

Moderne Fertigung in Barcelona

„This year is Hitachi year“

Sehr selbstbewußt tritt die europäische Führungsscrew von Hitachi Europe Ltd. heute auf, was aus der zitierten Headline dieses Beitrags eines Vortragsstatements deutlich wird. Was hierzu führte, erfuhren zwei Dutzend Journalisten der europäischen Fachpresse bei einem Besuch der Fertigungsstätte in Barcelona, wo derzeit jährlich rund 20 000 Klimageräte verschiedenster Leistungsgrößen produziert werden.

Seit knapp 10 Jahren ist der japanische Großkonzern Hitachi mit einer eigenen Fertigungsstätte auf dem europäischen Markt präsent, denn Ende 1991 wurde das spanische Werk HAPE (Hitachi Air Conditioning Products Europe) in Barcelona errichtet. Die Produktion begann allerdings erst $1\frac{1}{2}$ Jahre später. Dorthin lud Des Kinsella, European Marketing Manager der im englischen Maidenhead beheimateten Europazentrale Hitachi Europe Ltd., Anfang Juni Vertreter führender europäischer Fachpublikationen im Klimabereich ein, um Informationen über die Unternehmensentwicklung der letzten Jahre zu geben.

Die neue Unternehmensstruktur

„Vor rund 5 Jahren war Hitachi mit seinem Klimageräte-Geschäft in Europa noch sehr heterogen und auch nicht unbedingt besonders harmonisch strukturiert“, berich-



Traditionell wird vor dem Hitachi-Verwaltungsgebäude für jeden bedeutenden japanischen Guest ein Baum gepflanzt. Im Hintergrund ist ein Teil der Fertigung zu sehen

tete Des Kinsella während seines Vortrags. Bis zum heutigen Tag wurden daraufhin eine Reihe von Änderungen sowohl intern als auch in der Wirkung bzw. dem Auftreten nach außen hin vorgenommen. Beispielsweise hat man mittlerweile neben seinen eigenen nationalen Niederlassungen ein Distributorennetz von rund 40 Vertragspartnern aufgebaut (1995 waren es gerade einmal 10). Hierzu zählt für den deutschen Markt seit der zurückliegenden IKK 1999 auch die Polenz GmbH in Norderstedt, die neben ihrem eigenen Programm nun auch die Hitachi-Produktpalette vertreibt. Dies in direkter Zusammenarbeit mit der deutschen Hitachi Europe GmbH in Düsseldorf, wo Pierre-René Milz, Area Sales Manager, für die deutschen Kunden zuständig ist.

Des weiteren wurde ein neues Corporate Identity entwickelt und daran geknüpft im letzten Jahr erstmals auch ein gesamt- und einheitlicher Produktübersichts-Katalog entwickelt. Seine neuen Richtlinien hat man des weiteren in der

„European Marketing Policy“ festgeschrieben, um sicher zu stellen, daß das Unternehmen in jedem Land auch in einheitlicher Form präsentiert wird – was, wie bereits erwähnt, im Verlauf der vergangenen 10 Jahre nicht immer der Fall war.

Zum Thema „Darstellung des Unternehmens“ zählt auch die Nutzung verschiedener (neuer) Medien. So informiert Hitachi seine Kunden neben Fachpresseveröffentlichungen seit einiger Zeit mit der eigenen Image-Broschüre „Millennium News“ über Aktuelles aus dem eigenen Hause. Des weiteren wurde unter www.hitachiaircon.com der eigene Internet-Auftritt weiterentwickelt, wodurch sich, nicht zuletzt wegen der eingeführten Mehrsprachigkeit, nach Aussage von Kinsella die täglichen Hits von 300 auf 4000 gesteigert haben. Mittelfristig soll das Internet für

European Marketing Manager Des Kinsella zeigte an, in welche Richtung sich der Unternehmensumsatz in den letzten Jahren entwickelt hat



Der überarbeitete Internet-Auftritt wurde in Anlehnung an das CI des Unternehmens gestaltet



Hitachi sogar zum wichtigsten Medium zur Verbreitung von Informationen an seine Mitarbeiter (Stichwort: Papierloses Büro) wie auch an Kunden werden.

