

Schweizer Rezept

Die Schwerkraft auf Gefällstrecken nutzen – das macht das System Skyfall von Ferag zur Innovation. Verkaufsdirektor Enrico Caruso spricht über die Neuentwicklung, das Schweizer Qualitätsverständnis und erklärt, wie Nachhaltigkeit zu Innovationen führt.

Schweizer Qualitätsverständnis:

Für alle Komponenten der Fördersysteme wird nur hochwertiges Material verwendet, betont Enrico Caruso – in der Hand hält er eine Mitnehmerkette.

Wer sich den Marktauftritt von Ferag ansieht, wird keinen Hinweis auf James Bond entdecken. Der Name „Skyfall“ allein genügt, um positive Assoziationen zu wecken. Und um Verkaufsgespräche zu initiieren. Enrico Caruso, Verkaufsdirektor Deutschland, Österreich, Italien und italienisch sprechende Schweiz bei Ferag, erzählt von den Erfahrungen seit der Lancierung des Skyfall-Systems vor zwei Jahren und wie wichtig die Intralogistik für die Zukunft des Global Players ist.

LT-MANAGER: 2014 haben Sie das Fördersystem Skyfall lanciert – jeder verbindet mit dem Namen zuerst mal den gleichnamigen James-Bond-Film. Wer hatte die Idee?

ENRICO CARUSO: Das ist aus einem Brainstorming heraus im Team entstanden. Die Anlehnung an James Bond haben wir nicht bewusst gesucht. Wir wählten einfach einen Namen, der zur Funktionalität des Systems passt – nämlich die Nutzung der Gravitation für den Transport. Eben Skyfall. Das kam bei allen gut an.

LTM: Konnten Sie damit mehr Aufmerksamkeit gewinnen?

CARUSO: Ganz bestimmt. Man braucht Skyfall nur einmal erwähnen und schon hat man sich den Namen gemerkt. Das hilft sehr schnell, ins Gespräch zu kommen. Den Bezug zu James Bond stellen wir nicht explizit her. Skyfall beschreibt einfach, was das System macht.

LTM: Im Film verbindet man mit Skyfall aber eher etwas Düsteres, das einsame Haus in Schottland, in dem es zum Showdown kommt. Das hat nicht geschadet?

CARUSO: Im Gegenteil. Der Name stellt einfach Assoziationen zu James Bond her. Cooler Held, coole Technik. Das wird positiv aufgenommen.

LTM: Wie viele Unternehmen setzen das Skyfall-System oder den Skysorter ein?

CARUSO: Das sind bisher vier Unternehmen. Insgesamt gibt es ein knappes Dutzend Anlagen, die in Betrieb sind.

LTM: Hier in der Schweiz?

CARUSO: Die Anlagen stehen in Belgien, in Deutschland und in den USA.

LTM: Wie viele kommen 2016 dazu?

CARUSO: Das sind mehrere Dutzend, weil wir zahlreiche Anfragen haben. Es zeichnet sich ab, dass es in eine gute Richtung geht. Der Bedarf ist in jedem Fall vorhanden. Wir haben offenbar mit unserer Innovation ins Schwarze getroffen.

LTM: Sind Sie mit diesen Zahlen zufrieden?

CARUSO: Natürlich. Das ist ja erst der Be-

LTM: Ihre Systeme sind individuell auf Ihre Kunden abgestimmt. Was muss ein Unternehmen investieren, wenn es ein Skyfall-System beauftragt?

CARUSO: Das reicht von mehreren zehntausend Euro bis mehreren Millionen – so groß ist das Spektrum der Anwendungen, die wir mit Skyfall abdecken können.

LTM: Skyfall macht aber noch einen kleinen Teil Ihres Umsatzes aus, richtig?

CARUSO: Das ist richtig. In erster Linie entwickeln und fertigen wir Systeme

„Wir definieren uns nicht über den Preis, sondern es geht um ein Gesamtpaket. Und da ist der Wechselkurs nicht das zentrale Thema.“

Enrico Caruso, Verkaufsdirektor bei Ferag.

ginn. Nach einem Markteintritt braucht es immer eine gewisse Zeit, bis die Anfragen kommen und langsam aber sicher steigen. Wir sind jedenfalls sehr zufrieden.

Mit Skyfall lassen sich Produktionslinien verbinden

LTM: Wie schätzen Sie langfristig den Markterfolg ein?

CARUSO: Wir sehen, dass viele Marktanforderungen genau in Richtung Skyfall gehen. Es geht zunehmend darum, einzelne Produktionslinien miteinander zu verbinden. E-Commerce erhöht den Bedarf zusätzlich. Kunden fragen nach immer flexibleren Systemen. Skyfall erfüllt genau das. Das System ist in jeder Hinsicht sehr flexibel.

LTM: Reicht Ihre Kapazität aus, um so viele Projekte zu stemmen?

CARUSO: Wenn wir an unsere Kapazitätsgrenze stoßen, würden wir rasch Kapazitäten ausbauen. Da gibt es keine Grenzen für uns.

für die grafische Industrie – Zeitungen, Zeitschriften und Prospektverteilung. Wir machen seit fast 60 Jahren Intralogistik im Zeitungsbereich.

