

Stuttgart, 06.05.2024

Interview mit Sonja Mechling, Geschäftsführung der KAISER+KRAFT GmbH & President Division Industrial & Packaging



Frau Mechling, was sind die Hauptgründe für die Fusion der beiden Marken kaiserkraft und ratioform?

Die Welt unserer Kunden verändert sich und mit ihr Erwartungen und Wünsche an Unternehmen. Auf diese Entwicklungen müssen Unternehmen reagieren und sich neu aufstellen. Die Vertriebsmarken kaiserkraft und ratioform waren bislang separat am Markt aktiv. Ratioform war dabei Deutschlands Marktführer im Bereich Verpackungen mit jahrzehntelanger Marktexpertise im B2B-Handel für Transportverpackungen, von Standardverpackungen über individuelle Sonderprojekte bis zur Integration von Packstraßen. Der B2B-Omnichannelhändler kaiserkraft wiederum ist etablierter Experte für Büro-, Betriebs- und Lagerausstattung mit einem breiten Sortiment, langlebigem Profi-Equipment und umfassenden Serviceleistungen. Bereits seit einigen Jahren arbeiten die Teams beider Marken erfolgreich an gemeinsamen Kundenprojekten und an der Verschmelzung ihrer Expertisen. Als Mutterkonzern von kaiserkraft hat sich die TAKKT Anfang 2022 entschlossen, ihre Organisationsstrukturen anzupassen, um noch stärker auf diese gemeinsamen Expertisen zu setzen. Die Tochtergesellschaften wurden auf drei operative und kundenorientierte Divisionen aufgeteilt. Das Ziel der Division Industrial & Packaging, kurz I&P, zu der die Marken kaiserkraft und ratioform gehören, war und ist es immer noch, Kunden in Zukunft noch effizienter und ganzheitlicher zu bedienen. I&P möchte die Kundenbedürfnisse besser verstehen und auch die Unternehmen intern stärker vernetzen, um Synergien optimal zu nutzen. So trafen wir die strategische Entscheidung, eine einzige Marke zu schaffen, die alle Stärken und Werte vereint, um Kunden noch mehr Vorteile zu bieten. Durch den Zusammenschluss können wir Kunden, Partnern und Lieferanten nun diese ganzheitlichen Lösungen und ein noch attraktiveres Portfolio, nämlich Produkte zur Geschäftsausstattung als auch Verpackungslösungen, aus einer Hand anbieten. Konkret gesprochen heißt das: Wir bieten unseren Kunden nicht nur ein breites Angebot an großen Markenprodukten, darunter über 35.000 nachhaltige Produkte aus unserer Enkelfähig-Initiative, sondern auch maßgeschneiderte Produkte aus der kaiserkraft-Entwicklung und -Fertigung.

Außerdem bieten wir kundenindividuelle und spezialisierte Verpackungslösungen und exzellente Dienstleistungen, wie einen Projectservice von der Planung bis zur Montage, eProcurement-Lösungen und einen zuverlässigen Kundenservice an. Mit unserer langjährigen Erfahrung in der Industrie und im Verpackungsbereich vereinen wir das Know-how aus zwei Welten. Und dieses umfassende Wissen geben wir gerne weiter — in der Beratung, Planung und Umsetzung. So stärken wir die Marktposition von Unternehmen und helfen ihnen, sich erfolgreich vom Wettbewerb zu differenzieren. Wo wir Kunden unterstützen, wollen wir einen echten Mehrwert schaffen. Das alles bündeln wir nun unter dem gemeinsamen Markendach der kaiserkraft. Der Zusammenschluss war der nächste logische Schritt in Richtung Zukunft für uns.

Können Sie uns sagen, warum die Marke ratioform vom Markt verschwinden wird und nicht kaiserkraft?

