

Wachstum durch individuelle Lösungen

Interview mit Dr. Stefan Jakschik, Vorstandsvorsitzender der ULT AG (Löbau, Sachsen)

Von Tim Gabel am 25.08.2020



Das Firmengebäude der ULT AG in Löbau. (Foto: ULT AG)

1994 macht sich Ingenieur Dr. Christian Jakschik selbstständig und gründet die ULT AG. Durch erfolgreiche Innovationen im Bereich Luft- und Filtertechnik bringt er das Unternehmen schnell auf einen Wachstumskurs. Gemeinsam mit seinen Söhnen, Dr. Stefan Jakschik und Alexander Jakschik wird er 2016 als "Sachsens Unternehmer des Jahres" ausgezeichnet.

1. Was stellt Ihre Firma her, bzw. welche Dienstleistungen bieten Sie an?

Von „klassischem“ Staub und Rauch bis hin zu „neuen Emissionen“, als Arbeitsplatzabsaugung oder Komplettlösung, als mobile oder stationäre Anlage: Wir entwickeln und fertigen bei ULT Lösungen zum Absaugen und Filtern sowie zur Lufttrocknung für alle Produktionsprozesse – auch und gerade für die schwierigen. Die Anlagen der ULT AG sind nach Leistung gestaffelt. Die kompakten und modularen lufttechnischen Systeme zur Arbeitsplatzabsaugung bilden die Basis für die je nach Anwendung geeignete Absaug- und Filter- bzw. Trocknungstechnik. Komplett wird diese, wenn wir die Systeme den individuellen Gegebenheiten vor Ort anpassen.

2. Auf welche Weise ist Ihre Firma gewachsen?

Ein Ingenieur erkennt, dass er seine Ideen besser in der eigenen Firma verwirklichen kann.

So beginnt die Geschichte vieler mittelständischer deutscher Unternehmen von internationalem Ruf. Auch die von ULT. 1994 machte sich Christian Jakschik mit seiner Berufserfahrung und einer Vision in Löbau selbstständig. Mit einer Ingenieurtechnik-Firma wollte er Absaug- und Filtertechnologie für Luftschadstoffe bei Produktionsprozessen bieten, die sich besser an Kundenanforderungen anpasst. Aus der Erfahrung der individuellen Lösungen heraus entwickelte sich bald eine Basis eigener Absaug- und

Filtergeräte, die neue Freiräume eröffnete. ULT erwarb sich den Ruf, immer eine Lösung anbieten zu können.

2000 zog das Unternehmen auf das jetzige Firmengelände im Gewerbegebiet Kittlitz, das ausreichend Platz zum Wachstum bietet. 2004 wurde ULT eine Aktiengesellschaft, bereits 2007 in einer ersten Ausbaustufe die Produktionsfläche vergrößert. Weitere Expansionsstufen folgten, bei denen Fertigungs- und Büroflächen mehrfach erweitert wurden.

3. Welche Strategie steckte hinter dem Wachstum?

Als mittelständisches Familienunternehmen orientieren wir uns an den Wachstumszahlen erfolgreicher Unternehmen des Mittelstandes. Für uns ist Wachstum ein Zeichen von Innovationskraft, Beweglichkeit und gibt Sicherheit für die weitere Entwicklung der Firma. Mehr und mehr werden Nachhaltigkeit- und Klimaziele für die Wachstumsvorgaben auch eine Rolle spielen.



Von links nach rechts: Dr. Christian Jakschik, Dr. Stefan Jakschik und Alexander Jakschick 2016 bei der Preisverleihung zu "Sachsens Unternehmer des Jahres". (Foto: ULT)

4. Welche Herausforderungen sind durch das bzw. beim Wachstum gemeistert worden?

Bei uns gibt es mehrere Bereiche, die uns beschäftigen. Dazu zählen zum Beispiel die kontinuierliche Anpassung von Prozessen oder das Onboarding von kreativen und erfahrenen Kollegen. Auch wollen wir unsere Leistungsfähigkeit und Kundenbasis beständig ausbauen. Zuletzt sind wir daran interessiert, unsere Werte- und Führungskultur stetig zu entwickeln und anzupassen.

5. Ihr Tipp für Unternehmenswachstum in Kürze!

Bleib innovativ und in Bewegung, aber achte darauf gut zu kommunizieren und wieviel gleichzeitig für die Mannschaft machbar ist.

