

In den kommenden drei Jahren sind für den Fachverband vor allem der intensive Wandel durch die Digitalisierung und die Auswirkungen auf die Wertschöpfungsketten im Gebäude- und Dienstleistungssektor ein Thema. Wichtig bleibt die Normung in den entsprechenden Bereichen als Grundlage für die gemeinsamen Aktivitäten der Branche. Außerdem beschäftigen die Vorstudien zu Öko-Design-Verordnungen für Reinigungsmaschinen und Hochdruckreiniger die Hersteller weiter.

Gut voran ging es in den vergangenen drei Jahren laut Fachverband Reinigungssysteme mit den Arbeiten an den Normen für autonome Reinigungsmaschinen und die Vorbereitungen für die Definitionen von Standards für die Digitalisierung. Weitgehende Einigkeit in der Branche besteht mittlerweile darüber, dass einheitliche Standards im Kundeninteresse sind. Auf dem zweiten großen Feld – Begleitung der Politik im Bereich klimafreundlicher und energieeffizienter Technologien – hat sich im Laufe der vergangenen drei Jahre ein Wandel vollzogen. Das Thema Energieeffizienz ist weiterhin ein Treiber politischer Anstrengungen, hinzugekommen ist aber die Bemühung der EU-Kommission, auch das Thema Ressourceneffizienz in der Produktpolitik voranzubringen.

Auch die Themen Recycling, Re-use, Re-manufacturing, Re-furbishment und Durability beschäftigen die Hersteller von Reinigungsmaschinen, zudem sind die Pläne der EU zur Kunststoffvermeidung ein Thema. Die Handelskonflikte und Währungsschwankungen können von der Branche dagegen nicht beeinflusst werden. Allerdings müssen sich Unternehmen und Verband zunehmend auf die damit verbundene volatilere Geschäftsentwicklung in unterschiedlichen Märkten einstellen. Zudem verändern sich die Geschäftsprozesse der Reinigungsindustrie und angrenzender Sektoren durch die nach wie vor zunehmende Internationalisierung und Digitalisierung. Daraus ergeben sich auch veränderte Wertschöpfungsketten, die neue Geschäftsmodelle ermöglichen beziehungsweise notwendig machen.

UND STELLUNG PLANT

Miele (Gütersloh) will sich neu aufstellen, um die Marktposition weiter auszubauen und die Wirtschaftlichkeit zu sichern. Vorgehen sind Einsparungen in Höhe von rund 190 Millionen Euro jährlich. Rund 1.000 Stellen, 240 davon in Deutschland, sollen gestrichen werden.

Im Zuge der größten Wachstums- und Innovationsoffensive der Unternehmensgeschichte will der Hersteller von Elektrogeräten für Haushalt und Gewerbe sein operatives Geschäft in acht umfassend verantwortliche Geschäftsbereiche bündeln. Außerdem soll der Vertrieb schlagkräftiger aufgestellt und massiv in digitales Marketing sowie neue Geschäftsfelder investiert werden.

Die Neuausrichtung im Rahmen des Effizienz- und Transformationsprogramms Design2Excellence (D2E) hat auch personelle Auswirkungen: Bis Ende 2021 sollen rund 1.070 Stellen weltweit entfallen, davon etwa 240 in Deutschland – vor allem in der Hauptverwaltung in Gütersloh sowie im Vertrieb. Unter anderem sollen Parallelstrukturen reduziert und länderübergreifende Synergien gefördert werden. Im Gegenzug ist vorgesehen, rund 470 neue Stellen zu schaffen, zum Beispiel im Bereich der Digitalkompetenz.

Neben Design2Excellence gibt es auch das Programm Wäschepflege 2025, in dessen Rahmen sich das Gütersloher Waschmaschinenwerk (Werk GTG) auf das Zusammenspiel mit dem neuen Werk im polnischen Ksawerów vorbereitet. Im Werk GTG sollen bis 2025 rund 650 Arbeitsplätze abgebaut werden.

Rund 4,16 Milliarden Euro Umsatz und mehr als 20.200 Beschäftigte, 11.050 davon in Deutschland, hat Miele für das Geschäftsjahr 2018/19 gemeldet. Auf die vergangenen fünf Jahre bezogen entspricht dies nach Unternehmensangaben einem Umsatzzuwachs von mehr als 30 Prozent und einem Plus von gut 17 Prozent bei den Beschäftigten. Auch nach dem ersten Quartal des laufenden Geschäftsjahres stehen die Zeichen auf Wachstum. Gleichzeitig ist laut Miele jedoch auch tiefgreifenden Veränderungen des Marktes und der Kundengewohnheiten Rechnung zu tragen. Handlungsbedarf sei zum Beispiel durch die rasant gewachsene Bedeutung der digitalen Kanäle und mobilen Devices sowie die immer preisaggressiveren Marktauftritte asiatischer Konzerne gegeben.

„Die Umsetzung der geplanten Veränderungen wird ein Kraftakt, der nur mit der Unterstützung und dem Vertrauen der Belegschaft gelingt“, sagen die beiden geschäftsführenden Gesellschafter Dr. Markus Miele und Dr. Reinhard Zinkann. Aber die Anstrengungen würden sich lohnen, „denn damit leisten wir alle zusammen einen entscheidenden Beitrag zur nachhaltigen Sicherung von Miele als das gesunde, starke und unabhängige Familienunternehmen, das es heute ist.“ Markus Miele und Reinhard Zinkann führen die Unternehmensgruppe gleichberechtigt mit den drei familienunabhängigen Geschäftsführern Olaf Bartsch (Finanzen/Hauptverwaltung), Dr. Stefan Breit (Technik) und Dr. Axel Kniehl (Marketing/Vertrieb).

