

ROWE[®] INSIDE



ROWE FRIENDS
DER DIREKTE DRAHT ZUM KUNDEN



ZWISCHEN BANGEN UND JUBEL

Wetterchaos, Kollision und dann sprang der Motor nicht an ... // Seite 30



ROWE ist mehr als ein Hersteller hochwertiger Schmierstoffe. Unser Selbstverständnis reicht deutlich weiter. So ist das gesamte ROWE-Team in vielen Bereichen engagiert: im Rennsport, beim Squash, beim Triathlon oder bei Kunst und Musik.

Als exportorientiertes Unternehmen pflegen wir persönliche Kontakte rund um den Globus, weil wir wissen, zu guten Geschäften gehört viel gegenseitiges Vertrauen, Verständnis und Wissen über den anderen und die Region, in der er lebt.

Schon längst gehören das Internet und die sozialen Medien zu unserem Alltag. Die Vernetzung wird hier immer vielfältiger, unmittelbarer und kennt keine Länder- oder Sprachbarrieren mehr.

Überall treffen Menschen aufeinander, Lebenswelten, Erfahrungen, Wünsche und Interessen.

In diesem spannenden Umfeld haben wir seit April eine neue Kommunikationsplattform geschaffen:

„ROWE friends“. Hier gehen wir den direkten Weg zu unseren Endkunden mit dem Ziel, langfristige Freunde zu gewinnen. **„ROWE friends“** ist also nicht nur Name, sondern Konzept. International verständlich, komfortabel durch einfache Online-Bestellmöglichkeiten und immer top-aktuell. Durch das Punktesystem geben wir einen zusätzlichen Anreiz, erhöhen die Freude daran,

regelmäßig ROWE-Produkte zu nutzen, verbessern unsere Schlagkraft im Marketing und schaffen immer neue Querverbindungen zu unseren vielen Aktivitäten durch besondere Prämienangebote.

Das gesamte Unternehmen ROWE arbeitet nachhaltig. Das bezieht sich aber nicht nur auf die effiziente Verwendung von Ressourcen, geringen Energieverbrauch und umweltbewusstes Handeln. Es bedeutet ebenso, dass wir danach streben, Kundenkontakte zu dauerhaften Beziehungen heranreifen zu lassen, in denen jeder weiß, was er vom anderen erwarten, worauf er sich verlassen kann.

Die Menschen gewinnen, aus unseren Kunden Freunde machen – das ist für uns ein besonders schönes Ziel.

Mehr über **„ROWE friends“** erfahren Sie in der Titelstory der aktuellen Ausgabe von ROWE INSIDE. Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen und freue mich darauf, künftig noch mehr „ROWE friends“ begrüßen zu können.

Ihr

Michael Zehe

TITELTHEMEN

08 ROWE FRIENDS

Der direkte Draht zum Kunden



30 ZWISCHEN BANGEN UND JUBEL

ROWE RACING mit einem spannenden Start in die Rennsaison 2016

24 EIN DREHTAG IN DORTMUND BEI JP KRAEMER

Das ROWE-Team live dabei

29 GEMEINSAM ARBEITEN – GEMEINSAM FEIERN

Spaß für Groß und Klein beim ROWE Sommerfest



34 DER JÜNGSTE SPROSS DER ROWE-FAMILIE

Rumänien – ein Markt mit Zukunft

SCHWERPUNKTE

14 DAS PASST BIS INS KLEINSTE DETAIL

Qualitätssicherung von A bis Z

STANDARDS

03 VORWORT

04 IMPRESSUM

06 BILDER DES JAHRES

20 VERANSTALTUNGEN

26 NACHGEHAKT

34 SCHON GEWUSST?

38 SPORT

40 SCHWARZES BRETT

42 KULTUR



EXTRA

12 ANSPRECHPARTNER UND PROBLEMLÖSER SEIN – DAS IST MIR WICHTIG.

Versandleiter Jürgen Wolf arbeitet an der Schnittstelle zum Kunden



18 QUALITÄT IST EIN DYNAMISCHER PROZESS

Der Markt fordert – ROWE liefert

23 LESERQUIZ

HERAUSGEBER UND VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT:

ROWE MINERALÖLWERK GMBH

Langgewann 101 • D-67547 Worms • info@rowe.com.de • www.rowe.com.de • Telefon +49 6241/5906-0 • Fax +49 6241/5906-999

KONZEPTION ROWE MARKETING GMBH • **PRODUKTION**

flyeralarm GmbH, Alfred-Nobel-Str. 18, 97080 Würzburg

GESTALTUNG ROWE MARKETING GMBH • **GESCHÄFTSFÜHRER** Michael Zehe • **DRUCKAUFLAGE** 4.000

BILDNACHWEISE

Seite 2-3: ROWE Archiv **Seite 4-5:** ROWE Archiv **Seite 6-7:** Gruppe C Motorsport Verlag GmbH **Seite 8-11:** ROWE Archiv/ Gruppe C Motorsport Verlag GmbH **Seite 12-13:** ROWE Archiv **Seite 14-17:** ROWE Archiv **Seite 20-21:** ROWE Archiv/Messe Frankfurt Venue GmbH **Seite 22:** Messe Frankfurt Venue GmbH **Seite 23:** ROWE Archiv/Gruppe C Motorsport Verlag GmbH **Seite 24-25:** ROWE Archiv/Gruppe C Motorsport Verlag GmbH **Seite 26-28:** ROWE Archiv **Seite 29:** ROWE Archiv **Seite 30-33:** Gruppe C Motorsport Verlag GmbH **Seite 34-35:** ROWE Archiv **Seite 36-37:** ROWE Archiv **Seite 38:** Marco Müller **Seite 39:** Ingo Kutsche **Seite 40-41:** Gruppe C Motorsport Verlag GmbH/ Max Bross **Seite 42-43:** Thomas Häfner



14

DAS PASST BIS INS KLEINSTE DETAIL



24

Ein Drehtag in Dortmund bei JP Kraemer



30

ZWISCHEN BANGEN UND JUBEL



ROWE RACING erfolgreich bei der Blancpain Endurance Serie 2016. Impressionen aus Misano, Monza, Brands Hatch und Silverstone.





Der BMW M6 GT3 #23 von ROWE RACING wurde mit Platz 5 bester BMW beim 44. ADAC Zürich 24h-Rennen auf dem Nürburgring.



ROWE®

JETZT DIREKT AM KUNDEN

Das kürzlich gestartete Punktesystem „ROWE friends“ erschließt neue Wege für Kundenbindung und Produktmarketing. Emotional, einfach und verständlich.

Produkte im Internet zu bestellen, ist heute so alltäglich wie Essen und Trinken. Aus der modernen Lebenswelt der Verbraucher ist das Online-Shopping nicht mehr wegzudenken – ebenso wenig wie die verschiedenen sozialen Netzwerke.

Diesen Marketing- und Vertriebskanal zu stärken, ist deshalb auch für einen Schmierstoffhersteller unverzichtbar. Mit diesem Medium kann das breit gefächerte Angebot an Spezialprodukten endkundengerecht, übersichtlich und immer aktuell präsentiert werden.

Mit dem Punktesystem „ROWE friends“ startete am 1. April ein neues Online-Vertriebskonzept. Dabei ist „ROWE friends“ nicht nur irgendein Name, sondern durchaus als Programm zu verstehen. Es geht um die direkte Endverbraucheransprache, darum, Kunden zu dauerhaften „Freunden“ von ROWE und seinen Produkten zu machen. Dieses emotionale Element kommt nicht von

ungefähr. Denn auch in vielen anderen Bereichen tritt ROWE nicht nur als Produzent hochwertiger Schmierstoffe auf, sondern verbindet Menschen bei Sport und Kultur. Außerdem erschließt sich der Name „ROWE friends“ einem deutschen Konsumenten genauso selbstverständlich wie den vielen ausländischen Kunden, die gern ROWE-Produkte erwerben möchten.

Emotionalität, internationale Präsenz, Kundenbindung und eine Steigerung des Bekanntheitsgrades der Marke ROWE werden auf diese Weise optimal verbunden. Von dem neuen Marketing-Tool profitieren in hohem Maße auch die ROWE-Händler, die sich daran beteiligen und dem Kunden bei jedem Einkauf Prämienpunkte gutschreiben. Die autorisierten Händler werben vor Ort mit dem System „ROWE friends“.

Zusätzlicher Vorteil für die ROWE-Händler: Mit Start von „ROWE friends“ wird das Marketing beispielsweise über Anzeigen in Zeitungen oder Werbung bei Großveranstaltungen wie am Nürburgring deutlich verstärkt.

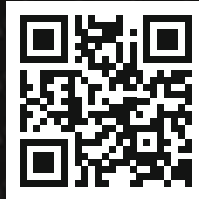


Online einkaufen und Punkte sammeln



„Werde
auch Du jetzt
„ROWE friend“ und
sammle Punkte
für ein exklusives
Treffen mit
mir.“

ROWE[®]
friends.de



Zur Anmeldung oder für
weitere Informationen, besuch
uns unter www.rowefriends.de



Wie funktioniert „ROWE friends“?

Endkunden, die sich als „ROWE friends“ registrieren, erhalten bei jeder Bestellung Punkte gutgeschrieben. Für jeden umgesetzten Euro gibt es einen Punkt. Die Auswahl ist denkbar einfach: Alle Produkte sind bildhaft dargestellt. Ein Klick genügt und der Online-Kunde kann sich die Produktbeschreibung ansehen oder bei Interesse auf die ausführliche Produktinformation und das Sicherheitsdatenblatt direkt zugreifen. Gleichzeitig wird optisch dargestellt, dass das gewünschte Produkt „auf Lager“ ist. Durch den hohen Qualitätsstandard sind jedoch alle unter „ROWE friends“ gelisteten Produkte ständig verfügbar. Bei der Auswahl eines Produktes wird dies – wie in Online-Shops üblich – in den Warenkorb gelegt. Ist der „Einkauf“ komplett, geht es zur Kasse. Angeboten werden bei „ROWE friends“ ausschließlich endkundengerechte Kleingebinde in den Größe 1 und 5 Liter.

Für den privaten Bedarf ist die Bestellung ab einer Dose, Flasche oder einem Kanister möglich. Der Versand erfolgt über einen professionellen Dienstleister, der den kompletten Service – bis zur Nachverfolgung der Lieferung – anbietet.

Sammeln macht Spaß

Nach dem Bestellen kommt der nächste interessante Teil für die ROWE-Freunde – das Punktesammeln. Hat er eine gewisse Anzahl an Punkten erreicht, kann der Kunde diese gegen attraktive Prämien eintauschen oder gleich wieder als Zahlungsmittel für die nächste Bestellung verwenden.

Auch eine Zuzahlung zu den bereits gesammelten Punkten ist natürlich jederzeit möglich, um eine besonders attraktive und exklusive Prämien zu bekommen.

Als Prämien steht eine spannende Auswahl zur Verfügung, die für



*Prämienbeispiele



ROWE RACING
Strickmütze

7500
PUNKTE



**Taxifahrt auf einer Rennstrecke

800
PUNKTE

ROWE
RACING
FLEECE-
ZIPPER



* weitere Produkte und mehr Details zu den jeweiligen Prämien findest Du in unserem Prämienkatalog auf: www.rowefriends.de

**Fahrzeug und Rennstrecke können jeweils abweichen. Begrenzt möglich, mehr unter: www.rowefriends.de

jeden ROWE-Kunden etwas Besonderes zu bieten hat – z. B. eine „Taxifahrt“ auf einer Rennstrecke, hochwertige ROWE RACING-Fanbekleidung, Apple-Produkte (iPhone, iPod, iPad) oder sogar ein „Meet and Greet“ mit JP Kraemer.



