

Wirtschaftsforum:

Wir nehmen Wirtschaft persönlich!

ePaper

02/2016

INHALTSVERZEICHNIS

TEXTIL, MODE

Crestyle Hungary Kft.

Nachhaltige Produktion von Textilien

Manifattura Sesia s.r.l.

Zwei rechts, zwei links

INDUSTRIELLE ZULIEFERER, SERVICES

Photon Meissener Technologies GmbH

Ehrgeizige Ziele im Blick

BAUWESEN

Gerhardt Braun Unternehmensgruppe

Modulare Raumlösungen auf einem stabilen Fundament

CONSULTING

AKRA Business Solutions GmbH

Mit Sicherheit agieren

FINANZEN UND VERSICHERUNGEN

Grüner Fisher Investments GmbH

Faktenorientiertes Handeln

HANDEL

hummel sport & leisure Warenhandelsges. mbH

03 Bunt und innovativ

13

05 **ENERGIE, TECHNIK UND -VERSORGER**

Litarion GmbH

Zellen mit hoher Lebensdauer und herausragender Leistung

07

14

TRANSPORT, LOGISTIK, VERKEHR

WestPAL® GmbH

Zugelassen und zuverlässig

08

16

Yusen Logistics (Deutschland) GmbH

Extra Schritte für zufriedene Kunden

11

17

12

IMPRESSUM

Herausgeber:

Wirtschaftsforum Verlag GmbH

Redaktion:

Sassestraße 14, 48431 Rheine

Bundesrepublik Deutschland

Tel.: +49 5971 92164-0, Fax: +49 5971 92164-838

info@wirtschaftsforum.de, www.wirtschaftsforum.de

Chefredakteur:

M. Brinkmann, Dipl.-Kaufmann

Interview mit Armin Lustenberger, Geschäftsführer der Crestyle Hungary Kft.

Nachhaltige Produktion von Textilien



crestyle
eco

Crestyle Hungary Kft.

Edison u 16-17

7630 Pécs

Ungarn

☎ ++36 20 973-0331

🌐 www.crestylegmbh.com

Produktionsbedingungen beeinflussen wesentlich den Herstellpreis von Textilien. In vielen, hauptsächlich sehr armen Ländern gibt es Betriebe, die ihre Näherinnen aus diesem Grund bis zu 16 Stunden am Tag arbeiten lassen, an mindestens sechs Tagen pro Woche und zudem ohne jeglichen Versicherungsschutz bei Unfall oder Krankheit. In diesen Ländern herrschen ethisch-moralische Vorstellungen bezüglich des Wertes eines Menschen, die sich auch im Verhalten gegenüber Frauen widerspiegeln, von denen die Crestyle Hungary Kft. sich unbedingt distanziert.

„Als europäischer Betrieb verfolgen wir die Strategie der ökologisch nachhaltigen und sozialverträglichen Produktion. Diese Ausrichtung wird durch Investitionen wie Fotovoltaik – wir produzieren unseren Strom für Produktion, Klima sowie Heizung mit einem eigenen Kleinkraftwerk – unterstützt. Wir arbeiten zudem CO2-neutral und sind nach der aktuellsten ISO 9001-2015 in Bezug auf den Betriebsablauf sowie nach ISO 14001-2015 im Bereich Umweltverträglichkeit zertifiziert.

”

Unsere Geschäftspolitik: Wir wollen uns ökologisch, nachhaltig und sozial-verträglich aufstellen.

Des Weiteren verfügen wir über ein GOTS-Zertifikat und sind von einem Mitglied der Fair Wear Foundation für gut befunden worden. Weitere Schritte werden folgen. Wir leben die Inhalte dieser Zertifikate aus Überzeugung und nicht, weil sie uns von den Kunden diktiert werden“, so Armin Lustenberger, Geschäftsführer der Firma Crestyle Hungary.

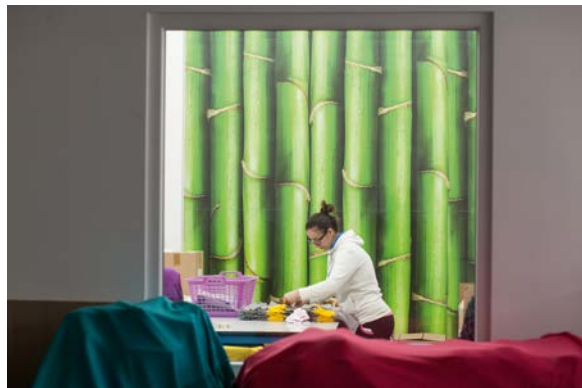
Der Geschäftsführer ist überzeugt, dass ethisch-moralische Werte nur dann geachtet werden, wenn Produktion und Kunde sich im gleichen Kulturkreis befinden. „Als Geschäftsführer der Firma habe ich natürlich das Produkt im Fokus, aber mindestens so wichtig ist mir, dass wir im Sinne einer Wertegemeinschaft als Team eine kundenorientierte Leistung erbrin-

“

gen. Jeder Mitarbeiter kann sich, unabhängig von seiner Position, positiv einbringen, um das angestrebte Ziel letztendlich mit Stolz zu erreichen. Wir lassen unsere Mitarbeiter auch bei privaten Sorgen nicht allein, gewähren zinslose Darlehen, leisten bei Härtefällen Vorauszahlungen und bieten Unterstützung im Umgang mit Behörden oder auch bei Bankgesprächen an.“



»»» Interview mit Armin Lustenberger, Geschäftsführer der Crestyle Hungary Kft.



Die Crestyle Hungary wurde 1996 gegründet. Davor war es ein staatlicher Betrieb, der eine breite Palette an Textilien produzierte. Der Kaufentscheid ist auf die zunehmende Unzufriedenheit zurückzuführen, den die Crestyle AG Schweiz mit der Lohnveredelung erfahren musste. Qualitätsmängel, Fehllieferungen, Lieferverzögerungen sowie Absprachen, die nicht eingehalten wurden, waren an der Tagesordnung.

„Die Umstellung brachte und bringt uns den Vorteil, dass diese Teile eine kurze Durchlaufzeit haben (Produktion) und wir somit bei den Herstellkosten gegenüber noch lohngünstigeren Standorten konkurrenzfähig sind. Zudem kann man viel über die Produktivität wettmachen“, so Armin Lustenberger zu den Vorteilen des Kaufentscheids.

„Wir haben das Dienstleistungsangebot wesentlich erweitert. Wir machen nach Wunsch Modell- und Stoffvorschläge, können betriebsnah drucken und sticken, machen Verpackungsvorschläge, sorgen für deren Umsetzung und liefern dem Kunden die Ware nach Bedarf frei Haus. Wir versuchen möglichst kurze Transportwege

beim Kauf der Zutaten und Stoffe zu finden. Zudem wählen wir nach Möglichkeit Stoffe mit einer guten Ökobilanz. In den letzten Jahren haben wir große Mengen von Bambusstoffen eingesetzt. Bambus kann einerseits sehr schnell nachwachsen, bietet aber auch den Vorteil, keine Allergien auszulösen. Die Kompositionen der Stoffe ändern sich aufgrund der modischen Tendenzen und der technischen Entwicklung laufend, aber eine Konstante bleibt: Die kritische Betrachtung nach ökologischen und nachhaltigen Kriterien. Die Produktivität haben wir stetig verbessert. Wir verfügen heute mit 50 Mitarbeitern über eine Kapazität von circa 500.000 Teilen. Die aktuelle Infrastruktur könnte circa 100 Mitarbeiter aufnehmen, was einer Verdoppelung der Produktionskapazität gleichzusetzen wäre“, führt der Geschäftsführer aus.



