

Eine Zeitschrift des Sapa-Konzerns • # 2 2004

# Shape



**MAVIC VERWANDELT PROFILE  
IN FAHRRADFELGEN FÜR DIE  
WELTELITE**

# Französische Revolution

**SAPAS GRÖßTER  
MARKT EXPANDIERT**

**DER NEUE CEO UND SEINE  
PLÄNE FÜR SAPA**

**NEUES PRODUKTIONSSYSTEM  
FÜR VERBESSERTEN  
KUNDENDIENST**

**VERKAUFSZAHLEN KLETTERN  
FÜR CLEVERE LEITERLÖSUNG**



# Selbstverständlich Sapa

**W**eihnachten steht vor der Tür und wir alle haben uns eine kleine Pause vor dem neuerlichen Arbeitbeginn im Jahr 2005 verdient.

Aus geschäftlicher Perspektive zeichnete sich 2004 durch eine verbesserte Konjunktursituation aus. Die Industrie konnte insgesamt eine positive Entwicklung verzeichnen. Dank der breiten Kundenbasis von Sapa konnten wir unsere Lieferzahlen erhöhen. Dies ist ebenfalls als Zeichen dafür zu werten, dass sich bei unseren Kunden ebenfalls ein positiver Trend abzeichnet.

Viele unserer Unternehmen können in diesem Jahr auf eine äußerst erfolgreiche Entwicklung zurückblicken. Die Ergebnisse haben sich verbessert und wir konnten unsere Marktpositionen stärken. Wir haben uns dafür eingesetzt, den Forderungen unserer Kunden hinsichtlich Service, Lieferzeiten, Qualität usw. noch besser zu entsprechen. Diese Arbeit werden wir im Laufe des Jahres 2005 noch weiter intensivieren. Unser Ziel lautet, Sapa zur selbstverständlichen und ersten Wahl für Profile, Komponenten oder Heat Transfer-Materialien zu machen.

**EIN WICHTIGER BAUSTEIN** dieser Arbeit ist Genesis – die Sapa-Version des Toyota Production System. Hier haben wir eine umfassende Arbeit innerhalb von Sapa Heat Transfer und Sapa Profiler in Schweden eingeleitet. Im letzten Quartal dieses Jahres starten wir den Prozess in einem weiteren Unternehmen unseres Konzerns.

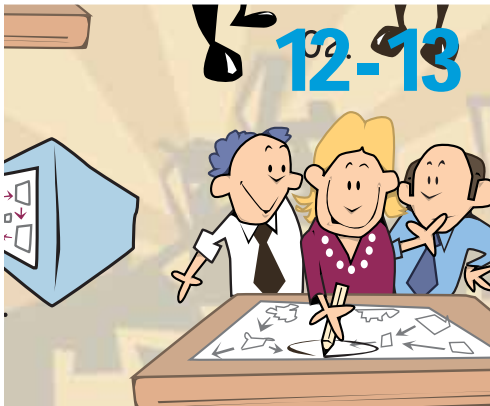
Um diese Entwicklung weiter voranzubringen, ist es wichtig, dass wir über eine ausgewogene Mischung aus Neuerwerb und organischem Wachstum verfügen. Deshalb haben wir den Beschluss gefasst, mehr als 14 Mio. Euro in den Ausbau der Sapa Heat Transfer-Produktionsanlagen in Shanghai zu investieren. Diese Investition soll unsere bereits starke Position in China und Asien zementieren und unser Streben untermauern, zu einem führenden globalen Lieferanten für Systemwärmetauscher für die Fahrzeugindustrie aufzusteigen.

In Polen haben wir uns für eine dritte Presse entschieden. Dadurch wird unser Interesse für Osteuropa sowie unsere Marktposition in Polen gefestigt. Überdies konnten wir in diesem Jahr eine starke Weiterverarbeitungsentwicklung in Polen verzeichnen. Diese wurde ebenfalls durch die neuen Fabriken in China und Litauen vorangetrieben.

Lassen Sie mich deshalb an dieser Stelle allen Kunden für das Vertrauen danken, dass Sie uns im Jahr 2004 entgegengebracht haben. Mein Dank gilt ebenfalls allen Mitarbeitern, die durch ihren Einsatz zu dieser positiven Entwicklung beigetragen haben. Last but not least wünsche ich uns allen ein erfolgreiches Jahr 2005.



**Kåre Wetterberg, Vorstandsvorsitzender und Konzernchef**



**Sapa auf Erfolgskurs in Frankreich**  
Frankreich ist gegenwärtig Sapas größter Markt ..... **6-7**

**Französische Fahrradräder von Weltformat**  
Mavic-Felgen populäre Wahl für Profi-Radfahrer ..... **8**

**Neuer CEO für Sapa kein Unbekannter**  
Interview mit Kåre Wetterberg ..... **10-11**

**Spaß und Effektivität am Arbeitsplatz**  
Sapa setzt auf neues Produktionssystem ..... **12-13**

**Roboter haben im Lager das Sagen**  
Stabile Aluminiumprofile gefragt ..... **14-15**

**Müllverbrennungsanlage der Luxusklasse mit Aluminiumprofilen**  
Blickfang für Reisende auf der schwedischen Autobahn **16**

**Profilschule: Querschnitt für richtige Toleranz**  
Tipps zur Konstruktion von Aluminiumprofilen ..... **18**

**Heißbegehrte Leiter**  
TV-Show lässt Verkaufszahlen klettern ..... **19**

**sapa:** Wir gestalten die Zukunft

Shape ist das Kundenmagazin des Sapa-Konzerns. Es wird zweimal jährlich in acht Sprachen herausgegeben und unter anderem an Kunden, Aktionäre, Analytiker, Journalisten und Mitarbeiter verteilt. Shape ist auch im Internet zu lesen: [www.sapagroup.com](http://www.sapagroup.com)

**Verantwortliche Herausgeberin:** Eva Ekselius.  
**Produktion:** OTW Publishing.  
**Adressänderung:** Kunden teilen ihre Kontaktadresse bitte Sapa direkt mit, Aktionäre



**Stabilität, geringes Gewicht und Wärmeleitfähigkeit sind überzeugende Gründe, weshalb sich Apple bei seinen neuesten Computern für Aluminium entschieden hat.**

### Apple setzt auf Aluminium

Aluminium ist dünn, leicht und trotzdem beständig. Genau deshalb hat sich Apple bei seinen neuesten Computern für dieses Material entschieden.

„Das Gehäuse muss nicht einmal aus besonders dickem Aluminium bestehen, damit es stabil ist“, so Markus Danilsons, Geschäftsführer des schwedischen Händlers Macoteket.

Bei der Einführung des Desktop-Computers Power Mac G5 vor einiger Zeit bestand das gesamte Computergehäuse aus naturfarbenem Aluminium. Der neueste tragbare Computer der Powerbook G4-Serie ist ebenfalls aus Aluminium gefertigt. Die Computer weisen von allen Laptops auf dem Markt das geringste Gewicht auf. Entsprechend der Bildschirmgröße liegt es zwischen 2 und 3 kg.

„Die gute Wärmeleitfähigkeit stellt einen weiteren Vorteil von Aluminium dar. Schnelle Prozessoren entwickeln viel Wärme. Diese wird von einem Aluminiumgehäuse gut abgeleitet“, fügt er hinzu.



**Dafo-Feuerlöscher werden häufig in Bussen und LKWs eingesetzt.**

### Kompakter Behälter löscht Brände

Der Verkauf von Dafo Brand-Feuerlöschern hat sich in der letzten Zeit rapide erhöht. Pro Jahr montiert Dafo Brand etwa 2000 Feuerlöscher, u.a. in Bussen, LKWs und größeren Kraftfahrzeugen. Sapa hat über einen Zeitraum von etwa einem Jahr die Profile für die Behälter geliefert.

„Die Bearbeitung und Oberflächenbehandlung der Profile ist sehr arbeitsintensiv“, berichtet Crister Roswall, für die Kunden verantwortlicher Verkäufer bei Sapa.

„Das Profil für die Behälter weist beim Strangpressen einen äußerst hohen Schwierigkeitsgrad auf. Das macht die Zusammenarbeit mit dem Kunden zu etwas Besonderem und Interessantem.“

Die Sapa-Profile für die Behälter bestehen aus einem Außen- und Innenmantel, einer Ober- und Unterseite sowie einem Kolben, der sich im Behälter bewegt.



### Großes Interesse für Barstuhl

Der Stuhl aus Aluminiumprofil vereint Beständigkeit und Festigkeit mit attraktivem Design, Leichtigkeit und Bequemlichkeit. Bei seiner zweiwöchigen Präsentation in der Stockholmer Galerie Adesso im Oktober war die Resonanz positiv. Das Stuhl-Design wurde vom schwedischen Bühnenbildner und Möbeltischler Anders Olin entworfen.

„Ich wollte einen leichten, stabilen Stuhl mit einem auf Wesentliche reduzierten Erscheinungsbild gestalten. Dafür sind Aluminiumprofile wie geschaffen“, erläutert er.

Im Unterschied zu den meisten Barstühlen, die häufig schwer und unförmig aussehen, ist der Stuhl von Anders Olin so leicht, dass selbst Kinder und ältere Menschen keine Schwierigkeiten haben, ihn anzuheben. Bislang ist dieser Stuhl nur in fünffacher Ausfertigung zu haben. Doch Anders Olin hofft darauf, dass er schon bald in einer ersten Serie von 500 Stück produziert wird.

### Briten erhöhen das Tempo

Zeit ist Geld, in dieses Sprichwort können Sapa-Kunden natürlich einstimmen. Sie sind nämlich an noch kürzeren Vorlaufzeiten interessiert, wie eine von Sapa Profiles in Großbritannien durchgeführte Untersuchung belegt.

Um den Kundenwünschen entgegenzukommen, hat Sapa Profiles ein neues Lager und Vertriebszentrum eröffnet.

Les Elliott, Geschäftsführer von Sapa Profiles, ist davon überzeugt, dass dieses neue Zentrum die gewünschten Früchte tragen wird.

„Die Hauptursache dafür, dass sich Kunden für uns entscheiden, besteht

darin, dass wir auf Wunsch die gesamte Kette von Entwurf und Herstellung bis zur Bearbeitung übernehmen“, erklärt er. „Unsere Arbeitsweise ermöglicht uns eine besonders gute Kontrolle über den Produktionsprozess und versetzt uns in die Lage, die Vorlaufzeiten kurz zu halten. Dies wird insbesondere dann immer wichtiger, wenn es um die Entwicklung neuer Produkte geht. Unser neues Vertriebszentrum wird dazu beitragen, unsere Effektivität zu erhöhen und den Produktionsfluss von Auftrag bis Lieferung zu vereinfachen.“



Das tschechische Unternehmen Alukov verwendet gemusterte Aluminiumprofile für seine Poolbeschichtungen.