Projekt wird weiter ausgefeilt

Nach dem Start gibt es bereits die ersten Ideen und Pläne, wie „ROWE friends“ noch optimiert werden kann. Zunächst wird die Online-Werbung richtig anlaufen. Auch in anderen Bereichen – wie beim Rennsport oder von ROWE unterstützte Veranstaltungen und Händler-Events – steht Werbematerial für „ROWE friends“ zur Verfügung.

Vernetzung hat sich schon bewährt

„Schon nach kurzer Zeit interessierten sich etliche Kunden für das neue Angebot, obwohl das Online-Marketing noch gar nicht voll angelaufen war“, freut sich Markus Bayer, Verkaufsleiter Handel/Vertrieb bei ROWE. Ein hervorragendes Beispiel, wie gut die Vernetzung der modernen Medien in der Praxis funktioniert und wie wichtig sie für den Erfolg eines solchen Projekts ist. Hier wurden kurzerhand unter allen „ROWE friends“ zwei Wochenendtickets zum weltberühmten Rennen in der „Grünen Hölle“ verlost. Grund genug für das Marketing-Team, genau in dieser Richtung weiterzuarbeiten.

Online soll die Optik noch besser gestaltet werden. Neue Prämien ergänzen künftig das Angebot und die Top-Produkte können saisonal hervorgehoben werden. Ziel der weiteren Arbeit am Projekt ist, die Steigerung des Kundennutzens und damit eine noch engere Bindung der Endverbraucher an ROWE und seine Handelspartner.

ROWE RACING Regenjacke



1.300
PUNKTE



300
PUNKTE
ROWE
RACING
T-Shirt



1990
PUNKTE
AB

VLN-Rennen mit ROWE
LOUNGE TICKET



Er hat die Verantwortung über das Ende der Kette, aber damit über eine ganz entscheidende Schnittstelle zum Kunden: Versandleiter Jürgen Wolf



ANSPRECHPARTNER & PROBLEMLÖSER SEIN

~ das ist mir wichtig. 

Eigentlich kam Jürgen Wolf als gelernter Isolierspengler mit Meisterabschluss eher „über Umwege“ zum Logistikbereich, wie er es selbst beschreibt. Doch heute, nach bereits 13 Jahren im Unternehmen ROWE, erledigt er seine Arbeit immer noch mit großer Begeisterung. *„Die Logistik, bzw. der Versand stehen am Ende einer langen Kette der Produktion, doch wenn wir Fehler machen, schlägt das auf alle anderen Bereiche zurück“*, sagt Wolf.

Denn er sorgt mit seinen Mitarbeitern dafür, dass die vom Kunden bestellte Ware auch tatsächlich wie vorgesehen auf dem Lkw oder im Container landet. Kommissionieren, berechnen, wie viel Ware auf einen Lkw geladen werden kann, Verladen, Kontrolle der Ladungssicherung und Ladepapiere – all diese Aufgaben fallen in Wolfs Bereich. Dazu kommt noch die Überwachung des Wareneingangs von Additiven und Zusatzstoffen für die Schmierstoffproduktion. Letztlich geht alles, was durch das Lager muss über seinen Tisch, außer der losen Ware, die direkt über die Tanks umgeschlagen wird.

Teamwork muss stimmen

Dabei ist er überhaupt nicht der typische „Schreibtisch-Täter“. *„Sicher, heutzutage läuft alles über den Computer“*, erzählt er. Seit dem Umzug der Logistik-Abteilung 2014 nach Worms wurde ein durchgängiges Scannersystem eingeführt. Auf Basis einer sogenannten „chaotischen Lagerung“ spart das nicht nur viel Zeit, sondern hat auch die Sicherheit deutlich erhöht. *„Entsprechend der Barcodes auf der Ladeliste kann der Staplerfahrer schnell die jeweilige Ware im Lager finden. Suchen oder umständliches Einsortieren in die Hochregale entfällt“*, beschreibt Wolf das Prinzip. Zusätzlich wird nach Beladung ein Kontroll-Scann durchgeführt, um zu prüfen, ob tatsächlich alles auf dem Lkw ist, was auf der Ladeliste stand. *„Damit“*, sagt Wolf stolz, *„ist die Fehlerquote auf ein absolutes Minimum gesunken.“*

Und Fehler bei der Beladung können richtige Probleme verursachen. Wenn die Ware in Übersee ankommt und nicht der Bestellung entspricht, wird vom Kunden reklamiert. *„Das ist nicht nur ärgerlich, sondern kostet Geld und geht zu Lasten unseres guten Rufes als zuverlässiger Industriepartner“*, gibt Wolf zu bedenken.

Auch eine ganze Reihe an Besonderheiten muss beachtet werden. Der Logistik-Profi kennt aus seiner Berufspraxis dafür etliche Beispiele: *„Es gibt Fahrer, die es mit der Ladungssicherung nicht so genau nehmen. Ausreden wie „Ich fahre doch nicht weit.“ oder „Wenn ich langsam unterwegs bin, geht das schon.“ kommen ab und an vor. Aber wir als verantwortliche Verloader sorgen dafür, dass jeder Lkw den Vorschriften entsprechend unser Werk*

verlässt. Sonst bekommt der Fahrer keine Papiere von uns und kann nicht ausfahren. Beim grenzüberschreitenden Verkehr werden die Achslasten gemessen. Für den Export per Lkw ist es also nicht nur wichtig, dass der Lkw insgesamt nicht überladen und alles vorschriftsmäßig gesichert ist. Das Gewicht der Ladung muss so verteilt sein, dass die zulässigen Achslasten nicht überschritten werden.“

Bei besonderen Fällen wird die Beladung vor Ausfuhr sogar fotografiert, um bei eventuellen Reklamationen einen Nachweis zu haben.

Damit alles reibungslos läuft, muss sich Wolf voll auf seine Mitarbeiter verlassen können. *„Je besser wir als Team funktionieren, umso weniger Fehler treten auf“*, sagt er. Dabei ist es für ihn immer ein gutes Gefühl, für alle Ansprechpartner zu sein, die Prozesse mit zu steuern und die Probleme zu lösen – ob für die Kollegen aus der Produktion, für die Verkäufer mit besonderen Kundenwünschen oder für sein eigenes Team.

Besonders spannend: Just in time

In der Regel werden die Lkw nach Eingang der Bestellung vorkonfektioniert. Kommt dann das Fahrzeug, geht die Beladung schnell und das vorgesehene Zeitfenster kann eingehalten werden.

Allerdings gibt es auch Aufträge, die unmittelbar aus der Produktion direkt versendet werden sollen. Dann ist eine reibungslose Abstimmung der Abteilungen untereinander besonders wichtig. Der Fahrer kann nicht warten und die Produktion muss auf den Punkt liefern. In solchen Fällen steigt Jürgen Wolf auch mal selbst auf den Stapler. Denn er hat dafür nicht nur einen Führerschein, sondern ist auch Stapler-Beauftragter im Unternehmen, führt die Schulungen der Mitarbeiter durch und ist berechtigt Stapler-Führerscheine auszustellen – sogar europaweit, wie er mit einem Schmunzeln betont.

Ballsportler, Opa und Harley-Fan

Seine Verbundenheit mit dem Unternehmen hat Wolf bereits mit Erfolg auf die ältere seiner beiden Töchter übertragen. Sie hat inzwischen bei ROWE angefangen und ihre Lehre erfolgreich abgeschlossen. Der begeisterte Badminton-Spieler und Hundesportler mit Trainerlizenz kann sich auch in seiner Freizeit nicht über Langeweile beklagen. Das jüngste Hobby des 54-Jährigen ist sein Enkelkind und wenn er mal richtig durchatmen will, setzt er sich auf seine Harley-Davidson und genießt im Kreise seiner Motorradfreunde einfach nur das gute Gefühl von Freiheit. „Im Team“, weiß Wolf, „macht nicht nur das Arbeiten am meisten Spaß.“

Passt bis ins KLEINSTE DETAIL

Alles beginnt mit dem Auftrag. Hat der Kunde bestellt, setzt sich das Räderwerk der Produktion in Bewegung. Doch bis zur Verladung auf den Kunden-Lkw ist es noch ein langer Weg.

Zunächst müssen die erforderlichen Gebinde bereitgestellt werden. Die kleineren Größen – von der 1-Liter-Flasche bis zum 5-Liter-Kanister – produziert die PALBO GmbH. Die 2010 gegründete Tochterfirma von ROWE stellt im Blasformverfahren auf modernsten Anlagen hochwertige Behälter her. Damit ist nicht nur der Inhalt, sondern auch seine Hülle von geprüfter Qualität.

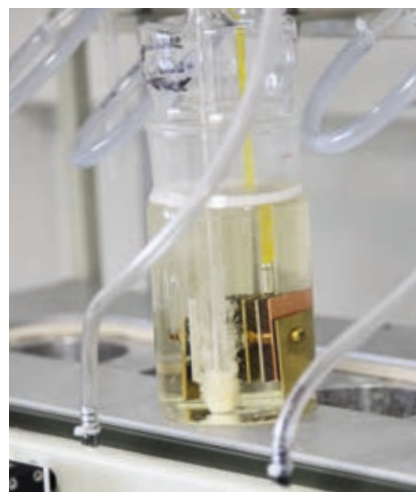
Größere Kanister, Fässer oder IBC (Intermediate Bulk Container) bezieht ROWE von umliegenden Herstellern aus der Region. Langjährige Partnerschaften sichern auch hier eine besondere Produktgüte.

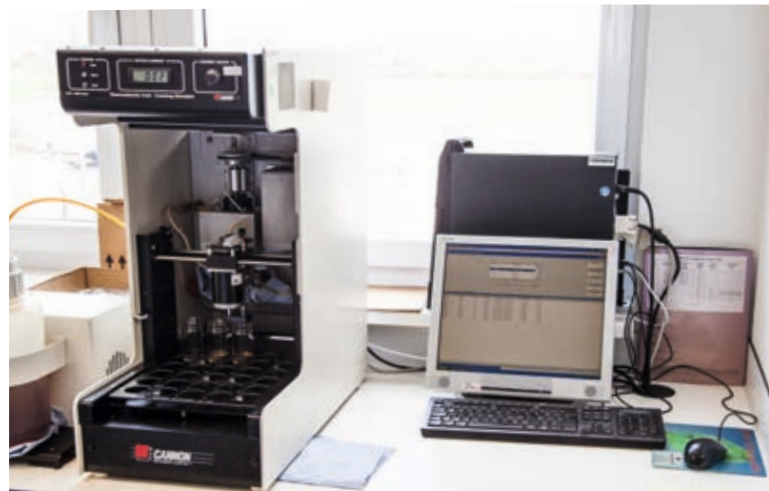
Die Kleingebinde und Fässer werden gleich im benötigten Outfit geliefert. Entweder im blauen ROWE-Design, neutral oder mit dem Privat Label des jeweiligen Kunden.