Als Omnichannelhändler bietet kaiserkraft europaweit ein großes Spektrum an Produkten für die gesamte Betriebs-, Lager- und Büroausstattung an. Damit deckt kaiserkraft bereits einen sehr breiten Bedarf an Geschäftsausstattung unter einer Marke mit internationaler Bekanntheit ab. Zu den kaiserkraft-Kunden zählen alle Business Geschäftskunden, Selbstständige, kleinere und mittlere Betriebe ebenso wie große Konzerne mit vielen Niederlassungen in ganz Europa. Diese finden unter dem neuen Markendach kaiserkraft die besten internationalen Entwicklungs- und Wachstumsmöglichkeiten. ratioform war der zuverlässige Experte im Bereich Verpackung vorwiegend im deutschen Raum. Das breite Produktsortiment von kaiserkraft um die Expertise Verpackungslösungen zu ergänzen und das somit größere Potenzial zu nutzen, war der logische und unternehmerisch sinnvollere Schritt für uns. Unter dem neuen Markendach der kaiserkraft werden Kundenwünsche aus beiden Welten perfekt abgedeckt.

Wie wird sich die Markenfusion auf das Portfolio des Unternehmens kaiserkraft auswirken?

Die Begeisterung für unsere Kooperation im vergangenen Jahr ist überwältigend – nicht nur intern, sondern auch seitens unserer Kunden in den DACH-Ländern. Das hat uns das große Potenzial dieser Zusammenarbeit der beiden Marken verdeutlicht und uns in unserem Weg bestärkt. Die Fusion wird das Portfolio von kaiserkraft stärken, indem sie eine breitere Palette an Produkten und Dienstleistungen bietet, die noch besser auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind. Wir inkludieren nicht nur Verpackungslösungen, sondern vollumfängliche Systemlösungen in unser Portfolio. Die Marke ratioform stand seit über 45 Jahren hauptsächlich für einen hohen Qualitäts- und Serviceanspruch sowie individuell optimierte Prozesslösungen. Unser Versprechen unter der Marke von kaiserkraft ist jetzt das strahlende Plus, der große

Mehrwert unserer gemeinsamen Marke, das Plus an Service, an Auswahl und an Lösungskompetenz für den B2B-Markt der Zukunft. Wir bringen Menschen zusammen und verbinden Produkte, Services und Expertise, um innovative Lösungen zu erschaffen.

Gibt es Ihrer Meinung nach Bedenken hinsichtlich des Markenimages oder der Markenidentität nach der Fusion?

Wir haben volles Vertrauen in die Stärke unserer Markenidentität und sind überzeugt, dass die Fusion unsere Position am Markt weiter stärken und unser Image sogar noch verbessern wird. Wir hatten die Chance, unsere Marke kaiserkraft weiterzuentwickeln und unsere Kunden ins Zentrum zu rücken. Unser Leitsatz ›Empowered to work best‹ ist die kompromisslose Ausrichtung der gesamten Marke auf die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden. Diese Werte hatte kaiserkraft schon immer und trägt sie seit fast 80 Jahren weiter. Auch ratioform stand über 45 Jahre lang für Qualitätsservice, ein spitzen Preis-Leistungs-Verhältnis sowie Prozessoptimierung. Diese Werte und Eigenschaften rücken wir nun gezielter in den Mittelpunkt unserer Kompetenz. Ebenso wichtig ist uns die Anwendbarkeit. Unsere Markenkernwerte ›Caring‹, ›Reliable‹ und ›Vibrant‹ haben wir in alltagstaugliche Prinzipien übersetzt. Wir vermittelt ein Gefühl von Verbundenheit und Zusammenarbeit. Auch unser neuer Claim: kaiserkraft works. zählt darauf ein. Einfach und aussagekräftig – wir machen es möglich!

Wie wird die Fusion sich auf Partnerunternehmen und Lieferanten auswirken?

