

Ziele der neuen Heiztechnik-Holding De Dietrich Remeha

Auf dem Weg unter die Top 5

Im März 2004 bestätigte De Dietrich offiziell, dass der niederländische Brennwertspezialist Remeha an der Übernahme des französischen Heiztechnikunternehmens interessiert sei. Im Juli wurde dann der Zusammenschluss vollzogen. Mitte September äußerten sich nun die neuen Unternehmenslenker zur Zukunft und zu den Zielen von De Dietrich Remeha.



Zwei Unternehmenslenker, die sich auf der Suche nach der „kritischen Masse“ gefunden haben (v. r.): Jan van Hattem, Remeha, und Dominique Henneresse, De Dietrich

Es mutet schon ein wenig kurios an, wenn ein deutlich kleineres Unternehmen ein größeres übernimmt. Doch in der Wirtschaft ist (fast) alles möglich, wenn man über die entsprechenden Finanzmittel verfügt. Wie viel sich Remeha die Übernahme von De Dietrich hat kosten lassen, ist nicht bekannt. Doch seit Spätsommer ist die Übernahme perfekt. Und so sind nun der niederländische Brennwertspezialist Remeha mit einem Umsatz von 100 Millionen Euro (2003) und die französische De Dietrich Thermique mit einem Umsatz von 309 Millionen (2003) unter dem gemeinsamen Dach der De Dietrich Remeha Holding B.V., Niederlande, vereint.

10 % Wachstum pro Jahr

Den Zusammenschluss sehen die Verantwortlichen als Notwendigkeit, angesichts der Zunahme von Fusionen und Übernahmen im europäischen Heiztechnikbereich. Die beiden Unternehmen hätten sich auf der Suche nach der notwendigen „kritischen Masse“ gefunden. „Auf dem konsolidierenden europäischen Markt für industrielle Heizkessel werden nur starke paneuropäische Unternehmen von ausreichender Größe bestehen. Größe ist eine Voraussetzung für die niedrige Kostenbasis als auch für eine breite Produktpalette“, meinte Jan van Hattem, Chairman Group Managing

Board. Van Hattem sieht das Zusammengehen von Remeha und De Dietrich als gegenseitige Ergänzung, sowohl bei der Marktdeckung als auch beim Produktangebot. Demnach hat Remeha eine starke Position bei den Brennwertkesseln und De Dietrich ist stark im traditionellen Heizkesselsegment. Hinzu komme, dass die De Dietrich Remeha Holding die Marktkontinuität in Bezug auf Wachstum und Forschung & Entwicklung biete, die zu einem breiteren Produktangebot und schnelleren



Jan van Hattem: Auf dem europäischen Heizkesselmarkt werden nur starke paneuropäische Unternehmen von ausreichender Größe bestehen

Innovationen führt. Zur Realisierung seien mehrere Geschäftsabläufe beschleunigt worden, was bedeute, dass Innovationen für die Holding jetzt doppelt so schnell wie zuvor realisiert werden könnten. Darüber hinaus werde auch die Entwicklungszeit um 50 % gesenkt.

De Dietrich Remeha strebt zudem die regionale Verfügbarkeit seiner Produkte an. Daher will das Unternehmen auf allen wichtigen Märkten vertreten sein. Die Realisierung dieses Vorhabens erfolgt basierend auf einem länderspezifischen Marketingkonzept. Die bestehenden Vertriebswege sollen beibehalten werden.

Das neue Unternehmen verfügt über die drei Marken Remeha, De Dietrich und Oertli und hat elf Tochterunternehmen. Die De Dietrich Remeha Holding erwartet, dass die 2400 Mitarbeiter in 2004 einen Umsatz von 450 Millionen Euro erwirtschaften. Als zentrale Unternehmensziele formulierte Jan van Hattem, dass man zu einem der Top-5-Player auf dem europäischen Markt werden möchte. Ob sich dieses Ziel allein durch die geplante Umsatzsteigerung von 10 % pro Jahr erreichen lassen wird, ist mehr als fraglich. Aus diesem Grund schloss der Unternehmenschef auch weitere Akquisitionen für die Zukunft nicht aus. Doch wer weiß; vielleicht wird die neue Holding bald selbst zu einem begehrten Ziel? In der Wirtschaft ist (fast) alles möglich! JW