

Oechsle schreibt 65 Jahre Erfolgsgeschichte

Das Familienunternehmen Oechsle unterstützt seine Kunden seit Jahrzehnten bei der Verkaufsförderung am Point of Sale. Seit der Gründung vor 65 Jahren hat Oechsle einige Meilensteine erreicht.



© Oechsle

Der Unternehmenssitz sowie die Produktpalette von Oechsle wurde in den letzten Jahrzehnten stetig erweitert.

Die Anfänge der Oechsle Kunststofftechnik liegen im Jahr 1956. Seither hat sich viel getan: Das Familienunternehmen zog von Baden-Württemberg ins bayerische Leipheim und ist mittlerweile auf der ganzen Welt tätig. Durch die langjährige Erfahrung ist Oechsle zum führenden Anbieter von Display System-Lösungen sowie Regalordnungssystemen geworden. Das Unternehmen sagt über sich selbst, dass es „innovative, qualitativ hochwertige und zuverlässige Produkte, Sortimente und Konzepte“ auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet, zusammenstellt. Dabei wird auf vertrauensvolle Zusammenarbeit und gesellschaftliche Verantwortung gesetzt.

Es begann in der Waschküche

Die Gründer waren damals fasziniert von den neuen Möglichkeiten der Bakeliten, also vollsynthetischen, industriell produ-

zierten Kunststoffen, welche es erst seit Anfang der 90er Jahre gibt. Hermann Oechsle war damals 30 Jahre alt, seine Frau Rosa Oechsle 28. In ihrer Waschküche begann das Ehepaar technische Spritzgussteile wie Isolatoren und Zählergehäuse für die Elektroindustrie und Fadenspulen für die Textilindustrie zu fertigen. Der gelernter

„Fast alles ist Made in Germany und darauf sind wir sehr stolz!“

Bernd Neumaier, Geschäftsführer Oechsle

te Postler war damals noch am Schalter der Bundespost tätig, während Rosa Oechsle aus dem landwirtschaftlichen Bereich kam. Zunächst kam das neugegründete Unternehmen in einer alten Malerwerkstatt in Baden-Württemberg unter. Später erfolgte der Umzug nach Leipheim

an einen größeren Standort mit dem Ziel zu expandieren.

Die Expansion

Die Produktion wuchs in den letzten 30 Jahren stark an. Der Standort wurde aufgrund dessen mehrmals erweitert. 1988 hat die Tochter der Firmengründer Margit Oechsle den Familienbetrieb übernommen. Schon ein Jahr später zog das Unternehmen in ein größeres Gebäude mit Fertigungshallen, Versand, Verwaltungsräumen und großer Lagerhalle.

Der Familie war es dabei wichtig, dass es nur einen großen Standort gibt, sodass alles unter einem Dach ist und Probleme schnell angegangen werden können. „Dadurch haben wir zwar höhere Produktionskosten, aber fast alles ist Made in Germany und darauf sind wir sehr stolz“, sagt Bernd Neumaier, Geschäftsführer von Oechsle. „Der Standort beinhaltet zwei zu-

sammenhängende Werke für Produktion und Lager und ein andockendes drittes Verwaltungsgebäude. Unsere Betriebsflächen sind mittlerweile bei 9.800 Quadratmetern. Fast alle Produkte werden vor Ort hergestellt. Das heißt, wir haben auch eine eigene LED-Abteilung, eine Spritzguss Abteilung, Aluminium, Montage und so weiter“, erklärt Neumaier. Die Spritzerei eröffnete im Jahr 2009, 2015 erhielt das Verwaltungsgebäude ein weiteres Stockwerk mit großem Showroom für Kunden und 2018 wurde im Zuge einer eigenen Lkw-Umfahrung die Fläche für Logistik und Versand vergrößert. Mittlerweile ist das Unternehmen in über 47 Ländern aktiv und hat circa 200 Mitarbeiter.

