



Perspektiven

WELTWEITER DIENST AM KUNDEN: KHS-VERTRIEB UND - HINZUFÜGEN SERVICE 

## Gemeinsamer Nenner

04.10.2018 , 5 Min. Lesedauer

**Von Reykjavik bis Kapstadt, von Rio de Janeiro bis Sapporo – überall auf der Welt produzieren Maschinen von KHS im Dienst der Getränkeindustrie.** Da lohnt sich der Blick auf die Kunden und darauf, wie KHS seine Beziehungen zu ihnen pflegt.

KEG

GLAS MEHRWEG

PET MEHRWEG

---

### FOTOGRAFIE / ILLUSTRATION

Frank Reinhold

### TITELFOTO

Gerard Merle, Senior Manager Non-Alcoholic Beverages and Civil Engineering bei PhoenixBev

Wie kaum eine andere Branche setzt die Getränkeindustrie auf Kontinuität und auf langfristig ausgerichtete Partnerschaften. Hier punktet KHS, das mit seinen Vorgängerunternehmen seit 150 Jahren als Impulsgeber in diesem Sektor zuhause ist. Tradition und Verlässlichkeit sind für den Dortmunder Systemanbieter von ganz besonderer Bedeutung, Werte, die auch von Kunden geschätzt und mit jahrzehntelangen Beziehungen honoriert werden. Schließlich ist das Geschäft zu einem großen Teil auch ein sogenanntes „People Business“, in dem vertrauensvolle Verbindungen von Mensch zu Mensch eine gewichtige Rolle spielen. Das betrifft Unternehmen wie die oft kleineren Craft Brewer ebenso wie ganz große, global operierende Konzerne. Jenseits der persönlichen Note sind es jedoch vor allem die Fakten und Argumente, die den Ausschlag für eine Investitionsentscheidung geben. Flexibel passt sich KHS entsprechend an die Bedürfnisse seiner vielfältigen Kunden an und entwickelt proaktiv Ideen für gemeinsame Lösungen, deren erfolgreiche Verwirklichung die Partner eng zusammenschweißt. So wird zum Beispiel für das Segment der handwerklichen Brauereien das Portfolio laufend um Produkte ergänzt, die auf deren Marktbedürfnisse abgestimmt und herunterskaliert sind. Und in den USA als Mutterland der Craft-Bewegung wird ein großer Teil der dafür entwickelten Anlagen direkt vor Ort produziert.

**Zum Beispiel: PhoenixBev, Mauritius**

Im Inselstaat im Indischen Ozean ist PhoenixBev mit einem Portfolio von über 100 Marken und einem jährlichen Ausstoß von 1,5 Millionen Hektoliter der größte Getränkehersteller. Seit 65 Jahren Vertragsabfüller für Coca-Cola, stellt das Unternehmen höchste Ansprüche an die Qualität seiner Mineralwässer und Erfrischungsgetränke – sowie an das Equipment, mit dem diese hergestellt werden.

**[ZUR WEBSITE](#)**

## Nähe groß geschrieben

Der Begriff „vor Ort“ erhält im Bereich After-Sales eine ganz spezielle Bedeutung: Hier müssen hochqualifizierte Service-Techniker und passende Ersatzteile schnell zur Hand sein – sowohl aus Sicht der Kunden, die möglichst störungsfrei produzieren möchten, als auch im Interesse von KHS selbst: In der Binsenweisheit „Die erste Anlage verkauft der Vertrieb, die zweite der Service“ liegt eben viel mehr als nur ein Körnchen Wahrheit. Angesichts der extrem langen Lebensdauer der Maschinen sind es schließlich die Techniker, die im Rahmen verschiedener Service-Pakete langjährige und enge Beziehungen zu den Getränkeherstellern pflegen. Sie stellen kontinuierlich hohe Verfügbarkeit und optimale Wirkungsgrade sicher – und sorgen damit für Kundenzufriedenheit auf der ganzen Welt.



↑  
Água Mineral Santa Joana, ein Familienbetrieb: Lenilson Tôrres, Präsident, mit Tochter Romena Tôrres, Verwaltungsdirektorin, und Sohn Lenilson Tôrres Filho, Industriedirektor (von links).

# »KHS kann uns mit genau den End-to-End-Lösungen bedienen, die wir brauchen.«

Gerard Merle

Senior Manager Non-Alcoholic Beverages and Civil Engineering  
bei PhoenixBev

## **Zum Beispiel: Água Mineral Santa Joana, Brasilien**

68 Millionen Liter Wasser verkauft der Mineralbrunnen in Recife jeden Monat und ist damit zweitgrößter Abfüller Brasiliens. Hier investiert man in Ökologie und Qualität zugleich und verfügt über einen topmodernen Industriepark. Im Lightweighting ist Água Mineral Santa Joana inzwischen ein Pionier für ganz Südamerika – mit Hilfe der KHS-Experten von Bottles & Shapes™.

