dazu verfolgt das Unternehmen ambitionierte Wachstumspläne: Neue Märkte im In- und Ausland, eine stärkere Diversifizierung des Portfolios und die Verdopplung des Umsatzes bis 2030. Auch Messen und digitale Sichtbarkeit – insbesondere über LinkedIn – gehören zur Marketingstrategie, unterstützt durch gezielte SEO-Aktivitäten. Der internationale Markt bleibt wichtig, doch die Lieferkettenproblematik sorgt für eine teilweise Rückverlagerung nach Europa.



Klarer Auftritt mit Haltung: Der Unternehmenssitz der Schienle Magnettechnik + Elektronik GmbH steht für Beständigkeit, Qualität und eine starke Position im industriellen Mittelstand

„Wir brauchen endlich einen Standort Deutschland, in dem Unternehmenswachstum nicht durch Vorschriften verhindert, sondern durch gezielte Investitionen gefördert wird“, so Jürgen Malz. Mit einem festen Blick auf Zukunftstechnologien, qualifizierte Nachwuchskräfte und eine stabile Position im globalen Wettbewerb positioniert sich Schienle als zuverlässiger Partner mit nachhaltiger Perspektive.

SCHIENLE
MAGNETTECHNIK

HAWE GROUP COMPANY
HYDRAULIK

KONTAKTDATEN

Schienle Magnettechnik + Elektronik GmbH
In Oberwiesen 3
88682 Salem-Neufrach
Deutschland
☎ +49 89 3791006700
info@schienle.de
www.schienle.de

Wenn Diamanten auf Reisen gehen



Spezialfahrzeuge für anspruchsvolle Transporte von Luxusgütern stehen bereit

Interview mit



*Julia Ottmar,
Executive Director
der Ferrari Logistics Germany
GmbH*

Der weltweite Markt für Luxusgüter wächst kontinuierlich – das bestätigt eine aktuelle Studie der Unternehmensberatung Roland Berger. Bis 2030 soll das Marktvolumen auf 480 Milliarden EUR steigen. Mit dem Wachstum verändern sich auch die Erwartungen der Kunden; das Supply Chain Management gewinnt zunehmend an Bedeutung. Transparenz in der Lieferkette, Sicherheit und Schnelligkeit werden zu entscheidenden Faktoren. Für die Ferrari Logistics Germany GmbH, ein auf Luxusgüter spezialisiertes Transport- und Logistikunternehmen, sind diese Anforderungen Standard.

Wirtschaftsforum: Frau Ottmar, Sie sind seit acht Jahren für die Ferrari Logistics Germany tätig und seit 2024 Executive Director. Können Sie kurz die Kernkompetenzen des Unternehmens skizzieren?

Julia Ottmar: Ferrari Logistics ist einerseits eine Spedition, andererseits ein Sicherheitsunternehmen. Unser Fokus liegt dabei auf Luxusgütern wie Uhren, Schmuck, Taschen oder Edelmetallen, exklusive Produkte, die weltweit einen exzellenten Ruf genießen.

Wirtschaftsforum: Ferrari Group ist ein börsennotiertes Unternehmen. Wie hat es sich zu dem international führenden Anbieter von Speditions- und Logistiklösungen für Luxuswaren entwickelt, der es heute ist?

Julia Ottmar: Ferrari Group wurde 1959 in Italien gegründet – ursprünglich als Zollvermittlungs- und Speditionsunternehmen. Im Laufe der Jahre haben wir unser Leistungsspektrum kontinuierlich erweitert und neue Märkte

erschlossen, sodass die Gruppe heute mit eigenen Niederlassungen in mehr als 60 Ländern der Welt vertreten ist. Der Standort hier in Leinfelden-Echterdingen bei Stuttgart ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Ferrari Group PLC. Seither verzeichnen wir ein stetiges Wachstum. 2017 beschäftigten wir 20 Mitarbeiter und besaßen fünf Fahrzeuge, heute sind wir ein mittelständisches Unternehmen mit einem Jahresumsatz von 10 Millionen EUR.

Wirtschaftsforum: Wie sieht das Leistungsspektrum genau aus?

Julia Ottmar: Wir bieten für Luxusgüter maßgeschneiderte Transport- und Logistikleistungen auf der Straße und in der Luft an, sämtliche Services sind voll versichert. Darüber hinaus sind Einlagerungen und verschiedene Logistik-Handlingservices Teil unseres Angebots. Wir machen zum Beispiel Events, haben Onboard-Kuriere und stehen für Messen zur Verfügung; das heißt,

wir beliefern Aussteller, zum Beispiel auf der Inhorgenta, mit der Ware für ihren Messestand. Diese Ware wird in speziellen Sicherheitsfahrzeugen angeliefert und wieder abgeholt. Um Sicherheitservices geht es auch bei Red Carpet Events oder Fotoshootings, die wir bewachen. Einen weiteren Schwerpunkt bilden Verzollungen, die nur wenige Wettbewerber leisten können. Hier profitieren wir von der Professionalität unserer eigenen Zollabteilung.



1959 in Italien gegründet, heute in über 60 Ländern mit Niederlassungen vor Ort – die Ferrari Group



KONTAKTDATEN

Ferrari Logistics Germany GmbH
Dieselstraße 28
70771 Leinfelden-Echterdingen
Deutschland
☎ +49 711 459842603
info.de@ferrarigroup.net
www.ferrarigroup.net

Wirtschaftsforum: Gibt es weitere Alleinstellungsmerkmale?

Julia Ottmar: Wir haben in den letzten Jahren ein leistungsfähiges innerdeutsches Netzwerk für die Straße aufgebaut, das insbesondere in Coronazeiten von Vorteil war. Durch die schrittweise Erweiterung sind wir heute in der Lage, alle großen Städte innerhalb Deutschlands zuverlässig zu verbinden; die Laufzeit beträgt in der Regel einen Tag. Auch die Anbindung an die Schweiz, wo viele renommierte Uhren- und Schmuckhersteller ansässig sind, ist hervorragend ausgebaut. Was uns nicht zuletzt auszeichnet, sind Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Egal um welchen Service es geht, wir erarbeiten kundenspezifische Lösungen. Symbolisiert wird diese Flexibilität durch den blauen Pelikan in unserem Logo.

Wirtschaftsforum: Die Ferrari Group ist nicht der einzige Anbieter auf einem umkämpften Markt. Warum entscheiden sich

Kunden am Ende für die Zusammenarbeit mit dem Unternehmen?

Julia Ottmar: Unsere Services, bei denen Sicherheit immer die zentrale Rolle spielt, sind unser größter Trumpf am Markt. Dabei können Kunden sich auf einen zuverlässigen persönlichen Ansprechpartner an ihrer Seite verlassen, der den gesamten Prozess begleitet. Viele unserer Mitarbeiter sind seit Jahren im Unternehmen; das schafft Vertrauen und Kontinuität. Diese langfristigen Kundenbeziehungen, das nachhaltige Wachstum mit den Kunden, sind uns sehr wichtig.

Wirtschaftsforum: Nachhaltigkeit ist eines der großen Themen der Gegenwart. Welche Rolle spielt sie für Ferrari Logistics?

Julia Ottmar: Nachhaltigkeit spielt sowohl für uns als Unternehmen als auch für unsere Kunden eine wichtige Rolle, unter anderem, wenn es um das Re-

porting geht, für das in der Gruppe ein globales Team verantwortlich ist. Hier in Deutschland probieren wir immer wieder neue Dinge aus, um unseren CO₂-Fußabdruck so gering wie möglich zu halten. So nutzen wir für Kurzstrecken E-Fahrzeuge und arbeiten mit einem Online-Buchungsportal, das den Papierverbrauch drastisch reduziert. Darüber hinaus ermöglichen wir Kunden Sendungsverfolgungen in Echtzeit. Auch unsere Auslieferungen erfolgen inzwischen zu 99% digital – per Tablet und ohne Papierbelege.

Wirtschaftsforum: Ferrari Logistics hat sich international einen hervorragenden Ruf erarbeitet. Welche Ziele gibt es für die Zukunft?

Julia Ottmar: Wir müssen daran arbeiten, unsere Services noch stärker sichtbar zu machen. Viele Unternehmen kennen uns zwar, wissen aber nicht im Detail, welches Leistungsspektrum wir tatsächlich abdecken. Hier müssen wir unser Profil schärfen.

FERRARI IN ZAHLEN

GEGRÜNDET
1959
IN ITALIEN,
2014
IN DEUTSCHLAND
10
MILLIONEN EUR
UMSATZ



Interview mit



Alexander Erba,
Geschäftsführer
der Holl Flachdachbau GmbH &
Co. KG Isolierungen

Flachdachbau mit System, Struktur und Weitblick



Präzision in der Fläche: Auf der Baustelle zeigt sich das Handwerk von seiner strukturierten Seite – mit durchdachter Planung und professioneller Umsetzung

Die Holl Flachdachbau GmbH & Co. KG Isolierungen aus Fellbach ist Spezialist für Flachdächer, Blitzschutz und Photovoltaik. Als Teil der Primutec Solutions Group setzt das Unternehmen auf Wachstum, Zukäufe und intelligente Strukturen. Im Gespräch erklärt Geschäftsführer Alexander Erba, wie sich Technik, Digitalisierung und Fachkräftesicherung verbinden lassen – und warum langfristige Perspektiven im Handwerk entscheidend sind.

Wirtschaftsforum: Herr Erba, wie hat sich Ihr Unternehmen historisch entwickelt und welche Schritte waren dabei besonders prägend?

