



**CORPORATE
CULTURE**

**MADE
DIFFERENT**

1.0 VORWORT

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wenn es eine charakteristische Eigenschaft gibt, mit der sich die BEUMER Group seit Unternehmensgründung von ihren Wettbewerbern unterscheidet, dann ist es diese: „Made Different“.

In einer Welt, die stärker denn je von Veränderungen geprägt ist, gibt uns dieser Anspruch Orientierung und eine gemeinsame Vision: „Made Different“ bildet den Kern unserer Kultur und damit die Grundlage, auf der wir gemeinsam die Zukunft gestalten – im Unternehmen, mit allen Stakeholdern und insbesondere zusammen mit unseren Kunden.

Nicht nur für die BEUMER Group standen die vergangenen Dekaden im Zeichen des Wandels. Die letzten gut 20 Jahre beschreiben eine Erfolgsgeschichte, die einerseits durch organisches Wachstum und Internationalisierung, andererseits durch mehrere Akquisitionen geprägt ist. Im Ergebnis haben wir uns als Familien-

unternehmen erfolgreich international aufgestellt und sind dadurch im globalen Netzwerk sehr resilient.

Hinzu kommt, dass die Gruppe seit 2022 zum ersten Mal in ihrer Geschichte von einem familienfremden Chief Executive Officer (CEO) geführt wird. Diese neue Führungsstruktur steht keineswegs im Widerspruch zum Bekenntnis der Familie Beumer zum Unternehmen und zu der damit verbundenen langfristigen Perspektive. Die enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Familie und Geschäftsführung zeigt sich auch darin, dass wir diese Broschüre gemeinsam verfasst haben.

Derzeit befinden wir uns im Strategiezyklus der Strategie 2028 (S28). Diese Strategie ist ein gutes Beispiel für „Made Different“: In vielen Unternehmen wird bei einem Führungswechsel mit viel Aktionismus vieles verändert. Dabei bleiben oftmals auch gute Entwicklungen auf der Strecke. Die S28 „Partner of Choice

through Differentiation and Collaboration“ beschreibt, wie sich die BEUMER Group als erfolgreiches Familienunternehmen in den kommenden Jahren weiterentwickeln wird. Damit knüpft sie mit einer langfristigen Perspektive nahtlos an die vorhergehende Strategie „The Best, not the Biggest“ (2018 – 2023) an und setzt gleichzeitig starke neue Impulse für die Weiterentwicklung des Unternehmens in hochvolatilen Zeiten.

Grundlage für den Erfolg der Vergangenheit und für alle zukünftigen Ziele und Ambitionen ist unsere Unternehmenskultur „Made Different“. Mit dem übergeordneten Ziel, die Eigenständigkeit und Unabhängigkeit von BEUMER als Familienunternehmen zu bewahren, beschreibt sie unsere Haltung, unsere Werte sowie die Prinzipien von Führung und Zusammenarbeit. Kurzum: Unsere Unternehmenskultur bildet eine Klammer und einen verbindlichen Rahmen, der die BEUMER Group zusammenhält.



GRUNDLAGE FÜR DEN ERFOLG DER VERGANGENHEIT UND FÜR ALLE ZUKÜNFTIGEN ZIELE UND AMBITIONEN IST UNSERE UNTERNEHMENSKULTUR „MADE DIFFERENT“.

In dieser Broschüre finden Sie wertvolle Informationen und Zusammenhänge rund um das Thema „Corporate Culture – Made Different“. Ganz gleich, ob Sie neu im Unternehmen oder schon seit vielen Jahren dabei sind, ob Sie eine Führungsposition innehaben oder noch in der Ausbildung sind.

Wir wünschen uns, dass Ihnen diese Broschüre als Leitfaden für die tägliche Arbeit und Ihre zukünftige Entwicklung dient.

Mit besten Grüßen
Dr. Christoph Beumer
& **Rudolf Hausladen**

INHALTS- VERZEICHNIS

1.0	VORWORT	2
2.0	FAMILIE & UNTERNEHMEN	6
3.0	KULTUR & IDENTITÄT	12
4.0	CORE VALUES	15
5.0	LEADERSHIP PRINCIPLES	18
6.0	NACHHALTIGKEIT	22
7.0	INNOVATION, QUALITÄT & KUNDENORIENTIERUNG	26
8.0	DIVERSIFIKATION & FOKUS	28
9.0	PARTNERSCHAFT AUF LEBENSZEIT	31
10.0	INTERNATIONALISIERUNG	32
11.0	FINANZIELLE UNABHÄNGIGKEIT	34
12.0	ZUSAMMENARBEIT IN EINEM WELTWEITEN BEUMER NETZWERK	38
13.0	ZUSAMMENFASSUNG	42

2.0 FAMILIE & UNTERNEHMEN

Familienunternehmen zählen zu den ältesten und am weitesten verbreiteten Unternehmensformen. Sie beziehen ihre Stärke und Nachhaltigkeit aus der wechselseitigen Beziehung zwischen dem Unternehmen und einer Familie, die meist über mehrere Generationen hinweg maßgeblich an den Entscheidungsprozessen beteiligt ist. In seinem wesentlichen Kern ist das Familienunternehmen durch die Einheit von Kapital, Leitung und Kontrolle definiert.

In vielen Fällen sind Mitglieder der Eigentümerfamilie operativ in Führungspositionen eingebunden. Eine verbindliche Regel dafür gibt es jedoch nicht: Gerade in größeren Unternehmen wird der Einfluss der Familie oft auch über Funktionen in Aufsichtsgremien ausgeübt.

Unterschiede zwischen Familien- und börsennotierten Unternehmen

Die Unternehmenskultur eines Familien-

unternehmens unterscheidet sich in der Regel deutlich von der eines börsennotierten Unternehmens, bei dem die Einheit von Unternehmensführung und Kapitalbesitz weitgehend aufgelöst ist. Während hier oft kurz- und mittelfristige Investoreninteressen im Vordergrund stehen, denken Unternehmerfamilien langfristiger und haben den nachhaltigen Erhalt des Unternehmens für die nächste Generation im Blick.

Genau diese „aktive Eigentümerfamilie“ ist es, die ein Familienunternehmen kennzeichnet. Bei BEUMER nimmt die Familie ihre Funktion derzeit im Aufsichtsgremium des Unternehmens, dem Beirat, wahr. Die Führung des Unternehmens ist so definiert, dass sowohl Familienmitglieder als auch familienfremde Personen die Geschäftsführung übernehmen können. Ob perspektivisch wieder ein Familienmitglied in die operative Verantwortung gehen wird, bleibt der weiteren Entwicklung überlassen.

Dieser Ansatz spiegelt sich auch in der Gremienstruktur der BEUMER Group wider. Dazu gehören die Gesellschafterversammlung, der Gesellschafterausschuss und der Familienrat auf Familien-seite. Erweitert wird die Gruppenstruktur durch den Beirat und das Holding Management Board im Unternehmen.

Diese Struktur und viele weitere Regelungen u.a. zur Unternehmenskultur und langfristigen Perspektive sind durch die Familie in einer Familienverfassung definiert worden und dienen als verbindliches Regelwerk für alle Familienmitglieder und das Management. Ziel ist es, die unternehmerische Freiheit im Denken und Handeln, die finanzielle Unabhängigkeit, die nachhaltige Entwicklung und damit letztlich den Fortbestand des Familienunternehmens zu sichern. Dazu hat sich die Familie Beumer klar verpflichtet.