LTM: Machen Sie dann in Deutschland auch den größten Umsatz?

CARUSO: Das variiert und verläuft in Wellenbewegungen. Deutschland ist häufig der Renner. Aber manchmal sind es die Benelux-Länder, Frankreich, Australien oder Großbritannien.

LTM: Sie bezeichnen sich als Global Player, betonen aber auch Ihre Identität als Schweizer Familienunternehmen. Was bedeutet dieses Selbstverständnis für Sie?

CARUSO: Ein Familienunternehmen zu sein, bedeutet, dass man Entscheidungen trifft, die nachhaltig sind. Es bedeutet für Kunden, dass Sie einen langfristigen Partner an ihrer Seite haben. Das hilft bei Investitionen Vertrauen zu schaffen. Diese Langfristigkeit beinhaltet, dass man in der Forschung





Foto: Ferag

In der Zentrale von Ferag in Hinwil steht eine Demoanlage von Skyfall. Verkaufsdirektor Caruso ist stolz auf das innovative System.

und Entwicklung auch mal etwas ausprobieren kann. Man kann Details austüfteln. Um dann letztendlich den Kunden zu unterstützen. Im Umgang innerhalb der Unternehmen der Gruppe geht es eher familiär zu, da gibt es keine Zäune, Mauern und Gärtchen, die man nicht betreten darf, sondern wir sind sehr transparent und weltoffen.

Zum Schweizerischen. Die Schweiz steht für Qualität und für substanzielle Arbeit. Das pflegen wir im Unternehmen. Und: Dass wir Produkte entwickeln, die dann auch perfekt funktionieren. Wir verwenden hochwertige Materialien – angepasst an die Situation und an die Anforderungen des Kunden. Dass wir das Schweizer Qualitätsverständnis leben, zeigt sich in unserem systematischen Vorgehen in Bezug auf Innovation: Alle Köpfe, die etwas beitragen können, kommen alle zwei Wochen zusammen und tauschen sich aus. Daraus entstehen kleine Innovationen wie größere Innovationen.

LTM: Ein Beispiel für eine kleine Innovation, bitte.

CARUSO: Eine kleine Innovation ist zum Beispiel eine Lösung für eine Paketierung von Zeitschriften, die sehr rutschig sind.

Damit das Paket stabil hält, entwickelten wir eine Technik, mit der sich Zeitschriften sicher binden und ausliefern lassen.

LTM: Und eine große Innovation?

CARUSO: Skyfall selbst ist natürlich eine große Innovation. Aber auch die Art, wie wir Maschinen entwickeln. Wir arbeiten mit Hilfe rotativer Verfahren. Dadurch sind die Fliehkräfte eingeschränkt und man bekommt höhere Leistungen.

Wechselkursschwankungen sind Normalität

LTM: Es ist nun genau ein Jahr her, dass die Aufwertung des Schweizer Frankens für Aufregung gesorgt hat. Haben Sie auch darunter auch gelitten?

CARUSO: Wir sind global tätig. Das heißt, wir haben immer mit verschiedenen Währungen zu tun. Wechselkursschwankungen sind für uns Normalität.

LTM: Aber für deutsche Kunden sind Sie doch jetzt viel teurer geworden...

CARUSO: Das ist ein Märchen.

LTM: Das müssen Sie erläutern.

CARUSO: Es gab Zeiten, da hat sich der Wechselkurs auch schon mal drama-

tischer bewegt. Damals hat man nur weniger darüber gesprochen.

LTM: Aber ein deutscher Anbieter könnte seine Systeme günstiger anbieten als Sie...

CARUSO: Wir definieren uns nicht über den Preis, sondern es geht um ein Gesamtpaket. Und da ist der Wechselkurs nicht das zentrale Thema.

LTM: Die Ferag AG ist jetzt bald 60 Jahre alt. Sie wurde 1957 gegründet. 2013 kam erst der Geschäftsbereich Intralogistik hinzu. Was war der Auslöser hierfür?

CARUSO: Jedes Unternehmen in der westlichen Welt braucht ein gewisses Wachstum, um sich entwickeln zu können. Den Weg, den wir gewählt haben, ist der, dass wir unser bisheriges Geschäft im Bereich Hängefördersysteme für Einzelstücktransporte ausweiten. Als Weltmarktführer in der Druckweiterverarbeitung beherrschen wir das bekanntlich sehr gut. Wir reden dabei von hohen Anforderungen – zum einen an die Performance und den Durchsatz, zum anderen an die Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit der Anlagen. Beispielsweise muss bei einer Zeitungsanlage die Verfügbarkeit so hoch sein, dass man möglichst spät

andrukken kann, so dass auch die letzten Neuigkeiten noch in der Zeitung drin sind.

Intralogistik steht auf aller Leute Agenda

LTM: Welchen Stellenwert hat die Intralogistik heute innerhalb der Ferag AG?

