

Mit Lesern



**Kundenbindung:
Bleib bei mir**

2

**IHK-Jahresempfang
zog viele Gäste**

24

**Ostergeschäft:
Das Gelbe vom Ei**

52

„Tischlein deck' Dich“

FAMILIENUNTERNEHMEN

„Wir sind ein Siegerländer Unternehmen mit Migrationshintergrund“, erläutert Dr. Ertan Elmaagacli gleich zu Beginn des Gespräches nicht ohne Stolz. Der sympathische Unternehmer ist Geschäftsführer der Firma Elih Import-Export Ihsan Elmaagacli e. K. in Siegen-Geisweid und leitet ein Familienunternehmen mit Tradition.

Firmengründer Ihsan Elmaagacli kam 1962 aus „Abenteuerlust“ nach Deutschland, nachdem er in der Türkei eine kleine Kupferschmiede mit sechs Mitarbeitern betrieben hatte. In der Bundesrepublik angekommen, arbeitete er zunächst als Schweißer, bevor er wenige Jahre später ein Reisegewerbe anmeldete und schließlich einen kleinen Lebensmittelladen eröffnete. Das Exportgeschäft startete 1975 mit einer Uhrenlieferung aus der Schweiz; Anfang der 80er Jahre knüpfte der Unternehmer erste Geschäftskontakte nach China, um von dort Porzellan zu importieren. Erfolgreich wie sich zeigte. Inzwischen ist das mittelständische Unternehmen weltweit tätig. „Was zunächst mit Uhren begann, wurde im Laufe der Jahre ständig erweitert und auf Pro-

dukte zum Tischgebrauch spezialisiert“, erläutert sein Sohn Dr. Ertan Elmaagacli. „Inzwischen ist das Betätigungsfeld gewachsen auf ein globales Engagement mit weltweitem Vertrieb. Hauptabsatzgebiet ist nach wie vor die Europäische Union mit Schwerpunkt Deutschland.“

Von edlem Porzellan über glänzendes Besteck bis hin zu extravaganten Gläsern ist bei Elih Import-Export alles zu finden. Produziert wird unter anderem in der Türkei, in Frankreich, China, Saudi-Arabien, Italien, aber auch in der Bundesrepublik. „Zum Beispiel auf der Porzellanstraße in Bayern oder in Thüringen“, wie

Dr. Ertan Elmaagacli erzählt. Produkte aus Fernost werden ausschließlich über Bremerhaven geliefert, doch das hat logistische Hintergründe. „Von Bremerhaven bis Siegen beträgt die Lenkzeit eines Lkw-Fahrers ungefähr 4,5 Stunden. Er ist nicht gezwungen, zwischendurch eine Pause einzulegen, sondern kann bis zu uns auf den Hof durchfahren. Ein entscheidender Standortvorteil“, erläutert der Geschäftsführer. Der Jahresumschlag des Unternehmens liegt bei rund 800 Containern. Die Waren stapeln sich in riesigen Hochregallagern auf

Edles Porzellan und glänzendes Besteck

7900 Quadratmetern Lagerfläche in Geisweid – fertig zum Versand. So verlassen jährlich zwischen 40.000 und 50.000 Pakete das Logistikzentrum – um für eine Auslieferung „just in time“ zu sorgen. „60 Prozent unserer Kunden sind Händler“, berichtet Dr. Ertan Elmaagacli aus dem Tagesgeschäft. „30 Prozent stammen aus der Hotellerie oder Gastronomie, 10 Prozent sind Privatleute.“ Doch das wird sich schon bald ändern; die Anzahl der Großkunden schrumpft kontinuierlich. Während früher nichts ohne Zwischenhändler lief, stieg Elih 2015 in das Geschäft der Direktvermarktung ein. Bei Ebay und Amazon gelistet, nehmen die Verkaufszahlen in diesem Segment rasant an Fahrt auf. Auswählen können die Kunden mittlerweile aus über 3000 Artikeln. Hinzu kommen rund 1000 Produkte an Saisonware; der dicke Katalog umfasst knapp 300 Seiten – unterteilt in zwei Güteklassen. „Auf der einen Seite gibt es die Gastronomen“, weiß Dr. Ertan Elmaagacli. „Sie legen Wert auf eine sehr hohe Qualität. Besteck und Porzellan müssen Industrie-Spülma-