Im Bubenheimer Büro der Disponenten Joachim Ihrig und Astrid Böss läuft alles zusammen. *„Sie sind ein ganz wichtiger Dreh- und Angelpunkt. Sie sind dafür verantwortlich, dass alle Gebinde und Kartonagen rechtzeitig in ausreichender Menge am richtigen Ort sind. Das alles müssen sie in enger Abstimmung mit der Produktion in Worms und Bubenheim planen, ordnen und organisieren, damit die Abfüllung ohne Stocken laufen kann“*, berichtet Ibrahim Celiktepe.

Dabei gibt es bei ROWE eine klare Trennung: Alle Schmierstoffe wie Getriebe-, Motoren- und Hydrauliköle sowie Fette und Bioschmierstoffe oder AdBlue werden am neuen Produktionsstandort in Worms abgefüllt. Industrieöle, Kühler- und Scheibenfrostschutz, Bremsflüssigkeiten und Pflegeprodukte gelangen in Bubenheim in ihre Endverpackungen.

In Worms stehen dafür 33 Mischkessel und 12 hochmoderne Abfüllanlagen zur Verfügung. Um eine sichere, vermischungsfreie Produkttrennung zu gewährleisten, sind alle Mischkessel mit eigenen Anschlüssen und Leitungen versehen. Viele Kilometer Rohre kommen da zusammen. *„Doch für die Qualitätssicherung hat sich dieses Anlagenkonzept*





Qualitätssicherung auf höchstem Niveau, optimale und schlanke Abläufe, kurze Lieferzeiten, hohe Sortimentsvielfalt für jeden Kundenwunsch – die ROWE-Produktion funktioniert nach exakt festgelegten Strukturen. Vom Gebinde bis zum Versand – ein kleiner Einblick in hochkomplexe Abläufe.







bestens bewährt“, sagt Sebastian Schrod.

Liegen die Aufträge vor, bestellen die Maschinenführer für die Abfüllanlage alles, was benötigt wird. Dazu gehört neben den Gebinden beispielsweise das Material für die Umverpackungen und die Etiketten.

Bevor der eigentliche Abfüllvorgang beginnen kann, muss die Anlage gespült und auf die Produktion vorbereitet werden. Dann wird eine Produktprobe gezogen und unmittelbar im Labor getestet. Hierbei werden grundlegende Eigenschaften geprüft, die für die Qualität des Produktes entscheidend sind. Nach kurzer Zeit ist die Produktionsvorbereitung erledigt. Dann, also erst nach erfolgter Freigabe, kann das Abfüllen starten.

„Zuvor wurde bereits im Mischbereich eine Probe gezogen, die mit dem Labortest aus der Abfüllanlage verglichen werden kann. Damit haben wir immer zwei, sogenannte Rückstell-Proben der Charge, die identisch sein müssen und bei eventuellen Kundenreklamationen als Qualitätsnachweis dienen können“, so Celiktepe.

Die Gebinde werden zunächst vom Vorratstisch auf die Abfüllanlage gebracht. Anschließend erfolgt die eigentliche Befüllung entsprechend der eingestellten Parameter und im nächsten Schritt die automatische Verschraubung der Flaschen. Die nächste Station ist die Etikettierung. Dabei erhalten die Gebinde auch einen Aufdruck mit dem Produktions- und Mindesthaltbarkeitsdatum sowie einer Batch-Nummer, über diese Produktqualität lückenlos nachvollziehbar ist. *„Über die Batch lässt sich jedes Produkt eindeutig den Rückstellproben zuordnen. Diese durchgängige Verfolgbarkeit des Produktes ist ein wesentlicher Bestandteil der ROWE-Qualitätssicherung“,* schildert Celiktepe.

Die zuständigen Produktionsmitarbeiter setzen die fertigen Gebinde dann in Kartons. Auch hier erfolgt noch eine Sichtkontrolle. Jeder Karton wird zusätzlich mit einer Nummer abgestempelt und mit der Artikelbezeichnung der Artikelnummer sowie der Inhaltsangabe versehen.

Ein automatischer Absetzer stellt die Kartons auf Paletten. Das Packschema kann dabei nach Kundenwunsch variieren. Über automatische Rollbahnen fahren die Paletten zum sogenannten Wickler. Dieser ummantelt die gesamte beladene Palette mit einer Folie, sodass die Ware rutschfest auf die Reise gehen kann.

Als letztes werden die versandfertigen Verpackungen gescannt und mit dem Stapler zur Übergabefläche gebracht. Vor hier aus erfolgt entweder die direkte Verladung auf einen Lkw des Kunden oder die Bereitstellung für den späteren Versand im Lager.

QUALITÄT IST EIN *dynamischer* PROZESS

Ein Motorenöl muss den Spezifikationen der Automobilhersteller entsprechen.
Doch diese Anforderungen verändern sich fortlaufend.
Für die Qualitätssicherung bei ROWE eine zentrale Herausforderung.



*OEM: Original Equipment
Manufacturer,

**ACEA: Association des
Constructeurs Européens
d'Automobiles, der europäische
Automobilherstellerverband

ACEA

Nur ein Motorenöl, das die Freigaben der Automobilhersteller (OEM*) hat, kann im Markt verkauft werden. Das heißt einerseits, die Entwicklung der Hersteller-Spezifikationen ständig im Auge zu behalten und andererseits, die Produkte stets entsprechend dieser Anforderungen weiterzuentwickeln. Ein komplexer Prozess, bei dem verschiedene Abteilungen von ROWE Hand in Hand arbeiten und der auch erhebliche Mittel im Unternehmen beansprucht.

Junior-Produktmanager Nils Mayer erklärt die Grundlagen: „Die ACEA, der Verband der europäischen Automobilhersteller**, definiert anhand der europäischen Anforderungen die Qualität von Motorenölen. Die Bezeichnungen der ACEA-Spezifikationen beschreiben die Eignung für eine bestimmte Motorart bzw. Abgasnachbehandlung. Dafür stehen die Buchstaben A, B, C und E. Hinzu kommt eine Zahl, mit der die Leistung des Öls charakterisiert wird. So entspricht beispielsweise A3/B3 anderen Anforderungen als A1/B1. Regelmäßig veröffentlicht ACEA die neuen „ACEA European Oil Sequences“, mit den aktuellen Updates der Spezifikationen. Im Juli erscheinen die „ACEA Öl Sequenzen 2016“. Ein Öl, das diesen Spezifikationen entspricht, kann dann in allen Motoren der Automobilhersteller eingesetzt werden, welche diese ACEA-Spezifikation erfordern.“

Sind die neuen Spezifikationen da, wird geprüft, ob die bestehenden Öle den neuen Anforderungen weiter entsprechen. Falls nicht, müssen die Formulierungen angepasst oder komplett neue Produkte entwickelt werden. Der große Vorteil der ACEA-Spezifikationen besteht für die Schmierstoffhersteller in der Tatsache, dass ein Motorenöl, das diesen entspricht und die erforderlichen Tests durchlaufen hat, für Aggregate unterschiedlicher Fahrzeughersteller verwendet werden kann. Die Entwicklungskosten verteilen sich dann automatisch auf eine größere Produktionsmenge. Denn bei jeder Neuentwicklung müssen etliche Tests absolviert werden, ehe ein Öl mit den entsprechenden Spezifikationen ausgelobt und auf dem Markt verkauft werden kann. Dabei können schnell mehrere hunderttausend Euro zusammenkommen.

OEMS CONTRA ACEA?

Die ACEA-Spezifikationen beruhen, wie schon der Name verdeutlicht, auf einem Abstimmungsprozess der OEMs. Und der braucht seine Zeit. Die Rahmenbedingungen, denen die Automobilindustrie unterliegt, werden indes immer schnelllebig, die Emissionsgrenzwerte sinken und der Kostendruck steigt. Um gleichzeitig den gesetzlichen Vorgaben zu genügen und im Wettbewerb konkurrenzfähig zu bleiben, schöpft die Autoindustrie alle Möglichkeiten aus – Stichwort Downsizing. Durch die Notwendigkeit, kleine Motoren mit hoher Leistung und hoher Effizienz zu bauen, ist der Schmierstoff als echtes Konstruktionselement in den vergangenen Jahren immer stärker in den Fokus geraten. Eine geringere Menge Öl soll deutlich mehr leisten. Die Anforderungen sind demzufolge erheblich gestiegen.

Das zeigt sich unter anderem darin, dass verschiedene Automobilhersteller neben den allgemeinen ACEA-Standards eigene Motoröl-Spezifikationen entwickelt haben und den Öl-Herstellern nur nach erfolgreichem Durchlaufen dieser speziellen Tests eine sogenannte Hersteller-Freigabe für das geprüfte Motoröl erteilen. Allein in Europa gibt es nach Brancheneinschätzung 17 neue Motorentests, die sämtlich gegenüber den bisherigen verschärft wurden.

„Das ist für uns eine echte Herausforderung“, sagt Mayer. „Denn während viele ausländische Hersteller für ihre Motoren Motorenöle gemäß der ACEA Spezifikationen fordern, sind wir gerade bei maßgeblichen deutschen, aber auch europäischen OEMs mit hauseigenen Spezifikationen und Testanforderungen konfrontiert.“ Dann ist häufig die Entwicklungsabteilung gefordert. Die Komplexität und die Kosten nehmen hier weiter zu. Forschung und Produktformulierung spielen bei ROWE deshalb eine immer wichtigere Rolle und sind grundlegender Bestandteil der Qualitätssicherung und der Wettbewerbsfähigkeit.

„Made in Germany“ EIN STARKES ARGUMENT

Interessante Gespräche, Fachbesucher aus vielen Ländern, neue Kontakte und eine hohe Messequalität – die Automechanika in Dubai war für ROWE ein voller Erfolg.

Schon Monate vorher begann die Planung für die Automechanika Dubai. Und der Aufwand lohnte sich. Vor dem beeindruckenden Großbild eines der für ROWE RACING fahrenden BMW M6 GT3 begrüßte das ROWE-Messteam vom 8. bis 10. Mai Fachbesucher aus den Golfstaaten, Westasien, Osteuropa, der GUS und Nordafrika.

Die 200 Visitenkarten, die ROWE-Export Manager Mohamad Hamdoun mit nach Dubai genommen hatte, waren am Ende komplett aufgebraucht. Er und seine beiden Kollegen, Jennifer Molzan und Nicolai Sablowski, hatten ein volles Programm. Sie waren nicht nur neun Stunden täglich auf der Messe präsent, sondern auch abends mit ihren Kunden und Partnern unterwegs. *„Persönliche Kontakte lassen sich nicht in wenigen Minuten Messegespräch aufbauen. Und der Wunsch, einander besser kennenzulernen, war auf beiden*

Seiten groß“, berichtet Hamdoun.

Die Liste der Nationalitäten, die sich am ROWE-Stand die sprichwörtliche Klinke in die Hand gaben, wurde in den drei Messetagen immer länger:

Besucher aus Kuwait, Bahrain, Saudi-Arabien, Katar, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Oman, die alle zu den sogenannten GCC

Countries – oder Golfstaaten – zählen ebenso dazu, wie Gäste aus Syrien, Irak, Iran, Ägypten, Marokko und Algerien.

In all diesen Ländern steht „Made in Germany“ hoch im Kurs. *„Es ist ein Synonym für hohe Qualität und verlässliche Partnerschaften“*, sagt Hamdoun,

der sich mit den Erwartungen und Vorstellungen der Menschen in dieser

Region bestens auskennt.