Nicht nur der Standort, sondern auch die Produkte haben sich kontinuierlich weiterentwickelt. Es begann damit, dass Hermann Oechsle in den 70ern den klassischen, weltweit bekannten Plakaträhmen entwickelte. In den 90er Jahren haben die Oechsle Techniker eine Lösung für ein umfangreiches Programm an Regalordnungssystemen entworfen. 2010 wurden schließlich die Aluminiumverarbeitung und die LED-Abteilung gegründet. Seitdem ist Oechsle auch Anbieter werbewirksamer Beleuchtungslösungen für Regale, Displays und Klapprahmen. Neben bewährten, klassischen Produkten für den Point of Sale im Bereich Verkaufsförderung und Preisauszeichnung, entwickelt Oechsle laufend neue Produkte und setzt innovative Ideen um.



© Oechsle

Aus dem Logistikzentrum werden die Produkte von Oechsle selbst in die ganze Welt verschickt.

Innovationskraft als Erfolgsrezept

Was das Unternehmen für Thomas Kruse, Vertriebsleiter bei Oechsle, einzigartig macht, ist die hohe Innovationskraft. Er beschreibt sie als Kern der Marke. Das lässt sich auch in seinem Alltag bei Kundenbesuchen sehen: „Da wir seit 50 Jahren Spritzguss machen, haben wir über 3.000 Standardprodukte. Die habe ich dann na-

türlich nicht alle beim Kunden dabei, sondern nur unsere Innovationen. Das heißt, Produkte, an denen wir Jahre getüftelt haben. Denn wenn man nur Standardprodukte hat, kommt man schnell aufs Abstellgleis. Produktinnovation gehört bei uns einfach mit dazu. Das ist das, was die Sache spannend macht, die Frage, wie man den Markt neu bearbeitet und Innovationen an den Kunden bringen kann.“

Anzeige

SINGLE-GRUNDSTÜCK FÜR GEMEINSAME ZUKUNFT GESUCHT!

star – treu, attraktiv und sympathisch – sucht großzügiges Grundstück, um das Tankstellennetz auszuweiten. Langfristige Bindung erwünscht.

Wenn du aus Bayern oder Baden-Württemberg kommst, verkehrsgünstig gelegen und zu haben bist, passt du perfekt zu mir.

Biete finanzielle Sicherheit, modernste Technik und vieles mehr!

Alle Infos unter:
star.de/wir-suchen



www.star.de

MEHR ALS GÜNSTIG TANKEN!

ORLEN Deutschland GmbH, Kurt-Wagener-Str. 7, 25337 Elmshorn



Die Mitarbeiterin prüft jedes einzelne Teil auf dessen Qualität, bevor es zum Kunden geht.

Kruses Kunden verteilen sich über die ganze Welt. Jede Woche stehen zwei Dienstreisen an. Denn der Vertriebsleiter baut, wenn möglich, auf persönlichen Kontakt. „Es ist natürlich anders, wenn man vor Ort ist und sich in die Augen schauen kann“, meint Kruse. Anfangs gehe es zunächst darum, sich kennenzulernen und über zukünftige Projekte sowie Bedürfnisse des Kunden auszutauschen. Dabei ergeben sich laut Kruse verschiedene Anforderungen beim Kunden. Auf diese individuellen Kundenwünsche kann das Unternehmen besonders gut eingehen, da alle Abteilungen und benötigten Geräte an einem Ort sind. Kruse erklärt: „Mit unserer Entwicklungsabteilung suchen wir nach individuellen Lösungen und machen die Neuentwicklung mit dem Kunden zusammen.“ Elisa Lautenschläger, Mitarbeiterin im Marketing bei Oechsle ergänzt: „Außerdem haben wir mit Werba display prints einen starken Partner an unserer Seite, der Werkstätte für unterschiedliche Materialien hat und am Point of Sale aktiv ist.“

Neue Produkte für das Shopgeschäft

Zu den Kunden von Oechsle gehören neben Drogerien, Fach- und Getränkehändlern, Tabakwarenhändlern sowie Baumärkten auch Tankstellen. „Wir bedienen europaweit Tankstellenkunden“,

erzählt Kruse. Insgesamt sind es fünf Tankstellenkonzerne mit rund 6.000 Tankstellen, 3.500 davon befinden sich in Deutschland. Darunter sind die Konzerne ENI und Südramol.

