

Thomas Nürnberger im Gespräch

„Wir lösen die Probleme unserer Kunden“

Thomas Nürnberger ist seit April 2021 Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der ebm-papst Gruppe und seit fünf Jahren Präsident von ebm-papst China. Im Interview spricht er über Internationalität, was wir von China lernen und was Kunden von ihm erwarten können.

Herr Nürnberger, Sie haben die letzten 15 Jahre in China gelebt. Wie sehr hat Sie diese Zeit geprägt?

15 Jahre prägen einen ganz gewaltig, machen einen offener für andere Blickrichtungen und Kulturen und machen einen anpassungsfähig. Das hilft natürlich, wenn man in anderen Regionen Geschäfte machen möchte. In China ist die Geschwindigkeit unheimlich hoch. Die Entwicklung, die Deutschland in 50 Jahren gemacht hat, hat China in 15 gemacht. Es ist schwierig, in die chinesische Gesellschaft reinzukommen. Dadurch, dass ich mit einer Chinesin verheiratet bin, ist mir das gelungen. Denn für Chinesen hat Familie eine große Bedeutung. Und auch die Firma ist ein Verbund, der zusammenhält. Man unternimmt mehr mit den Kollegen als in Deutschland. Mir gefällt die Art des Lebens dort.

Sie sprechen Mandarin, sind mit einer Chinesin verheiratet. Welche Rolle spielt Vielfalt für den Vertrieb eines globalen Technologieführers?

Frauen, Männer, verschiedene Generationen, Länder, Kulturen, Aufgabenbereiche, Sprachen: Diversity ist wichtig, weil sie mehr Input und Ideen ins Unternehmen bringt. Mit mir soll ebm-papst noch internationaler werden. Da spielt auch die Sprache eine wichtige Rolle: Wir müssen Englisch stärker als Unternehmenssprache einsetzen. Da sind wir noch ganz am Anfang. Zudem werden wir die Auslandsstandorte stärker bei der Strategieentwicklung mit einbeziehen. Da sind wir schon dabei.

Was kann man vom chinesischen Markt lernen?

Sicherlich die oben angesprochene Geschwindigkeit. Zudem kann man eine starke Kundenorientierung lernen. Die ist nicht nur eine Aufgabe des Vertriebs, sondern zieht sich durch das ganze Unternehmen. Sehr charakteristisch ist auch die Bereitschaft, Neues auszuprobieren. Das ist für alles, was mit Digitalisierung zu tun hat, natürlich gut.

China genießt hier auch den zweifelhaften Ruf, in Sachen Produktkopien führend zu sein. Wie sehen Sie als Insider das?

Ja, in China wird viel kopiert. Die Regierung lässt das mehr oder weniger auch zu. Allerdings geht es auch in China nicht mehr, Produkte unter einem falschen Label auf den Markt zu bringen. Dagegen gehen wir auch vor. Einen Konstruktionsaufbau, zum Beispiel ein Laufrad zu kopieren, ist allerdings nach wie vor schwer zu unterbinden. Da die Chinesen schnell sind, ist das ein Problem. Wir können uns am besten

Katrin Lindner
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-7006
Katrin.Lindner@de.ebmpapst.com

Corinna Schittenhelm
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-8125
Corinna.Schittenhelm@de.ebmpapst.com

10. September 2021 - Blatt 1 von 5

Kontakt zur Pressestelle
Unternehmensgruppe

Telefon +49 7938 81-7105
twitter.com/ebmpapst_news
facebook.com/ebmpapstFANS
youtube.com/ebmpapstDE
www.ebmpapst.com

Thomas Nürnberger im Gespräch

„Wir lösen die Probleme unserer Kunden“

schützen, indem wir innovativ unsere Produkte weiterentwickeln und um das Produkt herum Applikationsunterstützung bieten. Und das ist ganz sicher eine unserer Stärken. Wir verstehen, was der Kunde braucht – und das bietet einen Mehrwert, der nicht so leicht zu kopieren ist.

China ist zudem dabei, mehr als nur die verlängerte Werkbank zu sein. In einigen Branchen ist China sogar der Technologieführer: Batterietechnik, Drohnen, Software und Informationstechnologie – zum Beispiel Gesichtserkennungssoftware. Dort erkennen die Programme ein Gesicht bereits unter der Maske. China geht da ganz strategisch vor: Es gibt eine klare Vision und Fünfjahrespläne, die diese Vision umsetzen sollen. Unter „Made in China 2025“ kommt auch immer stärker das Thema moderne Technologien in der Fertigung zum Tragen. Die Automatisierung zieht auch in die chinesischen Fabriken ein. Wobei es noch ein großes Gefälle zwischen den Fabriken in den Ballungszentren wie Schanghai und denen im Hinterland gibt.

