

Internationalisierung

Finanzen

Digitalisierung

Arbeit

Internationalisierung? Alles in trockenen Tüchern

Interview mit Reinhard Kipke, Tropack Packmittel GmbH

08. November 2019

Internationalisierung? Alles in trockenen Tüchern

Interview mit Reinhard Kipke, Tropack Packmittel GmbH

Direkt an der idyllischen Lahn und auf den Resten einer ehemaligen römischen Stadt liegt die Gemeinde Lahnu. Und diese macht nicht nur durch wertvolle Ausgrabungen von sich reden. Reinhard Kipke hat vor fast 28 Jahren mit einem weiteren Gesellschafter und fünf Mitarbeitern ein international erfolgreiches Unternehmen für Trockenmittel gegründet.

DMB: Herr Kipke, Ihr Unternehmen TROPACK beschäftigt heute über 60 Mitarbeiter und erzielt einen Jahresumsatz von etwa 12 Millionen Euro. Wie haben Sie das geschafft?

Kipke: Der Start war im Grunde recht reibungslos. Die Firma, bei der ich vorher beschäftigt war, stellte bereits Trockenmittel her. Als sie in Schwierigkeiten geriet, griff ich zu und übernahm das Geschäft gemeinsam mit einem Partner. Viele der damaligen Kunden waren dankbar dafür, dass wir sofort liefern konnten. Diese früheren Verbindungen haben sich sowohl in Deutschland als auch international unmittelbar bezahlt gemacht.

Erklären Sie uns bitte kurz Ihr Produkt.

Trockenmittel sind Stoffe, die Feuchtigkeit entziehen und Güter beim Transport schützen. Wir stellen sie aus unterschiedlichen Rohstoffen in verschiedenen Formaten her, zum Beispiel als Beutel oder Kapseln. Verwendet werden sie unter anderem für die Verpackung medizinischer Produkte, in der Automobilindustrie oder für Maschinen. Obwohl wir international tätig sind, produzieren wir nach wie vor nur hier vor der Haustür.

„Made in Germany“ als Qualitätssiegel?

Ja und nein. Es gibt natürlich Standardprodukte, bei denen dieses Thema keine so große Rolle spielt. Generell arbeiten wir hier nach sehr hohen Qualitätsstandards. In der Pharmaindustrie muss man zum Beispiel mit dem Medikament gemeinsam zugelassen sein, bei Produkten der Automobilindustrie werden vorab häufig mehrtägige Audits in unserem Unternehmen durchgeführt.

Wie international sind Sie heute aufgestellt?

Unseren Umsatz machen wir zu etwa 2/3 in Deutschland und zu 1/3 in Zentraleuropa mit ein bisschen USA. Da wir kein sehr hochpreisiges Produkt haben, lohnen sich weite Lieferwege eher nicht. Wir liefern in das angrenzende europäische Ausland über Handelsvertreter vor Ort, aber auch an Direktkunden. In den meisten dieser Fälle steht TROPACK nicht drauf, sondern steckt in einer Handelsmarke drin. Viele unserer Kunden nehmen uns in ihre ausländischen Filialen mit.

Wie läuft der Online-Vertrieb ab?

Sie geben Ihre Anforderungen ein und erhalten einen Vorschlag. Kaufen können Sie über den Shop nicht direkt, am Ende steht immer die persönliche Beratung. So können wir individuell auf den Kunden eingehen. Flexibilität und Persönlichkeit zeichnen uns aus, was ich übrigens für einen der größten Vorteile unseres Unternehmens halte.

Sie sprechen einen Kernaspekt des Mittelstandes an.

Selbstverständlich. Zum Beispiel sind wir auch nicht an hohe Mindestabnahmemengen gebunden wie einer unserer Hauptmitbewerber. Andererseits können wir durchaus „exotische“ Aufträge bewältigen, die natürlich ein bisschen mit meiner Erfahrung zu tun haben. Nur wir haben kürzlich noch Trockenpatronen für ältere Fahrzeuge im Militär-Bereich liefern können.

Was ist für Sie die größte internationale Hürde?

Sie können alles erreichen, ich persönlich rate immer zu einem schrittweisen und kontrollierten Weg. Respektieren Sie zudem Kultur und Sprache. Mit Englisch kommt man weit, aber in vielen Ländern ist es sehr wichtig, einen Muttersprachler dabeizuhaben. Damit öffnen Sie selbst in Europa noch viele Türen.

Warum sind Sie Mitglied im Deutschen Mittelstands-Bund?

Ich bin seit zwei Jahren dabei und ich habe ursprünglich nur von einer vergünstigten Anschaffung profitieren wollen. Mittlerweile erlebe ich den DMB als dynamische Interessenvertretung, die auch den individuellen Anforderungen von mittelständischen Unternehmen gerecht wird.

Herr Kipke, wir bedanken uns für das Gespräch.