**[↗ ZUR WEBSITE](#)**

Um die Nähe zu den Betreibern und potenziellen Käufern seiner Anlagen weiter auszubauen, hat KHS in den letzten Jahren konsequent auf Regionalisierung gesetzt – mit einer Organisationsstruktur, die sich vor allem auf vier Market Zones stützt:

Die Market Zone **Asia/Pacific** zum Beispiel gliedert sich in die vier Regional Center China, Südostasien, Indien, Australien und beherbergt insgesamt 16 Service- und Vertriebsstützpunkte. Im Fokus stehen dabei besonders die rasch wachsenden Volkswirtschaften der hier zu findenden bevölkerungsreichsten

Länder der Erde, mit ihrem riesigen Marktpotenzial. Rund 170 lokal verankerte Service-Techniker sind in ganz Asien schnell und flexibel einsetzbar.



↑  
Wollen hoch hinaus: Doppelleu-Braumeister Philipp Wagner (links) und sein Geschäftsführer Philip Bucher (rechts).

»Perfekt, dass wir einen Partner haben, der unser Tempo mithalten kann.«

Philipp Wagner  
Braumeister bei Doppelleu

### **Zum Beispiel: Doppelleu, Schweiz**

Erst 2012 in Winterthur gegründet, ist die Brauerei seitdem rasant gewachsen. Craft Beer für Anfänger und Fortgeschrittene produziert und vermarktet das Unternehmen – anfangs vor allem im Einzelhandel, inzwischen auch in der Gastronomie. Dabei hilft eine Keg-Anlage von KHS, für die dank ihrer kompakten Bauweise in der schnell eng gewordenen Halle noch Platz war.

➤ [ZUR WEBSITE](#)

## **Von Vielfalt geprägt**

55 Staaten mit über 800 Millionen Einwohnern und einem Zeitunterschied von 12 Stunden betreut die Market Zone **Europe/CIS** mit ihren fünf Regional Centern Süd, Nord, Zentral, Ost sowie Russland. Historisch betrachtet schon immer eine Domäne der KHS, ist die Region in vielerlei Hinsicht durch Gegensätze geprägt, ob politisch, klimatisch, kulturell oder sprachlich. Alle Kunden, vom Startup über die „Hidden Champions“ bis zum Global Player, werden hier gleichermaßen professionell beraten und unterstützt.

Mit drei Regional Centern und vier Produktionsstätten – zwei in den USA sowie je eine in Mexico und Brasilien – deckt die Market Zone **Americas** ganz Nord-, Mittel- und Südamerika ab. Wie Europa ist die Region geprägt von großer Vielfalt. Gerade hier reichen die Kunden von den kleineren Craft Brewern über inhabergeführte Unternehmen bis hin zu den Megakonzerne. Seit einigen Jahren erreicht der weltweite Trend der Konsolidierung der Kundenstruktur besonders durch Übernahmen und Fusionen auch Süd- und Mittelamerika.

# »Die neu entwickelte Flasche besticht durch ihre Leichtigkeit, Beständigkeit – und Schönheit.«

Lenilson Tôrres Filho

Industriedirektor bei Água Mineral Santa Joana

In der Market Zone **Africa/Middle East** ist eine langfristige und verlässliche Planung besonders herausfordernd, da viele Regionen von Dürren und Hungersnöten, Kriegen und Epidemien geplagt werden. Zugleich entstehen hier aufgrund des Bevölkerungswachstums ständig neue Geschäftsmöglichkeiten, Märkte und Kunden. Getränkehersteller betreiben ihre Anlagen deshalb meist sechs Tage pro Woche und rund um die Uhr. Entsprechend muss die Versorgung mit Ersatzteilen und Technikern gesichert sein. Regionalisierung bedeutet hier unter anderem, dass über 80 Prozent der Servicetechniker intensiv geschulte lokale Mitarbeiter sind, die alle Service-Aufgaben selbständig wahrnehmen.

»Mit den Maschinen und Serviceleistungen sind wir durchgehend hochzufrieden.«



Tim Coopers  
Managing Director bei der Coopers Brewery

#### **Zum Beispiel: Coopers Brewery, Australien**

Schon seit den Sechzigern vertraut Coopers auf Abfüll- und Verpackungstechnik des Dortmunder Systemanbieters. Die drittgrößte Brauerei in Down Under ist zugleich die einzige australische in Familienbesitz – und das in fünfter Generation. Neben 14 eigenen Bieren füllt das Unternehmen die Marken Carlsberg und Sapporo in Glasflaschen, Kegs und Dosen ab und handelt mit Mythos und Kronenbourg.

**[ZUR WEBSITE](#)**

## **Globale Kundenbetreuung**

Nicht nur im geographischen Sinne ist Kundennähe ein großes Thema. In Zeiten der Globalisierung und der zunehmend zentralisierten Unternehmensstrukturen von Großkonzernen in

der Getränkeindustrie wird auch die globale Kundenansprache und -betreuung durch KHS immer wichtiger. Um diese sicherzustellen, gibt es seit 12 Jahren das **Global Key Account Management**, ein Team aus erfahrenen Vollprofis. Sie widmen sich ausschließlich den oft anspruchsvollen Wünschen der 10 weltweit wichtigsten KHS-Kunden und größten Umsatzbringer – in eng vernetzter Zusammenarbeit mit der regionalen Sales Force vor Ort.