Sie sind jetzt für den globalen Vertrieb verantwortlich. Wie unterscheidet sich Ihr Ansatz für China und für die Amerikas?

Es gibt da viele Parallelen. Auch in den Amerikas ist der persönliche Kontakt zum Kunden beispielsweise sehr wichtig. Und sowohl in China als auch in Amerika werden mehr Metallräder bei den Lüftern nachgefragt. Die Ansätze sind daher ähnlich. In Johnson City investieren wir gerade in ein neues Werk, um den Kunden eine gute Supply Chain bieten zu können.

Welchen Schwerpunkt setzen Sie im Vertrieb beim Umgang mit Ihren Kunden?

Wir wollen strategische Partnerschaften, in denen wir die Roadmap des Kunden mit unserer verzahnen. Das haben wir in der Vergangenheit schon gemacht, müssen das zukünftig aber noch stärker machen – und zwar auch stärker über Europa hinaus. Den asiatischen Markt bedienen wir aus China auch schon mit spezifischen Produkten. Das wollen wir global ausweiten. Dort steht die Frage im Zentrum, wie man einen bestehenden Bedarf erfüllen kann. Wir müssen Produkte entwickeln, die den Anforderungen – auch in Sachen Preis – entsprechen. Design-to-cost und Design-to-market werden uns da leiten. Unsere modularen Lösungen helfen uns dabei, dies zu erreichen.

Legen Sie einen Fokus auf einen bestimmten Anwendungsmarkt?

Wir fokussieren uns auf unser Kerngeschäft, das durch die Megatrends Energieeffizienz, Digitalisierung und Indoor Air Quality angetrieben wird. Dafür haben wir die richtigen Produkte. Daher zielen wir auf Rechenzentren und kommerzielle Klimatechnik. In Europa kommt da noch der Wärmepumpenmarkt hinzu. Hier findet ja eine starke Abkehr

Katrin Lindner
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-7006
Katrin.Lindner@de.ebmpapst.com

Corinna Schittenhelm
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-8125
Corinna.Schittenhelm@de.ebmpapst.com

10. September 2021 - Blatt 2 von 5

Kontakt zur Pressestelle
Unternehmensgruppe

Telefon +49 7938 81-7105
twitter.com/ebmpapst_news
facebook.com/ebmpapstFANS
youtube.com/ebmpapstDE
www.ebmpapst.com

Thomas Nürnberger im Gespräch

„Wir lösen die Probleme unserer Kunden“

von fossilen Verbrennungssystemen zu elektrischen Systemen statt. Zudem positionieren wir uns noch stärker als Lösungs- und Serviceanbieter. So können wir den Kunden einen größeren Mehrwert in ihren Anwendungen bieten. Zum Beispiel indem wir dabei helfen, die Effizienz einer Anwendung nicht nur über den Motor, sondern auch durch die Luftführung zu verbessern. Und unter Services verstehen wir natürlich auch die digitalen, bei denen wir mit unserem Think Tank ebm-papst neo ganz flexibel digitale Kundenwünsche erfüllen können.

Klimaschutz ist eines der zentralen Themen unserer Zeit. Wie stark treibt Sie das aus Sicht des Vertriebs um?

Grundsätzlich sind wir ja schon länger indirekt am Klimaschutz beteiligt. Zum Beispiel bei der E-Mobilität, wo wir sowohl für Fahrzeuge als auch bei der Ladeinfrastruktur Lösungen anbieten. Auch das Thema Heizen spielt eine wichtige Rolle. Die Gasheizung wird nicht in den kommenden drei Jahren sterben. Vielmehr sehen wir noch großes Potenzial in Richtung Wasserstoff und synthetische Gase.

Dass ebm-papst nicht nur Luft bewegt, sondern sich auch um ihre Qualität kümmert ist aber neu.

Naja, ebm-papst bewegt Luft, aber kühlt und heizt sie auch. Das gehört zumindest indirekt zur Qualität dazu. Und das machen wir auch weiter. Es gibt nun mal keine andere Möglichkeit, Luft in effizienter Weise zu bewegen. Mehr Gebäude werden mit Klimaanlage und dezentralen Lüftungsanlagen ausgestattet, um Komfort und Gesundheit zu verbessern. Viren werden uns beispielsweise noch weiter beschäftigen. Dabei spielt das Thema Filtrierung eine große Rolle. Da sind unsere Produkte erste Wahl für alle Hersteller von Filtersystemen. Wir können dabei auf viel Erfahrung aus dem Bereich Reinraum zurückgreifen. Und in kommerziellen Gebäuden hat Luftqualität eine unmittelbare Auswirkung auf die Produktivität der Menschen, die darin arbeiten. Dafür bieten wir die passende Sensorik und Datenanalyse.

Welche Herausforderung treibt Sie aktuell am meisten um?