Wertekodex für Familie und Unternehmen

Aus diesem Bekenntnis heraus hat die Familie Beumer in der Familienverfassung einen Wertekodex für sich selbst sowie einen weiteren für die BEUMER Group aufgestellt. Letzterer beschreibt, welche Werte die Familie im Unternehmen gelebt sehen möchte und welche Ziele damit verbunden sind. Entscheidend ist dabei, dass keine Werte „wichtiger“ sind als andere, sondern der Kodex als Ganzes zu verstehen ist und im Gesamtkontext gelebt werden soll.

Der Wertekodex für das Unternehmen umfasst:

- › Innovation, Qualität und Kundenorientierung
- › Verständnis des Unternehmens als treuhänderische Aufgabe mit dem übergeordneten Ziel, den Erfolg und die Übergabe an die nächste Generation zu gewährleisten

- › Kontinuität des Familienunternehmens
- › Zukunftsfähigkeit, d.h. eine langfristige Balance zwischen Kontinuität und Auseinandersetzung mit neuen Technologien und Trends
- › Finanzielle Stabilität auch durch eine restriktive Ausschüttungs- und Entnahmepolitik
- › Dankbarkeit und Wertschätzung für die tägliche Arbeit aller Mitarbeitenden im Unternehmen
- › Tolerantes Miteinander und Verständnis von kultureller Vielfalt als Bereicherung
- › Bekenntnis zur Nachhaltigkeit als Gleichgewicht zwischen Ökologie, Ökonomie und sozialer Verantwortung
- › Besonnenes Verhalten mit Augenmaß auch in schwierigen Situationen
- › Bescheidenheit im Auftreten

- › Gelebte Vertrauenskultur durch transparente Kommunikation, Integrität und gewissenhaftes Verhalten
- › Seriosität und Verlässlichkeit, insbesondere in Bezug auf eingegangene Verpflichtungen
- › Streben nach langfristigem Erfolg, nicht nach kurzfristigem Gewinn
- › Leistungsorientierung aller Beschäftigten des Unternehmens und Bereitschaft zur Reflexion und persönlichen Weiterentwicklung

Das **Mission Statement** der BEUMER Group, die vier Core Values und die neun Leadership Principles dienen dazu, diesen Wertekodex im Alltag umzusetzen. Diese Prinzipien aktiv zu leben, ist ein Schlüsselfaktor für unseren zukünftigen Erfolg und wird daher von allen Beschäftigten des Unternehmens erwartet.

WIR WOLLEN DEN LANGFRISTIGEN ERFOLG UND NICHT DEN KURZFRISTIGEN GEWINN.

Strategiezyklen 2003 – 2023

Dieses Verständnis von Werten und Führungsprinzipien zieht sich durch alle Entwicklungsphasen des Unternehmens in seiner gesamten Geschichte.

Die letzten 25 Jahre, in denen die dritte Familiengeneration in der Verantwortung stand, waren von zwei wesentlichen strategischen Ausrichtungen geprägt: Zunächst wurden mit den Strategien „Growth“ und „Globalisation“ die Voraussetzungen für eine nachhaltige und resiliente globale Aufstellung der BEUMER Group geschaffen. Mit den anschließenden Strategiezyklen „Excellence“ und „The Best, not the Biggest“ wurde der Fokus erneut auf finanzielle Stabilität vor Wachstum gelegt.

Strategiezyklus S28 – „Partner of Choice“

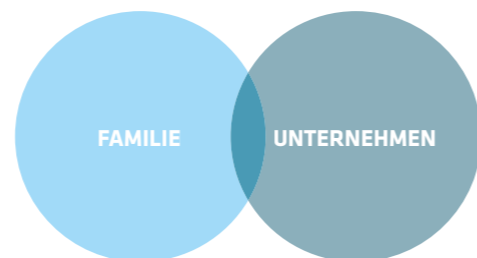
„Partner of Choice through Differentiation and Collaboration“ ist der Titel des neuen Strategiezyklus, der 2024 begonnen hat.

Übergeordnetes Ziel ist es, die Erfolgsgeschichte der BEUMER Group fortzusetzen, die Unabhängigkeit als Familienunternehmen zu bewahren und gleichzeitig die Herausforderungen der kommenden Jahre zu adressieren.

Kontinuität und neue innovative Ansätze bilden ein inhaltlich ausgewogenes Gleichgewicht. Dazu gehört auch, dass nach dem Ausscheiden von Dr. Christoph Beumer als CEO und Vertreter der dritten Generation der Familie mit Rudolf Hausladen ein externer Manager seine Nachfolge angetreten hat.

Zusammenfassend zeigt der Erfolg der letzten Strategiezyklen der BEUMER Group, dass die Unternehmenskultur für ein langfristig orientiertes Familienunternehmen weit mehr ist als „nur“ ein wirtschaftlicher Erfolgsfaktor.

Sie ist vielmehr ein Bindeglied, das Familie und Unternehmen zusammenhält, das auf einem verbindlichen Werte- und Ethikgerüst aufbaut und so die Zukunft des Unternehmens über Generationen hinweg sichert. Genau das verstehen wir unter **Culture „Made Different“**.



3.0 KULTUR & IDENTITÄT

In den weltweit rund 40 Gesellschaften der BEUMER Group arbeiten Menschen mit unterschiedlichsten sozialen und kulturellen Hintergründen sowie mit vielfältigen beruflichen Erfahrungen zusammen. Die Entwicklung einer gemeinsamen Unternehmenskultur, die von allen Beschäftigten gelebt wird, ist daher von großer Bedeutung. Jeder Mensch möchte beruflich und privat erfolgreich sein. Doch wie wird Erfolg definiert?

Erfolgsfaktoren

Als Familienunternehmen haben wir ein vom Mainstream abweichendes Verständnis von Erfolg. In vielen Unternehmen, aber auch in der Gesellschaft insgesamt wird Erfolg im beruflichen Kontext oft durch folgende Faktoren definiert:

- › Geschäftsvolumen (Gesamtunternehmen, Geschäftseinheit)
- › Marktpotenzial
- › Individueller Erfolg
- › Marktanteil

- › Zielsysteme ausschließlich nach dem SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time bound) Ansatz
- › Hierarchische Ebene / Anzahl der Mitarbeitenden
- › Persönliche GuV-Verantwortung (Verantwortung für Gewinn und Verlust einer operativen Einheit)
- › Unternehmenswert / Shareholder Value

An diesen Kriterien orientieren sich börsennotierte Unternehmen sicher aus guten Gründen. Für uns sind diese Kriterien aber nicht relevant oder gar kontraproduktiv.

Wir definieren Erfolg anders. Erfolg „Made Different“

- › Finanzielle Unabhängigkeit und Stabilität haben in unserem Unternehmen einen höheren Stellenwert als das Geschäftsvolumen. Wenn Wachstum nicht aus eigener Kraft generiert werden kann, führt dies letztlich dazu, dass Kontrolle an Dritte abgegeben werden muss und damit das Familienunternehmen geschwächt

und die unternehmerische Freiheit im Denken und Handeln eingeschränkt wird.

- › Bei der Marktentwicklung konzentriert sich die BEUMER Group nicht auf theoretisch ausschöpfbare Potenziale, sondern auf Chancen, die im Rahmen der Möglichkeiten des Unternehmens liegen oder die mit geeigneten Maßnahmen erschlossen werden können.
- › Wir sind davon überzeugt, dass der persönliche Beitrag zum Unternehmenserfolg als Teil eines erfolgreichen Teams sinnstiftender, motivierender und nachhaltiger ist als der Erfolg des Einzelnen für sich genommen.
- › Als Familienunternehmen wissen wir um die Stärke und den Wert des Namens Beumer. Damit verbunden ist unser Anspruch auf Qualitätsführerschaft, das Einhalten von Vereinbarungen und das verlässliche Erledigen von Aufgaben – drei Aspekte, die wichtiger sind als die Steigerung des Marktanteils.