In erster Linie jedoch geht es Armin Lustenberger und seinem Team darum, die Firma immer weiter unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit zu modernisieren. Jahr für Jahr wird in den Maschinenpark investiert, um sich qualitativ und ökologisch zu verbessern. „Im letzten Jahr haben wir die größte Investition in der Geschichte der Crestyle Hungary getätigt. Es wurde ein Erweiterungsbaufertiggestellt für Produktentwicklung, Zuschnitt und Lager und die alten Räumlichkeiten wurden kernsaniert. Diese Investition wurde zu 100% aus den Reserven der Firma bezahlt“, so der Geschäftsführer.

„Nebst dem eigenen Strom aus erneuerbaren Energien nutzen wir das Regenwasser für Toilettenspülungen und die neuen elektrischen Anlagen bringen eine wesentliche Stromersparnis. Wir haben die internen Abläufe optimiert und eine

Umweltingenieurin überwacht die ökologischen Massnahmen.

Beim Kunden kommt das alles sehr gut an“, erklärt Armin Lustenberger. „Leider ist der Markt noch nicht bereit, auch dafür zu bezahlen. Es ist lediglich ein Wettbewerbsvorteil bei annähernd gleichem Angebot der Konkurrenz.“

Zum Glück ist die Firma preislich durchaus attraktiv und bei öffentlichen Ausschreibungen im europäischen Raum stets unter den drei günstigsten Anbietern. Dennoch freut es Armin Lustenberger, dass der Trend langsam hin zu umweltverträglicher Produktion geht.

„Wir müssen mit unseren Ressourcen anders umgehen“, betont er, „weniger kaufen, dafür aber qualitativ hochwertigere Produkte. Wir müssen den Lebenszyklus eines Produktes beachten und auch, was bei der Entsorgung mit dem Produkt passiert. Letztendlich haben wir keine andere Wahl, wenn wir den Prognosen der Experten bezüglich der Bevölkerungsentwicklung in diesem Jahrhundert glauben dürfen.“



Zwei rechts, zwei links

Handarbeiten galten lange Zeit als uncool. Jetzt ist der ehemals angestaubte Zeitvertreib absolut in. Immer mehr Hipster hängen an der Stricknadel – um ihre Kreativität auszuleben, um zu entspannen, um für sich selbst oder andere ein schönes Unikat selbst herzustellen. Gestrickt wird zu Hause oder im Kreise Gleichgesinnter im trendigen Café der Großstadt. Wer beim Stricken Wert auf qualitativ hochwertige Wolle legt, sollte zu Knäueln der Manifattura Sesia s.r.l. aus Fara Novarese greifen. Seit mehr als 50 Jahren fertigt sie erlesene Wolle, die ganz typisch italienisch daherkommt – mit Stil und Klasse.



Strickwaren aus Sesia-Wolle – raffinierte Mode aus Italien

Baumwolle, Merino, Alpaka, Seide, Kaschmir, Leinen – die Manifattura Sesia arbeitet traditionell nur mit den feinsten Materialien. Verarbeitet werden diese ausschließlich in Italien – nur so können höchste Qualitätsstandards garantiert werden. Das Unternehmen begeistert mit einem breiten Wollangebot, das von zertifizierter Bio-Wolle über mit Pailletten verzierte Wolle hin zu edler Alpaka-Wolle aus Peru reicht. Vertrieben werden die Produkte unter der eigenen Marke Sesia und Handelsmarken.

DER MARKT, EIN FADENSPIEL

Seit der Gründung 1963 fertigt die Manifattura Sesia – inzwischen in der zweiten Generation – hochwertige Wollgarne. 1985 entwickelte man erstmals Kollektionen für Strickwaren – Sommer- und Winterwaren. Heute werden 75% der Produkte in der industriellen Produktion von Strickwaren eingesetzt. „Wir arbeiten in einer wettbewerbsintensiven Branche mit schnelllebigen Trends, auf die wir flexibel reagieren müssen“, erklärt

”

Trotz aller Schnellebigkeit der Branche bleiben Qualität und Kundenservice für uns das A und O.

“

Geschäftsführer Eugenio Parravicini. „Unsere Kollektionen spiegeln diese Trends konsequent wider. Trotz aller Schnellebigkeit bleiben Qualität und Kundenservice für uns das A und O.“ 62 Mitarbeiter sind heute für den Garnspezialisten tätig, dessen Wolle längst weltweit gefragt ist. 45% des Umsatzes von rund 17 Millionen EUR entfallen auf das Exportgeschäft.

Künftig sollen es noch mehr sein. Schon heute sind die edlen Garne Exportschlager in den Vereinigten Staaten, China und Japan. „Italien ist nach wie vor unser wichtigster Markt“, sagt Eugenio Parravicini. „Made in Italy ist ein Qualitätssiegel, das weltweit hohes Ansehen genießt. Auch Deutschland ist ein wichtiger Markt für uns, wenn auch ein schwieriger. Unser Ziel ist



Wolle – perfekt, um die persönliche Kreativität auszuleben



Sesia-Wolle steht für 100% Quality made in Italy

»»» Interview mit Eugenio Parravicini, Geschäftsführer der
Manifattura Sesia s.r.l.

Manifattura Sesia s.r.l.

Via Tosalli, 67/69
28073 Fara Novarese (NO)
Italien

+39 0321 819984

+39 0321 819985

sales@mansesia.it

www.mansesia.it

SEZIA



Aktuelle Kollektionen spiegeln Trends der Modeindustrie wider

auf jeden Fall, unsere Präsenz im
Ausland weiter auszudehnen.“

NIE DEN FADEN VERLIEREN

Die Produkte selbst werden dafür
die beste Voraussetzung sein. Roh-
materialien kommen aus Ländern
wie Australien, Neuseeland und
Peru, um dann in Italien weiterver-
arbeitet zu werden. Lediglich beim
Färbeprozess setzt die Manifattura
Sesia auf die Zusammenarbeit
mit ausgewählten Spezialisten.
Die steigende Nachfrage nach
ökologischer Wolle befriedigt das

Unternehmen mit Bio-Sesia-
Wolle. Zertifizierungen wie ICEA
und GOTS bestätigen die hohen
Qualitätsansprüche in diesem
Marktsegment. „Unsere Bio-Wolle
kommt von Schafen ökologisch
geführter Farmen“, betont Eugenio
Parravicini. „Gefärbt wird mit na-
türlichen Materialien wie Blättern
und Wurzeln. Nachhaltigkeit spielt
in diesem Segment eine entschei-
dende Rolle.“ Neben der Wolle ist
es der außergewöhnliche Service
mit schnellen und zuverlässigen
Lieferungen, der Kunden weltweit
begeistert. ■

Wirtschaftsforum:

WIRTSCHAFTSFORUM NEWS LETTER

- MEHR AUFMERKSAMKEIT FÜR IHRE MARKE
- NEUE KUNDEN UND INTERESSENTEN
- ZIELGRUPPENGENAUE ANSPRACHE





Ehrgeizige Ziele im Blick

Dipl.-Ing. (FH) Michael Brandhorst, seit Februar 2016 Geschäftsführer der Photon Meissener Technologies GmbH, hat ehrgeizige Ziele. So will er den Hersteller von Endgeräten, Gehäusen und Lösungen für die Telekommunikations- und Bahnindustrie weiter nach vorne bringen, einen breiten Kundenstamm gewinnen und die neue Sparte E-Mobility aufbauen. Damit soll – möglichst unabhängig von der Konjunktur – eine gleichmäßige Grundauslastung erreicht werden.

