

Story

Innovation die si

Sie benötigen etwas ganz Spezielles
und suchen das Besondere?
Ob Familienunternehmen, kleiner
oder mittelständischer Betrieb – wir
entwickeln mit Ihnen und
produzieren für Sie.

Text: Judy Born

Dr. Claudia
Kuckertz

Technische Kunden-
beratung Sales Industry

Kunde: Miele

Im Werksbüro der Bandbeschichtungsanlage 4
in Kreuztal/Ferndorf ist Claudia Kuckertz mit den
Kollegen der Produktion verabredet.

nen, ch lohnen



**Dr. Stefan
Köhler (r.)**

Technische Kunden-
beratung Sales Industry

Kunde: Winkelmann-Group

Mit Thomas Flöth aus der Anwendungstechnik begutachtet Stefan Köhler in Duisburg Stahlronden in unterschiedlichen Anarbeitungsstufen.



←
**Standort
Eichen**
Claudia Kuckertz

Teamarbeit

Mit Michael Schulte-Zweckel (l.), der Miele auf kaufmännischer Seite betreut, bespricht sich Kuckertz regelmäßig. Je reibungsloser die Produktion läuft, umso seltener sieht sie Markus Vollmer (r.), der die Bandbeschichtungsanlage 3 leitet.



Waschmaschinentrommeln, so weit das Auge reicht. Hoch unter dem Dach der Fertigungshalle gleiten die blitzenden Hohlkörper zum nächsten Montagearbeitsplatz. In einer anderen Werkshalle hängt

der Himmel voll strahlend weißer Seitenwände, die in Transportwagen über kilometerlange Förderbänder fahren. Auf drei Ebenen, ein langer, stetiger Strom.

Claudia Kuckertz steht nicht alleine am Ende der Fertigungsstraße. Bei ihr ist Thorsten Störmer. Er ist bei Miele in Gütersloh für den Stahleinkauf verantwortlich. Sie ist technische Kundenberaterin für den Colorbereich von ThyssenKrupp Steel Europe und betreut Miele seit fünf Jahren. Beide schätzen einander sehr, und das ist gut für beide Geschäftspartner. Während sie sich unterhalten, inspiziert im Hintergrund ein Mitarbeiter Seitenwand für Seitenwand. Nur wenn sie absolut makellos ist, schickt er sie weiter.

Störmer und Kuckertz haben sich in letzter Zeit öfter gesehen. Häufige Treffen zwischen Kundenberater und Einkäufer gibt es bei konkreten technischen Themen. Oder wenn man gemeinsam an einem neuen Produkt arbeitet. „Bei uns ist dieses Mal erfreulicherweise Letzteres der Fall gewesen“, sagt sie. „Und weitaus aufregender waren die Anlässe ebenfalls“, so Störmer, „denn wir haben sowohl ein bereits verwendetes Material verbessert als auch ein neues Produkt entwickelt.“ PLADUR®ThermoSafe heißt es und geht in Kürze für Miele's Hausgeräte in Serie.

Spannung herrscht auch in Duisburg. Hier hat der Bereich Technology & Innovation in den letzten Jahren an einer Neuheit getüftelt, die jetzt zur Marktreife gebracht wird. Die Idee dazu entstand auf einem

der regelmäßigen internen Workshops von Vertrieb und Anwendungstechnik. „Da überlegen wir im Kollegenkreis, was wir einem bestimmten Kunden für einen Mehrwert bieten können“, sagt Stefan Köhler, technischer Kundenberater bei ThyssenKrupp Steel Europe. „Damit wir allerdings nicht ins Blaue hinein überlegen, sprechen wir unsere Ansätze frühzeitig auch gemeinsam mit dem Kunden durch.“ Vertreter aus allen beteiligten Bereichen reden sich dann einen Tag lang schlau, ohne Denkverbote. Offen, ehrlich, geradeheraus. „Das ist für beide Seiten von immenssem Nutzen.“ Anschließend arbeiten kleinere Arbeitsgruppen in Abstimmung mit dem Kunden die Ideen weiter aus. „Oft geht es um die Lösung eines bestehenden Problems“, sagt Thomas Flöth aus der Anwendungstechnik in Duisburg. „Im besten Fall kommt am Ende ein völlig neues Produkt dabei heraus.“

