

Zwischen Frankfurt und Atlanta



Fotos: Goetzke Photographie

Jörg Münch, Geschäftsführer, Münch + Münch: „Die Ostküste war für uns gesetzt.“

Das Frankfurter Unternehmen Münch + Münch bearbeitet den US-Markt vom Standort Atlanta aus und setzt dabei auf persönliche Beziehungen, klar strukturierte Prozesse und den Motor der Freiwilligkeit.

Mit einem Warenlager an der amerikanischen Ostküste noch näher am Kunden sein, diese Idee kam Jörg Münch, Geschäftsführer von Münch + Münch, vor zweieinhalb Jahren. Das in Frankfurt-Nieder-Erlenbach ansässige Unternehmen lieferte und montierte bereits erfolgreich Ladeneinrichtungen für US-Shops internationaler Markenhersteller. Nach Gesprächen mit Kunden und Partnern konkretisierte sich die Idee einer Gründung, nur der Standort musste noch gefunden werden.

Kein Wechselkursrisiko

„Die Ostküste war gesetzt“, so Münch, „zunächst dachte ich an Philadelphia. Dann bekam ich den Tipp, mir Atlanta

und Umgebung genauer anzuschauen.“ Und in der Tat überzeugte das Powerhouse des Südens mit Kostenvorteilen bei Immobilien, Dienstleistern und Löhnen. Im September 2017 erfolgte die Gründung der M&M SDS Inc. in Atlanta, Georgia. Das Warehouse befindet sich in Chattanooga, nordwestlich von Atlanta am Highway nach Nashville gelegen, der Hauptstadt der Country-Musik. Eine deutsche Mitarbeiterin ist ständig vor Ort, und Münch pendelt zwischen Frankfurt und den Südstaaten. Der persönliche Kontakt ist nach seiner Einschätzung vor allem in der Startphase immens wichtig.

Das eigene Warenlager bietet den Vorteil, dass Kunden nicht ganze Container

mit hochwertigen Möbeln bestellen müssen. Zudem können sie in lokaler Währung ohne Wechselkursrisiko einkaufen. Vom Standort Atlanta aus werden auch Kunden in Kanada und Lateinamerika beliefert. Die Shopseinrichtungen werden containerweise an die M&M SDS geliefert, konfektioniert und per Spedition ausgeliefert. „Wir haben viele Speditionen getestet und drei gefunden, die gut arbeiten. Eine davon wickelt 80 Prozent unserer Lieferungen ab. Die anderen halten wir uns warm, um im Falle des Falles flexibel reagieren zu können.“

Mitarbeiterloyalität als Erfolgsfaktor

Mit deutschen Erwartungen dürfe man an Geschäftsbeziehungen in den USA nicht herangehen: „Die Amerikaner sind uns im Verkauf überlegen, aber hinten dran läuft alles nach einem bestimmten Schema sehr arbeitsteilig, und keiner hat den Gesamtprozess im Blick.“ Die Kunden sind weltweit tätige Konzernkunden, darunter ein Anbieter von Kaffeekapseln, eine Schweizer Uhrenmanufaktur sowie ein Hersteller von Schmuck und Kristallaccessoires.

Münch sieht im wertschöpfenden Engineering den Schlüssel zum Erfolg. Mit gut dargestellten Prozessen können die Gesamtkosten für ein Projekt so gestaltet werden, dass ein in Deutschland designer und produzierter Shop für den internationalen Kunden günstiger ist als eine Fertigung in einem Land mit deutlich niedrigeren Lohnkosten. Da geht es um die Widerstandsfähigkeit von Materialien und effizientes Zerlegen beziehungsweise Zusammen setzen der Komponenten. Nach jeder Wertschöpfungsphase kann der Kunde aussteigen oder einsteigen, „das Prinzip der Freiwilligkeit schafft Vertrauen“, so Münch.

Eine eigene Fertigung ist in den USA nicht geplant. Am ISO-zertifizierten Standort in Frankfurt erfolgen auch die Audits für weitere erforderliche

Zertifikate. Für die sehr hohe Qualität der Ladeneinrichtungen brauche man außerdem einen hohen Ausbildungsstand und eine hohe Loyalität der Mitarbeiter. Am Standort Frankfurt liege diese sogenannte Loyalitätsquote bei deutlich über 80 Prozent, schätzt Münch, in den USA seien 20 Prozent realistisch. Insofern sei die derzeitige Lösung ideal.

Aktuell gehen rund 20 Prozent der Exporte und rund acht Prozent der gesamten Produktion des Unternehmens in die USA. Der Exportanteil des Unternehmens liegt bei 40 Prozent. Künftig soll der absolute Anteil des US-Marktes steigen. Parallel wird am Ausbau des Chinageschäftes gearbeitet. Hier baut der Bruder Konrad Münch eine Kooperation auf, ebenfalls mit starkem persönlichem Engagement vor Ort. Diese Herangehensweise hat Tradition. Die Brüder haben nach der Übernahme des Geschäftes vom Vater mit damals sechs Mitarbeitern das Handwerk von der Pike auf gelernt. Jörg Münch sattelte auf ein wirtschaftswissenschaftliches Studium eine Schreinerlehre und den Meister drauf. Sein Bruder ist Diplom-Ingenieur, Fachrichtung Holztechnik.

Nachfolge rechtzeitig geregelt

„Da wir das Unternehmen über alle Wachstumsphasen begleitet haben, wissen wir auch, was es heißt, selbst zu lackieren oder die Buchhaltung zu machen“, sagt Münch. „Und so gehen wir auch an die Auslandsmärkte heran. Wir machen den Aufbau selbst und können dann die Herausforderungen und Risiken einschätzen.“ Die Nachfolge am Standort Frankfurt ist übrigens schon geklärt. Die Nichte von Jörg Münch, Jennifer Münch, ist in das Unternehmen eingestiegen und wird in diesem Jahr zur Geschäftsführerin bestellt. Bereits im Februar wurde zudem der langjährige Mitarbeiter Thomas Reuhl in die Geschäftsführung aufgenommen. Für Mitarbeiter und Kunden ist dies mehr als eine gute Nachricht.



KONTAKT

Münch + Münch

Im Fuchsloch 8
60437 Frankfurt
Telefon 061 01/544 71 00
E-Mail dialog@muenchundmuench.com
www.muenchundmuench.com



DIE AUTORIN



Monika Goldbach

Referentin, International, IHK Frankfurt
m.goldbach@frankfurt-main.ihk.de