Ein besonderer Höhepunkt für das ROWE-Team war gleich zu Messebeginn der Besuch des Vorsitzenden des Vorstands und Geschäftsführers der Roads and Transport Authority in Dubai, Mattar Al Tayer, am Stand.



ROWE ist in Dubai inzwischen kein Unbekannter mehr – ein Ergebnis langjähriger, kontinuierlicher Arbeit. So konnte der Wirtschaftsraum Stück für Stück erschlossen werden und das Interesse an dem Wormser Schmierstoffspezialisten wuchs ebenso kontinuierlich, wie die guten Geschäftskontakte zu vielen wichtigen Partnern. Darunter sind Händler, die sich auf Autoersatzteile spezialisiert haben und zu ihrem Sortiment passende Produkte suchen ebenso wie Ölhändler, die nach neuen Partnern Ausschau halten und Kooperationen mit deutschen Unternehmen anstreben. Hinzu kommen Investoren, die sich neue Branchen erschließen wollen.

Ein besonders spannender Kundenkreis sind große Unternehmen, beispielsweise im Transportbereich. „Ein solcher Logistiker ist teilweise mit über 1.000 Lastkraftwagen unterwegs, hat also einen enormen Eigenbedarf“, beschreibt Hamdoun diese Zielgruppe und erklärt eine weitere Besonderheit. „Hinzu kommt, dass in diesen Ländern vieles in großen Familienclans organisiert ist. Neben dem Eigenbedarf sehen die Firmenchefs immer auch die Möglichkeit, Produkte in den Unternehmen ihrer Angehörigen zu vermarkten und damit eine neue Business-Unit aufzubauen. Wer da einmal den Fuß in der Tür hat, kann sich ein großes Absatzvolumen aufbauen. Unsere Geschäftspartner suchen dabei immer den direkten Kontakt. Sie wollen ihren



Lieferanten persönlich kennen und nicht aus zweiter Hand versorgt werden.“

Deshalb stellte ROWE in Dubai auch sein gesamtes Sortiment vor: die komplette Automotive-Palette, Industrieöle, Fette, Getriebeöle, aber auch Spezialprodukte für Agrar- und Baumaschinen, Bioschmierstoffe, die neue HIGHTEC ANTIFREEZE-Serie und AdBlue.

Der Aufwand hat sich gelohnt, denn die Qualität der Fachbesucher war noch einmal deutlich besser, als in den Vorjahren. Das führt Mohamad Hamdoun auch auf die neue Messe-Struktur der Automechanika Dubai zurück: „Im vergangenen Jahr waren noch alle deutschen Firmen in einer Halle konzentriert. 2016 wurde das nach Sparten getrennt. In einer Halle waren schwerpunktmäßig Ölanbieter zu finden, in der anderen konzentrierte sich das Spektrum auf Autoteile. So konnten sich die Besucher ganz gezielt orientieren. Unsere Gäste waren also keine Zufallskunden, sondern suchten speziell nach Schmierstoff-Kontakten.“

Auf diese Weise ließ sich auch recht gut beurteilen, wer in diesem Markt eine Rolle spielt und wie die Unternehmen im Wettbewerb aufgestellt sind. Für Hamdoun ist klar: „ROWE und Dubai – das gehört zusammen!“ 2016 konnte ROWE seine Marktpräsenz in der Region schon wieder deutlich ausbauen. „Zur nächsten Automechanika Dubai sind wir auf jeden Fall dabei“, sagt Hamdoun.



ROWE in Mexiko

Auf der Automechanika in Mexico City zeigte ROWE Flagge in einem spannenden Wachstumsmarkt

Die INA PAACE Automechanika in Mexico City gilt als wichtige internationale Fachmesse für die Automobilindustrie in Lateinamerika. Mehr als 500 Aussteller aus der ganzen Welt trafen sich hier im PANAMEX Center mit über 20.000 Entscheidungsträgern und Fachbesuchern. Mit dabei der deutsche Schmierstoffspezialist ROWE. Die drei vom ROWE-Team, Jennifer Molzan, Michael Matias und Jorge Bekris (Sales Manager Lateinamerika), hatten vom 13. bis 15. April alle Hände voll zu tun, die vielen Besucher zu beraten. „Dabei waren Distributoren, Mechaniker, Werkstättenbetreiber und zahlreiche Endkonsumenten“, erinnert sich Matias. Gerade die Endkunden waren für ROWE in Mexiko eine interessante Klientel, um den lateinamerikanischen Markt weiter auszubauen. Der Messeschwerpunkt lag hier besonders auf dem Automotive Aftermarket. „Die Mexikaner waren sehr an deutschen Produkten interessiert. Es gab viele und lange Informationsgespräche

am Stand. Besonders hervorzuheben ist das Interesse an unseren „Spezialitäten“, wie den Automatikgetriebeölen“, erzählt Matias. Auch das lateinamerikanische Flair kam auf der Messe nicht zu kurz. Am ersten Tag lief eine Mariachi-Band durch das Gelände und verbreitete über den gesamten Tag Schwung und Lebensfreude. „In einer solchen Atmosphäre lassen sich Kundenkontakte noch besser knüpfen“, lacht Matias. Er ist sich sicher: Latein- und Südamerika ist ein großer Zukunftsmarkt. Allein bei einem Blick auf die Einwohnerzahl von über 570 Millionen Menschen wird klar, welches Potential in dieser Region steckt. Der Fokus für ROWE liegt dabei vor allem auf Mexiko und Brasilien. Auch im kommenden Jahr wird in Mexiko eine solche Messe durchgeführt werden. Ob es wieder die Automechanika sein wird, ist noch nicht sicher. ROWE aber wird auf jeden Fall wieder die Gelegenheit nutzen, einen direkten Draht zu neuen Partnern zu finden.

ROWE bei der Premiere zur Automechanika Jeddah

Mit 150 internationalen Ausstellern war die 2016 erstmals veranstaltete Automechanika Jeddah bestens ausgebucht. Vom 26. bis 28. Januar zeigte auch ROWE sein Sortiment auf der speziell auf den automobilen Aftermarket ausgerichteten Fachmesse in Saudi-Arabien. ROWE war eine der ersten Firmen aus Deutschland, die sich zur Teilnahme an der Messe entschlossen. Belohnt wurde dies durch einen sehr erfolgreichen Messeauftritt mit zahlreichen neuen Kontakten zu saudischen Unternehmen. „Aufgrund der guten Resonanz werden wir sicher auch bei der nächsten Automechanika Jeddah mit einem Stand vertreten sein“, resümiert Exportmanager Mohamad Hamdoun.



RATEN UND GEWINNEN

„Schon gewusst“ einmal anders und mit einem kleinen Augenzwinkern. Testen Sie Ihre Kenntnisse und trainieren Sie Ihre Aufmerksamkeit. Viel Spaß dabei wünscht Ihnen die ROWE INSIDE-Redaktion.

► Was versteckt sich hinter den vier Buchstaben ACEA?

- A** Eine bekannte Rockband;
- B** Ein Vitamin-C-haltiges Grippemedikament;
- C** Die Abkürzung für den europäischen Automobilherstellerverband.

► Was ist SAKKOH?

- A** Das Sinfonische Akkordeon Orchester Hessen;
- B** Ein Kleidungsstück für Herren;
- C** Ein Lagerbehälter für Schüttgut aus Stoff.

► Wofür steht Blancpain Endurance Series?

- A** Für ein neuartiges Reinigungsmittel;
- B** Für eine Motorsportrennserie für Fahrzeuge der Klasse GT3;
- C** Für eine Klettertour auf einen fast 5.000 Meter hohen Alpengipfel.

Senden Sie Ihre Lösung an info@rowe.marketing mit dem Betreff »INSIDE4-Gewinnspiel« und Sie haben die Chance, eine ROWE RACING Regenjacke zu gewinnen. Einsendeschluss: 30.09.2016

► Was ist AdBlue?

- A** Eine Harnstofflösung zur Abgasreinigung;
- B** Ein himmelblauer Farbstoff;
- C** Eine vokale und instrumentale Musikform aus den USA.

► Wie hoch lag 2015 der weltweite Schmierstoffbedarf?

- A** 20 Millionen Tonnen;
- B** 36 Millionen Tonnen;
- C** 42 Millionen Tonnen.



EXTRA // MAKING OF



Demnächst JP Kraemer vor Ort bei ROWE



Ein Drehtag mit dem
ROWE-Team in Dortmund
ROWE-Produkte im Test:
zwei kleine Versuche zur Ölqualität



Das Video **Welches Motorenöl**
von JP Performance GmbH auf Youtube.
Hier gehts zum Clip:



Welthandel
schwächt

Laut einer aktuellen Studie des Kreditversicherers Euler Hermes wächst der Welthandel 2016 um lediglich 2,8 Prozent und in 2017 um 3 Prozent. Das ist rund die Hälfte der Wachstumsraten von durchschnittlich 6 Prozent zwischen 2000 und 2010.

„Die geopolitischen Risiken sind weiterhin hoch“, urteilt Ludovic Subran, Chefvolkswirt bei der Euler Hermes Gruppe. Zudem gebe es eine starke Volatilität, die Rohstoffpreise seien im Keller und die Schwellenländer litten unter der „China-Grippe“. „In vielen Märkten steigt die Unsicherheit und wir erwarten aufgrund der jüngsten Entwicklungen für 2016 erstmals wieder einen Anstieg der weltweiten Unternehmenspleiten um 1 Prozent“, so Subran weiter. Schwellenländer sowie einige weitere Staaten bleiben laut Euler Hermes auch 2016 sehr anfällig für wirtschaftliche Erschütterungen. So sehen sich beispielsweise die „BRuNTS“-Länder Brasilien, Russland, Nigeria, die Türkei und Südafrika verschärften externen Finanzierungsbedingungen, Währungsabwertungen und schwierigen politischen Entscheidungen gegenüber. Ursachen dafür sind die dauerhaft niedrigen Einnahmen aus Rohstoffverkäufen, die sich abschwächende Konjunktur in China und die Geldpolitik der USA.

Herausforderungen IM GLOBALEN UMFELD

ROWE INSIDE sprach mit ROWE-Vertriebsleiter Immo Kosel über seine Erwartungen an das Schmierstoffgeschäft für 2016 und die allgemeine Marktentwicklung – Er gab ein differenziertes Bild zur Branche.

Herr Kosel, Sie haben nicht nur als Vertriebsleiter bei ROWE, sondern ebenso als Sprecher des UNITI-Schmierstoffausschusses einen guten Überblick über die Trends im Markt. Wie lautet Ihre allgemeine Einschätzung?

Immo Kosel: Seit dem Krisenjahr 2009 hat sich der Schmierstoffabsatz in Deutschland bei über einer Million Tonnen stabilisiert. Zwar ging die Nachfrage 2015 gegenüber dem Vorjahr nach den Daten des Bundesamtes für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) minimal zurück, das ändert aber generell nichts an der Größe des einheimischen Schmierstoffmarktes.

Was waren die bestimmenden Faktoren 2015?

