



EIN PRODUKT DER BUHLMANN GRUPPE

DEUTSCH

1/2020

# B GLOBAL

- > MEXIKO: NEUER GESCHÄFTSFÜHRER
- > SCHWEIZ: FERNWÄRME FÜR ZÜRICH
- > SPANIEN: VITORIA-GASTEIZ IM BASKENLAND



**TEAMWORK**  
DIE FUSSBALL-BUNDESTRAINERIN  
MARTINA VOSS-TECKLENBURG IM INTERVIEW

# INHALT

03 EDITORIAL

**04** TEAMWORK: INTERVIEW MIT  
MARTINA VOSS-TECKLENBURG

**08** JAIME ZUBILLAGA: NEU  
BEI BUHLMANN MEXIKO

10 BUHLMANN AUF DER TUBE 2020

12 DYLAN: BESONDERE LIEFERUNG FÜR FINNLAND

## 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,  
DFB (S. 4),  
Manfred Heyne (foto2press) (S. 5),  
Carlotta Erler (S. 6 + 7),  
iStock (S. 1 + 14 + 15)  
Vaios Anastassiou (S. 16)

### Design und Layout

Vaios Anastassiou

### Druck

müllerditzten, Bremerhaven, Deutschland

**13** FERNWÄRME FÜR  
DIE SCHWEIZ

**14** BUHLMANN-STANDORTE  
MAL ANDERS: SPANIEN

16 INFOGRAFIK: TEAMWORK

EDITORIAL

# 75 JAHRE TEAMARBEIT



**SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,**

dieses Jahr ist ein besonderes für die BUHLMANN GRUPPE: Wir feiern das 75. Firmenjubiläum. Was Karl August und Mathilde Buhlmann 1945 in Bremen als Zwei-Personen-Unternehmen gründeten, ist in der zweiten und mittlerweile dritten Generation zu einem Unternehmen mit über 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gewachsen, die sich an mehr als 20 Standorten und in 18 Ländern für diese Firma engagieren. Darauf sind wir stolz – und wir sind unseren Kunden und Geschäftspartnern dankbar dafür, dass sie uns ihr Vertrauen schenken. Wir wachsen an und mit Ihnen!

Natürlich gilt unser Dank auch unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich so engagiert für die BUHLMANN GRUPPE einsetzen. Eine Firma, die wächst und immer mehr Menschen beschäftigt, hat auch mit wachsenden Herausforderungen zu kämpfen. Deshalb haben wir in dieser Ausgabe das Thema Teamwork in den Vordergrund gestellt. Es ist uns wichtig, dass wir uns als ein Team verstehen. Doch wie vermittelt man das Gefühl von Zusammengehörigkeit, wenn das Personal über die ganze Welt verteilt ist? Wie schafft man einen gemeinsamen Rahmen, in dem sich jeder „Mitspielende“ wahrgenommen fühlt und seine jeweiligen Stärken am besten zur Geltung bringen kann? Diese Fragen stellten wir einer Frau, die es wirklich wissen muss: Martina Voss-Tecklenburg, Trainerin der deutschen Frauen-Fußballnationalmannschaft, erzählt in dieser Ausgabe des **BGLOBAL** vom Teambuilding-Prozess und wie es gelingt, aus hervorragenden Einzelkünstlerinnen eine international äußerst erfolgreiche Mannschaft zu formen.

Teamgeist zu fördern, ist wichtig, um eine firmenübergreifende Dynamik zu entwickeln und unter den einzelnen Standorten und Unternehmensteilen ein Wir-Gefühl zu schüren. Mit Berichten über Land und Leute wollen wir Transparenz und Nähe schaffen, auch gegenüber unseren Kunden und Partnern. In dieser Ausgabe besuchen wir deshalb BUHLMANN Spain, wir plaudern mit dem neuen Geschäftsführer in Mexiko, Jaime Zubillaga, und wir fragen bei DYLAN nach, welche besondere Herausforderung ein Projekt in Finnland mit sich brachte. All das dient der Aufrechterhaltung eines lebendigen, globalen Netzwerks, das auch extern von großer Bedeutung ist: Es schafft Vertrauen, Kooperationen und Synergien, von denen unsere Kunden und Geschäftspartner in der ganzen Welt profitieren. Hoffentlich auch für weitere 75 Jahre – mindestens!

Ihr

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

Jan-Oliver Buhlmann

DIE FUSSBALL-BUNDESTRAINERIN ZUM THEMA TEAMWORK:

# „MAN MUSS GEMEINSAME ZIELE FORMULIEREN“

ZUR PERSON

## MARTINA VOSS- TECKLENBURG

Martina Voss-Tecklenburg (53) war selbst Spielerin in der Deutschen Nationalmannschaft von 1984 bis zum Jahr 2000. Seit Ende 2018 ist sie als Nachfolgerin von Horst Hrubesch Bundestrainerin der Frauen-Nationalmannschaft. Von 2007 bis 2012 war sie Chefredakteurin der Frauenfußball-Illustrierten *FF-Magazin* und seit Februar 2018 ist sie Mitglied des Aufsichtsrats von Fortuna Düsseldorf.



Es reicht nicht, einfach die besten Leute zusammenzutrommeln, um international ganz oben mitzuspielen. Erst, wenn jede einzelne Person ihre jeweilige Aufgabe kennt und erfüllt, stellt sich der gemeinsame Erfolg ein. Das gilt für Unternehmen genauso wie für den Sport. Daher fragten wir die Frau, die wirklich wissen muss, worauf es beim Teambuilding ankommt: **B GLOBAL** wollte wissen, wie die Bundestrainerin der Frauen-Fußballnationalmannschaft aus den Top-Spielerinnen Deutschlands eine hervorragend funktionierende Mannschaft formt.