## Dekorative Poolbeschichtung mit Decoral

Holz- und Steinimitate oder klare Farben- Decoral ermöglicht die Außenbehandlung von Aluminiumprofilen mit beliebigen Mustern oder Farben.

Decoral ist eine Art Pulverlackierung, die unbegrenzte Möglichkeiten für gemusterte Flächen bietet. Ein Unternehmen, das diese dekorative Besonderheit zu schätzen weiß, ist der tschechische Betrieb Alukov. Er fertigt und verkauft Poolbeschichtungen europaweit. Die dafür benötigten Profile werden in der polnischen Sapa-Fabrik gepresst. Die Oberflächenbehandlung mit Decoral erfolgt bei Sapa Schweden.

„Dass Sapa grenzüberschreitend zusammenarbeitet, bietet den Kunden ein Plus

an Möglichkeiten. Die Decoral-Technik, die bislang nur von Sapa Schweden praktiziert wird, ist dafür ein gutes Beispiel“, so Mariusz Sobczak, Exportleiter von Sapa Polen.

Decoral ist eine Art Pulverlack mit Muster. Zunächst wird ein speziell zusammengestellter Pulverlack auf das Profil und anschließend das Muster aufgebracht. Das Original für dieses Muster ist häufig eine fotografische Abbildung, z.B. Holz oder Stein. Das Original wird auf einen Film kopiert, der als Träger für die Pigmente fungiert, die das Bild erzeugen. Die Decoral-Technik stellt ein tiefes Eindringen sicher. Im Ergebnis wird eine Oberfläche erzeugt, die all die Eigenschaften aufweist, die für herkömmlichen Pulverlack typisch sind.

## Neue Fabrik in China

Sapa setzt immer stärker auf den schnellwachsenden chinesischen Markt. Im Mai eröffnete die 100%ige Tochtergesellschaft Sapa Profiler Schweden eine neue Bearbeitungsfabrik in Shanghai. Das Ziel lautet, zu einem kompletten Lieferanten von bearbeiteten Aluminiumprofilen in China aufzusteigen. Zu den wichtigsten Kunden zählen das schwedische Telekommunikationsunternehmen Ericsson und das amerikanische IT-Unternehmen Hewlett Packard. Ein Anlass für die Etablierung in China sind die Prognosen für ein weiterhin gutes Wachstum auf dem lokalen Markt.

„Viele unserer Kunden und insbesondere Ericsson haben sich hier bereits gut etabliert. Wir haben uns dafür entschieden, nachzuzugreifen, um den Kunden einen bestmöglichen Service zu bieten“, so Lars Forsberg, Hauptverantwortlicher für die Fabrik in Shanghai.

Selbst die Fahrzeugindustrie hat sich mehr und mehr auf die Produktion in China verlegt.

„Sie hat großen Bedarf an einem lokalen Lieferanten, der sie mit qualitativ hochwertigen Komponenten beliefern kann“, so Lars Forsberg weiter.

Sapa hat bereits 1996 seinen Betrieb in Shanghai aufgenommen. Nur 100 m von der neueröffneten Bearbeitungsfabrik befindet sich die Sapa Heat Transfer-Anlage, die Systemwärmetauscher für die Fahrzeugindustrie produziert.



Gute Prognosen in China ermuntern Sapa zu Investitionen in eine neue Fabrik in Shanghai.



## Dualframe-System in populärem englischen Mietshaus

In den beliebten Londoner Docklands sorgt ein neugebautes Haus mit 60 Wohnungen mit Sapas Dualframe-Aluminiumtüren und -fenstern für Furore. Das Gebäude mit dem Namen „The Switch House“ befindet sich nur einen Katzensprung vom Londoner Zentrum entfernt und bietet seinen Mietern eine fantastische Aussicht über die Themse. Das Sapa Dualframe-System wurde eingesetzt, um das

dynamische Design des Architekten zu unterstreichen. Türen und Fenster aus Aluminium vermitteln ein Gefühl von Modernität, klaren Linien und Leichtigkeit. Nicht nur Haustüren und Fenster stammen von Sapa, sogar die Balkontüren wurden von Sapa hergestellt.

„The Switch House“ ist eines von vielen Gebäuden, bei denen das Dualframe-System eingesetzt wurde.



**Sapa-Fenster mit Dualframe lassen weder Kälte, Luft oder Wärme noch Diebe ein.**

## Sapa-Türen und -Fenster sorgen für zuverlässigen Schutz

Diebe haben es jetzt noch schwerer, über Sapa Dualframe-„Niedrigschwelen-Türen“ einzubrechen. Die Türen haben alle Wetter- und Sicherheitstests bestanden, die sie für eine Zertifizierung durch die britische Normbehörde BSI qualifizieren. Dies gilt ebenfalls für das Sapa-Fenstersystem – Dualframe 75 mm – das sicheren Schutz vor Kälte, Feuchte und Wärme garantiert. Genau wie die Türen sind die Fenster so geformt, dass sie starkem Druck von außen, z.B. bei Unwettern, standhalten.

„Das Dualframe-System wurde bei unseren

Kunden immer populärer“, berichtet Jon Palethorpe, Verkaufs- und Vertriebsleiter von Sapa Building Systems. Durch das Bestehen dieser Tests werden sich unsere Kunden weitere Geschäftsabschlüsse sichern können.“

Ein Grund dafür, dass Jon Palethorpe der Zertifizierung eine solch große Bedeutung beimisst, besteht darin, dass die Sicherheitsstandards ein zunehmend wichtiger Bestandteil von Geschäftsspezifikationen sind – sowohl auf dem staatlichen als auch auf dem privaten Sektor.



**„Bei uns sind die Kunden mit ihren Ideen stets willkommen“, so Paulis Velicka von Sapa Profiliai (Mitte) bei der Eröffnung.**

## Neue Fabrik im Wachstumsland Litauen eingeweiht

Im Oktober hat Sapa eine neue Bearbeitungsfabrik in Litauen eingeweiht: UAB Sapa Profiliai. Die Fabrik befindet sich in der zweitgrößten Stadt des Landes – Kaunas.

Sapa hatte bereits im Jahr 1998 ein Verkaufsbüro in Litauen eröffnet. Die Aufgabe bestand darin, Kunden mit technischen Lösungen für die Aluminiumprofile, die aus Schweden importiert wurden, unter die Arme zu greifen.

Seitdem ist die Entwicklung rasch vorangeschritten. Heute arbeiten in der neuen Fabrik 43 Angestellte. Zudem wurde in der litauischen Hauptstadt Vilnius ebenfalls ein Verkaufsbüro für Bausysteme eröffnet.

„Wir haben große Pläne für die Anlage in Kaunas. Überhaupt hegen wir ehrgeizige Ziele für die Expansion im Baltikum und in Osteuropa“, erläutert Arne Rengstedt, Geschäftsführer von Sapa Profiler, der ebenfalls für die Aktivitäten im restlichen Skandinavien, im Baltikum und in Osteuropa verantwortlich zeichnet.

Der größte und wichtigste Kunde von Sapa Profiliais heißt IKEA.

„Innerhalb von ein bis zwei Jahren haben wir die Möglichkeit, den Umsatz im Land zu verdoppeln“, berichtet Lars Forsberg, Manufakturchef von Sapa Profiler Schweden. „Wir rechnen damit, dass mehr als die Hälfte der Produktion für IKEA bestimmt ist. Der Rest geht in den Export und an andere lokale Kunden.“

Der Geschäftsführer der litauischen Fabrik Paulius Velicka ist davon überzeugt, dass Sapa bei der Bearbeitung von Aluminiumprofilen in Litauen zum Marktführer aufsteigt.

„Wir sind Unternehmer, an Partnerschaft interessiert und arbeiten professionell. Bei uns sind die Kunden mit ihren Ideen stets willkommen“, so Paulis Velicka von Sapa Profiliai bei der Eröffnung. „Wir werden sie dabei unterstützen, ihre Vorstellungen zu verwirklichen.“

„Kurz und gut – wir werden die Zukunft gestalten“, konstatiert Paulius Velicka bei der Einweihung der Fabrik.



**Nahezu 50000 neugierige Besucher wurden von der Fachmesse InnoTrans angezogen.**

## Publikumsrekord bei der InnoTrans in Berlin

Sapa Mass Transportation hat bereits zum zweiten Mal an der internationalen Fachmesse InnoTrans vom 21. bis 24. September 2004 in Berlin teilgenommen.

In diesem Jahr lockte die Messe nahezu 47000 Besucher an. Dies entspricht einer Steigerung von fast 25% im Vergleich zu 2002. Das gestiegene Interesse unterstreicht die Position der InnoTrans als Treffpunkt Nr. 1 für Entscheidungsträger u.a. Interessenten auf dem Gebiet der Schienenverkehrsindustrie.

Zu den auf dieser Messe vertretenen Gebieten zählten Schienenverkehrstechnik, Infrastruktur, öffentlicher Personenverkehr, IT-Transport und Dienstleistungen.

Sapa Mass Transportation war mit einem 45-m<sup>2</sup>-Messestand vor Ort. Es wurde eine breite Auswahl an Innen- und Außenausstattungslösungen präsentiert, die in enger Zusammenarbeit mit einigen der marktführenden Produzenten von Schienenverkehrszugzeugen entstanden sind.

FOTO: MAURIZIO CAMAGNA



# In Frankreich arbeiten die Pressen rund um die Uhr

Innerhalb von zehn Jahren hat sich Frankreich zum größten Markt von Sapa gemauert. In den Anlagen in Südfrankreich arbeiten die Pressen rund um die Uhr. Das Erfolgsgeheimnis von Sapa besteht darin, den Kunden zuzuhören und sie zu verstehen.

In der Sapa-Fabrik im südfranzösischen Puget stehen die Räder im Prinzip niemals still. Die Pressen werden im Dreischichtsystem betrieben, auch am Samstag und Sonntag. Nur zu Weihnachten und im Urlaubsmonat August kehrt im Betrieb Ruhe ein.

Fernand Venturi ist der Direktor von Sapa Profilés in Puget, einem Ort, der etwa eine Autostunde von Nizza entfernt ist. Für ihn gehört ein Besuch im Produktionsbereich zu seinem Geschäft. In der Fabrik ist er sehr darauf bedacht, in alle Richtungen zu grüßen und das eine oder andere Schwätzchen zu halten.

„Wir waren von Anfang an ein familiäres Unternehmen und dieses Gefühl hat sich bei unseren Mitarbeitern bis heute erhalten“, erklärt Fernand Venturi bei einem Rundgang durch die Fabrik. „Bei uns gibt es keine ‚big bosses‘.“

Dass es für Sapa Frankreich so gut läuft, beruht seiner Meinung nach auf einer ganz

einfachen Strategie: Auf die Wünsche der Kunden hören und ihren Bedarf verstehen.