Alexander Erba: Die Holl Flachdachbau GmbH & Co. KG wurde 1965 gegründet – mit Fokus auf das Flachdach, was bis heute unser zentrales Geschäftsfeld ist. 1979 erfolgte die Übernahme

durch die niederländische Erdo-Gruppe. Seither sind wir durch Zukäufe kontinuierlich gewachsen, zuletzt 2023 mit der Integration des Photovoltaikunternehmens Clen Solar. Unser Anspruch ist es, unseren Kunden ganzheitliche Lösungen rund ums Dach zu bieten – also Dach, PV und Blitzschutz aus einer Hand. Dieser One-Stop-Shop-Ansatz schafft klare Abläufe

und abgestimmte Zuständigkeiten. Dabei verfolgen wir eine Buy-and-Build-Strategie: Wir wachsen organisch durch neue Mitarbeiter und anorganisch durch Akquisitionen, die wir gezielt in unsere Struktur integrieren. Heute gehören wir zur Primutec Solutions Group, betreiben 26 Standorte in Deutschland und agieren als operative Einzelgesellschaft sowie als deutsche Holding der Gruppe.

Wirtschaftsforum: Wie groß ist Ihr Unternehmen heute – strukturell wie wirtschaftlich?

Alexander Erba: In Deutschland sind rund 800 Mitarbeiter für uns tätig – überwiegend im Flachdachsegment, ergänzt durch Fachkräfte aus den Bereichen Blitzschutz und Photovoltaik. Gemeinsam mit unseren niederländischen Schwesterfirmen umfasst die Gruppe etwa 1.400 Beschäftigte. 2024 lag unsere Jahresleistung in Deutschland bei über 170 Millionen EUR, gruppenweit bei rund 370 Millionen EUR. Uns ist wichtig, mit eigener

Wertschöpfung zu arbeiten – das sichert Qualität, Geschwindigkeit und Verlässlichkeit. Gleichzeitig bündeln wir zentrale Services wie Buchhaltung, Personal, IT oder Recruiting in einer Shared Service-Struktur. So entlasten wir die operativen Standorte und schaffen wirtschaftliche und organisatorische Effizienz.

Wirtschaftsforum: Was sind aus Ihrer Sicht die zentralen Herausforderungen der Branche?

Alexander Erba: Die Anforderungen im Handwerk steigen – technisch, regulatorisch und personell. Kleinere Betriebe stoßen dabei schnell an Grenzen. Themen wie das Lieferkettengesetz, ESG-Vorgaben oder Dokumentationspflichten lassen sich allein kaum noch bewältigen. Hinzu kommt der zunehmende Fachkräftemangel. Wir begegnen diesen Herausforderungen mit einer klaren Gruppenstruktur, digitalisierten Prozessen und gezieltem Recruiting – auch international. Gleichzeitig arbeiten wir an Innovationen, etwa einer KI-Anwendung für unsere Bauleiter, um administrativen Aufwand zu reduzieren. Der Markt wird sich weiter konsolidieren, und wir sind überzeugt, dass wir mit unserer



Großzügige Dachflächen durch die Niederlassung Hanau – der Standort der Immobilie ist in Nordhessen. Klar gegliedert, präzise umgesetzt und funktional in die Gesamtarchitektur eingebunden

Struktur langfristig zukunftssicher aufgestellt sind.

Wirtschaftsforum: Seit wann sind Sie im Unternehmen tätig und wie gestalten Sie Ihre Rolle als Geschäftsführer?

Alexander Erba: Ich bin seit Oktober 2023 Teil der Geschäftsführung. Mein beruflicher Hintergrund liegt in der Immobilienwirtschaft, ich habe unter anderem im Bereich Facility Management gearbeitet. Gemeinsam mit meinem Kollegen Michael Leitz führe ich die Gruppe – er verantwortet die kaufmännischen Bereiche, ich kümmere mich um operative und strategische Themen. An den 26 Standorten bin ich regelmäßig vor Ort. Dort begleite ich Kundentermine, unterstütze in Rechts- und

Projektfragen und bringe strategische Entwicklungen auf den Weg. Mein Ziel ist es, die Gruppe aktiv weiterzuentwickeln – mit einem klaren Blick auf Markttrends, Kundenanforderungen und unsere organisatorische Ausrichtung.

Wirtschaftsforum: Welche konkreten Impulse haben Sie bereits gesetzt – und wo möchten Sie noch ansetzen?

Alexander Erba: Ein Schwerpunkt ist die stärkere Sichtbarkeit unserer Gruppe – viele Kunden kennen einzelne Marken, aber nicht das Gesamtkonstrukt. Das ändern wir aktuell in der Außendarstellung. Parallel treiben wir die Digitalisierung weiter voran – von internen Prozessen bis zur Einführung erster KI-Anwendungen. Außerdem



KONTAKTDATEN

Holl Flachdachbau GmbH & Co. KG
Isolierungen
Blumenstraße 22
70736 Fellbach
Deutschland
☎ +49 711 5130710
info@hollflachdachbau.de
www.hollflachdachbau.de

liegt ein Fokus auf der Mitarbeiterentwicklung: Wir qualifizieren gezielt weiter, fördern den Wissenstransfer zwischen Generationen und bauen zukunftsfähige Strukturen auf. Unser Ziel ist es, Erfahrung im Unternehmen zu halten, neue Talente zu integrieren und gemeinsam die Leistungsfähigkeit unserer Gruppe langfristig zu sichern.

Wirtschaftsforum: Was umfasst Ihr heutiges Portfolio und wie greifen die einzelnen Leistungsbe-
reiche ineinander?

Alexander Erba: Unsere drei Kernbereiche – Flachdach, Blitzschutz und Photovoltaik – sind eng miteinander verzahnt.



Im Einsatz für Qualität: Mitarbeit am Objekt – zwischen Photovoltaikmodulen und Dachtechnik





Gerade durch gesetzliche Vorgaben wie die PV-Pflicht ist eine integrierte Beratung entscheidend. Wir analysieren, wann ein Dach saniert werden sollte, wie Photovoltaik wirtschaftlich

eingebunden werden kann und welche Blitzschutzmaßnahmen erforderlich sind. Auch Begrünung und Retentionsdächer gewinnen an Bedeutung. Ergänzend setzen wir auf weiße Dächer, Recycling-



IN KÜRZE

Kernkompetenz

Flachdachbau, Photovoltaik und Blitzschutz, ganzheitliche Projektumsetzung

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1965

Struktur: GmbH & Co. KG

Niederlassungen: 26 Standorte in Deutschland

Mitarbeiter: 800 (1.400 in der Gruppe)

Umsatz: 170 Millionen EUR (370 Millionen EUR in der Gruppe)

Export: über niederländische Schwestergesellschaften innerhalb der Primutec Solutions Group

Leistungsspektrum

Flachdach: Neubau, Sanierung, Wartung, Photovoltaiklösungen inkl. Speichertechnik, Blitzschutzsysteme, Fassadenbegrünung und Retentionsdächer, Contracting- und Pachtmodelle, Bauleitung, Beratung

Marketing

Direkter Kundendialog vor Ort, Präsentation über Social Media und individuelle Projekttermine

Philosophie

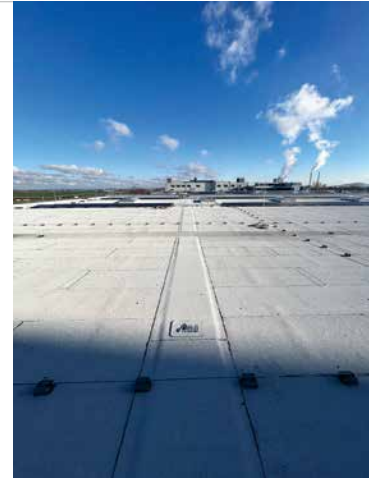
Qualität durch Eigenleistung und regionale Präsenz, offene Kommunikation über alle Ebenen hinweg, Verantwortung gegenüber Mitarbeitern und Kunden

Zukunft

Verdoppelung der Unternehmensgröße in den kommenden drei Jahren durch organisches und anorganisches Wachstum (Buy-and-Build), Ausbau digitaler Prozesse und KI-Anwendungen, langfristige Sicherung von Arbeitsplätzen und Fachkompetenz; „One-Stop-Shop“-Lösung für Flachdach, Photovoltaik und Blitzschutz



Großflächige Umsetzung technischer Anforderungen – mit Know-how und Logistik



Blick auf ein Flachdachprojekt im industriellen Maßstab

materialien und erste zirkuläre Dämmstoffe. Zusätzlich bieten wir Fassadenlösungen an – etwa mit PV, Begrünung sowie Metall-, Glas- und Sonderkonstruktionen. Für große Immobiliengesellschaften entwickeln wir übergreifende Konzepte, auch mit Contracting- oder Pachtmodellen zur flexiblen Investitionsgestaltung. Was uns auszeichnet, ist die Kombination aus technischer Tiefe und praktischer Umsetzungserfahrung – oft begleiten wir Projekte über mehrere Monate hinweg, von der Planung bis zur Inbetriebnahme. Unsere Kunden schätzen diesen verlässlichen, partnerschaftlichen Ansatz ebenso wie die Fähigkeit, komplexe Anforderungen pragmatisch zu lösen. Zu unseren Referenzen zählen viele namhafte Industrie- und Gewerbetreibenden, Hotelketten, Investoren, Wohnungsbaugesellschaften und Rechenzentrumsbetreiber.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielt Kommunikation für Ihr Unternehmen?

Alexander Erba: Kommunikation ist für uns zentral. Im Kundendialog setzen wir auf persönliche

Beratung – idealerweise direkt am Objekt. So erfassen wir technische, wirtschaftliche und zeitliche Aspekte präzise. Zusätzlich nutzen wir Mailings und bauen unsere Präsenz in sozialen Medien aus. Auch intern legen wir Wert auf klare, verlässliche Kommunikation. Eine offene Feedback-Kultur über alle Ebenen hinweg stärkt Vertrauen und Qualität – und damit die Kundenzufriedenheit.

Wirtschaftsforum: Was treibt Sie persönlich an in Ihrer Rolle?

