



BÜFFELPOST

Banner *THE POWER COMPANY*

Banner **NACHHALTIGKEIT:**

BÜFFELPOWER MIT WEITBLICK



**NACHHALTIGE
ERSTAUSRÜSTUNG**
Hohe Standards von
Anfang an

**ENERGIEWENDE
MITGESTALTEN**
Investitionen in grüne
Zukunft

**MEGATRENDS IM
TEILEHANDEL**
2030: Wo geht die
Reise hin?

EDITORIAL

EDITORIAL

Sehr geehrte Partner,

ein starker Partner zu sein, erfordert viele Kraftakte: Die Dynamik eines langjährig erfahrenen und motivierten Teams, die Stabilität einer mit Bedacht aufgebauten und auf Verlässlichkeit basierenden Lieferkette bis hin zur Power eines Unternehmens, das als Innovationstreiber die Zukunft der Mobilität mitgestalten möchte.

Dass Banner all das vereint, zeigt sich nicht nur an der Firmenentwicklung zum weltweit renommierten Autobatteriehersteller, sondern belegen auch die aktuellen Kennzahlen: So können wir mit Freude, Demut und Stolz einen Rekordumsatz von 307 Millionen Euro verkünden. Unser büffelstarkes Team erzielte damit ein Umsatzplus von mehr als sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Im immer noch fordernden Marktumfeld – mit steigenden Kosten und schwierigen Lieferketten in einem heiß umkämpften Batteriemarkt – ist das als extrem starke Leistung zu verbuchen.

Es zeigt sich damit eindrucksvoll, dass die im Rahmen der „Agenda 2030“ festgelegte strategische Neuausrichtung Früchte trägt. So wurden in den vergangenen drei Jahren mehr als 25 Millionen Euro in die Standortentwicklung der Unternehmenszentrale in Leonding investiert. Dies ermöglicht eine Optimierung auftragsbezogener Produktion, zukunftsichere Planungs- und Logistikkapazitäten, Erhöhung von Fertigungstiefen und vor allem die Digitalisierung und permanente Verbesserung der Prozesse. Nur so kann der hohen Nachfrage nach Banner Qualitätsprodukten – zuletzt wurden 4,1 Millionen Einheiten verkauft – weiterhin verlässlich nachgekommen werden.

Die Lizenzverlängerung des Erfolgsprogramms Duracell Automotive „made by Banner“ soll eine weitere Markterweiterung in Europa möglich machen. Denn hier gibt es durchaus noch Absatzpotenzial für eine starke Qualitätsmarke wie Banner. Ebenso soll in China, einem der weltweit größten Absatzmärkte, weiter expandiert werden. Die Weichen dafür wurden mittels Lizenzpartnerschaft

mit dem Batterieproduzenten LEOCH bereits gelegt.

Auch die Nachhaltigkeitsinitiativen werden mit Vollgas vorangetrieben. Neben zahlreichen Einzelmaßnahmen quer durchs Unternehmen wurde eine neue Position für Nachhaltigkeitsmanagement geschaffen. Wir freuen uns, dass wir mit unserer Sustainability Managerin Sabine Rath eine versierte Expertin im Team begrüßen dürfen, die diese wichtige Agenda mit vollem Herzblut vorantreibt und gemeinsam mit unserem büffelstarken Team in die Tat umsetzen wird.

Man sieht klar und deutlich, Zukunft lässt sich nur gemeinsam gestalten. Banner ist nicht nur ein Büffel, vielmehr sind wir weltweit eine große Herde. Deshalb gilt unser Dank nicht nur unseren engagierten Mitarbeitern, sondern auch Ihnen, liebe Kunden, Partner und Freunde von Banner, da Sie alle durch Ihre Impulse sowie langjährige Treue Teil unserer Erfolgsgeschichte sind!



Andreas Bawart
Kaufmännischer Geschäftsführer



Thomas Bawart
Technischer Geschäftsführer



VERTRIEB

STRATEGISCHE PARTNERSCHAFTEN ZUR ABSICHERUNG DER UNABHÄNGIGKEIT

Banner zählt zu den fünf größten Batterieherstellern Europas und ist dabei der einzige im Privatbesitz. Strategische Partnerschaften sollen diese Unabhängigkeit langfristig sicherstellen.



Franz Märzinger
Leiter Vertrieb und Marketing



Während sich Banner Batterien im Privatbesitz befindet, sind alle anderen großen Hersteller aktuell im Besitz von Private Equity Fonds oder internationalen Konzernen. Um den Weg dieser Unabhängigkeit auch weiterhin erfolgreich beschreiten zu können, haben wir die Agenda 2030 erarbeitet, über die wir in den letzten Ausgaben dieser Büffelpost berichtet haben.

STARKE PARTNER

Eine wesentliche Säule der Agenda 2030

ist der Ausbau strategischer Partnerschaften in Amerika und Asien. Während wir in Nordamerika mit East Penn in den USA (zweitgrößter Hersteller in Nordamerika) und Moura in Südamerika (größter Hersteller in Brasilien) schon jahrelang strategische Partnerschaften unterhalten, haben wir jetzt in China mit der Firma Leoch (zählt zu den fünf größten Herstellern Chinas) eine strategische Partnerschaft begonnen. So wie Banner, East Penn und Moura befindet sich auch Leoch im Privatbesitz.

MEHR POWER IN CHINA

Als erstes konkretes Projekt wurde mit Leoch eine Lizenzvereinbarung geschlossen, die es Leoch erlaubt, in China produzierte Batterien unter der Marke Banner am chinesischen Markt zu vertreiben. Wir versprechen uns dadurch eine signifikante Bekanntheitssteigerung unserer Marke in China. Neben diesem Projekt eröffnen sich im Rahmen der Partnerschaft weitere mögliche gemeinsame Vertriebsprojekte, von denen auch unsere Kunden in Europa profitieren werden.