Mit seiner langjährigen Branchenerfahrung – unter anderem bei EDAG und ALSTOM – ist der neue Geschäftsführer der Photon Meissener Technologies GmbH für diese Herausforderung bestens geeignet. Zudem ist er als Mitautor des Fachbuchs 'Handbuch Schienenfahrzeuge' und Mitglied mehrerer Gremien, unter anderem Vorstand des Verbandes Bahntechnik Sachsen und des Interdisziplinären Forschungsverbundes Bahntechnik in der Szene bestens vernetzt.

ZWEI GESCHÄFTSSPARTEN

Die Entwicklung und Fertigung von Funktionssäulen für Telekom-, Notfall-, Informations- und Stromladeanwendungen ist das Kerngeschäft von Photon Meissener Technologies. Zwei Geschäftssparten bestimmen die Aktivitäten. Bei 'Rail Mobility' geht es um Komponenten und Gehäuse für die Infrastruktur sowie um Komponenten und Gehäuse für Schienenfahrzeuge. Zur Infrastruktur gehören unter anderem Anzeigengehäuse und Schienenfussverkabelungen sowie Notruf- und Informationstechnik mit Notsprechstellen und

”

Wir sind Q1-Lieferant der Deutschen Bahn.

“

ähnlichem. Auf Wunsch werden die Gehäuse auch komplett als fertiges und funktionstüchtiges Produkt ausgestattet. „Wir sind Q1-

Lieferant der Deutschen Bahn“, betont Michael Brandhorst. Die zweite Geschäftssparte 'E-Mobility & Informationstechnik' steht für



Traditionsunternehmen mit langer Geschichte: Firmensitz in Meißen



Beste Voraussetzungen: Die Schweißzulassung für Schienenfahrzeuge und die Zulassung der Deutschen Bahn für die Pulverbeschichtung zählen zu den Kompetenzen

Photon
Meissener Technologies

Photon Meissener
Technologies GmbH

Niederauer Straße 44
01662 Meißen
Deutschland

+49 3521 726-0

+49 3521 726-140

mt@photonag.com

www.photonag.com

Ladesäulen von Autos, Bussen und E-Bikes sowie für Infosäulen, zum Beispiel auf Aussichtsplattformen und Bahnsteigen, sowie für Fahrkartenautomaten und WLAN-Stationen.

1922 GEGRÜNDET

Das 1922 gegründete und heute zur Photon Gruppe gehörende Unternehmen beschäftigt 80 Mitarbeiter. Der Umsatz liegt bei acht Millionen EUR. Kunden sind Originalausstatter und Hersteller von Schienenfahrzeugen, Infrastruktur-Dienstleister für die Bahn – zum Beispiel DB Bahnbau und Bombardier – sowie Systemhersteller. Photon Meissener Technologies präsentiert sich auf der Fachmesse Innotrans in Berlin und ist vor allem in Deutschland und Österreich aktiv – indirekt aber auch in Übersee durch europäische Firmen, die dorthin liefern. |



Ein Blick in die Lobby des Unternehmens in Bietigheim-Bissingen



Auch das Bürokonzept von Gerhardt Braun selbst ist modular und flexibel



Das Kellertrennwandsystem Ferrum aus Metall und Stahl ist ein Bestseller des Produktprogrammes



Die Fahrrad-Einhausungen des Unternehmens lassen sich in jedes Baukonzept integrieren

Modulare Raumlösungen auf einem stabilen Fundament

Der Wohnungsmarkt in Deutschland ist seit längerem angespannt. Wohnungen in Mehrfamilienhäusern jeder Größenordnung sind knapp und, insbesondere in Ballungsräumen, teuer. 2016 sollen voraussichtlich rund 150.000 Wohnungen in Mehrfamilienhäusern erstellt werden – die Zahl reicht bei Weitem nicht aus, um die Nachfrage zu decken. Mittelfristig, so Jens Wabnitz, Vertriebsleiter der Gerhardt Braun Unternehmensgruppe, wird von den Marktforschern, auch vor dem Hintergrund der Zuwanderung, ein Bedarf von bis zu 400.000 Wohnungen jährlich prognostiziert. Experten rechnen mit einer Verdreifachung des Marktes. Gerhardt Braun, mit Hauptsitz in Bietigheim-Bissingen, ist Marktführer im Bereich der Kellertrennwandsysteme. Vor dem Hintergrund der aktuellen Wohnungsknappheit in Deutschland und des prognostizierten Booms stellt sich das Unternehmen jetzt mit flexiblen modularen Raumsystemen für die Herausforderungen der kommenden Jahre auf.



GERHARDT
BRAUN

WF: Herr Wabnitz, wie beurteilen Sie die aktuelle Marktlage?

Jens Wabnitz: Die Situation ist jetzt schon problematisch. Deutschland muss sich jetzt rechtzeitig auf das Wachstum einstellen. Wachstum ist grundsätzlich positiv, aber auch eine Herausforderung. Experten sagen voraus, dass sowohl Planer als auch die Immobilienwirtschaft in der Lage sein werden, diesen Wachstumssprung zu bewältigen. Das Nadelöhr wird die Handwerksleistung sein. Die Frage ist tatsächlich, ob Deutschland im Handwerk ausreichend Leistung generieren kann.

WF: Wo sehen Sie Gerhardt Braun in diesem Spannungsfeld?

Jens Wabnitz: Unsere Lösungen sind ideal, weil sie schnell und einfach zu montieren und auch für kleinere Flächen und Räumlichkeiten geeignet sind. In den nächsten Jahren wird zudem Self-Storage ein neues Thema werden. Fläche ist knapp in Deutschland und schon jetzt gibt es in verdichteten Wohnräumen immer weniger Abstellräume oder Keller. Die Mieter fangen an auszuweichen und mieten Self-Storage Boxen, um Dinge zu lagern, die sie nicht im regelmäßigen Gebrauch haben. Hier können wir bereits erprobte und multifunktionale Lösungen anbieten.



Insbesondere in verdichteten Wohngebieten werden Self-Storage Lösungen immer beliebter

WF: Was sind zurzeit die wichtigsten Standbeine von Gerhardt Braun?

Jens Wabnitz: Wir stehen aktuell auf drei Standbeinen. Der Bereich Kellertrennwände, in dem wir auch unsere Wurzeln haben, macht rund 60% unseres Geschäftsvolumens aus. Die Gerhardt Braun Raumsysteme sind unser zweiter großer Bereich. Modulare Einhausungen für Müllcontainer oder Fahrräder, standardisierte Carportanlagen, Kompaktboxen für Mülltonnen, Fahrräder oder Rollatoren. Balkonschränke und Sichtschutzwände runden das Leistungsspektrum für den Außenbereich von Mehrfamilienhäusern ab. Das Dritte und jüngste Standbein ist der Industrie- und Gewerbebereich. Vor zwei Jahren haben wir mit der Markteinführung von Selfstorage-Lösungen, Lagertrennwänden oder Abtrennungen für Serverräume begonnen und freuen uns sehr über die positive Entwicklung.

WF: Bitte geben Sie uns einige Beispiele für Bestseller oder Innovationen im Programm!

