



EIN PRODUKT DER BUHMANN GRUPPE

DEUTSCH
2/2019

B GLOBAL

- > **IN BEWEGUNG: BUHMANN RUSSLAND**
- > IM GESPRÄCH: BUHMANN ITALIEN
- > IN DIE ZUKUNFT: DYLAN'S ELEKTROFAHRZEUGE
- > UND VIELES MEHR



IM FOKUS:
FAMILIENUNTERNEHMEN

INHALT



03 EDITORIAL

04 INTERVIEW:
FAMILIENUNTERNEHMEN

07 BUHLMANN
RUSSLAND

08 MADE IN
STEEL 2019

10 BURGHAUSEN: NEUE LAGERSYSTEME

11 MAI WIES'N 2019

11 SPONSOR OF THE DAY

12 DYLAN:
ELEKTROFAHRZEUGE

14 BUHLMANN-STANDORTE MAL ANDERS: ISTANBUL

16 INFOGRAFIK: AUTOMATISCHES KLEINTEILELAGER

IMPRESSUM

Herausgeber

BUHLMANN Rohr-Fittings-
Stahlhandel GmbH + Co. KG
Arberger Hafendamm 1
28309 Bremen, Deutschland

Redaktion

Malte Addiks (verantwortlich),
Gabriele Wiesenhavern
corporate_communications@
buhlmann-group.com

Bilder und Grafiken

BUHLMANN GROUP,
R. Hickel (S. 4),
Zucker (S. 11),
Googlemaps (S. 12),
Unsplash, Gülseren Aytekin,
Lara Elfroth (S. 14 + 15)
Vaios Anastasiou (S. 9 + 16)

Design und Layout

Vaios Anastasiou

Druck

müllerditzten, Bremerhaven, Deutschland

FAMILIE: EIN BEDEUTENDER BEGRIFF



SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

das Wort Familie ist für die Firma BUHLMANN schon immer ein signifikanter Begriff gewesen. Nicht nur, weil das Unternehmen seit annähernd 75 Jahren von der Familie Buhlmann geführt wird. Sondern auch deshalb, weil wir unseren wachsenden Betrieb mit allen Standorten als eine solche sehen wollen. Wir sind im ehrlichsten Sinne des Wortes ein Familienunternehmen – mitsamt dem manchmal komplexen Beziehungsgeflecht, das damit einhergeht. Familie bedeutet, dass man füreinander da ist, voneinander abhängt und keinen rein zweckmäßigen Zusammenschluss entfremdeter Einheiten bildet. Familie hat einen besonderen Kitt, der manchmal schwer zu definieren ist.

Da viele unserer Kundinnen und Kunden sowie Geschäftspartnerinnen und -partner ebenfalls in dieser speziellen Unternehmensform arbeiten, haben wir die Frage, was die Besonderheit der Familienunternehmen im Vergleich zu börsennotierten Konzernen ausmacht, auch in Ihrem Interesse gestellt. Der renommierte Bremer Wirtschaftsprofessor Dr. Rudolf Hickel stand uns für diese Fragen zu Verfügung und spricht auch über die kürzlich veröffentlichte Studie des Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), die den Familienunternehmen bescheinigt, Jobmotoren der deutschen Volkswirtschaft zu sein. Außerdem wollten wir von Professor Dr. Hickel wissen, wo er bei dieser Unternehmensform die großen Herausforderungen der Zukunft sieht. Das Interview finden Sie ab Seite 4.

Dass die Familie nicht immer unter einem Dach wohnt und sich, wenn sie wächst, über mehrere Wohnsitze im In- und Ausland verteilt, zeigt auch diese Ausgabe der **BGLOBAL**. Wir berichten auf Seite 7 über den Umzug des russischen BUHLMANN-Standorts von Samara nach Moskau, der nicht ganz so einfach war, wie auch über unseren Standort in Istanbul. Wie es sich in der 3.000 Jahre alten Handelsstadt auf der Grenze zwischen Europa und Asien lebt und arbeitet, lesen Sie auf Seite 14 und 15. Außerdem blicken wir auf Seite 10 nach Burghausen, wo ein neues Schmalganglager sowie ein Hochregallager für effizienteres Arbeiten sorgen.

In Sachen Nachhaltigkeit schauen wir nach Westen: Unsere Kolleginnen und Kollegen bei DYLAN in den Niederlanden haben Elektrofahrzeuge in die Firmenflotte integriert. Wie das bisher funktioniert und wie in Oud-Beijerland weitere Maßnahmen zur Einsparung von Energie und Kosten umgesetzt worden sind, können Sie auf den Seiten 12 und 13 nachlesen.

Eine interessante, auch über das rein Geschäftliche hinaus informative Lektüre wünscht Ihnen

Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jo. O. Buhlmann'.

Jan-Oliver Buhlmann

PROFESSOR DR. RUDOLF HICKEL

FAMILIE HEISST VERANTWORTUNG FÜR MENSCHEN

Rudolf Hickel, Forschungsleiter für Wirtschaft und Finanzen am Institut Arbeit und Wirtschaft (IAW) der Universität Bremen, erklärt in einem Interview, warum es so anders ist, für und mit Familienunternehmen zu arbeiten, und worin die zukünftigen Herausforderungen für diese besondere Unternehmensform liegen.