**B GLOBAL //** Über 20 Sportlerinnen aus verschiedenen Bundesligavereinen, jede eine Spezialistin für ihre Position – ähnlich wie bei der **BUHLMANN GRUPPE** mit 20 Standorten in 18 Ländern. Wie schafft man es, dass alle an einem Strang ziehen?

**Martina Voss-Tecklenburg //** Vielleicht liegt die Schwierigkeit ähnlich gelagert wie bei Ihnen im Unternehmen: Man hat die Leute nicht kontinuierlich zusammen und sieht sich nicht oft; im Falle der Nationalmannschaft sehen wir uns manchmal zwei oder drei Monate nicht. Wenn wir dann zusammenkommen bei Lehrgängen oder bei der Spielvorbereitung, müssen wir uns erst mal wieder als Team zusammenfinden.

**Und wie macht man das?**

In erster Linie, indem man die Menschen gut kennt. Das eine ist ja, was jede Frau technisch und taktisch kann und was sie positionsspezifisch zu leisten hat. Das andere ist die Persönlichkeit – man muss auch den Menschen und seine Charaktereigenschaften gut kennen. Jede Spielerin hat individuelle Ziele. Man muss es aber immer wieder schaffen, gemeinsame Ziele zu formulieren.

**Das gemeinsame Ziel – der Erfolg – ist doch aber klar, oder?**

Jede Frau hat das individuelle Ziel, zu spielen. Aber es gibt eben auch ein Mannschaftsziel, dem sich so einiges unterzuordnen hat. Beispielsweise die Rollenfrage: Manche Spielerinnen haben in der Nationalmannschaft eine andere Rolle als in ihrem Verein. Dort sind sie vielleicht Führungsspielerinnen, aber bei uns sitzen sie häufiger auf der Bank. Da ist es das Wichtigste, immer wieder in die Kommu-



Die deutsche Mannschaft siegte am 5. Oktober 2019 mit 8:0 gegen die Ukraine. ✓

nikation zu gehen. Nur so bekommt man ein Team aufgestellt, dass sich nicht nur dann versteht, wenn elf auf dem Platz sind, sondern sich die anderen 13 oder 14 Frauen ebenso ihrer Bedeutung bewusst sind, selbst, wenn sie nicht spielen. Das ist eine der größten Herausforderungen – Ziele zu formulieren und im Austausch zu bleiben.

**Die Frauen sind unterschiedlich alt und haben alle sehr verschiedene Erfahrungshintergründe – Turid Knaak beispielsweise ist Dozentin an der Universität Köln, Lena Oberdorf ist gerade 18 geworden. Wie passt das zusammen?**

Wir haben Schülerinnen, wir haben Studentinnen; wir haben Frauen, die mitten im Leben stehen und viel arbeiten. Jede hat ein Bild, eine Vorstellung von sich. Und eigentlich ist Fußball ja einfach: Alle wollen auf den Platz, alle wollen gewinnen. Jetzt geht es darum, ihnen zu sagen, wie kann ich meine Rolle annehmen, auch wenn sie nicht meiner Eigenwahrnehmung entspricht? Vielleicht reicht es den Jüngeren, überhaupt im Kader zu sein. Aber gerade bei erfahreneren Spielerinnen kann sich auch Unzufriedenheit einstellen, wenn sie nicht aufgestellt werden. Da muss man dann sehen, dass sie trotzdem für das Team arbeiten und unterstützend mitmachen. Es geht ja auch darum, top Trainingsbedingungen zu gewährleisten. Das heißt Mitarbeit, auch wenn man nicht in der Startelf steht.

**Weiter geht's auf Seite 6 ...**

### **Ersatztorhüterinnen kommen ja beispielsweise selten zum Zuge ...**

*Stimmt, aber trotzdem müssen sie die Nummer 1 stärken, indem sie ein gutes Torhüterinnen-Team sind. Auch wenn sie sich untereinander Konkurrenz machen, müssen sie sich gegenseitig Unterstützung bieten, wenn es darauf ankommt. Das ist ein Lernprozess, dem sie aber auch von klein auf ausgesetzt sind, weil sie mit einem Teamsport aufwachsen.*

### **Profitieren jüngere Spielerinnen von den älteren? Nehmen sie Rat an?**

*Ja, absolut. Wir haben ja tolle Charaktere mit viel Erfahrung dabei. Nehmen wir mal Dzsennifer Marozsán, die zu den weltbesten Fußballerinnen gehört: Weniger erfahrene Spielerinnen auf der gleichen Position schauen ihr mit Bewunderung zu. Übrigens fordern wir von den Frauen, die schon länger dabei sind, auch ein, dass sie mit den jüngeren ins Gespräch gehen und sich mit ihnen austauschen. Andersherum denke ich, dass sie dann auch gelegentlich von der Unbekümmertheit der Jugend profitieren. Auch in dieser Beziehung versuchen wir, die unterschiedlichen Stärken und Persönlichkeitsentwicklungen in einem Teamprozess zu berücksichtigen. Und auch im Spiel wollen wir Erfahrung und Jugend kombinieren, statt beispielsweise zwei ganz junge Innenverteidigerinnen aufzustellen.*

### **Wenn Sie sagen, Sie fordern den Austausch ein, wie ist das gemeint? Gibt es Workshops, ist das Teil des theoretischen Trainings?**

