

intakt.

Das Technik- und Wirtschaftsmagazin von Ludwig Meister — #01 / 2017



HAIMER: Spezialist für hochpräzise Schnitte
Qualität gewinnt.

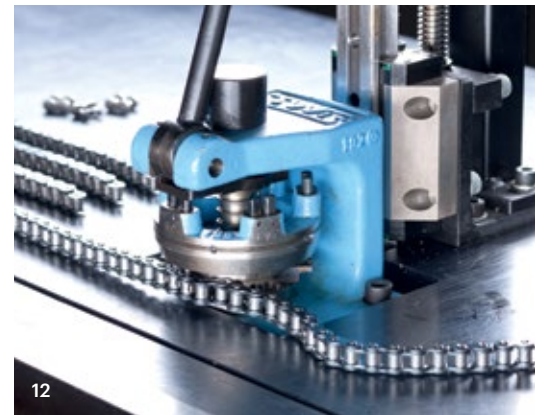
Der neue Webshop von Ludwig Meister
Schneller zum gewünschten Produkt.

Kurze Wege und hohe Flexibilität
Mit System zur einfachen Warenausgabe.

titelthema.
QUALITÄT GEWINNT.

Die HAIMER GmbH hat sich den Ruf eines Weltmarktführers erarbeitet.

Ludwig Meister unterstützt den Experten für modulare Frässysteme dabei als kompetenter und zuverlässiger Lieferant.



editorial. _____ 3

unternehmensneuigkeiten. _____ 4

menschen. _____ 5

Die gute Seele sagt servus.

dienstleistung^{plus}. _____ 6

**Mit System zur
einfachen Warenausgabe.**

titelthema. _____ 8

HAIMER: QUALITÄT GEWINNT.

produkt-service. _____ 12

Eine neue Kette, bitte.

spezial. _____ 14

**Neuer Webshop:
Schneller zum gewünschten Produkt.**

taktgeber. _____ 16

**Finden statt suchen – Produktdaten
sind das A und O im digitalen Handel.**

porträt. _____ 18

Die Windturbine für das private Haus.

staunenswert. _____ 20

Digitalisierung – und nicht nur Elektrifizierung

„Wenn Sie einen miesen Prozess digitalisieren, dann haben Sie einen miesen digitalen Prozess.“ Dieses Zitat – etwas drastischer formuliert – stammt von Thorsten Dirks, bis Dezember 2016 Vorstandsvorsitzender von Telefónica Deutschland und demnächst Chef von Eurowings – und es trifft den Nagel auf den Kopf. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen sich Unternehmen digitalisieren, aber wenn die grundlegenden Strukturen nicht stimmen, wird der Erfolg ausbleiben.

Bei Ludwig Meister kümmern wir uns seit Jahrzehnten darum, Prozesse kontinuierlich zu optimieren. Das galt schon in der analogen Welt und setzt sich nun in der digitalen fort. Wir haben den Wareneingang verbessert, Logistikprozesse automatisiert, eine neue Werkstatt gebaut und nun auch unseren Onlineauftritt angepasst. Unter der bekannten Adresse www.ludwigmeister.de finden Sie unsere neue Internetpräsenz, in deren Mittelpunkt der neue Webshop steht. Mehr als 100.000 unserer gängigsten Artikel haben wir für Sie sorgfältig aufbereitet, beschrieben und zugänglich gemacht. Die restlichen 2,4 Millionen folgen. Was viele Shops vernachlässigen, ist das, womit die User am meisten arbeiten – die Suchfunktion. Weil wir ein extrem großes Spektrum an Produkten verkaufen, haben wir besonderes Augenmerk darauf gelegt, dass Sie finden, was Sie brauchen. Wir haben zum Beispiel Synonyme für Artikel und Filtermerkmale erstellt und die gesamte Suchfunktion einfach bedienbar und übersichtlich gestaltet. Das ist Ihnen besonders wichtig, wie wir in Umfragen ermittelt haben.

Im Herbst 2015 begannen wir, unsere Digitalstrategie zu überarbeiten. Zusammen mit Experten haben wir seitdem an dem neuen Onlineauftritt gearbeitet, der nun für alle sichtbar ist. Doch der Großteil der Digitalisierung spielt sich im sogenannten Backend ab. Die zahlreichen Prozesse im Hintergrund, die der User nicht sieht, sind entscheidend für reibungslose Abläufe – von der Bestellung über Logistik und Werkstatt bis letztendlich zum Versand. Dort setzen wir auf Automatisierung, um möglichst viele manuelle Schritte zu umgehen und effiziente Bestellvorgänge zu gewährleisten. Wenn Sie mehr wissen wollen: In der Rubrik „spezial.“ sprechen Geschäftsführer Max Meister und ich in dieser Ausgabe ausgiebig über die Digitalstrategie von Ludwig Meister (siehe Seiten 14-15).

Digitalisierung bedeutet nicht, den Laptop des Außendienstmitarbeiters durch ein iPad zu ersetzen. Und nur, weil überall Digitalisierung draufsteht, ist keine Firma cool und funktioniert. Es geht um alle betrieblichen Abläufe. Nur wenn die optimal eingestellt sind, wird die Digitalisierung gelingen. Wir arbeiten daran – jeden Tag.

Ihr Stephan Geg
Leiter Informationssysteme



Wir sind gespannt auf
Ihre Meinung zu diesem Heft.
Schreiben Sie gerne an:

intakt@ludwigmeister.de

impresum.

Herausgeber
Ludwig Meister GmbH & Co. KG

Redaktion und Konzept
transQUER GmbH, München

Gestaltung und Layout
raus+weber design, München

Fotos
HAIMER GmbH, Bernhard Lehn,
Ludwig Meister, Lennart A. Paul,
shutterstock, Ziegler Holzindustrie

Druck und Verarbeitung
EBERL PRINT GmbH,
Immenstadt im Allgäu

Verantwortlich für den Inhalt ist der Herausgeber. Die Inhalte dieses Magazins sprechen Männer und Frauen gleichermaßen an. Nachdrucke oder elektronische Verbreitung nur mit Zustimmung des Herausgebers.



Neue Software unterstützt den Wareneingang

Mit einem hausintern entwickelten Programm beschleunigt Ludwig Meister die Identifizierung der richtigen Bestellpositionen im Wareneingang: Die eigens programmierte Software „LMiGoods“ hilft den vier Mitarbeitern im Wareneingang, die richtigen Bestellpositionen lieferantenunabhängig und schnell zu finden. „Wir haben nicht nur das Ziel, dass wir taggleich ausliefern – das tun wir ja bereits. Sondern wir wollen auch alle Waren im Wareneingang am gleichen Tag verarbeiten. Die Software hilft uns dabei enorm“, erklärt Claus Schuhbauer, Leiter der Logistik bei Ludwig Meister. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen rund eine Viertelmillion Positionen eingekauft und etwa 400.000 Positionen verkauft. Das neue Programm spart den Mitarbeitern im Wareneingang Zeit und minimiert Fehler.



„Wir disponieren gängige Artikel natürlich auf Vorrat, bestellen aber auch auftragsbezogen für unsere Kunden. Dadurch kommt es häufig vor, dass wir in unserem Warenwirtschaftssystem mehrere offene Bestellungen für denselben Artikel gespeichert haben. Wird dieser Artikel dann angeliefert, und wir buchen diesen der falschen Bestellung zu, hat das mehrere Konsequenzen. Es wird zum einen der falsche Kundenauftrag ausgelöst, zum anderen würden aber auch unsere Lieferterminüberwachung und entsprechende Rechnungsfreigaben zu falschen Ergebnissen führen. Die Software erkennt diese Buchungsfehler und kann sie schon im Keim ersticken“, ergänzt Max Meister. Das System wurde im vergangenen September entwickelt und konnte bereits Ende Oktober in Betrieb genommen werden.

Datenanalyse verbessert die Beratung

Ludwig Meister treibt die Auswertung von Daten voran, um den Bedarf einzelner Branchen genauer zu ermitteln und Kunden besser beraten zu können: Jeder Kunde wurde dazu einer Branche zugeordnet, was statistische Auswertungen erleichtert. Durch die Kombination aus Kundenbranche und Kundenart können wertvolle Erkenntnisse gewonnen werden – nicht nur für Ludwig Meister, sondern auch für den Kunden. „Mit dieser Branchenzuordnung möchten wir in Zukunft sagen können: Kunde A aus der Branche B hat im Vergleich zur Gruppe vergleichbarer Firmen einen überproportionalen Verbrauch an Produkten aus dem Bereich C“, sagt Max Meister und ergänzt: „Dieses Wissen ist für unsere Kunden interessant. Vielleicht können wir mit diesen Informationen einem Besteller zukünftig automatisiert mitteilen, dass er in einem bestimmten Produktbereich einen für seine Branche untypisch hohen Bedarf hat.“ Ludwig Meister bedient rund 15.000 Kunden aus den unterschiedlichsten Bereichen, vom Pumpen- und Kompressorenhersteller bis zur Forst- und Agrarwirtschaft. Diese Branchen werden mit der sogenannten Kundenart kombiniert: Instandhaltung oder Erstausrüstung. „Es geht letztendlich um die Nutzung unserer Millionen Daten. Durch die Branchenzuordnung werden wir die vielen Daten für uns und unsere Kunden besser analysieren können“, erklärt Max Meister.