- Zur Person: Professor Dr. Rudolf Hickel, geboren 1942 in Nürnberg, hat am Aufbau der Wirtschaftswissenschaft der Universität Bremen mitgewirkt. Er ist neben vielen anderen Aktivitäten Mitbegründer der „Arbeitsgruppe Alternative Wirtschaftspolitik“, die Jahresgutachten zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung erstellt.
- Er ist Mitherausgeber der Zeitschrift „Blätter für deutsche und internationale Politik“ und Mitglied des Wissenschaftlichen Beirats im globalisierungskritischen Netzwerk von Attac.
- Seit vielen Jahren ist er Sachverständiger im Finanzausschuss des Deutschen Bundestags (zuletzt zur Finanztransaktionssteuer, zum Börsen-Hochfrequenzhandel sowie der Abtrennung von Investmentbanking gegenüber dem Kundengeschäft).
- Im letzten Jahr hat ihm der Senat der Freien Hansestadt Bremen die Senatsmedaille für Kunst und Wissenschaft verliehen.
- Seine wirtschaftspraktischen Aktivitäten konzentrieren sich auf die vielfältigen Berater- und Begutachtungstätigkeiten sowie die Mitgliedschaften in Aufsichtsräten (früher Allianz SE, heute Salzgitter AG (Flachstahl) und OAS AG Bremen).



Professor Dr. Rudolf Hickel: Seine Erfahrungen machen ihn zu einem überregional bekannten sowie gefragten Wirtschaftsexperten.



GLOBAL // Laut einer Studie des Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) sind Familienunternehmen die Jobmotoren der deutschen Volkswirtschaft. Was macht diese Unternehmensform so erfolgreich im Vergleich zu börsennotierten Unternehmen?

Professor Dr. Rudolf Hickel // Klare Antwort, vor allem bei BUHLMANN, einer Firma, die ich schon seit vielen Jahren kenne: Eigenverantwortung. Aufgrund der Eigenhaftung hat jeder Fehler schnell spürbare Konsequenzen. Daher ist der Druck, vorsichtig und umsichtig zu handeln und das Unternehmen mit innovativem Gespür weiterzuentwickeln, viel unmittelbarer als bei DAX-Konzernen. Und dieser Druck zur Eigenverantwortung ist keine Last, sondern eine Chance. Denn, wird das Familienunternehmen konzeptionell innovativ weiterentwickelt, kann es mit der Belohnung rechnen. Und gewissermaßen ist dieser Lohn die Anerkennung der Leistung, die in der Eigenverantwortung erbracht wird.

Bei der Allianz AG oder bei anderen Kapitalgesellschaften, die ich als Aufsichtsratsmitglied kenne, ist alles viel anonym organisiert. Da fehlt am Ende die spürbare Eigenverantwortung, denn der CEO hat Verantwortung gegenüber dem Aufsichtsrat und der Hauptversammlung, aber die ist nie unmittelbar rückgekoppelt an die wahrzunehmende Verantwortung gegenüber den Menschen in der Firma.

Alle Unternehmen müssen sich im Wettbewerb behaupten können. Was sind Vor- und Nachteile für Familienunternehmen?

Manche Unternehmen bekommen dann ein Problem, wenn die Weitergabe an die nächste Generation nicht gut klappt und der alte Chef nicht loslassen kann. Aber das ist bei BUHLMANN, wie ich weiß, vorbildlich ge-

löst worden, denn hier wurde immer sehr zeitig auf die Nachfolgegeneration umgeschaltet. Es gibt aber auch Unternehmen, die an der Nachfolge gescheitert sind.

Ich erinnere mich an einen Satz von Karl Buhlmann, der sich schlicht anhört, aber die ganze Wucht der Identifikation mit dem Unternehmen seit Kindesbeinen an gut zusammenfasst: „Wir sind mit Stahlrohren großgeworden.“

Was heißt das für die Kundschaft? Sind sie bei Familienunternehmen besser aufgehoben?

Generell kann man das nicht sagen. Auch DAX-Unternehmen haben begriffen, dass das Kundenmanagement bis in das Emotionale hinein von großer Bedeutung ist. Unterscheiden wir mal zwischen traditionellen und neuen Kundinnen und Kunden: Die, die seit Jahren oder Jahrzehnten bei BUHLMANN sind, wissen, welche Qualität und welche Zuverlässigkeit sie hier vorfinden. Aber neue Kundinnen und Kunden könnten auch mal die Nase rümpfen, nach dem Motto: „Das ist mir alles zu unsicher.“ Deswegen muss hier sehr um die Kundschaft geworben werden, denn diese fällt nicht vom Himmel. BUHLMANN hat zum Beispiel eine sehr gute Website, auf der die Firma beweist, dass sie Vorteile bietet und sehr nahbar und ansprechbar ist. Das wirkt nicht so versachlicht und verbürokratisiert wie bei vielen DAX-Unternehmen. Kundinnen und Kunden schätzen es – und das spricht sich herum –, dass Familienunternehmen viel besser ansprechbar sind und sie in spezifischen Fällen auch direkt Kontakt zum Führungspersonal aufnehmen können. Bei Familienunternehmen – selbst wenn es größere sind wie BUHLMANN – sind die schnelle, direkte Ansprache und persönliche Kontaktpflege ein riesengroßer Vorteil. Der mechanisch funktionale Umgang mit der Kundschaft, etwa bei großen Stahl- oder Autokonzernen, kann zu Nachteilen führen.

Weiter geht's auf Seite 6 ...



Wenn man davon ausgeht, dass Familienunternehmen auf lange Sicht planen, was sehen Sie für besondere Herausforderungen in der Zukunft?

Ich sehe mehrere Herausforderungen. Die eine ist das intergenerative Problem, also die Nachfolge im Unternehmen, wie vorher schon besprochen. Das zweite ist die Digitalisierung. Und eine dritte ist die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, ein großes Thema, zu dem ich gerade selbst an der Universität arbeite. Für kleinere Unternehmen, denken wir mal an einen kleinen Zulieferbetrieb mit 30 Personen, ist die Einführung familienfreundlicher Arbeitszeiten eine große Herausforderung. Aber sie ist zu bewältigen, es gibt da viele Modelle. Und, nicht zuletzt, eine andere große Hürde ist der Fachkräftemangel. Aber hier haben Familienunternehmen meiner Ansicht nach auch Vorteile. Denn die Bindung zwischen Beschäftigten und Eigentümern ist intensiver, die soziale Atmosphäre und das Klima in einem Familienunternehmen sind in der Regel persönlicher. Die Familienunternehmen leisten sehr viel zur Fachkräftequalifizierung, aber Auszubildende zu finden, ist eine sehr große Herausforderung.