Wir sehen uns als Partner auf Augenhöhe, die professionell zusammenarbeiten. Für uns bedeutet das, nicht nur Lösungen von heute zu bieten, sondern auch die Ideen und Innovationen von morgen. Wir wollen proaktive Ideengeber sein und einen zusätzlichen Wert für unsere Partner und Lieferanten schaffen. Es geht uns darum, den Bedarf unserer Kunden gezielt zu erfüllen, weil wir verstehen, was sie benötigen. Partnerunternehmen und Lieferanten werden von der Fusion profitieren, indem wir ihnen Zugang zu einem breiteren Kundenstamm und neuen Geschäftsmöglichkeiten ermöglichen. Wir nutzen eine Lieferantenbasis von Produktspezialisten und pflegen langjährige und eingespielte Lieferantenbeziehungen. Wir beliefern Kunden unterschiedlicher Größe und Branchen und sind daher unabhängig von einzelnen Großaufträgen oder Großkunden. Das macht uns zu einem verlässlichen Partner. Unsere Stärke liegt darin, die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse gezielt adressieren und bedienen zu können. Für Lieferanten bietet kaiserkraft viele Vorteile, verglichen mit dem eigenständigen Vertrieb ihrer Produkte. Sie erhalten direkt Zugang zu einer enormen Zahl von Kunden in unterschiedlichen Ländern und umgehen damit natürliche Markteintrittsbarrieren, die sich insbesondere in Europa aus den unterschiedlichen Währungen, Sprachen und rechtlichen Rahmenbedingungen ergeben. Zusätzlich sind wir ein zuverlässiger Partner, welcher über eines der besten Logistiknetzwerke in Europa verfügt.

Welche langfristigen Strategien und Ziele verfolgt das Unternehmen durch die Fusion?

kaiserkraft geht mit außergewöhnlichen Arbeitswelten den Weg in eine nachhaltige Zukunft für Industrie und Verpackungshandel voran. Wir wollen wachsen, nachhaltig wachsen. »Bringing new Worlds of Work to Life« ist die Vision hinter der strategischen Ausrichtung der gesamten TAKKT-Gruppe und diese gehen wir mit vollem Einsatz mit. Die Arbeitswelten befinden sich in einem grundlegenden Wandel. Wichtige Trends wie der Fachkräftemangel, die steigende Bedeutung von Gesundheit und Vorsorge, die Digitalisierung und der Klimawandel spielen dabei entscheidende Rollen. Der Wettbewerb um Mitarbeitende ist groß. Eine attraktive Gestaltung der Arbeitsplätze und -umgebungen ist hier ein zunehmend wichtiger Faktor. Unsere Vision als Division I&P ist es, den Weg zu einer nachhaltigen Zukunft mit außergewöhnlichen Arbeitsumgebungen zu ebnen. Denn wir sind überzeugt: inspirierende Arbeitsplätze schaffen auch leistungsstarke Unternehmen. Hierfür unterstützen wir unsere Kunden mit innovativen, ganzheitlichen, nachhaltigen und zuverlässigen Produkten und Lösungen.

Pressebild:

Bild 1: Sonja Mechling.jpg

Das Unternehmen kaiserkraft

kaiserkraft ist einer der in Europa führenden Omnichannel-Händler für Betriebs-, Lager- und Büroausstattung im B2B-Bereich mit Sitz in Stuttgart. Das Unternehmen ist Teil der Division Industrial & Packaging (I&P) der TAKKT AG und in 18 europäischen Ländern vertreten. Zum Portfolio von kaiserkraft zählen um die 100.000 Produkte für die komplette Geschäftsausstattung in den Bereichen Büro, Transport, Lager und Werkstatt sowie Packaging. Mit einer eigenen Produktion in Haan entstehen seit 1954 maßgeschneiderte Produkte der Eigenmarken eurokraft und eurokraft pro. kaiserkraft gibt seinen Kunden das Versprechen „Empowered to work best“ und hat sich zum Ziel gesetzt, Unternehmen darin zu unterstützen, ihre individuellen Arbeitswelten nachhaltiger, effizienter, sicherer und ergonomischer zu gestalten und stetig zu verbessern.

kaiserkraft. **works.**

Weitere Informationen über das Unternehmen finden Sie hier:

www.kaiserkraft.com

www.linkedin.com/company/kaiser-kraft-de

Journalistenkontakte

KAISER+KRAFT GmbH

Presselstraße 12
70191 Stuttgart

E-Mail:

presse@kaiserkraft.com

Web:

www.kaiserkraft.com

Daniela Hilfrich-Fischer

Tel: +49 711/3465 74 01
Mobil: +49 160/935 056 06

kaiserkraft

c/o Beaufort 8 GmbH
Kriegsbergstraße 34
70174 Stuttgart

Natalia Cichos-Terrero

Tel: +49 711/25773-73
Fax: +49 711/25773-88
E-Mail: cichos-terrero@beaufort8.de