- › Natürlich kann es sinnvolle SMART-Ziele geben, sie können aber dann kontraproduktiv wirken, wenn sie mit unrealistischen Vorgaben oder falschen Anreizen kombiniert oder gar auf nackte Zahlen reduziert werden. Darüber hinaus kann es sehr sinnvolle Ziele geben, die sich nicht in der SMART-Logik abbilden lassen. Insofern ist ein Zielsystem allein nach SMART-Logik für uns nicht ausreichend. Besser geeignet sind ein gemeinsamer Entwicklungsdialog und intelligente Zielvereinbarungen, mit denen unsere Mitarbeitenden zur Selbstentwicklung und zu herausragenden Leistungen motiviert werden.
- › Eine Organisationsstruktur jenseits des hierarchischen Organigramms fördert die Zusammenarbeit und stärkt die Verantwortung des Einzelnen innerhalb eines professionellen Netzwerks. Wir sehen dies als stärkeren Anreiz als den Fokus auf Hierarchieebenen und die Anzahl an eigenen Mitarbeitenden. Aus diesem Grund schätzen wir die Experten- genauso wie die Führungskarriere.

- › Als BEUMER Group legen wir Wert auf den Gesamterfolg des Unternehmens. Unser Zielsystem orientiert sich daher am Ergebnis der Gruppe und nicht an dem einzelner Organisationseinheiten. Selbstverständlich muss dabei das Bewusstsein für die Gewinn- und Verlustrechnung in der gesamten Organisation gefördert werden. Eine Incentivierung einzelner operativer Einheiten im Sinne der klassischen GuV-Verantwortung wirkt in diesem Zusammenhang allerdings kontraproduktiv.
- › Mit Blick auf die langfristige Perspektive ist für uns die zuvor erwähnte finanzielle Unabhängigkeit und Stabilität wichtiger als die Steigerung des Unternehmenswertes. Deshalb liegt der Fokus auch darauf, den Abfluss von Finanzmitteln zu minimieren und nicht darauf, externe Finanzierungsquellen zu erschließen.

Eine in diesem Sinne etablierte Unternehmenskultur stellt einen echten Wettbewerbsvorteil dar. Wenn es uns gelingt, diesem Anspruch gerecht zu werden, als

ein Team zu denken und zu handeln, dann folgen wir unserem Claim „Made Different“.

Darüber hinaus beschreibt „Made Different“ eine Grundhaltung, die sich in allen Elementen unseres Selbstverständnisses, unserem Mission Statement, unseren Werten und unseren Leadership Principles, kurz: in unserer Unternehmensphilosophie, wiederfindet. Sie ist in der gesamten Organisation spür- und erlebbar: von Nachhaltigkeit, Innovation und Technologie, über Kundenbetreuung, Internationalität, finanzieller Unabhängigkeit und Diversifizierung bis hin zu unserer Organisationsstruktur.

Die folgenden Kapitel geben Ihnen einen Überblick über diese Aspekte und darüber, wie jeder einzelne davon zu unserem Anspruch „**Made Different**“ beiträgt.



4.0 CORE VALUES

Eng verbunden mit unserer Identität als unabhängiges Familienunternehmen sowie mit unserem „Made Different“-Anspruch ist das Mission Statement der BEUMER Group:

Wir wollen den langfristigen Erfolg und nicht den kurzfristigen Gewinn.

Dieses Mission Statement, richtig interpretiert und im Tagesgeschäft umgesetzt, wirkt sich auf unseren Umgang mit Kunden, Mitarbeitenden, Lieferanten, Shareholdern sowie allen anderen Stakeholdern des Unternehmens aus. Darüber hinaus lassen sich aus dem Mission Statement eine Reihe von Prinzipien und Grundüberzeugungen ableiten, die uns helfen, als Team gemeinsam auf dieses Ziel hinzuarbeiten.

Auf dieser Grundlage beschreiben unsere vier Core Values die Identität sowie die „Persönlichkeit“ der BEUMER Group und prägen so das Handeln aller Mitarbeitenden. Als tief verankerte Prinzipien leiten sie uns und definieren den Standard, an dem wir gemessen werden wollen.

In der BEUMER Group dienen Werte als kulturelle Eckpfeiler. Sie bilden „Herz und Seele“ der Organisation und dürfen niemals aus Bequemlichkeit oder kurzfristigem Gewinnstreben kompromittiert werden, auch wenn es manchmal nicht einfach ist, ihnen gerecht zu werden. Als Kernprinzipien geben sie die Tonalität bzw. die Ausprägung der Unternehmenskultur vor und bringen klar zum Ausdruck, wie das Unternehmen seine Ziele erreichen und mit Kunden, Partnern und Beschäftigten interagieren will.

Starke Core Values bilden nicht nur das kulturelle Fundament, sondern helfen dem Unternehmen auch, die richtigen strategischen und operativen Entscheidungen zu treffen. Gemeinsame Werte sind darüber hinaus die Grundvoraussetzung für Vertrauen, stärken die Zusammenarbeit, Produktivität und das Engagement aller Beschäftigten. Sie tragen auch dazu bei, neue Talente zu finden, die gut ins Unternehmen passen. Sie sind damit ein wesentliches Differenzierungsmerkmal.

Die vier Core Values der BEUMER Group sind:

- › ZUVERLÄSSIG
- › BODENSTÄNDIG
- › AMBITIONIERT
- › KOLLABORATIV

DIESE WERTE BESCHREIBEN UNSEREN ANSPRUCH. WIR WISSEN, DASS WIR EIN UNTERNEHMEN SIND, DAS AUS MENSCHEN BESTEHT, UND DAHER SIND AUCH WIR NICHT UNFEHLBAR. DENNOCH LASSEN WIR UNS AN DIESEM SELBST DEFINIERTEN ANSPRUCH JEDERZEIT MESSEN UND KORRIGIEREN, SOLLTEN WIR UNSEREN EIGENEN ANSPRÜCHEN EINMAL NICHT GERECHT WERDEN.

ZUVERLÄSSIG

- › Wir verstehen uns als engagierter, zuverlässiger Partner unserer Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeitenden.
- › Wir folgen höchsten ethischen Grundsätzen und sind uns unserer Verantwortung im gesamtgesellschaftlichen Kontext bewusst.
- › Wir gehen keine Verpflichtungen ein, die wir nicht erfüllen können, und wir halten unsere Versprechen stets ein.
- › Integrität ist Teil unserer DNA. Bei allen Aktivitäten streben wir ein Höchstmaß an Vertrauenswürdigkeit an.
- › Wir übernehmen Verantwortung für unsere Produkte, Dienstleistungen und Projekte. Wir klären alle offenen Punkte.
- › Wir stellen sicher, dass wir immer die bestmögliche Leistung erbringen und unkompliziert, lösungsorientiert und pragmatisch mit unseren Geschäftspartnern agieren.

BODENSTÄNDIG

- › Vertrauen ist die Grundlage, auf der wir unsere langfristigen Geschäftsbeziehungen aufbauen.
- › Als Unternehmen und als Einzelpersonen sind wir Vorbilder in puncto Achtsamkeit, Bescheidenheit und Bodenständigkeit.
- › Wir zeigen Demut, bleiben trotz unserer Erfolge bodenständig und erkennen die Beiträge aller Mitarbeitenden an.
- › Wir sind stets bereit, von anderen zu lernen und unsere Fähigkeiten zu verbessern.
- › Unser Fokus liegt darauf, den Bedürfnissen unserer Kunden zu dienen, anstatt uns selbst in den Vordergrund zu stellen.
- › Wir kommunizieren offen und ehrlich, ohne Übertreibungen oder falsche Versprechungen.