CARUSO: Es ist beschlossene Strategie, dass die Intralogistik ein wichtiges Standbein des Unternehmens wird. Die Intralogistik ist bei uns nicht nur in aller Munde, sondern sie steht auch auf aller Leute Agenda. In dem Sinne, dass wir diesen Bereich sukzessive ausbauen.

LTM: Wie ist das Umsatzverhältnis der Intralogistik zu Ihren anderen Geschäftsbereichen?

CARUSO: Im Moment reden wir über wenige Prozentpunkte vom Gesamtvolumen. Wir haben mit der Intralogistik erst vor gut zwei Jahren begonnen, Ende 2013.

LTM: Wo liegt Ihr Ziel?

CARUSO: Unser Ziel ist natürlich, das Unternehmen voran zu bringen und fest im großen Markt der Intralogistik zu etablieren. Damit werden sich die Anteile dieses Sektors automatisch erhöhen.

LTM: Sie sind letztes Jahr mit SSI Schäfer eine strategische Partnerschaft eingegangen sind. Wie kam es dazu?

CARUSO: SSI Schäfer ist ein Familienunternehmen wie wir auch. Wir haben viele ähnliche Denkweisen. Wir sind miteinander ins Gespräch gekommen und haben entschieden, dass wir im Bereich Hängefördertechnik zusammenarbeiten. Schäfer bringt das Know-how im Bereich Lager- und Sorter-Anlagen ein. Von unserer Seite kommen die Hängefördersysteme.

LTM: Bei wie vielen Projekten haben Sie bisher zusammengearbeitet?

CARUSO: Die Kooperation ist ja noch ganz frisch. Trotzdem arbeiten wir schon an einem halben Dutzend Projekten.

LTM: Wie bewerten Sie die Partnerschaft?

CARUSO: Sie ist für beide Partner sehr nützlich. Wir können so noch besser im

Markt der Intralogistik Fuß fassen. Und SSI Schäfer bekommt Zugang zu einer innovativen Technologie, die das Unternehmen selber nicht im Portfolio hat.

LTM: Wie sieht Ihre Strategie für die nahe Zukunft aus? Welche Pläne verfolgen Sie konkret in den nächsten ein bis zwei Jahren?

Markt, mit Kunden zusammen Lösungen zu finden, die seine Prozesse und Abläufe einfacher machen. Es ist sehr motivierend, mit innovativen Produkten und Systemen wie Skyfall in einen neuen Markt einzutreten.

LTM: Jeder, den Sie kennenlernen, wird Sie wahrscheinlich auf Ihren Namen anspre-

„Familienunternehmen zu sein, bedeutet, Entscheidungen zu treffen, die nachhaltig sind.“

Enrico Caruso, Verkaufsdirektor bei Ferag.

CARUSO: Im Vordergrund steht für uns, dass wir das umfassende Know-how, das wir über Jahrzehnte aufgebaut haben, ausweiten, vertiefen und in diversen Anwendungsbereichen der Intralogistik umsetzen.

LTM: Was wäre ein Beispiel für so einen Anwendungsbereich?

CARUSO: Im Grunde fördern wir Einzelteile. Und beim Fördern können wir im Fluss noch zusätzliche Prozesse durchführen. Etwa, wenn Unternehmen im Industriebereich Fertigungsinseln miteinander verbinden möchten. Bei der Produktion von Einzelteilen – beispielsweise von Beuteln, Flaschen oder Kartuschen – geht es wie im Logistikzentrum darum, zu lagern, zu kommissionieren und auszuliefern. Die Branchen, die wir ansprechen, sind Produzenten von Kunststoff- oder Metallteilen oder Branchen wie Lebensmittel, Pharma, Chemie, Internethandel und Logistik.

LTM: Sie sind jetzt sechs Jahren Verkaufsdirektor bei Ferag. Was ist das Spannende an Ihrem Job?

CARUSO: Spannend ist die Zusammenarbeit mit Menschen – sei es intern, aus der Gruppe, mit Partnern auf dem

chen. Können Sie denn gut singen?

CARUSO: Ich kann hervorragend singen – meine Kinder sind immer dabei eingeschlafen. Das war auch das Ziel. Ich würde also eher für den Schluss einer Veranstaltung einsetzbar sein, dann verlassen die Leute das Gebäude. (schmunzelt)

LTM: Ihre Mutter war einfach ein Fan des berühmten Tenors?

CARUSO: Nun, Caruso war ja gegeben, eigentlich ist es dann italienische Tradition, dass der Vorname eines Großelternteils dazu kommt. Aber meine Eltern waren vielleicht etwas rebellisch. Sie sagten, das machen wir nicht, und so ist ihnen der Name in den Sinn gekommen.

Nach fast vier Stunden Fahrt durch Schneeregen wurde die Redakteurin Susanne Frank herzlich in Hinwil – nahe am Zürichsee – begrüßt. Während einer Live-Demo zeigte der Skysorter sein Können: Er kann Buchstaben so sortieren, dass sie sich zu einer Begrüßung formieren. Das Thema Fördertechnik ist auch beim Mittagessen präsent – das Menü gelangt mittels Förderband an den Tisch.