„Für uns ist die Nähe zum Kunden eine Selbstverständlichkeit. Bei einigen Lieferanten zeichnet sich die Tendenz ab, den Kunden zu vergessen. Wir bauen über einen längeren Zeitraum freundschaftliche Beziehungen auf. Davon profitieren unsere Kunden und wir gleichermaßen“, merkt er weiter an.

**DIESE KUNDENNAHE HAT** dazu beigetragen, dass Sapa zum drittgrößten Aluminiumprofillieferanten auf dem französischen Markt aufgestiegen ist.

Heute ist Frankreich mit den Fabriken Puget und Albi, vor den Toren von Toulouse, sowie mit seinen Lagern und Verkaufsbüros

in sieben weiteren Städten eindeutig der größte Markt von Sapa.

François Coëffic, Direktor der Geschäftsbereiche Sapa Building Systems und Sapa Profiles in Südeuropa, erklärt, dass Frankreich für Aluminiumproduzenten einen interessanten Markt darstellt. Die Nachfrage nach Aluminiumprofilen liegt weit über der derzeitigen Produktionskapazität des Landes.

„Frankreich ist der drittgrößte Aluminiumprofilmarkt Europas und verfügt über ein Potenzial von jährlich 330000 t.“ Sapa liefert etwa 50000 t pro Jahr.

„Außer den Lieferungen von unseren Fabriken in Puget und Albi beliefern Sapas Unternehmen in Belgien, Deutschland und Portugal ebenfalls den französischen



„Doch unsere größte Herausforderung besteht darin, uns von einem herkömmlichen Lieferanten in einen wertschöpfenden Lieferanten umzuwandeln.“

François Coëffic, Sapa-Direktor



Für Sapa läuft es ausgezeichnet in Frankreich. Und es bestehen gute Aussichten, noch stärker zu wachsen. Die Nachfrage nach Aluminiumprofilen liegt weit über der derzeitigen Produktionskapazität des Landes.

Markt, um diese große Nachfrage zu befriedigen“, so François Coëffic. Er setzt hinzu:

„Dies ist eine Möglichkeit, unsere gemeinsamen Produktressourcen auszunutzen. Wir arbeiten aktiv daran, eine bessere grenzüberschreitende Zusammenarbeit auf die Beine zu stellen.“

**ES IST VOR ALLEM DER BAUSEKTOR**, der sich nach vorn bewegt und für die stärkste Nachfrage nach Aluminiumprofilen sorgt. Ganze 54% des Verkaufs von Sapa erfolgen auf diesem Gebiet.

Doch Sapa liefert ebenfalls Aluminiumprofile an Kunden mit so wohlklingenden Namen wie Peugeot, Renault, Mavic und Samro. Darüber hinaus produziert Sapa Profile für Nischenbranchen,

wie z.B. Fahrräder und Rollschuhe, Beschichtungen für Schwimmbecken sowie für Wände, Tische, Stühle und Leitern.

Die Etablierung von Sapa in Frankreich begann 1992 mit dem Kauf der Fabrik in Albi. Sieben Jahre später wurde Intexalu in Puget Mitglied der Sapa-Familie. Sapas letzter Erwerb, die RCA-Gruppe in Belgien, hat die Präsenz von Sapa in Frankreich weiter gestärkt.

Die Sapa Profilés-Fabrik in Albi befindet sich etwa eine Autostunde von Toulouse entfernt. Neben Strangpressen ist dort ebenfalls eine Lackieranlage zu finden, in der eine gewisse Lohnfertigung betrieben wird. Diese will Sapa in Albi weiter ausbauen, um

## FAKTEN • Sapa in Frankreich

Sapa Profilés Puget und Sapa Building Systems mit Sitz in Puget-sur-Argens an der französischen Riviera sind die größte Produktionseinheiten in Frankreich.

Angestelltenzahl: 650 mit Personal in den Sapa-Vertriebszentren in Strasbourg, Vendôme und Toulouse.

Die Fabrik verfügt über zwei Pressen, Anodisierung, Umschmelzwerk, Lackierung, Produktion und Lagerhaltung von Bausystemprodukten. Kapazität: 25000 t.

Sapa Profilés Albi und Sapa Local befinden sich in der Heimatstadt Albi des Malers Toulouse-Lautrec.

Die Fabrik besitzt zwei Pressen, Lackieranlage, Lager und Bearbeitung. Kapazität: 19000 t. Mitarbeiterzahl: 240.

Das belgische Sapa RC System ist mit fünf Lager- und Verkaufsbüros in Frankreich sowie einem Zentrallager in La Chapelle d'Armentières vertreten. Weitere Orte sind Angers, Floirac (Bordeaux), Chassieu (Lyon) und Strasbourg. Anzahl der Angestellten: 85.



den Kunden einen besseren Service bieten zu können.

**DIE NACHFRAGE NACH PROFILEN** wird Schätzungen zufolge in Frankreich jährlich um 2,8% steigen. Dies ist vor allem den Investitionen in Neubauten im Land geschuldet. Eine Möglichkeit, die François Coëffic unbedingt nutzen möchte:

„Die Kapazität in den Fabriken zu erhöhen, ist eine Sache. Doch unsere größte Herausforderung besteht darin, uns von einem herkömmlichen Lieferanten in einen wertschöpfenden Lieferanten umzuwandeln. Das heißt, wir wollen unseren Kunden einen Mehrwert bieten, indem wir intelligente, innovative und profitable Lösungen bieten.“



Dünn und leicht – Felgen vom französischen Unternehmen Mavic sind für viele Radprofis eine selbstverständliche Wahl.

# Fahrradräder von Weltformat

Das französische Unternehmen Mavic zählt zu den Kunden von Sapa Profilés in Puget. Mavic produziert Fahrradräder für die europäische Radelite.

**BEI DER TOUR DE FRANCE 2004** konnte Mavic mit seinen überzeugenden Felgen einen ersten Platz erzielen. Die meisten Teilnehmer im Spitzenfeld waren auf Mavic-Felgen unterwegs. Fahrradfelgen für die Radprofilite herzustellen, ist nicht gerade einfach. Schließlich kommt es ganz entscheidend auf das Gewicht an.

Fahrradfahrer sprechen dabei von der rotierenden Masse. Dabei gilt es, das Gewicht des Rads möglichst im Zentrum, so dicht wie machbar an der Nabe zu konzentrieren. Zudem muss die Felge verdrehungsfest sein.

Die von Mavic zur Produktion von Fahrradfelgen verwendeten Aluminiumprofile werden von Sapa Profilés in Puget geliefert.

„Unsere Produkte müssen ganz andere Anforderungen erfüllen als beispielsweise Produkte für die Bauindustrie“,

so Jean-Christophe Fluhr, Einkaufsleiter von Mavic in Frankreich. „Unsere Kunden sind an Rädern interessiert, die so leicht wie möglich sind. Deshalb überprüfen wir gemeinsam mit Sapa, wie wir dieses Produkt weiterentwickeln können.“

Bevor Sapa mit der Produktion eines neuen Felgenprofils beginnt, werden alle Einzelheiten ausführlich besprochen. Alain Litre ist der Hauptverantwortliche für die Herstellung bei Sapa Profilés.

Er berichtet, wie sorgfältig die Kundenskizzen durchgesehen werden, um zu klären, ob es überhaupt möglich ist, ein solches Profil so zu produzieren.

„Das Mavic-Produkt ist technisch sehr anspruchsvoll und stellt hohe Anforderungen an die Abmessungen des Profils.“

Das Profil ist sowohl leicht als auch dünn. Darüber hinaus soll als Endprodukt



Alain Litre und Dario Bardi von Sapa Profilés.

ein rundes Rad entstehen“, fügt Alain Litre hinzu.

Gemeinsam mit Sapa diskutiert Mavic derzeit eine Felgenentwicklung, die zu noch leichteren Rädern für anspruchsvolle Kunden führen soll. Als nächstes, weiß Jean-Christophe Fluhr zu berichten, sollen qualitativ hochwertige Radfelgen für den asiatischen Markt produziert werden.

„Wir haben bereits Kontakt zu Sapa in China aufgenommen“, erklärt er.



# Erfolg mit Badezimmerprofilen

Pressalit Care aus Dänemark war das erste Unternehmen auf dem Markt, das Aluminium für Reha-Produkte im Badezimmerbereich einsetzte. Zunächst lief der Verkauf schleppend, doch schon bald erwies sich der Wechsel von Stahl zu Aluminium als glücklicher Schachzug.

**D**ie Idee, Reha-Produkte für den Badezimmerbereich mit Aluminiumprofilen anstatt Stahl herzustellen, entstand während eines Sapa-Seminars zu Aluminiumprofilen.

Das war im Jahr 1988. Zu dieser Zeit kam Aluminium noch nicht in Reha-Produkten für den Badezimmerbereich zum Einsatz.

„Am Anfang ging der Verkauf ein wenig zögerlich voran“, gibt Chefdesignerin Hanne Rasmussen zu. „Erst einige Jahre später wies die Absatzkurve einen Trend nach oben auf und wir verzeichneten einen Erfolg durch den Materialwechsel.“

Dem Design wurde bei Pressalit Care schon immer ein besonderer Stellenwert eingeräumt.

„Hinsichtlich Designlösungen und Materialwahl streben wir danach, ganz vorn an der Spitze zu liegen“, erklärt Erik Boyter, Geschäftsführer von Pressalit Care.

„Die Investitionen in eine innovative Formgebung“, so Erik Boyter, „haben dem Unternehmen zahlreiche Konkurrenzvorteile

verschafft.“ Bereits 1966 hat Pressalit Care mit der Einführung des ersten professionell entworfenen Toilettensitzes gegenüber der Konkurrenz Maßstäbe gesetzt. Hinter diesem Design standen der schwedische Prinz Sigvard Bernadotte und der Däne Acton Björn.

**IN DEN 1970ER** Jahren wurde die Designerin Hanne Rasmussen angestellt, die gerade ihre Diplomprüfung an der dänischen Architekturschule Århus abgelegt hatte. Eine ihrer ersten Aufgaben bestand darin, eine höhen- und tiefenverstellbare Badezimmereinrichtung für Körperbehinderte zu entwickeln. Anfänglich wurden diese Rehabilitationsprodukte aus Stahl gefertigt. Später wurde der Stahl gegen die erheblich leichteren Aluminiumprofile ausgetauscht.

„Die Profile weisen eine Reihe von Vorteilen auf“, so Hanne Rasmussen. „Sie wiegen nicht besonders viel, können leichter verbunden werden und sind einfach sauberzuhalten. Darüber hinaus sind sie form-schön, robust und vermitteln einen sicheren und zuverlässigen Eindruck.“

Seit Pressalit Care mit dem Einsatz von Aluminiumprofilen begonnen hat, steht der Hauptlieferant Sapa dem Unternehmen als Berater und Kooperationspartner zur Seite.

„Die Zusammenarbeit hat stets einwandfrei funktioniert“, konstatiert der Produktionsverantwortliche Jonny Carlsen.