Alexander Erba: Ich brenne für das Handwerk. Es macht mir Freude, anspruchsvolle Projekte zu begleiten, nachhaltige Lösungen zu gestalten und Strukturen weiterzuentwickeln. Dabei geht es nicht nur um wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch um Verantwortung. Mein Ziel ist ein stabiles Unternehmen, das auch in 20, 50 oder 100 Jahren sichere Arbeitsplätze bietet. Dafür lohnt es sich, täglich mit Überzeugung und Leidenschaft zu arbeiten – gemeinsam mit einem Team, das diesen Weg mitträgt. Das ist mein persönlicher Antrieb – täglich mit voller Überzeugung und Leidenschaft zu arbeiten.



Ich bin raus.

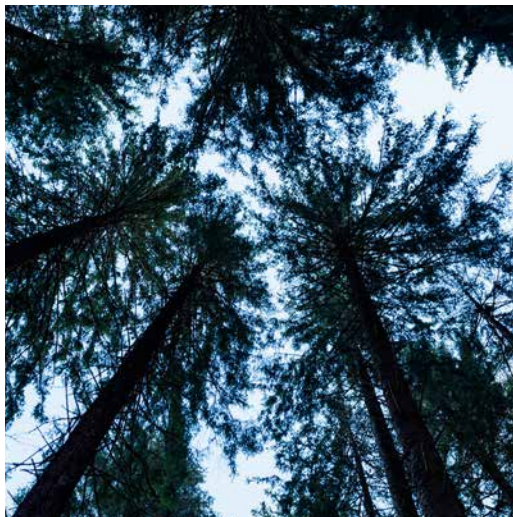


Weil Lebensqualität beginnt, wenn Du draußen bist.
Ohne Druck. Ohne Ziel. Einfach Du.

Schöffel – Dein verlässlicher Begleiter für echte
Naturerlebnisse.

Mit Outdoorbekleidung, die Freiheit spürbar macht.
Zeitlos. Funktional. Selbstbestimmt.

www.schoeffel.com



 **Schöffel**

Interview mit
Susanne Moosreiner,
Geschäftsführerin
der SEP GmbH



Sichere Daten, sichere Zukunft



Cyberangriffe sind derzeit auf Rekordniveau. Laut Bitkom-Studie ist die Gefahr von Industriespionage, Ransomware und Datendiebstahl für 81% der deutschen Unternehmen eine reale. Weil der wirtschaftliche Schaden immens ist, werden mehrschichtige Sicherheitsstrategien immer wichtiger. Die SEP GmbH aus Holzkirchen hat sich genau darauf spezialisiert. Ihre plattformunabhängigen Backup-Lösungen sind made in Germany und basieren auf dem Gedanken des 'one fits all'.

Wirtschaftsforum: Frau Moosreiner, Sie sind Geschäftsführerin der SEP GmbH, einem Spezialisten für Backup-Lösungen. Wie war ihr Weg im Unternehmen?

Susanne Moosreiner: Die SEP wurde in dieser Form 2003 gegründet, allerdings gab es eine Vorgängergesellschaft, in der ich bereits tätig war. Ich bin somit seit der ersten Stunde dabei und seit Anfang 2024 alleinige Geschäftsführerin. Das Thema Backup steht seit 1992 im Fokus des Unternehmens. Bis heute sind wir mit den Kunden und den Anforderungen gewachsen, mussten uns dabei immer der Konkurrenz aus Übersee und Asien stellen. Als vergleichsweise kleiner Player hat uns das Siegel „Made in Germany“ im Wettbewerb gestärkt; in unse-

rem Produktumfeld war und ist dies ein Alleinstellungsmerkmal.

Wirtschaftsforum: Wie ist SEP heute aufgestellt?

Susanne Moosreiner: Wir beschäftigen 40 feste Mitarbeiter, in der Entwicklung kommen 15 bis 20 Freelancer hinzu. Neben dem Hauptsitz in Holzkirchen bei München gibt es eine Tochtergesellschaft in den USA; so können wir direkt Kontakte zu amerikanischen Herstellern knüpfen.

Wirtschaftsforum: Das Thema Backup gewinnt für Unternehmen jeder Branche und Größe an Bedeutung und ist gleichzeitig eine große Herausforderung. Wie unterstützt SEP hier die Kunden?



Die griechische Mythologie ist für die SEP eine wichtige Inspirationsquelle

Susanne Moosreiner: Mit unseren Lösungen garantieren wir eine sichere und funktionierende Datenverfügbarkeit, unabhängig von Branchen, von Hard- und Software und gesetzeskonform. In diesem spannenden Bereich, den wir gern die letzte Verteidi-

gungslinie nennen, ist es wichtig, einen vertrauensvollen Partner an der Seite zu haben, der greifbar ist und zum Beispiel nicht dem Cloud Act oder Patriot Act unterliegt. Bei vielen Wettbewerbern ist es nicht mehr standardmäßig möglich, die Daten on prem, also vor Ort, zu



Der SEP-Hauptsitz befindet sich in Holzkirchen, südlich von München

SEPsesam®

KONTAKTDATEN

SEP GmbH
Konrad-Zuse-Straße 5
83607 Holzkirchen
Deutschland
☎ +49 8024 463310
info@sep.de
www.sep.de

SEP CLOUD APP
PROTECTION SERVICE

halten; hier unterscheiden wir uns deutlich. Wir sind vor Ort, greifbar und nah. Zudem bieten wir Kunden eine Kauflizenz; das heißt, auch wenn sie sich zum Beispiel gegen ein Backup von SEP entscheiden, können sie die Lizenz weiter nutzen.

Wirtschaftsforum: Von welchen Produkten sprechen wir genau?

Susanne Moosreiner: SEP sesam ist unsere Backup-, Restore- und Disaster-Recovery-Lösung für virtuelle und physische Umgebungen. Die aktuelle Version heißt Artemis. Mit den Namen nehmen wir Bezug auf die griechische Mythologie, wo wir viele Parallelen zu uns sehen. Auch da gab es Kämpfer, starke Persönlichkeiten, die sich verteidigen mussten, die aber auch innovativ waren. Es geht immer um Verteidigung, aber auch um Agilität und Fortschritt. Mit SEP Caps präsentieren wir ein zweites Produkt; eine Cloud-Applikation-Service-Backup-Lösung.

Wirtschaftsforum: Wohin wollen Sie das Unternehmen führen und

welche Impulse sind dafür notwendig?

Susanne Moosreiner: Ich befinde mich gerade in einem persönlichen Transformationsprozess vom operativen zum strategischen Geschäft mit dem Ziel, die SEP auf einen klaren Wachstumskurs zu bringen. Der Markt bietet großes Potenzial und vielversprechende Chancen; angesichts der unsicheren geopolitischen Situation gewinnt „Made in Germany“ immer mehr an Bedeutung, steht es doch für Qualität und Kontinuität. Klar ist, dass wir Wachstum nur über Neukunden generieren können und dafür Brand Awareness wichtig ist. Wir sind ein kleines Unternehmen und Backups ein großes Projekt; meist geht es um Laufzeiten von fünf Jahren. Kunden müssen wissen, dass SEP eine echte Alternative ist. Wir werden deshalb den Fokus stärker auf die Bereiche Marketing und Vertrieb richten und gewachsene Strukturen umdenken. Kunden müssen zum Beispiel direkt angesprochen werden; bislang

erfolgte dies über Channels wie Reseller und Distributionspartner.

Wirtschaftsforum: Sie begleiten die SEP seit der ersten Stunde. Was sind für Sie die Gründe für den anhaltenden Erfolg?

Susanne Moosreiner: Der exzellente Support und umfassendes Know-how. Wir sind erreichbar, sprechen deutsch, haben sehr gute Consultants, die schon bei der Backup-Strategiekonzeption helfen können, und ein sehr agiles Entwicklerteam, das Kundenwünsche schnell anpassen kann. Kunden schätzen es, im Vertrieb einen dedizierten Ansprechpartner zu haben, der sie langfristig betreut.

Wirtschaftsforum: Sie streben auch künftig Wachstum an. Wie sehen die Ziele für die nächsten Jahre aus?

Susanne Moosreiner: Meine Vision ist, dass Stadtwerke, Landratsämter, Stadtverwaltungen und KMUs sich wirklich Gedanken machen, dass ihre Daten sicher



Messen – ideale Plattform für den persönlichen Austausch mit Kunden

sind und dass sie eine digitale Souveränität aufbauen. Damit verbunden ist ein Wachstum für die SEP. Ich habe viel Verantwortung für ein tolles Team, für tolle Menschen. Sie möchte ich weiter begleiten und führen und unser Unternehmen gesund halten. Eine der größten Herausforderungen wird dabei sein, die passenden Mitarbeiter für den Wachstumskurs zu finden.

Ein halbes Jahrhundert Kompetenz in der Vermögensverwaltung



Wer über ein Vermögen verfügt, möchte dieses gerne sicher und gewinnbringend anlegen. Mit der Erfahrung von mehr als einem halben Jahrhundert bietet sich die DJE Kapital AG als kompetenter Vermögensverwalter an. Das familiengeführte Unternehmen aus dem bayerischen Pullach bietet seinen Kunden individuelle Strategien an, die exakt auf deren Situation und Risikobereitschaft zugeschnitten sind. Ein Anlagevolumen von insgesamt 17 Milliarden EUR sowie zahlreiche unabhängige Auszeichnungen belegen die hohe Kompetenz des Unternehmens.



Interview mit



Christian Janas,
Leiter Vermögensverwaltung,
Mitglied der Geschäftsführung
der DJE Kapital AG

Renommierte Auszeichnung: Dr. Jan Ehrhardt wurde zum Fondsmanager des Jahres 2025 gewählt

Wirtschaftsforum: Herr Janas, was würden Sie jemandem, der sich für eine Anlage interessiert, sagen, warum sein Geld bei der DJE Kapital AG in den besten Händen ist?