Authentizität und Kundennähe als Wachstumsfaktoren

Interview mit Kirstin Knufmann, Geschäftsführerin der PureRaw Knufmann GmbH
(Klötze, Sachsen-Anhalt)

Von Jan Kürvers am 28.08.2020



Kirstin Knufmann vor einer Algenfarm. Algenprodukte sind zentral für PureRaw. (Foto: Knufmann GmbH)

Kirstin Knufmann bietet mit ihrer Firma PureRaw inzwischen über 240 verschiedene roh-vegane Lebensmittel erfolgreich zum Kauf an. Ursprünglich wollte sie bestimmte Produkte, die sie selbst nutzt und liebt, nur einem größeren Kreis von Interessierten verfügbar machen. Ihr Erfolg ist auch darin begründet, dass Sie es ihren Kund*innen und Mitarbeiter*innen so einfach wie möglich macht.

1. Was stellt Ihre Firma her, bzw. welche Dienstleistungen bieten Sie an?

Wir bei PureRaw produzieren, importieren und handeln natürliche, pflanzenbasierte und innovative Lebensmittel. PureRaw steht dabei für Lebensfreude, bewussten Genuss und Wohlbefinden. Wir sind ein junges, dynamisches Unternehmen und bieten mittlerweile über 240 verschiedene hochwertige Lebensmittel und andere Produkte an, die alle persönlich ausgewählt und oft in liebevoller Handarbeit weiterverarbeitet wurden. Ganz bewusst bieten wir hochwertige, faire, pflanzenbasierte und innovative Produkte an. Alle unsere Produkte sind frei von künstlichen Zusatzstoffen, Aromen, Zucker, Laktose, Gluten und sonstigem Schnickschnack.

2. Auf welche Weise ist Ihre Firma gewachsen?

2010 habe ich die Marke PureRaw ins Leben gerufen, um roh-vegane Produkte zu entwickeln, anzubieten und das gesammelte Wissen weiterzugeben. Aus meinem Einzelunternehmen wurde 2015 die Knufmann GmbH, um den stetig wachsenden Anforderungen gerecht zu werden.

Unsere sehr breit aufgestellte Zielgruppe hilft uns, zu wachsen. Unsere Produkte werden unter anderem von Ernährungsbewussten, Sportlern, Reha-Kliniken, aber auch von Produktentwicklern bestellt. Durch die einfachen und vielfältigen Verarbeitungsmöglichkeiten werden unsere Produkte pur oder verarbeitet auf nationaler und internationaler Ebene genutzt.

Eine wichtige Sache dabei: Wir machen es unseren Kunden so einfach wie möglich. Unser Onlineshop ist einfach bedienbar und wir sind über Social Media, E-Mail und telefonisch erreichbar. Für unsere Kunden nehmen wir uns gerne Zeit und haben immer ein offenes Ohr.

3. Welche Strategie steckte hinter dem Wachstum?

Die einfachsten Dinge sind oft die Besten. Persönlicher Kontakt zu den Produzenten, schonende Verarbeitung und möglichst regionale und kurze Wege spielen bei uns eine große Rolle.

Unser strategischer Schwerpunkt liegt auf der fachlichen Kompetenz unseres Unternehmens und innovative Entwicklung neuer Produkte. Diese Schwerpunkte begründen sich im stark wachsenden Markt der natürlichen und gesundheitsbewussten Ernährung. Sie gestaltet sich vielseitig und prägt nachhaltig den Markt und die Kundennachfrage.

Weiterhin schaffen wir regional und überregional Perspektiven und Arbeitsplätze. Wir bauen Strukturen auf und sind an langfristigen Kooperationen interessiert. Sowohl mit der Forschung und Entwicklung als auch mit unseren Produzenten und den Abnehmern. Dadurch stellen wir sicher, dass wir breit am Markt aufgestellt sind und unterschiedliche Kundengruppen bedienen.



Kirstin Knufmann (Mitte) 2018 bei der Verleihung des "Hugo Junkers Preis". Sie gewann damals den 3. Preis in der Kategorie "Innovativste Projekte in der Ernährungswirtschaft". (Foto: Knufmann GmbH)

4. Welche Herausforderungen sind durch das bzw. beim Wachstum gemeistert worden?

Eine meiner größten Herausforderungen war es, das Spektrum an Aufgaben, welches ich vorher allein bewältigt habe, in strukturierte Aufgabenbereiche zu gliedern und Mitarbeiter*innen in diese einzubinden. Ich habe dadurch gelernt, Verantwortung gezielt abzugeben und mit der Selbstständigkeit und eigenen Herangehensweise meiner Mitarbeiter*innen produktiv umzugehen.