- › Wir arbeiten als Team und schätzen den gemeinsamen Erfolg mehr als individuelle Anerkennung.
- › Wir gehen sorgsam mit Ressourcen um. Wir sind sparsam, wo immer es möglich ist, aber wenn wir investieren, dann investieren wir nachhaltig und langfristig.

AMBITIONIERT

- › Wir sind im positiven Sinne ambitioniert und bauen kontinuierlich unsere starke Markenpräsenz im Bereich der Intra-logistik aus.
- › Auf der Grundlage eines tiefen Verständnisses der Prozesse und operativen Anforderungen unserer Kunden entwickeln wir kontinuierlich Innovationen sowie Best-in-Class-Lösungen.
- › Wir liefern stets erstklassige Lösungen in erstklassiger Qualität.
- › Wir wissen, worauf es ankommt. Unsere Reaktionsfähigkeit, unser Verständnis von Dringlichkeit und unser Engagement entsprechen den Wünschen und Bedürfnissen unserer Kunden.
- › Wir sind Profis. Unsere Fachexperten sind in der Branche für ihr Wissen und ihre praktische Erfahrung bekannt.
- › Wir übernehmen Verantwortung für unsere Produkte, Dienstleistungen und für uns selbst.

KOLLABORATIV

- › Die BEUMER Group sieht in der globalen Zusammenarbeit sowohl eine Stärke als auch eine Chance.
- › Wir verstehen die Zusammenarbeit über regionale Gruppengesellschaften, globale Linienfunktionen und „Centers of Competence“ (CoC) hinweg als Wettbewerbsvorteil.
- › Wir fokussieren uns auf den Menschen und unterstützen uns gegenseitig in langfristigen Partnerschaften.
- › Wir sehen unterschiedliche Kulturen als Chance, voneinander zu lernen und ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem jeder die Individualität des anderen respektiert.
- › Wir schaffen ein Umfeld, das unsere Teammitglieder herausfordert und ihnen hilft, beruflich und persönlich zu wachsen.
- › Die BEUMER Group ist eine lernende Organisation. Wir verpflichten uns, den Ideen und Einstellungen aller Stakeholder Aufmerksamkeit zu schenken und sie zu respektieren.
- › Wir wollen mit unseren Kunden wachsen und wir wünschen uns, dass unsere Beschäftigten mit uns wachsen.
- › Wir streben nach einem nachhaltigen Gleichgewicht zwischen Ökologie, Ökonomie und sozialer Verantwortung.

5.0 LEADERSHIP PRINCIPLES

Die Familie Beumer hat in der Familienverfassung einen Wertekodex aufgestellt, der als Leitlinie für das Verhalten und den Umgang der Familienmitglieder untereinander dient. Ein zweiter Kodex beschreibt, welche Werte die Eigentümer im Unternehmen gelebt sehen möchten.

Um dies umzusetzen, wurden neun Leadership Principles entwickelt, die für Führungskräfte und Mitarbeitende gleichermaßen relevant sind. Mit Blick auf das Differenzierungsmerkmal einer einheitlichen Führungskultur wird von allen Unternehmensangehörigen erwartet, diese Grundsätze in der täglichen Arbeit aktiv zu leben.

1. Wir behandeln uns gegenseitig mit Vertrauen, Respekt und Fairness

Vertrauen, Respekt und Fairness sind wesentliche Voraussetzungen dafür, dass sich Mitarbeitende wertgeschätzt fühlen, überall auf der Welt und über Grenzen hinweg.

Wir sehen die Dinge immer aus dem Blickwinkel des anderen und wechseln unsere Perspektiven. Wir respektieren, akzeptieren und nutzen kulturelle Unterschiede für den gemeinsamen Erfolg. Empathie ist dabei eine Kernkompetenz.

2. Wir streben nach Leistung

Gute Leistung ist der Schlüssel zu wirtschaftlichem Erfolg. Wir sichern und fördern die kontinuierliche Leistungssteigerung in unseren Teams und bei uns selbst. Dazu entwickeln wir ein klares Bild von den eigenen Stärken und Schwächen. Dies zu erkennen, ist eine grundlegende Führungsaufgabe.

Wir schätzen gute Leistungen, adressieren aber auch schlechte Leistungen, ohne dabei Angst oder Druck zu erzeugen. Wir differenzieren zwischen „nicht leistungswillig“ und „nicht leistungsfähig“ und verstehen den Unterschied.

Das Leadership Principle „Vertrauen, Respekt und Fairness“ steht nicht im Widerspruch zu Leistung. Gute Führung bedeutet, Erwartungen klar zu formulieren

und Leistung einzufordern – stets auf respektvolle Weise.

3. Wir denken und handeln als BEUMER Group

Wir denken und handeln als weltweites Team im Interesse der gesamten BEUMER Group und nach dem Grundsatz „Gruppeninteresse vor Einzelinteresse“.

In der täglichen Praxis fördern wir die Teamarbeit, informieren proaktiv über die Gruppenunternehmen hinweg und funktionsübergreifend innerhalb der eigenen Organisation.

Unsere Organisationsstruktur unterstützt gleichrangig die Perspektiven der „Centers of Competence“ (Business-Segmente), der globalen Linienfunktionen sowie der regionalen Gruppengesellschaften. Deshalb denken wir zunehmend in Aufgaben und nicht in hierarchischen Organisationseinheiten.

4. Wir machen andere erfolgreich

Wir legen den Schwerpunkt nicht auf uns persönlich, sondern auf den Erfolg unserer

Teammitglieder und Teams. Wir leben eine Kultur des Vertrauens, in der Teams unabhängig davon, ob sie direkt unterstellt sind oder aus anderen Unternehmen der Gruppe kommen, befähigt werden und in der wir unseren Mitarbeitenden Aufstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten auch außerhalb unseres Verantwortungsbereiches bieten.

Wenn wir Aufgaben delegieren, haben wir den Mut, mit Vertrauen zu führen, alle relevanten Stakeholder in Entscheidungen einzubeziehen und genügend Freiraum für die persönliche Entwicklung zu schaffen.

5. Wir fördern gegenseitiges Feedback

Wir betrachten Feedback als Geschenk, für uns selbst, für unsere Teams und für den Einzelnen. Wir loben, wenn Lob angebracht ist, üben aber auch konstruktive Kritik. Wenn negatives Feedback notwendig ist, setzen wir den Rahmen für einen konstruktiven Dialog.

Wir geben nicht nur anderen (unseren Teammitgliedern und Führungskräften) Feedback, sondern bitten selbst aktiv

darum. Wir sind offen für Feedback und bereit, unser eigenes Verhalten im Interesse des Unternehmens und seiner Ziele zu ändern.

Wir leben den Regelkreis zwischen Feedback, Selbstreflexion und persönlicher Weiterentwicklung.

6. Wir schaffen Transparenz in unserem Unternehmen

Unser Geschäft erfordert ausgeprägte Kommunikationsfähigkeiten und Mitarbeitende, die als Multiplikatoren und Vorbilder fungieren. Deshalb geben wir Informationen rechtzeitig, vollständig, unpolitisch, offen und ehrlich weiter, nicht nur innerhalb unserer eigenen Abteilung und Organisation, sondern auch an andere, die von diesen Informationen profitieren könnten.

Wir reflektieren und verbessern unser eigenes Kommunikationsverhalten. Dabei haben wir im Blick, dass nicht das Gesagte entscheidend ist, sondern welche Wirkung es entfaltet.