Ihre Meinung zu diesem Thema würde mich sehr interessieren. Schreiben Sie mir:

max.meister@ludwigmeister.de



Standort Mainz: frisch renoviert und mit neuem Lagersystem

Die Büroräume von Rheinwerkzeug in Mainz wurden zum Jahreswechsel auf Vordermann gebracht: Ausgestattet mit neuen Böden, Lampen und Wandfarben, erstrahlt die Zentrale des Tochterunternehmens von Ludwig Meister in frischem Glanz. Außerdem entstand ein offener Meeting-Bereich für die 20 Mitarbeiter sowie Kunden und Lieferanten. Zudem wurde das Lager umorganisiert. Dort sind nun alle Artikel und Lagerplätze mit Barcodes versehen, sodass die Mitarbeiter sie einfacher und schneller ihren entsprechenden Lagerplätzen zuordnen können. „Bisher musste jeder wissen, wo ein Artikel gelagert ist. Durch die Barcodes können Artikel mit Lagerplätzen ‚verheiratet‘ werden. Das spart Zeit und reduziert Fehler“, sagt Max Meister. Insgesamt dauerte die Renovierung und Umorganisation rund drei Monate.



Die gute Seele sagt servus.

Wer bei Ludwig Meister anruft oder die Zentrale in Dachau besucht, landet zunächst bei Maria Sterl. Seit fast 17 Jahren ist sie im Unternehmen, hat den Umzug nach Dachau miterlebt und Generationen von Auszubildenden bei den ersten Schritten ins Arbeitsleben geholfen. Im Sommer geht die beliebte Empfangsdame in den verdienten Ruhestand.



„Ein einsames Büro wäre nichts für mich, da würde ich eingehen wie eine Primel.“

Maria Sterl bei Ludwig Meister



Sorgfältig prüft Maria Sterl die Frachtrechnung. Stimmen Gewicht und Preis der Lieferung? Sind alle Teile enthalten? Doch bevor sie alles abhaken kann, klingelt das Telefon. „Heute stehe ich den ganzen Tag unter Strom“, sagt sie, „mit der einen Hand in der Steckdose und mit der anderen am Telefon.“ Aber Maria Sterl klagt nicht, sie lacht, wie eigentlich immer, und erteilt freundlich Auskunft. Zum Gespräch mit „intakt.“ muss die stets fröhliche Dame erst überzeugt werden. Im Mittelpunkt stehen, „eigentlich wollte ich das gar nicht“, sagt sie bescheiden. Dann redet sie doch. Und nach 17 Jahren im Unternehmen hat die 63-Jährige viel zu erzählen.

Als Maria Sterl Ende 2000 bei Ludwig Meister anfing, stand die Zentrale noch an der Stuttgarter Straße in München und die heutigen Geschäftsführer Elisabeth und Max Meister noch nicht einmal im Berufsleben. „Elisabeth hatte da gerade das Studium angefangen und Max ist noch zur Schule gegangen“, erinnert sie sich. Ihr erster Eindruck nach dem Gespräch mit der damaligen Personalleiterin Ulrike Meister war gleich positiv, sagt sie: „Menschenskind, habe ich mir gedacht, das tät’ mir schon zusagen.“ Ihren Entschluss hat sie nie bereut. Bei Ludwig Meister schätzt sie besonders das Familiäre: „Das ist nicht selbstverständlich. Bei uns ist man Mensch.“

Von Anfang an nutzte Sterl jede freie Minute, um neue Aufgaben zu übernehmen. „Telefon, Posteingang, Kundenempfang, Frachtrechnungen prüfen“, zählt die gebürtige Schongauerin auf. „So vergeht die Zeit ganz schnell. Ich habe noch nie sagen können: Hach mei, jetzt ist’s erst

zwölf, jetzt muss ich noch so lang arbeiten.“ Telefonieren bleibt ihre Hauptaufgabe. „Zu Hause lasse ich das Telefon aber lieber liegen. Da habe ich dann genug davon“, sagt sie und schmunzelt.

So wohl sie sich am Arbeitsplatz auch fühlt und den Umgang mit den Kollegen schätzt – die Vorfreude auf den Ruhestand ist groß. Aktiv will sie bleiben, Bekannte treffen und Karten spielen, kochen, den Garten im heimischen Karlsfeld pflegen – und reisen: „Mein Mann und ich haben vor, an der Donau entlangzuradeln, von Passau bis nach Wien“, verrät sie. „Und mit dem Postschiff die Fjorde Norwegens bereisen.“

Der Kontakt mit Menschen war ihr schon immer wichtig. „Ein einsames Büro wäre nichts für mich, da würde ich eingehen wie eine Primel“, sagt die gelernte Kauffrau, die ihre Ausbildung bei einem Münchener Spirituosenhersteller absolviert hat. Der fachliche Hintergrund der Technikbranche fehlt ihr. Bei Problemen hat Maria Sterl aber stets Lösungen gefunden. „Wenn ich irgendein Teil vor mir liegen habe, weiß ich nicht immer, was das ist. Aber ich weiß, in welchen Bereich es gehört und kann die Kunden entsprechend verbinden. Da habe ich meine festen Telefonjoker.“

Sterls freundliche und fröhliche Art, ihr Fleiß und ihre Hilfsbereitschaft sind allseits geschätzt. Sowohl bei Kunden, als auch in der Geschäftsführung, wie Peter L. Meister anerkennend deutlich macht: „Es ist eine Selbstverständlichkeit, dass wir die beste Besetzung der Zentrale, die wir je hatten, in einem unserer intakt-Artikel würdigen.“ ●

Mit System zur einfachen Warenausgabe.

Die Ziegler Holzindustrie GmbH und Co. KG betreibt das größte Sägewerk Europas auf einem über 40 Hektar großen Betriebsgelände in Bayern.

Bislang mussten alle Mitarbeiter jeden Morgen Werkzeuge und Arbeitsschutzkleidung aus einem zentralen Lager holen, was viel Zeit kostete. Ludwig Meister hat den Arbeitsalltag der Ziegler-Belegschaft nun mit einem individuellen Dienstleistung^{Plus}-Modul erleichtert – und die Effizienz deutlich gesteigert.

WWW

<http://www.ziegler.global>

Das Einzugsgebiet für den Rohstoff Holz der Firma Ziegler Holzindustrie liegt inmitten des waldreichsten Gebietes Mitteleuropas. Es reicht vom Böhmerwald und dem Erzgebirge bis zum Thüringer Wald und dem Frankenjura. Aus einem Umkreis von rund 100 Kilometern bringen etwa 300 Lastwagen jeden Tag tonnenschwere Baumstämme zur Firma im bayerischen Plößberg an der tschechischen Grenze. Dort schneiden hochmoderne Maschinen aus den rund zwei Millionen Festmetern hochwertiges Bauholz. In sechs Jahrzehnten hat sich das Sägewerk Ziegler zum größten Betrieb seiner Art in Europa entwickelt. Doch bevor der erste Baumstamm des Tages zu Schnittholz verarbeitet werden konnte, mussten die Mitarbeiter der Firma Ziegler Holzindustrie zur einzigen Warenausgabe auf dem mehrere Quadratkilometer großen Betriebsgelände, um Werkzeuge und Arbeitsschutzkleidung zu bekommen. Die Warenausgabe befand sich im Büro des Einkaufs. Da hier deswegen reger Durchgangsverkehr stattfand, war natürlich auch der Arbeitsablauf ständig unterbrochen.

„Eine absolut unbefriedigende Situation“, erinnert sich Sven Nürbauer, technischer Einkäufer bei Ziegler, heute. „Es ging dadurch viel Zeit verloren.“ Doch die Situation in Europas größtem Sägewerk hat sich in den vergangenen Monaten deutlich verbessert – dank des Dienstleistung^{Plus}-Moduls „Warenausgabe mit Zugriffsschutz“ von Ludwig Meister. Die zentrale Warenausgabe wurde durch drei lokale Stationen komplett ersetzt. „Wir haben die Ausgabe-schränke so auf dem Gelände platziert und bestückt, dass jeder Mitarbeiter schnell auf das Arbeitsmaterial zugreifen kann. Und da das System rund um die Uhr verfügbar ist, können die Produkte jetzt auch außerhalb der Öffnungszeiten der zentralen Warenausgabe entnommen oder zurückgebracht werden. Das macht uns heute wesentlich flexibler und wir arbeiten viel effizienter“, sagt Sven Nürbauer.

Seit drei Jahren beliefert Ludwig Meister die Ziegler Holzindustrie. „Hauptsächlich waren es bisher Teile aus der Antriebstechnik, wie Kugellager“, weiß Benjamin Kuhl, Projektmanager bei Ludwig Meister für das Ausgabesystem bei Ziegler. Er betreut das Unternehmen seit Frühjahr 2016. „Das Projekt war das erste, das ich mit dem Kunden umgesetzt habe“, erzählt der 33-Jährige. Der Kontakt zu Ziegler entstand ziemlich schnell: Ein Kollege machte ihn darauf aufmerksam, dass das Unternehmen auf der Suche nach neuen Warenausgabelösungen war. Wenige Anrufe später sprach der gelernte Werkzeugmechaniker bereits detailliert mit Sven Nürbauer über das Dienstleistung^{Plus}-Modul. „Ich wusste ja, dass Ludwig Meister so etwas anbietet“, erzählt Sven Nürbauer, „deshalb lief alles sehr unkompliziert und schnell.“ Im Mai 2016 fanden die ersten Gespräche statt – nur vier Monate später, Ende September, konnte Ziegler das neue Ausgabesystem bereits in Betrieb nehmen.

„Das neue System macht uns heute wesentlich flexibler und wir arbeiten viel effizienter.“

Sven Nürbauer, technischer Einkäufer bei Ziegler



benjamin.kuhl@ludwigmeister.de

Für Fragen zu Warenausgabesystemen können Sie sich direkt mit Herrn Kuhl in Verbindung setzen.