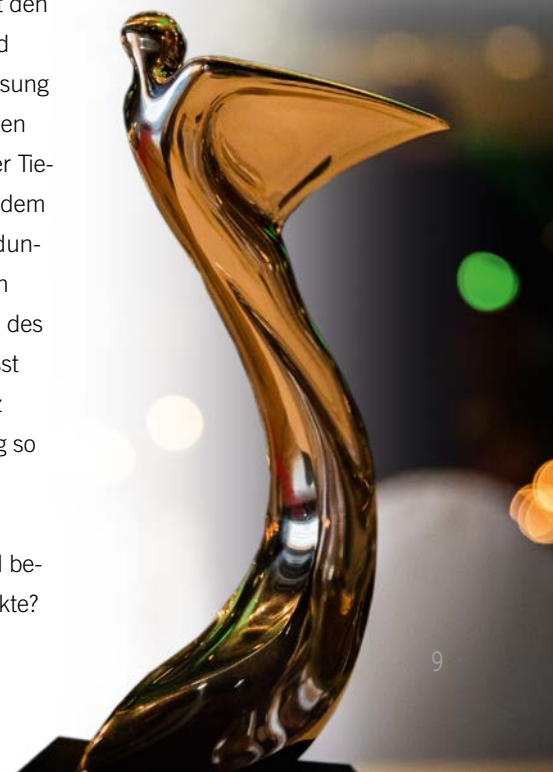
Jens Wabnitz: Einer unserer Bestseller ist unser Kellertrennwandsystem 'Ferrum', das aus verzinktem Stahl gefertigt wird. Die modulare Unterkonstruktion ist einfach und schnell einzubauen und sehr flexibel. Sie kann ohne Umstände an sich ändernde Raumverhältnisse angepasst werden. Das System erfüllt höchste Anforderungen an den Schutz von Eigentum. Die Unterkonstruktion kann mit verschiedensten Materialien beplankt werden (Holz, Blech, Spanplatte, Metallgitter). Eine unserer jüngsten Innovationen ist unser modulares Einhausungssystem, für das wir erst jüngst den Architects' Darling Gold Award gewonnen haben. Die Einhausung besteht aus ganzen oder halben Feldern und ist dadurch in der Tiefe und Breite sehr flexibel. Zudem sind unterschiedliche Verkleidungen möglich. Die Lösung kann also individuell an das Design des jeweiligen Gebäudes angepasst werden. Der modulare Ansatz macht die Einhausungslösung so effizient.

WF: Was sind zurzeit, regional betrachtet, Ihre wichtigsten Märkte?

In welchen Regionen sehen Sie für die kommenden Jahre vielversprechendes Wachstumspotenzial?

Jens Wabnitz: Aktuell sind Deutschland, Österreich und die Schweiz unsere Kernmärkte. Darüber hinaus sind wir in Belgien, den Niederlanden, Luxemburg, der Slowakei und Tschechien aktiv. Deutschland ist im Moment unser wichtigster Markt und vor dem Hintergrund der Wachstumsprognosen wird er das in den nächsten Jahren wohl auch weiterhin bleiben.

WF: Gerade unter Berücksichtigung des zu erwartenden Wachstums kommt dem Thema Mitarbeiter eine große Bedeutung zu. Bereits jetzt wird bundesweit ein Mangel an Fachkräften beklagt? Welche Bedeutung hat diese Thematik für Gerhardt Braun und wie gehen Sie damit um?





Gerhardt Braun
Unternehmensgruppe
Prinz-Eugen-Straße 11
74321 Bietigheim-Bissingen
Deutschland

☎ +49 7142 9700500

☎ +49 7142 970029

✉ info@gerhardtbraun.com

🌐 www.gerhardtbraun.com

In Kürze Kernkompetenz

Modulare Kellertrennwandsysteme und Raumsysteme

Zahlen & Fakten

- Gegründet: 1988
- Struktur: Geschäftsführende Gesellschafter: Thomas Buchholz, Martin Güldenhöven
- Mitarbeiter: 420 Mitarbeiter und Montagepartner
- Umsatz: 45 Millionen EUR in D/A/CH
- Export: Belgien, Niederlande, Luxemburg, Slowakei, Tschechien

Leistungsspektrum

- Kellertrennwandsysteme, Einhausungen, Carport-Lösungen, Kompaktboxen, Sichtschutzwände für Balkon und Terrasse
- Industrielösungen: Einhausungen, Serverräume und Lagertrennwände
- Self-Storage Lösungen
- Highlight: Modulare Einhausung – Architects' Darling Gold Award
- Bestseller: Kellertrennwandsysteme

Zielgruppen

Wohnungswirtschaft, Planer, Industrie und Gewerbe

Philosophie

Fundament der Firma ist Unternehmenskultur: Freude, Wertschätzung, Nachhaltigkeit

Zukunft

- Launch eines neuen Carport-Systems
- Lean-Aufstellung in allen Unternehmensbereichen
- Die konsequente Weiterverfolgung modularer Lösungen für unsere Märkte
- Digitalisierung weiter vorantreiben

Jens Wabnitz: Es ist in der Tat sehr schwierig, gute Leute zu finden. Wir haben aber bereits sehr früh reagiert und unseren Fokus auf die Ausbildung gelegt. Aktuell haben wir insgesamt 40 Auszubildende. Die Sicherung von Know-how ist unsere Zukunft. Wir erkennen den demografischen Wandel und die Konsequenzen für den Arbeitsmarkt. Unser Unternehmensleitbild basiert auf einer gelebten Unternehmenskultur und einem Wertesystem. Damit möchten wir für unsere Mitarbeiter ein motivierendes Arbeitsumfeld schaffen. Unsere Kultur beruht auf Freude, Wertschätzung und Nachhaltigkeit. Mit diesem Konzept sind wir einzigartig. Unsere Unternehmenskultur ist für uns kein Marketing-Tool, sondern unser stabiles Fundament und unser Rückgrat in den sich wandelnden Märkten. Darauf können sich unsere Mitarbeiter, Zulieferer, Kunden und Partner verlassen. Wir wandeln uns zurzeit von einem mittelständischen Handwerksunternehmen zu einem Großunternehmen. So ein Prozess benötigt Zeit und eine stabilisierende Kultur.

WF: Herr Wabnitz, welche Pläne haben Sie für dieses Jahr?

Jens Wabnitz: Wir werden auch in diesem Jahr unsere Produktstrategie weiter verfolgen. Bereits in den nächsten Wochen werden wir ein modulares Carport-System auf den Markt bringen, das in wesentlichen Punkten, zum Beispiel bezüglich der Wirtschaftlichkeit, optimiert wurde. Intern werden wir uns für kommende Herausforderungen aufstellen, unter anderem

unser Lean-Projekt fortführen, also die Umstellung aller Bereiche auf Lean-Management. Wir möchten einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess implementieren und grundsätzlich Verschwendung vermeiden. Im Sinne der besonderen Kundenzufriedenheit legen wir unseren Fokus auf Qualität, Termintreue und Kosten.

WF: Wie sehen Ihre langfristigen Pläne für das Unternehmen aus? Haben Sie eine Vision, wo Sie gerne in einigen Jahren stehen möchten?

Jens Wabnitz: Unser Ziel ist es, durch die konsequente Umsetzung unserer modularen Systeme Marktführer im Bereich der Raumsysteme zu werden. Wir möchten mit unseren Lösungen Standards setzen und uns am Markt so etablieren, dass Gerhardt Braun das Tempo vorgibt. Das möchten wir allerdings nicht über aufwendiges Marketing erreichen, sondern über intelligente Lösungen, die unsere Kunden begeistern. █



Das Unternehmen erhielt den Architects' Darling Award 2015 in Gold für seine modulare Einhausungslösung

Interview mit Hans-Jürgen Torlée, Geschäftsführer der

AKRA Business Solutions GmbH

Mit Sicherheit agieren

Um komplexe Aufgaben zu erfüllen, braucht es gewöhnlich mehr als eine Person. Eine Gruppe kann aber nur dann effektiv zusammenarbeiten, wenn jeder genau weiß, was seine Aufgaben und Kompetenzen sind, wenn alle Abläufe durchdacht und präzise geplant sind. Wenn das nicht geschieht, dann wird im besten Fall Geld verschwendet, im schlimmsten Fall kann es zu einer Katastrophe kommen. Besonders dann, wenn in einem sensitiven Bereich gearbeitet wird. Deswegen hat sich die AKRA Business Solutions GmbH besonders auf Unternehmen spezialisiert, bei denen die Sicherheit in allen Abläufen eine wichtige Rolle spielt.