Wir fragen nach Argumenten, um eine Haltung zu verstehen. Wir fragen nach der tieferliegenden Motivation hinter einer Position. Wenn wir „Informationen über andere“ erhalten, beziehen wir die andere Seite ein, bevor wir eine Entscheidung treffen.

7. Wir übernehmen Verantwortung

Unser übergeordnetes Verständnis von Verantwortung lautet: „Was würde ich tun, wenn es mein Unternehmen wäre?“

Wir übernehmen aktiv Verantwortung für das Unternehmen, unsere Mitarbeitenden und Teammitglieder. Voraussetzung dafür ist unter anderem ein hohes Kostenbewusstsein, Bescheidenheit, Eigeninitiative und Offenheit für Veränderungen.

Wir helfen anderen, Verantwortung zu übernehmen und sind ein Vorbild, wenn unsere Unterstützung benötigt wird.

Wir treffen Entscheidungen rechtzeitig und halten unsere Regeln und Prozesse konsequent ein.



Wir gestehen eigene Fehler ein und sehen diese Reflexion nicht als Schwäche, sondern als vertrauensbildend an.

8. Wir achten gemeinsame Ziele und Richtlinien

Die Angleichung von Prozessen und Abläufen ist die Grundlage für eine hohe Effizienz in unserem gesamten Unternehmen. Wir halten uns konsequent an unsere gemeinsamen Prozesse und Richtlinien und agieren als ein globales Team. Dabei achten wir darauf, dass die Prozesse schlank bleiben und pragmatische Lösungen ermöglichen. Wo es sinnvoll ist, passen wir die Prozesse an.

Wir stehen zu unseren gemeinsamen Absprachen und Vereinbarungen. So leben wir das Mission Statement, die vier Core Values und die Leadership Principles der BEUMER Group.

9. Wir führen mit einer langfristigen Perspektive

Um unser Geschäft langfristig erfolgreich zu entwickeln, führen wir mit langfristiger Perspektive. Wir treffen Entscheidungen mit Weitblick und denken sie zu Ende: Wie sehen die langfristigen Konsequenzen unserer Entscheidung aus?

Wir wissen, dass in einer zunehmend komplexen und volatilen Welt nicht jede Entscheidung detailliert aufbereitet werden kann, sondern dass unternehmerische Weitsicht, Intuition und „inneres Wissen“ zunehmend wichtigere Erfolgsfaktoren sind. Wir haben den Mut, intuitiv zu entscheiden, denken dabei in Szenarien und berücksichtigen auch hier die langfristigen Auswirkungen.

Wir engagieren uns langfristig für unsere Beschäftigten und Teammitglieder und bieten ihnen durch ein attraktives Arbeitsumfeld, gelebte Unternehmenskultur und Möglichkeiten der beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung eine langfristige Perspektive im Unternehmen.

Exzellenz und Führung

Um die Umsetzung dieser Leadership Principles zu gewährleisten und das Engagement jedes Einzelnen in der Belegschaft zu steigern, setzen wir auf zielgerichtete Kompetenztrainings für unsere Führungskräfte und alle im Unternehmen Beschäftigten. Mit spezifischen und ausgefeilten Leadership-Programmen bieten wir sowohl den Führungskräften als auch den Beschäftigten Möglichkeiten zur Persönlichkeitsentwicklung auch außerhalb ihres unmittelbaren beruflichen Aufgabenfeldes.

Mit diesen Leadership Principles verankern wir unsere besondere Unternehmenskultur tief in der Organisation – ein weiteres Beispiel für „**Made Different**“.

- 1. Wir behandeln uns gegenseitig mit Vertrauen, Respekt und Fairness.**
- 2. Wir streben nach Leistung.**
- 3. Wir denken und handeln als BEUMER Group.**
- 4. Wir machen andere erfolgreich.**
- 5. Wir fördern gegenseitiges Feedback.**
- 6. Wir schaffen Transparenz in unserem Unternehmen.**
- 7. Wir übernehmen Verantwortung.**
- 8. Wir achten gemeinsame Ziele und Richtlinien.**
- 9. Wir führen mit einer langfristigen Perspektive.**

6.0 NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit zählt zu den Megatrends des 21. Jahrhunderts – das heißt zu den weitreichenden Prozessen, die unsere Welt schrittweise und langfristig beeinflussen. Diese wirken sich auf die Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und Individuen in ihrem täglichen Leben aus. Sie spiegeln sich in einem veränderten Konsumverhalten, in sich verändernden Werten oder in neuen Technologien wider.

Dieser Trend ist jedoch nicht neu: Bereits 1987 definierte der Brundtland-Bericht der Vereinten Nationen Nachhaltigkeit als eine „Entwicklung, die den Bedürfnissen der heutigen Generation gerecht wird, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen“. Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen, müssen die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit ins Gleichgewicht gebracht werden: Ökonomie, Ökologie und soziale Verantwortung.

Als unabhängiges Familienunternehmen hat die BEUMER Group eine natürliche Affinität zur Nachhaltigkeit. Unser Ziel ist es, den langfristigen Erfolg und die Unabhängigkeit des Unternehmens sicherzustellen. Dazu gehört, neben dem wirtschaftlichen Erfolg, dass wir unserer ökologischen und sozialen Verantwortung gerecht werden. Nur so wird unsere Unternehmensentwicklung ganzheitlich und nachhaltig. Um diesem Anspruch nachzukommen, konzentrieren wir uns auf konkrete Maßnahmen zur Verbesserung unserer Leistung. Was wir tun, ist überprüfbar und greifbar, kein Greenwashing.

Nachhaltigkeit „Made Different“

In unserem unternehmerischen Handeln verstehen wir Nachhaltigkeit als einen wesentlichen Bestandteil unseres Qualitätsversprechens. Damit tragen wir der Tatsache Rechnung, dass unsere Produkte und Lösungen oft in Branchen zum Einsatz kommen, die nicht per se als

die nachhaltigsten betrachtet werden. Umso wichtiger ist es, dass wir Lösungen bieten, die unsere Kunden in ihren Bemühungen um Nachhaltigkeit unterstützen.

Damit dies gelingt, ist die Einbindung der Beschäftigten von entscheidender Bedeutung. Deshalb schaffen wir das erforderliche Bewusstsein und befähigen so alle Teammitglieder, erfolgreich zu einer nachhaltigen Entwicklung der BEUMER Group beizutragen.

Insgesamt lässt sich unser Engagement für die Grundsätze der nachhaltigen Entwicklung wie folgt zusammenfassen:

1. Wir denken seit jeher langfristig

Als Familienunternehmen stellen wir den langfristigen Erfolg über den kurzfristigen Gewinn. Wir beziehen Nachhaltigkeitsaspekte in unsere Geschäftsentscheidungen ein und nehmen unsere globale Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung wahr.





2. Wir arbeiten als Team auf gemeinsame Ziele hin und sorgen für ein gesundes Arbeitsumfeld

Unsere Unternehmenskultur ist ein Unterscheidungsmerkmal und ein wesentlicher Bestandteil unseres Erfolgs. Wir bieten ein gesundes, offenes und einladendes Arbeitsumfeld, in dem sich unsere Beschäftigten sowohl beruflich als auch persönlich entfalten und weiterentwickeln können.

3. Wir fördern die nachhaltige Entwicklung in unserer Wertschöpfungskette

Unser Ziel ist es, „Partner of Choice“ für nachhaltige Intralogistik zu sein. Wir sind uns der Rolle bewusst, die die von uns belieferten Branchen in der Gesellschaft spielen. Deshalb sind wir bestrebt, innovative, qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen zu liefern, die zu einer nachhaltigen Entwicklung unserer Partner beitragen.