Christian Janas: Da gibt es verschiedene Gründe. Zunächst einmal ist es unsere mehr als 50-jährige Expertise, die wir natürlich im Laufe der Zeit ständig verbessert und erweitert haben. Wir können auch Krise. Das haben wir aktuell bewiesen, wenn Sie einmal auf Corona und den Krieg in der Ukraine schauen, wo die Märkte auch mal massiv fallen. Das ist eigent-

lich unser Steckenpferd als aktive Manager. Wenn Sie heute passive ETFs kaufen, dann kaufen Sie den Markt. Sie sollten aber auch die Schwankungen berücksichtigen. Bei Corona hat der Markt zum Beispiel zwischen Januar und März 2020 40% eingebüßt. Wir als aktive Manager versuchen, den Markt nach unten hin abzufedern, sodass die Kunden eben nicht bei minus 40% sind, sondern vielleicht nur bei minus 20 bis 25%. Wenn Sie bei minus 40% sind, dann brauchen Sie nämlich relativ lange, bis Sie wieder oben sind. Unsere Vision ist es, den Kunden das komplette Anlagespektrum

anzubieten: vom Fonds ab 1 EUR bis hin zu 300 Millionen EUR, die unser größter Einzelkunde bei uns angelegt hat.

Wirtschaftsforum: Wer sind Ihre Zielgruppen?

Christian Janas: Unsere Zielgruppe sind vermögende private Kunden. Nur in unserer Online-Vermögensverwaltung können Sie schon ab einem Anlagevermögen von 10.000 EUR einsteigen. In der individuellen Vermögensverwaltung starten wir ab 500.000 EUR und können ab dieser Losgröße auch individuelle Portfolios für

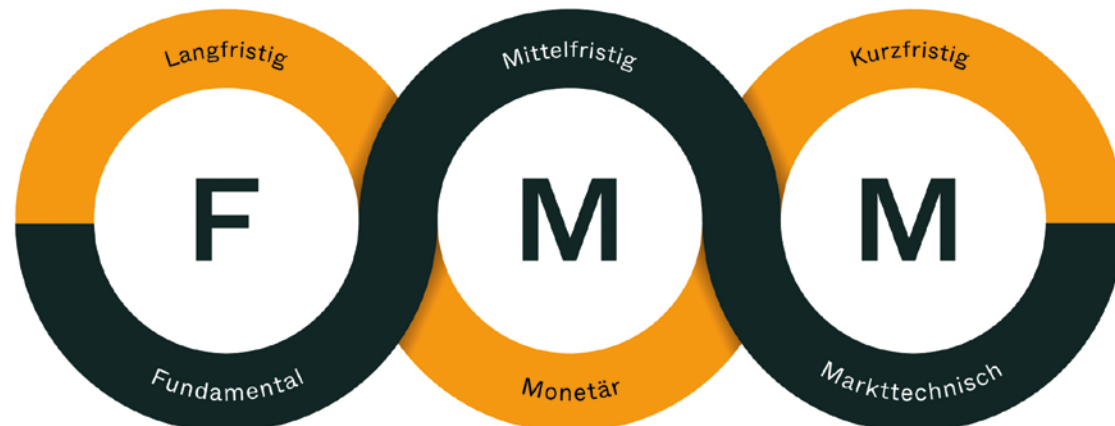
unsere Kunden zusammenstellen. Zu unseren Kunden zählen jedoch nicht nur Privatpersonen, sondern auch Family Offices. Manche Vermögensverwalter geben einen Teil der Anlage in externe Hände. Auch das ist unsere Zielgruppe. Des Weiteren betreuen wir Stiftungen, für die wir spezielle Konzepte entwickelt haben, da diese für Projekte auch Ausschüttungen brauchen. Darüber hinaus betreuen wir klassisch auch Unternehmen oder institutionelle Kunden, zum Beispiel Pensionskassen.

Wirtschaftsforum: Bitte erläutern Sie uns Ihre Anlagenstrategien doch etwas detaillierter.

Christian Janas: Wir investieren in Aktien, Anleihen und Währungen, wir machen Rohstoffe und Cash. Wir beteiligen uns nicht an Unternehmen. Wir berücksichtigen das in der Anlagestrategie, aber wir empfehlen das nicht. Wir legen auch nicht in Private-Equity-Strukturen an oder in Zertifikate. Wir sind rein anlageorientiert in Richtung Liquidität. Vermögenswerte, die wir investieren, stehen dem Kunden bei Bedarf in wenigen Tagen zur Verfügung.

Wirtschaftsforum: Wann wurde die DJE Kapital AG gegründet und wie hat sich das Unternehmen entwickelt?

Christian Janas: 1974 gründete Dr. Jens Ehrhardt sein Unternehmen. Er startete mit der Herausgabe eines Börsenbriefes, der bis heute 14-tägig bei uns als 'Finanzwoche' erscheint. Da immer mehr Leser dieses Briefes die Kompetenz von Dr. Jens Ehrhardt zur Anlage ihres eigenen Vermögens nutzen wollten, folgte der Einstieg in die Vermögensverwaltung. Ein Meilenstein war 1987 die Auflage des ersten eigenen vermögensverwaltenden Fonds, des FMM-Fonds. 1994 folgte der Fonds DWS Concept DJE Globale Aktien, 2003 der DJE – Dividende & Substanz. Im gleichen Jahr wurde unsere Kapitalverwaltungsgesellschaft DJE Investment S.A. in Luxemburg ins Leben gerufen. Ebenfalls 2003 kam der Sohn des Firmengründers, Dr. Jan Ehrhardt,



Anlegen mit System: Die FMM-Methode

der zuvor als Analyst in New York tätig gewesen war, ins Unternehmen. Ein weiterer wichtiger Schritt war 2012 die Digitalisierung des Investmentprozesses inklusive einer Indikatoren-Datenbank.

Wirtschaftsforum: Wie ist die aktuelle Situation?

Christian Janas: Zur Zeit haben wir 25 verschiedene Fonds im Angebot und verwalten rund 17 Milliarden EUR für unsere Kunden. Um mögliche Anlagen umfassend bewerten zu können, führt unser hauseigenes Research-Team im Durchschnitt pro Jahr etwa 500 Gespräche mit Unternehmensverantwortlichen. Unser Team besteht aus knapp 200 Beschäftigten. DJE gehört zu 100% der Familie Ehrhardt. Vorstandsvorsitzender der AG ist Firmengründer Dr. Jens Ehrhardt, sein Sohn Dr. Jan Ehrhardt ist sein Stellvertreter. Weitere Vorstandsmitglieder sind Thorsten Schrieber und Peter Schmitz. Neben unserem Hauptsitz in Pullach gibt es weitere Niederlassungen in Frankfurt und

Köln. Hinzu kommen Tochtergesellschaften in Luxemburg und Zürich sowie Fondsvertriebe in Österreich, Italien und Spanien. Diese Standorte spiegeln auch unser geografisches Einzugsgebiet wider, nämlich die DACH-Region und Luxemburg. Wir haben zahlreiche Auszeichnungen erhalten. Gerade erst wurde Dr. Jan Ehrhardt von Fachzeitschriften zum Fondsmanager des Jahres 2025 gewählt.



In Bayern zu Hause: Firmensitz der DJE Kapital AG in Pullach

Wirtschaftsforum: Welches sind Ihre Pläne für die kommenden Jahre?

Christian Janas: Wir möchten uns künftig stärker im B2C-Bereich – also im Endkundengeschäft – engagieren. Auch die Nutzung von KI zur Stärkung der Kundenbindung ist für uns ein Thema.



KONTAKTDATEN

DJE Kapital AG
Pullacher Straße 24
82049 Pullach
Deutschland
☎ +49 89 7904530
info@dje.de
www.dje.de

Luxus, der Leben rettet: SalutoCare in Bad Kissingen

Was als Hotel begann, ist heute eine der innovativsten Rehabilitationskliniken Deutschlands. Die Klinik Bavaria in Bad Kissingen hat mit 'SalutoCare' ein Konzept entwickelt, das Intensivpatienten Spitzenmedizin bietet. Geschäftsführer Michael Presl setzt auf einen ganzheitlichen Ansatz und individuelle Betreuung – und schafft damit ein Alleinstellungsmerkmal in der deutschen Gesundheitslandschaft. Im Interview erklärt er, wie sein Familienbetrieb Rehabilitation neu denkt und warum davon alle Patienten profitieren.



Individuelle Betreuung auf höchstem Niveau: Therapeutin bei der Arbeit mit einem SalutoCare-Patienten



Modernste Medizintechnik: Mit dem Gangtrainer werden neurologische Rehabilitationsprozesse gezielt unterstützt

Interview mit



Michael Presl,
Geschäftsführer
der Klinik Bavaria GmbH

Wirtschaftsforum: Herr Presl, stellen Sie sich bitte kurz vor. Was ist Ihre Rolle bei der Klinik Bavaria?

Michael Presl: Ich bin Geschäftsführer und auch Gesellschafter der Klinik Bavaria GmbH & Co. KG. Das ist auch etwas Besonde-

res, mal mit einem Eigentümer zu sprechen. Im Gesundheitsbereich sind heutzutage, genau wie in jeder anderen Branche, nicht mehr viele Einrichtungen eigentümergeführt, sondern es gibt große Konzerne. Die Klinik Bavaria ist eigentlich ein mittelständischer Familienbetrieb. Ich leite die Klinik Bavaria in Bad Kissingen seit 22 Jahren. Vorher hat das mein Bruder Christian Presl getan, der leider vor 20 Jahren bei einem Verkehrsunfall ums Leben gekommen ist. Dieser Umstand hat uns dazu ermutigt die Christian-Presl-Stiftung, mit der wir uns um Menschen kümmern, die schnell einen Angehörigen verloren haben, zu gründen.

Wirtschaftsforum: Wie kam es zur Gründung der Klinik?

Michael Presl: Mein Vater war früher beim Rhön-Klinikum tätig und hat dort rund zehn Jahre als Assistent des Geschäftsführers Eugen Münch gearbeitet. Gemeinsam begannen sie, Krankenhäuser aufzubauen. Später machte sich mein Vater im Bereich der Rehabilitation selbstständig. So entstanden mehrere Reha-Kliniken – eine davon in Bad Kissingen. Dieses Haus war zuvor ein Hotel, das '2002' hieß, und wurde 1986 von meinem Vater übernommen. Dort legte er den Grundstein für seine Arbeit in der Rehabilitation.