Das Modul „Warenausgabe mit Zugriffsschutz“ gibt Werkzeuge, Artikel der persönlichen Schutzausrüstung und anderes Material vollautomatisch aus. Dafür stehen mehrere Schrankvarianten, von Spiralschränken über Karussellschränke bis hin zu verschiedenen Schubladenschränken zur Verfügung. „Bei Ziegler haben wir uns für Karussellschränke entschieden. Die Fachgrößen eignen sich besonders für die Lagerung von unterschiedlich großen und teilweise sperrigen Produkten, wie für die persönliche Schutz-



ausrüstung“, sagt Benjamin Kuhl. Die Schränke sind jeweils 1,10 Meter breit und 2,10 Meter hoch und bieten bis zu 468 Lagerplätze je Exemplar. Mit ihrem Chip vom Zeiterfassungssystem können die Arbeiter auf die Artikel zugreifen. Auf einem 17-Zoll-Display zeigt das Gerät zudem eine Favoritenliste für den jeweiligen Mitarbeiter an, sodass die Mitarbeiter beim nächsten Mal noch schneller ihre gängigsten Werkzeuge bekommen.

Das Modul funktioniert auch als Buchhaltungssystem. Jeder der 500 Kilogramm schweren Schränke greift direkt auf eine zentrale Datenbank zu und erfasst genau, welcher Mitarbeiter wann und wo etwas entnimmt. „Wir wissen, wo unsere Werkzeuge unterwegs sind. Der zuvor übliche Schwund ist in den vergangenen Monaten bereits zurückgegangen“, sagt Sven Nürbauer. Seit der Einführung des neuen Warenausgabesystems bei Ziegler liefert Ludwig Meister auch den kompletten Bedarf des Systems. Dazu gehören beispielsweise PSA-Artikel, Cuttermesser, Wasserpumpenzangen oder Signierkreide. „Wenn ein Artikel den Mindestbestand unterschritten hat, kann der Kunde direkt die passende, originale Bestückung bei uns nachbestellen“, erklärt Benjamin Kuhl.

Die Umstellung auf das neue Warenausgabesystem hat sich für Ziegler schon jetzt gelohnt. „Durch die drei Ausgabestationen haben wir die Warteschlangen deutlich verkürzt. Die Mitarbeiter können schneller mit der Arbeit beginnen und müssen keine langen Wege auf sich nehmen“, sagt Sven Nürbauer. Das ist gerade bei einem großen Gelände, wie wir es haben, sehr wichtig.“ ●

„Pro Tag werden bei Ziegler

7.000 Festmeter Rohholz angeliefert.

Das entspricht über **300** Lkw-Ladungen.“

zusammengefasst.

Das Modul „Warenausgabe mit Zugriffsschutz“ dokumentiert exakt Entnahme und Verbrauch von Artikeln. Das System eignet sich sowohl für kleine Unternehmen wie für große Belegschaften und wird auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten. Die Ausgabeschränke gibt es in verschiedenen Größen und Ausführungen. Weil sie die Waren vollautomatisch ausgeben, entfällt eine Betreuung der Geräte.

Vorteile des Systems auf einen Blick:

- Zugriff rund um die Uhr
- Kurze Wege für Mitarbeiter
- Kein Warenschwund
- Erhöhte Verfügbarkeit
- Reduzierte Suchzeiten
- Reduzierte Kapitalbindung
- Optimierte Ausnutzung des Warenbestands
- Optimierter Beschaffungsprozess
- Komplettes Transaktionsprotokoll via Software bietet saubere Dokumentation



QUALITÄT GEWINNT.



Meilenstein für HAIMER: Mit eigens entwickelten 3-D-Messtastern hat die Erfolgsstory des Unternehmens Fahrt aufgenommen. Das erste eigene Produkt wurde von HAIMER 1988 auf den Markt gebracht.

Die HAIMER GmbH hat sich den Ruf eines Weltmarktführers erarbeitet. Als Spezialist für Werkzeugspanntechnik und Metallzerspanung entwickelt, fertigt und vertreibt das Unternehmen hochpräzise Produkte in diesen Bereichen. Dieses Jahr feiert das Unternehmen aus dem bayerischen Igenhausen sein 40-jähriges Bestehen – und hat in den vergangenen zehn Jahren Ludwig Meister als zuverlässigen Lieferanten schätzen gelernt.

Drei unterschiedliche modulare Frässysteme von drei verschiedenen Herstellern – und eine Aufgabe: so schnell und präzise wie möglich ein Werkstück aus Werkzeugstahl zu bearbeiten. Gleich dreimal muss der erste Fräskopf ansetzen, um die gewünschte Schnitttiefe zu fräsen. Wertvolle Zeit geht dadurch verloren. Auch das zweite System schafft es nicht in einem Durchlauf. Dann setzt das Duo-Lock System aus dem Hause HAIMER zum Schnitt an. Je tiefer der Eingriff, desto größer das zerspannte Volumen und desto effizienter die Zerspanung. Ansatzlos und präzise, so wie ein heißes Messer durch kalte Butter gleitet, meistert das Frässystem die volle Schnitttiefe in einem Schritt. Dank seinem patentierten Doppelkonus und der damit verbundenen enormen Steifigkeit schneidet das Werkzeug hochgenau und effizient.

1977 begann die Erfolgsgeschichte von HAIMER, dem heutigen Experten für Werkzeugspanntechnik und Metallzerspanung als Kleinbetrieb. „Meine Eltern Franz und Claudia Haimer entwickelten das Unternehmen aus einfachsten Verhältnissen und haben sich langsam hochgearbeitet“, erzählt Andreas Haimer, Geschäftsführer der Haimer GmbH und President der Haimer Group. Sie fingen als Lohnzulieferer für den Werkzeug- und Formenbau, die Luft- und Raumfahrt und die Automobilindustrie an und fertigten schon damals hochpräzise Bauteile. „Dadurch haben wir schon früh eine ganze Menge Know-how im Bereich der Zerspanung gewonnen.“ Elf Jahre nach Gründung des Betriebs präsentierte

HAIMER den ersten eigenen 3-D-Messtaster, ein vielseitiges Messgerät für Fräs- und Erodiermaschinen. Für das Unternehmen war das ein echter Meilenstein. Und es folgten viele weitere: von Werkzeugaufnahmen, Schrumpf- und Auswuchttechnik bis hin zu eigenen Hartmetall-Fräswerkzeugen. Heute gilt HAIMER als Weltmarktführer in der Werkzeugschrumpf- und Auswuchttechnologie sowie als europäischer Marktführer im Bereich Werkzeugaufnahmen.

Noch immer ist das Unternehmen fest in der Hand der Familie Haimer. Während Franz Haimer sein Wissen als technischer Geschäftsführer weitergibt und Claudia Haimer die Bereiche Verwaltung, Marketing und Direktvertrieb verantwortet, ist seit einigen Jahren auch die zweite Generation im Unternehmen verankert. Der älteste Sohn Andreas kümmert sich unter anderem um die internationalen Geschäfte, die Finanzen, Recht und Controlling. Tochter Kathrin fungiert als Prokuristin und Personalleiterin, und Franz-Josef ist zuständig für die Werkzeugschleiferei. „Unsere Eltern haben die Firma in den vergangenen Jahrzehnten zu einem international führenden Unternehmen rund um die Werkzeugspanntechnik aufgebaut – in einem perfekten Zusammenspiel“, sagt Andreas Haimer. „Das möchten wir drei in der zweiten Generation natürlich fortführen.“ Deshalb enden die familieninternen Gespräche auch nicht zum Feierabend. „Wir sind natürlich auch an Sonn- und Feiertagen in ständigem Austausch und diskutieren kontrovers über verschiedene Dinge. Das geht gar



nicht anders“, schmunzelt der 32-Jährige. „Dialog und Abstimmung sind aber nicht nur in unserer Familie wichtig. Auch mit unseren Führungskräften und Mitarbeitern tauschen wir uns ständig über das Unternehmen aus.“

„Unsere Eltern haben das Unternehmen zu einem international führenden Hersteller rund um die Werkzeugspanntechnik aufgebaut.“

Andreas Haimer, Geschäftsführer der Haimer GmbH und President der Haimer Group

Mittlerweile arbeiten weltweit über 600 Mitarbeiter in der HAIMER Gruppe. Von Europa mit Polen, Spanien, Italien, Türkei und Großbritannien über Asien (Korea, Japan, China, Indien und Indonesien) bis Amerika (USA, Mexiko und Brasilien) ist der ehemalige Kleinbetrieb aus Bayern mittlerweile auf vier Kontinenten und allen wichtigen Märkten vertreten. Trotz Internationalisierung ist und bleibt Igenhausen

die Unternehmenszentrale. Rund 400 Mitarbeiter sind in dem kleinen Ort im Landkreis Aichach-Friedberg für HAIMER aktiv. Dort produziert das Unternehmen seine Produkte für die Metallzerspanung. Zum Januar 2017 hat die HAIMER Gruppe die erste Akquisition erfolgreich abgeschlossen und einen zweiten deutschen Fertigungsstandort mit der HAIMER Microset GmbH in Bielefeld dazugewonnen. Am Standort Bielefeld wird seit über 40 Jahren das für HAIMER neue Produktsegment, eine komplette Bandbreite an Mess- und Voreinstellgeräten, entwickelt, konstruiert und produziert. Durch die Übernahme der HAIMER Microset komplementierte HAIMER das bestehende Portfolio mit hochpräziser Werkzeug(spann)-, Schrumpf- und Auswuchttechnik perfekt und wurde dadurch zum Systemanbieter für Werkzeugmanagement rund um die Werkzeugmaschine.

