



IN DIESER AUSGABE:

Grünauer Tagung

Interview Tyro Group

Lebendfang

Interview mit Tyro

„Wir wollen Unternehmen entwickeln“



Grafik: Depositphotos

Die Tyro Group baut seit 2022 eine europäische Gruppe aus Schädlingsbekämpfungs-Unternehmen auf – mit Multi-Brand-Strategie, Unternehmerbeteiligung und lokalem Fokus. Svein Olav Stølen (Tyro Group) und Dr. Steven Weiß (Weiss Hygiene-Service) erläutern, wie Integration funktioniert, welche Synergien entstehen und warum Autonomie erhalten bleibt.

DpS: Herr Stølen, Tyro ist erst seit Juni 2022 aktiv, hat aber bereits rund 50 Unternehmen in sieben europäischen Ländern übernommen. Was ist die Strategie für Deutschland?

Svein Olav Stølen (SOS): Wir sind in Deutschland mit einer Multi-Brand-Strategie unterwegs, führen also unsere Unternehmen als eigene Marken im gleichen Markt. Das bedeutet: Die einzelnen Unternehmen behalten ihre Identität. In kleineren Märkten wie Norwegen, Finnland oder Schweden arbeiten wir mit einer einheitlichen Marke. In größeren Märkten wie Deutschland oder Großbritannien setzen wir bewusst auf mehrere Marken, denn wir wollen die besten Unternehmer mit starken lokalen Marken zusammenbringen und deren Identität erhalten. Das unterscheidet uns von anderen großen internationalen Playern. Wir glauben, dass man in diesem Markt nur mit starkem lokalem Bezug und echtem Unternehmertum erfolgreich sein kann. Deshalb kaufen wir keine Unternehmen, um sie zu zerschlagen, sondern um sie weiterzuentwickeln. Unsere Expansion begann in Großbritannien und Norwegen, später kamen die nordischen Länder, Irland und Deutschland hinzu. Unser Ziel ist es, in wichtigen Märkten eine starke Position aufzubauen. Deutschland sehen wir als besonders wettbewerbsintensiven Markt mit großen internationalen Anbietern. Wir treten dort bewusst als eine Art „Underdog“ an.

Wie funktioniert dieses Modell konkret?

SOS: Wenn wir ein Unternehmen übernehmen, erwerben wir

es vollständig. Gleichzeitig investieren die bisherigen Eigentümer 15 bis 20 % des Verkaufserlöses wieder in Tyro. Dadurch werden sie selbst zu Anteilseignern der Gruppe. Tyro gehört also nicht nur einem Investor. Hauptaktionär ist der norwegische Investmentfonds Norvestor, aber etwa ein Viertel des Unternehmens befindet sich im Besitz von Menschen, die in der Gruppe arbeiten. Das ist wichtig, weil Unternehmer so weiterhin unternehmerisch denken und Werte aufbauen können, statt einfach nur Angestellte zu sein. Dieses Modell hält die Motivation hoch und sorgt dafür, dass alle am gleichen Strang ziehen.

Welche Rolle spielt Deutschland in der langfristigen Planung?

SOS: Unser Ziel ist klar: Wir wollen ein bundesweit aufgestellter Anbieter werden. Wir beobachten den deutschen Markt bereits seit drei Jahren. Die ersten beiden Unternehmen haben wir vor rund zwei Jahren übernommen. Parallel dazu bauen wir eine kleine Organisation auf, etwa im Bereich Finanzen und Operations, um weiteres Wachstum zu ermöglichen. Wir führen Gespräche mit vielen Unternehmern. Manche Entscheidungen fallen schnell, andere erst nach zwei oder drei Jahren. Häufig stehen hinter einem Verkauf auch Nachfolgefragen. Ein Gründer hat vielleicht keinen Nachfolger oder die nächste Generation möchte etwas anderes machen. In solchen Situationen kann Tyro eine Lösung sein: Das Unternehmen bleibt bestehen und wird weiterentwickelt.