Immo Kosel: Zum einen hängt der Schmierstoffabsatz sehr stark von der allgemeinen Wirtschaftsentwicklung ab. Das Bruttoinlandsprodukt lag nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes im Jahresdurchschnitt 2015 um 1,7 Prozent höher als im Jahr zuvor. Man muss aber auch sehen, dass trotz Wirtschaftswachstums der Schmierstoffbedarf nicht gestiegen ist, weswegen wir davon ausgehen müssen, dass der Bedarf im einheimischen Markt nicht wesentlich wachsen dürfte. Außerdem erlebten wir im vergangenen Jahr einen Preissturz an den internationalen Rohölmärkten, den

in dieser Größenordnung wohl keiner vorhergesehen hatte. Angesichts der Lage auf dem Weltmarkt wird allgemein nicht damit gerechnet, dass die Notierungen schnell wieder steigen. Wir haben nach wie vor ein Überangebot von rund zwei Millionen Barrel pro Tag und eine Deckelung der Fördermengen ist bisher nicht in Sicht. Allerdings wirken sich die Rohölnotierungen bei weitem nicht so unmittelbar auf die Schmierstoffpreise aus, wie im Mitteldestillatbereich (Heizöl, Diesel).

Kann die Schmierstoffindustrie dennoch von günstigen Ölpreisen profitieren?

Immo Kosel: Natürlich. Da gibt es verschiedene Aspekte. Für die europäischen Länder und insbesondere für die deutsche Volkswirtschaft, die ihre Energie weitgehend importieren, ist das sicher eine positive Situation. Allerdings fehlt es in den Förderländern an Einnahmen. Dort stagnieren die Investitionen in die Ölförderung ebenso wie in andere Wirtschaftszweige. Für die Schmierstoffbranche heißt ein stagnierendes Wachstum in diesen Regionen auf längere Sicht weniger Gesamtnachfrage im immer wichtiger werdenden Exportgeschäft. Bedenkt man, dass der globale Schmierstoffmarkt seit 2007 bei rund 36 Millionen Tonnen



bewegt, so kann es also schnell mal zu Einbrüchen kommen, vor allem wenn die Wachstumstreiber, wie im asiatischen und pazifischen Raum schwächeln.

Ist im Schmierstoffbereich dann überhaupt noch ein Wachstumspotenzial in Sicht?

Immo Kosel: Um das zu beantworten, muss man stärker differenzieren und die sehr unterschiedliche Dynamik in den Märkten betrachten. Auf jeden Fall stehen die Chancen im Exportgeschäft besser, als im Inland. Wobei Europa

und Nordamerika kaum Potenzial zeigen, während Indien und China weiter zulegen.

Über Jahre waren wir von zweistelligen Wachstumsraten im größten Schmierstoffmarkt der Welt verwöhnt. Wenn die chinesische Wirtschaft nun „nur noch“ um 5 Prozent zulegt, ist das dennoch ein stabiles Wachstum und für die Schmierstoffhersteller hochinteressant. Außerdem ist es spannend zu analysieren, in welchen Bereichen der Bedarf steigt und in welchen nicht. So lag er beispielsweise bei Motorenölen und den ATF, also den Automatic Transmission Fluids, höher als 2014, denn der Trend in der Automobilindustrie geht immer stärker in Richtung Automatikgetriebe. Ähnliches sehen wir bei Metallbearbeitungsölen, die 2015 von der guten wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland profitierten. Doch es gibt auch gegenläufige Trends. Wir rechnen zwar damit, dass sich die Zahl der Autos auf der Erde bis 2025 auf 1,2 Milliarden rund verdoppeln wird. Fuel Economy- und Downsizing-Effekte, sowie andere technologische Maßnahmen, mit denen die Fahrzeughersteller auf immer höhere Umweltauflagen reagieren, reduzieren gleichzeitig den Schmierstoffbedarf pro Fahrzeug. Ähnliches gilt für andere Bereiche: Der Trend zu mehr Leistung bei einer geringeren Schmierstoffmenge ist überall zu verzeichnen.

UNITI-PROGNOSE INLANDSABLIEFERUNGEN VON SCHMIERSTOFFEN FÜR DAS JAHR 2016

Sortengruppen	Ist 2015 BAFA in t	UNITI- Prognose 2016 in t	Prognose 2015 – 2016 in %
Motorenöle	283.674	298.000	5,05 %
Kompressorenöle	8.075	7.800	-3,41 %
Turbinenöle	2.592	2.100	-18,98 %
Getriebeöle - KFZ	42.896	42.000	-2,09 %
Getriebeöle - ATF	44.322	45.200	1,98 %
Getriebeöle - Industrie	30.017	28.600	-4,72 %
Hydrauliköle	118.996	117.000	-1,68 %
Elektroisolieröle	18.232	21.000	15,18 %
Maschinenöle	40.375	40.600	0,56 %
Andere Industrieöle nicht zum Schmieren	52.926	47.400	-10,44 %
Prozessöle	171.071	162.500	-5,01 %
Metallbearbeitungsöle:	66.829	69.500	4,00 %
Schmierfette	29.515	28.900	-2,08 %
Zwischensumme	909.520	910.600	0,12 %
Basisöle	146.601	145.500	-0,75 %
Extrakte aus der Schmierölraffination	8.763	9.000	2,70 %
Insgesamt	1.064.884	1.065.100	0,02 %

Quelle: UNITI

Welche rechtlichen Rahmenbedingungen waren 2015 besonders zu spüren?

Immo Kosel: Zunächst die Umsetzung der europäischen Chemikalienverordnung REACH und die Einstufung und Kennzeichnung von Chemikalien nach GHS. On top kommen noch Exportbehinderungen durch Einzelfreigaben und Einzelaudits, die manche Länder pro Lieferung verlangen. Weiterhin werden zusätzlich zu den Lieferpapieren Zertifikate von neutralen Instituten angefordert. Damit wollen sich die Länder vor schlechten Produkten schützen, üben sich aber auch in

Wirtschaftsprotektionismus, um die Wettbewerbsposition ihrer eigenen Unternehmen in ihren Ländern zu verbessern.

Bewerten Sie zusätzliche Umweltauflagen eher positiv oder negativ für die Schmierstoffhersteller?

Immo Kosel: Ich glaube, der positive Effekt überwiegt. Sicher nehmen die Füllmengen in den Fahrzeugen ab, doch es kommen neue Bereiche hinzu. Nehmen Sie die vielen neu installierten Windkraftanlagen an Land und auf hoher See. Ohne das passende Öl gäbe es keinen Windstrom. Außerdem ist der Schmierstoff für die Erfüllung der Emissionsanforderungen ein unverzichtbares Konstruktionselement geworden. Wir arbeiten ständig an neuen Formulierungen, senken die Viskositäten in allen Bereichen, entwickeln Bioschmierstoffe und Produkte auf Basis neuer Rohstoffe. Daher ist es falsch, die Mineralölbranche und insbesondere die Schmierstoffunternehmen in eine Negativ-Ecke zu schieben. Denn je besser unsere Produkte funktionieren, umso geringer ist der Schadstoffausstoß der Aggregate, in denen sie eingesetzt werden – ob Fahrzeuge oder Maschinen. Das Thema Nachhaltigkeit ist in unseren Unternehmen fest verankert und unser Marktauftritt entspricht nicht zuletzt auch dem immer stärkeren Umweltbewusstsein unserer Kunden.

Die deutsche Schmierstoffbranche wird also auch 2016 gut dastehen?

Immo Kosel: Die aktuelle UNITI-Absatzprognose geht für den inländischen Schmierstoffmarkt von einem leichten Wachstum aus. Ich glaube auch insgesamt an eine positive Entwicklung. Der Markt hat weltweit Potenzial. Ersatzbeschaffungen und ein zunehmender Bestand an Automobilen mit Automatikgetrieben sind dabei von großer Bedeutung. Zwar ist die Stimmung in der Investitionsgüterindustrie derzeit nicht rosig und auch

der globale Bedarf, beispielsweise an Hydraulikölen wird kaum zulegen. Dennoch rechne ich insgesamt mit einer stabilen oder sogar leicht steigenden Nachfrage nach Schmierstoffen. Das ist eine gute Ausgangsposition für die deutschen Hersteller, selbst wenn das Plus nicht groß ausfällt. Vor allem die mittelständischen Schmierstoffunternehmen können von der Marktentwicklung profitieren und sich besonders mit hochwertigen Spezialprodukten im Wettbewerb gut behaupten. Als Risiko sehe ich vorrangig geopolitische Probleme wie Sanktionen, die unser Geschäft belasten können.

Was erwarten Sie konkret für ROWE?

Immo Kosel: Wir haben im vergangenen Jahr unsere positive Entwicklung fortgesetzt und konnten sowohl Umsatz als auch Tonnage weiter steigern. Gleichzeitig haben wir unser Engagement in den internationalen Märkten erhöht. Ein Prozess, der 2016 nahtlos weitergeführt wird. Der Exportanteil wird bei ROWE weiter steigen. Unsere Kollegen aus dem Vertrieb sind heute bereits in über 60 Ländern der Welt unterwegs. Beispielhaft stehen dafür die zahlreichen Messeauftritte rund um den Globus und die vielen Besuche ausländischer Partner. Dabei zeigt sich immer wieder: Intensive persönliche Kontakte sind das A und O erfolgreicher gemeinsamer Geschäfte und das gute menschliche Miteinander kennt keine Ländergrenzen. Mit neuen Spezialprodukten wie unseren Gasmotorenölen und der Erweiterung unserer Produktpalette um Schmierfette oder AdBlue, können wir die Nachfrage unserer inländischen und internationalen Kunden immer umfangreicher und bedarfsgerechter decken. Ich bin also sehr optimistisch, dass ROWE von den Möglichkeiten, die der Markt bietet – und da gibt es noch genug! – profitieren kann.

Vielen Dank für das Gespräch!

ENTWICKLUNG DER RAFFINERIEKAPAZITÄTEN FÜR GRUNDÖLE

Kapazität in	2009				2015			
	Group I	Group II	Group III	Gesamt	Group I	Group II	Group III	Gesamt
Western Europe	6.176.000	259.000	445.000	6.880.000	5.764.000	451.000	988.000	7.203.000
Central & Eastern Europe	6.205.000	172.000		6.377.000	4.350.500	160.700	229.000	4.740.200
Middle East	2.370.000			2.370.000	2.082.000	300.000	1.472.000	3.854.000
Africa	1.075.000			1.075.000	934.000			934.000
Gesamt	15.826.000	431.000	445.000	16.702.000	13.130.500	911.700	2.689.000	16.731.200

Angaben in metr. Tonnen, Quelle: LUBES'n'GREASES

Gemeinsam arbeiten **GEMEINSAM FEIERN**

Viel Spaß für Groß und Klein beim zweiten ROWE-Sommerfest am Standort Worms

Das diesjährige ROWE-Sommerfest stand ganz im Zeichen der Fußball-EM. Dafür hatten sich die ROWE-Azubis einiges ausgedacht. Jeder von ihnen übernahm bestimmte Aufgaben – vom Aufbau über das Catering bis zu den Erinnerungsfotos. Und da gab es einige schöne Motive: Rund 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbrachten am 18. Juni gemeinsam mit ihren Familien auf dem Wormser Firmengelände einen abwechslungsreichen Tag. Ob Torwandschießen, Fußball-Hüpfburg oder ein übergroßer Tischkicker – für jeden war etwas dabei und viele nutzten den Tag, um einfach mal unabhängig vom täglichen Arbeitsalltag mit den Kollegen zu schwatzen.

