

## Produktausweitung durch Nachwuchs-Power

### Medienrinne: Hauraton-Talentteam kreierte neues Sortiment

Ihre Ansprechpartnerin:  
Petra Pahl  
PR / Marketing

Tel. +49 7222 958-154  
Fax +49 7222 958-28 154  
petra.pahl@hauraton.com

Rastatt, November 2018

26. November 2018 – Man nehme: sechs begabte Nachwuchskräfte aus unterschiedlichen Unternehmensbereichen, eine gemeinsame Herausforderung, viel Zeit, kein Druck und jede Menge Ideen. Ergebnis: ein intelligent kombiniertes Produktsystem, das begeistert – und mit seinem Konzept sogar ganz neue Kundenkreise anzieht. Die Rede ist von dem Medienrinnensortiment, das Hauraton 2018 auf den Markt gebracht hat. Es entstand auf ausgesprochen unkonventionelle Weise, nämlich durch ein junges, diverses Talentteam, das von der Geschäftsführung zusammengebracht wurde und ganz viel Freiheit zum (quer) Denken und Handeln erhielt. Im Interview erzählen die Beteiligten von dem ungewöhnlichen Projekt am Rastatter Stammsitz des Unternehmens.

*Marcus Reuter, was hat Sie als Geschäftsführer dazu bewogen, erstmalig ein Talentteam an eine derartig anspruchsvolle Sortimentsentwicklung zu setzen, und worin bestand seine Herausforderung?*

Wer neue Ideen will, muss die Denkrichtung ändern können. Und das funktioniert besonders gut in ungewohnten Strukturen – vorausgesetzt, alle Beteiligten verfügen über großes Know-how, denn nur dann kann ich von einem Talentteam sprechen. Seine sechs Mitglieder hatten bereits erfolgreich an einem Seminar für Projektmanagement teilgenommen und wir wollten ihnen ein hochwertiges unternehmerisches Projekt übertragen. Schließlich müssen unsere jungen Leute praktisch beweisen können, was sie drauf haben! Ihre Herkunft aus unterschiedlichen Disziplinen sollten sie dazu nutzen, gemeinsam eine wirklich knifflige Frage zu beantworten: Wie muss ein Programm für die sichere Führung von Versorgungs- und Informationskabeln in modernen Industrieanlagen, in Sportstätten oder Messehallen aussehen? Und mit welcher Produktsystematik wird man dabei der meist temporären, rasch wechselnden Nutzung dieser Orte gerecht? Welche Normen und Regelwerke sind dabei zu beachten? Fachleute, Planer und Ingenieure wissen, wie komplex dieses Thema ist. Unser Talentteam hat mit seiner systemischen Lösung eine Antwort

gefunden, die für verschiedenste Projekte passt und auf allen Ebenen – von der Technologie bis zum Vertrieb – schlüssig funktioniert.

*Projektmanager Patrick Riewe, welches Merkmal macht das neue Sortiment für den Kunden attraktiv?*

Seine Flexibilität. Unser Konzept eröffnet die Möglichkeit, Kabel sicher zu verstauen und nach Belieben auszuwechseln. Offen liegende Kabel bergen sowohl in Sportstätten als auch in Produktions- und Messehallen eine große Unfall- und Sachschadensgefahr. Dem können wir wirksam abhelfen. Wenn Kabel oft gewechselt werden müssen, beispielsweise in einer Produktionshalle für die Herstellung neuer Artikel, eignet sich die Medienrinne perfekt. Vorteil: Die Rinnen können dafür individuell zugeschnitten werden, so dass auch Eck- und T-Verbindungen verlegbar sind. Auch unser Kabelführungssystem lässt sich spezifisch anpassen. Je nach Auftrag kann entschieden werden, welches Rinnenmodell oder welche Abdeckung am besten passt. Durch unser Sortiment ist sogar ein neuer Kundenkreis entstanden. Denn damit richten wir uns jetzt auch an Gebäudeplaner.

## **Blick über den Tellerrand kommt Produkten zugute**

*Was war das Besondere am Miteinander im Talentteam?*

*Patrick Riewe:* Jede Abteilung war mit einem Kollegen oder einer Kollegin beteiligt: Entwicklung, Logistik, Marketing, Vertrieb, Export, Einkauf. Ein großer Gewinn! Denn dadurch schauten wir bei allen Überlegungen über den eigenen Tellerrand und entwickelten Bewusstsein für den Bedarf der Mitstreiter. Weil wir ein junges Team sind, gab es wenig eingefahrene Meinungen und viele neue Ideen. Beispielsweise die, dass die Rinne sowohl zur Entwässerung genutzt werden kann als auch der praktischen Kabelverstaung und -verlegung dient.

