

„Wir werden unsere internationalen Aktivitäten gezielt ausbauen“



Dr. Philip Grothe ist CEO der alimex GmbH mit Sitz in Willich-Münchheide. Im Interview mit PROZESSWÄRME spricht er über den Werkstoff Aluminium als Innovationstreiber sowie aktuelle Herausforderungen in der Branche.

Was ist die Kernkompetenz Ihres Unternehmens?

Grothe: alimex ist ein weltweit tätiges, mittelständisches Familienunternehmen und Produzent von Aluminiumgussplatten und hochpräzisen Bauteilen. Gegründet 1970, sind wir mit aktuell 170 Mitarbeitern an unserem Firmensitz in Willich-Münchheide und in unseren Servicecentern, Niederlassungen und Produktionsstandorten weltweit tätig.

Aluminium ist einer der Kern-Werkstoffe für Innovationen in vielen Bereichen wie Elektronik-, Laser-, Verpackungs- und Optischen Industrie, in Medizin- und Labortechnik sowie in der Bildschirm-, Halbleiter- und Solaranlagenproduktion. Unser Unternehmen zeigt,

wie technologischer Vorsprung Wettbewerbsvorteile sichert: Als Erfinder des Gussplatten-Verfahrens haben wir einen neuen Qualitätsstandard für Aluminiumanwendungen gesetzt und mit kontinuierlichen Innovationen fortentwickelt.

Für unsere Innovationen im Bereich des Aluminium-Gussplattenverfahrens sind wir mit dem Preis „Innovator des Jahres 2018“ in der Kategorie „Technologie & Produkte“ ausgezeichnet worden.

Welche langfristige Strategie verfolgen Sie?

Grothe: Wir werden als Qualitätsführer unsere internationalen Aktivitäten gezielt ausbauen, um dem Anspruch eines



Interview: Thomas Schneidewind, Lena Langenkämper

„Kein anderes Land hat so viele mittelständische Weltmarktführer wie Deutschland. Diese setzen das, was Sie können, fokussiert, global und kundennah um.“

globalen Unternehmens noch besser gerecht zu werden. Nach dem Motto „think global, act local“ werden wir in den Regionen Europa, Nordamerika und Asien unsere Präsenz vor Ort und damit unsere lokale Wertschöpfung stärken. Das garantiert geringere Lieferzeiten und einen höheren Servicegrad für unsere Kunden.

In welchen Geschäftsfeldern sehen Sie großes Potenzial?

Grothe: Aluminium wird in einer breiten Zahl von Industrien und Anwendungen eingesetzt. Die Megatrends wie z. B. Infrastruktur, Leichtbau, Mobilität, Klimawandel und technologischer Fortschritt werden das Wachstum von Aluminium auch weiterhin unterstützen. Wir als alimex fühlen uns dabei besonders in jenen Segmenten wohl, die gleichzeitig stark ausgeprägte Qualitätsanforderungen, einen entsprechenden technischen Beratungsbedarf sowie einen hohen Flexibilitätsanspruch haben. Hierzu zähle ich insbesondere die Halbleiter-, Display- und Solarindustrie, aber auch den Spezialmaschinenbau und die Medizintechnik.

Welcher Management-Strategie folgen Sie?

Grothe: Ich bin ein großer Anhänger der sogenannten „Hidden Champions“ und deren Philosophie. Kein

anderes Land hat so viele mittelständische Weltmarktführer wie Deutschland. In meiner Beraterzeit war ich für viele dieser Unternehmen tätig. Vereinfacht formuliert setzen diese Unternehmen das, was Sie können, fokussiert, global und kundennah um. Sie verzetteln sich also nicht, sondern agieren mit dem nötigen Tiefgang und überlegenen Produkten führend in ihrer Nische. Dabei bleiben sie ihrer Präferenz fürs Selbermachen treu. Mich hat diese Haltung entscheidend inspiriert für die Strategieentwicklung der alimex.

Wie wichtig ist der Markenname für den Produkterfolg im Investitionsgütermarkt?

Grothe: Der Markenname ist sehr wichtig. Viele unterschätzen die sicherheitsgebende Funktion der Marke. Dabei gibt sie gerade auch im Investitionsgütermarkt Orientierung. Insbesondere in Zeiten erhöhter Wettbewerbsintensität und Unsicherheit erlangt die Marke somit eine zentrale Bedeutung. Wir sind froh, dass wir mit unseren Marken „alimex“ auf Unternehmens- und „ACP“ auf Produktlinienebene weltweit ein unverwechselbares Branding für Qualität, Lieferperformance und Partnerschaft etabliert haben. Allerdings gilt es, dies im Rahmen der täglichen Arbeit immer wieder aufs Neue zu beweisen. Eine Marke baut man jahrelang auf, aber man kann Sie innerhalb kürzester Zeit zerstören.

Wie haben sich die Anforderungen der Kunden in den vergangenen Jahren verändert?

