

„Ein Distributor und ein Compoundeur haben einen ganz anderen Geschäftsalltag“

Hintergründe zum Unternehmensumbau bei Albis Plastic und aktuelle Herausforderungen

Auf der K 2019 kündigte Albis Plastic an, sein Distributions- und Compounding-Geschäft in zwei Unternehmen aufzuteilen. Nun ist der Umbau abgeschlossen. **Kunststoffe** sprach mit der Geschäftsführung des Unternehmens über die Vorgeschichte sowie den aktuellen Stand beim Umbau und darüber, wie die Coronakrise die Kunststoffindustrie verändern wird.

Albis Plastic hat seine Distributions- und Compounding-Sparten in zwei unabhängige Firmen aufgeteilt: Albis für die Distribution und Mocom für das Compounding. Im Interview erklären die drei Geschäftsführer der Unternehmen Philip O. Krahn von der Unternehmensmutter Otto Krahn Gruppe, Horst Klink, Albis, und Ian Mills, Mocom, was sich hinter dem Umbau verbirgt und welche Auswirkungen die Coronakrise auf die Kunststoffbranche hat.

Kunststoffe: Wieso haben Sie sich zu dem Umbau entschlossen?

Philip O. Krahn: Wir haben intern im Mai 2019 das Strategiepaket „Accelerate our Future“ angestoßen. Dadurch möchten wir die gesamte Otto Krahn Gruppe neu organisieren, um schneller zu werden und besser mit unseren Kunden und strategischen Distributionspartnern zusammenzuarbeiten. Das Ziel ist eine noch stärkere Kundenfokussierung. Ein Distributionsunternehmen und ein Compoundeur haben einen ganz anderen Geschäftsalltag, unterschiedliche Herausforderungen und Stärken. Durch die Aufteilung in zwei Unternehmen können sich die beiden Bereiche besser auf ihre jeweiligen Aufgaben und Fähigkeiten konzentrieren. Außerdem bietet uns die neue Struktur intern Vorteile, nämlich eine klare Ergebnis- und Kostenverantwortung.

Kunststoffe: Lagern Sie das Compounding-Geschäft in ein eigenes Unternehmen aus, um dieses zu verkaufen?

Krahn: Diese Frage bekommen wir oft gestellt (*lacht*). Nein, das haben wir nicht vor. Wir setzen auch in Zukunft auf Compounds.

Kunststoffe: Wird sich das Produktangebot durch die neue Struktur verändern?

Ian Mills: Wir haben keine strategischen Veränderungen in unserem Portfolio vor. Gegenwärtig umfasst es etwa 4000 Produkte mit etablierten Marken wie Altech, Alcom und Tedur. Es ist ein sehr umfangreiches Portfolio. Das wird auch in Zukunft so bleiben. Diese große Bandbreite ist eine unserer Stärken.

Horst Klink: Für uns bedeutet die Aufteilung vor allem, dass wir mit Mocom einen neuen strategischen Partner bekommen. Wir kümmern uns um den Verkauf ihrer Compounds an unsere Distributionskunden, während Mocom sich stärker auf ausgewählte Direktkun-

den konzentrieren kann. Die beiden Firmen werden sich also sehr gut ergänzen. Für unsere weltweit 13 000 Kunden wird sich hingegen hinsichtlich des Produktangebots nichts verändern. Wir können sie zukünftig allerdings noch etwas schneller bedienen und uns stärker um ihre Anliegen kümmern.

Kunststoffe: Schließen Sie Standorte oder kommen neue hinzu?

Klink: Albis besitzt zurzeit weltweit 40 Lagerhäuser. Wir überprüfen gerade, ob wir diese wirklich alle benötigen, ohne dass unsere Logistik darunter leidet. Unsere Kunden erwarten natürlich ei-

„Die Coronakrise schafft Anreize, sich von Rezyklaten zu verabschieden. Deshalb sind stärkere gesetzliche Regularien notwendig“

Ian Mills

ne schnelle Lieferung. Unsere europäischen Kunden können wir beispielsweise innerhalb von 24 Stunden beliefern. Diesen Service werden wir auch zukünftig anbieten. Ansonsten vergrößern wir gerade unsere Sales-Teams in Osteuropa, etwa in Kroatien, Rumänien, Bulgarien und Griechenland, da dort das größte Wachstum in Europa zu erwarten ist.

Mills: Standorte schließen werden wir nicht. Wir erweitern im Moment die Logistik und Büroflächen an unserem Standort in Shanghai in China. Unser Geschäft in der Region ist einer unserer Schwerpunkte. Vor etwa zwei Jahren haben wir die Kapazität dort verdoppelt. Wir sehen außerdem in einigen Märkten Wachstumspotenzial für uns und denken dort über Investitionen nach. Aufgrund der Coronakrise ist eine Planung allerdings gerade sehr schwierig. Wir müssen abwarten, wie sich die Lage danach entwickelt.

Service

Digitalversion

➤ Ein PDF des Artikels finden Sie unter www.kunststoffe.de/2020-08

Kunststoffe: *Wie lange die Coronakrise noch anhält ist stark umstritten. Wann gehen Sie davon aus, dass sich die Situation wieder normalisiert?*

Klink: Das ist schwer zu sagen. Es gibt sehr viele verschiedene Vorhersagen. Einige Experten rechnen mit einem Ende der Krise Ende diesen Jahres, andere gehen davon aus, dass sie sich noch bis 2023 hinzieht. Ein guter Indikator wird die Entwicklung in China sein. Ich gehe davon aus, dass China als eines der ersten Länder aus der Krise kommt.

