

# Hans Turck. **Internationalisierung sichert nachhaltiges Wachstum.**

**Turck zählt zu den global führenden Unternehmensgruppen auf dem Sektor der Industrielle Automation. Mit mehr als 3.000 Mitarbeitern in 27 Ländern sowie Vertretungen in weiteren 60 Staaten ist der Automatisierungsspezialist aus Mülheim an der Ruhr weltweit präsent.**

Das Familienunternehmen Turck bietet mit etwa 15.000 Produkten aus den Bereichen Sensor-, Feldbus-, Anschluss- und Interfacetechnik sowie Human Machine Interfaces (HMI) und RFID effiziente Lösungen für die Fertigungs- und Prozessautomation. Zu den Kunden zählen Automobilhersteller und -zulieferer sowie Maschinenbauer, Produzenten und Anlagenbetreiber in zahlreichen weiteren Branchen.

56

## Unternehmensentwicklung

Auf dem Weg zum Global Player von heute hat Turck schon früh die ersten Weichen gestellt. Bereits 1973 – weniger als zehn Jahre nach der Unternehmensgründung – hat man im weltweit größten Automatisierungsmarkt USA die erste Landesgesellschaft eröffnet, seit 17 Jahren ist Turck auch in China mit einer eigenen 100 prozentigen Vertriebs- und Produktionsgesellschaft engagiert.

Mit Deutschland, USA und China konnte das Unternehmen schon Mitte der 1990er Jahre nahezu 65 Prozent des Weltmarktpotenzials für Automatisierungstechnik abdecken und sich soweit etablieren, dass es in den USA seit langem Marktführer in den Bereichen induktive Sensorik und Anschlusstechnik ist.

■ „Zur Internationalisierung, die für Turck konstant zweistelliges Unternehmenswachstum sichert, gibt es keine Alternative. In Deutschland müssen wir uns immer wieder neu ausrichten und intelligenter sein, um auch in Zukunft erfolgreich am Weltmarkt zu bestehen. Dass dies kein Wunschtraum ist, haben wir in den letzten Jahrzehnten eindrucksvoll bewiesen.“

Christian Wolf, Geschäftsführer Hans Turck GmbH & Co. KG

Heute ist Turck in 20 der 30 Staaten mit den höchsten Bruttosozialprodukten mit einer eigenen Landesgesellschaft vertreten. Rund 80 Prozent des Gesamtumsatzes werden im Ausland generiert, während die Produktion zu 80 Prozent in Deutschland und der Schweiz stattfindet. Das zeigt, wie sich mit einer konsequenten Internationalisierungsstrategie Arbeitsplätze in Deutschland schaffen lassen. Um auch weiterhin ein nachhaltig zweistelliges Unternehmenswachstum zu erreichen, setzt Turck seine Internationalisierungsstrategie konsequent fort – vor allem die Emerging Markets (Schwellenländer) und die BRIC-Staaten Brasilien, Russland, Indien und China stehen hier im Fokus.

Bei der Definition potenzieller Zielländer für eigene Landesgesellschaften spielen für Turck stets mehrere Faktoren eine Rolle: Ganz oben auf der Liste steht natürlich das mögliche Absatzvolumen, das sich aus dem industriellen Bruttosozialprodukt, den Wachstumserwartungen und den passenden Zielbranchen ermitteln lässt. Dann müssen weitere Fragen geklärt werden, etwa nach der Wettbewerbssituation und möglichen Schlüsselkunden, aber auch nach politischen, sicherheitstechnischen und ethischen Aspekten. Wenn alle Faktoren stimmen, geht es nur noch um das „Ease of doing business“, also eine möglichst reibungslose Abwicklung der Geschäftsabläufe im Zielland.



## Erfolgsfaktoren Markt- und Kundennähe

Die Devise „think global – act local“ ist ebenso alt wie wahr. Eine erfolgreiche globale Internationalisierungsstrategie kann nur funktionieren, wenn sie in der Umsetzung lokalen Erfordernissen gerecht wird. Schlüssel dabei ist eine ausgeprägte Markt- und Kundennähe. So ist Turck in den USA unter anderem deshalb Marktführer, weil der Vertrieb von Anfang an über die dort etablierten Sales Channels abgewickelt wird und nicht – wie sonst üblich – im Direktvertrieb. In China hingegen, wo Systemintegratoren nicht weit verbreitet waren, erreicht man mit zahlreichen eigenen Vertriebsbüros dieselbe Kundennähe, sodass Turck auch im Reich der Mitte in vielen Bereichen eine marktführende Stellung einnimmt.

**Geschäftsfeld:** Automatisierungstechnik – Sensor-, Feldbus-, Anschluss- und Interfacetechnik, RFID- und HMI/SPS-Lösungen

**Kunden:** Automobilhersteller und -zulieferer sowie Maschinenbauer, Produzenten und Anlagenbetreiber in zahlreichen weiteren Branchen der Fertigungs- und Prozessindustrie

**Besondere Stärken:** kundenorientierte und anwendungsoptimierte Automatisierungslösungen

**Auf internationaler Ebene interessiert an:**  
Vertriebspartnerschaften  
Technologieaustausch

**Unternehmensperspektive:** „2011 haben wir unser ambitioniertes Ziel übertroffen und einen Gruppenumsatz von rund 430 Millionen Euro erreicht. Um dies zu erreichen, müssen wir kontinuierlich an vielen Stellschrauben drehen und den Weg vom Komponentenlieferanten zum Lösungsanbieter konsequent weitergehen. Dazu zählten unter anderem die Definition regional-, branchen- und applikationsspezifischer Lösungsportfolios mit einem entsprechend aufgestellten Vertrieb, die Komplexitätsreduktion mittels Modularisierung und Plattformentwicklungen sowie die Definition adäquater Preissysteme für Systemlösungen und Serviceleistungen.“ Christian Wolf

**TURCK**

Industrielle  
Automation

**Hans Turck GmbH & Co. KG**

Witzlebenstraße 7  
45472 Mülheim an der Ruhr  
Telefon: 0208 49 52 0  
E-Mail: more@turck.com  
Internet: www.turck.com

Gründungsjahr: 1965  
Mitarbeiterzahl: über 3.000  
erwarteter Umsatz 2011: ca. 430 Mio. Euro  
Auslandsquote vom Umsatz: ca. 80 %

Präsenz im Ausland: Australien, Bahrain, Belgien, Brasilien, China, Frankreich, Großbritannien, Indien, Italien, Japan, Mexiko, Niederlande, Österreich, Polen, Rumänien, Russische Föderation, Schweden, Singapur, Tschechische Republik, Türkei, Ungarn, USA

Mitglied im Netzwerk ZENIT e.V.: seit 1991

57