*Wir arbeiten mit einer Sportpsychologin zusammen, mit Birgit Prinz, die selbst mehrfache Weltfußballerin und Rekordtorschützin des DFB ist. Das hat den Vorteil, dass sie selbst alles erlebt hat, was man als Fußballerin so erleben kann. Birgit arbeitet sowohl individuell mit den Spielerinnen als auch im Teamprozess. Während der Nationalmannschaftslehrgänge gibt es Zeitfenster, in denen sich mit verschiedenen Themen auseinandergesetzt wird: Wie reagiere ich unter Druck, wie kann ein Team Stärke demonstrieren, was passiert, wenn es mal nicht läuft, welche Handlungsmöglichkeiten habe ich. Und auch solche Fragen, wie das Team sich selbst sieht und wie es wahrgenommen werden will. In Einzelgesprächen wie auch im Mannschaftsrat werden diese Dinge besprochen. Und ganz bewusst teilt mal eine Führungsspielerin das Zimmer mit einer jüngeren Mannschaftskollegin, damit auch außerhalb der Trainingszeit ein Austausch stattfindet.*

### **Läuft alles gut, gibt es nur Lob. Aber wie werden die Frauen auf den Umgang mit Kritik vorbereitet, gerade im Hinblick auf die Medien?**

*Einerseits gibt es Mediens Schulungen, die die Spielerinnen unterstützen und stärken sollen. Andererseits müssen sie versuchen, sich freizumachen und nur auf die Meinungen derjenigen Wert zu legen, die die Leistungen realistisch beurteilen können. Das betrifft mich als Trainerin ja auch. Wenn mal eine WM nicht so läuft, wie*



*es sich Millionen von Menschen vielleicht vorgestellt haben und die Kritik üben, muss ich mir sagen, dass diese Leute nicht das Training beobachtet haben; sie wissen nicht, wie einzelne Spielerinnen wirklich funktionieren, sie wissen nicht, wie die gegnerische Mannschaft einzuschätzen ist und warum wir welche Entscheidungen getroffen haben. Aber sie kritisieren trotzdem. Da muss man Selbstbewusstsein und eigene Stärke zeigen und sich nicht allzu lange mit diesen Dingen beschäftigen.*

### **Gerade bei den sozialen Medien ist das nicht einfach.**

*Das Problem ist, dass man es gerne liest, solange es gut läuft, und nicht so gerne sieht, wenn es mal schlecht läuft. Kritik belastet natürlich. Und dass sich enormer Druck durch die Zuschauerzahlen und die Medien aufbaut, ist klar. Letztlich muss jede ihre Balance finden, jede ihren eigenen Weg, damit umzugehen. Aber es ist entscheidend, dass das Feedback des Trainerteams für die Spielerinnen Priorität hat. Und das Feedback derjenigen, die ihnen nahestehen und das viel besser beurteilen können.*

Jubel nach dem 5:0 gegen Griechenland am 8. Oktober 2019



## FRAUENTEAMS BEI DER EM

- Die erste Frauenfußball-EM wurde 1984 ausgetragen, die schwedischen Frauen wurden EM-Siegerinnen
- Bei den elf bislang ausgetragenen Endrunden der Fußball-Europameisterschaften gab es insgesamt dreizehn teilnehmende Frauen-Teams
- Amtierende Europameisterinnen sind die Niederlande
- Rekordsiegerinnen sind mit acht Titeln sind die deutschen Frauen, gefolgt von Norwegen mit zwei und Schweden mit einem Titel
- Birgit Prinz, die mittlerweile als Sportpsychologin im deutschen Team arbeitet, ist Rekordspielerin mit 20 EM-Endrundeneinsätzen

### **Gibt es trotz des Willens zur mannschaftlichen Geschlossenheit auch mal Streit oder wird das eher unter den Teppich gekehrt?**

Bei der WM waren wir insgesamt 60 Personen, davon 23 Spielerinnen, und man muss als Cheftrainerin eine riesige Führungsaufgabe wahrnehmen. Alle wollen sich mitgenommen fühlen, das heißt, man muss für positive Stimmung sorgen. Aber ich bin davon überzeugt, dass man nur Erfolg hat, wenn man sich auch unangenehme Dinge sagen kann. Es sollte nichts unter den Teppich gekehrt werden. Wenn Trainerstab oder Spielerinnen unangenehme Themen nicht ansprechen können, werden wir nicht weit kommen. Auch das ist ein Lernprozess und passiert nicht von heute auf morgen, denn dafür braucht es Vertrauen. Man muss sich gut kennenlernen, um zu wissen, welche Art der Ansprache das jeweilige Gegenüber braucht – ob Streicheleinheiten oder vielleicht den verbalen Tritt in den Hintern.

### **Gilt das auch für die Spielerinnen untereinander?**

Klar, wir möchten ja, dass das Team lernt, eventuelle Probleme untereinander zu lösen. Das Ziel ist, die Verantwortung möglichst den Spielerinnen zu überlassen. Wir möchten nicht die Polizei sein und alles kontrollieren. Wir finden es gut, wenn die Mannschaft Probleme selbst in den Griff bekommt. Denn auf dem Platz müssen sie das auch können. Wir als Trainerteam können während des Spiels nur bedingt Einfluss nehmen.

### **Sie wollen die Eigenverantwortlichkeit fördern.**

Genau, vielleicht müssen sich zwei Menschen auch mal in ein Zimmer einschließen, sich in die Augen schauen und sich gegenseitig die Meinung sagen. Und dann muss man wieder heraustreten und sich weiter zusammen für das gemeinsame Ziel einsetzen. Auf dem Platz kann es nicht sein, dass die eine die andere nicht anspielt, weil es persönliche Befindlichkeiten gibt.

### **Wenn es nicht gut läuft, ist das sportliche Ziel klar. Aber wie hält man die Spannung hoch, wenn man so erfolgreich ist?**

Ach, das ist einfach: Die Spielerinnen wollen immer wieder zur Nationalmannschaft eingeladen werden. Dafür müssen sie in ihren Vereinen Leistungen bringen, sie sind alle hochmotiviert. Manchmal muss man sogar etwas bremsen ... Bei so einem Spiel wie gegen England in Wembley vor 90.000 Zuschauern möchte jede Spielerin auf dem Platz stehen. Das ist Motivation genug! Jede ist stolz, ein Trikot anziehen zu dürfen, auf dem der Bundesadler drauf ist.