Für den Tankstellenshop empfehlen die Experten von Oechsle vor allem zwei Produkte. „Die 65 Jahre Jubiläum nehmen wir natürlich auch zum Anlass, unsere neuen Produkte wie die Gleitplatte und das HDT zu präsentieren“, sagt Kruse. Die Prototypen des HDT (Heavy Duty Tray) und der Gleitplatte wurden erstmals 2020 vorgestellt. Im Einsatz bewährt haben sie sich laut Kruse seit diesem Jahr.

„Wenn man nur Standardprodukte hat, kommt man aufs Abstellgleis.“

Thomas Kruse, Vertriebsleiter Oechsle

Das HDT eignet sich besonders für große und schwere Produkte wie Motoröl oder Frostschutzmittel. „Es ist auch optimal an der Tankstelle im Tiefkühlbereich, zum Beispiel für Eis oder Tiefkühlkost“, so Lautenschläger. Um die Getränke in den Kühlschränken zu präsentieren, gibt es die Gleitsysteme. „Die extrudierte und geriffelte Gleitschicht ermöglicht durch einen geringen geneigten Winkel einen natürli-

chen Vorschub durch reine Schwerkraft“, erklärt sie. Dieses System ist einzigartig. „Die Mitbewerber waren schon aktiv und haben versucht das nachzubauen, aber es hat noch keiner geschafft. Da haben wir schon einen Vorsprung und ein Alleinstellungsmerkmal“, sagt Kruse stolz.

„Die Innovationskraft ist der Kern der Marke.“

Thomas Kruse, Vertriebsleiter Oechsle

Für Ordnung im Tabakregal würde sich das Mini-Variotray besonders gut eignen, so Lautenschläger. Es ist für kleinere Produkte wie Liquids von E-Zigaretten gedacht. „Außerdem ist es sehr wandelbar und kann auch für breitere Produkte wie Zigarettenschachteln eingesetzt werden. Auch andere unserer Vorschubsysteme werden im Tabakbereich eingesetzt.“ Zum Beispiel die Regalordnungssysteme mit Warenvorschub.

Jubiläumsüberraschung für die Kunden

Aufgrund der Coronapandemie wird das 65-jährige Jubiläum nur in kleinem Rahmen gefeiert. „Früher hatten wir immer große Feiern mit Musik, Verpflegung und Unterhaltung. Dieses Jahr findet es vermutlich verbunden mit der Weihnachtsfeier statt“, so Lautenschläger. „Aber wir möchten vor allem unseren Kunden danken mit einer kleinen Aktion.“ Was die Überraschung ist, verrät sie jedoch noch nicht.

Auf Expansionskurs

In Zukunft hat das Familienunternehmen vor, weiter zu expandieren. Es ist eine Erweiterung des Maschinenparks geplant sowie die Anschaffung einer neuen Spritzgussmaschine – und natürlich wird weiterhin an innovativen Produkten gearbeitet.

Auch über neue Standorte wurden sich schon Gedanken gemacht. „Wir haben sicherlich schon überlegt, wie wir uns aufstellen und das Produktportfolio erweitern und auch Standorte dazu kaufen, denn irgendwann stößt unser Grundstück an seine Grenzen. In Deutschland haben wir bereits ein Partnerunternehmen, mit dem wir uns gut ergänzen. Aber europaweit könnte schon etwas passieren“, so Kruse.

Sina Hoffmann