Seit mehr als einem Jahrzehnt vertraut HAIMER auf die Qualität und Zuverlässigkeit von Ludwig Meister. „Ludwig Meister zählt im süddeutschen Raum zu den Zerspanungsspezialisten – es war klar, dass wir früher oder später zueinander finden“, sagt Andreas Haimer. Das Igenhauser Unternehmen bezieht von Ludwig Meister Produkte für die Fertigung der Werkzeugaufnahmen. Auch vertriebsseitig

Die zweite Generation:

Andreas Haimer kümmert sich zusammen mit seinen Geschwistern um die Geschicke des Unternehmens. Ihre Eltern Franz und Claudia Haimer haben die Firma in den Bereichen Werkzeugschrumpf- und Auswuchttechnologie sowie Werkzeugaufnahmen zum Global Player gemacht. „Das möchten wir natürlich fortführen“, sagt Sohn Andreas Haimer.



stefan.brezina@ludwigmeister.de

Bei Fragen rund um Werkzeugtechnik können Sie direkt mit Stefan Brezina Kontakt aufnehmen.

arbeiten die beiden süddeutschen Firmen zusammen: Ludwig Meister vertreibt als Partner der Precitool-Gruppe auch Produkte von HAIMER. „Wir werden von Ludwig Meister sehr zielgerichtet und flexibel unterstützt. Mittlerweile ist daraus mehr als eine reine Beziehung zwischen Lieferant und Kunde entstanden“, gibt Andreas Haimer Einblicke in die gute Zusammenarbeit.

Stefan Brezina ist zum Start der Partnerschaft der beiden Betriebe als Mitarbeiter in der Werkzeugtechnik zu Ludwig Meister gekommen. Schnell hat der 49-Jährige Gemeinsamkeiten erkannt: „Neben der Tatsache, dass die Firmen familiengeführt sind, verbindet sie vor allem ihre Struktur. Beide haben einen ausgesprochen hohen technischen Anspruch an ihre Artikel und Produkte. Zudem ist beiden die Nähe zu ihren Kunden sehr wichtig.“ Trotz des Wachstums – auch über Deutschlands Grenzen hinaus – betont Stefan Brezina vor allem die Bodenständigkeit. „Sowohl HAIMER als auch Ludwig Meister zeichnen sich dadurch aus, dass sie weiterhin auf Partner und Kunden aus der Region setzen – und durch ihre Nachwuchsförderung.“

„Die Nachwuchsgewinnung ist ein elementarer Bestandteil unserer Strategie“, sagt Andreas Haimer. „Viele unserer jetzigen Führungskräfte haben vor einigen Jahren schließlich selbst als Auszubildende bei uns angefangen.“ Die immer schwerer werdende Suche nach Fachkräften veranlasst HAIMER, die haus-eigene Berufsausbildung stark zu forcieren, um auch in Zukunft für das Wachstum der Firmengruppe gewappnet zu sein. So hat HAIMER im September vergangenen Jahres erstmals 50 Auszubildende beschäftigt – sowohl im kaufmännischen als auch im technischen Bereich. Regelmäßige aktive Beteiligung an Jobbörsen und Berufsinformationstagen tragen dazu bei, junge Menschen für HAIMER und die Metallbearbeitung zu gewinnen.

Der auch nach 40 Jahren anhaltende Erfolg gibt HAIMER Recht, dass der eingeschlagene Weg richtig ist. Tiefe Einblicke in die Welt von HAIMER können Sie beim großen Jubiläumus-Open-House „40 Jahre HAIMER Qualität“ vom 27.-29.09.2017 vor Ort in Igenhausen gewinnen. Unter anderem wird auch Ludwig Meister als Technologiepartner und Unter-aussteller vertreten sein. ●

„Wir werden von Ludwig Meister sehr zielgerichtet und flexibel unterstützt. Mittlerweile ist daraus weit mehr als eine reine Beziehung zwischen Lieferant und Kunde entstanden.“

Andreas Haimer, Geschäftsführer der HAIMER GmbH und President der Haimer Group



1

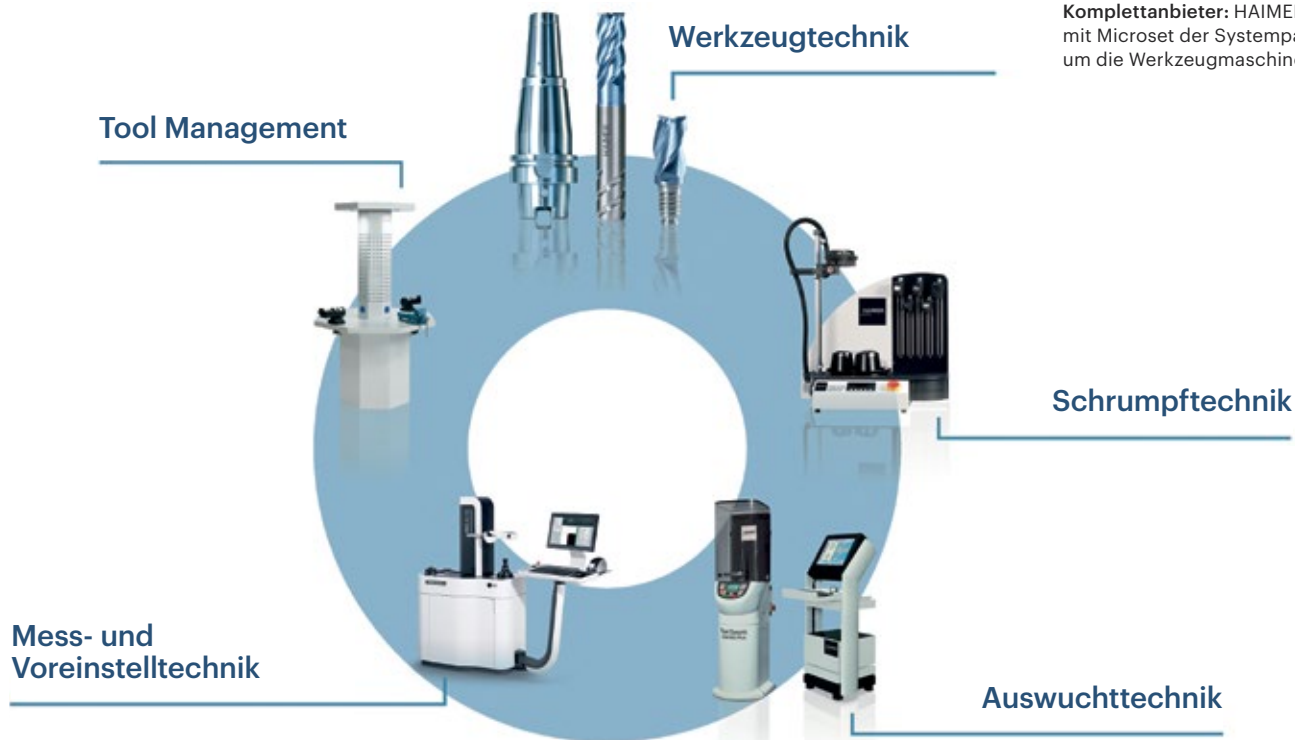
Breites Anwendungs- und Beratungsspektrum: Unterschiedliche Fräswerkzeuge (1), Schulungen an Maschinen (2) und bedingungslose Qualitätskontrolle (3) – HAIMER zeichnet hohe Kompetenz in allen Bereichen aus.



2



3



intakt im Gespräch ...

mit Andreas Haimer

Die HAIMER GmbH feiert dieses Jahr ihr 40-jähriges Jubiläum. Wie würden Sie diese vier Jahrzehnte zusammenfassen?

Die vergangenen 40 Jahre wurden im Wesentlichen geprägt durch Qualität, Innovation, Wachstum und Internationalisierung. Basis hierfür sind unsere engagierten und begeisterten Mitarbeiter, die dies erst durch ihren täglichen, unermüdlichen Einsatz ermöglichen.

HAIMER hat im Januar dieses Jahres mit der Microset GmbH die erste Akquisition abgeschlossen.

Was verspricht man sich davon? Mit der HAIMER Microset GmbH erweitern wir unser Produktprogramm logisch um die Mess- und Voreinstelltechnik. Dadurch werden wir zum Systemanbieter für Werkzeugmanagement rund um die Werkzeugmaschine; wir können nun vom Werkzeugspannmittel inklusive Fräswerkzeug, über die Schrumpf- und Auswuchttechnik bis hin zur Werkzeugvermessung alles aus einer Hand liefern und wollen unsere Kunden damit ganzheitlich auf dem Weg zur Industrie 4.0 unterstützen.