Selbst das Wetter hielt einigermaßen durch und bedachte das ROWE-Event immer wieder mit wärmenden Sonnenstrahlen. Insgesamt ein schöner Tag, der viel zu schnell zu Ende war.



Begeisterte ROWE-Läufer beim BASF FIRMENCUP



Am 8. Juni 2016 waren die ROWE-Trikots beim BASF FIRMENCUP nicht zu übersehen. Das jährlich auf dem Hockenheimring stattfindende Event ist mit über 16.000 Teilnehmern der größte Firmenlauf der Metropolregion Rhein-Neckar und zählt zu den teilnehmerstärksten Firmenläufen in Deutschland. Läufer, Inlineskater und Nordic-Walker können hier alleine oder im Firmen-Team den legendären 4,8-Kilometer langen Formel-1-Grand-Prix-Rundkurs bezwingen und anschließend gemeinsam im Fahrerlager feiern.



Blancpain GT
Series - Misano
2016. Mehr auf
Seite 32.



ROWE RACING ZWISCHEN BANGEN & JUBEL

Wetterchaos, Kollision und dann sprang der Motor nicht an ...

ROWE RACING mit dem besten BMW beim 44. ADAC Zurich 24h-Rennen auf dem Nürburgring

ROWE RACING hat beim 24-Stunden-Debüt des neuen BMW M6 GT3 auf dem Nürburgring einen sehr guten fünften Platz belegt. In einem spektakulären Rennen mit einer dreistündigen Unterbrechung wegen eines Unwetters war die #23 des Teams aus St. Ingbert mit den vier BMW Werkspiloten Dirk Werner aus Deutschland, Maxime Martin aus Belgien, Alexander Sims aus Großbritannien und Philipp Eng aus Österreich nicht nur das bestplatzierte BMW-Fahrzeug, sondern auch der beste Nicht-Mercedes. Ein möglicherweise noch besseres Resultat verhinderte ein kleines Problem nach dem Restart, als der Motor nicht ansprang und Eng dadurch viel Zeit und Plätze einbüßte. Danach lief das Auto aber bis zum Ende des Rennens fast problemlos, wodurch sich das Quartett von ROWE RACING

beim 44. ADAC Zurich 24h-Rennen noch bis auf den fünften Rang nach vorne schob.

Dagegen war für das Schwesterfahrzeug mit der #22 und dem Deutschen Klaus Graf, dem Niederländer Nicky Catsburg, dem Briten Richard Westbrook und dem Finnen Markus Palttala im Cockpit gegen 4.00 Uhr das Rennen vorzeitig beendet, nachdem Graf beim Überwinden eine heftige Kollision hatte. Das ROWE-Urgestein blieb dabei unverletzt.

Schon in der turbulenten Anfangsphase des Rennens gehörten Graf und Palttala zu den Hauptdarstellern. Doch nach gerade einmal 50 gefahrenen Minuten spülte ein heftiges Unwetter alle Pläne auf einen Schlag weg. Nach einem Wolkenbruch mit Regenmassen und Hagel rutschten dutzende Fahrzeuge hilflos über die Piste, die Strecke war stellenweise mit einer weißen Hagelschicht überzogen. GT-Renner mit mehr als 500 PS kamen auf profillosen Reifen nicht mehr die Steigungen auf der Nordschleife hoch, die Rennstrecke mutierte innerhalb weniger Sekunden zum Parkplatz. Die Rennleitung reagierte auf das Chaos mit



Ein bewegter Start ins Rennjahr 2016 und ein spannungsgeladener Saisonhöhepunkt auf dem Nürburgring

einer unvermeidlichen Rennunterbrechung, die insgesamt drei Stunden andauerte.

Klaus Graf gehörte zu den Opfern des Wolkenbruchs, als er von der Strecke gegen eine Leitplanke rutschte und das Auto leicht beschädigte. Nachdem sich das Quartett in der Nacht wieder in Reichweite der Top-10-Plätze gebracht hatte, beendete Grafs Kollision mit einem zu überrunden Fahrzeug die Aufholjagd.

Beim Neustart erwischte es BMW Werksfahrer Philipp Eng aus Österreich, der das Auto mit der #23 von Dirk Werner übernommen hatte. Weil sein Motor zunächst nicht ansprang und erst von herbei geeilten Mechanikern wieder zum Leben erweckt wurde, fiel er vom elften auf den 74. Platz zurück. ROWE RACING-Teamchef Hans-Peter Naundorf war dennoch sehr zufrieden. „Wir haben den neuen BMW M6 GT3 gleich bei seinem

ersten 24-Stunden-Rennen auf dem Nürburgring ins Ziel gebracht und waren dabei hinter vier Mercedes das beste Fahrzeug aller anderen Hersteller – und das trotz aller Widrigkeiten und obwohl wir unsere Autos an diesem Wochenende zermal auseinander- und wieder zusammengeschaubt haben. Nach dem Motto ‚Hätte, wäre, wenn‘ wäre vielleicht sogar mehr drin gewesen, wenn wir nicht das Pech beim Restart gehabt hätten. Aber so ist der Rennsport. Mein Dank gilt unserer ganzen Truppe, unseren Fahrern und unserem Partner BMW Motorsport dafür, wie





wir an diesem Wochenende zusammen gearbeitet haben.“ „Natürlich wäre es mir lieber gewesen, wenn es für uns noch etwas weiter nach vorn gegangen wäre“, betonte ROWE RACING-Pilot Maxime Martin. Jetzt will das Team hart arbeiten, damit es 2017 noch besser läuft. Das Potenzial ist beim BMW M6 GT3 in jedem Fall da.

ROWE RACING erfolgreich bei der Blancpain Endurance Serie

ROWE RACING feiert Podestplatz bei Auftakt der Blancpain Sprint Series in Misano

ROWE RACING hat bei seiner Premiere in der Blancpain Sprint Series gleich einen Podestplatz gefeiert. Die beiden BMW Werksfahrer Philipp Eng aus Österreich und Alexander Sims aus Großbritannien fuhren beim Saisonstart in Misano im BMW M6 GT3 nach einem tollen Kampf auf den dritten Rang und bescherten dem Team aus St. Ingbert bei seinem ersten Auftritt überhaupt auf dem 4,2 Kilometer langen Misano World Circuit Marco Simoncelli unweit von Rimini an der italienischen Adria-Küste die ersten Pokale der Saison.

Hart erkämpfter vierter Platz beim Blancpain Endurance-Rennen in Silverstone – fast wie ein Sieg

Den vierten Platz beim Blancpain GT Series Endurance Cup auf der britischen Grand-Prix-Strecke in Silverstone hat ROWE RACING am Pfingstsonntag wie einen Sieg gefeiert. BMW DTM-Pilot Maxime Martin aus Belgien, der kurzfristig für den eigentlich vorgesehenen, aber erkrankten BMW Werksfahrer Dirk Werner eingesprungen war, erkämpfte

an der Seite der beiden Stammpiloten Alexander Sims aus Großbritannien und Philipp Eng aus Österreich im BMW M6 GT3 mit der #99 eine Top-Platzierung, obwohl schon nach 13 von insgesamt 83 Runden des Drei-Stunden-Rennens ein Gang ausgefallen war und das Team aus St. Ingbert das Fahrzeug eigentlich aus dem Rennen nehmen wollte. Doch die Fahrer, die im Qualifying auf Startplatz drei gefahren waren, passten sich hervorragend an die erschwerten Bedingungen an. Philipp Eng schaffte es sogar noch, in den letzten 20 Minuten nach einer Safety-Car-Phase dem Niederländer Indy Dontje den vierten Platz zu entreißen und diese Position unter großem Druck bis ins Ziel erfolgreich zu verteidigen. In der Gesamtwertung der Blancpain GT Series liegen Sims und Eng mit jetzt 33 Punkten auf dem sechsten Rang.

Die gleiche Safety-Car-Phase kostete allerdings BMW Werksfahrer Jens Klingmann aus Deutschland und die beiden Niederländer Nick Catsburg und Stef Dusseldorp im Schwesterauto mit der #98 ihren Platz in den Top-10. Durch die Neutralisierung des Rennens hatte das Trio seinen herausgefahrenen Vorsprung auf die Verfolger eingebüßt und fiel am Ende noch von Rang neun auf Platz zwölf zurück. ROWE RACING-Teamchef Hans-Peter Naundorf war mit dem Ergebnis „mega zufrieden“: „Dieser vierte Platz ist für uns wie ein Sieg, denn nach 13 Runden hätten wir nie daran gedacht, dass wir dieses Rennen überhaupt beenden würden. Die Jungs konnten das Auto nur noch in den oberen Gängen fahren und wir wollten eigentlich schon aufgeben. Doch dann haben sich unsere Fahrer perfekt darauf eingestellt und unter diesen erschwerten Bedingungen zweieinhalb Stunden lang einen großartigen Job gemacht.“



BLANCPAIN GT SERIE 2016 // TERMINE IM ÜBERBLICK

- 28.-31.07.2016 Blancpain GT Series – Total 24 Hours of Spa
- 26.-28.08.2016 Blancpain GT Series – Budapest – Sprint
- 17.-18.09.2016 Blancpain GT Series – Nürburgring – Endurance 3 Stunden
- 01.-02.10.2016 Blancpain GT Series – Barcelona – Sprint

AdBlue

ZUSATZSTOFF MIT POTENZIAL

... wird als zusätzlicher Betriebsstoff in dieselbetriebenen Fahrzeugen mit SCR-Technologie benötigt,

... wandelt umweltschädliche Stickoxide fast vollständig in Wasserdampf und atmosphärischen Stickstoff um,

... besteht zu 32,5 Prozent hochreinem Harnstoff und zu aus 67,5 Prozent aus demineralisiertem Wasser,

... gefriert bereits bei minus 11,5°C und muss daher in Mitteleuropa vor Frost geschützt werden,

... ist nach Transportrecht kein Gefahrgut. Hautkontakt oder Kleckerschäden, beispielsweise am Fahrzeug, sollten aber vermieden werden.

Durch die Abgasnorm Euro 6 steigt der AdBlue-Bedarf rapide an. Mit der neuen Abfüllanlage in Worms kann ROWE von dieser Marktentwicklung profitieren.

ROWE®

AdBlue®

32,5% Harnstofflösung gemäß ISO 22241
32,5% urea solution according to ISO 22241

AdBlue® ist eine eingetragene Marke des VDA
(Verband der Automobilindustrie e.V.)
AdBlue® is a Registered Trademark of VDA
(Verband der Automobilindustrie e.V.)

10L e
10,56 us Quarts



HIGHTEC MADE IN GERMANY

Was beim Lkw inzwischen Normalität ist, ist seit der Einführung der Abgasnorm Euro 6, auch für neu zugelassene Pkw Pflicht: Die Abgasreinigung mittels selektiver katalytischer Reaktion (SCR). Dazu wird AdBlue benötigt – eine wässrige Harnstofflösung, die geregelt vor einem Stickoxid-Katalysator in den Abgasstrom eingesprüht wird.

Der Verband der Automobilindustrie (VDA) rechnet allein für die deutschen Konzernmarken bis 2020 mit einer Verdopplung auf über 22 Millionen Pkw und leichte Nutzfahrzeuge mit SCR-Systemen in der EU. Hinzu kommen die mit SCR ausgestatteten Fabrikate der ausländischen Autohersteller.