„Wir sind ein Siegerländer Unternehmen mit Migrationshintergrund“, erläutert Dr. Ertan Elmaagacli nicht ohne Stolz.





schinentauglich sein und das Design zeitlos, damit es lange zum Einsatz kommen kann. Natürlich sind sie dafür auch bereit, einen höheren Preis zu zahlen.“ Auf der anderen Seite stehen die Privathaushalte. In den vergangenen Jahren beobachtet der Unternehmer immer mehr, dass hier auf gute, aber auch günstige Ware geachtet wird. „Dieses Jahr ist grün ‚in‘, nächstes Jahr brombeerfarben. Entsprechend häufig werden Besteck und Porzellan gewechselt. Da dürfen die Kosten nicht in den Himmel schießen.“ Um alle Wünsche und Bedürfnisse abdecken zu können, setzt Dr. Ertan Elmaagacli eben auf diese zwei Güteklassen. Doch egal welche Kategorie, das Elih-Logo ist überall enthalten und steht für gleichbleibende Qualität sowie eine zehnjährige Garantie auf den Nachkauf.

21 Millionen Euro erwirtschaftet

19 Mitarbeiter kommissionieren die Waren und lagern sie ein, nehmen Bestellungen entgegen oder kümmern sich um Vertrieb oder Versand – darunter drei Auszubildende aber auch drei Designer, die sich um die neuesten Trends und ihre Umsetzung in Porzellan kümmern. Aktuell gehören auch noch Ottoman-Spielzeuge und Linel-Elektroartikel mit zum Sortiment. Ihr Anteil am Gesamtumsatz liegt aber nach eigenen Angaben unter 10 Prozent. Aber apropos Gesamtumsatz: Im vergangenen Jahr erwirtschaftete das Geisweider Unternehmen immerhin 21 Millionen Euro. 60 Prozent davon wurden in Deutschland und der EU erwirtschaftet – zum Beispiel in den Schwerpunktländern Polen (dort ist Elih die Num-

mer 1 auf dem Porzellanmarkt mit der Topkapi-Marke), Frankreich, Italien oder Österreich – 40 Prozent außerhalb der EU, wie der Nahe Osten, Westafrika, Lateinamerika oder die Türkei.

Doch nicht nur der Umsatz ist dem Unternehmer wichtig. Für ihn gibt es auch eine soziale Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. „Wir sind ein Familienunternehmen und jeder Mitarbeiter zählt als Teil unserer Familie“, ist der Firmenchef überzeugt. Und: „Das Leben besteht nicht nur aus Zahlen, wir sind vor allem Menschen.“ So sieht Dr. Ertan Elmaagacli das Unternehmen ein Stück weit als

Bindeglied zwischen der türkischen Gemeinschaft und der Öffentlichkeit. „Ein Betrieb hat Vorbildfunktion. Deshalb nehmen wir neben den Auszubildenden jedes Jahr auch zwischen zehn bis 15 Praktikanten auf – jeweils für drei bis neun Monate. Das bedeutet Arbeit und kostet Geld, aber es lohnt sich.“ Erst kürzlich haben beispielsweise zwei junge Frauen aus der Türkei und aus Frankreich ein zwölfwöchiges Praktikum in dem Geisweider Unternehmen absolviert. „Im Gegensatz zu anderen Firmen konnten wir uns in den vergangenen Jahren nie über Fachkräftemangel beklagen“, bemerkt Dr. Ertan Elmaagacli nicht ohne Stolz. „Das mag auch daran liegen, dass wir unseren Nachwuchs größtenteils immer selbst ausbilden und frühzeitig Kontakte knüpfen.“

Apropos Gesamtumsatz: Im vergangenen Jahr erwirtschaftete das Geisweider Team 21 Millionen Euro.