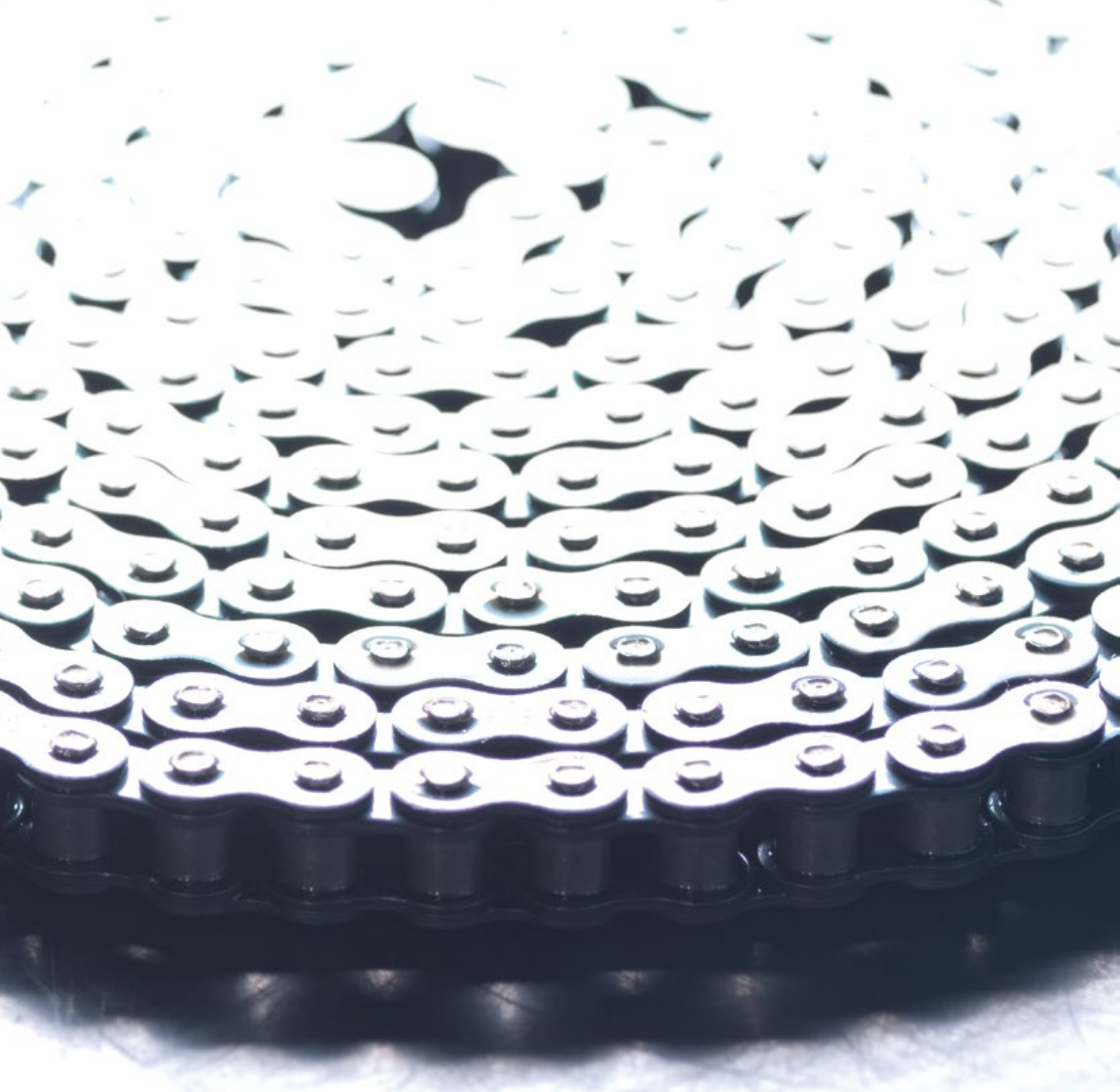


Was plant HAIMER für die kommenden 40 Jahre und darüber hinaus?

Für die Zukunft haben wir noch viel vor. Neben einer kontinuierlichen Erweiterung unseres Produktsortiments wollen wir in allen relevanten Märkten mit unseren Bestands- und vor allem mit unseren Neuprodukten weiter wachsen. Die letzten 40 Jahre haben gezeigt, dass man Ziele braucht, diese fokussiert und immer wieder an den Marktgegebenheiten ausrichtet.

Eine neue Kette, bitte.

Defekte Ketten ersetzen, beim Einbau helfen, bei der Auswahl des richtigen Antriebs beraten – Ludwig Meister ist Spezialist, wenn es um Ketten und Kettenräder geht. Durch kompetente Unterstützung vor Ort und in der Filiale können Förder- und Antriebsketten schnell und professionell den Bedürfnissen des Kunden angepasst werden.



Der Kunde im Dachauer Laden von Ludwig Meister hat eine ausgebaute Kette bei sich. Noch bevor er ein Wort gesagt hat, kennt Konrad Wallner bereits sein Anliegen: „Die Kette hat ihren Dienst getan. Wahrscheinlich muss eine neue abgelängt werden.“ Konrad Wallner, Leiter des Ladenteams im Ludwig Meister Stammhaus Dachau, ermittelt die Eckdaten der Kette und gibt diese an Andreas Riedmair aus der Werkstatt weiter. „Das Ablängen von Ketten ist eine unserer Standardaufgaben“, sagt Andreas Riedmair. „Bis zu zehn solcher Aufträge bekommen wir in der Werkstatt jeden Tag.“

„Unser Produkt-Service bei Ketten zielt auf die Kunden, die das Ablängen entweder aus Zeitgründen nicht selber machen möchten, oder nicht die Möglichkeiten dazu haben“, erklärt Konrad Wallner. Meistens nehmen kleinere Betriebe ohne eingerichtete Metallwerkstatt diese Dienste in Anspruch. Die Werkstatt bei Ludwig Meister ist mit einem Extrabereich für die Kettenfertigung ausgestattet. „Das Ablängen dauert nur wenige Minuten“, so Konrad Wallner weiter. „Im Normalfall wartet der Kunde insgesamt nicht länger als eine halbe Stunde, bis er die neue Kette direkt wieder mitnehmen kann.“ Wenn er die Eckdaten, wie Kettentyp und die gewünschte Kettenlänge, bereits vorher telefonisch mitteilt, geht es natürlich noch schneller. Neben dem Ablängen baut Ludwig Meister auch Antriebsketten zu Förderketten um. Die breite Auswahl an Laschen- und Bolzenformen, die dabei statt der Standardbauteile einer Rollenkette eingesetzt werden sowie deren praktisch beliebige Kombination, erlauben dabei die unterschiedlichsten Anwendungsmöglichkeiten.

Natürlich funktioniert keine Kette ohne die entsprechenden Kettenräder. Ludwig Meister setzt dabei vor allem auf das Taper-Buchsen-System, das bei Riemenantrieben die klassische Passfederverbin-

dung bereits übertroffen hat. Auch bei Kettenrädern befindet sich die Taper-Buchse auf dem Vormarsch. „Wir bekommen von unseren Kunden immer wieder bestätigt, dass dieses System deutlich robuster ist, als die reine Passfederverbindung“, sagt Konrad Wallner. „Außerdem können Kettenräder mit Taper-Buchsen unterschiedlicher Innendurchmesser kombiniert werden und sind dadurch für mehrere Wellendurchmesser sofort einsatzbereit. Das aufwendig Bohren und Nuten des Kettenrads entfällt, was für den Sofortbedarf sehr praktisch ist.“

Die Anzahl unterschiedlicher Einsatzfälle für Ketten und Kettentriebe lässt sich kaum beziffern. Entsprechend umfangreich sind daher auch die Anforderungen, mit denen Kunden an Konrad Wallner und seine Kollegen herantreten. „Aber nahezu jedem, der in unseren Laden gekommen ist, konnten wir bisher helfen.“ So auch im besagten Fall. Die Kette, die der Kunde bei sich hat, ist für eine Rundballenpresse. Dieses landwirtschaftliche Gerät dient dazu, Heu oder Stroh zu lagerfähigen und platzsparenden Gebinden zu pressen. Der passende Ersatz ist vorrätig und die Konfektionierung in der Werkstatt ist schnell erledigt. Der ersten Heuernte des Jahres steht also nichts mehr im Weg und als der nächste Besucher mit ausgebauter Kette in der Dachauer Filiale bereitsteht, weiß Konrad Wallner bereits, worum es geht: „Eine neue Kette, bitte.“ ●

„Nahezu jedem Kunden, der in unseren Laden gekommen ist, konnten wir bisher helfen.“

Konrad Wallner, Leiter des Ladenteams im Ludwig Meister Stammhaus Dachau

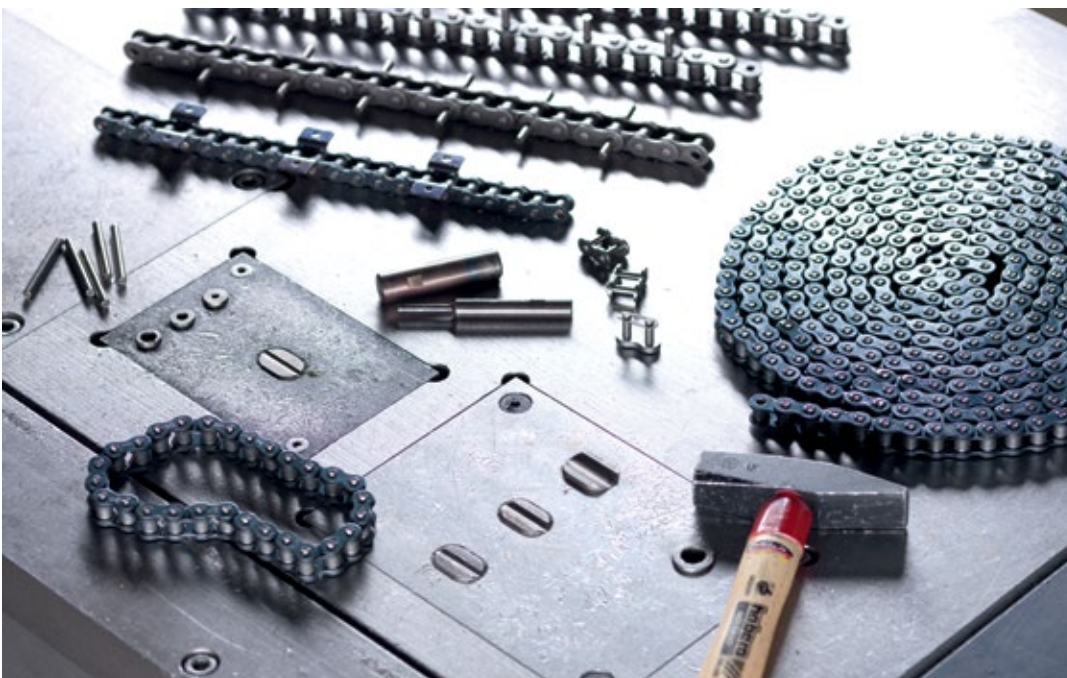


franziska.froehlich@
ludwigmeister.de

Bei Fragen rund um Ketten können Sie direkt mit Frau Fröhlich in Kontakt treten.

