

BOMAFA

100. Jubiläum: Bereit für den Wandel der Digitalisierung

„Nun, erst einmal wünsche ich mir, dass die BOMAFA auch in zehn Jahren noch als erfolgreiches Familienunternehmen besteht. Auf dem Weg zum 100. müssen wir dabei unsere Fähigkeit behalten, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und uns konstant weiterzuentwickeln.“ Dies sagte Ferdinand Appelberg zum 90. Geburtstag des Unternehmens vor fast zehn Jahren. Zum 100. Jubiläum im kommenden Jahr zeigt sich, dass der Bomafa-Geschäftsführer der dritten Generation mit beiden Aussagen richtig lag. Die Bochumer Armaturenfabrik ist vital und erfolgreich, sie erkennt die Trends der Zeit und sie entwickelt sich stetig weiter – was stringenten strategischen Weichenstellungen geschuldet ist.

Serviceorientierter Start im Jahr 1919 Schon seit der Gründung im Jahr 1919 durch Bomafa-Gründer Arthur Schneider wird großer Wert auf Service gelegt. Dies galt sowohl für den Bergbau als auch für Standardarmaturen und Pumpen, die das Portfolio um 1920 ausmachten. Mit dem zweiten Geschäftsführer Friedrich Appelberg kam in den fünfziger Jahren die Entwicklung eigener Pumpen und Standardarmaturen, Schieber und Klappen hinzu. Zudem entwickelt das Unternehmen seitdem auch Spezialarmaturen und Hochdruckregelarmaturen. „Die Bomafa von heute muss sich sicher nicht mehr bei ihren Kunden bewähren, das wäre nahezu absurd“ sagt Geschäftsführer Friedrich Appelberg, der das Unternehmen heute in vierter Generation lenkt. Seine Strategie richtet sich daher auf besondere Herausforderungen aus, die nicht allein im ökonomischen, sondern vor allem auch im unternehmenskulturellen Sektor liegen, wie Appelberg erläutert.



Geschäftsführer Bertram Gögelein (links) und Friedrich Appelberg (rechts)

Globale Expansion seit 20 Jahren Strategischer Schritt 1: Durchdachte Internationalisierung. Seit fast 20 Jahren geht Bomafa globale Wege und arbeitet an seinem internationalen Vertriebsnetzwerk, mit Geschäft in Asien, vor allem China, Indien und Südost-Asien. Einhergehend damit, erfolgte die Gründung der Bomafa China mit Sitz in Hongkong. Außerdem startete das Unternehmen eine Filiale in Ahmedabad – mit 5,6 Millionen Einwohnern die fünftgrößte Stadt Indiens und das wirtschaftliche Zentrum des Bundesstaats Gujarat – als echtes Fertigungsunternehmen. Schließlich erfolgte eine Mehrheitsbeteiligung an der Karl Schumacher GmbH in Bochum als Maschinenbau- und Metallspritzwerk. Diese Internationalisierung, gekoppelt an die Stärkung des Bochumer Standortes, unterstreicht somit auch die langfristige Strategie, qualitativ hochwertige Armaturen zu einem wettbewerbsfähigen Preis unter der Marke Bomafa global herzustellen. Und das nah am Kunden in Asien und Europa. Der Standort in Bochum ist und bleibt indes das Herz der Bomafa Gruppe. Dass Bomafa ihren Fokus auf eine globale Präsenz legt und vor allem im Exportgeschäft starke Chancen sieht, ist jedoch kein Alleinstellungsmerkmal im deutsche Mittelstand.

Internationaler Technologietransfer Was Bomafa indes unterscheidet, ist, strategischer Schritt 2: die Internationalisierung mit einem bewussten Technologietransfer zu begleiten. Am Beispiel Indien heißt das, dass hier nicht billig, sondern bestenfalls kostengünstig produziert wird, mit demselben Qualitätsanspruch wie auch in Europa. Die Konstruktion kommt immer aus dem Stammhaus



Werkshalle Dreherei Hohensteinstrasse Wattenscheid ca. 1965

in Bochum, die enge – technologische wie teambildende – Anbindung gewährleistet eine gleichbleibend hohe Qualität. Auch mit Blick auf die Weiterentwicklung der Produkte und der Service- und Wartungsqualität.

Genauso ernst meint es das Unternehmen schließlich auch mit seinem 3. strategischen Schritt, der internen Diversifizierung der Bomafa. Durch die Notwendigkeit, das Unternehmen zu internationalisieren und begleitet durch die Globalisierung und den demografischen Wandel, hat sich die Mitarbeiterstruktur grundlegend.

So haben z. B. rund 25 Prozent der Mitarbeiter sowohl in der Verwaltung als auch in der Produktion einen Migrationshintergrund. Das schafft sicher auch Herausforderungen, aber „andererseits eröffnet uns die Vielfalt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren unterschiedlichen Fähigkeiten und Talenten neue Chancen für innovative und kreative Lösungen“, ist sich Friedrich Appelberg sicher.

Digitalen Fortschritt im Blick behalten

Als nunmehr vierten, strategisch wichtigen Schritt gilt bei Bomafa die konsequente Ausrichtung auf technologischen Fortschritt. „Durch die Einführung von SAP Business One als unternehmensweites ERP-System werden alle Prozesse in der digitalen Prozess-Steuerung dargestellt und optimiert. Bereits seit vielen Jahre investieren wir in Solid Works als 3D-Designtool und nutzen eine digitale Zeichnungsverwaltung. Mit Mastercam als CAM-Lösung haben wir zudem eine vereinfachte Schnittstelle zur Produktion geschaffen, bei der sich das seit Jahren konsequent durchgängige 3D-Design besonders auszahlt. Damit kann der optimierte CNC-Maschinenpark besonders effizient genutzt werden und ermöglicht eine schnellere Produktion bei zugleich weniger Fehlern. Wir haben zusammengefasst also auch hinsichtlich der Technologie massiv in die digitale Zukunft der

Bomafa investiert“, sagt Bertram Gögelein, technischer Geschäftsführer der Bomafa. „Durch die digitale Ausrichtung in der Konstruktion konnte schließlich das Design unserer Armaturen immer weiter in eine modulare Aufbauweise gegliedert werden, sodass mit erprobten Designkomponenten eine genaue Anpassung an die Kundenwünsche erfolgen kann. Damit ist die Bomafa-Armatur mehr denn je eine Armatur, die exakt auf die Anwendungen in den Anlagen angepasst werden kann.“ ■