

In Ruhe neu starten

Blue Cap hat Neschen übernommen – mit bewährtem Geschäftsmodell, aber mit neuer Struktur und besseren Bedingungen.

Was lange währt, wird endlich gut: Zum 1. Dezember 2016 übernahm die Blue Cap AG endgültig das Unternehmen Neschen. Auf die einzelnen Details des Deals will Hannspeter Schubert, Vorstand von Blue Cap, nicht eingehen; wichtig zu wissen sei, dass die alte Neschen AG im Rahmen eines Asset-Deals auf eine neue Gesellschaft übergegangen ist: die Neschen Coating GmbH, die ihren Sitz in Bückeburg hat und eine 100-prozentige Tochter von Blue Cap ist. „Das heißt, wir haben den gesamten Betrieb übernommen und beabsichtigen, die Firma am Standort mit den bisherigen Mitarbeitern unter dem Namen Neschen mit dem bisherigen Geschäftsmodell fortzuführen“, erläutert Hannspeter Schubert.

Blue Cap investiert vor allem in mittelständische Unternehmen – und Neschen passt gut ins Portfolio. Denn mit Planatol und Biolink gehören zur Gruppe bereits zwei Firmen, die im Bereich Klebstoff und Beschichtung aktiv und erfolgreich sind. Neschen liege genau zwischen diesen beiden Unternehmen, was den Herstellungsprozess und die Verwendung von Klebstoffen angehe. Auch mögliche Synergien zwischen den einzelnen Firmen werde man prüfen und gegebenenfalls projektbezogen umsetzen.

Somit sieht Hannspeter Schubert den Betrieb aus Bückeburg als ideale Ergänzung. Und dieser Standort soll auch beibehalten

werden, ebenso das Geschäftsmodell. Blue Cap sei keine klassische Beteiligungsgesellschaft, sondern eine Industrieholding. „Daher sind wir an einer langfristigen Entwicklung von Neschen interessiert“, bekräftigt der Vorstand. „Wir sehen da verschiedene Ansatzpunkte im Bereich der Folien-



Machen mit Neschen einen Neuanfang: Geschäftsführer Kai Tittgemeyer und Hannspeter Schubert, Vorstand der Blue Cap AG (von links)

beschichtung, die wir vorantreiben wollen.“ Im operativen Tagesgeschäft will Blue Cap nicht mitmischen. Grundsätzlich verständigt man sich auf eine generelle Strategie, zum Beispiel was Personal, Produkte und Investitionen angeht. Und investiert werden soll auf jeden Fall. „Natürlich

sind wir auch an neuen Produkten interessiert, an neuen Beschichtungsverfahren, und von Seiten der Blue Cap werden wir unterstützen, dass dort weiter investiert wird“, sagt Hannspeter Schubert.

Vertriebsstrategie

Was zusammen mit den Assets der Neschen AG auch übernommen wurde, sind die Filmolux-Vertriebsgesellschaften für die einzelnen Länder. Die Strategie, den Vertrieb über die Filmolux-Töchter zu organisieren, soll beibehalten, ja gestärkt werden. Allerdings ist die Filmolux-Gruppe nun in einer Gesellschaft mit der Produktionsfirma Neschen. Über die Tochtergesellschaften sollen wie bisher die Neschen-Produkte vertrieben werden. „Filmolux ist eine Handelsgesellschaft“, beschreibt Kai Tittgemeyer, der Geschäftsführer der neuen sowie Produktions- und Betriebsleiter in der alten Neschen-Firma. „Grob geschätzt handelt sie mit 50 Prozent Neschen-Produkten und 50 Prozent Handelsprodukten, die das Portfolio um den grafischen Markt ergänzen.“ Dazu gehören Produkte, die Neschen selbst nicht herstellt, zum Beispiel Textilien, Displaysysteme oder Banner.

In Zukunft sollen die Filmolux-Gesellschaften einheitlicher auftreten, sowohl was das Produktportfolio als auch die geschäftliche Ausrichtung angeht. Das Ziel: attraktiver und sichtbarer für den Kunden zu werden. Daher ist es Blue Cap wichtig, dass es zukünftig keine Filmolux-Gesellschaft

mehr gibt, die nicht direkt zu Neschen gehört und somit nicht gesteuert werden kann. „Wir wollen Filmolux in Zukunft stärker ausbauen, mehr standardisiert darstellen“, bekräftigt auch Kai Tittgemeyer. Ein erster Schritt in diese Richtung: Im April will Neschen den Vertrieb Deutschland komplett in eine eigene Gesellschaft, die Filmolux Deutschland GmbH, ausgliedern.

Positives Feedback

Allem Anschein nach freuen sich nicht nur Neschen und Blue Cap: Die Rückmeldungen seien bisher durchweg positiv. Generell spüre man, dass die Kunden erleichtert sind, dass das Thema jetzt erledigt sei. „Unser Interesse ist es, dass wir in alle unsere Unternehmen Ruhe bringen, dass wir eine langfristige Perspektive aufzeigen und dass die Mitarbeiter sich an gewissen Zielen orientieren können“, sagt Hannspeter Schubert. „Und das ist auch bei Neschen sehr wichtig, weil da einfach die letzten Jahre sehr viel drunter und drüber gegangen ist.“ Doch die Perspektiven, die durch die Übernahme entstanden sind, waren laut Kai Tittgemeyer auch ein Motivationsschub für die Belegschaft. Somit kann Neschen weitermachen – aber ohne Altlasten. ■

Balthasar Mayer/
Eileen Denkwitz
mayer@wnp.de/denkewitz@wnp.de

www.neschen.de
www.blue-cap.de