Experte für Ketten:

Ludwig Meister längt Ketten auf Wunsch individuell ab. Antriebsketten können in der Werkstatt zu Förderketten umgebaut werden.



Schneller zum gewünschten Produkt.

Ludwig Meister ist mit einem neuen Webshop am Start. Erstmals vereint der Onlineauftritt Homepage und Einkaufsportale. Die Digitalstrategie des Unternehmens umfasst jedoch mehr als nur den Internetauftritt. Geschäftsführer Max Meister und IT-Leiter Stephan Geg verraten im Interview mit intakt, die Besonderheiten des Shops – und wie die Digitalisierung bei Ludwig Meister alle Prozesse beschleunigt.



Herr Meister, Herr Geg, seit dem 22. März ist Ludwig Meister mit einem neuen Webshop online. Wie haben Sie vor dem Launch geschlafen?

Max Meister: Sehr gut, weil alles lange vorbereitet war und wir ausgiebig getestet haben. Ich habe mir überhaupt keine Sorgen gemacht.

Stephan Geg: Ich schlafe auch so manchmal schlecht, aber das liegt dann nicht am Webshop. (lacht). Den kannten wir schon sehr gut, bevor wir ihn für die Öffentlichkeit freigegeben haben.

Was macht den neuen Shop besonders?

Max Meister: Erstmals sind alle unsere Produkte sofort öffentlich zugänglich. Jeder kann sich ohne Anmeldung informieren und einkaufen. Wir hatten ja schon vorher einen Webshop. Aber der war nur Kunden zugänglich, die sich persönlich bei uns registriert hatten. Uns war wichtig, dass wir unsere Kunden umfassend und transparent über die für sie

relevante Technik und unsere Produkte informieren.

Stephan Geg: Dazu gehört natürlich auch, die technischen Produktdaten umfangreich und herstellerübergreifend aufzuarbeiten. Oft ist es ja so, dass Hersteller für ein und dasselbe Merkmal unterschiedliche Bezeichnungen verwenden. Der eine benutzt das Wort „Innendurchmesser“, der andere schreibt ID und misst vielleicht noch anders. Wie soll da der Kunde alternative Produkte verschiedener Hersteller sauber vergleichen? Wir haben zum ersten Mal in Eigenregie alle Merkmale eines Artikels normiert und ausführlich beschrieben. Viele Shops unserer Wettbewerber machen sich diese Mühe nicht.

Max Meister: Außerdem haben wir die Suchfunktion enorm erweitert und arbeiten ganz stark mit Synonymen. Wenn Sie zum Beispiel einen O-Ring suchen, dann können Sie auch Rundschnur oder sogar Ohrring eingeben – Sie würden den gewünschten Artikel finden.

Stephan Geg: Bevor wir mit dem Projekt gestartet sind, haben wir unsere Kunden gefragt, was für sie an einem Shop entscheidend ist. Immer wieder klang durch, dass die Suche eigentlich das Wichtigste überhaupt am Shop ist. Entsprechend hoch waren unsere Bemühungen, unseren Kunden das Suchen oder vielmehr das Finden besonders komfortabel zu gestalten.

Rund 100.000 Artikel sind zum Launch im Shop bestellbar, insgesamt 2,5 Millionen hat Ludwig Meister im Sortiment. Werden die alle noch in den Shop aufgenommen?

Stephan Geg: Ja und nein. Die 100.000 Artikel, die es zu Beginn im Shop gibt, sind unsere gängigsten, und natürlich werden wir unser Angebot peu à peu ausbauen. Wir haben ja bereits darüber gesprochen, wie wichtig gute Produktdaten sind. Der Aufwand, unser gesamtes Sortiment entsprechend aufzubereiten, wäre dafür viel zu groß. Kunden werden wir aber künftig dennoch Zugriff auf alle 2,5 Millionen Artikel ermöglichen und stellen die restlichen Artikel in einem sogenannten Sortiment^{Plus} zur Verfügung. Diese Artikel haben eine eindeutige Artikelnummer, eine Bezeichnung und eine Kurzbeschreibung – allerdings führen wir sie ohne technische Merkmale. Also ja, wir werden unser gesamtes Sortiment über den Webshop verkaufbar machen.

Der Mittelstand in Deutschland hinkt beim Thema Digitalisierung hinterher, warnen Experten. Ist Ihnen als technischer Händler klar, an welchen Punkten Sie ansetzen müssen?

Max Meister: Mein Vater hat schon um 1990 entschieden, dass wir eine IT-Abteilung aufbauen. Wir investieren überproportional in Technik, Logistik und IT – das ist unsere Kernkompetenz. Im Wettbewerb sind wir auf einem guten Weg, da bin ich mir sehr sicher. Unser Ziel ist dabei auch, dass wir keinen Chief Digital Officer brauchen, der alle Mitarbeiter erinnert, dass Digitalisierung wichtig ist. Wir wollen vielmehr eine digitale Firmenkultur entwickeln, bei der jeder, egal ob im Vertrieb, im Einkauf, in der Logistik, in der Werkstatt oder Buchhaltung, bei allem, was er tut, von sich aus immer mitbedenkt: Alle sind mit IT-Themen konfrontiert und alle müssen schauen, dass Prozesse sauber, stabil und gut abgewickelt werden. Ein Händler, der keine IT-Kompetenz hat oder keine Logistik-Kompetenz, den gibt es heute oder spätestens in drei Jahren nicht mehr.

Was bedeutet Digitalisierung im Alltag von Ludwig Meister konkret?

Max Meister: Aufträge, die kundenindividuelle Auftragsdokumente oder eine spezielle Etikettierung der Ware erfordern, müssen bei uns beispielsweise nicht separiert von den sonstigen Aufträgen behandelt werden. Die speziellen Lieferscheine und

Etiketten werden im Standardprozess vollautomatisch produziert, ohne dass die Kollegen im Wareneingang ein besonderes Augenmerk darauf legen müssten. Für den Kunden bedeutet das einen sehr fehlerunanfälligen Zusatzservice zu erhalten, ohne dass er mit längeren Lieferzeiten rechnen müsste. Und wir haben eine durchgängig digitale Prozesskette realisiert, die beliebig skalierbar ist, ohne einen zusätzlichen personellen Aufwand zu betreiben. Das, glaube ich, zeichnet uns aus. Wenn wir heute neue Prozesse aufnehmen oder wenn wir alte überarbeiten, dann schauen wir schon ziemlich genau: Ist das ein Prozess, der in der digitalen Welt funktioniert oder nicht? Und wenn er nicht funktioniert, dann setzen wir den erst gar nicht um.

Stephan Geg: Es gibt ein schönes Zitat, welches dieses Thema ziemlich gut trifft: „Wenn Sie einen Scheißprozess digitalisieren, dann haben Sie einen scheißdigitalen Prozess.“ Das ist vom ehemaligen CEO der Telefónica Deutschland, Thorsten Dirks. Das bedeutet: Nur weil irgendwo digital draufsteht, ist es nicht unbedingt gleich cool und funktioniert.

Wie kann die Digitalisierung Ihren Außendienstmitarbeitern helfen?

Stephan Geg: Es genügt jedenfalls nicht, ihnen ein iPad in die Hand zu drücken. Grundsätzlich wollen wir anhand der Daten, die wir über Kunden, Artikel und Lieferanten bei uns im System haben, die Bedürfnisse der Kunden optimal interpretieren. Wenn wir unseren Außendienstmitarbeitern diese Auswertungen liefern, können sie besser beraten.

Wann haben Sie entschieden, einen Webshop zu entwickeln?

Stephan Geg: Wir haben uns im Sommer 2015 zusammen mit einem Beratungsunternehmen Gedanken gemacht, wie wir uns digital besser aufstellen können. Herr Meister und ich haben dann gesagt, wir brauchen einen neuen Shop. Daraufhin haben wir eine umfassende Strategie entwickelt. Es geht ja um viel mehr als den Webshop – um die ganzen kleinen Prozesse im Hintergrund, die der Kunde überhaupt nicht mitbekommt, wenn er etwas bestellt. Viele manuelle Schritte sind dann nach und nach weggefallen. Wir haben automatisiert, damit der Bestellvorgang flüssiger läuft. So kommt die Ware letztendlich auch schneller beim Kunden an.

Max Meister: Wichtig ist: Der Digitalisierungsprozess ist nicht abgeschlossen – und das wird er auch nie komplett sein. Das sieht man am Beispiel des Webshops: Wir haben heute eine gute Basis geschaffen und diese wird Zug um Zug erweitert. Es kommen neue Produkte dazu, neue Sortimente und neue Funktionen. Es bleibt immer etwas zu tun. Das ist ja das Blöde an dieser Digitalisierung. ●

Finden statt suchen - Produkt Daten sind das A und O im digitalen Handel

Lennart A. Paul erklärt, warum die Qualität von Produktdaten über den Erfolg von B2B-Geschäften mitentscheidet. Er ist Gründer und Herausgeber des Blogs warenausgang.com und Partner bei der Digitalberatung eTribes. Zuvor war er sieben Jahre in der Würth-Gruppe als Projektleiter, Corporate Start-up Founder und Vorstandsassistent tätig. Dort sammelte er weitreichende operative und strategische Erfahrungen im internationalen B2B Digital Business. Heute leitet er Strategie- und Umsetzungsprojekte zur Entwicklung und Realisierung lebensnaher Digitalstrategien für B2B-Marktplätze, -Händler und -Hersteller.