Bilder: VDMA, JanKomedia/Highclean, Uzin Utz



Der Vorstand des Fachverbands Reinigungssysteme 2019 mit Geschäftsführer Dr. Peter Hug (2.v.li.): Frank Ulbricht, Markus Asch, Andreas Fellmann, Guiseppa Mariani und Jörg Peter Staehle (v.li.).



Mit rund 300 Teilnehmern ist der erste Industrietag der Fachhandelsgruppe Highclean zu Ende gegangen.



„Nur zusammen können wir erfolgreich agieren und somit auch gemeinsam wachsen“, sagte Simone Bäumer, Vorstandsvorsitzende von Highclean.

HIGHCLEAN

ERSTER INDUSTRIETAG ZIEHT 300 BESUCHER AN

Rund 300 geladene Gäste, darunter zahlreiche Industriepartner, nahmen am ersten Industrietag der Highclean Group in Fulda teil. Simone Bäumer, Vorstandsvorsitzende der Fachhandelsgruppe für Reinigung und Hygiene, appellierte an das Gemeinschaftsgefühl der Mitglieder. „Die Identifikation jedes Einzelnen von uns mit der Gruppe trägt maßgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg bei“, betonte sie während ihrer Begrüßungsansprache. Als Ziel nannte Simone Bäumer eine Umsatzsteigerung von mindestens fünf Prozent im kommenden Jahr durch nachhaltige Kooperationen und Vertrieboptimierungen. Für gut funktionierende Beziehungen, starke Partnerschaften und eine nachhaltige Gemeinschaft sei ein Wir-Gefühl erforderlich, „und das wollen wir mit diesem Industrietag stärken, denn nur zusammen können wir erfolgreich agieren und somit auch gemeinsam wachsen“, betonte Simone Bäumer. Der Highclean Group gehören mehr als 20 Mitgliedsunternehmen an. Flächendeckend sind sie für einen Kundenstamm von rund 35.000 Großverbrauchern tätig. Das Produktsortiment umfasst alle Markenhersteller und eine breite Palette von Eigenmarken. Beim Industrietag in Fulda stellten 46 Industriepartner der Gruppe ihre Produkte vor. Vertreter der Mitgliedsunternehmen nutzten die Gelegenheit, um mit den Partnern ins Gespräch zu kommen und sich detailliert zu informieren.

Am Ende zog Simone Bäumer ein positives Fazit. „Ich denke, dass dieser Tag dazu beigetragen hat, den Zusammenhalt und die

Vernetzung der Mitglieder untereinander und mit den Industriepartnern zu vertiefen. Im Übrigen sei sie davon überzeugt, den Grundstein für ein erfolgreiches Jahr 2020 gelegt zu haben. „Eine Wiederholung des Industrietages ist deshalb mehr als nur wahrscheinlich“, betonte Simone Bäumer.

UZIN UTZ

MIT EMPLOYER BRAND MANAGER AWARD GEEHRT

Die Unternehmensgruppe Uzin Utz (Ulm) ist beim Employer Brand Manager Award 2019 der Hochschule Neu-Ulm ausgezeichnet worden. Der Arbeitgeber-Award würdigt innovative Maßnahmen im Bereich Human Resources.

Der Preis wurde im Rahmen des Career Day vom Kompetenzzentrum für Wachstums- und Vertriebsstrategien der Hochschule Neu-Ulm vergeben. Uzin Utz überzeugte die Jury in der Kategorie Flexibilität. Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitern flexible Arbeitsmodelle: frei wählbare Teilzeitmodelle zwischen 30 und 90 Prozent, Job-Sharing, Desk-Sharing, Führen in Teilzeit sowie Gleitzeitmodelle. Zusätzlich verfügt jeder Mitarbeiter über ein Lebensarbeitszeitkonto und eine Sabbatical-Möglichkeit.

Uzin Utz, Hersteller von Produkten und Maschinen für die Bodenverlegung, beschäftigt rund 1.300 Mitarbeiter und setzte im vergangenen Jahr 345,7 Millionen Euro um. Zur Unternehmensgruppe gehören die Marken Uzin, Wolff, Pallmann, Arturo, codex und RZ.

„Wir sehen attraktive Arbeitsbedingungen als einen entscheidenden Faktor für Erfolg. Wir schaffen Arbeitsbedingungen, die den individuellen Lebensphasen gerecht werden. Uns ist es wichtig, Arbeitsmodelle zu finden, die unseren Mitarbeitern einen Rahmen bieten, in dem sie flexibel arbeiten können und dadurch den Unternehmenserfolg ermöglichen“, sagt Julian Utz, Vorstandsmitglied bei Uzin Utz. „Das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf begleitet uns alle tagtäglich. Unsere vielfältigen Angebote sind eine Grundvoraussetzung, um ein attraktiver Arbeitgeber zu sein“, ergänzt Personalleiter Dr. Florian Neymeyer.



Vorstandsmitglied Julian Utz (li.), Personalreferentin Angelika Seregi und Dr. Florian Neymeyer, Bereichsleiter Personal, IT & Recht, nahmen den Preis in Neu-Ulm entgegen.