Grothe: Mit der fortschreitenden Verbreitung von Aluminium geht einher, dass sich unsere Geschäftspartner, insbesondere Kunden, ihrerseits immer intensiver mit dem Werkstoff und dessen Eigenschaften auseinandersetzen. Das erfordert einen sehr engen technischen Austausch aller Beteiligten. Nur durch vorausschauendes Handeln, offene Kommunikation und ehrlichen Umgang miteinander lassen sich die globalen Herausforderungen meistern. Das erklärt die Kernanforderung unserer Kunden, nämlich langfristig in stabilen Partnerschaften mit uns zusammenzuarbeiten. Der Trend geht aus meiner Sicht also klar weg von reinen Spot-Geschäften.

Wie schätzen Sie die aktuelle konjunkturelle Lage ein?

Grothe: Positiv. Ich ärgere mich immer über die negative Berichterstattung in den Zeitungen. Fakt ist doch,

ZUR PERSON

Dr. Philip Grothe

- CEO der alimex-Gruppe seit 2014
- Davor 5 Jahre Partner und Gesellschafter der Top-Managementberatung Simon-Kucher & Partners
- Insgesamt über 16 Jahre Erfahrung als Unternehmensberater in Industrie, Industriellen Dienstleistungen und Technischem Handel mit Fokus auf profitablen Wachstum, Vertrieb und Innovation
- Umfangreiche Erfahrung mit Konzernen sowie kleinen und mittelständischen (Familien-) Unternehmen, insbesondere „Hidden Champions“
- Zahlreiche Veröffentlichungen, u. a. einseitiger Autorenbeitrag in der FAZ, Handelsblatt, Wirtschaftswoche, Brand Eins, Manager Magazin etc.) und häufiger Gastredner bei Firmen- und Konferenz-Veranstaltungen
- Diplom-Kaufmann und Promotion in Strategischer Unternehmensführung

dass der Großteil der Wirtschaftsakteure trotz sämtlicher Verwerfungen im globalen Kontext viel robuster agieren als noch vor Jahren. Jetzt kann man argumentieren, dass das globale Wirtschaftswachstum in den kommenden zwei Jahren nur noch „schwache“ 3,5 % beträgt. Ich sage, dass diese Wachstumsprognose eine stabile und nach wie vor starke konjunkturelle Lage repräsentiert. Da Wirtschaft bekanntlich zu 50 % Psychologie ist, mag ich die Sicht der Pessimisten nicht teilen.

Wie beurteilen Sie die aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen in China?

Grothe: Auch hier gilt, was ich eben gesagt habe: Positiv. China hat ein unglaubliches wirtschaftliches Potenzial. Zwar wächst China aktuell leider so schwach wie nach Ausbruch der Finanzkrise, jedoch habe ich volles Vertrauen in die nachhaltige konjunkturelle Entwicklung des Landes. Was mich aus Sicht der Alimex umtreibt, ist die Tatsache, dass die Chinesen analog zu den USA „China First“ propagieren, allerdings meiner Ansicht nach wesentlich geschickter und geräuschloser. Vor kurzem warnte mich ein wichtiger Kunde, konkreter die Supply Chain Managerin eines großen Technologieunternehmens in China, dass sie angehalten sei, verstärkt lokale chinesische Lieferanten auszuwählen. Das stellt uns als deutsches Unternehmen natürlich vor Herausforderungen.

Beeinträchtigt der Fachkräftemangel das Wachstum Ihres Unternehmens?

Grothe: Der Fachkräftemangel in Deutschland ist evident. Wir spüren das aktuell hautnah im Rahmen unserer eigenen Personalsuche. Aus unternehmerischer Sicht muss man hier höllisch aufpassen. Wir begegnen dem Trend mit gezielter Weiterbildung bestehenden Personals, frühzeitigem Recruiting an Hochschulen und technischen Instituten sowie begleitender Unterstützung dualer Studiengänge, die die theoretische mit der praktischen Perspektive intelligent miteinander verknüpfen.

Wie verändert die Digitalisierung Ihre Branche?

Grothe: Die Digitalisierung hat eine fundamentale Auswirkung. Zum einen haben wir die Möglichkeit, uns mit unseren Geschäftspartnern informationstechnologisch so zu vernetzen, dass Prozesse effizienter und ressourcenschonender werden. Zum anderen wollen wir intern Daten in Echtzeit besser nutzen und manuelle Tätigkeiten durch Automatisierung sinnvoll ersetzen. Im Übrigen erachte ich Digitalisierung nicht als Arbeitsplatzvernichtung, sondern ganz klar als Chance, neuartige Stellen und Rollenprofile für eine erfolgreiche Zukunft zu schaffen.

Wer sind Ihre Vorbilder?

Grothe: Mir imponieren Menschen, die unternehmerisch denken. Im Lichte der Erkenntnis, die Ablehnung eines Risikos sei für ein Unternehmen das größte Risiko, beeindruckt mich Persönlichkeiten, die mutig und entschlossen handeln, also „Macher-Qualitäten“ aufweisen. Ein erfolgreicher Unternehmer hat mir mal gesagt, dass er nicht intelligenter gewesen sei als die Wettbewerber, sondern einfach nur schneller.



„Digitalisierung ist eine Chance, neuartige Stellen und Rollenprofile für eine erfolgreiche Zukunft zu schaffen.“