Große Anbieter der Branche arbeiten häufig mit nationalen Rahmenverträgen, etwa mit Hotelketten. Ist das auch ein Ziel für Tyro?

SOS: Ja, definitiv. In Großbritannien machen wir bereits rund 100 Millionen Euro Umsatz und sind dort inzwischen die Nummer zwei im Markt. In London sind wir sogar Marktführer. Dort arbeiten 15 bis 20 Unternehmer innerhalb der Gruppe zusammen. Sie treffen sich regelmäßig und bearbeiten gemeinsam größere Ausschreibungen. Gleichzeitig haben die einzelnen Unternehmen unterschiedliche Schwerpunkte. Manche konzentrieren sich auf den Einzelhandel, andere auf Kommunen oder die Hotellerie. Dieses Modell erlaubt es uns, große Aufträge zu bedienen und gleichzeitig die Spezialisierung der einzelnen Unternehmen zu nutzen.

Wie groß ist Tyro derzeit in Deutschland?

SOS: Wir gehören bereits zu den größeren Anbietern im deutschen Markt. Für dieses Jahr erwarten wir einen Umsatz von 30 bis 40 Millionen Euro, abhängig davon, wie sich weitere Übernahmen entwickeln. Wichtig ist für uns allerdings nicht nur Wachstum durch Zukäufe. Jeder kann ein Unternehmen kaufen, wenn er genug Geld hat. Entscheidend ist, dass die Unternehmen organisch wachsen und gemeinsam besser werden. Das bedeutet: voneinander lernen, Best Practices austauschen und die Servicequalität verbessern. Nur dann funktioniert das Geschäftsmodell langfristig.

Nach welchen Kriterien wählen Sie Unternehmen aus, die zu Tyro passen?

SOS: Das perfekte Unternehmen hat 5 Mio. € Umsatz, 20 % Marge und einen Unternehmer, der Energie und Ideen mitbringt. Aber das perfekte Unternehmen gibt es nicht. Deshalb schauen wir uns jedes Unternehmen individuell an. Wir unterteilen in drei Größenklassen: klein (500.000 bis 2 Mio. Euro Umsatz), mittel (2,5 bis 5 Mio. Euro) und groß (ab 6 Mio. Euro). Entscheidend ist nicht nur die Größe, sondern die Qualität. Wir wollen gute Unternehmer, die ihr Geschäft verstehen. Wir wollen eine breite Kundenbasis ohne zu starke Abhängigkeit von Einzelkunden. Und wir wollen Unternehmen, die profitabel sind oder zumindest das Potenzial dazu haben. Wir kaufen keine Probleme. Wir kaufen Unternehmen, die eine Basis haben, auf der wir aufbauen können.

Herr Dr. Weiß, Ihr Unternehmen gehört seit 2025 zur Tyro-Gruppe. Was hat sich seitdem verändert?

Dr. Steven Weiß (SW): In den ersten Monaten tatsächlich fast nichts. Wir haben einfach weitergearbeitet wie zuvor. Genau das wurde uns auch versprochen. Heute ist der größte Unterschied, dass ich als Unternehmer ein Netzwerk habe. Früher musste ich viele Entscheidungen alleine treffen. Jetzt kann ich mich mit anderen Unternehmern innerhalb der Gruppe austauschen. Wenn ich möchte, treffe ich weiterhin meine Entscheidungen selbst. Aber wenn ich Unterstützung brauche, kann ich auf die Erfahrung vieler Kollegen zurückgreifen. Ebenso auf das Knowhow der Investoren.



Im Juli 2025 wurde verkündet, dass Weiss Hygiene-Service nun ein Teil der Tyro Group ist. Foto: Weiss Hygiene-Service

Das gibt mir Sicherheit. Aber operativ führe ich mein Unternehmen nach wie vor eigenständig.