Wir erkennen an, dass die Entwicklung zum Nachhaltigkeitsführer in unserer Branche ein kontinuierlicher Prozess ist. Dazu gehört, dass wir Nachhaltigkeit nicht als Belastung, sondern als Chance für unser Geschäft begreifen.

Damit setzen wir ein Beispiel für **Nachhaltigkeit „Made Different“**.

7.0 INNOVATION, QUALITÄT & KUNDEN- ORIENTIERUNG

„Made Different“ als Teil der Unternehmenskultur muss sich in sichtbaren und spürbaren Vorteilen für unsere Kunden niederschlagen. Deren Bedürfnisse und geschäftliche Herausforderungen genau zu verstehen, ist die Grundlage für innovative Lösungen, kundenorientierte Services und erstklassige Produkte von höchster Qualität, die einen echten Mehrwert bieten. Dabei geht es nicht nur darum, die artikulierten Kundenbedürfnisse aufzugreifen, sondern durch ein tiefes Verständnis des Kundengeschäfts auch unausgesprochene Bedürfnisse und Verbesserungspotenziale zu erkennen. Dieser Dreiklang aus Qualitätsführerschaft, Innovation und Kundenorientierung unterscheidet uns von anderen Unternehmen.

Auch hier stellen wir den langfristigen Erfolg über den kurzfristigen Gewinn.

Wir richten uns als Unternehmen auf die Zukunft aus und setzen uns mit neuesten Technologien und Entwicklungen auseinander. Der Maßstab des Handelns ist immer die langfristige, strategische Innovation. Dabei setzen wir auf Kontinuität und folgen nicht unreflektiert jedem aktuellen Trend. Innovation ist in diesem Kontext die Basis für eine kosteneffiziente Technologie- und Qualitätsführerschaft, die einen Mehrwert für alle Stakeholder darstellt.

Deshalb bieten wir Lösungen, die sich durch ihren Wert über den gesamten Lebenszyklus vom Wettbewerb differenzieren. Wir sprechen hier nicht nur von Total Cost of Ownership (TCO), sondern von Total Value of Ownership (TVO). Durch die Einbeziehung aller mit einer BEUMER Lösung verbundenen Vorteile, auch über die reinen Kosten hinaus,

schaft Total Value of Ownership Vertrauen und damit die Grundlage für langfristige Partnerschaften. Das Ergebnis sind außergewöhnliche Kundenbeziehungen.

Voraussetzung dafür ist das zukunftsorientierte Denken und Handeln aller Beschäftigten des Unternehmens, also eine Unternehmenskultur „Made Different“. Um als „Partner of Choice“ wahrgenommen zu werden, sind Verlässlichkeit und Geschäftspraktiken von Handschlagqualität wichtige Unterscheidungsmerkmale.

Digitale Transformation

Digitale Produkte und Dienstleistungen inklusive der Künstlichen Intelligenz (KI) entwickeln sich für die BEUMER Group zunehmend zu einem wichtigen Differenzierungsfaktor. Ein großer Teil unserer Innovationsaktivitäten ist deshalb auf die

digitale Transformation des Unternehmens ausgerichtet.

Wir sind davon überzeugt, dass die Digitalisierung, insbesondere durch die jüngsten Entwicklungen der generativen KI, des Internets der Dinge oder der Cloud-Dienste Auswirkungen auf alle Bereiche unseres Geschäfts haben wird. Diese Entwicklungen sind die Voraussetzung für mehr Effizienz, Wettbewerbsfähigkeit, Kundenzufriedenheit und die Sicherung unserer Best-in-Class Ambitionen.

Wir betrachten in der BEUMER Group die digitale Transformation aus drei verschiedenen Perspektiven:

1. Mit datengetriebenen Tools und Prozessen transformieren wir unsere Arbeitsweise und Entscheidungswege,

um die Effizienz und Produktivität zu optimieren.

2. Die Erweiterung unserer mechanischen Produkte um digitale Features ist ein weiteres Betätigungsfeld zur Transformation unseres Produktportfolios unter Berücksichtigung neuester Entwicklungen im Bereich der KI wie Bildverarbeitung, Steuerungs- und Optimierungsalgorithmen.

3. In der dritten Dimension entwickeln wir neue Geschäftsmodelle, die unser angestammtes Geschäft bereichern, ergänzen oder gar disruptieren, und gründen eigene Start-ups. Damit leisten wir einen Beitrag zur Transformation unseres Angebotsportfolios.

Mit diesen drei Ankerpunkten hebt sich die BEUMER Group deutlich von anderen

Unternehmen ab, die ihre Aktivitäten im Bereich der Digitalisierung entweder vom Kerngeschäft trennen oder sich auf rein interne Prozesse konzentrieren. Im Gegensatz dazu reicht unser Ansatz von der Erhöhung des digitalen Reifegrades innerhalb der Organisation bis hin zum Company Building und ist daher einzigartig und damit ebenfalls „**Made Different**“.

8.0 DIVERSIFIKATION & FOKUS

Bei Zukunftsstrategien von Unternehmen lassen sich auf den ersten Blick zwei unterschiedliche Ansätze identifizieren: Zum einen die Fokussierung auf das sogenannte Kerngeschäft, zum anderen die breite Diversifizierung mit dem Ziel, das unternehmerische Risiko zu streuen.

Mit Blick auf unsere Unternehmensgeschichte lässt sich sagen, dass dies kein „entweder/oder“ ist, im Gegenteil: Das Motto „Fokussierung und Diversifikation“ differenziert uns von anderen und hat wesentlich zu unserem Erfolg beigetragen. Im Kern fokussieren wir uns auf Förder-technik und Materialfluss, also eine Teildisziplin des Maschinenbaus, die sich mit der Konzeption, Planung und Ausführung von Produkten und Systemen zum Fördern von Stück- oder Schüttgut befasst.

Diversifiziert haben wir uns über die letzten Jahrzehnte auf zwei Ebenen:

› In mittlerweile fünf Geschäftsfeldern, bei BEUMER als „Centers of Competence“ (CoC) bezeichnet, bedienen wir die drei Produktlinien Förder- und Verladetechnik, Palettier- und Verpackungstechnik sowie Sortier- und Verteilsysteme. Damit erschließen wir unterschiedlichste Kunden in verschiedenen Branchen und gleichen so die Volatilität verschiedener Industrien aus.

› Über eine konsequente Strategie der Internationalisierung sind wir heute global aufgestellt und damit resilient gegen regionale Schwankungen.

Diese Aufstellung wird durch übergreifende Angebote in den Bereichen Software Solutions und Customer Support ergänzt und unterstreicht den Anspruch des Unternehmens, Anbieter von Systemlösungen und verlässlicher „Partner of Choice“ zu sein.

Mit dieser Aufstellung der „Fokussierung und Diversifikation“ gewährleisten wir höchste Kompetenz im Fokusbereich der Intralogistik und maximale Resilienz und Risikostreuung über verschiedene Branchen und unterschiedlichste Regionen der Welt.

Neue Ansätze für neue Herausforderungen

Die Fokussierung auf das Kerngeschäft Fördertechnik und Materialfluss wirkt auch auf unsere Aktivitäten im Bereich der digitalen Transformation: Mithilfe unseres Company Builders Beam gründen wir Start-ups, die im Bereich der Intralogistik immer wieder neue Ideen und Geschäftsmodelle für die BEUMER Group erschließen. Dabei wollen wir langfristiger Partner der gegründeten Start-ups sein. Konkret bedeutet dies, dass wir die mit Beam verbundenen Unternehmen unterstützen und ihre Produkte erfolgreich in unseren Kernmärkten platzieren. Wir nennen das „unfair advantage“, ein weiteres hervorragendes Beispiel für „**Made Different**“.