„Wir sind sehr erfreut, dass Sapa sich sogar am Entwicklungsprozess beteiligt“, ergänzt Erik Boyter. „Davon haben wir gewaltig profitiert.“

Hanne Rasmussen vergleicht die langjährige Kooperation mit einer „langen und glücklichen Ehe“.

„Wie in allen Beziehungen geht es um ein Geben und Nehmen sowie um das Gespür für die Bedürfnisse und Wünsche der anderen Seite.“

Heute zeichnet Sapa für zwei Drittel der Aluminiumprofillieferungen an Pressalit Care verantwortlich. Sapa ist der einzige Zulieferer, der ebenfalls eine beratende Funktion innehat.

Als Shape Hanne Rasmussen bittet, durch die Kristallkugel in die Zukunft zu schauen, lässt die Antwort nicht lange auf sich warten: „IT wird eine zunehmend wichtigere Rolle spielen“, so ihre Überzeugung. Weiter sagt sie voraus, dass gewagte Materialkombinationen immer üblicher werden.

„Auch die Aluminiumprofile werden weiterentwickelt und andere Eigenschaften erhalten. Hoffentlich werden sie etwas flexibler“, so Hanne Rasmussen.



Hanne Rasmussen und Johnny Carlsen von Pressalit Care sind der Konkurrenz gern einen Schritt voraus.

## Fakten • Pressalit Care

Pressalit Care ist ein Unternehmensbereich der Pressalit Group. Das Unternehmen wurde 1954 gegründet und weist einen Umsatz von ca. 56 Mio. EUR auf. Es beschäftigt gegenwärtig 425 Mitarbeiter. Weitere Informationen zu Pressalit Care können Sie auf der Website [www.pressalitcare.dk](http://www.pressalitcare.dk) finden.

# Arbeit und Freizeit fest im Griff

## Neuer Vorstandsvorsitzender (CEO) Kåre Wetterberg für Sapa kein Unbekannter

Als frisch ausgebildeter Diplomingenieur ist er vor 30 Jahren zu Sapa gekommen. Seitdem hat sich sowohl im Unternehmen als auch bei Kåre Wetterberg einiges verändert. Der neue Vorstandsvorsitzende und Konzernchef hat eine einfache Erklärung für seine Motivation parat:

„Es macht einfach Spaß, bei Sapa zu arbeiten“, erklärt er uns.

**K**åre Wetterberg hält beim Spaziergang durch den Stockholmer Park Humlegården die Leine fest in der Hand. Am anderen Ende der Leine springt und spielt Maja, ein vier Monate alter Gordon Setter-Welpe. Sie sind nicht zum ersten Mal hier. Nur einen Katzensprung vom Park entfernt befindet sich die Wohnung von Kåre Wetterberg.

„Im Moment verbringe ich einen großen Teil meiner Freizeit mit Maja“, berichtet er.

Der Hundewelpe ist eine der Veränderungen, die in der letzten Zeit das Leben von Kåre Wetterberg geprägt haben. Eine weitere Änderung ist seine neue Tätigkeit als Konzernchef von Sapa.

Als wir mit ihm über seine neue Aufgabe sprechen, wirkt er ruhig und konzentriert.

„Das ist natürlich eine ganz große Sache. Auf jeden Fall ist dies eine der größten Herausforderungen, vor denen ich bislang gestanden habe.“

**ANFANG DER 1970ER** Jahre absolvierte Kåre Wetterberg an der Technischen Hochschule Chalmers im schwedischen Göteborg eine Ausbildung zum Diplomingenieur. Über einen Professor an der Hochschule kam er in Kontakt mit Nils Bouveng, einem der Gründer von Sapa. Seine Karriere im Unternehmen begann 1974 mit der Teilnahme an einem Trainee-Programm bei Sapa in Vetlanda.

Seitdem ist er diesem Unternehmen treu geblieben, auch wenn sich seine Aufgaben verändert haben. So war er u.a. als Geschäftsführer von Sapa-Unternehmen in

Deutschland und Schweden tätig.

Seit 2002 arbeitete Kåre Wetterberg als stellvertretender Vorstandsvorsitzender mit CEO Staffan Bohman zusammen.

Sie können auf eine lange Karriere zurückblicken. Gibt es einen Moment in Ihrer Entwicklung, den Sie als Meilenstein besonders hervorheben würden?

„Da gibt es eine ganze Menge. Einer dieser



Neu als Vorstandsvorsitzender, Konzernchef und ... Herrchen.

Momente war der Augenblick, in dem ich das erste Mal eine Chefposition innehatte. Dies war ein außerordentlich wichtiges Ereignis. Mir ist bewusst geworden, wie viel Verantwortung ein Chef trägt.

Natürlich ist die Aufgabe als Konzernchef besonders wichtig. Wer würde schon verneinen wollen, dass dies ein Meilenstein in seiner Entwicklung ist.“

Sie sind seit 30 Jahren im Sapa-Konzern. Ist Ihnen nie der Gedanke gekommen, in ein anderes Unternehmen zu wechseln?

„Nein, eigentlich nicht. Ich war fast regelmäßig mit neuen Arbeitsaufgaben konfrontiert. In der letzten Zeit haben sich in regel-



Trotz seiner 30-jährigen Tätigkeit in ein- und dem Vorstandsvorsitzender ist ihm sehr daran gelegen

### Fakten • Kåre Wetterberg

Name: Kåre Wetterberg

Alter: 55 Jahre

Wohnt: in Stockholm

Beruf: seit 1. Juni 2004

Vorstandsvorsitzender und Konzernchef für Sapa AB

Beruflicher Hintergrund: Ausbildung als Diplomingenieur an der Technischen Hochschule Chalmers

1974: Beginn der Tätigkeit bei Sapa in Vetlanda

1986: Geschäftsführer für das deutsche Profilunternehmen von Sapa (Offenburg)

1997: Geschäftsführer für das schwedische Profilunternehmen von Sapa

2002: stellvertretender Geschäftsführer von Sapa AB

2004: Vorstandsvorsitzender und Konzernchef von Sapa AB

Freizeitinteressen: Familie, Literatur und Film. „Ich mag Filme, die sich nicht so sehr an einem breiten Publikum orientieren. Bei meinem letzten Kinobesuch saß ich ganz allein im Saal.“

mäßigen Abständen, etwa alle vier Jahre, neue Möglichkeiten für mich eröffnet.“

Ist es nicht vielleicht sogar ein Nachteil, keine Erfahrungen mit anderen



FOTO: KALLE ASSBRING

„Selbst demselben Unternehmen ist Kåre Wetterberg kein bequemer Mensch. Als Sapa-Chef, auf andere zu hören und sich als Chef stetig weiterzuentwickeln.“

Unternehmenskulturen gemacht zu haben?

„Es ist nicht notwendig, ein Unternehmen zu wechseln, um sich weiterzuentwickeln. Eigentlich ist es sogar von Vorteil, sich in einem Unternehmen einen breiten Erfahrungshintergrund angeeignet zu haben. Bei meinen verschiedenen Arbeitsaufgaben habe ich sehr unterschiedliche Kundenkreise kennengelernt. Ich hatte mit den verschiedensten Kunden zu tun – mit großen und kleineren.“

**FÜR KÅRE WETTERBERG** war es selbstverständlich, zuzusagen, als ihm der Posten als Vorstandsvorsitzender angeboten wurde. Als stellvertretender CEO und bei der Zusammenarbeit mit Staffan Bohman hat er sich die Führungsqualitäten für die Leitung des Unternehmens angeeignet.

„Natürlich haben Staffan Bohmann und ich andere Steckenpferde. Meine Ausrichtung ist eher das operative Gebiet. Parallel zu finanziellen Aspekten interessiere ich mich in etwas anderer Weise für die Produktion.“

Kåre Wetterberg verfügt über solide Kenntnisse der Unternehmensbetriebe. Dennoch ist er stets bestrebt, sich als Chef weiterzuentwickeln und zu verbessern.

„Es ist schwierig, sich selbst so zu sehen,

wie einen die Umgebung wahrnimmt. Deshalb versuche ich, aufgeschlossen zu agieren und anderen zuzuhören, um mich zu ändern. Es ist wichtig, Menschen in seiner Umgebung zu haben, die einem ein gerechtes Bild von sich selbst als Person vermitteln.“

Wie würden Sie sich selbst als Führungspersönlichkeit beschreiben?

„Ich diskutiere gern und bin darauf bedacht, mir die Meinungen anderer Menschen anzuhören. Ich denke, dass ich gut darin bin, Verantwortung zu delegieren. Ich strebe danach, in allen Situationen offen und ehrlich zu sein.“

Kåre Wetterberg besitzt eine klare Vorstellung davon, wie sein Auftrag aussieht – nämlich Sapa zu entwickeln.

„Sapa soll ein noch besseres Unternehmen werden. Dies werden wir auf noch mehr Märkten ausnutzen, als wir dies heute tun. Um damit erfolgreich zu sein, müssen wir von unseren Kunden ausgehen und uns ihrem Bedarf anpassen.“

In den letzten Jahren belief sich unser Wachstum auf etwa 10% pro Jahr. Dies soll auch zukünftig so bleiben. Es besteht auch weiterhin ein großer Wachstumsspielraum für Sapa.“

Inwiefern?



„Ich strebe danach, in allen Situationen offen und ehrlich zu sein.“

„Indem wir die Vorteile unseres dezentralisierten Unternehmens nutzen, sorgen wir für Wettbewerbsfähigkeit. Sapa muss weiterhin Unternehmen aufkaufen und solche Akteure finden, die zu unserer Tätigkeit passen. Dabei sehen wir uns einem Problem gegenüber. Der Branche geht es gut und der Einkauf von Unternehmen ist ein teures Unterfangen.“

Welche Bereiche spielen momentan für Sapa die wichtigste Rolle?

„Wir müssen auf das Alltagsgeschäft und auf Expansion setzen. Im Augenblick ist unser Interesse auf die Märkte in China und Osteuropa gerichtet. In China sind wir bereits mit der Herstellung von Systemwärmetauschern aus Aluminium für die Fahrzeugindustrie vertreten. Jetzt müssen wir uns überlegen, wie wir mit der Herstellung von Aluminiumprofilen einen Fuß in die Tür bekommen.“

Sapa steht als Unternehmen seit dem Start im Jahr 1963 für Kundenorientierung. Für Kåre Wetterberg ist dies von grundlegender Bedeutung.

„Wir können unsere Kunden noch besser zufriedenstellen, indem wir den Servicegrad erhöhen, noch pünktlicher liefern und die richtige Qualität bieten. Sapa ist keineswegs perfekt – es bleibt noch viel zu tun. Daher müssen wir für den Bedarf unserer Kunden ein feines Gehör haben.“

**DER NEUE SAPA-KONZERNCHEF** ist ein großer Freund von Literatur und Film. Selbstverständlich haben es ihm auch Aluminiumprofile ange-tan, die besonderen ästhetischen Ansprüchen genügen. Als Beispiel dafür führt er den Aluminiumstuhl Sting an.