Beispiele dafür bietet die Winkelmann-Gruppe, die Köhler seit vielen Jahren berät. Das mittelständische Familienunternehmen gehört zu den führenden Zulieferern der Automobilindustrie sowie der Heizungs- und Wasserversorgungsbranche. Und ist ein Spezialist auf dem Gebiet des Drückwalzens, eines Fertigungsverfahrens der Umformtechnik. Dabei formen Walzen mit hohem Druck und bei niedriger Temperatur aus flachem Material höchst anspruchsvolle Motoren- und Getriebekomponenten. Nach einem Workshop mit der Heizungs- und Anlagentechnik, die ihren Produktionsstandort in Polen hat, ist aus der

91%

aller aktiven Betriebe in Deutschland sind familienkontrollierte Unternehmen. Immerhin 88 Prozent des gesamten Firmenbestands zählen zu den familiengeführten Unternehmen.



Immer besser

Miele verspricht mit seiner Marke, stets etwas mehr zu bieten als die Mitbewerber. Seit vier Generationen wird dieses Versprechen eingelöst.

Man schreibt noch das 19. Jahrhundert, als Carl Miele und Reinhard Zinkann 1899 einen Betrieb für die Fertigung von Milchzentrifugen gründen. 1911 bringt Miele & Cie. seine erste Waschmaschine mit Elektromotor auf den Markt. Schon damals setzt das Unternehmen auf die Langlebigkeit seiner Produkte und gibt eine zehnjährige Garantie darauf. In den erfindungsreichen Zwanzigerjahren erweitern Staubsauger, Geschirrpüler und Fahrräder das Sortiment. Die Produktionskapazität am Stammsitz Gütersloh reicht schon lange nicht mehr aus, Bielefeld, 1916 gegründet, wird als zweiter Standort ausgebaut.

Das Wirtschaftswunder beschert der Nachfrage nach Haushaltsgeräten einen enormen Zuwachs und wird zum Kernsegment von Miele. Weitere Fabriken in Euskirchen und Lehrte folgen. Heute, mehr als 115 Jahre nach Gründung, macht Miele mit seinen Produkten einen jährlichen Umsatz von rund 3,49 Mrd. Euro weltweit. Ein Drittel davon allein in Deutschland. Mit knapp 60 Prozent ist auch die Mehrzahl der Beschäftigten hier tätig.



Gefertigt wird in insgesamt zwölf Werken, von denen sich acht in Deutschland sowie je eines in Österreich, Tschechien, Rumänien und China befinden.

Der führende Anbieter von Premium-Hausgeräten wird heute von fünf gleichberechtigten Geschäftsführern geleitet. Darunter die geschäftsführenden Gesellschafter Markus Miele und Reinhard Zinkann, die in der vierten Generation die Geschicke des Familienunternehmens leiten.



↗
**Standort
Duisburg**

Stefan Köhler



Ansichtssache

Martin Metzger (r.) und Stefan Köhler bevorzugen den kurzen Dienstweg und unkomplizierten Gedankenaustausch (o.). Ein perfekt umgeformtes, fast fertiges Winkelmann-Produkt, das aus nur einem Bauteil besteht (r.).

Idee, höherfeste Werkstoffe in einer dünneren Ausführung zu liefern, ein Serienprodukt geworden. „Der Kunde bekommt nun pro bezahlter Tonne Stahl mehr Meter Material – bei gleicher Qualität“, so Köhler. Neben vielen Normprodukten kann ThyssenKrupp Steel Europe auch zahlreiche Besonderheiten bedienen. „Die Innovation, an der wir gerade arbeiten, basiert darauf, dass die Werkstoffkompetenz von Steel Europe sich mit unserer Umformkompetenz paart“, sagt Leif Peters, Geschäftsführer des Bereichs Stahl der Winkelmann-Gruppe am Stammsitz in Ahlen. Sein Unternehmen sei kein normaler Metallverarbeiter, fügt er hinzu, sondern ein Spezialist in der Metallumformung. „Wir sprechen auch gerne von Magie in Blech.“

Wer sich bei Freunden und Verwandten umhört, lernt schnell, dass den Produkten von Miele ebenfalls ein gewisser Zauber innewohnt. Das in vierter Generation geführte Familienunternehmen ist nicht umsonst der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten. Der Grund für die Entwicklung von PLADUR®ThermoSafe, einem Newcomer der Steel Europe-Sparte Color, war jedoch nicht Magie, sondern schlicht Pragmatismus.