Wirtschaftsforum: Wie haben Sie die Klinik weiterentwickelt?

Michael Presl: Die Klinik entstand aus einem ehemaligen Sport- und Wellnesshotel mit bereits vorhandenen Einrichtungen wie Schwimmbad, Turnhalle und großzügigen Allgemeinflächen – ideale Voraussetzungen für eine Reha-Einrichtung. Wir starteten mit orthopädischer Rehabilitation und haben uns über die Jahre zu einer sehr individuellen Klinik mit rund 300 Betten weiterentwickelt. Heute verfügen wir über zwei Intensivstationen, spezialisierte Pflegebereiche sowie vielfältige Angebote für Privatpatienten und Selbstzahler. Besonders in der

Versorgung schwerer Fälle sind wir stark gewachsen.

Wirtschaftsforum: In Ihrer Klinik verfolgen Sie mit 'SalutoCare' ein besonderes Konzept. Was genau steckt dahinter und was macht es aus Ihrer Sicht so besonders?

Michael Presl: Wir haben vermutlich europaweit die schönste

ein Gleichgewicht entsteht: Diese Menschen bekommen eine gute Leistung für ihr Geld, was sich am Markt orientiert, und wir können dann auch das Niveau für Normalversicherte anheben. Der Name leitet sich von der Salutogenese ab – der Lehre der Gesundheit. Wir betrachten den ganzen Menschen, nicht nur die Krankheit. Das Besondere: Die Patienten bleiben

Ich glaube nicht, dass ein Roboter einen Menschen betreuen wird, aber die Qualität der Behandlung im Gesundheitssystem wird sich deutlich verbessern, sowohl in Praxen als auch in Krankenhäusern.

Wirtschaftsforum: Wie steht es um das Thema Nachhaltigkeit in Ihrer Klinik?



Technisch wie menschlich bestens betreut – intensive physiotherapeutische Arbeit im SalutoCare-Bereich

Intensivstation. SalutoCare bietet Menschen, die sehr schwer betroffen sind, ein besonderes Ambiente und eine besondere Betreuung, wie man sie selbst gerne hätte oder wie man es sich für einen Angehörigen wünschen würde. Es ist kein Modell der privaten oder gesetzlichen Krankenkassen, sondern eine Ergänzung. Vergleichbar mit einem Hotel – man kann sich für drei Sterne oder fünf Sterne entscheiden. In der medizinischen Welt gibt es das sonst nicht. Wenn man leicht betroffen ist, kann man Premiumangebote wählen, aber bei schweren medizinischen Problemen ist dies bisher nicht möglich. Diese Marktlücke füllen wir. Das Schöne daran ist, dass

in ihren Suiten, und die medizinische Versorgung kommt zu ihnen – sei es Orthopädie, Neurologie oder eine andere Fachrichtung.

Wirtschaftsforum: Spielt künstliche Intelligenz bereits eine Rolle in Ihrer Klinik?

Michael Presl: Nein, aber sie wird bald eine riesige Rolle in der Medizin spielen. Es wird nicht mehr lange dauern, bis man medizinische Daten eingibt und die KI Behandlungsvorschläge macht, die erschreckend gut sein werden. Schon heute kann man fünf Symptome eingeben und erhält eine erstaunlich gute Diagnose. Das wird ein großer Vorteil sein.



Das neurologische Armlabor fördert gezielt motorische Fähigkeiten



Die Suiten verbinden medizinische Versorgung mit hochwertigem Ambiente



Ein Blick von oben: Die Klinik Bavaria in Bad Kissingen

Michael Presl: Wir sind zertifiziert und das Thema Nachhaltigkeit gibt es bei uns auf jeder Ebene – sowohl bei Energie als auch beim Personal. Wir versuchen zum Beispiel, dass die Kinder unserer Mitarbeiter auch bei uns arbeiten können. Wir bieten viele Programme an, von elternfreundlichen Diensten bis hin zu Aus-, Fort- und Weiterbildung. Wir haben mittlerweile drei Blockheizkraftwerke und arbeiten am Thema Recycling, was in der medizinischen Welt wegen der Hygieneanforderungen eine Herausforderung ist. Wir versuchen, Hygiene und Nachhaltigkeit in Balance zu bringen. Allerdings ist das im Gesundheitswesen sehr schwierig, weil die Patientensicherheit immer Vorrang vor Ressourcenschonung hat.

Wirtschaftsforum: Was sind Ihre Pläne für die Zukunft?

Michael Presl: Wir wollen das Thema SalutoCare ausbauen. Aktuell haben wir fünf große Betten und planen, in den nächsten zwei Jahren auf 22 Betten zu erweitern. Dafür wird eine ganze Station auf etwa 3.000 m² ausgebaut.



KONTAKTDATEN

Klinik Bavaria GmbH & Co.
Von-der-Tann-Straße 18-22
97688 Bad Kissingen
Deutschland
☎ +49 971 8290
belegung@klinik-bavaria.com
www.klinik-bavaria.com



Interview mit
Jakob Schöffel,
CEO
der Schöffel Gruppe

Interview mit
Stefan Ostertag,
CMO/CDO
von Schöffel SPORT



Rausgehen, um weiterzukommen



Wer heute rausgeht, geht nicht einfach nur spazieren. Er sucht Stille, Weite, Ausgleich. Und oft auch ein kleines Stück Selbstvergewisserung in einer Welt, die sich schneller verändert, als uns manchmal lieb ist. Outdooraktivität ist längst mehr als Sport – sie ist Haltung, Refugium, Abenteuer und Achtsamkeit zugleich. Kaum ein Unternehmen verkörpert diesen Wandel so eindrucksvoll wie Schöffel. Das schwäbische Familienunternehmen steht seit über 200 Jahren für Qualität – und heute auch für Mut zur Veränderung. Im Gespräch mit CEO Jakob Schöffel und CMO/CDO Stefan Ostertag wird klar: Wer draußen groß geworden ist, denkt die Zukunft mit Weitblick. Und mit Leidenschaft.

Wirtschaftsforum: Herr Schöffel, Sie führen Schöffel nun in 8. Generation. Wie kam es zu Ihrer Entscheidung, so früh Verantwortung im Unternehmen zu übernehmen? Wie war Ihr Weg in die Geschäftsführung?

Jakob Schöffel: Das war ein ganz besonderer Weg – und auch ein sehr persönlicher. Ich bin mit dem Unternehmen aufgewachsen. Meinen ersten 'Auftritt' hatte ich mit sechs Jahren auf dem Laufsteg – damals präsentierte ich Kinder-Skibekleidung bei unserer 200-Jahr-Feier. Seitdem hat mich Schöffel nie losgelassen. Irgendwann kam der Punkt, an dem ich gespürt habe: Jetzt ist es dran. Nicht aus Pflichtgefühl, sondern aus echter Überzeugung. Ich wollte gestalten, weiterentwickeln, etwas aufbauen – auf dem Fundament unserer großartigen



Maximale Bewegungsfreiheit, leichtes Tragegefühl und durchdachte Details – mit Schöffel Bikewear wird jede Tour zur Auszeit mit Rückenwind

Geschichte. Die Reise begann nicht irgendwo draußen, sondern in mir – mit einer inneren Haltung und dem klaren Wunsch, Verantwortung zu übernehmen.

Wirtschaftsforum: Herr Ostertag, Sie kamen von Jack Wolfskin. Warum haben Sie sich für Schöffel entschieden?

Stefan Ostertag: Schöffel hatte für mich immer eine gewisse Strahlkraft. Als Mitbewerber haben sie uns bei Jack Wolfskin regelmäßig herausgefordert – auf die gute Art. Und dann kam die Chance, hier den digitalen Vertrieb aufzubauen – eine absolute Traumaufgabe. Ich liebe die Outdoorwelt, ich liebe das

Draußensein – und wenn man diese Leidenschaft mit dem Beruf verbinden kann, entsteht etwas Großartiges. Heute verantworte ich die Bereiche Marketing und Digital Business und kann sagen: Es macht richtig Freude, dieses Unternehmen mitzugestalten. Auch für mich war es eine Reise, die im Inneren begonnen hat – mit dem Wunsch, Teil von etwas Sinnvollem zu sein.

Wirtschaftsforum: Und Sie gestalten viel – das zeigt der Wandel der letzten Jahre. Was waren die wichtigsten Entwicklungen?

Jakob Schöffel: Der größte Schritt war sicher die Diversifikation. Wir haben mit Schöffel PRO (Arbeitsbekleidung) und Schöffel TEC (Behördenausrüstung) zwei eigenständige Geschäftsfelder aufgebaut. Dabei bleiben wir un-



Schöffel PRO verbindet textile Kompetenz mit praxisnaher Innovation – für alle, die bei der Arbeit vollen Einsatz bringen und dafür Ausrüstung verdienen, die mitzieht



Schöffel TEC entwickelt hochfunktionale Bekleidung für anspruchsvolle Einsatzbereiche – passgenau, leistungsstark und gemacht für Aufgaben, bei denen jedes Detail zählt



serer Kernkompetenz treu: Textilien. Aber wir wenden sie in völlig neuen Kontexten an – im Handwerk, im militärischen Einsatz, im behördlichen Alltag. Das eröffnet uns nicht nur neue Märkte, sondern gibt uns als Gruppe enorme Stabilität.

Stefan Ostertag: Gleichzeitig haben wir das Unternehmen digital transformiert. Das klingt erstmal technisch, ist aber vor allem ein kultureller Wandel. Wir haben alte Systeme durch moderne Lösungen ersetzt, arbeiten heute datenbasiert, aber immer mit dem Menschen im Mittelpunkt. Es geht darum, schneller zu verstehen, was unsere Kunden brauchen – und diese Bedürfnisse mit Innovationskraft zu bedienen. Auch das ist ein Teil unserer inneren Reise: Nicht stehen bleiben, sondern bewusst neue Wege gehen.