Müssen größere Entscheidungen heute mit der Gruppe abgestimmt werden?

(SW): Grundsätzlich ja, aber nur bei strategischen Themen. Wenn ich im Tagesgeschäft ein neues Fahrzeug für einen Techniker brauche, entscheide ich das selbst. Wenn ich zehn Fahrzeuge gleichzeitig anschaffen möchte, würde ich das natürlich vorher besprechen. Der Rahmen wird über Budgets definiert. Innerhalb dieses Rahmens arbeiten wir relativ frei.

SOS: Genau. Wir greifen nicht in den Tagesbetrieb ein. Wir ändern in den ersten Monaten nach einer Übernahme nichts. Wir lernen uns kennen, schauen uns die Prozesse an, richten das Reporting ein. Aber wir sagen nicht: „Mach das so oder so.“ Das wäre kontraproduktiv. Die Unternehmer kennen ihren Markt besser

als ich. Meine Aufgabe ist es, ihnen Zugang zu Best Practices, Benchmarks und Synergien zu geben – nicht, ihnen vorzuschreiben, wie sie arbeiten sollen.

Welche Synergien haben Sie bereits konkret genutzt?

SW: Wir treffen uns regelmäßig – persönlich und in Teams-Calls. Wir tauschen uns über Lieferanten, Fahrzeugverträge, Mitarbeitergewinnung und Prozesse aus. Manchmal sind es kleine Dinge, manchmal größere Projekte. Zum Beispiel prüfen wir gerade, ob wir gemeinsame Rahmenverträge für Fahrzeuge abschließen können. Das bringt bessere Konditionen. Oder wir diskutieren, wie andere Unternehmen bestimmte Herausforderungen gelöst haben. Das spart Zeit und Geld. Genau solche Best-Practice-Ideen helfen enorm. Früher waren einige dieser Unternehmen Wettbewerber. Heute sitzen wir auf derselben Seite des Tisches.



Dr. Steven Weiß hat sehr gute Erfahrungen mit Tyro gemacht und empfiehlt Kollegen, die wachsen möchten, das Gespräch mit der Gruppe zu suchen. Foto: Weiss Hygiene-Service

TYRO GROUP – Kurzprofil

- Gründung: 2022
- Hauptsitz: Oslo (Norwegen)
- Geschäftsfeld: Schädlingsbekämpfung und Hygienesdienstleistungen
- Aktive Länder: u. a. Norwegen, Schweden, Finnland, Dänemark, Großbritannien, Irland, Deutschland und USA
- Unternehmen in der Gruppe: rund 50
- Strategie: Zusammenschluss regionaler Schädlingsbekämpfer bei Erhalt der bestehenden Marken (Multi-Brand-Ansatz)
- Eigentümerstruktur: Mehrheitlich finanziert durch den Investmentfonds Norvestor; rund ein Viertel der Anteile liegt bei Unternehmern und Mitarbeitern der Gruppe
- Deutschland: Aufbau einer bundesweiten Struktur durch Beteiligungen an bestehenden Betrieben und organisches Wachstum

Wie stark greift Norvestor als Hauptinvestor in operative Entscheidungen ein?

SOS: Norvestor ist sehr professionell. Wir haben jede Woche ein offizielles Meeting, in dem wir alle Entwicklungen besprechen. Sie kümmern sich um die Finanzierung, die Strukturierung, die Bankgespräche. Aber sie mischen sich nicht ins operative Geschäft ein. Solange die Zahlen stimmen und die Unternehmen sich gut entwickeln, lassen sie uns arbeiten. Wenn ein Unternehmen Probleme hat, werden sie natürlich aufmerksam. Aber das ist selten der Fall. Ich arbeite seit 15 Jahren mit Norvestor zusammen. Das funktioniert, weil wir uns vertrauen und weil wir liefern.