Die Innovation wurde durch eine gesetzliche Regel vorangetrieben: Laut EU-Verordnung müssen elektrische Hausgeräte aus Metall, die im Normalbetrieb wärmer als 50 Grad werden können, mit einem besonderen Wärmeschutz versehen sein. Diese Norm gilt seit 2014 für alle Neuprodukte. Je wärmer ein Gerät werden kann, umso dicker muss diese Schicht sein. Zur Sicherheit des Verbrauchers spielt es dabei keine Rolle, an welcher Stelle sich die Wärme entwickelt – ob vorne, hinten oder seitlich. „Das trifft zum Beispiel auf die Rückwand unserer Trockner zu“, sagt Störmer. „Wir haben

1.300

mittelständische Unternehmen sind mit ihren Produkten Weltmarktführer in Nischenbereichen. Die sogenannten „Hidden Champions“ sind besonders erfolgreich im Maschinenbau, der Elektroindustrie und bei unterschiedlichen Industrieprodukten.

uns zunächst mit einer weiteren Abdeckung aus Kunststoff behelfen, denn der leitet die Wärme nicht.“ Doch das Ergebnis war in vielerlei Hinsicht unbefriedigend. „Wir wollen natürlich Material- und Prozesskosten sparen. Auf diese Weise mussten wir aber ein weiteres Bauteil fertigen, das eine Montage und zusätzliche Arbeitsschritte erfordert.“ Und es gab noch einen Nachteil: „Das Gerät wurde wahrnehmbar lauter“, bemerkt Dirk Holschumacher aus dem Entwicklungsteam im nordrhein-westfälischen Kreuztal-Eichen, dem Sitz der Color-Sparte von

Sitz der Colorsparte im Siegerland



Gütegemeinschaft

Dirk Holschumacher (o.) war in Kreuztal-Eichen maßgeblich an der Entwicklung von PLADUR®ThermoSafe beteiligt. Patrick Aßling (l.) hat in Ferndorf die Qualität des bandbeschichteten Materials im Blick.



Nachhaltig erfolgreich

Die Winkelmann-Group ist eines der führenden Unternehmen in der Metallumformung. Langfristig denken und handeln sowie stets innovativ und flexibel zu sein, geht bei dem Familienbetrieb Hand in Hand.

Kaffee- und Milchkannen, Kehrschaufln und Eimer – damit fing Ende des 19. Jahrhunderts alles an. In Ahlen in Westfalen gründeten die Handwerksmeister Heinrich Winkelmann und Caspar Pannhoff 1898 einen Betrieb für Gebrauchs- und Landwirtschaftsgüter. Der Bergbau boomte, zog Menschen und weitere Unternehmen an, womit auch der Bedarf an Waren für den täglichen Bedarf wuchs. Als Pannhoff das Unternehmen verließ, führte die Familie Winkelmann den Betrieb alleine weiter und mittlerweile in der vierten Generation.

Winkelmann hat sich über die Jahrzehnte zu einem Spezialisten in der Metallverarbeitung entwickelt und sukzessive sein Portfolio vergrößert. Heute umfasst die Winkelmann-Group 23 Tochterfirmen und gliedert sich in die Geschäftsbereiche Automobil, Heizung + Wasser, Flowforming sowie Stahlhandel. Letzterer ist heute noch in der Hauptverwaltung in Ahlen ansässig. Von hier wird der Stahleinkauf für die gesamte Winkelmann-Group getätigt, die aktuell in zwölf Ländern vertreten ist (z. B. in Polen, Österreich, China, der Türkei). Die Winkelmann Metal Solutions GmbH (zertifiziert nach ISO 9001), handelt nicht nur für den Eigenbedarf der Gruppe, sondern bietet seine Expertise in Stahlbeschaffung und Distribution auch externen Firmen an.

Mit weltweit rund 4.000 Mitarbeitern und einem Umsatz von rund 560 Mio. Euro jährlich zählt die Winkelmann-Group zu den großen mittelständischen Unternehmen. Trotz der vielen ausländischen Produktionsstätten stellt Winkelmann aus jeder Produktgruppe mindestens einen Artikel am westfälischen Stammsitz her.