Ferner sind uns ein familienfreundliches Arbeitsklima und flexible Arbeitszeiten wichtig. Ich selbst bin Mutter und möchte meinen beruflichen Erfolg mit meiner Familie vereinen können.

5. Ihr Tipp für Unternehmenswachstum in Kürze!

In unserem digitalen Zeitalter geht die persönliche Note oft verloren. Ein freundliches Wort, eine Probe zum Testen oder direkter Kontakt können den entscheidenden Unterschied machen.

Authentizität, Ehrlichkeit und Beständigkeit in der Unternehmensphilosophie werden für die Kommunikation mit den Kunden, sowie Geschäftspartnern immer wichtiger und sind für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens ein wertvoller Faktor.

Wachstum durch eine breitere Produktpalette

Interview mit Oliver-Marc Rados, Geschäftsführer der Oscomed GmbH
(Sonneberg, Thüringen)

Von Tim Gabel am 25.08.2020



Die Produktionshallen der Oscomed GmbH in Sonneberg. (Foto: Oscomed GmbH)

Die Oscomed GmbH ist ein wichtiger Zulieferer für große Medizinproduktehersteller. Seit ihrer Gründung 2014 hat die Firma ihr Portfolio jedoch erweitert. Sie produziert jetzt eigene Produkte im Bereich der Urologie, Endoskopie und Wundversorgung und setzt einen Schwerpunkt auf die Forschung und Entwicklung.

1. Was stellt Ihre Firma her, bzw. welche Dienstleistungen bieten Sie an?

Die Oscomed GmbH produziert Komponenten, Baugruppen und komplette Einweg-Sterilprodukte aus Kunststoff für medizintechnische Anwendungen. Diese werden in der Diagnostik und Therapie eingesetzt. Wir beliefern in Deutschland Top-Kunden in der Medizintechnik wie Biotronik, Paul Hartmann, Karl Storz. Die Kundennähe ist dabei ein wesentliches Element. Wir entwickeln darüber hinaus auch internationale Kunden in speziellen Kompetenzgebieten.

2. Auf welche Weise ist Ihre Firma gewachsen?

Bei unserer Firmengründung 2014 hatten wir lediglich elf Mitarbeiter und gerade mal zwei bis drei Großkunden. Aufgrund der langen Zulassungszeiten für Medizinprodukte haben wir in den ersten beiden Jahren sehr geringe Umsätze gemacht. Damals haben wir aus regulatorischen Gründen viel mehr Zeit für die Lieferung an einen der Großkunden aus dem Bereich Kardiologie benötigt als vorher geplant. Sechs Jahre nach der Gründung liegen wir

bei ungefähr 4 Millionen Euro an Erlösen und investieren einen hohen Anteil in eine junge Entwicklungsabteilung sowie die Entwicklung neuer Produkte.

Wir haben darüber hinaus zuletzt eine Kooperation mit einem weiteren Zulieferer von medizinischen Kanülen in den neuen Bundesländern entwickelt, die für beide Seiten hilfreich ist. Am Ende ist die technologische Kompetenz der Mitarbeiter und das Zusammenspiel der Organisation für den Erfolg wesentlich.



Geschäftsführer Oliver-Marc Rados (links) mit zwei Mitarbeitern. (Foto: Oscomed GmbH)

3. Welche Strategie steckte hinter dem Wachstum?

Strategisch sind wir als reiner Zulieferer gestartet, bauen aber jetzt unsere Entwicklungsaktivitäten aus. Wir verkaufen technische Kompetenz und umfassende Lösungen für unsere Kunden auf hohem Niveau. Unser Portfolio soll sich als Ergänzung und Abrundung bis zur Sterilisation von Medizinprodukten erweitern. Unser tschechischer Standort – den wir im Verbund mit Osypka AG betreiben – ist für uns ein wesentliches Element, Einweg-Sterilprodukte in Europa kostengünstig zu montieren.



Oscomed-Mitarbeiterin bei der Arbeit. (Foto: Oscomed GmbH)

4. Welche Herausforderungen sind durch das bzw. beim Wachstum gemeistert worden?

Eine beständige Weiterentwicklung mit beschränkten Mitteln ist immer eine Herausforderung. Allerdings wurden und werden wir immer noch in Thüringen durch die finanzielle Förderung des Landes unterstützt und wirklich optimal betreut.

Ein weiteres wichtiges Element ist die betriebliche Weiterbildung und Schulung unserer eigenen Mitarbeiter, die für ein gesundes Wachstum unerlässlich ist.

5. Ihr Tipp für Unternehmenswachstum in Kürze!

Wachstum erfordert Innovation, Mut und die richtige Einstellung, hart zu arbeiten.