



Idsteiner Ingenieurskunst für die Welt

HANDWERK / TECHNIK „Lemacher Hydraulik“ erregt mit verschiedenen Produkten das Interesse der Maschinenbau-Branche

Von Beke Heeren-Pradt

GRÜNDERPREIS 2016

► Mit dem Gründerpreis der Region Wiesbaden 2016 wurden kürzlich in der Oestrich-Winkeler Brentanoscheune sechs ganz besondere Geschäftsideen aus Wiesbaden und dem Rheingau-Taunus-Kreis ausgezeichnet.

► In der Kategorie „Dienstleistung/freie Berufe“ gewann Tanja Lenz mit ihrem Wiesbadener Beratungsunternehmen „Strategy for Brands“ den 1. Preis. Die Idsteiner Firma Lemacher Hydraulik und Geschäftsführer Adolf Rathschlag siegten in der Kategorie „Handwerk / Technik“, den 1. Platz in der Kategorie „Innovation“ belegten Joana Sandkühler und Jonas Berger mit ihrem Wiesbadener Startup „NOglla“, das gluten- und lactosefreie Nahrung anbietet. Alle drei Unternehmen stellen wir auf dieser Seite vor.

► Mit dem Gründerpreis der Region Wiesbaden zeichnen die Landeshauptstadt Wiesbaden, der Rheingau-Taunus-Kreis, die Industrie- und Handelskammer Wiesbaden, die Handwerkskammer Wiesbaden und Exina seit 2007 überzeugende Gründer aus. Die Preisgelder (2500 Euro für den 1. Platz, 1000 Euro für den 2. Platz) werden von Unternehmen der Region gestiftet.

► Voraussetzungen sind die Unternehmensgründung in den Jahren 2012 bis 2015, Voll-erwerbstätigkeit und der Unternehmenszins in Wiesbaden, im Rheingau-Taunus-Kreis oder Hochheim.

► In die Beurteilung fließen ein:

- die Geschäftsidee der Gründung, zum Beispiel Originalität
- die Zielgruppe des Angebotes
- der wirtschaftliche Erfolg der Gründung, zum Beispiel nachhaltige Erfolgsaussichten, erzielter Umsatz, geschaffene Arbeitsplätze/Ausbildungsplätze
- die Rahmenbedingungen, zum Beispiel erschwere Bedingungen wie Gründung aus der Arbeitslosigkeit, Alter oder familiäre Besonderheiten wie allein-erziehend
- die Berücksichtigung des Grundgedankens des „Social Business“ im unternehmerischen Ansatz

2. PLÄTZE

► Dienstleistung/freie Berufe: Andreas Jens und Munro Pietring, die seit 2015 mit ihrem Unternehmen „Home Instead“ (Wiesbaden) Senioren in Wiesbaden, Idstein, Taunusstein und Eltville betreuen – daheim, in gewohnter Umgebung.
www.homeinstead.de

► Handwerk/Technik: Kosmetikerin Barbara Gawin, die mit ihrer Praxis Gawin (Wiesbaden) seit 2013 kreative Kosmetik mit medizinischer Wirkung anbietet.
www.kosmetikpraxis-gawin.de

► Innovation: Oliver Fritz, der mit seinem Unternehmen „purple green“ (Wiesbaden) ausgewählte Tee- und Kaffeesorten in violetttem Glas vertreibt – um den Inhalt besonders frisch zu halten.
www.purple-green.eu

IDSTEIN. „Wir verkaufen Energieeffizienz“, sagt Gründerpreis-träger Adolf Rathschlag aus Idstein, wenn es darum geht, seine Firma zu charakterisieren und einen Aspekt des auf Hydraulik spezialisierten Unternehmens, der sich als besonders zukunfts-trächtig erweist, herauszuheben. Und genau damit sei seine Firma auf der Höhe der Zeit. Entsprechend groß sei das Interesse der Maschinenbau-Branche für die unterschiedlichen Produkte von „Lemacher Hydraulik“ – auch wenn das Unternehmen ein Nischendasein führt, auf seinem Gebiet jedoch gewissermaßen ein „hidden Champion“ ist. „Wir produzieren komplette Systeme, und es wird derzeit noch alles selbst gemacht“, berichtet der Firmenchef. Er weiß aber auch, dass bei größerer Nachfrage und entsprechend größeren Stückzahlen er in Zukunft die Produktion einzelner Teile auslagern muss.

