

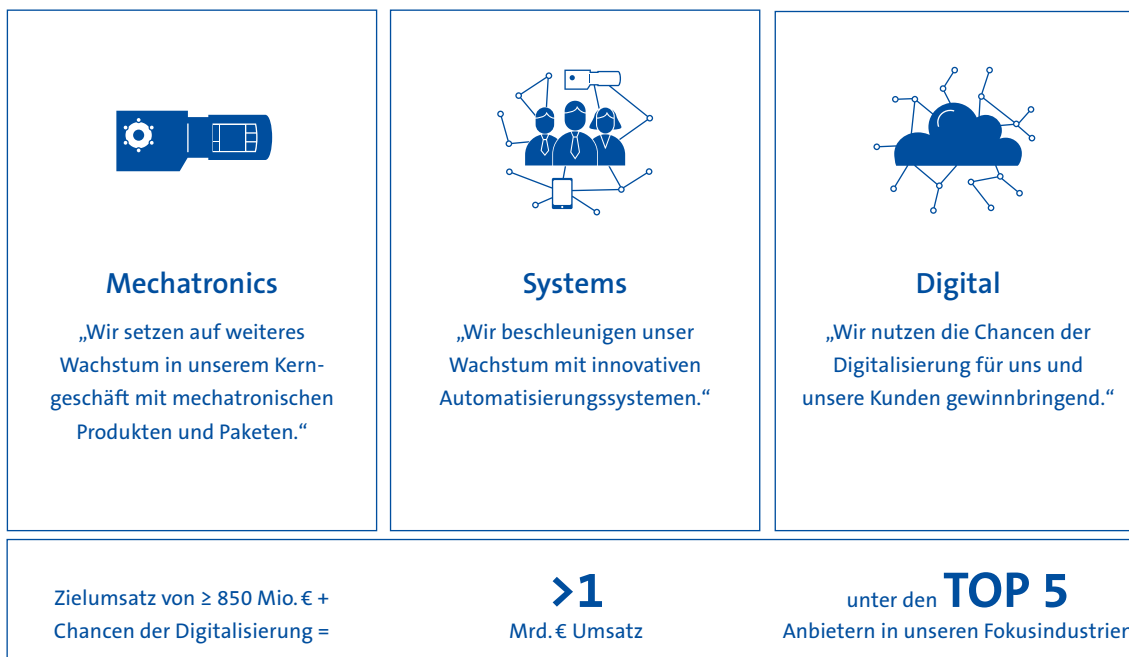
Gelebte Strategie Lenze 2020⁺



Seit über 70 Jahren richtet sich die Lenze-Gruppe optimal auf die Bedürfnisse von Kunden und Anforderungen der Märkte aus. Mit unserer Strategie 2020⁺ werden wir diesen Fokus auch in Zukunft erfolgreich weiterentwickeln. Die damit verbundenen Ziele und Maßnahmen folgen dabei unserer Vision: „Weltweit laufen die besten Maschinen und Produktionen mit Lenze.“

Unsere Strategie ist entlang der drei tragenden Säulen unseres Geschäftsmodells verankert. Denn wir bauen auf unseren bestehenden Stärken auf: der Mechatronik – unserem erfolgreichen Produktgeschäft –, den Automatisierungssystemen und -lösungen sowie den digitalen Services. Gleichzeitig bleibt unser besonderes Augenmerk auf den fünf Fokusindustrien, in denen wir über das größte Know-how verfügen und die besten Marktchancen haben: Automotive, Consumer Goods, Converting & Printing, Intralogistics und Textile.

Unsere Strategie basiert auf drei Säulen



Unser Anspruch ist es, unsere Kunden in allen drei Säulen zu begeistern: mit innovativen Digitalleistungen, mit unserer Engineering-Kompetenz sowie mit einfachen Wertschöpfungsprozessen und -systemen. Gerade die digitale Trendwende begreifen wir als größte Chance für unser Unternehmen, sich nachhaltig für die Zukunft aufzustellen, weiter zu wachsen und neben unserem bestehenden Kerngeschäft, Raum für Entwicklung neuer, zukunftssträchtiger digitaler Geschäftsmodelle zu schaffen.

Eine Strategie, viele Stimmen, ein Ziel: Zukunft vom Kunden her denken

Unsere Strategie hat den Rückenwind von 3.700 Lenzianern weltweit. Nur deshalb konnten wir unsere Ziele auch im Geschäftsjahr 2017/2018 erneut übertreffen. Die Strategie 2020+ strahlt in alle Bereiche unseres Geschäfts aus und betrifft alle Lenzianer gleichermaßen. Was die Strategie für Lenze bedeutet, wie sie mit Leben gefüllt wird, erklären ausgewählte Stimmen aus der Lenze-Welt. Viel Spaß beim Lesen!