WWW



„Daten sind das neue Öl.“ Diesen Spruch werden Sie im Zusammenhang mit der Digitalisierung sicher auch bereits des Öfteren gehört haben. Berater verwenden ihn gerne in ihren Präsentationen, um eine Analogie zu finden, die die Bedeutung und Wichtigkeit von Daten in einem digitalen Zeitalter hervorhebt. Doch dieser Vergleich ist schlichtweg falsch. Denn anders als Öl sind Daten kein über Jahrtausende entstandener, fossiler Brennstoff, dessen Vorräte zur Neige gehen und für den wir Erdenbewohner bald einen adäquaten Ersatz gefunden haben werden müssen. Daten sind digitale Informationsschnipsel, deren Wachstum und Menge mit jedem Jahr, mit jedem Monat rasant und exponentiell zunimmt. In Bezug auf digitalen Handel haben sie jedoch eine Eigenschaft mit Öl gemein: Sie sind der Treibstoff der Zukunft. Unternehmen wie Amazon, Google, Facebook & Co. haben ihr Geschäftsmodell fast ausschließlich auf Daten und Technologie gebaut. Und feilen weiter daran. Tesla & Co. entwickeln selbstfahrende Autos – ohne die Generierung, Sammlung und Weiterverarbeitung digitaler Daten wäre dies nicht möglich.

Der Stellenwert von Daten sei somit also erstmal geklärt. Doch zu behaupten, Daten seien der neue Treibstoff der digitalen Welt ist hochtrabend und klingt zudem wie eine Berater- oder Managerplattitüde. Und genau darum möchte ich dies auch nicht so stehen lassen. Wie zeigt sich die hohe und weiter steigende Bedeutung von Daten im Alltag? Dazu möchte ich ein Beispiel verwenden, mit dem jeder, der am Beschaffungsprozess eines Unter-

nehmens beteiligt ist, mit Sicherheit in letzter Zeit bereits konfrontiert war und zukünftig wohl immer öfter konfrontiert sein wird: Produktdaten. Dieses Thema umfasst jegliche Informationsschnipsel, die mit einem spezifischen Produkt oder Artikel in Verbindung gebracht werden können.

Dazu gehören:

- Stammdaten wie Gewicht oder Abmessung,
- Attribute wie die Oberfläche oder Betriebsparameter,
- erklärende und beschreibende Produkttexte,
- möglichst viele hochauflösende Bilder von Produkten und Anwendungen,
- Präsentations- und Anwendungsvideos,
- Beziehungen zu anderen Produkten,
- Datenblätter und
- Klassifikationen nach eCl@ss, UNSPSC & Co.

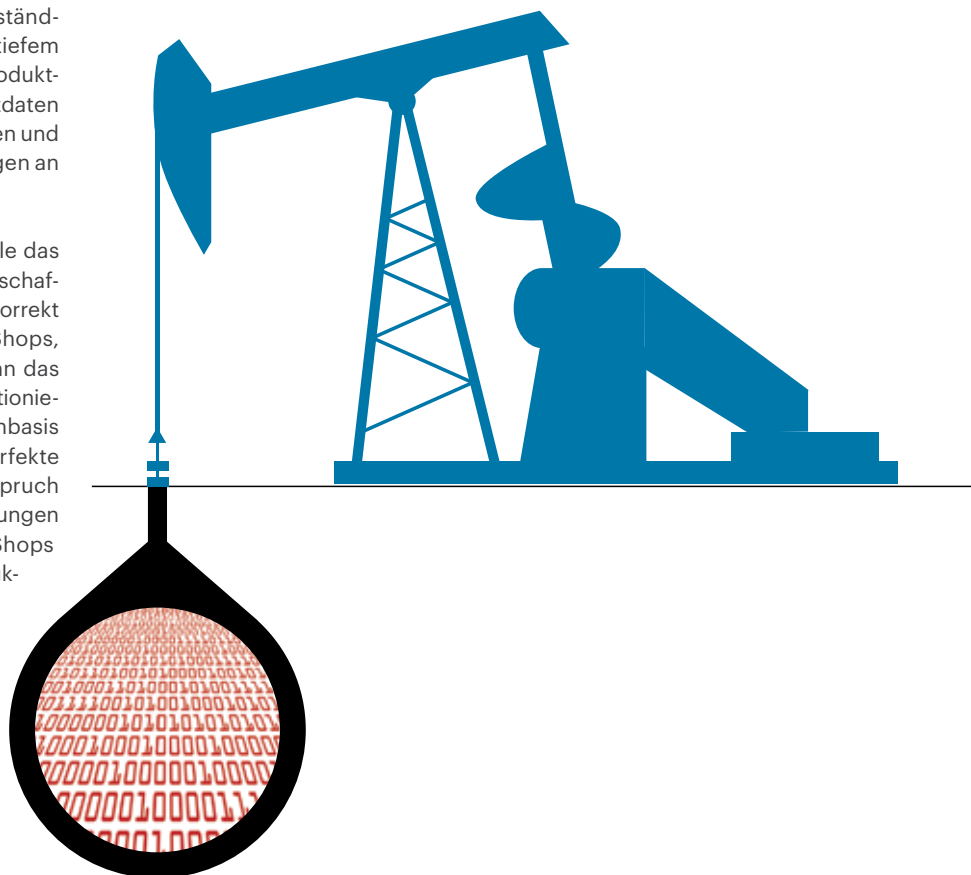
Gerade im Business-to-Business-Kontext spielen Produktdaten in der elektronischen Beschaffung eine bedeutende Rolle. Letztendlich soll der Wechsel von der Beschaffung und Bestellung via Telefon, Fax oder E-Mail hin zu digitalen Bestellkanälen, wie zum Beispiel Online-Shops, digitalen Marktplätzen, elektronischen Katalogen oder OCI-Schnittstellen den Prozess vereinfachen und verschlanken. Um diesen Zustand für ihre Kunden zu erreichen, müssen Anbieter – Hersteller und Händler – heute großen Aufwand betreiben, um ihre Produktdaten mit allen Stamm-, Media- und Marketinginformationen zu höchster Güte zu führen.

Dabei gehen die Anforderungen über das reine Anreichern der Produkte mit allen nötigen technischen Informationen und Attributen hinaus. Insbesondere Händler müssen ihre Kunden kennen und verstehen. Nur dann können Produktdaten so erfasst werden, wie Kunden sie benötigen. Neben den harten Faktoren, dem Wissen über Produkte und die Kenntnis deren Details, spielt das Verständnis der Kundensprache und der Bedeutung und Nutzung von Produktdaten für und durch den Kunden eine entscheidende Rolle. Ohne dieses Grundverständnis der Kundenanforderungen, gepaart mit tiefem Wissen über jede einzelne Subkategorie des Produktportfolios, ist es beinahe unmöglich, Produktdaten auf einen Standard zu bringen, der den heutigen und idealerweise auch den morgigen Anforderungen an Daten gerecht wird.

So löst zum Beispiel eine OCI-Schnittstelle das Stammdatenproblem in der elektronischen Beschaffung nur dann, wenn eben diese Stammdaten korrekt angelegt sind. Die Suchfunktion in Online-Shops, die ja weniger das Suchen ermöglichen, denn das Finden vereinfachen soll, kann nur perfekt funktionieren, wenn die vom Anbieter geschaffene Datenbasis ebenfalls perfekt ist. Nichts Geringeres als perfekte Produktdaten zu haben, muss daher der Anspruch von Anbietern elektronischer Beschaffungslösungen sein. Such- und Filterfunktionen in Online-Shops sind erst richtig mächtig, wenn sie mit gut strukturierten und aufbereiteten Daten gefüttert werden.

In einer immer komplexer und digitaler werdenden Welt sind also Daten tatsächlich ein wichtiger, synthetischer Treibstoff. Heute in erster Linie für gesteigerte Effizienz in der Beschaffung über elektronische beziehungsweise digitale Kanäle. Kunden wollen schließlich etwas finden statt suchen, eine Bestellung sorgenfrei auslösen statt

händisch Fehler eines elektronischen Systems aufgrund schlechter Datenqualität zu beheben. Bei der Wahl der richtigen Partner, der maßgeblichen Lieferanten sollte man sich die Bedeutung der Produktdaten und deren Qualität immer vor Augen führen. So kann man sich am Ende sicher sein, einen Partner zu finden, der einem hilft, sich beschaffungsseitig nicht nur zu elektrifizieren, sondern tatsächlich zu digitalisieren. ●



Lennart A. Paul

Der gelernte Industriekaufmann studierte zunächst Betriebswirtschaftslehre an der Hamburger Fern-Hochschule und schloss seine Studienzeit mit einem Master of Science in „Digital Innovation and Entrepreneurial Leadership“ ab. In seiner siebenjährigen Tätigkeit bei der Würth-Gruppe war er unter anderem Assistent der Konzernführung sowie Corporate Development Manager und baute ein B2B E-Commerce Startup auf. Seit 2016 ist Lennart A. Paul Partner der eTribes Connect GmbH. Im selben Jahr startete er seinen Blog: warenausgang.com.

„Daten sind der Treibstoff der Zukunft.“

Vom Kunden zum Partner:
Thomas Markl (l.) bestellte bei
Ulrich Papenburg zwei Windturbinen
für seine Firma. Seitdem arbeiten die
beiden technikbegeisterten
Geschäftsleute zusammen.