Das Unternehmen gibt es schon seit 1972. Die längste Zeit war es in Taunusstein-Wehen ansässig, musste jedoch den dortigen Standort aufgeben, kurz nachdem Rathschlag die Firma 2014 gekauft hatte. Und auf diese Weise wurde Lemacher Hydraulik überhaupt erst zum Kandidaten für den Gründerpreis. Denn für den Techniker Rathschlag war die Übernahme der Hydraulikfirma ein Start als selbständiger Unternehmer – nach über 20 Jahren im Anstellungsverhältnis als Geschäftsführer und anschließend kurzfristiger Arbeitslosigkeit.

Der Ingenieur und Firmengründer Eduard Lemacher war zu dieser Zeit bereits 80 Jahre alt und suchte einen Nachfolger für das kleine Unternehmen, das sich ausschließlich auf seine Erfindungen und Entwicklungen gründete. „Lemacher hat immer wissenschaftlich gearbeitet und seine Er-

findungen nicht nur am Reißbrett entworfen, sondern er konnte sie auch in allen Schritten in der Werkstatt selbst herstellen“, erzählt Rathschlag voller Bewunde-

rung für den Firmengründer, der gegenwärtig ab und zu noch beratend tätig ist für seinen Nachfolger. Im Tagesgeschäft ist es Ingenieur Joachim Hammes, der das Erbe Lemachers fachlich verwaltet und kongenial weiterentwickelt.

„Synchron-Hydraulik für Hebesysteme“, hydraulische Waagen (etwa für Kunststoffspritzmaschinen), „Schnittschlagdämpfung“ – das sind nur einige der hydraulischen Systeme, die auf den Erfindungen Eduard Lemachers basieren und in der Idsteiner Firma stets weiterentwickelt werden. „Hersteller kommen mit

Problemen in der Produktion zu uns – und wir lösen sie“, sagt Rathschlag nicht ohne Stolz. Das Problem sei nur, dass seine Firma bisher nur sehr wenig bekannt sei

und all jene, deren Probleme sie lösen kann, erst nach mitunter langer Suche auf den mittlerweile im Idsteiner Gewerbegebiet an-

„Hersteller kommen mit Problemen in ihrer Produktion zu uns – und wir lösen diese.“

Adolf Rathschlag, Gründerpreis-träger

sässigen Betrieb stoßen. Dabei habe die Firma Kunden in aller Welt, erledige Reparaturen von Zylindern in Japan, Mexiko, Brasilien, USA und Russland. Die selbst entwickelten Systeme, die gerade auf dem Gebiet von Hebe-Hydraulik besonders wirksam und exakt funktionierten, seien noch relativ unbekannt. Die Marke müsse entwickelt, der Markenname bekannt gemacht werden.

Einige der Lemacher'schen Erfindungen seien mittlerweile mit einem Patent versehen.

Das Unternehmen habe Kunden für seine Systeme in den unterschiedlichsten Bereichen der Industrie gefunden. In der Verpackungsindustrie, bei Arzneimittelherstellern, in der Glasindustrie, in Gießereien, bei Bergbaumaschinen und in der Baubranche – überall würden Hebesysteme mit besonderer Exaktheit gebraucht. Und die könne Lemacher Hydraulik liefern.

