

## LPW Reinigungssysteme GmbH

**Geschäftsfelder:** Anlagen und Dienstleistungen zur Herstellung und Aufrechterhaltung von Technischer Sauberkeit im Produktionsumfeld

**Zielgruppe:** Industriekunden mit hohen Anforderungen an den Grad der technischen Sauberkeit

**Mitarbeiter:** 84



Gerhard Koblenzer Geschäftsführender Gesellschafter

### In welchen Bereichen und wie stark hat sich die Pandemie im Jahr 2021 auf Ihr Unternehmen ausgewirkt?

Dank des guten Auftragseingangs konnte ein nahezu unterbrechungsfreier Betrieb sichergestellt werden. Im Vergleich zu 2020 sogar mit deutlich mehr Projektstätigkeit unter anderem durch intensivierete Versuchs- und Lohnreinigungstage. Anstrengungen im Alltag entstehen etwa durch die erheblichen Störungen der globalen Lieferketten.

### Welches Resümee ziehen Sie für das Geschäftsjahr 2021, wie waren Ihre Erwartungen Ende 2020?

Die Erwartungen und der Auftragseingang für 2021 waren positiv. Lieferprobleme hatten wir beim Wiederanlauf der Konjunktur erwartet, jedoch nicht in diesem Ausmaß, was leider auch zu Umsatzverschiebungen in das Jahr 2022 geführt hat.

### Welche Absatzmärkte sind für Sie aktuell besonders interessant?

Unser Fokus liegt auf Europa sowie Nordamerika. Hier sind wir als Experten in allen Branchen, die zuverlässige High-Purity-Lösungen brauchen, gefragt und geschätzt.

### Welche Rolle spielt Local-Sourcing? Gibt es durch die Turbulenzen der Pandemie einen Paradigmenwechsel?

Local-Sourcing ist im Mittelstand ein qualitätsentscheidender Faktor. Das gilt auch für unsere Joint Venture Partner in Nordamerika und Asien. Problematisch wird's bei den großen Zulieferern von Industriestandardkomponenten, die durch die Störungen der globalen Lieferketten massiv beeinflusst sind – und in der Folge dann auch wir entsprechend betroffen sind.

### Welche Märkte haben für Ihr Unternehmen an Bedeutung gewonnen oder verloren?

Nordamerika entwickelt sich zu einem wichtigen Markt für die hochwertige industrielle Reinigungstechnik. Asien, speziell China, verliert aktuell an Bedeutung.

### Wie entwickelt sich der Arbeitsmarkt?

Der Arbeitsmarkt ist weiterhin kritisch. Daher bilden wir im eigenen Haus intensiv aus. Zudem gibt die Branche derzeit immer wieder sehr gute Fachkräfte frei, die wir gerne aufnehmen.

### Welche Rolle spielten 2021 die Themen Optimierung, Ressourceneffizienz und Digitalisierung?

Die Industrielle Reinigungstechnik wird sich in den kommenden Jahren verstärkt mit der Prozess-Validierbarkeit unter dem Aspekt der technischen Sauberkeit auseinandersetzen müssen. Das führt in Folge auch zu einem enormen Schub beim Thema Digitalisierung.

## BASF – Coatings Division

**Geschäftsfelder:** Autoserienlacke, Autoreparaturlacke, Oberflächentechnik sowie Bautenanstrichmittel

**Zielgruppen:** Fahrzeughersteller, Automobilzulieferer, Reparaturwerkstätten, metallverarbeitende Industrie

**Mitarbeiter:** rd. 10.800 weltweit

**Jahresumsatz:** rd. 3,01 Mrd. € (2020)



Uta Holzenkamp, Leiterin Unternehmensbereich Coatings der BASF

### Welches Resümee ziehen Sie für das Geschäftsjahr 2021, wie waren Ihre Erwartungen Ende 2020?

Zu Beginn des Jahres zeigten sich noch Anzeichen der Erholung im Automobilmarkt. Dieses Bild hat sich in den darauffolgenden Monaten jedoch dramatisch verschlechtert. Aufgrund der weltweiten Halbleiter-Knappheit mussten unsere Kunden ihre Produktion drosseln oder zeitweise komplett herunterfahren. Zusätzlich haben die eskalierenden Rohstoffpreise in unserem Geschäftsumfeld Spuren hinterlassen. Trotz aller Hürden konnten wir durch die enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden viele Erfolge feiern, die uns positiv in die Zukunft blicken lassen. Zudem sind bei den Reparaturlacken und im Bereich der Oberflächentechnik unsere Geschäfte in diesem Jahr hervorragend gelaufen.

### Welche Rollen spielten 2021 die Themen Optimierung, Ressourceneffizienz und Digitalisierung?

Digitalisierung spielt in der Automobilindustrie eine immer wichtigere Rolle und ist auch in unserem Unternehmensbereich ein Kernthema. So haben wir mit einer virtuellen Plattform entwickelt, mit deren Hilfe sich Automobilfarben und -effekte authentisch simulieren lassen. Um digitale Trends zu erkennen und voranzutreiben, haben wir neben der Digital Incubation Unit in Münster 2021 ein zusätzliches Studio in Schanghai eröffnet, in dem digitale Geschäftsmodelle entwickelt und eigene Start-Ups aufgebaut werden.

### Wie schätzen Sie die weitere wirtschaftliche Entwicklung ein?

Auch 2022 wird sich der Automobilmarkt noch nicht vollständig erholen. Unterbrechungen in der Lieferkette, insbesondere bei den Halbleitern, führen zu einem weiterhin volatilen Geschäftsumfeld. Wachstum sehen wir vor allem in der Region Asien-Pazifik, in der wir in den letzten Jahren durch strategische Investitionen unsere Marktposition ausgebaut haben.

### Welche Prioritäten und Entwicklungsziele stehen 2022 für Ihr Unternehmen auf der Agenda?

Der enge Austausch mit unseren Kunden hat gezeigt, dass die wichtigsten Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind. Neben unseren Bemühungen, selbst klimaneutral zu werden, arbeiten wir an vielen Produkten und Lösungen, die unsere Kunden unterstützen, vorhandene Ressourcen bestmöglich zu nutzen und CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren.

### Welche Prioritäten stehen 2022 für Ihrer Agenda?

Wir analysieren unser Marktumfeld kontinuierlich und werden auch weiterhin in Innovation, Nachhaltigkeit und Digitalisierung investieren, um den Kundenanforderungen auch in Zukunft bestmöglich gerecht zu werden.