Warmbandwerk in Duisburg



Stahlträger

Im Warmbandwerk in Duisburg hat sich Stefan Köhler von Markus Unglaub ein Muster geben lassen. Für die wöchentlichen Produktionsbesprechungen zieht man sich jedoch lieber in ein ruhiges Büro zurück.



Steel Europe. „Also fragte man uns, ob wir nicht eine Idee hätten“, sagt Kuckertz während eines Besuchs im Showroom der Entwicklungsabteilung, wo Muster aller oberflächenbeschichteten Flachstahlprodukte zu sehen sind – für Fassaden, Nutzfahrzeuge, Garagentore und Hausgeräte, wie etwa aus dem umfangreichen PLADUR®-Programm. „Und dem war so“, sagt Holschumacher, ohne zu viel zu verraten: „Wir haben einen unserer Werkstoffe mit einer Folie beschichtet, die es vorher noch nicht gab. So wird nun die Wärmeübertragung verhindert.“ Die neue geschwungene Rückwand sieht schick aus und fühlt sich angenehm an. Neben höchsten technischen Anforderungen muss das Material für Miele nämlich auch optisch höchsten Ansprüchen genügen. Nicht umsonst wurden einige Modelle mit Designpreisen ausgezeichnet.

Nur das Gewicht, das spielt bei weißer Ware keine Rolle. „Im Gegenteil, eine Waschmaschine muss schwer sein, damit sie beim Schleudern nicht wandert“, so Michael Schulte-Zweckel. Er ist das kaufmännische Pendant zu Claudia Kuckertz und betreut Miele als Verkaufsteamleiter. „Für unsere Kunden im Hausgerätesegment sind – neben den technischen Parametern – eine schnelle Verarbeitung und kurze Durchlaufzeiten wichtig.“

Ganz anders im Automobilsektor. Dort können die Bauteile nicht leicht genug sein. Bei höchster Festigkeit und Zähigkeit natürlich. ThyssenKrupp Steel Europe hat dafür spezielle Werkstoffe wie den Mangan-Bor-Stahl im Sortiment, aus dem Winkelmann zum Beispiel Anlasserschwungräder (flex plates) herstellt. „Der Kunde ist in der Lage, mit unserem speziellen Material und seinem Know-how ein komplettes Bauteil mit extrem wenig Materialverlust zu formen“, erklärt Stefan Köhler. „Nehmen Sie als Beispiel den Schwingungsdämpfer: Der Teller, die Poly-V-Profilierung, also der Bereich, über den der Riemen läuft, sind spanlos aus einer einzigen Ronde hergestellt. Er hat keine Schrauben, keine

15,7

Millionen Beschäftigte arbeiten in mittelständischen Betrieben. Das entspricht knapp 60 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten in Deutschland.

unnötigen Schweißnähte.“ Das bedeutet weniger Arbeitsschritte sowie Material- und Gewichtsreduzierung. „Sie sparen als Kunde also bares Geld. Und das Fahrzeug, für das dieses Element bestimmt ist, spart durch das leichtere Motorteil Sprit.“ Die Unternehmen der Winkelmann-Gruppe liefern ihre Endprodukte an namhafte OEMs (Original Equipment Manufacturer) der Branche, wo sie in fast jedem Motor und Getriebe verbaut werden.

Bei Bauteilen dieser Art darf bei hohen Umdrehungszahlen keine Unwucht auftreten. Sie müssen rund laufen, wenn der Motor auf Touren kommt. „Winkelmann setzt dafür entweder Mittelband ein, das Spezialband aus dem Hause Hoesch Hohenlimburg, oder Duisburger Warmband, das die entsprechenden Toleranzen aufweist“, so Köhler. Dazu muss man wissen, dass Stahlronden – die Ausgangsform für viele Komponenten – mehrfach diagonal zur Laufrichtung des Warmbandes ausgestanzt werden. „Es ist wie beim Backen. Da möchten Sie auch möglichst viele Kekse der gleichen Dicke aus dem Teig stechen. Doch bei Plätzchen macht eine Abweichung von 0,2 Millimeter keinen großen Unterschied, bei einem Stahlband schon.“ Kunden wie Winkelmann gehen mit ihren Produkten an den Rand des technisch Machbaren. Wer als Lieferant bestehen will,

„Internationalisiert euch!“

Für den Mittelstand wächst zu Hause der Wettbewerbsdruck.