Eine Menge neuer Ideen seien in den vergangenen knapp zwei Jahren seit der Gründung entwickelt worden, er habe viel Geld ausgegeben und auch in Personal investiert, sagt Rathschlag. Die nächsten Ziele für das Unternehmen seien, bestehende Ideen umzusetzen, die Produktion zu stabilisieren und in sicheres Fahrwasser zu bringen. Den Bereich der Energieeffizienz, der einen wichtigen neuen Aspekt bildet, gelte es zu kommunizieren. „Denn die Kunden können mit unseren Systemen nicht nur Strom sparen, sondern sie bekommen die Investition in unsere Systeme auch noch vom Staat in Form von Steuerersparnis gefördert.“



Adolf Rathschlag mit einer seiner Maschinen. Foto: wita/Mallmann

www.lemacher-hydraulik.de

Ohne Gluten und Lactose

INNOVATION Joana Sandkühler und Jonas Berger sind mit „NOglla“ erfolgreich

Von Beke Heeren-Pradt

WIESBADEN. „NOglla“ – der Name ist Programm und erschließt sich jenen, an die sich das Label zuallererst wendet, meist gleich auf den ersten Blick. Denn: „gl“ und „la“ stehen für Gluten und Laktose – und das Wörtchen „No“ verweist darauf, dass es bei den Produkten dieser neuen Firma um Gluten- und Laktose-freies geht. „Unser Marketingberater hat uns beim Design unseres Firmennamens unbedingt davon abgeraten, das Wort ‚No‘ im Label zu haben“, sagt Firmengründerin Joana Sandkühler, „aber wir waren überzeugt, dass es dieser Name sein soll.“

Es hat funktioniert. Die ersten einhalb Jahre hat das im Juni 2015 gegründete Unternehmen hinter sich, die Perspektive für

die Zukunft sieht prima aus. Auch deshalb haben Sandkühler und ihr Partner Jonas Berger den Gründerpreis in der Kategorie Innovation erhalten – für die mutige und zugleich umsichtige Gründung ihres kleinen Unternehmens, das sich auf Produktion und Vertrieb von schmackhaften Lebensmitteln ohne Gluten und Laktose spezialisiert hat und zudem ein Bistro führt, in dem nach den gleichen Regeln gekocht wird.

Pasta ist eines der Schwerpunktthemen

„Die Pasta-Sauce ‚Jonas‘ ist einer unserer Renner“, präsentiert die Gründerin ein Glas mit ansprechendem Etikett, in dem eine Portion der sahnigen Tomatensauce (natürlich lactosefrei!)

appetitlich anzusehen ist. Der ausgebildete Koch Berger hat sie nach eigenen Vorlieben in seiner Restaurantküche kreiert, der Verkaufserfolg gibt ihm und seinem Geschmack recht.

Pasta ist eines der Schwerpunktthemen, die Sandkühler und Berger für ihr Unternehmen gewählt haben. Denn neben Brot und Pizza sind Nudeln genau die Lebensmittel, die besonders problematisch sind für Menschen mit Glutenunverträglichkeit. Dies war der Ausgangspunkt der beiden, als sie sich 2015 für einen beruflichen Neuanfang zusammaten. Die heute 28-jährige Betriebswirtin hatte Monate zuvor die Diagnose Gluten- und Laktoseunverträglichkeit erhalten und in der ersten Zeit ihrer Ernährungsumstellung „erlitten“, wie wenig schmackhaft viele der erhältlichen Produkte für diese Diät seien.

Berger, gewissermaßen „kreativer Kopf“ des kleinen Unternehmens, entwickelte ein Rezept für glutenfreie Pasta, die er bisher in seiner Küche herstellt, trocknet und verpackt. Auch das „NOglla“ Brot von ist eine eigene Kreation. Zwei verschiedene Sorten werden regelmäßig gebacken. Außer im Bistro an der Heinrich-Zille-Straße in Schierstein, das an vier Tagen pro Woche geöffnet hat, verkaufen die Gründer ihre Lebensmittel regelmäßig auf dem Wiesbadener Wochenmarkt und über ihren Online-Shop. Aktuell sind sie auch täglich auf dem Sternschnuppenmarkt vertreten. Kochkurse und Firmenveranstaltungen in den eigenen Räumlichkeiten komplettieren das Angebot von NOglla, das mittlerweile auch besonders mit seiner neuen Pizza-Karte punkten kann.