Der Bedarf an AdBlue wird also in den kommenden Jahren enorm steigen. Gleichzeitig wird die Zahl der Diesel-Fahrer zunehmen, die zwischen den Service-Intervallen außerhalb der Werkstatt AdBlue tanken müssen. Denn die Größe der Zusatzbehälter in den Fahrzeugen ist in neuen Modellen kleiner geworden. Bei einem AdBlue-Verbrauch von 0,8 bis 1,5 Liter pro 1.000 Kilometer – die Angaben schwanken und liegen teilweise noch darüber – reicht eine AdBlue-Füllung je nach Kraftstoffverbrauch und Behältergröße für 10.000 bis 15.000 Kilometer.

Infrastruktur muss versorgt werden

Die Folge: Da ein neues Dieselfahrzeug bei leerem AdBlue-Behälter den Dienst verweigert, bedarf es einer flächendeckenden Versorgungsstruktur für den Zusatzstoff. Dabei steht die Entwicklung beim Lkw Pate. Die Brummifahrer finden neben den Dieselpapfensäulen auch eine Tankmöglichkeit für AdBlue. Diese Zapfensäulen eignen sich aber nicht für Pkw. Um eine ähnlich bequeme Situation auch für deren Fahrer zu erreichen, müssten die Tankstellen landauf, landab mit neuen Zapfensäulen und in der Regel auch AdBlue-Tanks nachgerüstet werden. Bis es soweit ist, wird noch einige Zeit vergehen. Bis dahin ist die Flasche oder der Kanister meist die einzige Möglichkeit für den Pkw-Fahrer, sich mit AdBlue zu versorgen. Und selbst das ist an so mancher Station noch ein Problem, wie Erfahrungsberichte zeigen. Doch die Nachfrage steigt und ruft nach Lösungen.

ROWE als leistungsfähiger Anbieter

Für ROWE war diese Bedarfsentwicklung der Anlass, ein neues Geschäftsfeld aufzubauen. „Den ersten Anstoß gab eine Anfrage von BASF aus dem Jahr 2014, ob wir nicht

für diese AdBlue abfüllen könnten“, erinnert sich Dr. Thomas Nießen (Leitung Produktion/Versand). Das wurde zunächst am Standort Bubenheim umgesetzt. „2015 entschieden wir uns dann, die AdBlue-Abfüllung nach Worms zu verlagern“, so Nießen. Hier schuf ROWE gleichzeitig höhere Lagerkapazitäten mit zwei neuen frost-sicher in der Halle stehenden Edelstahllagertanks, die jeweils ein Volumen von 60.000 Liter haben.

Die AdBlue-Abfülllinie in Halle 1 besteht aus einer Vierfach-Füllmaschine der Firma ITEC für Gebindegrößen von 2 bis 20 Liter. Die Anlage ist ausgerüstet mit einem Linearverschleißer mit automatischer Verschlusskappenzuführung, einem Etikettierer und einem automatischen Absetzer für die 10 und 20 Liter AdBlue-Kanister. Über ein Rollenbandsystem werden die auf Palette gestapelten Gebinde einem vollautomatischen Wickelautomaten zugeführt. Hinzu kam eine Abfüllanlage des gleichen Herstellers für Fass- und IBC-Ware. Kleine Gebinde mit 2 und 5 Liter Inhalt können auch im Karton verpackt an den Kunden geliefert werden. Dazu gibt es 2 Packstationen mit einem vollautomatischen Kartonverschleißer.

Nachdem zunächst im Oktober 2015 die Abfüllung für kleinere Gebindegrößen bis 20 Liter nach Worms umzog, folgte Ende des Jahres die IBC- und Fassabfüllung.

Erfolgreich im Markt

„Beim Umgang mit der Harnstofflösung werden an die Materialien besondere Anforderungen gestellt. AdBlue verlangt eine hohe Reinheit und erlaubt nur sehr geringe Verunreinigungen durch Metallkationen. Die typischen Buntmetalle sind daher nicht nutzbar, weswegen alle produktberührten Teile in der Abfüllung aus Edelstahl gefertigt sein müssen“, berichtet Nießen.

Doch der Aufwand lohnt sich. Für die Entwicklung des Geschäftsfeldes nutzt ROWE verschiedene Kanäle. Zunächst haben die bestehenden Mineralölhändler, die mit ROWE zusammenarbeiten, AdBlue in ihrem Produktportfolio. Außerdem nimmt durch die Normverschärfung die Nachfrage bei den Autoteilehändlern ständig zu, sodass diese gern ihr ROWE-Sortiment mit AdBlue komplettieren. Alle Partner, die das Produkt noch nicht führen, werden aktiv darauf angesprochen. Mit der wachsenden Zahl an neuen Euro-6-Diesel-Pkw wird das AdBlue-Geschäft immer attraktiver. Durch die Erweiterung von Lager- und Abfüllkapazitäten ist ROWE inzwischen in der Lage, auch für andere Anbieter Private-Label-Abfüllungen zu übernehmen.



DER JÜNGSTE SPROSS DER *ROWE-Familie*

Jetzt geht es gezielt an den Aufbau des Markenimages in Rumänien.



Ende Juni startete mit ROWE Rumänien ein weiterer Bereich des internationalen Geschäftes der Wormser Schmierstoffspezialisten durch. Schon Ende des Jahres 2015 gelang es von Deutschland aus ein Absatzvolumen, von rund 170.000 Liter im rumänischen Markt zu generieren. In der ersten Jahreshälfte 2016 wurde diese Menge noch einmal verdoppelt.



Inzwischen arbeitet ein fünfköpfiges ROWE-Team am weiteren Aufbau des Marktes, der mit seiner Lage im Grenzbereich zwischen Mittel- und Südosteuropa viele interessante Chancen bietet. Das Staatsgebiet von Rumänien umfasst rund 240.000 Quadratkilometer, auf denen fast 21 Millionen Menschen leben. Mit 1,9 Millionen Einwohnern ist die Hauptstadt Bukarest die sechstgrößte Stadt in der EU.

Von hier aus und direkt in den Regionen, bauen die ROWE-Vertriebsmitarbeiter das Geschäft aus und unterhalten ein umfangreiches Vertriebsnetz regionaler Großhändler. Darüber werden rund 70 Prozent des Absatzes abgewickelt. Der Rest des Territoriums wird mittels Direktvertrieb beliefert.

Seine Hauptkunden in Rumänien findet ROWE in der Landwirtschaft, im Transportbereich und im Bauwesen. „Das Hauptziel besteht neben guten Verkaufserlösen in der immer besseren Präsentation der Marke ROWE im gesamten Land“, berichtet Michael Matias, Geschäftsführer von ROWE Rumänien. „Dazu haben wir im Jahr 2016 begonnen, mehrere Werbekampagnen zu fahren.“ ROWE beteiligt sich an lokalen Landwirtschaftsmessen, um hier eine der wichtigsten Zielgruppen direkt anzusprechen. Außerdem wird – anknüpfend an die guten Erfahrungen in Deutschland – ein erfolgreiches nationales Rallye-Team gesponsert, das sich in der Mitte der Saison bereits einen der ersten fünf Plätze erkämpfen konnte.

„Zur gleichen Zeit“, so berichtet Matias, „sind wir bei gesellschaftlichen Veranstaltungen mit einer großen Anzahl von Teilnehmern und Zuschauern beteiligt wie dem Fahrradwettbewerb BT Faget in Cluj.“ Matias ist optimistisch: „Je besser es uns gelingt, ein starkes Bild der Marke ROWE zu entwickeln, umso erfolgreicher werden wir im Markt agieren können. Dafür ist es wichtig, dass ROWE überall sichtbar ist und sich in den Köpfen der Menschen einprägt. So gelingt es uns, eine forciertere Position unter den 400 Wettbewerbern zu erobern. Die Chancen stehen gut, wir haben dafür eine solide Ausgangsbasis und wir werden das nutzen.“

Andi Böcherer

UNSER NEUER STARKER MANN IM TEAM

Nach dem Gesamtsieg 2015 gewinnt der ROWE-Triathlet auch 2016 den Ironman 70.3 in St. Pölten

22. Mai, strahlender Sonnenschein, die zehnte Auflage des „Ironman 70.3 St. Pölten“ – Österreichs größtem Triathlon über die Halbdistanz (1,9 Kilometer schwimmen, 90 Kilometer Rad fahren und 21 Kilometer laufen) – nimmt ihren Lauf. Nach einem spannenden Länder-Dreikampf zwischen Österreich, Deutschland und der Schweiz war Titelverteidiger Andreas Böcherer im ROWE-Trikot bei den Herren erneut nicht zu schlagen. Der in Freiburg im Breisgau geborene Triathlet kann schon auf einige internationale Erfolge verweisen und ging auch in St. Pölten auf der 90 Kilometer langen Radstrecke nach 60 Kilometern in Führung. Doch der Vorsprung wackelte noch.

Die beiden Konkurrenten Rudi Wild (CH) und Paul Reitmaier (AUT) kamen gefährlich nah ran. Dadurch angetrieben konnte der Vorjahressieger auf den letzten 30 km auf dem Rad nochmal drei Minuten Vorsprung rausarbeiten.

Dieses Zeitpolster sollte beim abschließenden Halbmarathon durch St. Pölten helfen, nachdem der Vorsprung leicht auf 2:37 Minuten abfiel. Dem Ausnahme-Triathleten wurde das aber nicht mehr gefährlich, der dank seiner konstanten Leistung und den unterstützenden Betreuern an der Strecke das Rennen kontrolliert zu Ende laufen und mit knapp 2 Minuten Vorsprung gewinnen konnte. ROWE gratuliert Andi Böcherer zu seinen großartigen Siegen in St. Pölten, beim 30. EJOT Triathlon in Buschhütten und beim Challenge Fuerteventura.

GRÖSSTE ERFOLGE

Ironman 70.3 Europameister 2011

8. Platz Ironman Hawaii 2011

6 Ironman 70.3 Siege:

Schweiz, Wiesbaden, Cancun, Cozumel, Aix-En-Provence, St. Pölten

Persönliche Bestzeit Ironman:

8:03 Frankfurt 2015

Hawaiifinisher 3

Ironmanfinishes 10

Das nächste Highlight ist die Mainova IRONMAN European Championship Frankfurt. Alles zum Wettbewerb finden Sie in den Sport-News auf www.rowe.com.de.

ANDI BÖCHERER

Geb.: 06.04.1983 in Freiburg im Breisgau

Größe: 182cm

Gewicht: 71kg

Beruf/Ausbildung:

Bacchalaureus der

Mathematik



GUT AUFGESTELLT: DAS ROWE TRIATHLON-TEAM

Nach dem Aufstieg in die erste Bundesliga hofft das ROWE Triathlon Team mit seinen starken Athletinnen und Athleten in diesem Jahr auf weitere sportliche Erfolge. Bei der 1. Bitburger 0,0 % Triathlon-Bundesliga am Hardtsee in Bad Schönborn überzeugten die ROWE-Triathleten mit einem Traumstart: Das Herrenteam kam auf Platz fünf und die Damen auf Platz sechs. Diese Dreikämpfer muss man künftig immer auf der Rechnung für eine Top-Ten-Platzierung haben.

Die Damen: Jana Binner, die Schweizer Nachwuchshoffnungen Alissa König und Estelle Perriard, beide haben sich für die U 23-Europameisterschaft in Burgas qualifiziert und Jana Uderstadt.