Die Fragen stellte Gabriele Wiesenhavern

SEIT SECHS MONATEN MANAGING DIRECTOR BEI BUHLMANN MEXICO:

# **JAIME ZUBILLAGA ZIEHT ERSTE BILANZ**



Dass der 56-jährige Maschinenbauingenieur mit seinen mehr als 30 Jahren Berufserfahrung nicht lange brauchen würde, um sich bei der BUHLMANN GRUPPE erfolgreich einzubringen, war abzusehen. Durch Jaime Zubillagas vorherige Stationen, beispielsweise seine mehr als sieben Jahre als Managing Director bei MAN Energy Solutions für Mexiko, Zentralamerika, Venezuela und die Karibik sowie über 13 Jahre als Manager der Energy Division bei der Schweizer Sulzer AG in Venezuela bringt er das nötige Know-how auf jeden Fall mit. Der verheiratete Familienvater erzählt, wie das erste Halbjahr bei der im Jahr 2015 gegründeten BUHLMANN Mexico S.A. de C.V. gelaufen ist und was dort 2020 ansteht.

#### **B GLOBAL // Wie war Ihr Start bei BUHLMANN?**

**Jaime Zubillaga //** Sehr positiv. Ich habe sehr viel Unterstützung von allen erhalten, besonders aus Mexiko und Spanien. Ende September bis Anfang Oktober 2019 hatte ich die Gelegenheit, einigen Schlüssel-Standorten wie Duisburg, Bremen, DYLAN in Oud-Beijerland und Roosendaal sowie BUHLMANN Spanien einen Besuch abzustatten. Mein Hauptanliegen war, mir einen Überblick über die BUHLMANN GRUPPE zu verschaffen und die Menschen vor Ort kennenzulernen.

#### **Was sind die größten Unterschiede zu Ihrem vorherigen Arbeitgeber?**

Sicherlich – und das sehe ich als Vorteil – dass die Firma kleiner ist. Damit können wir die Dinge schneller und einfacher regeln und schneller Entscheidungen treffen, ohne zu großen bürokratischen Aufwand. Und eine Firma wie BUHLMANN gibt mir die Gelegenheit, wie ein Familienmitglied behandelt zu werden, trotz der großen Entfernung zwischen Mexiko und Deutschland. Bei einem kleineren Arbeitgeber hat man vielleicht mehr Möglichkeiten in Bezug auf Personalentwicklung und Karrierechancen, natürlich immer im Hinblick auf die eigene Leistung.

#### **Haben Sie sich schon an die Unternehmenskultur gewöhnt?**

Ja, unsere sieben Unternehmensleitlinien werden mir und meinem Team in Mexiko den Weg auf der Reise mit der BUHLMANN GRUPPE ebnen.

#### **Haben sich Ihre persönlichen Lebensumstände geändert, mussten Sie und Ihre Familie umziehen?**

Nein, keineswegs. Wir mussten weder umziehen oder etwas ändern. Das BUHLMANN Büro in Mexiko City liegt gar nicht weit von meinem Wohnort entfernt in einem der besten Geschäfts- und Wohnbezirke dieser dichtbesiedelten Stadt.

#### **Was macht den mexikanischen BUHLMANN-Standort besonders, gibt es spezielle Kompetenzen?**

Einige, wie bei jedem Standort. Auf der einen Seite zwingt uns die Tatsache, dass in Mexiko – wie in vielen anderen lateinamerikanischen Ländern auch – wenig proaktive Planung stattfindet, dazu, sehr effizient und schnell zu sein beim Import von Rohren und Zubehör. In einigen Fällen haben wir Aufträge an die US-Konkurrenz verloren, da wir uns noch keine gute Basis an Zulieferern und Herstellern schaffen konnten. Deshalb haben wir eine Initiative gestartet, mithilfe derer wir bis Ende 2020 neue Zulieferbetriebe gefunden haben werden. Auf der anderen Seite können wir unseren Kunden in Bezug auf Logistik und Terminverfolgung einen echten Mehrwert bieten, besonders was den Import und die verzollte Lieferung (DDP) nach Mexiko betrifft. Nur eine mexikanische Geschäftseinheit darf die Waren auch direkt zum Kunden liefern, was die meisten Geschäftspartner angesichts der sehr komplizierten Importvorschriften Mexikos sehr schätzen.

#### **Haben Sie bereits größere Veränderungen eingeleitet?**

Nein, ich bin ja erst etwas über ein halbes Jahr hier. Aber es wird sich in naher und mittlerer Zukunft etwas ändern. Dieses Jahr wollen wir die Umsätze im Vergleich zu 2019 erhöhen, trotz der negativen ökonomischen Vorhersagen. Wir müssen dringend neue Kunden akquirieren, vor allem in den Bereichen EPC (Planung, Beschaffung, Errichtung) bei Ö raffinerien sowie Kombi-Kraftwerken.

#### **Wie sieht es mit Ihren persönlichen Zielen aus?**

Mein Ziel ist es, meine Position hier gut auszufüllen, horizontal zu expandieren und möglichst viel zum Erfolg der gesamten BUHLMANN GRUPPE beizutragen.