Joana Sandkühler, Gründerin von NOglla, mit einem lactose- und glutenfreien Brot. Foto: wita/Paul Müller

www.noglla.de

Tanja Lenz berät große und kleine Unternehmen

DIENSTLEISTUNG Was ist eine Marke? „Strategy for Brands“ weiß es

Von Beke Heeren-Pradt

WIESBADEN. „So viele spannende Projekte – das hätte ich zu Beginn nie gedacht.“ Tanja Lenz, Gründerpreis-trägerin in der Kategorie „Dienstleistung“ spricht förmlich vor Begeisterung für das, was sie tut. „Strategy for Brands“, so heißt es im Namen des von ihr im September 2015 gegründeten Unternehmens, das ansonsten ihren eigenen Namen trägt. Und der ist Programm: Lenz selbst steht für das, was sie in ihrem Beratungsbüro anbietet. Markenstrategie, Markenbildung, das ist es, was die erfahrene Marketing-Fachfrau ihren Kunden anbietet. Und die reißen es ihr förmlich aus den Händen.

Das Netzwerk einfach aus der früheren Tätigkeit mitgebracht

Dabei ergab sich die Selbständigkeit erst, nachdem Lenz ihren Job als „Director Brand Strategy“ bei einem größeren Beratungsunternehmen verloren hatte. In einer Phase der Arbeitslosigkeit entwickelte sie die Idee einer eigenen kleinen Beratung und wurde von der Gründer-Beratung „Exina“ bei der Ausarbeitung der Idee und eines Businessplanes begleitet. Derzeit ist sie ein „Einfrau-Unternehmen“, greift bei Bedarf auf ein kleines Team freier Mitarbeiter zurück, wenn es um Recherche geht. Den Kern der Arbeit jedoch macht sie selbst, es ist ihr wichtig, dass es eben ihre eigenen Ideen und Kompetenzen sind, die sie an ihre Kunden bringt.

„Es gibt gar nicht so viele, die auf dem Gebiet der Markenstrategie Expertise haben“, hat sie im Laufe der vergangenen Monate festgestellt, in denen sie jeden



Tanja Lenz arbeitet viel am Computer.

Foto: wita/Uwe Tzotz

Tag ausgebucht war. Das bestehende fachliche Netzwerk aus ihrer früheren internationalen Beratungstätigkeit im Angestelltenverhältnis erwies sich vor allem für den Unternehmensstart als besonders hilfreich. Gleich zu Beginn hatte sie die Sicherheit eines großen Projektes, an das sich immer wieder neue Aufgaben von zum Teil großen, international agierenden Firmen anschlossen.

Markenstrategie beschäftigt sich mit der Entwicklung von Marken im Markt. Dafür braucht es intensive Analyse des Unternehmens hinter der Marke, der Zielgruppe, an die sich Produkte der Marke wenden, der Wettbewerbssituation. Aus den Resultaten entwickelt Lenz eine Strategie für die Platzierung der Marke im Markt, die möglichst organisch zum Image des Unternehmens dahinter passt.

„Es scheint besonders günstig zu sein, dass ich als kleine Beratung sehr flexibel auf die Bedürf-

nisse meiner Kunden eingehen kann und ihnen ein maßgeschneidertes Beratungsportfolio bieten kann“, analysiert sie das erste erfolgreiche Jahr ihrer Selbständigkeit. Große Unternehmensberatungen kämen oft mit umfangreichen Paketen auf Unternehmen zu, von denen diese eigentlich nur einen Teil benötigten.

„Viele Leute haben tolle Produkte“, sagt sie, „sie wissen aber nicht, wie sie sie auf den Markt bringen sollen.“ Genau dort liegt ihre Kompetenz, mit der sie bei den unterschiedlichsten Unternehmen punkten kann. Begeisterung für das eigene Tun, aber auch für die unterschiedlichsten Produkte und Dienstleistungen, für die sie Marken entwickelt – das ist Lenz' Kapital, das sie in den ersten 15 Monaten ihrer Selbständigkeit erfolgreich eingesetzt hat.

www.tanjalenz.de