Bei BUHLMANN gibt es viele Beschäftigte, die schon seit über 20 oder sogar 30 Jahren im Unternehmen arbeiten. Wie gestaltet man den unternehmerischen Wandel, also das International-Werden, so, dass alle Beschäftigten mitziehen können?

Transparenz und Weiterqualifikation sind besonders wichtig. Bei einem Unternehmen wie BUHLMANN ist es ja inzwischen fast unvorstellbar, dass man die englische Sprache nicht beherrscht. Englisch ist nun mal die globale Handelssprache. Dazu kommen wachsende Qualitätsanforderungen durch die Digitalisierung. Auch diese Herausforderungen lassen sich in einem Familienunternehmen zielorientiert und auf die Einzelpersonen zugeschnitten vorantreiben, anders als in einem anonymen Großbetrieb.

Die Fragen stellte Gabriele Wiesenhavern



EINE STUDIE – EIN FAZIT

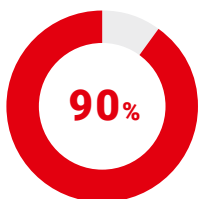
Das Fazit einer Studie, die vom ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung und dem Institut für Mittelstandsforschung (ifm) der Universität Mannheim im Auftrag der Stiftung Familienunternehmen erstellt wurde: Die TOP 500 Familienunternehmen bauen die Beschäftigung in Deutschland um 23 Prozent aus, Dax-Konzerne im Streubesitz schaffen dagegen nur ein Plus von vier Prozent. Familienunternehmen sind damit die Jobmotoren der deutschen Volkswirtschaft. Sie haben in den vergangenen Jahren mehr Arbeitsplätze geschaffen als die Dax-Konzerne im Streubesitz.

Demnach haben die größten 500 Familienunternehmen Deutschlands zwischen 2007 und 2016 die Beschäftigung in Deutschland um 23 Prozent auf 2,54 Millionen Beschäftigte ausgebaut. Die 27 Dax-Unternehmen, die keine Familienunternehmen sind, konnten die Beschäftigung hingegen nur um vier Prozent auf 1,55 Millionen steigern. Auch gemessen am Umsatz wuchsen die TOP 500 Familienunternehmen stärker als die 27 Dax-Konzerne. Sie steigerten ihren konzernweiten Umsatz zwischen 2007 und 2016 um 36 Prozent. Die 27 Dax-Konzerne erreichten dagegen nur ein Umsatzwachstum von 29 Prozent.

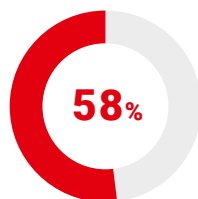
Unter folgender Adresse steht die Studie für Sie zum Download bereit:

www.familienunternehmen.de/de/wissenschaft-und-programme

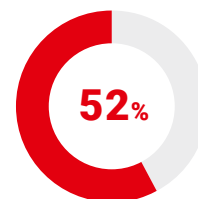
DIE VOLKSWIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DER FAMILIENUNTERNEHMEN



Anteil an allen aktiven Unternehmen



Anteil an der Gesamtbeschäftigung



Anteil am Gesamtumsatz

DREIMAL O UND DIE BÜROKRATIE

Senior Team Manager Andreas Gutjahr verweist auf drei entscheidende Buchstaben: „OOO ist die Gesellschaftsform GmbH in Russland – das ist wichtig“, sagt er. Die Bürokratie hat einen hohen Stellenwert bei den östlichen Nachbarn. Und davon, dass der russische Amtsschimmel noch ein wenig lauter wiehert als anderswo, konnte er sich beim Umzug des BUHLMANN-Standorts von Samara nach Moskau selbst überzeugen.

Nach zehn Jahren in Samara sei es darum gegangen, näher an die maßgeblichen Kunden und Entscheidungsträger zu rücken, erzählt Andreas Gutjahr. In Moskau Büroräume für das dreiköpfige Team rund um den neuen Geschäftsführer Sergey Naugolny zu finden, war auch nicht das Problem. „Doch da oftmals vermutet wird, dass es sich um Briefkastenfirmen handelt, die hin- und herziehen, muss man einiges dafür tun, diesen Verdacht zu entkräften“, so Gutjahr. Das bedeutete nicht nur, einen Vertrag für die Räume in der berühmten Straße Leningradskoje abzuschließen und Kautionszahlungen zu bezahlen. Um den Firmensitz in Moskau registrieren zu lassen, musste nachgewiesen werden, dass es die Räume auch tatsächlich gibt. So blieb Sergey Naugolny nichts anderes übrig, als eine Fotostrecke zu erstellen, die sowohl die beiden Büro-

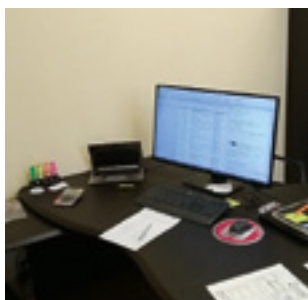
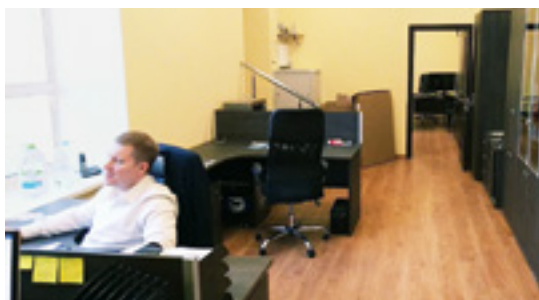