Im Rahmen unserer Strategie 2020+ haben wir uns anspruchsvolle Ziele gesetzt, um auch weiterhin erfolgreich zu sein und den ständig wandelnden Herausforderungen der Märkte begegnen zu können. Um diese Ziele zu erreichen, haben sich alle Lenzianer gemeinsam auf den Weg gemacht. Offen, neugierig auf Neues und wissbegierig übernehmen wir Verantwortung für unser profitables und Kundenmehrwertschaffendes Wachstum.“

Christian Wendler, Chief Executive Officer Lenze-Gruppe

Lenze hat sich in den vergangenen Jahren stetig weiterentwickelt. Das zeigt sich ganz wesentlich auch in unserer Ausrichtung, welche sich konsequent an den Markt- und somit an den Anforderungen unserer Kunden orientiert. Waren wir in der Vergangenheit vor allem auf unsere Kernkompetenz im Bereich der Technologie, der Produktentwicklung und der Applikation fokussiert, zeichnet uns heute neben diesen Stärken unser umfassendes Anwendungswissen aus. Dabei erarbeiten unsere Spezialisten gemeinsam mit unseren Kunden weltweit die besten Lösungen. So füllen wir unsere Strategie 2020+ mit Leben und stellen die Weichen, um unsere führende Position im Bereich der Automation in Zukunft weiter auszubauen.“

Christian Eberhard, Geschäftsführer Lenze Sales Europe GmbH



Gelebte Strategie Lenze 2020⁺

Lenze steht auf einem sehr soliden Fundament. Seit dem Jahr 2011 konnte der Umsatz um rund 25 % auf 741 Mio. € gesteigert werden. Das Konzernergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) lag mit 65,7 Mio. € auf einem rund 60 % höheren Niveau als noch vor acht Jahren. Mit einem Brutto-Cashflow von über 62 Mio. € im Geschäftsjahr 2017/2018 und einer nachhaltig hohen Eigenkapitalquote von 67 % zum 30. April 2018 ist Lenze gut gerüstet für die weiterhin erfolgreiche Entwicklung im Rahmen der Umsetzung unserer Strategie 2020⁺.“

Dr. rer. soc. oec. Yorck Schmidt, Chief Financial Officer Lenze-Gruppe



Mit unserer Strategie 2020⁺ denken wir übergreifend. Sie ist die Grundlage für unsere Plattformstrategie, in der wir Produkte heute im globalen Kontext sehen. Statt eigene Produkte aufwendig in jedem oder für jedes Land zu entwickeln, können wir unsere einheitliche Plattform ganz einfach auf die Anforderungen der verschiedenen Märkte und speziellen Bedürfnisse unserer Kunden anpassen – sei es in Europa, den USA oder in Asien.“

Davide Cesaretti, Geschäftsführer Lenze Drives GmbH



Digitalisierung ist für Lenze weit mehr als nur eine Frage der Technologie. Digitalisierung bedeutet für uns, dass wir unseren Kunden das Leben einfacher machen und die Arbeitsprozesse beschleunigen. Digitale Technologien sind dabei für uns Mittel zum Zweck. Denn wesentlich ist, dass wir ein noch besseres Kundenverständnis aufbauen, die End-to-End-Prozesse unserer Kunden genau analysieren und verstehen. So können wir maßgeschneiderte Lösungen zur Verfügung stellen, die einen echten Mehrwert schaffen. Damit werden wir noch attraktiver für unsere Kunden.“

Gerd Schüler, Leiter digitale Transformation & gewerbliche Schutzrechte

„Unser Portfolio ist auf die Maschinenbauer zugeschnitten, die hochflexible, intelligente, vernetzte Maschinen sowie die passenden digitalen Angebote möglichst schnell auf den Markt bringen müssen. Als verlässlicher Partner begleiten wir unsere Kunden auf dem Weg zu Industrie 4.0 und unterstützen sie bei der digitalen Transformation. Unsere Innovationen bieten ihnen dabei einen ganz konkreten Nutzen, denn vorgefertigte Bausteine und ein digitaler Engineering-Prozess machen die Komplexität der Technik beherrschbar.“

Frank Maier, Chief Technology Officer Lenze-Gruppe



„Auch nach 18 Jahren Erfahrung im Software-Geschäft empfinde ich die aktuelle Phase als Aufbruchsstimmung. Aufbruchsstimmung deshalb, weil so unglaublich viel durch die Digitalisierung in allen Branchen in Bewegung ist. Und ich freue mich riesig darauf, mit meinen jetzigen und neuen Kollegen in der Lenze-Welt aus dieser positiven Energie heraus neue Geschäfte zu generieren.“

Christoph Ranze, Geschäftsführer encoway GmbH

„Intuitive Automation heißt für uns: Die Entwicklung von Maschinen so effizient wie möglich zu gestalten, indem wir den Umgang mit so facettenreichen Themen wie Automatisierung und Digitalisierung für unsere Kunden so einfach wie möglich machen. Der Schlüssel dafür liegt in unserer Beratungskompetenz. Unsere ‚Brainware‘ ist unser größtes Asset und bildet die Basis für unseren klaren Wachstumskurs im System-Geschäft. Dank der optimalen Kombination aus skalierbarer Hardware, modularer Software und der entsprechenden Beratung im Bereich Engineering und Digitalisierung sind wir in der Lage, unsere Kunden während der gesamten Entwicklung ihrer Maschinen zu begleiten. Das ist ein echter Mehrwert für unsere Kunden und ein wichtiger Erfolgsfaktor für Lenze.“