Die Windturbine für das private Haus

30 Jahre lang hat Dr.-Ing. Ulrich Papenburg in der Luft- und Raumfahrt gearbeitet. Jetzt entwickelt er mit seinem Unternehmen TechCarbon vertikale Kleinwindenergieanlagen. „Wind of Change“, mit diesem Slogan bewirbt er seine Windturbinen – und in der Tat stehen diese für technische Innovation und für die Chance, den Energielieferanten „Wind“ ästhetischer und in kleineren Einheiten zu nutzen, als das bisher geschieht. Ludwig Meister unterstützt Ulrich Papenburg mit konstruktiver Beratung und Kugellagern für die entsprechenden Belastungsfälle.

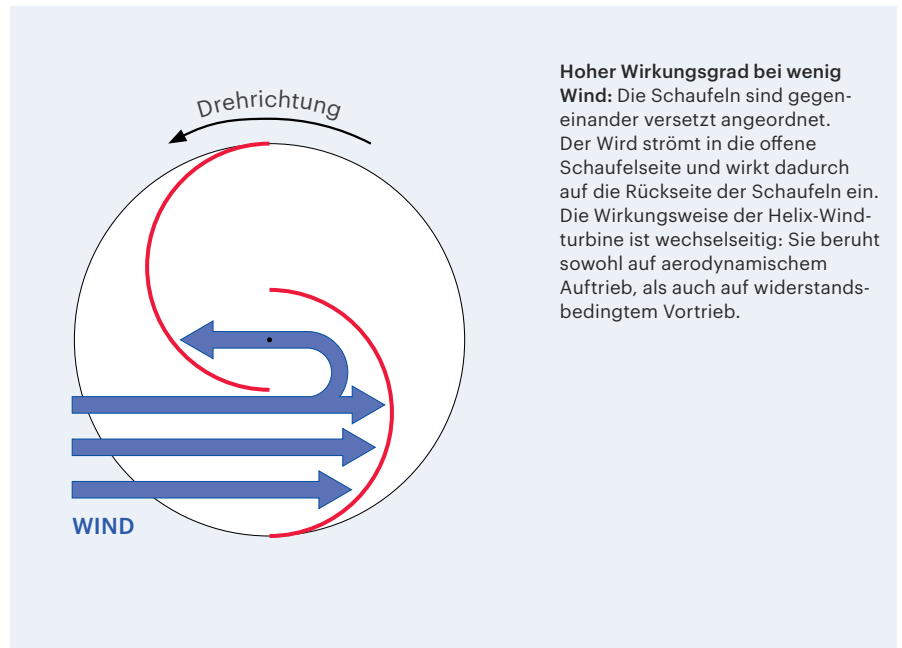
Seine Begeisterung für erneuerbare Energien, vor allem für die Möglichkeit, Energie aus Windkraft zu erzeugen, entstand bei Dr.-Ing. Ulrich Papenburg, Ingenieur und Erfinder in Unterschleißheim bei München, als für ihn klar wurde, dass die konventionellen Methoden der Energieerzeugung keine Zukunft haben würden. Was ihn aber auch an den üblichen, um eine horizontale Achse laufenden Propeller-Windrädern ärgerte, waren deren auffällige Nachteile: „Diese Anlagen erzeugen bei hohen Windgeschwindigkeiten eine Menge Lärm und werfen große Schatten. Entsprechend gering ist daher die Akzeptanz in der Bevölkerung für den Bau von Windanlagen, zumindest in der direkten Nachbarschaft.“ Für den 52-jährigen Ingenieur wiegen die Nachteile der Konstruktion aber mindestens ebenso schwer. So benötigen Propeller-Windräder sehr aufwendige, große Getriebe hinter dem Propellerrad, um die nötigen Drehzahlen zu erreichen. Über weitere Getriebe müssen sie so verstellt werden, dass sie optimal zur Windrichtung stehen. Deshalb begann Ulrich Papenburg vor fünf Jahren, eine Windturbine zu entwickeln, die geräuschlos arbeitet, keine großen Schatten wirft und ohne Getriebe funktioniert. Er konstruierte die Turbine so, dass sie immer im Wind steht und nicht ausgerichtet werden muss. Dadurch hat sie einen guten Wirkungsgrad.

Die vertikale Kleinwindenergieanlage „HELIX Windturbine“ besteht aus einer vertikalen Rotorachse, um die sich zwei oder mehr halbkreisförmig gebogene Schaufeln in Form einer zylindrischen Spirale – einer Helix – drehen. In zwei Größen hat Ulrich Papenburg seine Turbinen konzipiert. Die kleine, die ein Kilowatt erzeugt, hat einen Durchmesser von 1,60 Metern und eine Höhe von 2,10 Metern. Da die meisten Teile aus ultra-leichten Hochleistungsverbundwerkstoffen bestehen, wiegt sie gerade einmal 100 Kilogramm. Dadurch bietet sie sich optimal für die Anwendung auf Privathäusern, kleinen Wohnanlagen oder Industriebetrieben an. „Im privaten Bereich lässt sich die Turbine auf Einfamilienhäusern installieren – auf Satteldächern mit einer Neigung von höchstens 30 Grad. Auf Flachdächern funktioniert die Montage natürlich auch. Entscheidend ist: Je höher die Turbine montiert wird, desto mehr Strom liefert sie“, sagt Ulrich Papenburg. Jeder Meter Höhe bringe ein Prozent mehr Wirkung.

„Je höher die Turbine montiert wird, desto mehr Strom liefert sie.“

Ulrich Papenburg, TechCarbon

Thomas Markl, Inhaber der feinmechanischen Werkstätten Thomas Markl GmbH in Oberhaching und ebenfalls Kunde von Ludwig Meister, wurde durch Zeitungsberichte auf Ulrich Papenburg und seine Firma TechCarbon aufmerksam. „Zwei Jahre



Hoher Wirkungsgrad bei wenig Wind: Die Schaufeln sind gegeneinander versetzt angeordnet. Der Wind strömt in die offene Schaufelseite und wirkt dadurch auf die Rückseite der Schaufeln ein. Die Wirkungsweise der Helix-Windturbine ist wechselseitig: Sie beruht sowohl auf aerodynamischem Auftrieb, als auch auf widerstandsbedingtem Vortrieb.

lang habe ich mit Kollegen recherchiert, wie wir aus Windkraft Energie für das Unternehmen ziehen könnten. Die Idee der vertikalen Windturbine hat uns sofort angesprochen“, erzählt der Geschäftsführer mit großem Engagement für Nachhaltigkeit. Noch in derselben Woche bestellte er zwei Turbinen. Vor allem die Optik und Ästhetik sowie die Wirkung der Turbine haben es Thomas Markl angetan. „Wir haben die Windturbinen bei uns installiert, um zu zeigen, was heute mit alternativen Energien technisch möglich ist.“ Die Anlage auf dem Firmendach zieht nicht nur die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter, sondern auch die von Kunden, Lieferanten und der Nachbarschaft auf sich. Nicht nur die Farbe der Turbine kann frei gewählt werden, auf Wunsch bringt Ulrich Papenburg auch Firmenlogos auf der Turbine an. „Bei der Gestaltung lege ich viel Wert auf Individualität. Wenn der Kunde sagt, er will es schön bunt, dann kriegt er es schön bunt“, sagt Ulrich Papenburg.

Seit November 2015 arbeiten Thomas Markl und Ulrich Papenburg auch im laufenden Geschäft zusammen. Die Thomas Markl GmbH fertigt Aluminium-, Dreh- und Frästeile für TechCarbon. „Herr Markl und ich sind beide sehr technikaffin und wollen das System gemeinsam weiter verbessern“, erklärt Ulrich Papenburg. Wenn dafür der Rat von Ludwig Meister gefragt ist, stehen Matthias Niedermeier und Dipl.-Ing. Simon Mayer aus der Abteilung „Technische Beratung“ von Ludwig Meister jederzeit bereit.

Weil Bayern in den ersten beiden von vier bundesweiten Windzonen liegt, und damit zu den Gegenden mit geringen Windgeschwindigkeiten zählt, soll der Verkauf zügig auf Regionen mit höheren Grundwindgeschwindigkeiten ausgeweitet werden. Nach Österreich und Ungarn sind bereits Anlagen verkauft. „Als Träger für die vertikale Windturbine wären zum Beispiel Schiffe auf See denkbar“, erklärt Ulrich Papenburg seine weiteren Pläne. ●

www

www.wind-of-change.org

video

Aufbau der Turbinen bei der Thomas Markl GmbH



matthias.niedermeier@ludwigmeister.de

Kompetenter technischer Service rund um die Produkte. Matthias Niedermeier aus der Abteilung „Antriebstechnische Beratung“ unterstützt Kunden bei der Konzeption und Auslegung von Anlagen.

staunenswert.

UPM Paper* ist der größte Verarbeiter von Altpapier in der grafischen Industrie.

Mit dem im Laufe eines Jahres recycelten Papier könnte das Unternehmen

fast **3x**

das Empire State Building füllen.

kontakt.

Ludwig Meister GmbH & Co. KG

Zentrale

Otto-Hahn-Straße 11
85221 Dachau

Telefon: +49 8131/3331-0

Telefax: +49 8131/3331-99
intakt@ludwigmeister.de

 Ludwig Meister

*UPM Paper recycelt jährlich 3,4 Millionen Tonnen Papier. Durch aktive Zusammenarbeit mit örtlichen Behörden, Altpapiersammelunternehmen und Gemeinden erhöht das Unternehmen die Wiederverwertungsrate und regt die Bevölkerung zu aktivem Recycling an. So garantiert UPM Paper höchste Öko-Standards und stellt die Qualität eines wertvollen Rohstoffs sicher.