*Selina Edling, Sie arbeiten im Marketing und hatten im Talentteam die Projektleitung inne. Was beinhaltete das?*

Zum einen hatte ich das Prozessmanagement zu koordinieren, die Abläufe im Team zu steuern und zu treiben. Zum anderen musste ich darauf achten, dass wir mit unseren Anpassungen und Optimierungen dem Markt und dem Marktpotential gerecht werden. Es war faszinierend, den „Reifeprozess“ des neuen Sortiments aus beiden Perspektiven zu beobachten und zu

begleiten. Im Team habe ich den aktuellen Projektstand aus erster Hand erhalten und auf diese Weise den anschließenden Marktstart viel besser vorbereiten können.

*Welche Erkenntnisse haben Sie bei der Arbeit im „Team der neuen Generation“ gewonnen?*

*Selina Edling:* Dass das Vertrauen der Unternehmensleitung viel Dynamik im Team freisetzte und uns auch über Rückschläge oder Verzögerungen hinweg geholfen hat. Wir haben ohne Druck von oben alle Schritte selbst geplant und umgesetzt. So kamen wir dem Ziel nicht nur Schritt für Schritt näher, sondern haben auch wichtige persönliche Erfahrungen gemacht. Ich zum Beispiel, wie man als Projektleiterin Aufgaben oder Arbeitspakete erfolgreich an Kolleginnen und Kollegen adressiert, denen man nicht weisungsbefugt ist.

*Nico Heck aus dem Einkauf, was war für Sie neu?*

Wie die anderen Teammitglieder hatte ich zuvor niemals einen Produktentstehungsprozess komplett von A bis Z begleitet. Spannend war daher vor allem die Erkenntnis, was dafür alles nötig ist an technischem Vorlauf, Marketing etc. Fragen also, die mir in meiner Aufgabe als Einkäufer nicht gerade täglich begegnen! Die Kombination aller Artikel – zusätzlich zu den Abdeckungen und Blindabdeckungen für die Kabelausführung aus Guss auch die Halbleche aus Metall – zu entwickeln und mit bestehenden Faserfix oder Recyfix-Rinnen zu einem sinnhaften Komplett-Sortiment zusammenzufügen, darin lag die Herausforderung.

**Smarte Produktkombination eröffnet neue Anwendungsformen und Kundenkreise**

*Wie konnten Sie sich einbringen?*

*Nico Heck:* Mit meinem Wissen über Einkauf- und Materialanlageprozesse und als kritischer Fragesteller bei Vertriebsthemen: Was benötigt der Kunde – welche Funktionen sind existentiell, welche nur „gut zu haben“? Fragen, die für die Sortimentscharakteristik eindeutig geklärt werden mussten. Denn durch die clevere Kombination bestehender Produkte mit diversen Neuentwicklungen öffnet die Medienrinne unser Standard-Sortiment einer neuen Anwendungsform mit einer komplett neuen Kundengruppe. Wir Jungen vom Talentteam haben das Bestehende unvoreingenommen hinterfragt,

verändert und ergänzt – und so die Medienrinne neu auf den Markt gebracht.

*Mario Kamerla, frisch absolvierter Logistikmeister, welche Produkte des neuen Sortiments werden Ihrer Meinung nach am beliebtesten unter den Kunden sein?*

Ich tippe auf die Abdeckungen. Sie sind so durchdacht konstruiert, dass sie das schnelle, flexible Verlegen von Leitungen extrem erleichtern. Aber das ist nur ein Aspekt von vielen. Jede Abteilung geht mit zahlreichen Vorstellungen und Anforderungen an eine Sortimentsentwicklung heran. Für mich entstanden natürlich in der Logistik viele Aufgaben: Neue Lagerplätze müssen vergeben, andere Artikel umgeräumt werden, um die hinzukommenden Waren lagern zu können. Die Übernahme der Daten in unser Warenwirtschaftssystem lag für mich planerisch an, daneben die Überarbeitung oder Neuerstellung der Verpackungsvorschriften. In Sachen Kommissionierung hieß es, alle Mitarbeiter mit Informationen über Lagerplätze und die Neuheiten umfassend zu versorgen.

*Marcus Reuter, wie lautet Ihr persönliches Fazit?*

Das Produktsortiment ist jetzt am Markt, Kundenreaktionen und Umsatzentwicklung zeigen sehr gute Tendenzen. Erste Projekte wurden gewonnen und ausgeliefert. Auch im Luschniki-Stadion in Russland, in dem unter anderem das Endspiel der Fußballmeisterschaft 2018 stattfand, sind bereits Medienrinnen verlegt worden. Ich glaube an eine Erfolgsgeschichte. Und daran, dass das Nachwuchsprojekt „Talentteam“ weitere Entwicklungsprozesse dieser Art bei uns im Unternehmen inspirieren wird.

(7.884 Zeichen inkl. Leerzeichen)

Weitere Informationen unter [www.hauraton.com](http://www.hauraton.com).

**Pressekontakt**

HAURATON GmbH & Co. KG  
Petra Pahl  
Tel. +49 (0)7222 958-154  
Fax +49 (0)7222 958-28 154  
[petra.pahl@hauraton.com](mailto:petra.pahl@hauraton.com)