„Der ist einfach fantastisch. Ein Möbelstück an der Grenze zur Kunst. In diesem Möbelstück wurden sämtliche positiven Eigenschaften von Aluminiumprofilen vereint und ein Stuhl entworfen, der simpel und stilistisch ansprechend ist. Ein einzelnes Profil an sich kann sehr komplex sein. Doch erst in einem größeren Kontext wird es richtig interessant und es lassen sich spannende Konstruktionslösungen erzielen.“

Die gleiche Abhängigkeit trifft laut Kåre Wetterberg auch auf Menschen zu, die erst im Zusammenspiel ihre Tätigkeit bestmöglich gestalten können.

„Für alle Menschen ist die Umgebung von ausschlaggebender Bedeutung. Es sind einzelne Individuen, die zusammen in einem Unternehmen ein großes Ganzes bilden. Alle tragen dazu bei, dieser Gesamtheit etwas Besonderes zu verleihen“, fügt er hinzu.

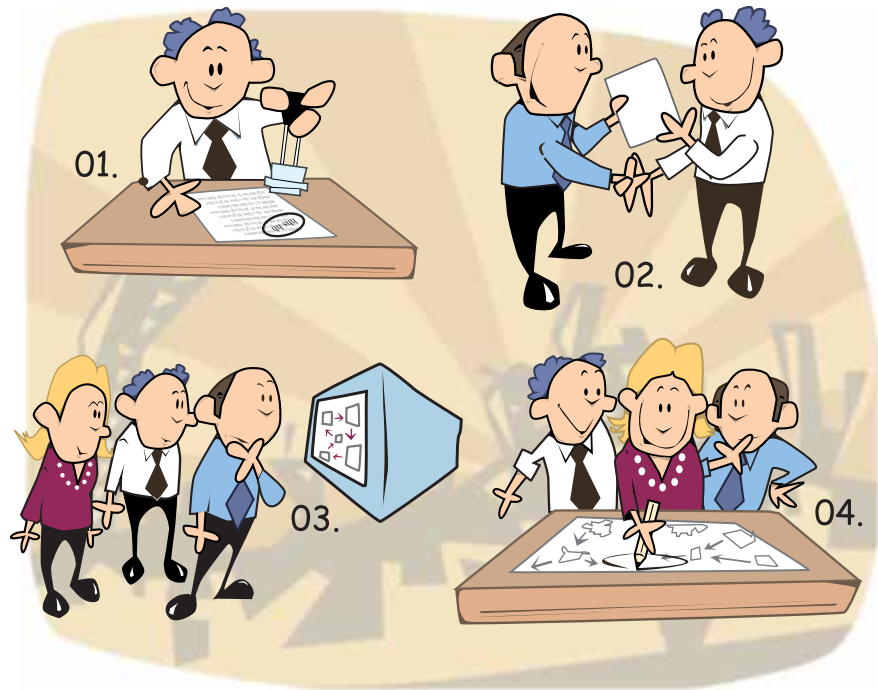


ILLUSTRATION: PATRIK AGEMALM

**Genesis beruht auf vier Grundregeln:** 1. Jede Arbeitsaufgabe ist standardisiert. 2. Es muss ein internes Kunden- und Lieferantenverhältnis zwischen den einzelnen Einheiten bestehen. 3. Oberste Priorität für alle genießt der Produktionsfluss. 4. Wenn diese drei Voraussetzungen erfüllt sind, kommt es darauf an, ständige Verbesserungen am Produktionssystem vorzunehmen.

# Sapa setzt auf neues Produktionssystem

Ist es möglich, die Effektivität zu steigern und gleichzeitig noch mehr Spaß an der Arbeit zu haben? Die Antwort lautet „Ja“. Zumindest dann, wenn das Produktionssystem Genesis den nächsten Schritt in Sapas Entwicklung darstellt.

„Meiner Ansicht nach werden wir die Qualität unserer Produkte noch weiter verbessern“, so Michael Mononen, stellvertretender Geschäftsführer von Sapa.

**E**ine Unternehmensrevolution? Ganz sicher nicht. Sapas neues Produktionssystem mit dem Namen Genesis stellt vielmehr eine schrittweise Evolution innerhalb der gesamten Struktur dar.

„Die Veränderung wird langsam aber stetig stattfinden. Ich bin mir nicht sicher, ob sie anfangs von unseren Kunden überhaupt

wahrgenommen wird. Auf längere Sicht werden wir jedoch in der Lage sein, preiswertere Produkte anzubieten“, erläutert Michael Mononen.

Genesis basiert auf Toyotas weltberühmtem Produktionssystem Toyota Production System, das sich auf vier Grundregeln stützt: Jede Arbeitsaufgabe ist standardisiert. Es muss ein internes Kunden- und

Lieferantenverhältnis zwischen den einzelnen Einheiten bestehen. Oberste Priorität für alle genießt der Produktionsfluss. Wenn diese drei Voraussetzungen erfüllt sind, kommt es darauf an, ständige Verbesserungen am Produktionssystem vorzunehmen.

Das Toyota Production System ist eines der Geheimnisse hinter Toyotas beeindruckenden Erfolgen. Vereinfacht ausgedrückt besitzen Toyota-Fahrzeuge keine so genannten unique selling points, einzigartige Verkaufsargumente. Hinter der Expansion des Autoriesen steht keine spezielle Technologie und keine besondere Konstruktionsvariante. Vielmehr beruht der Erfolg auf einer effektiven Fahrzeugherstellung sowie einer konstant hohen Qualität der Endprodukte.

**DER WEG BIS HIERHIN** war lang und beschwerlich. Bereits seit dem Ende der 1940er Jahre entwickeln und optimieren die Japaner das Toyota Production System.

Die Arbeitsmethode ist anderen Industrieunternehmen nicht entgangen. So nutzen viele von Sapas Kunden dasselbe System. Diese Tatsache macht es Sapa leichter, auch seine Arbeitsmethode zu ändern.

„Das System ist in unserer Branche allgemein bekannt und bewährt. Wir haben ihm mit ‚Genesis‘ (lat.: Schöpfung) einen eigenen Namen gegeben, da wir es an unsere Bedingungen angepasst haben.“

Auf der Welt wimmelt es von Managementideen und Produktionssystemen. Wieso fiel die Wahl gerade auf Genesis?

„Dieses System orientiert sich am gesunden Menschenverstand. Es basiert auf lediglich vier Grundregeln – an die man sich ohne Weiteres erinnern kann“, konstatiert Michael Mononen.

Ein weiterer Grund für die Wahl von Genesis war, dass Sapa bereits einige der Regeln und Methoden eingeführt hatte, die Genesis zu Grunde liegen. Dadurch lässt sich die Implementierung des gesamten Produktionssystems deutlich einfacher umsetzen.

**AUCH WENN MICHAEL MONONEN** und seine Mitstreiter davon überzeugt sind, dass Genesis Sapa in ein noch effektiveres und besseres Unternehmen verwandeln wird, betont er, dass das System von sich aus noch keine Veränderung bewirken kann. „Alle Mitarbeiter müssen sich mit Elan und Einsatzbereitschaft an der Einführung beteiligen. Es soll Spaß machen, effektiver zu arbeiten. Jeder von uns soll Verantwortung übernehmen und sich über die Kompetenzen innerhalb des eigenen Verantwortungsbereichs im Klaren sein. Dies gilt gleichermaßen für die Chefetage.

Probleme in der Produktion müssen umgehend gelöst werden. Leitungs- und Verwaltungspersonal setzen oftmals am falschen Hebel an. Anstatt isolierte Tätigkeiten auszuführen, sollten sie den Direktkontakt zum Unternehmen suchen und die dort entstehenden Probleme lösen.“

„Veränderungen dieser Art sind zeitintensiv“, so die Einschätzung von Michael Mononen. „Genesis darf keine Eintagsfliege werden, die unter einem Schwall von Managementphrasen begraben wird.

Einstellungen und Verhaltensweisen von Menschen lassen sich nicht über Nacht ändern. Uns muss es darum gehen, die anfängliche Begeisterung zu konservieren und in langfristige Ergebnisse umzumünzen.“

Arne Rengstedt, Geschäftsführer von Sapa Profiler in Schweden.

#### **Wie werden Sapas Kunden von Genesis profitieren?**

„Die Maßnahmen im Rahmen des Genesis-Programms werden zu einer weiteren Optimierung von Liefersicherheit und Qualitätsgrad beitragen.“

#### **Wie wird Genesis intern bei Sapa Profiler wahrgenommen werden?**

„Wir müssen erreichen, dass sich beim gesamten Personal das Engagement erhöht. In den Fabriken wird sich dies in Form einer verbesserten Ordnung und höheren Organisiertheit niederschlagen. Die Informationen für Personal und Besucher werden deutlicher präsentiert.“

Bengt Markbo, Geschäftsführer von Sapa Heat Transfer in Schweden.

#### **Wie werden Sapas Kunden von Genesis profitieren?**

„Meiner Meinung nach wird unseren Kunden die gesteigerte Flexibilität und Liefergenauigkeit sowie eine höhere Qualität kaum verborgen bleiben. Genesis ist ein Werkzeug, mit dem wir die zukünftigen Anforderungen unserer Kunden erfüllen und gleichzeitig unsere Wirtschaftlichkeit optimieren können. Wir wollen es noch leichter und komfortabler machen, Sapa-Kunde zu sein.“

#### **Wie wird Genesis intern bei Sapa Heat Transfer wahrgenommen werden?**

„Einige Komponenten des Genesis-Programms haben wir bereits eingeführt, da wir seit langem für die Automobilindustrie arbeiten und ihre Vorgaben in Sachen Qualität und Logistik erfüllen. Jetzt besitzen wir ein System, mit dem wir unsere Arbeit straff neustrukturieren können.“

## **Genesis • die Idee dahinter**

Den vier Grundregeln von Genesis liegen sieben Prinzipien zu Grunde:

- Der Mensch stellt den wichtigsten Wert dar. Veränderungen betreffen zu 70% Menschen und zu 30% technische Aspekte.
- Beim Auftreten von Problemen muss stets die zu Grunde liegende Ursache ermittelt werden.
- Visuelle Kontrolle – die eigenen Augen sehen am besten, wo Änderungen erforderlich sind.
- Fehler müssen beseitigt werden.
- Das Ziel ist eine ideale Arbeitssituation, die anhand von Vorgabewerten erreicht wird.
- Stabile und vorhersehbare Arbeitsprozesse sind der Schlüssel zum Erfolg.
- Es sollten die Mittel verwendet werden, die zur Verfügung stehen.