Wirtschaftsforum: Apropos Kunden – Sie haben auch die Marke Schöffel SPORT neu gedacht. Was steckt hinter dem neuen Selbstverständnis?

Stefan Ostertag: Viel. Wir haben uns gefragt: Was bedeutet Outdoor heute wirklich? Und festgestellt: Es geht nicht um höher, schneller, weiter – sondern um Balance, Achtsamkeit, Wohlbefinden. Unsere neue Marken-DNA dreht sich um drei starke Werte: Zuverlässigkeit – weil unsere Produkte halten, was sie versprechen. Selbstbestimmung – weil wir Menschen ermutigen wollen, ihren eigenen Weg in der Natur zu gehen. Und Freude – weil jeder Schritt nach draußen ein Stück Freiheit ist. „Ich bin raus“ ist kein Werbespruch. Es ist ein Lebensgefühl – und mit unserer

Kampagne „Die Reise beginnt in dir“ machen wir deutlich: Dieses Lebensgefühl beginnt nicht am Gipfel, sondern im Kopf und im Herzen.

Jakob Schöffel: Diese Klarheit tut auch uns als Organisation gut. Sie gibt Orientierung. Und sie gibt Sinn – sowohl unseren Mitarbeitern als auch unseren Partnern. In einer Welt, die sich immer schneller dreht, suchen Menschen genau das: Verlässlichkeit, Haltung und eine positive Vision. Unternehmerisch gesehen heißt das für uns, den Mut zu haben, neue Wege nicht nur zuzulassen, sondern aktiv zu gestalten – weil Veränderung im Innersten beginnt.

Wirtschaftsforum: Innovation ist das eine, Verantwortung das andere. Wie leben Sie Nachhaltigkeit?

Stefan Ostertag: Nachhaltigkeit ist für uns keine Kampagne, sondern ein innerer Kompass. Wir investieren viel – in langlebige Materialien, faire Lieferketten, Kreislaufwirtschaft. Der Markt belohnt das nicht immer unmittelbar, aber das ist für uns zweitrangig. Wir machen das, weil wir es für richtig halten. Dass wir erneut den Fair Wear Leader Status erreicht haben, erfüllt uns mit Stolz. Und auch unsere kreislauffähige Kollektion war ein Meilenstein. Wenn wir Nachhaltigkeit greifbar machen – im Produkt, in der Story, im Alltag – kommt sie auch beim Kunden an.

KONTAKTDATEN

Schöffel Sportbekleidung GmbH
Ludwig-Schöffel-Straße 15
86830 Schwabmünchen
Deutschland
☎ +49 8232 50060
✉ mail@schoeffel.com
www.schoeffel.com





IN KÜRZE

Kernkompetenz

Textile Expertise mit funktionalem Anspruch

Zahlen und Fakten

Gegründet: 1804

Struktur: GmbH, inhabergeführt in 8. Generation (Familie Schöffel)

Niederlassungen: Hauptsitz in Schwabmünchen (Bayern)

Mitarbeitende: etwa 275, davon 220 in der Zentrale in Schwabmünchen

Umsatz: um die 100 Millionen EUR

Export: DACH und zunehmend international

Leistungsspektrum

Design, Entwicklung und Vertrieb hochwertiger Outdoor- und Funktionsbekleidung

Arbeits- und Berufsbekleidung über die Marke Schöffel PRO

Technische und einsatzspezifische Kleidung für Behörden über Schöffel TEC

Reparatur- und Serviceleistungen vor Ort in Schwabmünchen

Messen und Ausstellungen

ISPO München, A+A Düsseldorf, Enforce Tac Nürnberg

Philosophie

Qualität, Passform, Innovation, Verlässlichkeit



Frische Farben, funktionale Schnitte, neue Perspektiven – die aktuelle Schöffel-Kollektion zeigt, wie Outdoorbekleidung zugleich technisch und ausdrucksstark sein kann

Wirtschaftsforum: Herr Schöffel, wie würden Sie Ihren Führungsstil beschreiben?

Jakob Schöffel: Klar, offen, partnerschaftlich. Ich weiß, dass ich nicht alles wissen kann – also Sorge ich dafür, dass die richtigen Menschen an den richtigen Stellen ihre Stärken entfalten können. Ich stelle die wichtigen Fragen, höre zu und wenn eine Entscheidung ansteht, übernehme ich Verantwortung. Mir ist wichtig, dass unsere Kultur von Vertrauen und Augenhöhe geprägt ist – nach innen wie außen.

Wirtschaftsforum: Und wie lebt sich „Ich bin raus“ ganz persönlich für Sie?

Stefan Ostertag: Für mich heißt das: Mountainbike, Joggingrunde, Eishockey – oder einfach mit der Familie raus in die Natur. Raus aus dem Büro, rein ins Leben. Es geht ums Auftanken, ums Durchatmen. Diese Momente haben eine enorme Kraft.

Jakob Schöffel: Ich bin oft in den Bergen unterwegs – beim Wandern, Skifahren, auf Skitour. Aber auch kleine Dinge zählen:

ein Spaziergang, ein Blick in den Wald, ein stiller See. „Ich bin raus“ ist ein Gefühl. Und ich glaube, wir alle brauchen es mehr denn je. Und genau da beginnt auch unternehmerische Klarheit: Wenn man weiß, wofür man es tut – und wofür nicht.

DIAGNOSTIC AND TEST SOLUTIONS BY SOFTING



AUTOMOTIVE

automotive.softing.com

Interview mit

Florian Pöckl,

Geschäftsführer

der HÖRMANN Klatt Conveyors
GmbH



HÖRMANN
Klatt Conveyors

KONTAKTDATEN

HÖRMANN Klatt Conveyors GmbH

Köstendorferstraße 7

5202 Neumarkt am Wallersee

Österreich

☎ +43 6216 20020-0

office@klatt.at

www.hoermann-klatt.com



Schwere Lasten, leicht bewegt

Moderne Intralogistik steht und fällt mit der Leistungsfähigkeit ihrer Fördertechnik. Ob Paletten, Pakete oder Gepäck – nur wenn Materialflüsse präzise, zuverlässig und effizient organisiert sind, können Unternehmen wettbewerbsfähig bleiben. Die HÖRMANN Klatt Conveyors GmbH gehört zu den Spezialisten, wenn es um robuste, langlebige und anpassbare Fördertechnik geht. Das Unternehmen mit Sitz im österreichischen Neumarkt am Wallersee liefert europaweit mechanische Förderlösungen – sowohl für schwere Industrieanwendungen als auch für komplexe Flughafenlogistik.

HÖRMANN Klatt Conveyors entwickelt robuste, maßgeschneiderte Fördertechniklösungen für anspruchsvolle Intralogistik-Anwendungen in ganz Europa – und setzt mit dem Innovationsprojekt SECTRO neue Maßstäbe in der automatisierten Flughafensicherheit. Im Fokus stehen Energieeffizienz, Digitalisierung und eine klare strategische Spezialisierung. „Wo der Standard an seine Grenzen stößt, beginnt unsere Arbeit“, so Geschäftsführer Florian Pöckl.

Robuste Technik für höchste Ansprüche

Das Kerngeschäft von HÖRMANN Klatt Conveyors liegt in der me-

chanischen Fördertechnik für Paletten, Behälter und Gepäck – mit einem klaren Qualitätsversprechen: Stabilität, Langlebigkeit und technische Präzision. Insbesondere im Bereich der Palettenförderung hebt sich das Unternehmen durch seine Belastbarkeit ab. Förderlösungen für bis zu 2 t pro Palette sind für HÖRMANN Klatt Standard – dort, wo andere Anbieter oft an der Grenze ihrer Systeme arbeiten. Neben klassischen Anwendungen in Industrie und Logistik ist das Unternehmen auch in der Krankenhauslogistik sowie in der Großgepäckförder-technik an Flughäfen aktiv. Die Produkte sind dabei stets mo-

dular aufgebaut und lassen sich flexibel an kundenspezifische Anforderungen anpassen. Das Standardportfolio dient dabei als technologische Basis, die bei Be-

darf modifiziert wird – oft sogar auf Anfrage größerer Mitbewerber, die mit ihrer Serienlösung an Grenzen stoßen.



Von der Idee zum serienreifen Produkt: Bei HÖRMANN Klatt steht die kontinuierliche Entwicklung innovativer Förderlösungen im Mittelpunkt



Effizient und hygienisch: Fördertechniklösungen von HÖRMANN Klatt optimieren Material- und Wäschetransporte in modernen Krankenhäusern



Präzision in Bewegung: Robuste Fördertechniklösungen von HÖRMANN Klatt sorgen für zuverlässige Materialflüsse

Innovation im Flughafensektor

Ein besonders ambitioniertes Projekt ist 'SECTRO' – eine neue Lösung zur Automatisierung und Parallelisierung der Handgepäckkontrolle an Flughäfen. Die Idee: weg vom linearen Prozess hin zu einer dynamischen Verteilung der Passagiere auf mehrere gleichzeitige Eingabestationen. Jeder Fluggast wählt dabei eigenständig einen Abgabekiosk, gibt dort sein Handgepäck ab und durchläuft anschließend den Körperscanner. Die Gepäckkontrolle erfolgt im

Hintergrund automatisiert. Ziel des Projekts ist es, Wartezeiten drastisch zu reduzieren, den Personaleinsatz zu minimieren und die Anzahl benötigter CT (Computer Tomograph)-Geräte zu senken – bei gleichzeitiger Steigerung der Sicherheit. Die Marktreife ist für Ende 2025 geplant. Aktuell wird ein erstes Pilotmodul aufgebaut. In Kooperation mit der deutschen Beumer Group, die über ein weltweites Vertriebs- und Servicenetz verfügt, soll SECTRO international ausgerollt werden.