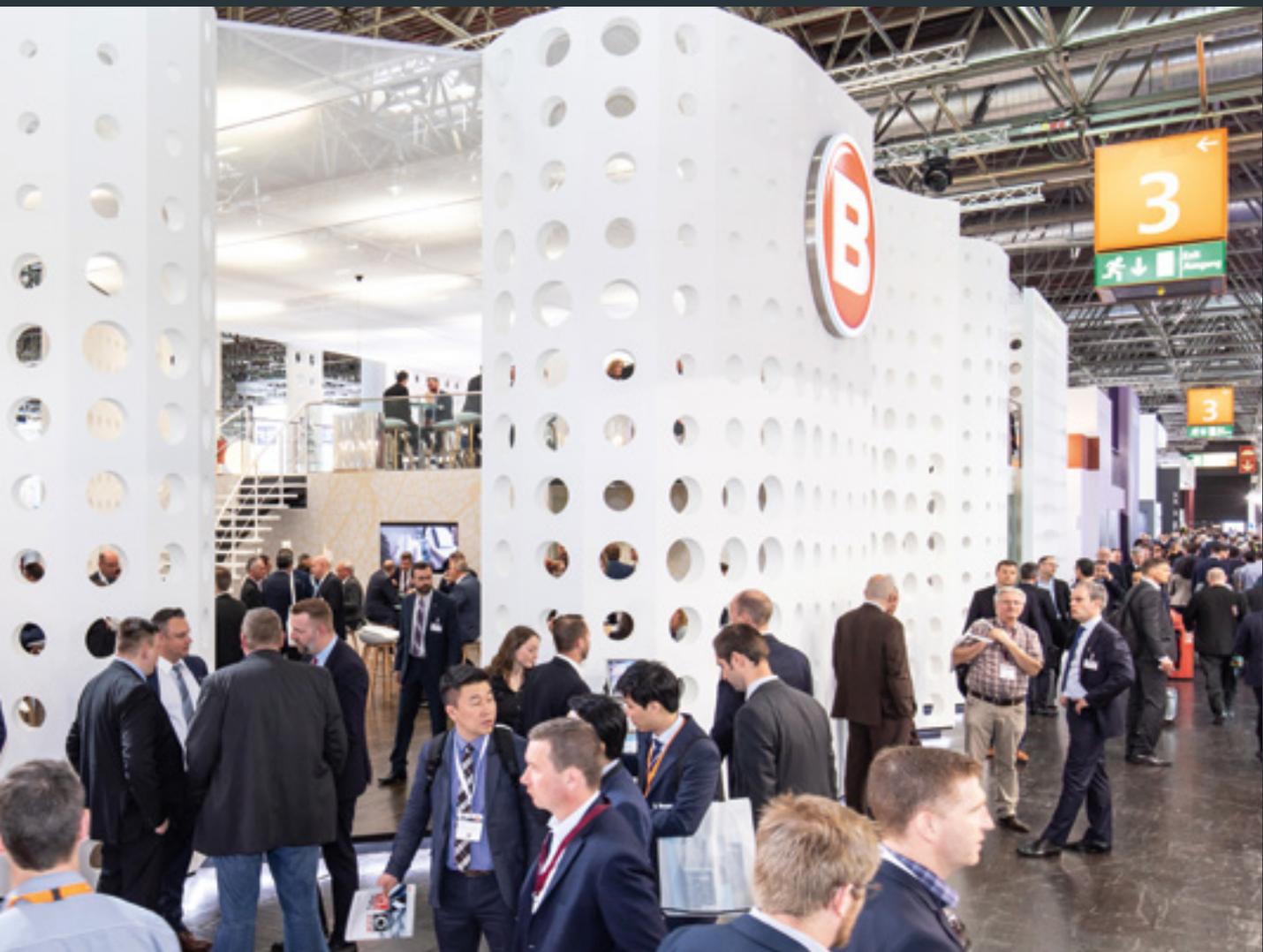
Die Fragen stellte Gabriele Wiesenhavern



## BUHLMANN AUF DER TUBE 2020

Das Großevent der Branche findet vom 30. März bis zum 3. April in Düsseldorf statt, und dieses Mal steht es für die BUHLMANN GRUPPE unter einem ganz besonderen Stern: Das 75-jährige Firmenjubiläum ist auch bei der größten internationalen Messe der rohrverarbeitenden Industrie ein Thema und wird mit Kunden und Geschäftspartnern gefeiert.

Häufig wurde in letzter Zeit der langfristige Erfolg von klassischen Messen in Frage gestellt, zurückgehende Zahlen bei der IAA in Frankfurt oder die komplette Einstellung der CEBIT in Hannover sind nun einmal Tatsachen. Gerade durch die wachsende Bedeutung des Internets und sozialer Medien sehen viele Firmen die Zukunft der Messen eher im virtuellen Bereich. Hinzu kommt, dass die Anwesenheit einer Firma auf einer Messe mit großem Aufwand verbunden ist: Immense Standmieten, hohe Hotel- und Transportkosten, enormer zeitlicher Aufwand und Bindung von Personal bei der Planung und Vorbereitung sowie bei der Standorganisation und -besetzung. Ist das noch zeitgemäß; lohnt sich das heutzutage noch? Diese Fragen können nicht schlicht mit ja oder nein beantwortet werden, denn Kontaktaufnahme und -pflege lassen sich nicht einfach in Zahlen messen.



Eines der Argumente für die Präsenz auf einer Messe ist die Kundenbindung. Gerade im Jubiläumsjahr bietet die Messe nicht nur die Plattform für Kontaktpflege- und Neuaufnahme, sondern auch für den Ausdruck der Wertschätzung von Kunden und Geschäftspartnern. Denn fünf Tage trifft sich fast alles, was Rang und Namen hat, geballt an Ort und Stelle – und zwar persönlich. Denn auch wenn die digitalen Möglichkeiten der Internetpräsenz vielfältig sind, darf der Wert der persönlichen Interaktion mit den Kunden nicht unterschätzt werden. Fast nirgendwo sonst können Fragen so einfach und direkt beantwortet werden wie auf einer Messe. Und im Jubiläumsjahr vielleicht besonders wichtig: Fragen wie „Wie sieht die Zukunft des Unternehmens aus?“ oder „Was unterscheidet die Firma von der Konkurrenz?“ lassen sich hier direkt beantworten. Die Messepräsenz ist derzeit noch eine wertvolle Möglichkeit, Beziehungen zu bestehenden Kunden zu vertiefen und zu neuen aufzubauen. BUHLMANN COO Jörg Klüver weiß auch eine gewisse Aufbruchsstimmung zu schätzen, die das Branchentreffen hervorrufen kann: „Ich stelle oft fest, dass der persönliche Austausch auch eine gewisse Zuversicht weckt und sich die Firmen gegenseitig Schwung geben.“