Geschäftsführer Hans-Jürgen Torlée hat immer die passende Lösung parat

Zusammenstellung der notwendigen Software arbeitet die Firma mit den Marktführern der Branche zusammen. „Wir unterstützen unsere Kunden bei Auswahl und

EIN WACHSENDER MARKT

Die erste Firma der AKRA Gruppe wurde 1999 als Software-Engineering-Unternehmen gegründet. Das Schwesterunternehmen 'AKRA Business Solutions GmbH' kam

beiter und erreichte im vergangenen Jahr einen Jahresumsatz von 13,2 Millionen EUR. „Wir haben langjährige Kundenbeziehungen“, fügt Hans-Jürgen Torlée hinzu. „Manchmal führen wir auch einfach eine 'Entrümpelung' durch. Wir schauen uns eingefahrene Prozesse an, decken die Schwachstellen auf und zeigen Wege auf, die Prozesse zu optimieren. Was sich aber immer mehr als Schwerpunkt herauskristallisiert, ist der Bereich Governance, Risk & Compliance. Hier sehen wir im Zeitalter von Mobilgeräten und Cloud-Services ein deutliches Potenzial.“

„AKRA Business Solutions ist als Beratungsunternehmen für Geschäftsprozessorganisation, Integrierte Managementsysteme und in der SAP-Beratung tätig“, erläutert Geschäftsführer Hans-Jürgen Torlée. „Wir analysieren Prozesse und interne Organisationsstrukturen. Wir optimieren Managementsysteme. Damit ist unser Produkt eine Lösung zur Prozesssteuerung mit und ohne Software. Sicherheits- und Notfallmanagement sind hier die Schlagworte. Wachsende Bedeutung bekommt in jüngster Zeit der Schutz sensibler Daten in SAP-Systemen vor nicht richtlinienkonformem Austausch von Dokumenten und Dateien.“ Bei der

„ Wir haben Expertenwissen in unserem Bereich entwickelt. Unsere Kunden vertrauen unserer Leistungsfähigkeit.“

Implementierung“, verspricht Hans-Jürgen Torlée. „Wir können aber selbstverständlich auch individuelle Lösungen intern in unserer Gruppe realisieren.“

2007 als ergänzender Dienstleistungsanbieter hinzu. Heute verfügt die Gruppe über Niederlassungen in Frankfurt und Krakau, beschäftigt 110 feste und 50 freie Mitar-

AKRA Business Solutions GmbH
Domstraße 17
20095 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 226 1885 00

☎ +49 40 226 1885 45

✉ info@akrabs.de

🌐 www.akrabs.de





Faktenorientiertes Handeln

Das, was die Mehrheit für gegeben hält, ist nicht immer die absolute Wahrheit. Gerade im Finanzsektor zahlt es sich aus, Konzepte zu hinterfragen, die Lage selbst einzuschätzen und auch mal eigene Wege zu gehen. Thomas Grüner ist immer gut damit gefahren, sich auf seine umfangreichen Erfahrungen im Bereich der Vermögensverwaltung zu verlassen und seine eigenen Anlagestrategien zu verfolgen. Er setzt auf faktenorientiertes statt meinungsorientiertes Handeln. Deswegen zählt die von ihm gegründete Firma, die Grüner Fisher Investments GmbH, in Deutschland zu den am schnellsten wachsenden Unternehmen der Branche.



Neben dem Hauptstandort in Rodenbach gibt es noch eine Niederlassung in Frankfurt am Main



Nur bei Grüner Fisher Investments wird auf eine strenge Trennung zwischen Vertrieb und Kundenbetreuung Wert gelegt

Geschäftsführer Thomas Grüner stellt die eine Hälfte des Namens der Grüner Fisher Investments GmbH. Die andere Hälfte stammt von dem amerikanischen Milliardär Ken Fisher, der 2007 in das 1999 gegründete Unternehmen einstieg, das heute über 100 Mitarbeiter beschäftigt. „Ich hatte ihn in den Neunzigerjahren kennengelernt“, verrät Thomas Grüner. „Ich hatte eine seiner Kolumnen bei Forbes gelesen und ihm eine Mail geschickt, die er umgehend beantwortet hat. Wir haben festgestellt, dass wir beide sehr ähnliche Anlagestrategien verfolgen. Wir gingen schon damals davon aus, dass die

Märkte dazu neigen, heftiger zu reagieren, als es üblicherweise von den Banken prognostiziert wird. Und mit dieser Einschätzung hatten wir meistens recht.“

”

Wir haben öfter recht als unrecht.

IM INTERESSE DER KUNDEN

Private Anleger machen mit 90% die größte Kundengruppe aus, betreut werden aber auch Unternehmen und Organisationen. Bei einer durchschnittlichen Einlage von rund 400.000 bis 500.000

EUR betreut die Firma ein Vermögen von über einer Milliarde EUR und zählt somit bereits zu den größeren unter den unabhängigen Finanzportfolioverwaltern. „Diese

“

Unabhängigkeit ist ein wichtiger Aspekt“, betont Thomas Grüner. „Wir können so stets im Sinne unserer Kunden agieren, denen der gesamte Markt zur Verfügung steht. Es gibt also keinen Grund, bei uns nicht Kunde zu werden.“



GRÜNER FISHER
INVESTMENTS

Grüner Fisher
Investments GmbH
Sportstraße 2 a
67688 Rodenbach
Deutschland

+49 6374 9911-0

+49 6374 9911-800

info@gruener-fisher.de

www.gruener-fisher.de

Interview mit Jens Binek, Geschäftsführer der
hummel sport & leisure Warenhandelsges. mbH

Bunt und innovativ

hummel®

Es ist der etwas andere Sportartikelausrüster. Die hummel sport & leisure Warenhandelsges. mbH in Hamburg arbeitet als eigenständige Vertriebsgesellschaft der dänischen hummel A/S. So sponsert die Firma nur Vereine, deren Philosophie zu ihr passen. Diesen Clubs bietet hummel individuelle Konzepte, unter anderem mit customized designs. Dazu reisen Mitarbeiter zu den Vereinen, recherchieren dort und entwerfen dann Trikots, die in jeder Hinsicht einzigartig sind.

hummel sport & leisure
Warenhandelsges. mbH
Leverkusenstraße 54
22761 Hamburg
Deutschland

☎ +49 40 8008090
☎ +49 40 80080962

✉ info@hummelsport.de
🌐 www.hummel.net

Mit einem Anteil von 60% bildet die Sparte Teamsport den Schwerpunkt der Aktivitäten der hummel sport & leisure Warenhandelsgesellschaft mbH. Weitere Geschäftsfelder sind Fashion Schuh, Fashion Textil und Fashion Kinder, allesamt im Qualitätssegment 'High in the middle'. „Wir sind erfolgreich, weil wir uns gezielt als eine etwas andere Sportartikelmarke vorstellen“, ist sich Jens Binek sicher, seit 2011 Geschäftsführer der hummel sport & leisure Warenhandelsgesellschaft und vorher zehn Jahre CFO der hummel A/S in Dänemark. „Solange Farbe und Innovation angesagt sind, haben wir ganz gute Chancen.“ hummel

”

Wir sind erfolgreich, weil wir uns gezielt als eine etwas andere Sportartikelmarke vorstellen.