✓ So sieht der neue Sitz des russischen BUHLMANN-Standortes aus.

räume mitsamt Mobiliar und Computern sowie sich selbst, seinen Projektmanager Aleksandr Mironov und Managerin Yulia Yaroslavtseva bei der Arbeit dokumentiert. „Nicht zu vergessen das Firmenschild am Gebäude außen“, stellt Andreas Gutjahr klar. „Zum Glück konnten wir in der Zeit, die es dann gedauert hat, alles zu genehmigen, schon die Arbeit aufnehmen, denn in Samara ist die Kollegin von der Buchhaltung noch vor Ort.“

Ende Mai erfolgte dann endlich die Registrierung der russischen Behörden, sodass die Geschäfte jetzt reibungslos laufen. Nur mit der vollständigen Akkre-

ditierung könne man sich als ernstzunehmende Firma auf dem schwierigen russischen Markt präsentieren und ein vertrauensvolles Geschäftsklima schaffen. Doch nun läuft es: „Sergey Naugolny ist hochengagiert und motiviert seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestens. Wir haben schon gute Umsätze seit dem Neustart und sind gespannt, wie sich alles bis zum Jahresende entwickelt“, zeigt sich Andreas Gutjahr zufrieden. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sei BUHLMANN ein geschätzter Arbeitgeber, erzählt er, wie deutsche Arbeitgeber insgesamt: „Die Struktur, die Ordnung und die Firmenkultur sind sehr beliebt in Russland.“



Text: Gabriele Wiesenhavern

NEUER MESSESTAND

MADE IN STEEL 2019

Mit einem deutlich vergrößerten Stand und einem intensiveren Personalaufwand hat sich im Mai dieses Jahres der italienische BUHLMANN-Stand seinen alten sowie neuen Kundinnen und Kunden auf der Messe Made in Steel in Mailand präsentiert. Gian Mario Gambirasio zeigt sich rückblickend mehr als zufrieden hinsichtlich des erbrachten Engagements und der Resultate.

„Die Anzahl der auf der Messe erzielten Kontakte hat unsere Erwartungen weit übertroffen“, so Gian Mario Gambirasio. „Profitiert haben wir dabei auch vom guten Standort in der Nähe der Vortragssäle, an dem viele Gäste vorbeikamen.“ Ziele der Teilnahme an der diesjährigen Made in Steel waren die Aufrechterhaltung der strategischen Position, der Aufbau von Beziehungen zu den großen Akteuren des italienischen Marktes sowie der Gewinn potenzieller neuer Kundenschaft. „Wir haben uns voll auf die Akquise fokussiert“, erklärt Gian Mario Gambirasio. Unterstützung bot ihm dabei ein eigens angefertigter Messestand.

„Die Messebesucher neugierig zu machen, ist mit dem freundlichen Personal und unserem neuen Stand gelungen“, zieht Gian Mario Gambirasio Bilanz des Messeauftritts. Das schlichte und elegante Design, das in Form und Linie an Rohre und Flansche erinnert, zog potenzielle Kundenschaft und andere Gäste an. Vervollständigt wurde die Gesamtpräsentation durch eine Glasvitrine, in denen die „Hardware“ in Form von Rohrteilen und Formstücken wie Ausstellungsstücke edel und hochwertig präsentiert wurden. „Den entscheidenden Unterschied hat aber das Engagement unserer BUHLMANN-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter gemacht“, fügt Gian Mario Gambirasio hinzu.

Text: Malte Addiks



Kompetenz von BUHLMANN Italy im schnellen Überblick

Runde Formen im gesamten Stand als Sinnbild für unsere Produkte

Service-Counter für die freundliche Begrüßung und zur Koordination der richtigen Ansprechpartnerinnen und -partner



BUHLMANN-Mitarbeiter auf der Made in Steel 2019

Ein Konferenzraum für intensivere und längere Gespräche



Beleuchtete Glasvitrine, um Premiumprodukte passend zu inszenieren



SPEED-INTERVIEW MIT ...

GIAN MARIO GAMBIRASIO

Die Teilnahme an der diesjährigen Made in Steel war für uns ...
... sinnvoll und produktiv.

Kurz- und langfristig erwarten wir als Ergebnis unserer Teilnahme ...
... eine Stärkung der Beziehungen zu den Stammkundinnen und -kunden und die Akquise neuer Kundschaft. Wir wollen nicht nur ein zuverlässiger und vertrauenswürdiger Lieferant für Rohre und Formteile sein, sondern auch für komplexere Lösungen.

Auf der nächsten Made in Steel in zwei Jahren ...
... wollen wir wieder dabei sein.

NEUE LAGERSYSTEME IN BURGHAUSEN

„Wer nicht mit der Zeit geht, der geht mit der Zeit.“ Nichts verdeutlicht eindringlicher, wie wichtig Innovationen im wirtschaftlichen Wettbewerb sind. In Zeiten der Digitalisierung ist für ein Unternehmen das Schritthalten mit dem technischen Fortschritt alternativlos – wovon am Ende auch die Kundinnen und Kunden profitieren. Dies hat die BUHLMANN GRUPPE insbesondere im Lager bereits gezeigt. Ob mobile Datenerfassung oder das automatische Kleinteilelager in Duisburg: In den vergangenen Jahren gab es viele Neuerungen und am Standort Burghausen kamen jetzt zwei weitere hinzu.