Martijn Theunissen, Leiter Application & Support



Wir sind als Lenze-Gruppe mit der Säule Digital auf eine spannende Reise aufgebrochen. Nun möchten wir alle Kollegen weltweit einladen, uns auf dieser Reise zu begleiten und diesen Weg gemeinsam mitzugestalten. Ich freue mich schon sehr auf die Zusammenarbeit in den nächsten Wochen, Monaten und Jahren. Unser noch junges digitales Innovationslabor DOCK ONE wird auf dieser Reise eine wichtige Rolle einnehmen. Hier bieten wir den Raum, ergebnisoffen zu experimentieren und den Mut zu haben, Dinge auszuprobieren und vielleicht auch zu scheitern. Wir tragen eine neue Kultur in die Lenze-Welt hinein, über die etwas Tolles entstehen kann und wird.“



Klaas Nebuhr, Senior Vice President und Co-Founder encoway GmbH

Wir wollen mit unseren Kunden noch stärker international wachsen. Und gerade die Geschäfte in den Bereichen Automotive und Intralogistik sind sehr international. Unsere Kunden gehen dorthin, wo der Markt oder der Marktbedarf ist. Dem folgen wir – mit der dafür notwendigen Organisation. Fokussiert, mit den besten Experten und dem richtigen Ansatz für unsere Kunden – das bringt unsere Kunden und uns weiter. Und zwar nachhaltig.“



Joachim Hanke, Leiter Vertrieb Fokusindustrien (Automotive & Intralogistics)

Mit der Strategie 2020⁺ denken wir in der Operations immer stärker ‚Outside-In‘. Bei der Motorenstrategie oder unserem Footprint in der Produktion und den Prozessen geht es darum, weltweit und in interdisziplinären Teams die besten Ansätze zu erfinden, zu testen und so effizient wie möglich umzusetzen. In der aktuellen Kooperation unserer Werke in China, Österreich, Frankreich und Deutschland entstehen bereits die ersten erfolgreichen Ansätze – die zum Beispiel die Unterstützung durch Roboter, führerlose Transportsysteme oder IT-Lösungen beinhalten können.“



Dirk Watzke, Geschäftsführer Lenze Operations



„Unsere Operations ist das Rückgrat unseres Unternehmens. An erster Stelle steht dabei der Kunde mit seinen individuellen Anforderungen an Zuverlässigkeit und Qualität. Um diesen Erwartungen gerecht zu werden, haben wir uns zu operativer Exzellenz verpflichtet. Das bedeutet für uns die Optimierung unserer weltweiten Lieferketten (Supply Chain) sowie unserer internen Produktionsprozesse entsprechend der Lean-Philosophie. Eines der wichtigsten strategischen Themen ist aktuell das Zukunftsprojekt ‚Mechatronic Competence Campus‘ am Lenze-Standort in Extertal. Mit dem MCC schaffen wir ein Leitwerk für eine ‚digital factory‘, die nicht nur nach Lean-Kriterien höchste Standards erfüllt, sondern auch bei der Integration von Industrie 4.0-Lösungen eine Vorreiterrolle einnehmen wird.“

Jochen Heier, Chief Operating Officer Lenze-Gruppe

„Eine entsprechend aufgestellte Organisation ist Grundvoraussetzung, um auf die Dynamik unseres Geschäftsumfelds, der Märkte sowie neuer Wettbewerber und Technologien reagieren zu können. Strategiearbeit ist für uns bei Lenze daher gleichbedeutend mit der Entwicklung unserer größten Stärke – unsere Mitarbeiter. Dies ist ebenfalls wichtiger Bestandteil unseres Selbstverständnisses als Familienunternehmen, für das der Mensch stets im Mittelpunkt steht. Im Rahmen unserer Strategie 2020⁺ investieren wir gezielt in Aus- und Weiterbildung und schaffen mehr Raum für Innovationen. Wir stärken den Unternehmergeist unserer Mitarbeiter, bauen bereichsübergreifende Zusammenarbeit weiter aus und konzentrieren uns auf Ideen, nicht auf Hierarchien.“

Ralf Klemme, Leiter Personal Lenze SE

„Die Projektarbeit mit unseren Kunden macht am meisten Spaß, wenn sich Kunden anstecken lassen von unserem Spirit, von unserer Zusammenarbeit, von der gegenseitigen Wertschätzung auf Augenhöhe. Und wir stellen fest, dass dadurch Hierarchien aufgebrochen und neue Ideen geboren werden. Mit Lenze arbeiten wir seit rund zwei Jahren im agilen Ansatz und sehen schon seit einiger Zeit, dass sich genau dieser Spirit in der gesamten Lenze-Gruppe ausbreitet und unaufhaltsam weiterwächst.“

Sebastian Behnen, Head of Project Development encoway GmbH