“

sport & leisure ist verantwortlich für die Märkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mit ihren 48 Beschäftigten erwirtschaftet die Firma einen zweistelligen Millionenumsatz, der in den vergangenen drei Jahren verdoppelt werden konnte. Gefertigt werden die Artikel in der Türkei, Griechenland und Asien, entwickelt in Deutschland und Dänemark. Der Marktführer beim Ausrüsten von Handballvereinen vertreibt seine Produkte grundsätzlich nur an

Wiederverkäufer. Dazu gehören Einkaufsgenossenschaften wie Intersport und Sport 2000, Onlinehändler wie Zalando und Amazon sowie Schuhfachhandelsketten und Sportvereine.

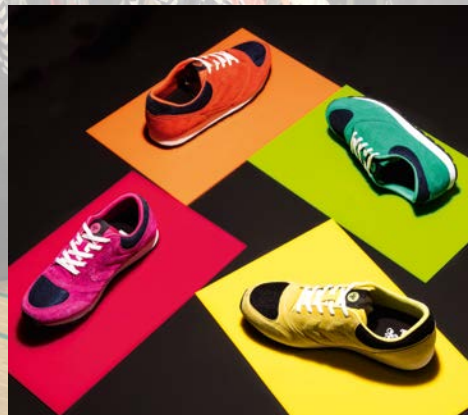
SPONSOR VON FREIBURG

1923 gründete Albert Messner hummel in Hamburg, seit 1999 gehört die Firma ebenso wie die Muttergesellschaft zur dänischen Thornico A/S. Beim Marketing ver-

folgt das Unternehmen verschiedene Strategien – entsprechend den vier Geschäftsfeldern, zum Beispiel beim Teamsport über die Vereine. Bei den Fachmessen präsentiert sich hummel auf der ISPO, den Schuhmessen und den Messen der Einkaufsverbände. Ansonsten erfolgt der Vertrieb über Key Account und Regionalmanager. Außerdem gibt es einen Showroom in Hamburg sowie jährlich Ende April die Handball Final Four Party. Mit dem FC St. Pauli und der SpVgg Greuther Fürth rüstet hummel bereits zwei Fußball-Zweitligisten aus. Mit dem SC Freiburg kommt der dritte Club ab der Saison 2016/2017 dazu. |



Das ganze Sortiment auf einen Blick: Showroom in Hamburg



Farbenfrohes Design: Aktuelle Sneaker-Modelle



Für alle der richtige Schuh: Showroom in Hamburg



Interview mit Dipl.-Ing. Fritz Müller, Director Marketing & Sales der Litarion GmbH

Zellen mit hoher Lebensdauer und herausragender Leistung

Lithium-Ionen-Akkumulatoren gewinnen vor dem Hintergrund der Elektromobilität und der Energiewende immer mehr an Bedeutung. Ihre Lebensdauer und Leistungsfähigkeit hängt entscheidend von den Komponenten ab, und der Bedarf an den Batteriezellen steigt stetig. Die Litarion GmbH mit Sitz in Kamenz, im Osten Deutschlands ist ein führender Hersteller von Elektroden und Separatoren für Lithium-Ionen-Batteriezellen, die sich durch eine besonders hohe Lebensdauer und Sicherheit auszeichnen. Auf Basis seiner hohen Kompetenz fertigt das Unternehmen auch großformatige Zellen, die in verschiedenen Anwendungen zum Einsatz kommen.

Mobile und stationäre Energiespeicher wie zum Beispiel Speicher für Photovoltaikanlagen im Home-Bereich, Speicher für die Windenergie, Akkumulatoren für Gabelstapler oder Fahrzeuge im öffentlichen Nahverkehr sind nur ein paar der Anwendungsbereiche der Lithium-Ionen-Batteriezellen aus dem Hause Litarion. „Insbesondere mit unseren Separatoren haben wir einen technologischen Vorsprung, der uns einen Vorteil gegenüber unseren Mitbewerbern

verschafft“, sagt Dipl.-Ing. Fritz Müller, Director Marketing & Sales. „Außerdem überzeugen wir mit unserer hohen Fertigungsqualität und unseren großen Fertigungskapazitäten.“

KOMPETENZ AUSGEBAUT

Das Unternehmen wurde 2006 als Evonik Litarion GmbH mit dem Fokus auf der Produktion von Elektroden und Separatoren in Kamenz gegründet. Im April 2015 wurde

der Betrieb, der insgesamt 170 Mitarbeiter beschäftigt, von dem kanadischen Batteriehersteller Electrovaya Inc. mit Hauptsitz in Ontario übernommen und seitdem wurde die Kompetenz von Litarion weiter ausgebaut.

VIELFÄLTIGE EINSATZMÖGLICHKEITEN

„Seit der Übernahme haben wir unsere Strategie mit dem Ziel des Ausbaus einer breiteren Kundenstruktur neu ausgerichtet“, erläutert Fritz Müller. „Außerdem können wir durch die zusätzliche Produktionskapazität auch größere Speichersysteme herstellen. Mit unseren Separatoren und Elektroden lassen sich besonders leistungsfähige und große Akkus mit hohen Speicherkapazitäten herstellen.“ Diese eignen sich zum Beispiel für Photovoltaikanlagen, Windkraftanlagen und Elektrofahrzeuge. Die Litarion-Produkte können außerdem auch in margenstarken Anwendungen eingesetzt werden. Dazu zählen Energiespeicher für den Netzbetrieb und Mi-



Innovative Technik: Keramik-Separator, versandfertig

crogrids, die Luft- und Raumfahrt sowie die Schiffstechnik.

HOHE LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Das Leistungsspektrum von Litarion besteht aus drei wesentlichen Komponenten. Die LITACELL® Lithium-Ionen-Batteriezellen haben eine höhere Lebensdauer als Blei-Säure-Batterien sowie kürzere Ladezeiten. Sie haben darüber hinaus eine geringe Größe und ein niedriges Gewicht und erfüllen höchste Sicherheits- und Qualitätsstandards. Dadurch amortisiert sich ihr vergleichsweise höherer Preis nach einer gewissen Zeit.



Blick in die Produktion: moderne Herstellung der Elektroden

»»» Interview mit Dipl.-Ing. Fritz Müller, Director Marketing & Sales der Litarion GmbH

Je nach Einsatzbereich und Nutzung haben die Zellen eine Lebensdauer von bis zu 20 Jahren und mehr. Auch die Separatoren aus dem Hause Litarion sind einzigartig. Die SEPARION® keramischen Separatoren sind besonders temperaturbeständig und formstabil bis 250 °C, was eine besonders hohe Sicherheit garantiert, und ermöglichen die Beschleunigung der Zellfertigung durch ihre schnelle

”

Insbesondere mit unseren Separatoren haben wir einen technologischen Vorsprung, der uns einen Vorteil gegenüber unseren Mitbewerbern verschafft.

“

Elektrolytaufnahme. Sie werden in sämtlichen Batteriezellen des Unternehmens eingesetzt.