Die Branche klagt häufig über Schwierigkeiten bei der Personalsuche. Wie gehen Sie damit um?

SOS: Einen Masterplan gibt es dafür nicht. In den nordischen Ländern ist es etwas einfacher,

gute Techniker zu finden. In Deutschland ist es herausfordernder. Aber der Schlüssel ist, die Leute zu halten, die man hat. Dafür braucht man gute Führung, ein gutes Arbeitsumfeld und Stabilität. Wenn die Mitarbeiter zufrieden sind, bleiben sie. Und wenn die Techniker gut arbeiten, bleiben auch die Kunden. Das ist die Basis für Wachstum. Bei meinem früheren Unternehmen Nomor Pest Control sind wir von 50 auf 500 Mitarbeiter gewachsen. Das geht nur, wenn man die Menschen gut behandelt und ihnen Perspektiven bietet.

SW: Als Gruppe haben wir aber den Vorteil, dass wir Erfahrungen austauschen können. Jeder Unternehmer hat seine eigenen Methoden, Mitarbeiter zu gewinnen. Manche haben gute Ideen für Social-Media-Kampagnen, andere für Ausbildungsprogramme. Wenn etwas funktioniert, können andere davon lernen. Wichtig ist: Schädlingsbekämpfung



Svein Olav Stølen ist CEO der Tyro Group sowie Gründer und Mitinvestor in Zusammenarbeit mit Norvestor.

fung ist ein Menschen-Geschäft. Wir brauchen gute Techniker und wir wollen wachsen, nicht Personal abbauen.

Herr Stölen, wie sind Sie eigentlich in diese Branche gekommen?

SOS: Durch Zufall. Ich habe in den 90er- und 2000er-Jahren die 7-Eleven-Kette in Schweden mit aufgebaut und war später an der Espresso-House-Kette beteiligt. 2008 bekam ich eine hohe Rechnung von Anticimex. Ich verstand nicht, wofür ich zahlte. Also lud ich sie ein, mir das zu erklären. Nach zwei Stunden war ich immer noch nicht schlauer. Ich wollte einen anderen Anbieter finden und stieß auf Nomor Pest Control, ein mittelgroßes Unternehmen, das kurz vor der Insolvenz stand. Ich

rief den Vorstandsvorsitzenden an und nach ein paar Gesprächen fragte er mich, ob ich nicht CEO werden wolle. Die Firma stand zu diesem Zeitpunkt kurz vor der Pleite, aber ich habe enormes Potenzial in diesem Markt gesehen. Also sagte ich zu. 2009 habe ich angefangen, das Unternehmen umzudrehen. In drei Monaten war es profitabel. In fünf Jahren hatten wir 10 Mio. Euro Umsatz, später 55 Mio. Euro. 2019 haben wir an Terminix verkauft. Seitdem bin ich in der Branche geblieben.

SW: Das zeigt: Fast niemand verlässt diese Branche wieder. Die Arbeit ist abwechslungsreich, jeden Tag passiert etwas Neues. Und wenn man es richtig macht, kann man gute Margen erzielen. Unsere Techniker lieben ihren Job.

Und genau das hat mich auch überzeugt, mit Tyro zusammenzuarbeiten. Viele Investoren haben mich angesprochen. Aber Tyro ist anders. Hier sitzen keine Finanzleute, sondern Schädlingsbekämpfer. Svein Olav kennt die Branche seit 17 Jahren. Er weiß, wovon er redet. Das macht den Unterschied.

Herr Weiß, würden Sie die Entscheidung heute wieder so treffen?

SW: Ohne Zweifel. Es war die richtige Entscheidung für mich, für das Unternehmen, für die Mitarbeiter und für die Kunden. Ich fühle mich gut aufgehoben. Ich habe mehr Unterstützung als vorher, aber genauso viel Freiheit. Und ich sehe, dass wir gemeinsam mehr erreichen können. Ich kann nur sagen: Es lohnt sich, mit Tyro zu

sprechen. Ich habe sehr gute Erfahrungen gemacht. Und ich glaube, dass hier etwas Großes entsteht. Wer gut aufgestellt ist und wachsen will, sollte sich das ansehen.