„Wir haben ein Schmalganglager sowie zwei Lagerliftsysteme errichtet. Dadurch lagern wir platzsparender, kommissionieren effizienter und liefern schneller“, berichtet Michael Thölken, Head of Warehouse. Das Schmalganglager für Rohrzubehör zeichnet sich durch seine engen Arbeitsgänge aus und bietet dank einer Höhe von sieben Metern eine hohe Lagerdichte. Das System wird von einem Kommissionierstapler sowie durch einen Hochregalstapler bedient. Beide Fahrzeuge werden durch eine Induktionsschleife präzise durch die Gänge geführt, um zentimetergenau durch die Regalreihen zu fahren und so die Platzverhältnisse optimal auszunutzen. „Wir können dadurch die Geschwindigkeit der Kommissionierung deutlich erhöhen und unsere Leistung steigern“, so Michael Thölken.

In den beiden Lagerliftsystemen für Kleinteile kommt die Ware hingegen zum Mitarbeiter. Jeder Turm gleicht einem großen Paternoster, der bewegt wird, um an die benötigte Ware zu gelangen. „In einem kleinen Bereich haben



Das Schmalganglager ist mit seinen engen Gängen sowie einer Höhe von sieben Metern platzsparend und bietet so auf engstem Raum viel Lagerfläche.

wir zusammen 800 Lagerplätze und sparen Raum und Fläche“, erklärt Michael Thölken. Der optimierte Arbeitsplatz und der Anschluss an die mobile Datenerfassung machen nicht nur den Mitarbeitern die Arbeit angenehmer, auch die Kundinnen und Kunden profitieren von der Neuerung: „Durch die Reduzierung von Sammellagerplätzen verringern wir die Fehlerquote und können das Lieferspektrum an die Wünsche der Kundinnen und Kunden anpassen“, so Michael Thölken.

Text: Malte Addiks



DIE NEUHEITEN IN ZAHLEN

- > **1.600**
Lagerplätze im
Schmalganglager
- > **800**
Lagerplätze im Lagerliftsystem
- > **300 METER**
Länge hat die
Induktionsschleife
- > **7 METER**
Lagerhöhe im
Schmalganglager



Schmackhafte Schweinshaxen, zünftige Blasmusik und gefüllte Bierkrüge: Nein, es geht nicht um das Oktoberfest in München, sondern um die Mai Wies'n, das traditionelle Volksfest der Stadt Burghausen. Dieses fand in diesem Jahr bereits zum 51. Mal statt, seit einigen Jahren auch mit Beteiligung der BUHLMANN GRUPPE.

Auf der Mai Wies'n gibt es alles, was zu einem Volksfest gehört: zahlreiche Fahrgeschäfte von Kettenkarussell bis Geisterbahn oder Riesenrad und viele Buden für das leibliche Wohl. Fehlen darf auch nicht das große Festzelt, in dem am Mittwoch der traditionelle Tag der Lieferanten stattfindet. Seit Jahren lädt das Team des Burghausener BUHLMANN-Standortes ihre

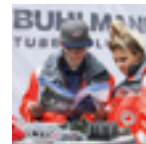
Kundschaft aus den Branchen Petrochemie, Chemie, Rohrleitungsbau, Maschinen- und Anlagenbau dazu ein. „Dieses Jahr waren mit unserem Team knapp 60 Personen vor Ort und wir alle hatten ein paar stimmungsvolle und lustige Stunden mit sehr interessanten Gesprächen“, erklärt Gunter Dohmen, Head of Sales Southeast. „Das persönliche Miteinander und der Austausch auf einer anderen Ebene hat für uns einen hohen Stellenwert und wir sehen unsere Veranstaltung dieses Jahr als vollen Erfolg“, fasst er zusammen. Kein Wunder also, dass der Besuch für das nächste Jahr bereits fest geplant ist.

Text: Malte Addiks

SPONSOR OF THE DAY IN DER WACKER ARENA



Als Sponsor of the Day präsentierte Gunter Dohmen, Head of Sales Southeast, BUHLMANN Burghausen bei einem Heimspiel des SV Wacker Burghausen. Im Fokus standen vor allem unsere Ausbildungsmöglichkeiten.



Eine große Unterstützung war dabei unser Auszubildender Lukas Decker.

ELEKTROMOBILITÄT BEI DYLAN

NACHHALTIGKEIT IN SACHEN FORTBEWEGUNG

Unsere Kolleginnen und Kollegen in den Niederlanden haben sich bereits in die Zukunft bewegt und vor 15 Monaten damit begonnen, Elektrofahrzeuge in die Betriebsflotte in Oud-Beijerland zu integrieren. Die Ladestationen steht auch Gästen zur Verfügung. **B** GLOBAL sprach mit Facility Manager Herbert van Straten darüber, wie das Projekt umgesetzt wurde und welche Erfahrungen bisher gemacht wurden.



Die App von NewMotion zeigt an, wo welche Ladestationen zu finden sind. Die meisten davon befinden sich in den Niederlanden.

GLOBAL // Was gab den Ausschlag für die Idee, Elektrofahrzeuge einzuführen?

Herbert van Straten // *Unser Head of Sales, Barry van Manen, hatte die Idee, nachdem er für die Geschäftsführung einige Berechnungen angestellt hatte. Elektromobilität hat Preisvorteile gegenüber Verbrennungsmotoren, sowohl im geschäftlichen wie auch im privaten Bereich. Die niederländische Politik bietet finanzielle Unterstützung zum Ausbau der Elektromobilität im Land an, das machte es finanziell noch attraktiver. Letztlich entschied die Geschäftsführung, diesen Schritt zu gehen. Ein logischer Schritt in die elektrische Zukunft, der in den Niederlanden durch die gute Abdeckung mit Ladestationen besser umzusetzen ist als in vielen anderen Ländern.*

Wie viele Fahrzeuge und Ladestationen gibt es momentan?