„Unsere LITARION® Elektroden zeichnen sich ebenfalls durch ihre besonders hohe Leistungsfähigkeit aus und haben eine hohe Fertigungsqualität durch den sehr hohen Standard des eingesetzten Herstellungsequipments“, so der Director Marketing & Sales. „Ihre Lebensdauer ist herausragend, sogar bei vollständiger Entladungstiefe.“

GROSSFORMATIGE ZELLEN

Die kompletten Zellen werden bei einem zertifizierten Partner in China gefertigt. Die Kapazität der Zellformate beträgt bis zu 40 Ah und ist durch die Zusammenschaltung nach oben hin weiter skalierbar. Zusätzlich zu den mobilen und

stationären Energiespeichern werden die großformatigen Zellen auch als Akkumulatoren für Gabelstapler oder für Fahrzeuge des öffentlichen Nahverkehrs, wie zum Beispiel Busse oder Straßenbahnen, eingesetzt. Die Hauptzielgruppe des Unternehmens sind Hersteller von Batteriespeichersystemen, und Litarion hat das nötige Know-how und die erforderlichen Produktionskapazitäten, um auch Serienprodukte nach den individuellen Anforderungen der Kunden zu fertigen. Die hohe Fertigungsqualität, Sicherheit und Leistungsfähigkeit der Komponenten sind dabei selbstverständlich.

INTERNATIONALE MESSEN

Um neue Kunden zu gewinnen, setzt die Litarion GmbH auf eine vielfältige Marketingstrategie. Ein wichtiges Instrument sind internationale Messen, wie zum Beispiel

Die LITACELL® Lithium-Ionen-Batteriezellen haben eine hohe Lebensdauer

die Battery Japan, EES in München oder Logimat in Stuttgart, sowie der Besuch verschiedener Kongresse und Events zum Thema Energiespeicherung. Gerade in der Realisierung der Energiewende auf Basis Erneuerbarer Energien kommt es auf leistungsfähige Speicher an. Außerdem



Im Kamenzer E-Smart kommen die Lithium-Ionen-Batteriezellen zum Einsatz

präsentieren. „Qualität Made in Germany ist in Asien sehr gefragt und ich bin sicher, dass wir dort neue Kunden gewinnen können“, bemerkt Fritz Müller. „Vor allem unsere Batteriezellen bieten noch viel Potenzial für besonders leistungsfähige und große Akkus.“

informiert der Betrieb über aktuelle Produkte und neue Entwicklungen über seine Internetpräsenz oder Presseveröffentlichungen.

POTENZIAL FÜR DIE ZUKUNFT

Geschäftsführer Sankar Das Gupta, der auch Eigner von Electrovaya ist, Sales & Marketing Director Fritz Müller und CTO Dr. André Mecklenburg sehen noch viel Potenzial und wollen Litarion noch weiter im Markt voranbringen. Das kanadische Unternehmen Electrovaya Inc. verschafft dem deutschen Unternehmen Zugang zu neuen Märkten und präsentiert sich in diesem Jahr gemeinsam mit Litarion auf der Messe Logimat. Bei der Battery Japan wird sich der Betrieb mit einem deutschen Gemeinschaftsstand

GRÖßERE RAHMENVERTRÄGE IN AUSSICHT

Derzeit liegt der Fokus des Unternehmens auf Deutschland und viele Kunden kommen aus dem öffentlichen Nahverkehr. Es kommen jedoch auch zunehmend Aufträge aus dem Ausland. Electrovaya konnte bereits einen größeren Auftrag aus Amerika erreichen und ist Litarion damit zuvorgekommen. Doch es sind noch weitere größere Rahmenverträge in Aussicht, über die Litarion dann nach Abschluss in weiteren Pressemitteilungen berichten wird. |



Litarion GmbH
Am Wiesengrund 7
01917 Kamenz
Deutschland

☎ +49 3578 37359-554

☎ +49 3578 37359-310

✉ info@litarion.com

🌐 www.litarion.com

Interview mit Michael Bergmeyer, Geschäftsführer der
WestPAL® GmbH



Zugelassen und zuverlässig

In vielen Branchen sind Zulassungen nötig, um erfolgreich tätig zu sein. Dies gilt auch für die Instandsetzung von Transportpaletten, für die die strengen Vorgaben der European Pallet Association (EPAL) gelten. Die WestPAL® GmbH erfüllt diese zu 100%. Außerdem leistet das Unternehmen gute Arbeit, ist pünktlich und zuverlässig und verfügt über hervorragende Referenzen – und der Preis stimmt auch.

WestPAL® GmbH
Planetenfeldstraße 120
44379 Dortmund
Deutschland

+49 231 902590-0

info@westpal.de

www.westpal.de

WestPAL® ist Spezialist für die Instandsetzung von Transportpaletten und anderen Ladungsträgern. Das Unternehmen arbeitet nach den Richtlinien der European

konnte WestPAL® Umsatz und Mitarbeiterzahl kontinuierlich steigern, auf heute sechs Millionen EUR und 35 Beschäftigte.

Europaletten mit 70% Umsatzanteil“, erklärt Michael Bergmeyer. „Der Rest entfällt auf Düsseldorfer Paletten, Einwegpaletten und Gitterboxen sowie sonstige Tätigkei-

tiert“, sagt Michael Bergmeyer. WestPAL® hat zahlreiche langjährige Stammkunden. „Zuverlässigkeit ist wichtig, wenn der Kunde anruft, müssen wir da sein“, beschreibt



WestPAL® ist im Umkreis von 150 bis 200 km um den Firmensitz tätig



WestPAL® repariert Transportpaletten und Ladungsträger aller Art



WestPAL® steht für Zuverlässigkeit, gute Arbeit und gute Preise

Pallet Association (EPAL), dem in Düsseldorf ansässigen Dachverband der lizenzierten Hersteller und Reparatoren von EPAL/EUR-Paletten und –Gitterboxen. WestPAL® wurde im Jahr 2009 gegründet, mitten in der europäischen Wirtschaftskrise. „Wir reparieren und recyceln sämtliche Arten von Ladungsträgern, alles was mit Transport und Logistik zu tun hat“, erklärt Geschäftsführer Michael Bergmeyer. Seit Firmengründung

KERNGESCHÄFT EUROPALETTEN

WestPAL® holt die Paletten mit eigenen Lkws beim Kunden ab, setzt

„

Jeder braucht dieses Produkt, alles wird auf Paletten transportiert.

sie instand, lagert sie und liefert sie bei Abruf durch den Kunden aus. „Unser Kerngeschäft sind

ten.“ Zu den weiteren Kunden von WestPAL® gehören die Getränke- und Nahrungsmittelbranche, der Lebensmitteleinzelhandel, Herstel-

ler von Plastikteilen und weitere. „Jeder braucht dieses Produkt, alles wird auf Paletten transpor-

Michael Bergmeyer einen wesentlichen Erfolgsfaktor. „Außerdem müssen Qualität und Preis stimmen.“ WestPAL® überlegt, den Betrieb weiter auszubauen. „Hierfür müssten wir allerdings den Standort wechseln, da unsere jetzige Betriebsstätte keinen weiteren Ausbau der Kapazitäten ermöglicht“, so Michael Bergmeyer. |



Interview mit Mario Cavallucci, Geschäftsführer der Yusen Logistics (Deutschland) GmbH

Extra Schritte für zufriedene Kunden

Die meisten Unternehmen behaupten von sich, dass sie kundenorientiert seien. Doch oft sind dies nicht mehr als reine Lippenbekenntnisse. Bei Yusen Logistics ist dies anders. Der Logistikdienstleister mit Hauptsitz in Japan stellt den Kundenfokus über alles und macht stets den extra Schritt, um noch so individuelle Anforderungen effizient und termingerecht zu erfüllen. Das Ergebnis sind langfristige Geschäftsbeziehungen mit zufriedenen Kunden – in Deutschland und weltweit.