SECTRO – die Sicherheitskontrolle der nächsten Generation: Das innovative System ermöglicht eine schnellere, effizientere und personalärmere Handgepäckkontrolle an Flughäfen

Neben Neuentwicklungen legt HÖRMANN Klatt großen Wert auf stetige Optimierung bestehender Systeme. Zwei Themen stehen dabei besonders im Vordergrund: Energieeffizienz und vorausschauende Wartung. Im Gegensatz zum marktüblichen Einsatz von Stahlrollenketten nutzt das Unternehmen in seiner Palettenfördertechnik einen wartungsarmen Zahnriemenantrieb – inspiriert von Lösungen aus der Automobilindustrie. Diese Technik ist nicht nur langlebiger, sondern reduziert auch Energieverbrauch und Verschleiß erheblich.

Spezialisierung, Effizienz und klare Rollenverteilung

Innerhalb der HÖRMANN Gruppe ist Klatt Conveyors Teil der Intralogistik-Sparte. Anstatt als Generalunternehmer komplexe Gesamtanlagen zu liefern, arbeitet Klatt eng mit Systemintegratoren zusammen, die Steuerung und IT übernehmen. Dieses Modell

ermöglicht es, die eigene technische Kompetenz voll auszuspähen – und dabei effizienter und zielgerichteter zu agieren. Auch intern wurden in den vergangenen Jahren Prozesse verschlankt, Verantwortlichkeiten klarer verteilt und die Digitalisierung vorangetrieben. Ziel ist es, hoch qualifiziertes Fachpersonal von repetitiven Aufgaben zu entlasten und stärker in konzeptionelle, wertschöpfende Tätigkeiten einzubinden – unter anderem durch den Einsatz von KI-gestützten Tools und automatisierten Abläufen. Mit einer Mischung aus technischer Solidität, klarer Spezialisierung und Innovationskraft behauptet sich HÖRMANN Klatt Conveyors erfolgreich im internationalen Wettbewerb. Die Strategie: keine kurzfristigen Trends, sondern konsequente Weiterentwicklung entlang realer Marktbedürfnisse.

Maßarbeit für die Mobilität von morgen



Präzision, die man sehen kann: In der Produktion von Zoerkler entstehen komplexe Antriebssysteme – mit modernster Technik, höchster Sorgfalt und viel Erfahrung

Interview mit

*Ing. Bernhard Wagner,
geschäftsführender Ge-
sellschafter
der Zoerkler Gears GmbH &
Co KG*

Inmitten der idyllischen Weinlandschaft des Burgenlands entsteht Technik, die in Hochleistungsfahrzeugen, Flugzeugen und Zügen auf der ganzen Welt zum Einsatz kommt. Die Zoerkler Gears GmbH & Co KG entwickelt und fertigt hochpräzise Antriebssysteme, die sich durch Effizienz, Komplexität und Qualität auszeichnen. Im Interview mit dem Wirtschaftsforum spricht Ing. Bernhard Wagner, geschäftsführender Gesellschafter, über technologische Entwicklungen, langfristiges Denken – und warum Europa mehr Selbstbewusstsein braucht.

Hochpräzise Transmission Systems von Zoerkler – entwickelt, getestet und gefertigt für maximale Effizienz, Leichtbau und Zuverlässigkeit in Luftfahrt, Automotive und Industrie



© Wolfgang Prumme

Dass Zoerkler heute zu den innovativsten Antriebsspezialisten Europas zählt, ist kein Zufall. Vielmehr ist es das Ergebnis einer klaren Haltung, langfristiger Entscheidungen – und einer konsequenten Fokussierung auf Qualität. „Wir entwickeln, produzieren und testen alles im eigenen Haus“, sagt Ing. Bernhard Wagner, der das Unternehmen führt. „Unsere Stärke liegt in der Kombination aus Engineering-Kompetenz, Fertigungstiefe und Flexibilität. Das macht uns zu einem Partner auf Augenhöhe.“

Auf hohe Anforderung spezialisiert

Die Firmengeschichte von Zoerkler reicht fast 120 Jahre zurück. In den letzten Jahrzehnten hat sich das Unternehmen von einem klassischen Lohnfertiger zu einem hoch spezialisierten Entwicklungsbetrieb gewandelt. Ein Meilenstein war der Umzug ins burgenländische Jois, wo heute auf rund 8.000 m² Produktionsfläche Komponenten für Luftfahrt, Automobilindustrie, Schienenfahrzeuge



und industrielle Anwendungen entstehen.

Die Entscheidung, sich gezielt auf die Luftfahrt zu spezialisieren, fiel aus strategischen Gründen.

„In Europa kann man nur überleben, wenn man höchste Qualität für sehr spezialisierte Branchen liefert“, so Bernhard Wagner. „Die Luftfahrt ist ein Markt mit extrem hohen Anforderungen, aber auch mit langfristiger Planbarkeit – das ist für uns ideal.“ Bei Zoerkler entstehen Antriebe, die so leicht und effizient wie möglich konstruiert sind. Getestet wird direkt vor Ort, unterstützt durch digitale Zwillinge. „Wir entwickeln die Systeme virtuell und beweisen ihre Funktionalität anschließend auf unseren eigenen Prüfständen“, erklärt Bernhard Wagner. Diese Verzahnung von digitaler Entwicklung und realer Validierung gilt als Benchmark in der Branche. Neben der Luftfahrt arbeitet Zoerkler auch intensiv an alternativen Antriebslösungen für die Automobilindustrie. „Wir entwi-

ckeln elektrische und hybride Antriebssysteme – und wir sehen auch, dass diese Technologien langsam in der Luftfahrt Einzug halten“, sagt Bernhard Wagner. „Nachhaltigkeit wird nicht zur Option, sondern zur Notwendigkeit. Effizienzsteigerung, Leichtbau und CO₂-Reduktion stehen bei uns ganz oben auf der Agenda.“

Europa braucht wieder mehr Selbstbewusstsein

Wer bei Zoerkler anheuert oder in ein Projekt investiert, braucht Vertrauen. Denn das Unternehmen entwickelt heute schon Komponenten für Flugzeuge, die erst 2040 auf den Markt kommen werden. „Das verdeutlicht, wie langfristig wir denken“, bemerkt der Geschäftsführer. „Unsere Kunden müssen darauf vertrauen, dass wir über Jahre hinweg stabile Qualität und Innovationskraft liefern.“ Vertrauen spielt auch intern eine zentrale Rolle. Mit rund 110 Mitarbeitenden ist das Unternehmen zwar überschau-

bar, aber hoch spezialisiert. „Wir suchen die besten Köpfe – und versuchen, diese in einem starken Team zusammenzuführen“, erklärt Bernhard Wagner. „Unsere Unternehmenskultur basiert auf Werten wie Qualität, Sicherheit, Innovationsfreude und Verantwortung. Das gilt nicht nur gegenüber unseren Kunden, sondern auch im Umgang miteinander.“

Trotz aller technologischen Erfolge sieht Bernhard Wagner die Industrie in Europa an einem kritischen Punkt. Die Erfahrungen aus der Coronapandemie und der zunehmende Wettbewerbsdruck aus China haben Spuren hinterlassen. „In der Automobilbranche wird heute spürbar weniger entwickelt“, stellt er fest. „Viele agieren sehr vorsichtig – anstatt mutig den Rückstand aufzuholen.“ Er plädiert dafür, in Europa wieder mehr Selbstvertrauen zu zeigen – und die eigene industrielle Kompetenz zu stärken. „Wir haben über Jahre hinweg Know-how aufgebaut – es wäre ein Fehler,

das leichtfertig auszulagern“, warnt er. Gerade die Produktion im eigenen Land sei essenziell: „Es ist höchste Zeit, dass wir in Europa wieder sagen: Wir können das selbst. Und wir leisten es uns auch.“

„The Spirit of Precision“ – dieser Leitspruch ist bei Zoerkler mehr als ein Slogan. Er beschreibt eine Haltung: Präzision in Technik, Kommunikation und Partnerschaft. Das Unternehmen aus Jois zeigt, dass industrielle Exzellenz auch im kleinen Maßstab möglich ist – wenn man auf Qualität, Eigenverantwortung und langfristige Beziehungen setzt. „Ich hoffe, dass in Europa wieder ein gewisser Aufbruch entsteht“, sagt Bernhard Wagner über die Zukunft. „Wir müssen unsere technologische Unabhängigkeit sichern und bereit sein, dafür den nötigen Preis zu zahlen. Denn langfristig ist das der bessere Weg – für alle.“



Seit über 40 Jahren ist Bernhard Wagner in der Branche tätig, seit vielen Jahren an der Spitze der Zoerkler Gears GmbH & Co KG



Zukunft made in Burgenland: Am Standort Jois vereint Zoerkler Entwicklung, Fertigung und Testeinrichtungen unter einem Dach



ZOERKLER
the spirit of precision

KONTAKTDATEN

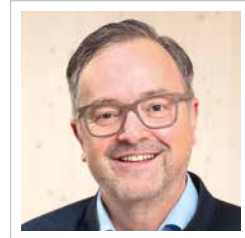
Zoerkler Gears GmbH & Co KG
Friedrich Zoerkler Straße 1
7093 Jois
Österreich
☎ +43 2160 20400
office@zoerkler.at
www.zoerkler.at

Nachhaltiger Holzbau mit Leidenschaft und Expertise



Die wiederverwendbaren Turnhallen sind flexibel konstruiert und können innerhalb von nur vier Arbeitstagen aufgebaut werden

Interview mit



Hansjörg Steiner,
Geschäftsführer
der Schäfer Holzbautechnik AG



Die mobilen Turnhallen können mindestens fünfmal ab- und an einem anderen Ort wiederaufgebaut werden

Nachhaltigkeit, Innovation und handwerkliche Leidenschaft sind die tragenden Säulen der Schäfer Holzbautechnik AG. Der spezialisierte Holzbaubetrieb aus der Schweiz hat sich längst einen Namen als Experte für nachhaltige Baukonzepte und zukunftsweisende Projektlösungen gemacht. Im Gespräch mit Hansjörg Steiner, Gründer und Geschäftsführer, erfahren wir mehr über die Unternehmensgeschichte und aktuelle Struktur sowie über Herausforderungen und Zukunftsvisionen.