Wir haben vier vollelektrische Fahrzeuge: einen Tesla Model X, einen Tesla Model S und zwei Opel Ampera. Außerdem haben wir ein Plug-in-Hybrid-Fahrzeug, den VW Passat GTE. Beide Teslas sind seit Februar 2018 in Betrieb, die beiden Amperas haben wir seit März 2019. Wir haben jetzt vier Ladestationen, aber im Juli dieses Jahres werden wir auf sechs Stationen erhöhen.

Nehmen die Kolleginnen und Kollegen die Fahrzeuge gerne? Was haben sie damit für Erfahrungen gemacht?

Meistens werden die Autos für die Fahrt zur Arbeit und wieder nach Hause benutzt. Mit lediglich 50 Kilometern Reichweite muss beispielsweise der Passat GTE täglich aufgeladen werden. Die Teslas dagegen müssen nur alle zwei Tage an die Station und schaffen mehr Kilometer. Das Fahrgefühl ist wirklich gut, berichten die Nutzerinnen und Nutzer der Fahrzeuge, aber – wie

zu erwarten – wird es etwas umständlich in Sachen Reichweite und Ladezeiten, wenn man lange Strecken machen will.

Kundinnen und Kunden dürfen ebenfalls bei Ihnen aufladen. Wie funktioniert das?

Für Gäste haben wir einen Stellplatz mit Ladestation. Wenn jemand sein Fahrzeug aufladen möchte, erhält er oder sie an der Rezeption einen „Charge-Key“, der auf die Station programmiert ist. Dann können Gäste umsonst aufladen – eine nette Geste gegenüber unseren Besucherinnen und Besuchern. Das finden viele Leute gut, denn manchmal hätte das Fahrzeug sonst nicht mehr ausreichend Ladung für den Rückweg.

Die Ladestationen gehören zum „Green Label“-Programm. Was ist das genau?

„Green Label“ deklariert, wie energieeffizient oder umweltfreundlich Produkte sind. Die Ladestationen gehören zu NewMotion, die wiederum zum Shell-Konzern gehören. Mit über 100.000 Ladestationen in Europa ist NewMotion die Nummer eins unter den Providern. Und fast die Hälfte dieser Stationen finden sich in den Niederlanden, wie man auf der Karte gut sehen kann. Wenn wir von Kostenersparnis reden, geht es auch um das Gebäude selbst, das ebenfalls das „Green Label“ trägt, also Energielabel A. Wir haben unseren Stromverbrauch mithilfe der Umrüstung auf LED-Beleuchtung sowie anderer Energiesparmaßnahmen wie Bewegungsmeldern sehr reduziert. Auch unser Lager in Oud-Beijerland wurde im März auf LED-Beleuchtung umgestellt, sodass Stromverbrauch und Kosten erheblich verringert wurden. Und beim Umbau der Bürogebäude wurde auf eine gute Isolierung der Außenwände geachtet und eine stromsparende Heizungsanlage eingebaut.

Die Fragen stellte Gabriele Wiesenhavern



DIE METROPOLE AM BOSPORUS

Es ist ein besonderer Ort, ein Schmelztiegel in vieler Hinsicht: das Portal von Okzident zu Orient, lebendig und geschäftig, politisch turbulent und kulturell so divers wie kaum ein anderer Ort. Istanbul atmet Geschichte und ist dennoch ein modernes Handelszentrum. Wie es sich hier lebt und arbeitet, fragten wir Gülseren Aytekin, BUHLMANN Head of Sales Turkey.

Etwa 30 Minuten kämpft sich Gülseren Aytekin mit dem Auto von ihrer Wohnung im Stadtteil Kartal durch den Straßenverkehr der 15-Millionen-Metropole Istanbul zum BUHLMANN-Büro in Kadiköy. Zum Glück liegt beides auf der östlichen Seite dieser 3.000 Jahre alten Stadt. Den Bosphorus, eine Meerenge, die die Megastadt teilt und die Grenze zwischen Europa und Asien bildet, muss sie nicht überqueren. Doch auch so ist die Strecke ein Abenteuer. „Hier wird immer und überall gebaut. Ich weiß nicht, wie viel Beton hier verarbeitet wird. Unvorstellbare Mengen.“

Aytekin arbeitet allein – eine One-Woman-Show, wenn man so will. „Alleingelassen fühle ich mich aber keineswegs, im Gegenteil. Ich stehe im ständigen Kontakt mit der Bremer Verkaufsabteilung, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dort schreiben die Angebote und koordinieren. Außerdem habe ich immer Kontakt mit den Duisburgern.“ Sie selbst übernimmt die Pflege von Kundenkontakten, das Angebots-Follow-up und die Suche nach neuer Kundschaft.

Die im niederländischen Oss geborene und aufgewachsene Tochter ausgewanderter Türken lebt seit 2006 in Istanbul. „Eigentlich sollten es drei Monate sein, aber ich habe mich in die Stadt verliebt und bin geblieben.“ Nicht nur in die Stadt – mittlerweile ist sie verheiratet und hat zwei Söhne im Alter von elf und sechs Jahren.

In diesem multikulturellen Hot-Spot komme Gülseren Aytekin das binationale Aufwachsen sehr zugute, sagt sie. Die 39 Stadtteile Istanbul sind nicht nur Heimat für die türkische Bevölkerung, sondern auch für Kurden, Aramäern, Juden (die größte religiöse Minderheit), Chinesen, Russen, Griechen und vielen Deutschen, die zum Teil schon seit der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts hier Geschäfte machen.