Marc S. Tenbieg, geschäftsführender Vorstand des Deutschen Mittelstands-Bundes (DMB), rät zu noch mehr Exportgeschäft.

Interview: Judy Born

Wer gehört zu den kleinen und mittelständischen Unternehmen (kurz: KMU) und was bewegt diese derzeit?

Marc S. Tenbieg: Zur Kategorie der KMU zählen Betriebe mit bis zu 500 Mitarbeitern und einem Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. Euro. Das ist eine Definition des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn, an der auch wir uns als Mittelstandsverband orientieren. Wichtige Themen sind seit jeher die steuerliche Belastung, Personal- und Fachkräftemangel, Unternehmensfinanzierung und auch immer mehr das Transatlantische Freihandelsabkommen TTIP.

Wie lassen sich denn mit TTIP die Chancen nutzen und die Risiken eindämmen?

Eine vielschichtige und recht komplexe Thematik, bei der es letztendlich auf einen Kompromiss in Sachen Geben und Nehmen hinausläuft. Da geht es einerseits um das viel zitierte „Chlorhühnchen“, andererseits um gesellschaftliche Errungenschaften wie Gewerkschaften, Arbeitnehmerrechte und Sicherheitsstandards, aber auch um die weitere Liberalisierung der öffentlichen Versorgung sowie des Bildungs- und Gesundheitswesens. Hier kommen noch viele kontroverse Diskussionen auf uns zu.

Steigt damit der Wettbewerbsdruck für den Mittelstand nicht noch mehr?

Das ist richtig. Wettbewerb belebt bekanntlich das Geschäft, der deutsche Mittelstand gerät damit leider auch im Heimatmarkt immer mehr unter Druck. Darauf müssen sich viele Betriebe einstellen und vorbereitet sein. Unternehmen müssen sich mehr denn je auch auf den Export konzentrieren, um nicht den Anschluss zu verlieren.

Denn in den nächsten 50 Jahren wird 90 Prozent der weltweiten Nachfrage außerhalb Europas liegen.

Muss sich der Mittelstand schleunigst internationalisieren?

Unbedingt! Große Unternehmen und Konzerne haben einen jahrzehntelangen Vorsprung, sind global gut vernetzt und kennen die Spielregeln in diesem Umfeld. Hier müssen viele KMU mehr Erfahrungen sammeln. Mein Rat: Internationalisiert euch und denkt in größeren Dimensionen. Ein guter erster Schritt ist u. a. auch die Teilnahme an ausgewählten Wirtschaftsdelegationsreisen. So kann man sich in kompakter Form einen Ersteindruck vom jeweiligen Auslandsmarkt

machen und selber erste kleine Netzwerke und vielleicht sogar Kooperationen aufbauen.

Veranstaltet der DMB solche Reisen?

Nein, aber wir können Kontakte vermitteln und vielerlei Tipps geben. Neben den Bundes- und Landesministerien gibt es zahlreiche Organisationen und Institutionen, die derartige Reisen anbieten, beispielsweise der Euro-Mediterran-Arabischer Länderverein (EMA). Diese Angebote sollte man als Mittelständler wahrnehmen.

In welchen Branchen sieht es derzeit gut aus für den Mittelstand?

Aus Gesprächen mit unseren Mitgliedsunternehmen kann ich sagen, dass es zurzeit viele Branchen gibt, in denen es gut läuft. Hierzu zählen insbesondere die Zulieferindustrie und das Angebot an Speziallösungen. Auch chemische und medizinische Produkte werden rege nachgefragt. Beratungs-, Konstruktions- und Ingenieurleistungen sind wahre Klassiker, gefolgt von Lösungen für erneuerbare Energiequellen. Zuverlässigkeit, Kreativität und Korrektheit sind Attribute, die nach wie vor mit deutschen Unternehmen verbunden werden.

Was hätte es für Folgen, wenn der Mittelstand aus Deutschland verschwinden würde?

Unser Land würde anders dastehen, als man sich das heute vorstellen kann. Es wäre auswechselbarer, hätte seine Seele verloren. Wir werden weltweit gerade auch aufgrund unserer mittelständischen Unternehmensstruktur beneidet. Unsere Wirtschaft ist nicht – wie in vielen anderen Ländern – von ein paar wenigen großen Industrieunternehmen abhängig, sondern stützt sich auf viele Säulen. Diese brechen nicht so leicht weg, wenn es mal wackelt. So haben wir auch mit Bravour die letzten großen Wirtschafts- und Finanzkrisen überwunden.