Kunststoffe: *Wie stark sind Sie bei Albis von der Situation betroffen?*

Krahn: Erfreulicherweise waren wir sehr gut vorbereitet. 2018 haben wir unser Krisenmanagement neu aufgestellt und dabei auch die Möglichkeit einer Pandemie mit einbezogen. Unser Krisenteam konnte die notwendigen Maßnahmen deshalb sehr schnell umsetzen. Zugute kam uns außerdem, dass wir uns die letzten zwei, drei Jahre sehr stark auf die Digitalisierung konzentriert haben. Dadurch konnten unsere Mitarbeiter relativ unkompliziert im Homeoffice arbeiten. In der gesamten Otto Krahn Gruppe sind über 800 Mitarbeiter ganz oder teilweise von zu Hause aus tätig. Ökonomisch ist die Situation aber natürlich nicht leicht. Gerade die Automobilindustrie als einer unserer Kernmärkte leidet sehr unter der Krise. Aber auch das Einkaufsverhalten der Kunden hat sich verändert. Sie bestellen sehr viel kurzfristiger als früher und nicht bereits Monate im Voraus. Das logistisch umzusetzen, ist eine Herausforderung. Im Großen und Ganzen kommen wir bisher aber gut durch die Krise und verfügen nach wie vor über eine hohe Liquidität.

Kunststoffe: *Als Distributionsunternehmen sind Sie mit Werkstoffherstellern und Kunststoffverarbeitern in Kontakt. Wie beeinflusst die aktuelle Situation die Kunststoffbranche?*

Klink: Die einzelnen Branchen sind sehr unterschiedlich betroffen. Bei Standardpolymeren wie Polyolefinen, Polystyrol oder Acrylnitril-Butadien-Styrol sind die Verkaufszahlen stabil oder wachsen sogar. Die Auswirkungen der Krise bemerken wir hauptsächlich bei technischen Kunststoffen, vor allem für den Maschinenbau und die Automobilindustrie. Es zeigt sich also ein differenziertes Bild. Nicht allen Branchen geht es schlecht. Im Medizinbereich übertreffen wir beispielsweise bereits unsere Wachstumsziele für dieses Jahr.

Kunststoffe: *Beeinflusst die Krise die Entwicklungen beim Recycling von Kunststoffen?*

Mills: Die aktuelle Situation schafft teilweise Anreize sich wieder vom Einsatz von Recyclingmaterialien zu verabschieden. Durch fallende Preise für Neuware bei einigen Polymeren werden Recyclingmaterialien unattraktiver. Der ökonomische Druck, unter dem viele Unternehmen stehen, führt in einigen Fällen dazu, dass sie sich gegen Rezyklate entscheiden. Um das zu verhindern, sind stärkere gesetzliche Regulierungen notwendig, etwa zusätzliche feste Quoten für Recyclinganteile bei bestimmten Produkten. Das Interesse in der Industrie, Rezyklate zu verwenden, ist nämlich durchaus da. Das haben wir vor der Krise auch deutlich bei Kundenanfragen zu unseren Compounds bemerkt.

Kunststoffe: *In der Krise ist die Arbeitsweise in vielen Unternehmen digitaler geworden. Wird das nach Ende der Krise so bleiben?*



Zur Person

Seit fast 10 Jahren arbeitet **Philip O. Krahn** für Albis. In dieser Zeit übernahm er verschiedene Positionen sowohl in Deutschland, als auch an den weltweiten Standorten des Unternehmens. Vor dem Umbau war er Geschäftsführer von Albis Plastic. Zukünftig übernimmt er die Leitung der Unternehmensmutter Otto Krahn Gruppe.

Horst Klink wechselte 2018 von dem Compouneur A. Schulman zu Albis Plastic und war dort für die Distributionssparte des Unternehmens zuständig. In Zukunft leitet er das neu gegründete Distributionsunternehmen Albis.

Das neu geschaffene Compounding-Unternehmen Mocom wird **Ian Mills** leiten. Er arbeitet bereits seit 13 Jahren für Albis Plastic, zuletzt als Chief Sales Officer.

Mills: Die letzten Monate haben gezeigt, wie effizient digitales Arbeiten sein kann und wie gut sich damit Projekte mit Kunden abwickeln lassen. Die Kunden werden deshalb zukünftig eine stärkere digitale Zusammenarbeit erwarten. Auch weil sich dadurch Zeit einsparen lässt. Und auch die Mitarbeiter erwarten ein digitaleres Arbeiten.

Krahn: Der Wunsch nach physischen Treffen wird nicht verschwinden. Unsere Kunden möchten technische Unterstützung und einen direkten Austausch bei ihnen vor Ort. Das ist auch eine unserer Stärken. Dennoch wird die Anzahl solcher Treffen abnehmen. Durch die Krise hat die Angst vor der Digitalisierung abgenommen. Die Menschen haben sich an die Nutzung von digitalen Tools gewöhnt. Deshalb wird es künftig auch deutlich weniger Geschäftsreisen geben.

Kunststoffe: *Arbeiten Sie auch in der Entwicklung bereits mit digitalen Tools?*

Mills: Ja. Beispielsweise verwenden wir intern und für die Zusammenarbeit mit Kunden Smart Glasses. Unser deutsches Verfahrenstechnik-Team bietet damit etwa Kunden in China und den USA Hilfestellung bei der Einstellung ihrer Maschinen und in der Upscaling-Phase.

Krahn: Ein anderes Beispiel sind virtuelle Schmelzflussanalysen, bei denen wir zusammen mit Kunden in einer gemeinsamen Umgebung an digitalen 3D-Modellen arbeiten. Das funktioniert bereits jetzt sehr gut und wird in nächster Zeit noch deutlich zunehmen. ■

Das Gespräch führte Florian Streifinger, Redaktion.