Die Altstadt im Bezirk Fatih, UNESCO Weltkulturerbe, ist Ziel der Touristenströme und die Hagia Sophia, die Sultan-Ahmed-Moschee oder der Topkapi-Palast gehören zu den

Sightseeing-Highlights. Aytekin empfiehlt aber auch den Besuch in Karaköy auf der europäischen Seite, ein Viertel, in dem früher viele Eisenwarenhändler ansässig waren. „Das ist inzwischen hip und angesagt bei den jungen Leuten“, erzählt sie. „Wenn ich Besuch habe, zeige ich gerne weniger bekannte Distrikte mit viel Lokalkolorit: Es gibt schöne Parks und Einkaufsstraßen auf der asiatischen Seite wie die Bagdat Caddesi in Kadiköy oder Street-Food- und andere Märkte, wo neben Lebensmitteln einfach alles verkauft wird, was man sich vorstellen kann.“ Auch die etwa 40-minütige Bootsfahrt zu den vorgelagerten Prinzeninseln im Marmarameer sei eigentlich Pflicht: „Wenn man Istanbul wirklich sehen will, braucht man mindestens eine Woche“, so Gülseren Aytekin.

Ob sie als Frau in der konservativen türkischen Gesellschaft geschäftlich genauso akzeptiert wird wie ein Mann, wollen wir zum Schluss noch wissen. „Ich denke, es ist durchaus anders, wenn Männer unter sich sind. Aber in meinen vielen Jahren hier bin ich immer respektvoll behandelt worden und bin immer auf Augenhöhe mit der Kundschaft.“ Istanbul sei eine moderne Stadt und kein anderer Ort in der Türkei oder anderswo auf der Welt käme zurzeit für sie infrage, sagt Aytekin. Doch später? „Vielleicht in den Niederlanden, irgendwann mal ...“

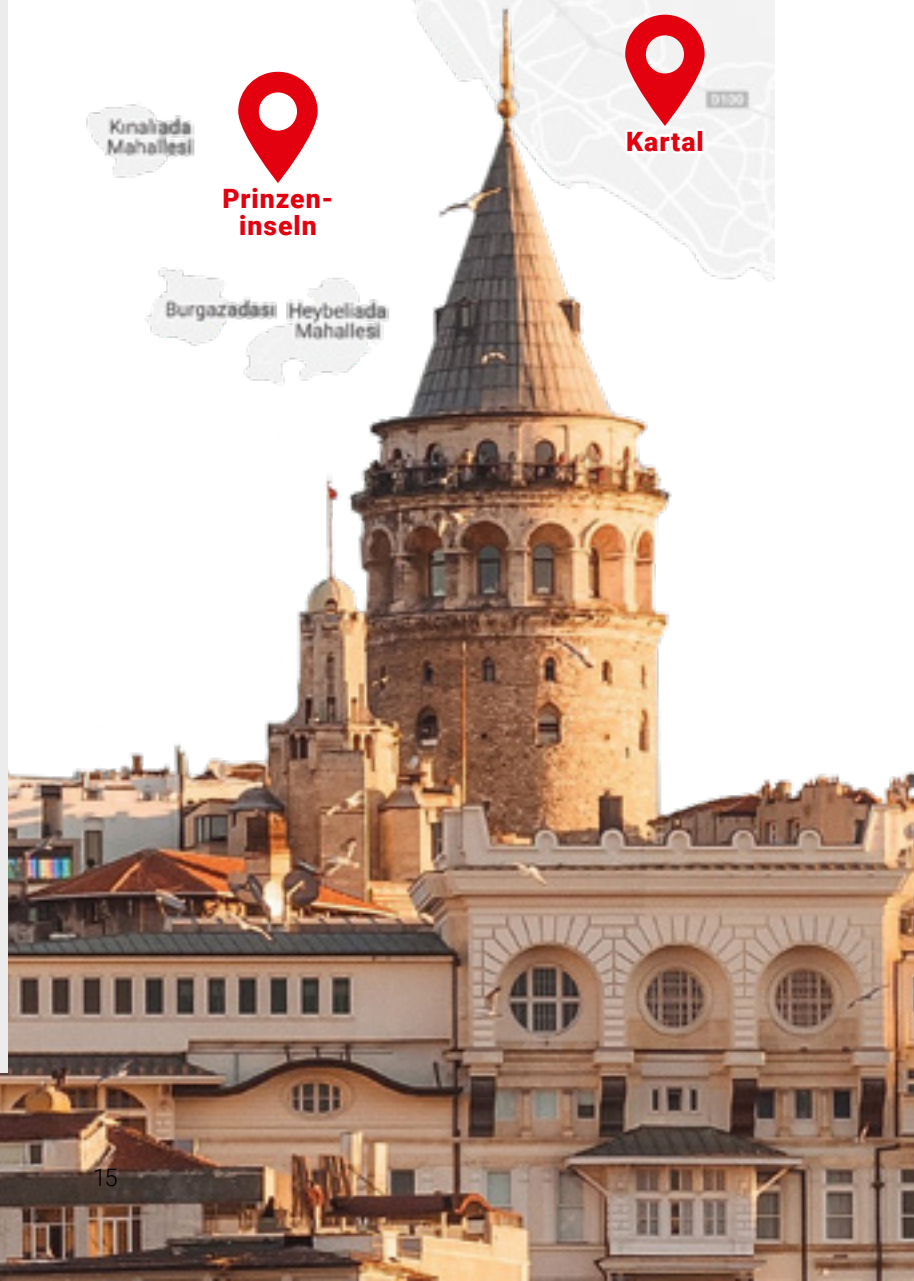
Text: Gabriele Wiesenhavern





GÜLSEREN AYTEKINS ISTANBUL-TIPPS:

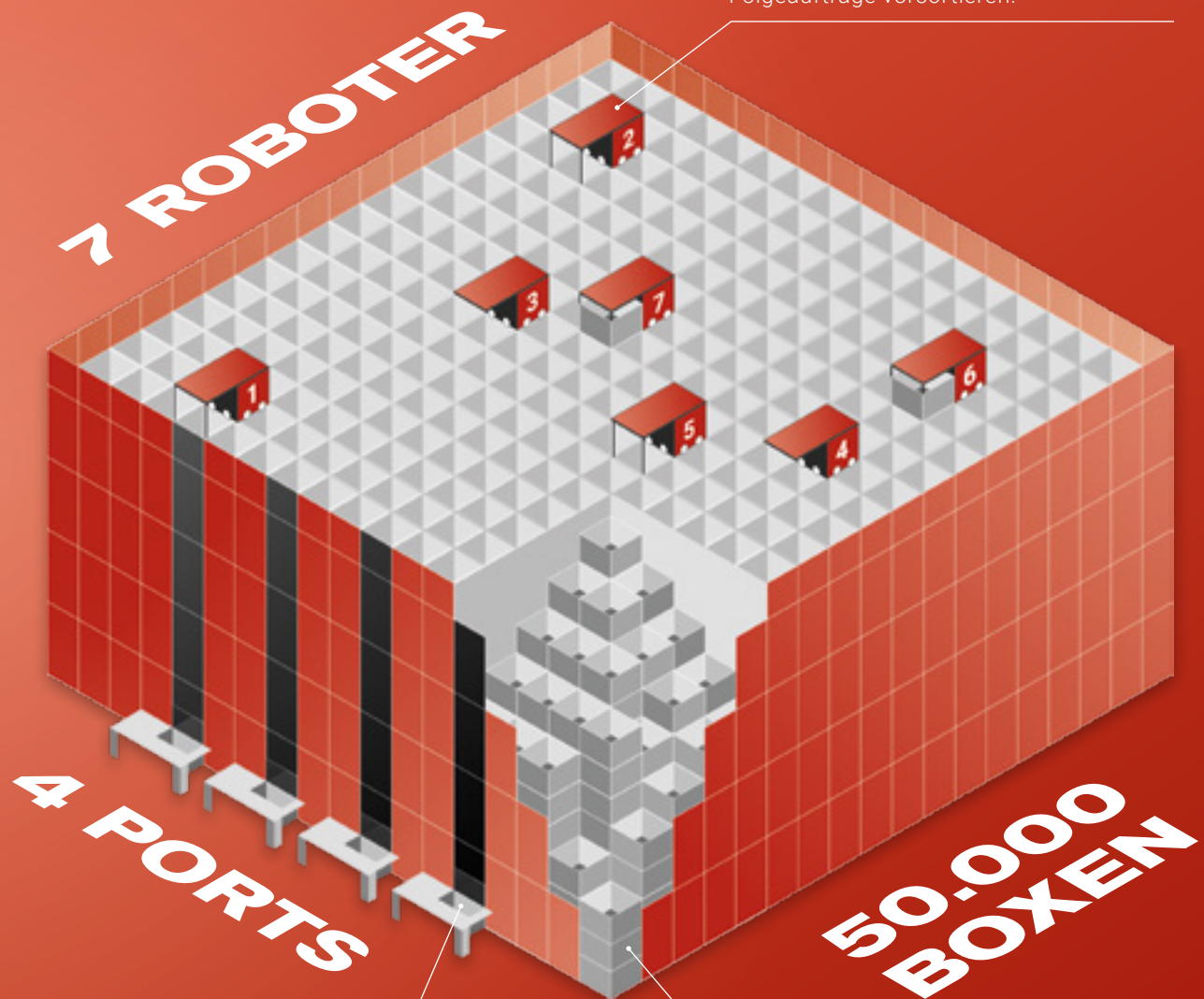
- Sehenswert im asiatischen Teil sind die Viertel Kadıköy und Atasehir, im europäischen Teil empfiehlt Gülseren Aytekin die Viertel Taksim, Karaköy und Kurucemesne.
- Shopping: Bagdat Caddesi, eine lange Einkaufsstraße mit vielen Ständen und Läden für jeden Geldbeutel zum Open-Air-Shopping – nicht mehr so selbstverständlich in Zeiten großer Malls.
- Bootstour zu den Prinzeninseln nach Büyükdada oder Heybeliada: autofreies Ausflugsgebiet vieler Einheimischer.
- Einen tollen Blick auf die Stadt von oben bietet das Sapphire terras, das höchste Gebäude der Stadt im Stadtteil Levent.
- Für Spaziergänge empfiehlt Gülseren Aytekin den Emirgan-Park und die Hidiv Kasri. Die alte Villa liegt über dem Bosphorus; sie wurde als Sommerresidenz der ägyptischen Khedive (Gouvereure) im 19. Jahrhundert erbaut. Man findet dort einige schöne Art-Nouveau Details und die Anlagen sind ein wunderbarer Ort, um an heißen Tagen Tee zu trinken.
- Ein abendlicher Ausflug zum Camlica-Hügel mit einem tollen Blick auf die drei beleuchteten Bosphorus-Brücken lohnt sich ebenfalls.



DAS AUTOMATISCHE KLEINTEILELAGER (AKL) AM DUISBURGER STANDORT

WIR ZEIGEN IHNEN DIESES EINMAL ANDERS:

Die Roboter ordnen die Boxen selbstständig nach einem ausgeklügelten System an, so dass sie Zeit und Strecke sparen und für Folgeaufträge vorsortieren.



Die Boxen werden von den Robotern an einen der zwei Ports transportiert, wo sie von Mitarbeitern für den Versand vorbereitet werden. Ein weiterer Port ist für die Befüllung des AKL, ein anderer kann noch erweitert werden.

Jede Box kann mehrere unterschiedliche Artikel lagern und macht das AKL so zu einem platzsparenden Lagerwunder auf engstem Raum.