Aktuell ist das Thema Lieferversorgung das schwierigste. Das geht dem gesamten Markt so. In den kommenden Jahren werden zudem die Kunden noch flexibler, schneller und kostengünstiger beliefert werden wollen. Dafür müssen wir wettbewerbsfähig bleiben, durch Innovationen aber auch durch unseren globalen Footprint. Indem wir auf lokale Lieferketten gehen, vermeiden wir Frachtkosten und sind nahe beim Kunden. Innovation kann in zwei Richtungen gehen: Man kann das beste und energieeffizienteste Produkt haben, man kann aber auch ein good-enough-Produkt zu einem guten Preis anbieten. Bei der Qualität machen wir keine Abstriche, aber wir schneiden Produkte eben auf die spezifischen Anforderungen der Märkte zu. Wir sind der Innovationsführer und haben in diesem Jahr nicht nur unsere

Katrin Lindner
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-7006
Katrin.Lindner@de.ebmpapst.com

Corinna Schittenhelm
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-8125
Corinna.Schittenhelm@de.ebmpapst.com

10. September 2021 - Blatt 3 von 5

Kontakt zur Pressestelle
Unternehmensgruppe

Telefon +49 7938 81-7105
twitter.com/ebmpapst_news
facebook.com/ebmpapstFANS
youtube.com/ebmpapstDE
www.ebmpapst.com

Thomas Nürnberger im Gespräch

„Wir lösen die Probleme unserer Kunden“

Investitionen in Beton und Anlagen, sondern auch in unsere Entwicklung erhöht.

Womit können die Kunden in nächster Zeit bei Ihnen rechnen?

Wir werden in den kommenden drei Jahren ein echtes Innovationsfeuerwerk zünden. Das haben wir gerade mit der neuesten Generation unseres Radialventilators RadiPac begonnen. Wir bieten Produkte mehr und mehr mit digitalen Dienstleistungen an. Und da wir der Partner sind, der die Kundenapplikation am besten versteht, lösen wir die Probleme unserer Kunden. Dafür sorgen wir, indem wir intern viele Themen diskutiert und gestartet haben, sie aber jetzt zu Ende und damit in die Märkte bringen. Was wir heute schon gut machen, wollen wir morgen noch besser machen.

Katrin Lindner
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-7006
Katrin.Lindner@de.ebmpapst.com

Corinna Schittenhelm
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-8125
Corinna.Schittenhelm@de.ebmpapst.com

10. September 2021 - Blatt 4 von 5

Kontakt zur Pressestelle
Unternehmensgruppe

Telefon +49 7938 81-7105
twitter.com/ebmpapst_news
facebook.com/ebmpapstFANS
youtube.com/ebmpapstDE
www.ebmpapst.com



Bilder Zeichen Tags Link
ebm-papst
ca. 8.600, mit Überschriften und Zwischenüberschriften
Interview, Nürnberger, China, Nachhaltigkeit,
Klimaschutz, Qualität
www.ebmpapst.com

Thomas Nürnberger im Gespräch

„Wir lösen die Probleme unserer Kunden“

Über ebm-papst

Die ebm-papst Gruppe, Familienunternehmen mit Hauptsitz in Mulfingen, Baden-Württemberg, ist weltweit führender Hersteller von Ventilatoren und Antrieben. Seit der Gründung 1963 setzt der Technologieführer mit seinen Kernkompetenzen Motortechnik, Elektronik, Digitalisierung und Aerodynamik internationale Marktstandards. Mit über 20.000 Produkten bietet ebm-papst passgenaue, energieeffiziente und intelligente Lösungen für praktisch jede Anforderung in der Luft- und Antriebstechnik.

Im Geschäftsjahr 2020/21 erzielte der Hidden Champion einen Umsatz von 2,129 Milliarden Euro und beschäftigt knapp 15.000 Mitarbeitende an 29 Produktionsstätten (u. a. in Deutschland, China und den USA) sowie 51 Vertriebsstandorten weltweit. Den Benchmark bei Ventilatoren- und Antriebslösungen setzt ebm-papst in nahezu allen Branchen wie z. B. in der Lüftungs-, Klima- und Kältetechnik, Heiztechnik, Automotive, Informationstechnologie, Maschinenbau und Haushaltsgeräte, Intralogistik sowie Medizintechnik.

Katrin Lindner
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-7006
Katrin.Lindner@de.ebmpapst.com

Corinna Schittenhelm
Referentin Fachpresse
Telefon: +49 7938 81-8125
Corinna.Schittenhelm@de.ebmpapst.com

10. September 2021 - Blatt 5 von 5

Kontakt zur Pressestelle
Unternehmensgruppe

Telefon +49 7938 81-7105
twitter.com/ebmpapst_news
facebook.com/ebmpapstFANS
youtube.com/ebmpapstDE
www.ebmpapst.com