Hitachi in Zahlen

„Aufgrund der von uns durchgeführten Veränderungen der letzten Jahre, können wir heute auf permanent ansteigende Produktionszahlen wie auch auf sukzessive Umsatzsteigerungen verweisen“, so Kinsella, ohne allerdings die Zahlen zurückliegender Jahre zu nennen. Für 1999 bezeichnete er den Europa-Umsatz auf rund 80 Mio. Pfund (ca. 120 Mio. US\$). Dies sind etwa 6 Prozent des Gesamtumsatzes von rund 2 Mrd. US\$, den Hitachi weltweit im Klimabereich macht. Der Konzernumsatz von Hitachi, immerhin das sechstgrößte Industrieunternehmen auf der Welt, liegt bei 75,5 Mrd. US\$. Als eines der 10 weltweit umsatzstärksten Unternehmen im Klimamarkt bezeichnete Kinsella den Anteil von Hitachi am europäischen

Markt auf 15 bis 20 Prozent. In einigen Bereichen ist man mit seiner Technologie und seinen Produkten auch Marktführer.

Durch die positive Entwicklung im europäischen Klimagerätemarkt der jüngsten Zeit wurde mittlerweile auch das Hitachi-Team in Maidenhead erweitert. So kümmert sich Andrew McCubbin neuerdings als Area Sales Manager um die Vertriebshändler in Südeuropa, einem der

wichtigsten Märkte für Hitachi. Neben Spanien, Italien, Portugal und Griechenland zählen aber auch noch England, die Benelux-Länder und Deutschland zu den umsatzstärksten europäischen Märkten.

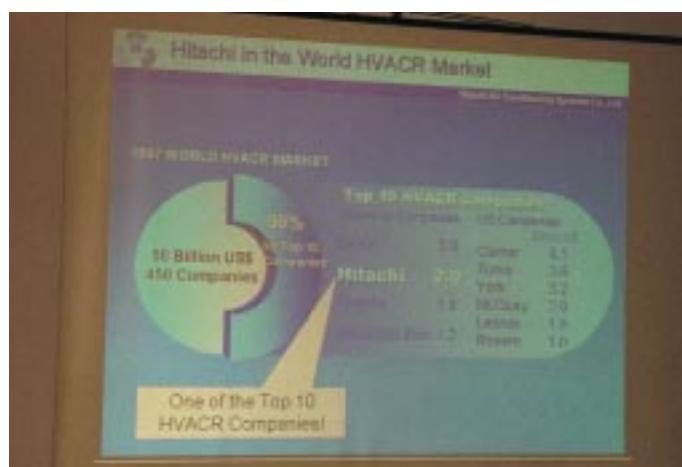
Die Fertigung in Spanien

Die Klimageräte für diese Länder werden im spanischen Werk HAPE in Barcelona gefertigt, von wo aus 75 Prozent der für den Weltmarkt bestimmten jährlichen Gesamtproduktion von 20 000 Anlagen innerhalb Europa ausgeliefert werden. Nach einer vor einem Jahr abgeschlossenen Erweiterung der Produktionsanlagen beträgt die maximale Kapazität heute sogar 30 000 Systeme, die gefertigt werden können. Bei den Produktreihen handelt es sich im einzelnen um

- Utopia Superrange,
- Utopia Big,
- Econfresh,
- Set Free und
- Chiller,

womit also das komplette Programm von direktverdampfenden Systemen bis hin zu Wasserkühlern, angefangen bei 1 kW bis in den MW-Bereich, mit einfacher Regelungstechnik sowie auch anspruchsvoller VRF-Technologie, abgedeckt wird. Hierzu zählt mit CS-Net auch die Central Station Network-Steuerung auf PC-Basis, ein Programm für VRF-Systeme, mit dessen Hilfe der Anlagenbetrieb auf einer einfachen Windows-Oberfläche visualisiert wird und die Steuerung und Regelung, die Überwachung zur eventuellen Fehlerbehebung sowie eine statistische Auswertung einfach realisiert werden können.