Wie würden Sie die folgenden Sätze beenden: Wäre ich Wirtschafts- oder Finanzminister ...

... dann würde ich auch unliebsame Entscheidungen treffen müssen, die zu mehr Steuer- und Generationengerechtigkeit führen.

Deutschland ohne seine Familienunternehmen ...

... wäre wie ein Haus ohne funktionierende Statik und würde in sich zusammenbrechen.

Der richtige Mann für den Job: Marc S. Tenbieg ist selbst in einer mittelständischen Unternehmerfamilie aufgewachsen. (mittelstandsbund.de)





Miele in
Gütersloh



Erwartungshaltung

Thorsten Störmer (r.), Leiter des Materialeinkaufs bei Miele, beschreibt Claudia Kuckertz den Anspruch an Farbe und Werkstoff. Hoherfreut über das hochwertige Material ist Geschäftsführer Leif Peters (u.), bei der Winkelmann-Gruppe für den gesamten Stahleinkauf verantwortlich.

Winkelmann-
Group in
Ahlen



37%

des gesamten Umsatzes der Unternehmen in Deutschland wird von kleinen und mittelständischen Firmen erwirtschaftet. Bei der Wertschöpfung liegt ihr Anteil sogar bei 57 Prozent.

muss das ebenfalls leisten. „Die Ansprüche unserer Kunden an das Material sind in den letzten zehn Jahren deutlich gestiegen“, sagt Martin Metzing, der Winkelmann mit seinem Steel Europe Vertriebsteam kaufmännisch betreut. „Auch deswegen investieren wir ständig in Wartung und Modernisierung unserer Anlagen, um die Herausforderungen unserer Kunden zu erfüllen. Denn nur so können die immer engeren Toleranzen und Bombierungen eingehalten werden.“

Hohe Anforderungen hat auch Miele. Im Gütersloher Hauptsitz ist Thorsten Störmer voll des Lobes: „Für unser Material brauchen wir einen Lieferanten, der in diesen Grenzbereichen prozesssicher arbeiten kann. Das kann nicht jeder. Und wir müssen Ansprechpartner wie Frau Kuckertz haben, die eine hohe technologische Kompetenz besitzen, die schnell und strukturiert reagieren.“ Zum Beispiel vor zwei Jahren: „Wir waren damals ausgewählter Entwicklungspartner für ein spezifisches Produkt. Einen besonderen Fokus legte Miele dabei auf den Farbton und den Glanzgrad. Das Weiß des Unternehmens ist heller und glänzender als das der anderen Hersteller“, so Kuckertz. „Auch auf die Widerstandsfähigkeit gegen mechanischen Abrieb und chemische Mittel sowie die Lichtbeständigkeit wurde ein Augenmerk gelegt.“

Partnerschaftliches Arbeiten und Vertrauen sind hier gefragt. „Und nicht zuletzt Geduld“, sagt Störmer. „Prozess- und Produktinnovationen brauchen Zeit. Außerdem testen wir ausgiebig, sodass unsere Freigaben Jahre dauern können. Wer als Lieferant auf schnellen Abverkauf aus ist, scheidet als Part-

ner für uns aus.“ Miele bezieht von Steel Europe Qualitätsstahl diversester Sorten und Güten, von gängigen Stählen bis zu Spezialitäten. Das zeichnet die Geschäftsbeziehung aus – und das schon seit Jahrzehnten.

Für die Winkelmann-Gruppe ist der Stahlkonzern einer der wichtigsten und größten Lieferanten. Weitere Mengen liefert zudem das Stahl-Service-Center von ThyssenKrupp im polnischen Dabrowa Gornicza. „Über die Jahre haben wir einige Herausforderungen gemeinsam gelöst“, sagt Martin Metzing. „Das ist Grundlage für eine kontinuierliche Partnerschaft auf hohem Niveau.“ Köhler fügt hinzu: „Wir stehen vor der Aufgabe, aus einem vergleichsweise einfachen Produkt ein immer höherwertigeres zu machen.“ Erst in kleinen, dann in größeren Mengen, immer wieder reproduzierbar und zu akzeptablen Kosten. Der Einstieg in neue Geschäfte gelingt nicht ohne Aufwand. Doch er lohnt sich. Für alle Beteiligten.