## **Höherer Gang auf dem Kühlersektor**

**Sapa schaltet einen Gang höher und bildet eine Gruppe, die sich mit dem rasch wachsenden Produktbereich für Kühler befasst.**

Schnellere Produktentwicklung, kürzere Vorlaufzeiten und niedrigere Kosten. Martin Schön macht keinen Hehl aus seiner Begeisterung, wenn es um die neue Kühlergruppe geht.

„Diese Arbeitsaufgabe steckt voller Herausforderungen“, berichtet er.

Martin Schön ist überzeugt davon, dass der harten Konkurrenz aus den osteuropäischen und asiatischen Niedriglohnländern nur mit ungebremsstem Engagement beizukommen ist.

„Wenn immer mehr Akteure ihre Organisationen verschlanken und sich auf ihre Kerngeschäfte konzentrieren, müssen die Lieferanten attraktive ganzheitliche Lösungen bieten können.

Zur Kühlergruppe ‚Cooling Competence Centre‘ gehören vier weitere Sapa-Mitarbeiter: Anders Helander, Seppo Tuovinen, Sven-Erik Egerskog und Jim Hou.

Wir sind als Support für die Kollegen gedacht, die in den Bereichen Verkauf und Technik tätig sind. Sie können sich an uns wenden und Fragen zu Kühlern stellen, wenn Kunden Probleme haben, Wärme u.a. von Elektronikkomponenten abzuleiten“, erklärt Martin Schön.

Die Gruppe wird auf einer breiten Basis für Telekommunikationsunternehmen, Automobilindustrie, Haushaltsgerätehersteller und IT-Firmen tätig sein.

### **Fakten • Kühlergruppe**

Sapa Profiler in Schweden weist einen Jahresumsatz von etwa 215 Mio. EUR auf. Auf den Produktbereich Kühler entfallen davon ca. 11 Mio. EUR. Die Produktentwicklung für Kühler findet im Cooling Competence Centre im schwedischen Finspång statt.

# Roboter haben im Lager das Sagen

Norska Hatteland baut Lager aus stabilen Profilen

Mithilfe von Robotern und Aluminiumprofilen wird die Lagerfläche maximal genutzt. Boxen werden per Tastendruck antransportiert.

**F**unkgesteuerte Roboter bewegen sich kreuz und quer über das riesige Rahmenwerk aus Aluminiumprofilen. Unter ihnen, in würfelförmigen Aluminiumrahmen, stehen in Boxen verpackte Güterstapel. Durch Drücken weniger Tasten ordert der Bediener die gewünschte Box, die sich irgendwo im System befindet. Im Handumdrehen hat der Roboter selbst-

ständig die korrekte Box in einem der Stapel ermittelt und diese am Terminal abgeliefert.

Eine Szene wie aus einem Science-Fiction-Film.

Doch im norwegischen Unternehmen Hatteland Computer ist diese Zukunftsvision bereits Wirklichkeit. Die Idee für das automatische Lagerhaltungssystem AutoStore wurde 1996 geboren.



Dank AutoStore können Lagerboxen übereinander g

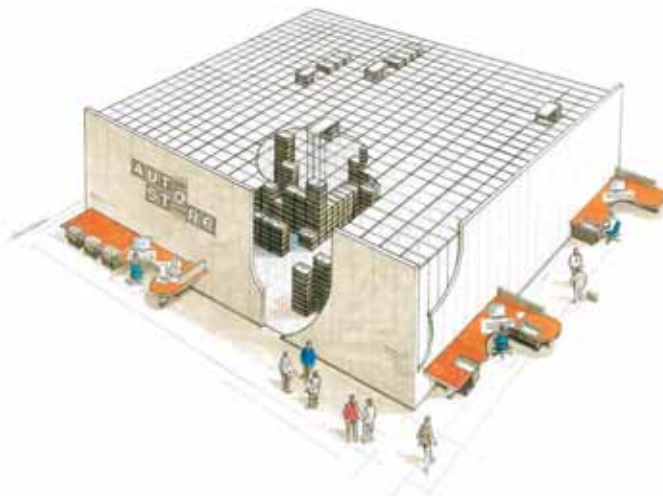
„Wir stellten fest, dass zahlreiche Lager dieselben Probleme wie wir hatten. Den größten Raum in den Lagerlokalen nahm die Luft ein. Der Grundgedanke bestand darin, den verfügbaren Platz effektiver zu nutzen“, erklärt Sven Åge Hjorteland, Geschäftsführer von Hatteland Computer im norwegischen Nedre Vats.

Die traditionelle Lagerhaltung basiert auf Regalen. Um an die Waren zu gelangen, sind Freiräume zwischen den Regalen erforderlich – die die Lagerkapazität herabsetzen.

Bei AutoStore werden stattdessen alle Waren in Boxen übereinander gestapelt. Auf diese Weise lassen sich mehr Güter auf derselben Fläche unterbringen.

„AutoStore ist ein kompaktes System, das voll und ganz an die bestehenden Räumlichkeiten angepasst werden kann“, erläutert Sven Åge Hjorteland.

**EIN RAHMENWERK AUS** Aluminiumprofilen sorgt für eine korrekte Positionierung der Boxen. Auf dem Rahmenwerk bewegen sich funkgesteuerte und batteriebetriebene Roboter, die Boxen umsetzen und zum Bediener befördern. Wird ein Holauftrag für eine Box erteilt, die sich unter anderen Boxen befindet, werden die oberen Schichten des Stapels vor-



Hatteland hat das Patent auf sein System bereits in den meisten Ländern der Welt registrieren lassen.



gestapelt werden. Im Gegensatz zu traditionellen Lagern sind dabei keine Zwischenräume erforderlich.

übergehend umgesetzt und anschließend wieder zurückgestellt.

Der gesamte Vorgang läuft computergesteuert ab. Durch eine Öffnung im Aluminiumwürfel werden die Boxen zum und vom Bediener transportiert.

Die Aluminiumprofile, die als Basis für das Rahmenwerk dienen, werden von Sapa geliefert. Die Konstruktion wird kontinuierlich optimiert. Nach umfassenden Festigkeitsberechnungen wurde im Sommer ein neues Profil entwickelt, um sowohl Gewicht als auch Materialkosten zu senken.

„Wir nehmen mit neuen Ideen und unse-

rem Know-how an der Produktentwicklung teil. Die Konstruktion wurde ganz einfach effektiver gestaltet“, konstatiert Harald Bruås, Verkäufer bei Sapa Profiler AS im norwegischen Haugesund.

Präzision ist das A und O bei der Herstellung der Aluminiumprofile. Die Fugen müssen völlig glatt und eben sein, damit sich die Roboter ungehindert und störungsfrei auf dem Rahmenwerk bewegen können.

„Die Genauigkeit ist ein ausschlaggebender Faktor. Wir sprechen hier von ungemein kleinen Toleranzen. Dadurch bestehen überaus hohe Anforderungen an die Produktionen“, berichtet Harald Bruås.

**SAPA UND HATTELAND COMPUTER** kooperieren bereits seit mehreren Jahren. Sven Åge Hjorteland lobt die fruchtbare Zusammenarbeit.

„Wir sind äußerst zufrieden. Die Kooperation klappt perfekt. Meiner Auffassung nach liefert Sapa die besten Produkte zum besten Preis“, urteilt er.

Im Herbst baut Hatteland Computer eine Pilotanlage, in der die Abschlusstests für das neue Produkt durchgeführt werden. Anschließend folgt die Einführung auf dem Weltmarkt. Das Patent für AutoStore

ist in den meisten Ländern des Erdballs registriert.

„Die Reaktionen auf AutoStore sind ungemein positiv ausgefallen. Für uns eröffnet sich damit ein riesiger Markt“, so Sven Åge Hjorteland.

### Fakten • AutoStore

- Bei voll laufender AutoStore-Produktion wird die Lieferzeit für ein komplettes AutoStore-System je nach Größe auf etwa drei Monate geschätzt.
- Eine fertige Anlage wiegt zwischen 5 und 20 t.
- Die AutoStore-Lagerboxen weisen die Abmessungen 200 x 400 x 600 mm auf. Die Boxengröße kann je nach Kundenvorgabe geändert werden.
- Der Boxeninhalt kann bis zu 30 kg wiegen. Die Roboter sind für eine maximale Hubkraft von 50 kg ausgelegt.
- Sapa liefert montagefertige Aluminiumprofile an AutoStore.



Die Fugen müssen glatt und eben sein, damit die Boxen ungehindert transportiert werden können.



Getöntes Glas und Netze aus Aluminiumprofilen verleihen dem Gebäude einen besonderen Charakter. Gleichzeitig dienen sie als Sonnen- und Wärmeschutz.

# Luxuriöse Müllentsorgung

Die Müllverbrennungsanlage „Framtidens Gärstad“ ist eine neue Sehenswürdigkeit für alle, die auf der Autobahn E4 in Südschweden unterwegs sind. Die Fassade besteht komplett aus Glas und ist mit einem dekorativen Netz aus Aluminiumprofilen überzogen.

**N**erzeit werden mehrere neue Müllverbrennungsanlagen in ganz Schweden errichtet. Dies ist erforderlich, da gemäß einer neuen EU-Richtlinie Abfälle nicht mehr auf Deponien gelagert werden dürfen. Die womöglich spektakulärste Erscheinung von allen ist das neue Hauptgebäude der Anlage Gärstadverken außerhalb von Linköping. Das Gebäude befindet sich neben der Müllverbrennungsanlage und überragt die Landschaft um gut 45 m. In ihm befinden sich Verbrennungskessel und Rauchgasreinigung. In der Nacht sind deren Silhouetten durch die Glasfassade im erleuchteten Bauwerk sichtbar. Lena Tomani arbeitet für das Architekturbüro Berg in Stockholm und ist einer der Köpfe hinter dem neuen Bau.

„Im Gebäudeinneren finden rund um die Uhr Betrieb und Servicearbeiten statt. „Wir wollten diese Funktionsweise darstellen und sie in die Außenarchitektur integrieren“, erläutert sie.

An der Fassade kommt Sonnenschutzglas mit einer sorgfältig ausgewählten Grüntönung zum Einsatz. Gemeinsam mit dem Aluminiumnetz, das in geringem Abstand zur Fassade angebracht wurde, fungiert es als Sonnen- und Wärmeschild. Dadurch wird ein angenehmes Innenklima erreicht.

Für Lena Tomani und ihre Kollegen war stets klar, dass das Netz aus Aluminium konstruiert werden muss.

„Dieses Material ist leicht und besticht durch eine lange Lebensdauer. Aluminium ist rostbeständig. Außerdem besteht das Fassadenglassystem aus Aluminium. Daher empfiehlt es sich, dasselbe Material erneut zu nutzen.“

Auch bei der Wahl des Aluminiumnetzes haben die Architekten Wert auf das Design gelegt. Das Netz ist grobmaschig und wirkt dadurch im Verhältnis zur Größe des Bauwerks ansprechend. In gleichem Maße verleiht es der Fassade Leben, wenn man sich im Inneren des Gebäudes bewegt.