Tor zur Welt: Im Logistikzentrum Hamburg werden Aufträge für Kunden aus aller Welt abgewickelt

Yusen Logistics (Deutschland) gehört zu Yusen Logistics, einer weltweit operierenden Logistikgruppe mit Hauptsitz in Tokio, Japan. Yusen Logistics ist in über 300 Städten in mehr als 40 Ländern auf der ganzen Welt präsent und bietet mit mehr als 20.000 Mitarbeitern Lösungen entlang der gesamten Supply Chain an. Das Leistungsspektrum reicht von Supply Chain Management und Consulting über Kontraktlogistik, Gefahrstofflogistik, Kühlfracht und Rückwärtslogistik bis hin zu Tätigkeiten als Lead Logistics Provider, bei denen Yusen Logistics wesentliche Teile oder auch alle logistischen Prozesse

Yusen Logistics deckt alle Leistungen entlang der Supply Chain ab, von Kontraktlogistik bis zu See- und Luftfracht

seiner Kunden übernimmt. Im Bereich Transporte deckt der Logistikdienstleister ebenfalls alle Anforderungen ab: Luftfracht, Seefracht, Bahn- und Lkw-Transporte, intermodale und multimodale Transportlösungen sowie Zollabwicklung – national wie international. Last but not least, verfügt Yusen Logistics über mehr als 2,1

Millionen Quadratmeter Logistikfläche und bietet seinen Kunden maßgeschneiderte Lösungen für Lagerhaltung, Distribution und Konfektionierung an. „Wir sind ein Komplettanbieter und decken alle klassischen Dienstleistungen der Logistik ab“, sagt Mario Cavallucci, Geschäftsführer von Yusen Logistics (Deutschland). Entstanden ist Yusen Logistics im Jahr 2011 durch den Zusammenschluss der beiden Schwesterunternehmen Yusen Air & Sea Service und NYK Logistics, einem japanischen Traditionsunternehmen, dessen Geschichte zurück bis ins Jahr 1955 reicht. „Die Fusion erfolgte, um den Logistikbereich zu stärken und unabhängiger zu machen“, erklärt Mario Cavallucci.

„Außerdem wollte man international die Kräfte bündeln.“ Yusen Logistics entwickelt sich ständig weiter. „Japaner denken

sehr langfristig“, so Mario Cavallucci. „Wir haben ambitionierte Ziele, die wir sehr oft auch erreichen. Das gesamte Unternehmen ist auf Wachstum ausgelegt, auf Globalisierung.“

”

In jedem Markt geht es am Ende um den Preis, aber mit den richtigen Leuten kann man mehr erreichen.

“

NAH BEIM KUNDEN

Yusen Logistics unterhält in Deutschland mehrere Standorte. „Der größte Standort ist im Duisburger Hafen, der größte Binnenhafen der Welt“, erläutert Mario Cavallucci.

»»»



»»» Interview mit Mario Cavallucci, Geschäftsführer der Yusen Logistics (Deutschland) GmbH

Yusen Logistics (Deutschland) GmbH

Theodorstraße 299
40472 Düsseldorf
Deutschland

☎ +49 211 41854-0

☎ +49 211 41854-100

✉ ylde-info@de.yusen-logistics.com

🌐 www.yusen-logistics.com/europe



„Am alten Industrieareal haben wir einen großen Logistikstandort entwickelt. Wir sind der zweitgrößte Mieter und bieten logistische Leistungen auf insgesamt 65.000 m² an.“

Weitere Standorte des Logistikdienstleisters befinden sich in Düsseldorf, Hamburg, Stuttgart, München, Frankfurt und Alzenau. „Wir müssen vor Ort sein, beim Kunden“, sagt Mario Cavallucci. „Wir werden weiter expandieren. Bremen, Leipzig und Süddeutschland sind interessant als künftige Standorte. Wir müssen dorthin, wo der Kunde uns braucht.“ An allen deutschen Niederlassungen zusammen beschäftigt Yusen Logistics circa 550 Mitarbeiter. Auch hier stehen die Zeichen auf Wachstum.

„Man setzt hohe Erwartungen in den deutschen Markt, dass wir das Zugpferd der europäischen Strukturen werden“, erklärt Mario Cavallucci, der seit 2014 bei Yusen Logistics ist und vorher als Logistikmanager in der Schweiz und in Kanada gearbeitet hat. „Derzeit vollzieht sich ein Wandel: Über 90% der Landesgeschäftsführer sind inzwischen keine Japaner mehr, sondern lokale Experten.“

MEHR INTERNATIONALE KUNDEN

Yusen Logistics (Deutschland) erwirtschaftet derzeit einen Jahresumsatz in Höhe von 150 Millionen EUR. „Logistik ist ein Riesensmarkt, die drittgrößte Industrie in Deutschland nach Automobil und Handel, mit 290 Milliarden EUR Umsatz und mehr als 60.000 Anbietern“, erläutert Mario Cavallucci. Für das kommende Jahr peilt Yusen Logistics (Deutschland) ein Wachstum von 20% an. „Wir haben das Potenzial hierfür, unabhängig vom generellen Wirtschaftswachstum“, so Mario Cavallucci. „Zwei Drittel unserer Kunden sind noch japanische Kunden. Deren Anforderungen zu erfüllen, ist uns wichtig. Aber unsere Leistung, die Qualität eines japanischen Logistikanbieters, ist so gut, dass wir auch im deutschen Markt und bei internationalen Kunden sehr erfolgreich sind.“ Die Aufgabe von Mario Cavallucci ist es vor allem, das Geschäft in den deutschsprachigen Ländern weiterzuentwickeln, insbesondere mit nicht-japanischen Kunden. Als



Neben dem Hauptsitz in Düsseldorf hat Yusen Logistics (Deutschland) Standorte in Hamburg, Duisburg, Stuttgart, München, Frankfurt und Alzenau

Dienstleistungsunternehmen ist Yusen Logistics zu einem großen Teil von qualifizierten Mitarbeitern abhängig. „Wir brauchen die besten, höchstmotivierten Leute“, erklärt der Geschäftsführer, dem das Thema Personalmanagement sehr am Herzen liegt. „Deshalb sorgen wir dafür, dass sich unsere Mitarbeiter bei uns wohl fühlen. In jedem Markt geht es am Ende um den Preis, aber mit den richtigen Leuten kann man mehr erreichen.“

AUSGEWOGENES PORTFOLIO

Yusen Logistics hat mit seinen vier Geschäftsfeldern Supply Chain Management, Landtransport, Kontraktlogistik sowie See- und Luftfracht ein sehr ausgewogenes Portfolio. „Alle vier Bereiche tragen jeweils 25% zum Gesamtumsatz bei“, erläutert Mario Cavallucci. „Dies gilt weltweit und war auch eine sehr bewusste strategische Entscheidung.“ Yusen Logistics konkurriert mit vielen Mitbewerbern. Wodurch sich die Unternehmensgruppe jedoch deutlich von

der Konkurrenz abhebt, ist der einzigartige Kundenfokus. „Die Konzentration auf den Kunden und seine individuellen Anforderungen ist bei Yusen absolut einzigartig“, sagt Mario Cavallucci. Entsprechend herrscht bei Yusen Logistics eine Kaizen-Mentalität mit dem Ziel kontinuierlicher Verbesserungen für den Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen. Eine weitere Besonderheit von Yusen Logistics ist das Order Management, bei dem die komplette Abwicklung von Bestellungen für den Kunden übernommen wird. „Hierdurch können wir von 60.000 Mitbewerbern 59.995 ausstechen, weil sie das nicht haben“, so Mario Cavallucci. In einem sich abschwächenden globalen Markt ist Yusen Logistics damit bestens positioniert, um weiteres Wachstum zu generieren. „Wir wollen einer der führenden Logistikanbieter in Deutschland werden“, erklärt Mario Cavallucci. „Langfristig wollen wir unseren Umsatz vervielfachen, auf nachhaltige Weise.“