



Mehr über Kunststoffe finden Sie **hier**

**Weitere Services
der K-ZEITUNG**

Kostenfreier Newsletter

**Auf Tablet-PCs und Smartphones
kostenfrei lesen**

INTERVIEW

»Das Fachwissen der Gruppe gezielter nutzen«

Die K-ZEITUNG sprach mit den Geschäftsführern der kürzlich gegründeten Geschäftseinheit Biesterfeld Performance Rubber über das neue Unternehmen, den Kautschukmarkt und die Geschäftsaussichten

Neugründung Biesterfeld Performance Rubber (BPR) befasst sich mit dem Vertrieb von Rohstoffen für Gummimischungen.

KK: Herr Henning, Herr Wilkes, warum wurde Biesterfeld Performance Rubber (BPR) gegründet?

Sascha Hennig: Biesterfeld bündelt mit dem neuen Geschäftsbereich seine Kautschukaktivitäten unter einem Dach. Mit diesem Schritt heben wir uns von Wettbewerbern ab und spezialisieren uns auf dieses anspruchsvolle und spannende Segment.

Unser derzeitiges breit gefächertes Produktportfolio umfasst Synthesekautschuke, Compounds hochwertiger Silikon- oder Fluorsilikonkautschuke, Ruße und Additive. Zudem haben wir es um Hochleistungspolymer- und -additive erweitert. So generieren wir einen Mehrwert für unsere Kunden und Lieferanten und nutzen dabei das Fachwissen und die Möglichkeiten der Biesterfeld Gruppe.

In den vergangenen Jahren haben wir in diesem Segment gezielt Distributeure und Kompetenz akquiriert und sind mit unseren bestehenden Lieferanten über Europa dynamisch gewachsen. Die Gründung der Biesterfeld Performance Rubber ist der nächste logische Schritt.

KK: Welche Vorteile ergeben sich für Kunden und Hersteller?

Peter Wilkes: Mit der Fokussierung auf die internationale Kautschukindustrie können unsere Kunden aus einem breiten Warenkorb von technisch anspruchsvollen Produkten wählen. Zusätzlich unterstützen wir sie mit individuellen Rezeptempfehlungen bei der Produktentwicklung.

Hennig: Für unsere Lieferanten sind wir der verlängerte Vertriebsarm und können internationale Kunden flächendeckend betreuen. So kommt es für den Lieferanten zu einer tieferen Marktdurchdringung. Darüber hinaus ermöglichen uns unsere umfassenden Marktkenntnisse und die intensive Kundennähe, die Produktinnovationen unserer Lieferanten voranzutreiben.

KK: Welche Bedeutung hat die Zugehörigkeit zur Biesterfeld Gruppe?

Wilkes: Wir konzentrieren uns auf den Markt und unsere Geschäfts-

relangen und vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen zu globalen Marktführern und die Reputation von Biesterfeld essenziell.

KK: In welche Industrien und Segmente liefert BPR und wie ist der Vertrieb aufgebaut?

Hennig: In unseren Schlüsselindustrien wie Automotive und Maschinenbau legen die Kunden großen Wert auf gute Dispergierung der Additive, homogene und reproduzierbare Mischungsqualitäten, fehlerfreie Oberflächen sowie Medien- und Temperaturbeständigkeit. Wir beliefern unter anderem die Hersteller von Fenster-

Wilkes: In den letzten Jahren erfuhr der europäische Kautschukmarkt keine nennenswerten Wachstumsraten. Gleichwohl sehen wir ein steigendes Maß an Produktspezialisierungen im Markt. Daraus ergibt sich eine hohe Innovationsbereitschaft bei unseren Kunden, die wir mit unserem Geschäftsmodell ideal bedienen können. Aus diesem Grund arbeiten wir mit internationalen Lieferanten, für die Innovationsfähigkeit ein wesentlicher Teil ihrer Strategie ist, zusammen.

Das europäische Distributionsnetz für Kautschuk und Additive ist derzeit stark fragmentiert. Viele Hersteller vertreiben ihre Produkte über mehrere Vertriebskanäle, etwa über Agenten, Händler und mehrheitlich regional aktive Distributeure. Hier erwarten wir in den nächsten Jahren eine weitere Konsolidierung der Vertriebsstrukturen.

KK: Wie sehen die Pläne von BPR für die nächsten Jahre aus?

Hennig: Zunächst werden wir uns auf unsere bestehenden Kunden- und Lieferantenbeziehungen fokussieren. Hier stehen anwendungstechnische Entwicklungsprojekte im Vordergrund. In den unterschiedlichen Regionen wollen wir mit dem umfassenden Portfolio erfolgreich sein und sehen gute Wachstumsmöglichkeiten.

Mittelfristig wollen wir unser Leistungs- und Produktportfolio erweitern und damit unsere Position zu einem führenden internationalen Distributeur für Kautschuk und Additive weiter ausbauen. ■



Sascha Hennig



Peter Wilkes Fotos: Biesterfeld

aktivitäten. Im Hintergrund können wir auf die internationale Organisationsstruktur, etablierte Geschäftsprozesse und Standorte zurückgreifen. Beispielsweise nutzen wir das vollständig integrierte SAP-System, das maßgeschneiderte CRM-System und die Kompetenz im Qualitätsmanagement. Natürlich spielen auch lokale Lager und einwandfreie Logistiksysteme eine wichtige Rolle. Und nicht zu letzt sind besonders die meist jah-

und Türdichtungen, Förderbändern, Keil- und Zahnriemen, O-Ringen, Schläuchen und Krümmern, Kabelummantelungen, Schuhsohlen und Schwingungsdämpfern. International haben wir für jede Produktgruppe den entsprechenden Spezialisten, der dem Kunden anwendungstechnisch beratend zur Seite steht.

KK: Wie schätzen Sie den Kautschukmarkt ein? Wo liegen derzeit die Chancen?