Wie können interessierte Unternehmer Kontakt aufnehmen?

SOS: Am einfachsten über LinkedIn, per E-Mail oder Telefon. Unsere Kontaktdaten stehen auf www.tyrogroup.com. Wir sind sehr offen. Auch wenn jemand noch nicht verkaufen will, kann er sich informieren. Manchmal dauert es zwei, drei Jahre, bis der richtige Zeitpunkt da ist. Aber es lohnt sich, frühzeitig ins Gespräch zu kommen.

Das Interview führte
Pia-Kim Schaper,
Redaktion DpS

VERKAUF

Gut eingeführter kleiner **Fachbetrieb für Schädlingsbekämpfungs- und Taubenabwehrarbeiten** mit Servicestamm und Einzelauftragskunden im Arbeitsgebiet Großraum Nürnberg bzw. hauptsächlich im Mittel- und Oberfränkischen Raum inkl. Inventar, Material usw. aus Altersgründen **zu verkaufen**.

Nachhaltig über Jahrzehnte gewachsener, solide und rentabel kalkulierter Kundenstamm aus verschiedensten Branchen ohne Filialketten o. ä.

Bei Interesse an weiteren Informationen bitte über Chiffre 483 Anfragen zusenden an: Beckmann Verlag GmbH & Co. KG, Rudolf-Petzold-Ring 9, 31275 Lehrte, info@beckmann-verlag.de

STELLENMARKT

B&R DIENSTLEISTUNGEN

Wir suchen

Schädlingsbekämpfer (m/w/d)

Ihr Profil: Abgeschlossene Ausbildung zum Schädlingsbekämpfer (m/w/d) oder vergleichbare Qualifikation, Führerschein Klasse B, Selbstständigkeit, Zuverlässigkeit

Wir bieten: Attraktives Gehalt, Weiterbildungen, betriebl. Altersvorsorge, Dienstwagen, 30 Tage Urlaub, Wechselprämie (1 Bruttomonatsgehalt), weitere Benefits

Senden Sie uns Ihre Bewerbungsunterlagen mit Lebenslauf und Zeugnissen gern direkt per Mail an info@bundr-dienstleistungen.de

Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen.
Ihr B&R-Team

B&R Dienstleistungen „Rund ums Haus“ Leipzig GmbH, Saarländer Straße 42, 04179 Leipzig, Tel.: 0341/4226792, www.bundr-dienstleistungen.de

AUS- UND WEITERBILDUNG

Seminar E.

Dr. Bettina Hosseini &
Dr. Christa Kuck-Meens GbR

Fachkunde Öffnen, Lüften und Freigabe unter Gas stehender Transporteinheiten

bei Hannover 08.06.2026 (Fachkunde)

Eingeschränkte Sachkunde Abgabe von Biozid-Produkten nach ChemVerbotsV

bei Hannover 25.-26.08.2026 (Sachkunde)

Seminar E.

Am Wirtshof 12
37269 Eschwege

Mit Sicherheit gut informiert.

Telefon (05651) 2290527
Fax (05651) 2290528
www.seminar-e.de

Termine



IPM pro
Ganz
praktisch.

Anwendung von Rodentiziden (2606-TRGS-G-AvR/2607-TRGS-G-AvR)

Der Kurs erfüllt die Anforderungen, um gemäß GefStoffV eingestufte Rodentizide und Antikoagulanzen zur Bekämpfung von Nagern einzusetzen.

10.06.2026-12.06.2026 | 8.00-16.00 Uhr
Präsenz | Standorte: Lehrte oder Crimmitschau



JETZT BUCHEN



www.ipmpro.de