190,5 Millionen Euro: LAMILUX erreicht höchsten Umsatz in seiner Firmengeschichte

Mit „kulturellen Werten“ zum Erfolg

2014 war für LAMILUX wieder ein Jahr des Wachstums: Das Familienunternehmen erzielte mit 190,5 Millionen Euro den höchsten Umsatz in seiner Firmengeschichte und steigerte sich damit im Vergleich zum Vorjahr um knapp neun Prozent. Auch das Recruiting neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter quer durch alle Qualifikationsgrade ging unvermindert voran: LAMILUX zählt nun 700 Beschäftigte, 83 von ihnen sind junge Auszubildende, was einer Spitzenquote von knapp zwölf Prozent entspricht. Zudem hat das Unternehmen kräftig an seinem Verwaltungs- und Produktionsstandort Rehau investiert. 22 Millionen Euro sind in den Bau eines neuen, zusätzlichen Bürogebäudes und die Errichtung einer neuen Fertigungsstraße für faserverstärkte Kunststoffe geflossen. Dass diese Leistungen nicht unbemerkt bleiben, machen die zahlreichen Wirtschaftspreise klar, mit denen LAMILUX bedacht wurde. „Ob international renommierte Innovations- und Design-Awards oder unsere Würdigung als ,Entrepreneur of the Year 2014‘ – diese Auszeichnungen gelten unseren engagierten und hochmotivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die unser Unternehmen im Teamwork zu diesen Erfolgen führen“, betont Geschäftsführer Dr. Heinrich Strunz.

REHAU. – Laut Dr. Strunz habe es sich auch 2014 ausgezahlt, „dass wir konsequent unsere Ziele verfolgen und unsere Leitlinien wie absolute Kundenorientierung und Leistungsführerschaft jeden Tag in die Tat umsetzen“. „Wir haben sehr viel unternommen, um wieder besser als der Markt abzuschneiden“, so der Geschäftsführer. So sei LAMILUX in seinen beiden Produktbereichen – *LAMILUX Tageslichtsysteme* und *LAMILUX Composites* – erneut über dem jeweiligen Branchendurchschnitt gewachsen. „Unser Unternehmen steht auf zwei starken Säulen.“

So habe man im Bereich *LAMILUX Composites* die europaweit führende Rolle als Hersteller faserverstärkter Kunststoffe mit den höchsten Umsätzen und der größten produzierten Menge ausgebaut. Die internationale Stärke von LAMILUX werde hier insbesondere durch den beeindruckenden Exportanteil von 85 Prozent deutlich. „Weltweit setzen die Hersteller von Nutzfahrzeugen und Caravans auf unsere hochwertigen Kunststoffe, mit denen sie neue Maßstäbe im Leichtbau setzen können. Das zeigt uns, dass auch international unsere Konzentration auf höchste Qualität und Innovationen der richtige Weg ist.“

Auszeichnungen und hohe Marktakzeptanz

Dieses Erfolgsrezept geht auch im Unternehmensbereich *LAMILUX Tageslichtsysteme* auf. Das Unternehmen hat im vergangenen Jahr wieder viele Produktinnovationen umgesetzt, die sich immer gezielt am Kundennutzen orientieren. Ob der Industrie- und Verwaltungsbau oder der repräsentative Objekt- und private Wohnungsbau: „In Deutschland und vielen weiteren Ländern Europas schätzen die Architekten und Planer unsere Lichtkuppeln, Lichtbänder und Glasdachkonstruktionen vor allem deshalb, weil sie die perfekte Verbindung aus Innovation, Design und Energieeffizienz darstellen“, ist Dr. Strunz überzeugt.

Beispiel hierfür sei unter anderem eine im Passivhaus-Standard zertifizierte Glasdachkonstruktion, die im energetisch hochwertigen Bauen zum Einsatz komme. LAMILUX hat für dieses Produkt den renommierten „German Design Award“ in der Kategorie „Building and Design“ erhalten. Die internationale Jury verweist vor allem auf die hohe Gestaltungsqualität des Glasdaches, das einen großen Beitrag zum energieeffizienten und nachhaltigen Bauen der Zukunft leiste. „Auch diese Auszeichnung und die hohe Akzeptanz auf dem Markt bestätigen uns, dass wir mit der Orientierung auf die Qualität und den Kundennutzen absolut richtig liegen.“

So schaffe nicht das vordergründige materielle Interesse Unternehmenserfolg, sondern die Fähigkeit, im Sinne der Kunden einen wesentlichen Beitrag zu deren Problemlösung zu leisten. Von allergrößter Bedeutung ist für den Firmenchef daher die Schaffung von Alleinstellungsmerkmalen, „die uns vom Wettbewerb abheben und unterscheiden“. „Es ist daher unsere ständige Aufgabe, die besten Produkte und Branchenlösungen zu entwickeln.“

„Menschlichkeit, Vertrauen, Wertschätzung“

Die Schlüsselrolle, diese Kundenorientierung jeden Tag zu leben, würden dabei die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter übernehmen. „Als Unternehmensverantwortliche ist es wiederum unsere Aufgabe, hierfür die besten Rahmenbedingungen zu schaffen“, betont Geschäftsführerin und Personalleiterin Dr. Dorothee Strunz. „Wir sehen unser Unternehmen als einen Ort, an dem motivierte und veränderungsbereite Menschen arbeiten, die in ihrem Tun einen Sinn sehen und stolz darauf sind, sich mit ihren Ideen einzubringen.“ Voraussetzung dafür sei eine „Atmosphäre mit kulturellen Wert“. Dr. Dorothee Strunz: „Wir setzen auf Menschlichkeit, Vertrauen und Wertschätzung.“

…