## Fakten • „Framtidens Gärstad“

„Framtidens Gärstad“ ist eine Kombination aus Müllverbrennungsanlage und Heizkraftwerk, die 2005 in Betrieb genommen wird. Die Gebäude wurden von Esbjörn Adamson, Lena Tomani und Adam Wsyncichowski vom Stockholmer Architekturbüro Berg entworfen.

## Aluminiumnetze

In den letzten Jahren ging in der europäischen Architektur der Trend zu verschiedenen Netztypen an Glasfassaden. Die Netze isolieren gegen Sonneneinstrahlung und Wärme. Außerdem erfüllen sie einen dekorativen Zweck. Die grobmaschigen Netze an der Anlage Gärstadverken sind in Aluminiumrahmen mit einer Größe von 3,15 x 3,15 m verankert. Die fertigen Aluminiumnetze kommen vom Unternehmen Metallvaruhuset. Als Sublieferant fungierte ein norwegischer Hersteller. Das Ausgangsmaterial wurde von Sapa entwickelt. Dabei handelt es sich um ein Profil mit Längsnuten, die gefräst und anschließend zu Netzen gestreckt wurden. Der grüne Farbton der Netze wurde durch eine Pulverlackierung erzielt.

## Rostanfällige U-Bahn wird durch Züge aus Aluminiumprofil ersetzt

Barcelonas stählerne U-Bahn-Wagen rosten. Daher wurden bei Alstom Transport 250 neue Waggons geordert. Die benötigten Aluminiumprofile werden von Sapa hergestellt.

Im harten Konkurrenzkampf mit einer Reihe anderer Zulieferer hat Sapa Mass Transportation den Zuschlag für einen Auftrag erhalten, bei dem im Laufe von zwei Jahren 1070 t Aluminiumprofile an Alstom Transport geliefert werden.

„Wir sind zum ersten Mal ein Komplettlieferant für U-Bahn-Wagenprofile“, konstatiert Allan Pedersen, Verkaufsleiter bei Mass Transportation.

Mit Sapas Aluminiumprofilen werden 250 U-Bahn-Wagen für Barcelona gebaut. Die hochmodernen fahrerlosen Züge sollen pro Jahr 90 Mio. Passagiere befördern und ein Streckennetz von mehr als 41 km mit 43 Bahnhöfen befahren. Die neue U-Bahn-Linie 9 wird somit zur längsten Strecke in der katalanischen Hauptstadt und zum größten fahrerlosen System in Europa. Die Strecke verbindet den Norden und Süden der Stadt. Mit ihrer Hilfe gelangt der Reisende zum Flughafen.

Die alten katalanischen U-Bahn-Züge sind aus Stahl gefertigt. Da viele Linien in Meeresnähe verkehren, treten nach einer gewissen Betriebsdauer Probleme mit Rostbefall auf. Aus diesem Grund hat Barcelona Metro nun beschlossen, dass die tragenden Profile in den U-Bahn-

Wagen aus Aluminium bestehen sollen.

„Ein zusätzlicher Vorteil von Aluminiumprofilen ist ihr geringes Gewicht. Dadurch sinkt der Energiebedarf beim Fahren der Züge“, erklärt Filip Levering, Projektleiter beim spanischen Unternehmen Alstom Transport, das die neuen U-Bahn-Wagen im Auftrag von Barcelona Metro baut.

Filip Levering erachtet es ebenfalls als positiv, dass beim Zusammenfügen der Komponenten ein geringerer Schweißaufwand erforderlich ist. Dies vereinfacht und beschleunigt seiner Meinung nach die Produktion.

Alstom nahm Angebote von mehreren Lieferanten entgegen, als feststand, dass das Unternehmen den Zuschlag von Barcelona Metro erhalten hatte. Dafür, dass die Wahl auf Sapa fiel, sieht er mehrere Gründe.

„Alstom hat seit vielen Jahren mit Sapa kooperiert und die Zusammenarbeit war stets ausgezeichnet“, resümiert Filip Levering. „Selbstverständlich sind Produktqualität und Liefersicherheit ebenfalls entscheidend.“

Allan Pedersen führt eine weitere Erklärung dafür an, dass Sapa das Rennen um den begehrten Vertrag für sich entscheiden konnte.

„Unsere Marktposition ist heute deutlich stärker, da wir unsere Kapazität



Bald wird Barcelonas U-Bahn-System um fahrerlose Züge mit Aluminiumprofilen bereichert.

beträchtlich gesteigert haben“, erklärt er.

Eine wichtige Voraussetzung für den Abschluss größerer Verträge ist die Fähigkeit, die vom Kunden gewünschte Produktmenge im benötigten Zeitrahmen liefern zu können. Sapa erfüllt dafür alle Voraussetzungen. Seit vor knapp zwei Jahren Remi Claeys in Belgien in die Sapa-Gruppe aufgenommen wurde, haben sich Sapas Möglichkeiten bei der Herstellung großer Profile nochmals erweitert.

„Jetzt, da wir umfangreichere Liefervolumina bewältigen können, hoffen wir auf weitere Großaufträge“, erklärt Allan Pedersen.

### Fakta: Sapa Mass Transportation

- Sapa Mass Transportation wurde 2002 gegründet.
- Ziel ist es, die Nutzung von Aluminiumprofilen auf dem Zug- und Schifffahrtssektor zu steigern.
- Der Bereich Mass Transportation bietet Gesamtlösungen und steht seinen Kunden als Kooperationspartner zur Seite.
- Die Kerntätigkeit von Mass Transportation machen Aluminiumprofile, Komponenten und integrierte Lösungen aus.



Portugals erste IKEA-Filiale mit Sapas Fassadensystem Mirage.

## Blau-gelbe Profile für Portugals erstes IKEA-Kaufhaus

SAPA PORTUGAL HAT ALUMINIUMPROFILE an Portugals erstes IKEA-Kaufhaus in Lissabon geliefert. Der Bau wurde in diesem August fertiggestellt. Herstellung und Montage der Glasfront wurden vom Fassadenbauunternehmen Martifer ausgeführt. Die blau-gelbe Fassade mit einer Fläche von 2000 m<sup>2</sup> besteht aus Sapas Fassadensystem Mirage VEC.

„Diese Lieferung nimmt für Sapa einen hohen Stellenwert ein – nicht nur finanziell, sondern auch visuell. Denn IKEA ist ein weltbekanntes Aushängeschild. Das Profilsystem ist flexibel, da es sich

für viele verschiedene Glasfassadentypen nutzen lässt. Es ist darüber hinaus in unterschiedlichen Farben erhältlich.

IKEA wählt bekanntermaßen blau und gelb, um das Unternehmensimage zu stärken“, erläutert Sara Monteiro aus der Marketingabteilung bei Sapa in Lissabon.

Das Fassadenbauunternehmen Martifer ist einer der großen Sapa-Kunden in Portugal.

„Für Sapa war dieses Projekt ein richtig großer Happen. Dies gilt nicht nur für die großflächige Konstruktionen. Dieses Projekt dient ebenfalls als Multiplikator für weitere Aufträge in der Zukunft“, so Sara Monteiro.

## Profilschule/Querschnitt für richtige Toleranz

Bei Konstruktionen mit Aluminiumprofilen bestehen bei der Gestaltung des Querschnitts nahezu unbegrenzte Möglichkeiten. Wir pflegen zu sagen, dass die Fantasie die einzige Beschränkung darstellt.

Beim Festlegen von Abmessungen und Toleranzen ist das Know-How von Sapa gefragt, um den weiteren Arbeitsverlauf zu erleichtern. Im Vergleich zur mechanischen Bearbeitung fallen die Toleranzen für Aluminiumprofile verhältnismäßig weit aus, besonders, wenn es um so genannte weiche Maße geht.

### Abbildung 1. Bemaßung für U-Profil

Die Maße für ein U-Profil werden in der Regel wie auf Abbildung 1 festgesetzt. Maß B ist ein festes Maß, das eine enge Toleranz ergibt. Maß A ist oben ein weiches Maß, das schwerer einzuhalten ist und eine größere Toleranz ergibt.

**Abbildung 2.** Oftmals erweist sich eine enge Toleranz unten am U-Profil als Vorteil. So lässt sich die Bemaßung gemäß Abbildung 2 nutzen.

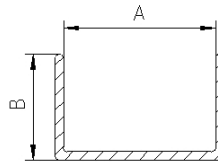


Fig. 1

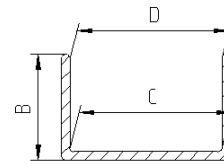


Fig. 2

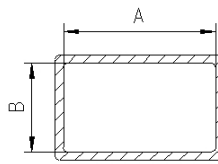


Fig. 3

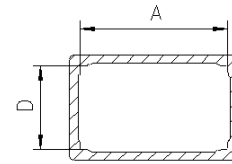


Fig. 4

In diesem Fall wird Maß C ein festes Maß mit enger Toleranz. Maß D wird zu einem weichen Maß mit größerer Toleranz. Um innen eine enge Passung zu erzielen, kann Maß D etwas kleiner als Maß C festgesetzt und die Federung in den Flanschen genutzt werden.

**Abbildung 3.** Die Bemaßung für Rohre auf Abbildung 3 zeigt normale Maße für ein Rohr

mit inwendiger Passung. Die festen Maße befinden sich an den Außenkanten, die weichen Maße liegen am Hohlraum vor. Um eine optimale Toleranzgestaltung zu erzielen, empfiehlt sich eine Profilmäßung gemäß Abbildung 4.

Die oben aufgeführte Bemaßungstechnik lässt sich natürlich auf alle Spezialprofile mit ähnlichen Funktionen anwenden.



Die Beständigkeit unter anspruchsvollen Witterungsbedingungen wird als Produkteigenschaft zunehmend wichtiger. Dank einer neuartigen Sicherheitsbox können bei Sapa Building Systems in England Tests gemäß den neuen europäischen Standards vorgenommen werden.



## Haltbarere Produkte dank Sicherheitsbox

Mit einer computergesteuerten Sicherheitsbox aus Deutschland wird bei Sapa Building Systems die Produkthaltbarkeit getestet.

Haltbarkeit und Beständigkeit selbst unter härteren Witterungsbedingungen sind zentrale Eigenschaften, die viele Sapa-Produkte auszeichnen. Um langfristig Kosten zu sparen, hat Sapa Building Systems jetzt in eine neue Sicherheitsbox investiert, um eben diese Parameter auf Herz und Nieren zu prüfen.

„Unsere neue, komplett computergestützte Sicherheitsbox ist für Einheiten mit einer Größe bis zu 3500 x 300 mm ausgelegt. Daneben können Tests gemäß den neuen europäischen Standards durchgeführt werden. Durch den Einsatz der neuen Box können wir unseren Kunden einen hochwertigen technischen Support bieten“, informiert Jon Palethorpe, Verkaufs- und Marketingleiter.