Christian Dörner, Director der International Sales Division bei BUHLMANN, erwartet viele Kunden aus dem europäischen und weltweiten Ausland: „Die Messe ist eine ideale Gelegenheit, geballt und kompakt in einer Woche viele Kunden live auf unserem wunderbaren Stand zu begrüßen. Nebenbei ist auch oftmals der eine oder andere potenzielle Neukunde dabei, der uns noch nicht kennt oder welchen wir noch nicht kennen. In erster Linie laden wir gezielt Kunden zu Gesprächen an unseren Stand ein, um über die aktuelle Auftragslage und weitere Projekte zu reden. Das gelingt und gelang uns im Export in den Vorjahren immer vorzüglich und wir blicken erwartungsvoll auf die diesjährige TUBE, auch wenn die Branche nicht gerade einen Boom hat.“

Und wenn man einen Messeauftritt als Spiegelbild des eigenen Unternehmens betrachtet, geht es natürlich um Repräsentation. Das 75jährige Betriebsjubiläum wird daher auch im Erscheinungsbild des Messestandes thematisiert. Die BUHLMANN GRUPPE ist auch dieses Jahr an prominenter Stelle präsent und freut sich auf viele Besucherinnen und Besucher in der Messehalle 3 am Standort B 20.

**Text:** Gabriele Wiesenhavern

# DYLAN: ÜBERLÄNGE OHNE SCHWEISSNAHT

**Vor einer wahrhaft großen Aufgabe stand DYLAN aus Oud-Beijerland, Niederlande, im vergangenen Sommer. Ein Kunde benötigte für eine sogenannte Hydrocracker-Anlage in einer Raffinerie im finnischen Porvoo Edelstahlrohre aus einer hitzebeständigen Materialqualität, die komplett ohne Schweißnähte hergestellt sein mussten.**

In einer Hydrocracker-Anlage wird unter Verwendung eines wasserstoffreichen Gases und bei hohen Drücken und Temperaturen bis zu 480 Grad Celsius Benzin, Kerosin oder Dieselmotorkraftstoff hergestellt. „Da unsere Rohre in einem Bereich der Raffinerie eingesetzt werden sollten, der besonders kritisch ist, bestand unser Kunde darauf, dass die Rohre keine Schweißnähte haben“, erklärt Rob Gabreëls, Senior Account Manager,

der das Projekt unter anderem betreute. „Und da die Rohre mit einer Länge von 17,1 Metern Überlänge hatten, war es erst einmal schwer, eine Produktionsstätte zu finden, die solche Rohre herstellt“, ergänzt er. Durch die Länge der Produkte wurde das Team aus den Niederlanden auch beim Transport vor eine Herausforderung gestellt: „Da der Hersteller in China sitzt und reguläre Container zu klein waren, mussten wir auf ein Frachtschiff zugreifen, das zum richtigen Zeitpunkt für uns bereitstand“, berichtet Rob Gabreëls. Dieses wurde gefunden und transportierte die benötigten Produkte rechtzeitig zum Ziel.



> Die Reise beginnt:  
Die Rohre bei der  
Verladung auf ihrem  
Weg Richtung  
Finnland

IM EINSATZ FÜR ZÜRICHS FERNWÄRME

# WENIG PLATZ, WENIG ZEIT



**Fernwärme ist umweltfreundlich, komfortabel, preiswert und nicht nur deswegen eine interessante Variante der Wärmelieferung. In Zürich stattet die Firma caliqua die Müllverbrennungsanlage Josefstrasse mit einer neuen Kesselanlage für die Spitzenwärmelast und -unterstützung aus, die das Gebiet Zürich West mit Wärme versorgt. Hierfür ist auch eine neue Verbindungsleitung notwendig, bei deren Entstehung die BUHLMANN GRUPPE mitgewirkt hat.**

„Die Fernwärmeleitung wurde unterirdisch in der Innenstadt verlegt, wofür wir knapp 40 Lkw-Ladungen beschichteter, geschweißter Rohre lieferten, durch welche die Leitungen verlaufen sollen“, erklärt Nicole Herbort, Sales Manager, die an dem Projekt beteiligt war. Für die Anlieferung hat der Kunde genau vorgeschrieben, welche Produkte wann geliefert werden müssen. Nur durch eine enge Zusammenarbeit aller beteiligten Abteilungen von Sales und Lager über Logistics bis Central BackOffice war diese Aufgabe einwandfrei zu bewältigen.

„Neben dem Zeitplan waren aber auch die Lagermöglichkeiten bei der Firma, die für die Beschichtungsarbeiten zuständig war, und beim Kunden selbst eine Herausforderung“, erläutert Nicole Herbort. Auch deswegen war der Zeitplan genauestens vorgegeben: Zweimal pro Woche wurden Rohre beim Beschichtungsunternehmen angeliefert und zweimal pro Woche auch wieder abgeholt und direkt in die Schweiz transportiert. In Zürich selbst wurden die Rohre unterirdisch zwischengelagert. „Hier hat unser Kunde sehr gut vorgegearbeitet, um auf wenig Platz das Material platzsparend unterbringen zu können“, so Nicole Herbort. Vorgeschrieben war unter anderem, dass jedes Rohr zwei Hebebänder hat, damit die Ein- und Auslagerung reibungslos funktioniert. Außerdem musste jedes Rohr auf speziellen Hölzern verladen werden, damit das Material nicht beschädigt wird. Dank der guten internen Zusammenarbeit trifft der vorbildliche Ablauf auch auf das gesamte Projekt zu.