9.0 PARTNERSCHAFT AUF LEBENSZEIT

Langfristiger Erfolg bedingt langfristige Beziehungen zu unseren Kunden, aber auch zu allen anderen Stakeholdern, vor allem auch zu unseren Mitarbeitenden. Es wäre vermessen, als Unternehmen in Bezug auf die Beschäftigten über eine Lebenspartnerschaft zu sprechen, gleichwohl wollen wir allen Beschäftigten ein Umfeld bieten, in dem sie für sich selbst eine langfristige Perspektive erkennen und diese auch verfolgen können. Wir wollen eine Sinngemeinschaft bieten, in der neben dem beruflichen auch ein persönliches Wachstum möglich ist. In diesem Zusammenhang erfüllt es uns mit sehr viel Stolz, dass nicht nur die Eigentümerfamilie mittlerweile in der vierten Generation dem Unternehmen eng verbunden ist, sondern auch viele Familien unserer Belegschaft bereits über mehrere Generationen im Unternehmen tätig sind. Dies zeigt, dass eine gelebte familiäre Unternehmenskultur eine emotionale Heimat vermitteln kann, die langfristige Beziehungen zwischen der Belegschaft und dem Unternehmen ermöglicht.

In der Beziehung zu unseren Kunden ist die lebenslange Partnerschaft unser Ziel und unser Anspruch: Wir wollen jeden Kunden während der gesamten Lebensdauer seiner Anlagen unterstützen – eine Partnerschaft auf Lebenszeit, die unseren Customer Support zu einem wichtigen Differenzierungsmerkmal macht.

In der Zusammenarbeit mit anderen Teams wird klar: Customer Support ist nicht nur ein Geschäftsfeld, sondern vielmehr eine Einstellung und Haltung. Mit ihr versetzen wir uns in die Lage, aktuelle und zukünftige Kundenbedürfnisse zu befriedigen, unsere Kunden positiv zu überraschen und als ein echter Partner zu agieren. Dazu gehört, dass wir uns auf die Bestandsanlagen unserer Kunden konzentrieren, jederzeit für unsere Kunden zur Verfügung stehen und immer nach Möglichkeiten suchen, ihre Wertschöpfung wirksam zu unterstützen. Dieses Engagement ist kein Selbstzweck, sondern Teil eines nachhaltigen Geschäftsmodells mit dem Ziel des gegenseitigen Nutzens.

Im Ergebnis trägt der Customer Support wesentlich zur Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens bei. Gleichzeitig macht die Kundennähe BEUMER zu einer logischen Wahl, wenn es um Investitionen in bestehende oder neue Anlagen geht.

Aus diesem Grund ist die kontinuierliche Entwicklung eines leistungsfähigen und proaktiven Customer-Support-Teams wesentlicher Bestandteil der Strategie S28 und letztlich einer der Schlüssel zu einer nachhaltigen Partnerschaft mit unseren Kunden.

Ausgehend von unserem grundlegenden Total-Value-of-Ownership-Verständnis begleitet der Customer Support unsere Kunden auf ihrem gesamten Weg mit einem BEUMER Produkt. Mit diesem integrierten Ansatz fördert die BEUMER Group die lebenslange Partnerschaft mit ihren Kunden. Das ist **Customer Support „Made Different“**.

10.0 INTER- NATIONALISIERUNG

Die BEUMER Group hat in den vergangenen 20 Jahren einen tiefgreifenden Veränderungsprozess durchlaufen. Beginnend mit dem Strategiezyklus „Growth“ (2004 – 2008) hat sich das Unternehmen global aufgestellt.

Blickt man auf das Jahr 2003 zurück, so konnte BEUMER damals als mittelständisches deutsches Familienunternehmen des Maschinen- und Anlagenbaus beschrieben werden. Die Tochtergesellschaften in den USA, Brasilien und Frankreich bildeten vergleichsweise kleine Einheiten, die durch zwei Vertriebsbüros in Thailand und Australien ergänzt wurden. Insgesamt arbeiteten rund 750 Menschen für BEUMER.

Mit rund 40 Gruppengesellschaften ist das Unternehmen heute global aufgestellt. Die Organisation besteht aus Menschen unterschiedlichster Kulturen und Länder. Deshalb ist unser Ziel, eine verbindende Unternehmenskultur zu schaffen. Dies zählt seit Beginn der Internationalisierung zu den wichtigsten Aufgaben.

Ein vernetztes, weltweit tätiges Unternehmen

In diesem Kontext spielt „Made Different“ ebenfalls eine wichtige Rolle: Mit den Akquisitionen auf verschiedenen Kontinenten seit 2009 wurde deutlich, dass eine gemeinsame Kultur nicht verordnet werden kann, man muss sie gemeinsam entwickeln. Dazu gehört auch der Respekt vor der Qualifikation und der Leistung der Beschäftigten des jeweils übernommenen Unternehmens. Deshalb standen die Integrationsprogramme unter dem Motto **„Best of both worlds“**.

Der Erfolg gibt diesem Ansatz recht. Die Internationalisierung des Familienunternehmens hat den Weg zu einer vernetzten, global agierenden BEUMER Group geebnet. Mit unserer globalen Aufstellung verfolgen wir das Ziel, in den lokalen Märkten möglichst nah am Kunden zu sein und gleichzeitig durch globale Standards in der Unternehmensorganisation weltweit eine einheitlich hohe Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen zu gewährleisten. Dabei sind die Gruppengesellschaften für die lokalen Funktionen (z.B. Vertrieb und Kundennähe, lokale

Personalthemen, lokale Gesetze und Bilanzierungsrichtlinien) verantwortlich. Im weltweiten Backbone werden über die globalen Linienfunktionen einheitliche Standards vorgegeben (z.B. Strategie, IT, Engineering, Innovation, Vertragswesen, Supply Chain Management, Marketing und Kommunikation, Cyber Security, Nachhaltigkeit). Die Centers of Competence (Business-Segmente) wiederum verantworten global die geschäftsfeldspezifischen Belange (z.B. Prioritätensetzung zwischen den Regionen und Märkten). So erfolgt eine Abstimmung der drei Perspektiven Region, Linienfunktion und Business-Segment auf Augenhöhe. Damit dies gelingen kann, müssen Prozesse weltweit aufeinander abgestimmt werden. Nur so ist es möglich, eine gleichbleibende hohe Qualität und eine unkomplizierte, reibungslose Zusammenarbeit über alle Standorte hinweg zu gewährleisten.

Wichtig ist, dass die Internationalisierung der BEUMER Group kein Selbstzweck ist, sondern zu einer Risikoverteilung und Resilienz führt, sodass eventuelle Fehlentwicklungen in einem Land oder einer Region nicht die gesamte Gruppe in Mitleidenschaft ziehen.



● Hauptsitz, Beckum, Deutschland

● Gruppengesellschaften

11.0 FINANZIELLE UNABHÄNGIGKEIT

Familienunternehmen funktionieren anders als börsennotierte Konzerne. Das gilt insbesondere für die BEUMER Group. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass die Eigentümerfamilie das Unternehmen nicht als Quelle persönlichen Reichtums betrachtet, sondern als Treuhänder Verantwortung für den Erfolg, die Weiterentwicklung und letztendlich auch die reibungslose Übergabe an die nächste Generation übernimmt. Mit anderen Worten: Es wird kein Vermögen vererbt, sondern Verantwortung übertragen.

