

Unternehmensentwicklung bei Otto Heat

Otto macht Druck



Nach einer Phase der internen Umstrukturierung

präsentierte sich Otto Heat – Spezialist für Druckhaltung, Druckerhöhung und Wärmeübertragung – der Presse mit aktuellen Zahlen und Zielen.

Das markante Firmenlogo von Otto ist vielen Menschen vor allem durch seine Präsenz auf Mülltonnen und Papierkörben vertraut. In der Heizungsbranche kennt man das Unternehmen in erster Linie als Hersteller der roten Ausdehnungsgefäße. Zusammengefaßt sind diese unterschiedlichen Produktbereiche unter dem Dach der international agierenden Otto-Gruppe (Umsatz ca. 2 Milliarden DM), die sich in die Unternehmensbereiche Umwelt und Industrie gliedert. Der Bereich Industrie umfaßt sechs Geschäftsbereiche und einer davon ist der für die Heizungsprodukte zuständige Otto Heat. Geschickt gewählt ist der Zusatz „Heat“ im Firmennamen, der sich einerseits treffend aus dem Englischen mit „Hitze“ übersetzen läßt, vom Ursprung her allerdings als Abkürzung für Heizungs-, Energie- und Anlagentechnik steht. Firmensitz von Otto Heat ist Wenden-Gerlingen (bei Olpe), wo Verwaltung als auch Produktion untergebracht sind. Interessant ist, daß im produzierenden Bereich der Trend des Outsourcings gestoppt wurde, und man stattdessen in vollverketete Fertigungs-

straßen, Pulverbeschichtungs- und Schweißanlagen sowie Fachpersonal investiert hat. Ein wesentlicher Grund für dieses Engagement sind die hohen Qualitätsansprüche, die sich im eigenen Haus wohl am besten kontrollieren und steuern lassen.

Marktführer in mehreren Bereichen

Schwerpunktbereiche der Aktivitäten von Otto Heat sind Druckhaltung, Druckerhöhung sowie Wärmeübertragung/Trinkwassererwärmung. Im Rahmen einer Pressekonzferenz präsentierte Geschäftsführer Achim S. Dawedeit die aktuelle Entwicklung des Unternehmens, das 1996 einen Umsatz von ca. 61 Mio. DM erzielte und derzeit knapp 160 Mitarbeiter beschäftigt. Als Hauptgründe für das zweistellige Umsatzwachstum nannte Dawedeit den konsequenten Ausbau der Exportaktivitäten und die neue strategische Ausrichtung durch ein komplettes Plattenwärmeübertragerprogramm, das bereits einen Anteil von 25 % vom Gesamtumsatz erreicht hat. Zur Marktstellung des Unternehmens meinte Geschäftsführer Dawedeit: „Bei den Mittel- und Großgefäßen für Heizungsanlagen sehen wir uns als Marktführer mit einem Anteil von über 40 %. Auch bei pumpen-gesteuerten Druckhaltestationen sind wir Marktführer und in der Sonderdruckhaltung

liegen wir mit einem Marktanteil von über 50 % klar vorne.“ Als Hauptgründe für diese Entwicklung nannte er vor allem den umfassenden Kundenservice für Planer, Heizungsbauer und Großhändler, der jüngst u.a. durch einen 24-Stunden-Service an Wochenenden und Feiertagen für technische Problemlösungen und Ersatzteillieferungen ergänzt wurde. Aber auch neue Produkte wie die „Variotec“-Druckhaltestation mit



Otto Heat-Geschäftsführer Achim S. Dawedeit: „Marktführerschaft heißt auch, ständig neue Wege zu gehen und kundenorientierte Lösungen zu suchen.“

Entgasung und Wassernachspeisung, oder kundenorientierte Lösungen wie das wartungsfreundliche Schauglas und der Servicepaß für jährliche Wartungsarbeiten, würden zum Unternehmenserfolg beitragen.

Keine Experimente gibt es für den Geschäftsführer von Otto Heat in bezug auf den Vertriebsweg und wandte sich deshalb gegen den Absatz über Baumärkte und gegen Direktgeschäfte mit ausführenden Firmen. „Wir halten die Treue zum Fachgroßhandel und beraten kompetent das Handwerk“, bekräftigte Achim S. Dawedeit. In Punkto Rabattsystem kündigte er eine Änderung zum Jahresende an. Es soll ein neues System geben, denn, so Dawedeit, „das bisherige ist zu kompliziert.“ JW



Betriebsleiter Mathias Böhme erläutert den Ablauf der Fertigung eines Plattenwärmetauschers im Werk in Wenden-Gerlingen