Texte: Malte Addiks

# ZU BESUCH IN VITORIA-GASTEIZ

**„Es erinnert mich ein bisschen an meine frühere Heimat Bayern“, erzählte System Engineer Stephanie Kirchner aus Bremen nach der Rückkehr aus dem Baskenland. Sie war im letzten Oktober dort, um nach dem Umzug des spanischen BUHLMANN-Standorts in Vitoria-Gasteiz in die Calle Zorrolleta die IT-Einrichtung zu unterstützen. Ob sie damit die Landschaft oder auch die besonderen Eigenarten der Bevölkerung meint, wollten wir genauer wissen und erkundigten uns bei Mitxel Perez, Head of D2D und Frame Contracts, nach Land und Leuten.**

Eine stolze Geschichte und ebenso stolze Einwohnerinnen und Einwohner machen Vitoria-Gasteiz im Norden von Spanien zu einem sehr speziellen Ort, der weder von der Geografie noch vom Wetter etwas mit dem Klischee von „Vamos a la playa“ und Sangria-Eimern zu tun hat. Es ist eher eine raue Schönheit, die die bergige Land-

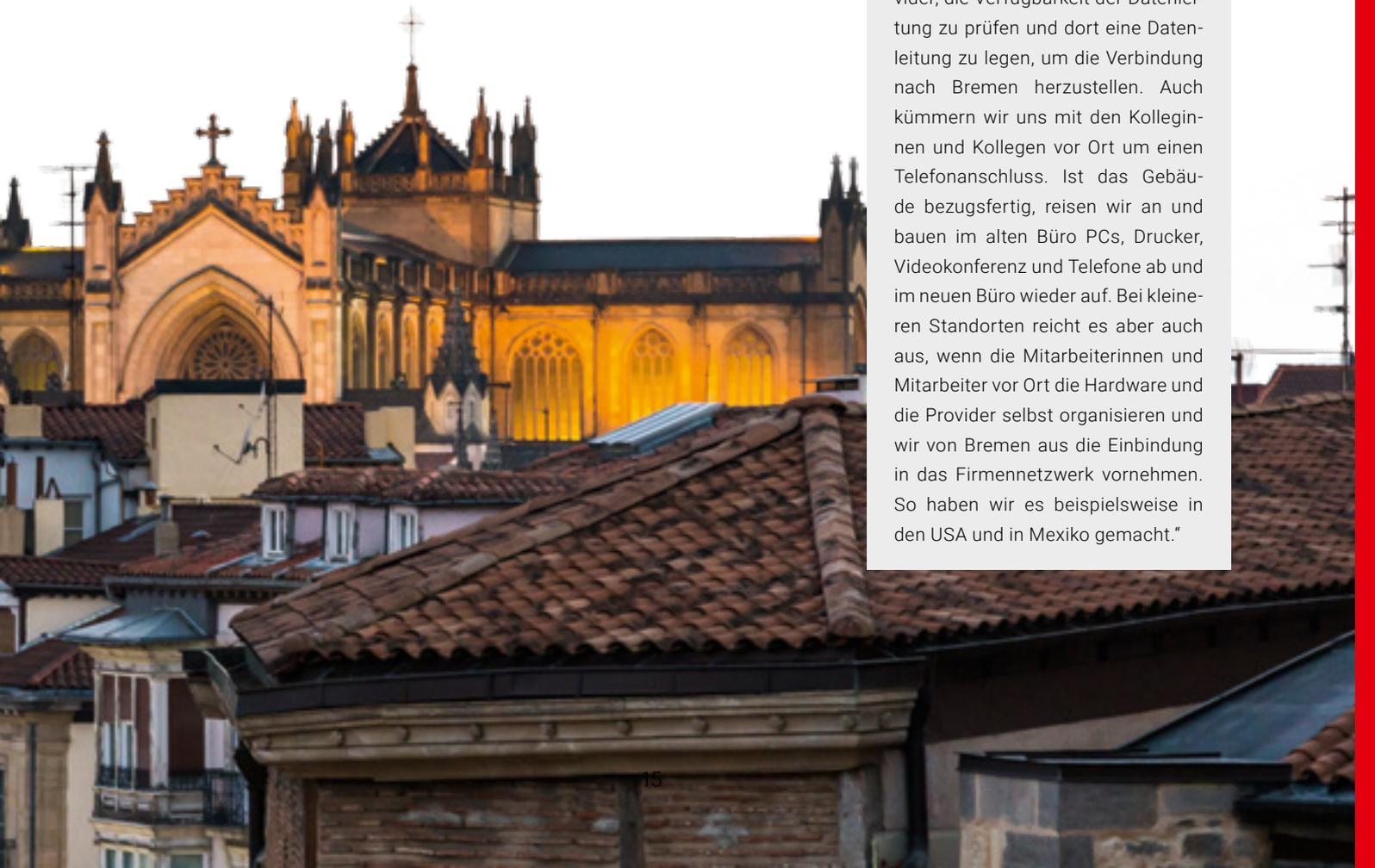
schaft am Golf von Biskaya zu bieten hat. Und auch das Klima, so Mitxel Perez, ein Baske durch und durch, sei etwas schroffer: „Besonders im Winter ist es sehr kalt, was uns den Spitznamen ‚Siberia-Gasteiz‘ eingebracht hat. Den Rest des Jahres haben wir hier eher ‚englisches‘ Wetter. Eins ist klar: Kommen Sie nicht ohne Regenmantel ins Baskenland, Sie werden ihn selbst im Sommer brauchen.“