Aus dieser Verantwortung und dem damit verbundenen obersten Ziel der unternehmerischen Freiheit im Denken und Handeln ergibt sich die Verpflichtung zur finanziellen Unabhängigkeit. Sie ist wichtiger als die Größe des Unternehmens und drückt sich u.a. in der Eigenkapitalquote und der Rücklagenbildung aus, die nur durch eine nachhaltige Profitabilität gesichert werden können. Nur finanziell unabhängige Unternehmen sind frei in ihren Entscheidungen und können Wachstum aus eigener Kraft generieren. Ein Ansatz, den die BEUMER Group seit jeher verfolgt.

Während börsennotierte Unternehmen ihre Mittel vorrangig am Kapitalmarkt beschaffen, beschreiten Familienunternehmen einen anderen Weg. Sie konzentrieren sich darauf, den Abfluss von Finanzmitteln zu vermeiden. Sparsamkeit wird so zu einem elementaren Bestandteil der Unternehmenskultur. Allerdings darf dieser Begriff nicht missverstanden werden: Wenn es um die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens geht, ist die Bereitschaft groß, langfristig und nachhaltig zu investieren. Wenn investiert wird, dann richtig.





Ein weiterer Hebel, um Abflüsse von Finanzmitteln zu minimieren, bietet die Bilanzpolitik: Den Mittelabfluss im gesetzlichen Rahmen zu minimieren, ist höchste Kaufmannskunst. Dies steht in diametralem Gegensatz zur Philosophie der Gewinnmaximierung in börsennotierten Unternehmen. Erneut: **Bilanzpolitik „Made Different“**.

Eigenkapitalquoten, die zur Sicherung der Unabhängigkeit des Familienunternehmens beitragen, können langfristig nur erreicht werden, wenn der Großteil des erwirtschafteten Gewinns im Unternehmen verbleibt, um das Wachstum zu finanzieren.

Aus diesem Grund hat sich die Gesellschafterfamilie im Rahmen der Familienverfassung klare und sehr restriktive Regeln für die Ausschüttungspolitik gegeben. Nur durch diese Zurückhaltung war es möglich, die finanziellen Reserven zu schaffen, mit denen die Investitionen der letzten Jahre getätigt werden konnten.

In diesem Kontext spielt ebenfalls Bescheidenheit eine wesentliche Rolle, auch seitens der Unternehmerfamilie, die diesbezüglich eine Vorbildfunktion hat. Neben einer sehr restriktiven Ausschüttungspolitik ist auch das persönliche Verhalten und Auftreten der Familie von

großer Bedeutung. Nur so kann erreicht werden, dass der schonende Umgang mit den Ressourcen des Unternehmens von allen Mitarbeitenden akzeptiert und verinnerlicht wird. Ausgabendisziplin in „angemessenem Umfang“ und bodenständiges Auftreten sind hier nur zwei wichtige Stichworte. In der in diesem Abschnitt vorgestellten Haltung zu Finanzmitteln unterscheiden sich das Unternehmen und die Familie deutlich von anderen, eben: **„Made Different“**.

12.0 ZUSAMMENARBEIT IN EINEM WELT- WEITEN BEUMER NETZWERK

Täglich sind wir mit der Frage konfrontiert, wie wir zu guten und ausgewogenen Entscheidungen kommen. In den meisten Unternehmen spielt dabei eine bestimmte Dimension des Geschäftsmodells eine führende Rolle: In manchen Unternehmen sind es die Business-Segmente (Geschäftsfeld- bzw. Divisionalorganisation), in anderen die Querschnittsfunktionen (Funktionale Organisation), in wieder anderen die Regionen (Regionalorganisation). Der wesentliche Nachteil derart ausgerichteter Organisationen erschließt sich schnell: Wenn eine Perspektive die globale Führung übernimmt, drohen die anderen vernachlässigt zu werden. So gehen wichtige Aspekte der Entscheidungsfindung verloren und Entscheidungen werden eindimensional in hierarchischen Strukturen getroffen, ohne dass relevante Stakeholder ihren Beitrag leisten können.

In der BEUMER Group gehen wir ausdrücklich einen anderen Weg!

Wir kombinieren die divisionale („Centers of Competence“), die funktionale (Globale Linienfunktionen) und die regionale (Gruppengesellschaften) Dimension in einer dreidimensionalen Matrixstruktur, in der diese Dimensionen auf Augenhöhe miteinander kollaborieren. Dadurch kommen wir zu besseren, ausgewogeneren Entscheidungen im Sinne der langfristigen Entwicklung der BEUMER Group weltweit.

Hierfür benötigen wir Führungskräfte und Mitarbeitende mit einer überragenden Bereitschaft und Fähigkeit zur übergreifenden Zusammenarbeit.

Nimmt uns dieser Ansatz eigentlich Geschwindigkeit? In der Tat könnte man das meinen, denn natürlich braucht der Diskurs mit den relevanten Stakeholdern – manchmal auch im positivsten Sinne die Reibung „um der besten Sache willen“ in engagierten Dialogen – zunächst einmal Zeit. Mit besseren Entscheidungen und deren konsequenter Umsetzung gewinnen wir aber am Ende sogar Zeit, weil nun alle Beteiligten stärker an einem Strang ziehen!



Diese Art der globalen Zusammenarbeit ist stark kulturprägend und sie entspricht exakt unseren Leadership Principles. Denn hierfür bedarf es eines Führungsverhaltens, das sich jenseits der hierarchischen Strukturen und des Egos von Führungskräften bewegt.

Auf diese Weise lässt sich die globale übergreifende Zusammenarbeit – Kollaboration im besten Sinne – umsetzen. Damit generieren wir einen echten Wettbewerbsvorteil gegenüber all den Unternehmen, die aufgrund ihrer Kultur ein solches Netzwerk nicht leben können.

Mit unserer Strategie S28 „Partner of Choice through Differentiation and Collaboration“ adressieren wir genau diese Kollaboration.

Unternehmensorganisation und globale Zusammenarbeit „Made Different“.



13.0 ZUSAMMEN- FASSUNG

Die BEUMER Group ist ein Familienunternehmen, das sich im Übergang von der dritten zur vierten Familiengeneration befindet. Nach einer sehr dynamischen Entwicklung in den letzten Jahrzehnten fällt dieser Übergang in eine Zeit, die von globalem Wandel und vielen Unsicherheiten geprägt ist. Umso wichtiger ist es, dass wir als Unternehmen mit unserer Kultur, mit unseren Grundwerten und Prinzipien unseren Beschäftigten sowie unseren Kunden und allen anderen Stakeholdern eine klare Perspektive geben, wie wir unser Geschäft gestalten und langfristige Bindungen aufbauen wollen.

Diese Broschüre fasst die Grundhaltung unseres Unternehmens zusammen, die sich in unserem Mission Statement, den vier Core Values und den neun Leadership Principles widerspiegelt und erläutert Zusammenhänge und Hintergründe.

Dabei fällt auf, dass wir uns in vielen Dingen anders verhalten, als das im sogenannten Mainstream üblich ist. Wir tun dies nicht, um einfach nur anders zu sein. Wir tun es, weil wir davon überzeugt sind, dass man die Entwicklungen unserer Zeit zwar aufmerksam beobachten muss, aber nicht jedem Trend unreflektiert folgen sollte.

So stellen wir immer wieder fest, dass wir uns in unserer Haltung und unserem Handeln zum Teil deutlich von anderen Unternehmen unterscheiden, dass wir im positiven Sinne anders sind, eben:

**MADE
DIFFERENT**



BEUMER Group GmbH & Co. KG
P.O. Box 1254 · D-59267 Beckum
Phone +49 (0) 25 21 - 24 0
Fax +49 (0) 25 21 - 24 280
E-Mail: beumer@beumer.com

www.beumer.com

Änderungen vorbehalten.