Wirtschaftsforum: Herr Steiner, die Geschichte Ihres Unternehmens ist eng mit Ihrer persönlichen Laufbahn verbunden. Können Sie uns mehr über die Entstehung von Schäfer Holzbautechnik und Ihre Beweggründe erzählen?

Hansjörg Steiner: Ich habe mir das Handwerk von der Pike auf angeeignet, bin gelernter Zimmermann und habe mich über Vorarbeiter und Polier bis zum Meister weitergebildet. Nach vielen Jahren im Baukonzern Zschokke entschied ich mich 2003 zur Selbstständigkeit. Die Namenswahl 'Schäfer' war eine

bewusste Entscheidung: Der Name hatte mit der Ad. Schäfer & Cie in Aarau Tradition, während 'Steiner' damals kaum bekannt war. Mit einer cleveren Lösung – einer Kooperation mit Theo Schäfer – konnten wir diesen etablierten Namen übernehmen und auf einem bereits vertrauten Markt Fuß fassen. Schon im ersten Jahr konnten wir einen Umsatz von 6 bis 7 Millionen CHF erzielen, da wir Aufträge und Infrastruktur aus der Vorgängerfirma übernehmen durften.

Wirtschaftsforum: Wie hat sich Ihr Unternehmen seither struk-

turell entwickelt, und welche Schwerpunkte setzen Sie heute?

Hansjörg Steiner: Wir sind organisch gewachsen und haben die Schäfer Holzbautechnik AG zur Holdingstruktur weiterentwickelt. Heute gehören dazu eine Zimmerei, eine Generalunternehmung und eine eigene Immobilienfirma. Gestartet sind wir mit 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – heute beschäftigen wir rund 70. Die Holdingstruktur erlaubt uns eine flexiblere Steuerung der Geschäftsbereiche. Unser Fokus liegt dabei auf nachhaltigem Holzbau, Umbau- und Sanierungsprojekten sowie eigenentwickelten Wohn-

projekten als Investor. Zusätzlich haben wir unser Dienstleistungsportfolio erweitert, etwa durch die Gründung einer eigenen Kita für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – ein echter Meilenstein im Rahmen unserer Mitarbeiterphilosophie.

Wirtschaftsforum: Welche Herausforderungen sehen Sie aktuell in Ihrer Branche, und wie begegnet Schäfer Holzbautechnik diesen Entwicklungen?

Hansjörg Steiner: Der Holzbau boomt, aber das bringt auch Herausforderungen mit sich. Einerseits ist die Verfügbarkeit von



Meisterhafte Restaurierung: Die Schäfer Holzbautechnik AG erneuert die Kirche St. Paulus in Dielsdorf



Moderner Bau für höchste Ansprüche: Schäfer Holzbautechnik setzt in Wettingen neue Maßstäbe im Mehrfamilienhausbau



KONTAKTDATEN

Schäfer Holzbautechnik AG

Laurenzenvorstadt 61

5000 Aarau

Schweiz

☎ +41 56 6167220

info@sht.ch

www.schaefer-holzbautechnik.ch

Holz langfristig eine große Sorge, besonders durch den Klimawandel und die sich verändernde Forstwirtschaft. Andererseits wird es immer schwieriger, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen und zu halten. Deshalb legen wir großen Wert auf Ausbildung und Mitarbeiterbindung – unter anderem durch unsere Kita. Außerdem müssen wir unsere Prozesse kontinuierlich modernisieren. Digitalisierung ist hier ein zentrales Thema: Holzbau setzt längst auf CNC-Technologie, Vorfertigung und 3D-Planung. Dadurch können wir Bauzeiten verkürzen und Ressourcen effizienter nutzen.

Wirtschaftsforum: Wie setzen Sie in Ihrem Unternehmen Innovationen wie Digitalisierung und künstliche Intelligenz ein, um wettbewerbsfähig zu bleiben?

Hansjörg Steiner: Wir arbeiten bereits seit über 20 Jahren mit CNC-Technik und digitalen Planungsprozessen, lange bevor BIM oder digitale Baustellenmodelle in der Branche Standard wurden. Heute optimieren wir mit moderner 3D-Planung unsere Abläufe und minimieren Abfall. Zudem setzen wir zunehmend auf intelligente Vorfertigungskonzepte. Künstli-

che Intelligenz wird sicher künftig eine größere Rolle spielen – insbesondere bei der Bauplanung und Prozessoptimierung. Auch wenn wir noch am Anfang stehen, beobachten wir diese Entwicklungen genau und sind offen für neue Technologien, die unsere Effizienz weiter verbessern können.

Wirtschaftsforum: Welche Rolle spielen Nachhaltigkeit, Regionalität und internationale Aktivitäten für Schäfer Holzbautechnik?

Hansjörg Steiner: Nachhaltigkeit ist tief in unserer DNA verankert. Holz ist ein ökologischer Baustoff, der CO₂ speichert, lokal verfügbar ist und mit vergleichsweise wenig Energie verarbeitet werden kann. Wo immer möglich, nutzen wir Schweizer Holz aus der Region. Allerdings kommen rund 70% der Halbfertigprodukte wie Brett-schichtholz aufgrund fehlender heimischer Produktionskapazitäten aus dem europäischen Ausland. Export spielt für uns derzeit keine große Rolle; unser Fokus liegt auf dem Schweizer Markt. Wir arbeiten jedoch an innovativen Lösungen wie mobilen Turnhallen, die mehrfach ab- und aufgebaut werden können – ein Ansatz, der auch international in-

teressant sein könnte. Die wiederverwendbaren Sporthallen sind flexibel konstruiert und machen mindestens fünf Standortwechsel mit. Sie sind innerhalb von vier Arbeitstagen vor Ort aufgerichtet und dicht, die Nebenräume werden fertig ausgebaut und als komplette Module angeliefert. 2024 haben wir, zusammen mit den pool Architekten und dem Ingenieurbüro Makiol & Wiederkehr, den Prix Lignum Gold National für diese Hallen erhalten.

Wirtschaftsforum: Wie sehen Ihre Zukunftsvisionen und Pläne hinsichtlich Expansion, Marketing und Events aus?

Hansjörg Steiner: Wir setzen auf gesundes, nachhaltiges Wachstum. Unsere Expansion erfolgt hauptsächlich im Dienstleistungsbereich, insbesondere bei Projekt- und Bauleitungen. Die Produktion

halten wir bewusst schlank, arbeiten dort eng mit spezialisierten Partnern zusammen. Marketing betreiben wir primär über Qualität und Empfehlungen – Projekte wie unsere Kita oder nachhaltige Bauprojekte stärken unsere Marke langfristig. Messen und Events nutzen wir punktuell, insbesondere zur Netzwerkpflge und Präsentation unserer mobilen Gebäudeinnovationen. Mittelfristig streben wir eine geordnete Nachfolge an – erste Schritte dazu sind bereits umgesetzt, indem langjährige Mitarbeitende als Aktionäre eingebunden wurden. Ziel ist ein fließender Übergang und die Weiterentwicklung der Schäfer Holzbautechnik AG mit derselben Leidenschaft für den Baustoff Holz. Mit unserer Leidenschaft, dem Fokus auf intelligente Lösungen und einer klaren Vision, wollen wir weiterhin einen aktiven Beitrag leisten.



Nachwuchsförderung bei der Schäfer Holzbautechnik AG – Impression aus dem Lehrlingslager 2023 im Hasliberg

Kontakte

BADEN-WÜRTTEMBERG

Schienle Magnettechnik + Elektronik
GmbH
In Oberwiesen 3
88682 Salem-Neufrach
Deutschland
☎ +49 89 3791006700
info@schienle.de
www.schienle.de

Ferrari Logistics Germany GmbH
Dieselstraße 28
70771 Leinfelden-Echterdingen
Deutschland
☎ +49 711 459842603
info.de@ferrarigroup.net
www.ferrarigroup.net

Holl Flachdachbau GmbH & Co. KG
Isolierungen
Blumenstraße 22
70736 Fellbach
Deutschland
☎ +49 711 5130710
info@hollflachdachbau.de
www.hollflachdachbau.de

BAYERN

SEP GmbH
Konrad-Zuse-Straße 5
83607 Holzkirchen
Deutschland
☎ +49 8024 463310
info@sep.de
www.sep.de

DJE Kapital AG
Pullacher Straße 24
82049 Pullach
Deutschland
☎ +49 89 7904530
info@dje.de
www.dje.de

Klinik Bavaria GmbH & Co.
Von-der-Tann-Straße 18–22
97688 Bad Kissingen
Deutschland
☎ +49 971 8290
belegung@klinik-bavaria.com
www.klinik-bavaria.com

Schöffel Sportbekleidung GmbH
Ludwig-Schöffel-Straße 15
86830 Schwabmünchen
Deutschland
☎ +49 8232 50060
mail@schoeffel.com
www.schoeffel.com

ÖSTERREICH

HÖRMANN Klatt Conveyors GmbH
Köstendorferstraße 7
5202 Neumarkt am Wallersee
Österreich
☎ +43 6216 20020-0
office@klatt.at
www.hoermann-klatt.com

Zoerkler Gears GmbH & Co KG
Friedrich Zoerkler Straße 1
7093 Jois
Österreich
☎ +43 2160 20400
office@zoerkler.at
www.zoerkler.at

SCHWEIZ

Schäfer Holzbautechnik AG
Laurenzenvorstadt 61
5000 Aarau
Schweiz
☎ +41 56 6167220
info@sht.ch
www.schaefer-holzbautechnik.ch

Impressum



Verleger:

360 Grad Marketing GmbH

Adresse:

360 Grad Marketing GmbH
Landersumer Weg 40
48431 Rheine · Deutschland

☎ +49 5971 92164-0

☎ +49 5971 92164-854

info@wirtschaftsforum.de
www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

Manfred Brinkmann,
Diplom-Kaufmann



WISSEN, WAS ZÄHLT

Geprüfte Auflage
Klare Basis für den Werbemarkt