Insgesamt arbeiten heute rund 225 Mitarbeiter (davon 28 Ingenieure) im spanischen Werk HAPE, dessen Fertigung mit einer Fläche von 10 120 m² auf einem Areal von 40 000 m² errichtet wurde. Neben der Herstellung von Geräten werden dort auch Forschung und Entwick-



Im weltweiten Klimamarkt liegt Hitachi an der Spitze



20 000 Klimageräte werden im spanischen Werk jährlich gefertigt . . .



... und in unmittelbarem Anschluß strengen Qualitätskontrollen unterzogen

lung, Schulungen sowie permanente Tests mit einer neuen Kalorimeter-Prüfanlage durchgeführt.

Die notwendigen Voraussetzungen sind von Hitachi also geschaffen, um im Klimamarkt weitere Schritte nach oben zu machen. Ob 2000 letztendlich tatsächlich zu einem Hitachi-Jahr, wie dieser Beitrag

überschrieben ist, wird, bleibt abzuwarten, schließlich schläft auch der Wettbewerb nicht. Mit der sehr umfangreichen Palette guter Produkte, der neuen Unternehmensphilosophie und der generell jährlich wachsenden Nachfrage nach Klimageräten in Europa wird Hitachi aber sicher eine bedeutende Rolle spielen. A. F.

Leserbrief

Bayer doch kein Umweltsünder

In der letzten Ausgabe 6/00 veröffentlichte die KK-Redaktion unter der Überschrift „Bayer als Umweltsünder?“¹ eine Presseinformation des Vereins Coordination gegen Bayer-Gefahren e. V., Düsseldorf, in der unter anderem mit Prof. Dr. Jürgen Rochlitz ein ehemaliger Abgeordneter des Deutschen Bundestages und Mitglied der Enquete Kommission zum Schutz des Menschen und der Umwelt das Unternehmen Bayer durch verbotene Kältemittelproduktionen von R11 und R12 in den USA der massiven Umweltverschmutzung beschuldigt.

Hierzu erreichte uns prompt die Stellungnahme von Jürgen Gemke, zuständig für Unternehmenspolitik und Presse bei der Bayer AG in Leverkusen, die wir hier als Leserbrief ungetkürzt veröffentlichen:

„Unter der Überschrift ‚Bayer als Umweltsünder?‘ zitiert KK aus einer Presseinformation der sogenannten ‚Coordination gegen Bayer-Gefahren‘. Darin wird behauptet, Bayer produziere in den USA große Mengen Dichlordifluormethan (R12) und Trichlorfluormethan (R11), Chemikalien, die in Deutschland seit zehn Jahren verboten sind. Diese Behauptung ist falsch:

Bayer hat weder in Deutschland noch in den USA oder an anderen Standorten jemals R12 und R11 produziert. Das Unternehmen sieht hierin einen erneuten Versuch des Vereins, durch unrichtige Behauptungen und Darstellung falscher Zusammenhänge Stimmung gegen Bayer zu machen.“

Auch Ihr Statement ist erwünscht!

Der hier veröffentlichte Leserbrief ist einmal mehr ein gutes Beispiel dafür, welche Möglichkeit aufmerksame Leser unserer Zeitschrift haben, auf Berichte, Meldungen oder Kommentare zu reagieren, wenn Sie zu Inhalten eine andere Meinung haben sollten. In der Regel verhält diese nämlich ungehört auf Seiten des Kritikers oder wird der KK-Redaktion im äußersten Fall irgendwann einmal (und meist zu spät) beiläufig mitgeteilt.

Auf der anderen Seite scheuen wir uns nicht vor konstruktiver Kritik und sind im Gegenteil darauf bedacht, unsere Leser und damit die gesamte Kälte- und Klimabranche, im Falle von unkorrekten Meldungen aufzuklären sowie auch Meinungen zu getroffenen Aussagen weiterzugeben.

Nutzen Sie also die Möglichkeit, sich mit einem Leserbrief in die aktuelle Branchen-Berichterstattung einzuschalten. Die KK-Redaktion garantiert dafür, daß Ihre Einwendung nicht in der Rundablage verschwindet, sondern an unsere Leser weitergegeben wird.

A.F.

¹ Die Meldung auf Seite 4 der KK 6/00 steht im Internet unter www.shk.de/kaelte