Keiner schien sich für die clevere Leiterlösung zu interessieren, bis die täglichen TV-Werbespots den Durchbruch brachten. Mit einem Mal kletterten die Verkaufszahlen in die Höhe.

### Fakten • Wing-Leiter

1972 erfand Hal Wing die Aluminiumleiter Little Giant Ladder.

Sie ist klappbar und lässt sich in 24 Positionen verstellen.

Das Unternehmen Wing Enterprises wurde 1986 gegründet, seine Zentrale liegt in Springville im USA-Bundesstaat Utah.

Sie wollen wissen, wie die Leiter funktioniert? Unter [www.ladders.com](http://www.ladders.com) können Sie die gesamte Fernsehshow abrufen.

# TV-Show lässt Verkaufszahlen klettern

Kleine Leiter – ganz groß: Little Giant Ladder, eine fast vergessene Aluminiumleiter, erlebte ein spätes Revival durch eine TV-Verkaufsshow.

Die Little Giant Ladder war bereits eine alte Erfindung eines alten Mannes, der kurz davor stand, sein Unternehmen zu verkaufen. Wie viel konnte Eigentümer und Erfinder Hal Wing noch heraus schlagen?

Nicht sonderlich viel, wie sich zeigte. Es gab da nämlich ein klitzekleines Problem. Das Patent für sein Vorzeigeprodukt, Little Giant Ladder, war abgelaufen. Und wie sich herausstellte, hatten alle potenziellen Käufer selbst damit begonnen, Kopien von Hal Wings Erfindung herzustellen. Eine knifflige Lage.

Aber Hal und sein Sohn Art Wing warfen die Flinte nicht ins Korn. Ihr Produkt hatte Klasse – nur sein Bekanntheitsgrad war zu gering. Sie entschlossen sich, in die Offensive zu gehen und gaben ein „Infomercial“ in Auftrag – ein Verkaufsprogramm, das auf pädagogische Weise die Vorteile der klappbaren Aluminiumleiter vermitteln sollte. Durch einen fast täglichen Ausstrahlungsrhythmus im nationalen Fernsehen schossen die Verkaufszahlen in den Himmel. Nach kur-

zer Zeit wurden an jedem Wochenende zwischen 3500 und 6000 Leitern verkauft. Im Laufe eines Jahres waren die Verkaufszahlen um 1000% angestiegen. Sapa lieferte nun zehnmal mehr Aluminiumprofile als zuvor, um die Nachfrage nach der kleinen Riesenleiter zu erfüllen.

**WAS HAT DIESES INFOMERCIAL** zu einem solchen Erfolg werden lassen?

„Wir haben die Leiter so konzipiert, dass sie wenig verspricht, aber jede Menge hält. Das Konzept ist aufgegangen. Weniger als 1% der Leitern gehen an uns zurück“, so Art Wing, Sohn des Firmengründers.

Nach eigener Aussage sind weder er noch sein Vater „große Fans von Infomercials“. Selbst hätten sie sich durch eine TV-Reklameshow nicht zu einem Kauf verfüh-

ren lassen. Durch ihre Skepsis fassten sie eine wichtige Entscheidung: wenn schon eine TV-Show, dann absolut professionell. Man verpflichtete bekannte Moderatoren aus der Heimwerkersparte und drehte einen richtigen Film. Im Studio wimmelte es von teuren TV-Kameras. Die Investition hat sich längst ausgezahlt.

„Unsere Verkaufssendung läuft seit sechs Monaten. Unser Geld haben wir bereits zurück“, resümiert Art Wing.

Jetzt soll der Rest der Welt über die Vorzüge von Hal Wings Leiter informiert werden. Die Fernsehshow wird schon bald in Kanada, Mexiko und Japan ausgestrahlt. Das kleine Familienunternehmen plant, auf die Märkte in Australien, Neuseeland und in der EU zu expandieren – ein atemberaubendes Wachstum für einen Erfinder, der noch vor kurzem sein Lebenswerk verkaufen wollte.

„Ich bin eigentlich nicht der Typ von Mensch, der sich gern zurückzieht. Wie ein Schneekönig freue ich mich darüber, dass ich die Firma doch behalten habe“, verrät uns Hal Wing.

„Wir haben die Leiter so konzipiert, dass sie wenig verspricht, aber jede Menge hält. Das Konzept ist aufgegangen.“

# ZUM SCHLUSS ...



Mit der neuen Presse aus England kann Sapa Polen seine Kapazität verdoppeln.

## Neue Presse in Polen

Sapa setzt seinen Expansionskurs in Polen fort und investiert 40 Mio. SEK (etwa 4,45 Mio. EUR) in eine dritte Presse. Diese stammt aus dem britischen Unternehmen Sapa Ltd. im englischen Cheltenham. Die neue Presse ermöglicht es Sapa Aluminium, größere Profile bis zu 280 mm zu pressen und die Kapazität auf 24000 t zu erhöhen. Auf diese Weise können das Sortiment verbreitert und neue Kundengruppen erreicht werden.

Das neue Pressenprojekt wird im Herbst beginnen. Es soll im September 2005 produktionsbereit sein. Sapa konnte in den letzten Jahren in Polen ein enormes Wachstum verzeichnen.

Bereits 1991 begann Sapa mit dem grundlegenden Aufbau seines Betriebs in diesem Land und tätigte die erste Investition in ein neues Pressenwerk in Trzcianka. Im Jahr 1995 folgte Presse Nr. 2. Sapa hält heute 25% des polnischen Aluminiumprofilmarkts und verzeichnet wachsende Exportzahlen in Mitteleuropa. Erwartungen zufolge wird der polnische Markt um durchschnittlich 10% jährlich wachsen.

Außer der Investition in eine dritte Presse erhöht sich ebenfalls die Kapazität für Oberflächenbehandlung und Bearbeitung.

„Der Bauboom und die allgemeine polnische Entwicklung waren für uns Erfolgsfaktoren“, so Arne Rengstedt, Verantwortlicher für den osteuropäischen Profilbetrieb von Sapa. „Gegenüber unseren Konkurrenten haben wir bereits den Vorsprung, das erste westliche Aluminiumunternehmen in Polen gewesen zu sein. Wir haben stets auf hohe Qualität und Flexibilität sowie darauf gesetzt, langfristige Beziehungen zu unseren Kunden aufzubauen. Wir liegen weit vorn und besitzen auf dem Gebiet der Weiterverarbeitung ein enormes Know-how. Sapa ist somit außer mit Strangpressen mit Eloxierung, Pulverlackierung und Bearbeitung in Polen vertreten. So können wir als einziges Unternehmen dieser Art im Land fertige Komponenten liefern.“

## Dachgepäckträger für Renault Laguna

Sapa Automotive hat u.a. bereits seit längerem

Dachgepäckträger für den Renault Laguna produziert. Renault ist mit der von Sapa Automotive geleisteten Arbeit sehr zufrieden und hat sich daher für Sapa als Kooperationspartner auch bei der Entwicklung eines neuen Dachgepäckträgers für die nächste Laguna-Generation entschieden. Diese herausfordernde Aufgabe spricht für uns und kann als Bestätigung dafür gelten, dass die Tätigkeit von Sapa Automotive für Renault hohen Qualitätsmaßstäben gerecht wird.

Sapa Automotive wird zwei Jahre lang an diesem Projekt mitwirken.



Der Boom bei flachen TV-Bildschirmen hat bei SMS-Stativen für Bildschirme und Projektoren einen Höhenflug bewirkt.

## Erfolgsstativ für Flachbildschirme

TV-Flachbildschirme müssen über ein Stativ verfügen, damit sie aufrecht stehen können. Selbst an der Decke aufzuhängende Projektoren benötigen ein Stativ.

Svenska MonitorStativ (SMS) Safebrackets hat sich dies zur Aufgabe gemacht. In einer sechsjährigen Zusammenarbeit mit Sapa hat sich der Verkauf der Unternehmensprodukte von Jahr zu Jahr erhöht.

Dazu liefert Sapa jedes Jahr eine große Anzahl Profile – zum einen für das Säulenstativ Plasma und zum anderen für das Projektorstativ Aero. Die beiden Stative werden zur Montage von Plasma-TV-Geräten bzw. Projektoren verwendet.

„SMS ist für uns jetzt ein äußerst wichtiger Kunde“, erklärt Crister Roswall, Sapa-Kundenverantwortlicher für SMS Safebrackets.

„Sie verwenden aufgrund der vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten Aluminiumprofile für ihre Produkte. SMS kann Profile nach eigenen Vorstellungen formen, um Design und Funktion mit-

einander zu kombinieren.“

Der Umsatz von SMS hat sich über einem Zeitraum vom sieben Jahren verzehnfacht. Im Jahr 1997 lag der Umsatz bei 8 Mio. SEK (etwa 0,9 Mio. EUR). Für das Jahr 2004 liegt die Prognose laut schwedischer Businesszeitung Dagens Industri bei 97 Mio. SEK (etwa 10,8 Mio. EUR). Diese Erfolge beruhen zum großen Teil auf den ausgezeichneten technischen Lösungen, bei denen Technik und Design getreu dem Unternehmensmotto „safety, function and design“ (Sicherheit, Funktion und Design) eine harmonische Symbiose eingehen. Die meisten der SMS Safebrackets-Stativ, etwa 70%, werden exportiert. Die vier großen Märkte heißen USA, Russland, Großbritannien und Spanien.

## Scania-LKW preisgekrönt

Auf der internationalen Automobilausstellung IAA Nutzfahrzeuge 2004 in Hannover hat Scania seine neueste LKW-Reihe vorgestellt, die zum „Truck of the Year“ gekürt wurde. Auf dem LKW-Markt gehören Scania und Volvo zu den stärksten Anwendern bearbeiteten Aluminiums. Dies macht deutlich, dass das Potenzial für die Verwendung von Aluminium auch bei anderen Produzenten groß ist.

## Preisregen bei Sapa Belgien

„Sapa RC Profiles Belgien wurde von Siemens Transportation durchweg als bester Aluminiumprofillieferant und zweitbesten allgemeiner Lieferant ausgezeichnet. Sapa wurde aus 300 bewerteten Lieferanten ausgewählt.“

Dieser Preis wurde für eine außerordentlich innovative, kommunikative und flexible Arbeitsweise vergeben. Die Auszeichnung wurde im Juni dieses Jahres bei einer Veranstaltung für Lieferanten in Deutschland überreicht.

„Ich bin mächtig stolz. Mit dieser Auszeichnung wird nicht nur der herausragenden Technologie von Sapa Rechnung getragen. Vielmehr zeigt sich, dass unsere Arbeitsweise von unseren Kunden geschätzt wird“, erklärt Ben Elfrink, Geschäftsführer von Sapa RC Profiles in Belgien.