Die Hauptstadt der spanischen Autonomen Region Baskenland trägt die Dualität zweier Kulturen schon im Namen: Vitoria ist der spanische, Gasteiz der baskische Name der etwa 250.000 Einwohnerinnen und Einwohner zählenden Stadt. Auch unter den 20 Beschäftigten der BUHLMANN Spain werden zwei Sprachen gesprochen, wobei Spanisch offiziell den Ton angibt. „Durch den historischen Einfluss Frankreichs und Englands ist die Region doch etwas anders als der Rest Spaniens.“ Vitoria-Gasteiz habe

eine lange industrielle Tradition und sei unter anderem deshalb ein idealer Standort, weil hier viele Rohrproduzenten ansässig sind: „Tubos Reunidos, Productos Tubulares, Tubacex und andere – es gibt keine andere Region in Spanien mit einer Ballung solcher Hersteller.“ Hier liegt auch der Grund für den Umzug des Lagers von Castellon an der Küste nach Vitoria-Gasteiz. „Wir fokussieren uns mehr auf das Tagesgeschäft – abgekürzt D2D. Wo wären wir also besser aufgehoben als in der Nähe der Hersteller und der Kunden aus der chemischen, petro-chemischen und elektrischen Industrie?“ Ein weiterer Vorteil: Office und Warehouse zusammenzulegen, bedeutet für Mitxel Perez auch schnelleren, direkteren und verlässlicheren Service, der zudem kostengünstiger ist – „insgesamt definitiv kundenfreundlicher“, fasst er zusammen.

Die Architektur der Stadt Vitoria-Gasteiz spiegelt die Jahrhunderte ihrer Existenz





von gotischen über spätgotische Bauten bis hin zum hypermodernen Kunstmuseum ‚Artium‘, dessen Ausstellungsräume größtenteils unterirdisch angelegt sind. Besucherinnen und Besucher, die etwas mehr Zeit mitbringen, empfiehlt Perez auch Abstecher an die baskische Küste, etwa ins 100 Kilometer entfernte San Sebastian oder ins 60 Kilometer entfernte Bilbao mit dem weltberühmten Guggenheim Museum. Nicht zu vergessen nach San Juan de Gaztelugatxe, wie Mitxel Perez betont: „Was soll ich sagen – ich stamme von dort!“

Was weder bei Kundenterminen noch bei privaten Stadtführungen Mitxel Perez' Meinung nach fehlen darf, ist das Probieren baskischer Spezialitäten. Dazu gehört der Bacalao – getrockneter Fisch – ebenso wie das etwas gewöhnungsbedürftig

klingende Txuleton, Steak von einer alten, sehr fetthaltigen Kuh.

Übrigens soll sich sogar der Schriftsteller Ken Follett von Vitoria-Gasteiz inspirieren lassen haben: Der Autor des Bestsellers „Die Säulen der Erde“ thematisierte das imposante gotische Bauwerk der Kathedrale Santa Maria, auch Catedral Vieja genannt, im Romannachfolger „Die Tore der Welt“. In diesem Sinne betrachten wir doch BUHLMANN Spain auch gerne als ein solches!

**Texte:** Gabriele Wiesenhavern



## IT-SUPPORT RUND UM DIE WELT

**Was es für die IT-Technikerinnen und -Techniker bedeutet, wenn die EDV eines Standorts in die BUHLMANN-Welt integriert werden muss, erklärt System-Engineer Stephanie Kirchner anhand des Umzugs von BUHLMANN Spain:**

„Im Vorfeld schauen wir uns das Gebäude im Hinblick auf die Fragen an, wo beispielsweise der Server-Raum sein könnte und was an elektrischen Leitungen für Steckdosen, LAN-Anschlüsse etc. gelegt werden muss. Dann beauftragen wir unseren Provider, die Verfügbarkeit der Datenleitung zu prüfen und dort eine Datenleitung zu legen, um die Verbindung nach Bremen herzustellen. Auch kümmern wir uns mit den Kolleginnen und Kollegen vor Ort um einen Telefonanschluss. Ist das Gebäude bezugsfertig, reisen wir an und bauen im alten Büro PCs, Drucker, Videokonferenz und Telefone ab und im neuen Büro wieder auf. Bei kleineren Standorten reicht es aber auch aus, wenn die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort die Hardware und die Provider selbst organisieren und wir von Bremen aus die Einbindung in das Firmennetzwerk vornehmen. So haben wir es beispielsweise in den USA und in Mexiko gemacht.“

# LIEBER GEMEINSAM

ZAHLEN UND FAKTEN RUND UMS ARBEITEN IM TEAM:

Wie arbeiten Beschäftigte zusammen und was macht Teamwork erfolgreich? Eine Studie der Online-Jobplattform StepStone ging diesen Fragen nach und befragte dazu rund 14.000 Fach- und Führungskräfte in Deutschland. Wir zeigen Ihnen anhand einiger Beispiele wie bedeutend Teamwork für diese ist und welche sozialen Eigenschaften sie dafür als wichtig erachten.

## WIE WICHTIG IST TEAMWORK?



**95 %**

der Fach- und Führungskräfte in Deutschland arbeiten gern in einem Team



**84 %**

der Teams arbeiten und kommunizieren in hohem Maße digital



**36 %**

arbeiten mit Teammitgliedern aus unterschiedlichen Ländern zusammen

## WELCHE SOZIALEN EIGENSCHAFTEN SIND FÜR TEAMWORK WICHTIG?

1 Kommunikationsfähigkeit

**85 %**

2 Zuverlässigkeit

**85 %**

3 Kritikfähigkeit

**79 %**

4 Kooperationsbereitschaft

**78 %**

5 Verantwortungsbewusstsein

**76 %**