Bei den Herren treten an: Profitriathlet Andi Böcherer (siehe Beitrag), Domen Dornik (Slowenien), zuletzt bei der EM in Lissabon auf Platz 27, die beiden Wormser Linus Stimmel und Gregor Schreiner und Johannes Vogel aus Rostock.



Außerdem sind im ROWE-Trikot folgende Triathleten aktiv: Michael Göhner (Reutlingen), Dieter Holz (Worms), Michael März (Worms) und Santino Miskovic (Worms).

ROWE Team erneut **SQUASH-VIZEMEISTER**

Die Erwartungen hatten sich erfüllt: Paderborn trat im Finale gegen Worms an. Der Sieg für den Racketclub Black & White blieb aber aus.

Am Pfingstwochenende wurde im Pink Power in Böblingen der deutsche Squash-Mannschaftsmeister 2016 ermittelt. Im Endspiel traf der von ROWE unterstützte Racketclub Black & White Worms auf den Titelverteidiger Paderborner SC.

Bereits im Vorfeld war klar: Nach dem Sieg der Wormser im Halbfinale gegen Sport-Insel Stuttgart wird das Endspiel ein harter Gang. Spitzenspieler Nick Matthew musste seine Teilnahme verletzungsbedingt absagen. Der als Ersatz vorgesehene Franzose Gregoire Marche war durch seine Teilnahme beim Turnier in Houston ebenfalls unabhkömmlich. Somit sprang Coach Davide Bianchetti ein, der sich eigentlich schon aus dem aktiven Turnierveschehen zurückgezogen hatte. Mit Jens und Carsten Schoor, sowie Tim Weber standen ansonsten die bewährten Kräfte zur Verfügung.

Carsten Schoor wurden im Eröffnungsmatch die besten Chancen eingeräumt. Doch der noch junge Lucas Wirths, der anstelle von Lennart Osthoff in der Paderborner Aufstellung stand, hatte andere Pläne. Er bestimmte von Beginn an das Tempo. Trotz Ausgleichs in Satz zwei konnte der Wormser Schoor die Wende nicht erreichen. So brachte der Paderborner seine Mannschaft unverhofft mit 1:0 in Führung.

Davide Bianchetti gegen Raphael Kandra lautete die nächste Begegnung. Die Nummer zwei der deutschen Rangliste überlies dem italienischen Coach allerdings keinen Satz.

Mit einem 0-2 Rückstand im Rücken und einem übermächtigen Gegner vor sich, trat Jens Schoor im Anschluss gegen den 10-fachen deutschen Einzelmeister Simon Rösner (derzeit Weltrangliste 11) in den Court, der mit dem Gewinn des Matches seinem Team den Sieg und damit die erneute Titelverteidigung sicherte. Die Begegnung zwischen Tim Weber und Daryl Selby wurde nicht mehr ausgespielt, nachdem Paderborn bereits vorab als Meister feststand. Doch nach dem Spiel ist vor dem Spiel: Die Chance, sich für diese Niederlage zu revanchieren, bekommen Schoor & Co. schon im September, wenn es im englischen Pontefract bei den European Club Championships (Europa-Cup) um die Krone im europäischen Vereinssquash geht. In diesen Wettbewerb gehen die Spieler um Manager Michael Zehe als Titelverteidiger und streben den fünften Titel in Folge an.

"JP"-Kraemer steht auch 2016
✓ für die Marke ROWE



MESSE

13.-19.
September
Automechanika
Frankfurt

Extrem kraftstoffsparendes Hochleistungs-Motorenöl speziell entwickelt für Volvo Modelle, die ein Öl der Spezifikation Volvo VCC RBS0-2AE fordern. ✖

Die ROWE MINERALÖLWERK GMBH nimmt mit dem HIGHTEC SYNT RSV SAE 0W-20 (Artikel-Nr. 20260) ein Produkt in ihr Sortiment auf, welches für viele aktuelle Volvo Fahrzeuge der Modellreihen S60, V40, V60, V70, XC60, XC70 und XC90 geeignet ist.

Das HIGHTEC SYNT RSV SAE 0W-20 ist in den Gebindegrößen 1L, 5L, 20L, 60L und 200L, sowie im Tankwagen verfügbar und überzeugt durch eine Vielzahl von Vorteilen:

- für Volvo-Motoren entwickeltes Spezialprodukt
- spezielle Formulierung für verbesserte Kraftstoffeffizienz und reduzierten CO₂-Ausstoß
- mindestens 3,4% Kraftstoffersparnis (CEC L-54-T-96)
- hervorragend für moderne Turbomotoren geeignet
- verbesserte Rußaufnahmefähigkeit
- Rezeptur freigegeben nach Volvo VCC RBS0-2AE
- abgesenkte Kalte-Viskositätslage für optimalen Verschleißschutz des Motors
- sehr gute Verträglichkeit mit Dichtungsmaterialien
- exzellente Kaltstarteigenschaften und schnelle Motordurchholung
- höchste Oxidationsstabilität durch spezielle HC-Synthesegrundöle und darauf abgestimmte Additivierung
- sicherer Ganzjahresbetrieb durch hervorragendes Viskositäts-Temperaturverhalten und hohe Scherstabilität
- niedriger Ölverbrauch durch sehr geringen Verdampfungsverlust

Qualitativ gleichwertig nach EU-Recht gemäß der nachfolg. Klassifikationen/Spezifikationen:

Volvo VCC RBS0-2AE

Zu Lande und auf dem Wasser

ROWE flitzt überall davon – jetzt auch mit dem neuen PowerBoat

Mit einem ersten Podiumserfolg starteten Stefan Hagin und ROWE PowerBoat am 21. Mai in Brodenbach bei der internationalen Deutschen Meisterschaft der Formel 2 erfolgreich in die neue Saison. Nach drei Rennläufen konnte das Team trotz eines spektakulären Unfalls die erste Bronzemedaille für sich verbuchen.

Das von ROWE unterstützte Formel 2 Rennboot-Team setzte dabei erstmals seinen in enger Zusammenarbeit mit dem dänischen Bootshersteller Molgaard entwickelten, 230PS starken Katamaran im Rennbetrieb ein. Die von Pilot Stefan Hagin bei den Vorbereitungen gemachten positiven Erfahrungen mit dem über 200km/h schnellen Boot bestätigten sich in Brodenbach von Anfang an. „Das Boot erfüllt auch im Rennbetrieb alle Erwartungen voll. Besonders bei den Starts konnten wir einiges herausholen“, so Pilot Stefan Hagin. „Wir haben bewiesen, dass wir mit dem neuen Boot auf dem richtigen Weg sind und können uns jetzt auf die Weltmeisterschaft konzentrieren.“

Hagin und ROWE PowerBoat dominierten die Trainingsläufe und sicherten sich in der Qualifikation die Poleposition.

Im ersten Lauf setzte Hagin dann dem Titelverteidiger Rupp Temper nach einem furiosen Start gehörig zu und blieb auf Platz zwei in Schlagdistanz. Im zweiten Lauf legten beide nach und lieferten sich erneut ein heißes Duell, das schließlich mit einer 360° Seitwärtsrolle von Stefan Hagin endete.

Gerade einmal 45 Minuten blieben ROWE PowerBoat, um das Boot für den Finallauf wieder auf das Wasser zu bekommen. Das gelang mit Bravour und Stefan Hagin nahm das Rennen von Startplatz acht aus in Angriff. Es folgte ein packendes und enges Rennen. Immer wieder attackierte Hagin den Norweger, der alle Register ziehen musste, um in Führung zu bleiben. Am Ende gaben sich Stefan Hagin und ROWE PowerBoat mit dem zweiten Platz und dem dritten Gesamtrang zufrieden.

Für Hagin und ROWE PowerBoat ging es nach einer kurzen Verschnaufpause in Richtung Skandinavien, ins finnische Peurunka. Die weitere WM-Läufe zur UIM

Formel 2 Weltmeisterschaft 2016 folgen danach in der Schweiz, Norwegen, Litauen, Frankreich und Portugal.



RACING TERMINE

Blancpain Sprint Series	01. - 03. Juli 2016	Nürburgring
Blancpain Endurance Series	28. - 31. Juli 2016	Total 24 Hours of Spa
Blancpain Sprint Series	26. - 28. August 2016	Budapest
VLN 7	03. September 2016	Nürburgring
Blancpain Endurance Series	17. - 18. September 2016	Nürburgring
Blancpain Sprint Series	01. - 02. Oktober 2016	Barcelona
VLN 9	08. Oktober 2016	Nürburgring
FIA GT World Cup	17. - 20. November 2016	Macau



besuche uns auf
 rowefriends



Das Akkordeon ist in der modernen Musikszenen eher selten anzutreffendes Instrument. Umso faszinierender ist seine Klangwirkung in einem Orchester. Seit der Neugründung im Jahr 2013 stellt das Sinfonische Akkordeon Orchester Hessen – kurz: SAKkOH – dies eindrucksvoll unter Beweis.

Auch in diesem Jahr präsentieren die derzeit 36 Spielerinnen und Spieler unter der Leitung von Thomas Bauer, was im Akkordeon steckt. Thomas Bauer ist einer der international anerkanntesten Dirigenten im Bereich Akkordeon-Orchester und will mit dem SAKkOH diesem Instrument neue Zuhörerkreise erschließen. Wie das gelingt, zeigt die wachsende Zuhörerschaft bei den Konzerten. Im Mai 2016 waren in Worms und Wiesbaden zwei ganz besondere Konzerte mit dem Titel „Accordion meets Piano“ zu hören. Dazu hatte das SAKkOH den Ausnahmepianisten Erik Reischl zu Gast. Der Solist der beiden Abende war bereits bei vielen nationalen und internationalen Musikwettbewerben erfolgreich und gastierte in zahlreichen Ländern der Welt.

Es erklangen Werke bekannter Komponisten wie Beethoven, Mussorgsky, Tschernov, Mamimova und Borodin. Mit dieser Auswahl bewies das Orchester wieder einmal, dass das Akkordeon mit seiner großen Bandbreite und musikalischen Ausdrucksfähigkeit auch für das klassische Fach ein bestens ausgestattetes Instrument ist.

Ein besonderer Höhepunkt der beiden Konzertabende war sicherlich die Uraufführung des Werks „...a still small voice...“, das die junge Komponistin Dariya Mamimova speziell dem Sinfonischen Orchester Hessen gewidmet hat.

Für ROWE-Chef Michael Zehe sind solche Konzertabende immer ganz besondere Highlights, denn er fördert das Orchester bereits seit 2009 und greift selbst mit viel Hingabe und Können in die Tasten seines Akkordeons. So wurden auch die beiden Konzerte im Mai 2016 wieder von ROWE präsentiert.

Auf der Internetseite www.sakkoh.de findet jeder, der sich von der Klangwelt des Sinfonischen Akkordeon Orchesters Hessen begeistern lassen möchte, verschiedene Hörproben und Konzertvideos. Ein außergewöhnliches Erlebnis!



„Accordion meets Piano“



Das Sinfonische Akkordeon Orchester
Hessen (SAKkOH) bietet in diesem Jahr
wieder außergewöhnliche Konzerte.
Aktiv dabei: ROWE-Chef Michael Zehe.





Noch mehr auf
www.rowe.com.de

HIGHTEC SCHMIERSTOFFE
MADE IN GERMANY