ENERGY BULL DUAL POWER

BRANDNEU UND NOCH STÄRKER!

Seit Jahren ist die Energy Bull als zuverlässige Freizeit- und Hobbybatterie bekannt. Jetzt wurde es Zeit, das Sortiment neu zu positionieren, um den steigenden Erwartungen und Anforderungen der Banner Kunden gerecht zu werden.

Ab dem Sommer 2023 dürfen wir Ihnen endlich die „Energy Bull Dual Power“ am Markt präsentieren. Durch die „Dual Power“ Technologie wird die Verwendung als Starter- und Versorgerbatterie ermöglicht.

Im Zuge der Relaunch-Kampagne wurde das Sortiment auf sechs Renner-Typen mit Kapazitäten von 60Ah bis 230Ah reduziert. Auch das Etikettendesign wurde aktualisiert und der Deckel aufgrund der Verwendung von Rezyklat-Material von blau auf schwarz geändert.

VIELFÄLTIGE ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN

Die Anwendungsgebiete der Energy Bull sind breit gefächert. Die Batterie liefert tragbare Energie für Segel- und Elektroboote, Yachten, Wohn- und Reisemobile sowie den Camping/Caravanbereich. Sie eignet sich aber auch für den Antrieb von Rollstühlen und für den Einsatz als Energiespeicher für Signalanlagen und Solarpaneele. Zyklusfestigkeit, einfache Ladbarkeit und Rüttelbeständigkeit sind nur wenige der vielen Eigenschaften des Banner Freizeitsortiments. Durch den Einsatz von 4K-Deckeln und Sicherheitsverschraubungen, sind die Energy Bull Dual Power Batterien auslauf- und betriebssicher.

VOLL DURCHSTARTEN

Die Typen in PKW-Baugrößen sind zur Gänze wartungsfrei und die Typen in LKW-Baugrößen wartungsfreundlich. Zur einfachen Elektrolytstandkontrolle trägt der transparente Kasten bei. Dank der „Dual Power“ Bauweise – unter anderem mit Carbon-Additiven in den Elektroden – eignen sich die neuen Energy Bull Batterien dank solider Kaltstartleistungen auch für die meisten Starteranwendungen.



Energy Bull Dual Power – Ihre büffelstarken Vorteile:

- PKW-Typen → wartungsfrei, LKW-Typen → wartungsfreundlich
- Transparenter Kasten ermöglicht Elektrolytstandkontrolle
- 4K-Deckel (bei PKW-Typen) und Sicherheitsverschraubungen (bei LKW-Typen) sorgen für Auslauf- und Betriebssicherheit
- Einfache Ladbarkeit dank Carbon-Additiven im Plattenmaterial
- Rüttelbeständig dank Bodenverklebung der Platten
- 3-fach höhere Zyklusfestigkeit als eine Starterbatterie
- Optimierte Kapazitäten – ideal für zyklische Belastungen
- Solide Kaltstartwerte – geeignet für die meisten Starteranwendungen
- Produktverbesserung zum gleichen Preisniveau

ERSTAUSRÜSTUNG

NACHHALTIGKEIT BEI Banner: MENSCH, SOZIALES, WIRTSCHAFT UND UMWELT

Das Thema Nachhaltigkeit wird auch in der Erstausrüstung immer wichtiger.



Harald Fiebiger
OEM-Manager



Nicht nur durch die Start-/Stopp-Funktion mit AGM- und EFB-Batterien für unsere Kunden – unter anderem für BMW und Volkswagen – wird geholfen, Kraftstoff zu sparen und somit die Umwelt zu entlasten. Auch bei

unseren Lieferanten legen wir besonderen Wert auf Nachhaltigkeit. Die Definition des Begriffs „Nachhaltigkeit“ ist, die Bedürfnisse der Gegenwart so zu befriedigen, dass die Möglichkeiten zukünftiger Generationen nicht eingeschränkt

werden. Diesem Grundsatz wird Banner auch in Zukunft Folge leisten.

Banner LIEFERANTENKODEX

Sämtliche Automobilhersteller erwarten von Banner nachhaltig zu wirtschaften und diese Denkweise auch an die Lieferanten weiterzugeben. Aus diesem Grund wurde ein Lieferantenkodex entwickelt, durch welchen unsere Lieferanten in der Supply Chain zur Einhaltung unserer Richtlinien aufgefordert sind.

HOHE STANDARDS

Ein kurzer Auszug aus den geforderten Punkten: Unter anderem soll der Einsatz erneuerbarer Energien erhöht und durch umfassende Strategien die Senkung des Energieverbrauchs erzielt werden. Ebenso ist gefordert, dass sie die natürlichen Ökosysteme vor Abholzung, Wald- oder Flächenumwandlung schützen. Unsere Lieferanten bemühen sich nach besten Kräften ihre Geschäftstätigkeit vollständig ohne Entwaldung durchzuführen („Net Zero Deforestation“). Sie unternehmen große Anstrengungen, um eine nachhaltige Produktion zu erreichen, wenn Rohstoffe land- oder forstwirtschaftlichen Ursprungs involviert sind. Ebenso verringern sie aktiv die Auswirkungen ihrer Tätigkeit auf die Artenvielfalt. Wir erwarten von unseren Lieferanten auch, dass Abfälle reduziert werden und die Wiederverwendung und Recycling gesteigert werden.

4 SÄULEN DER NACHHALTIGKEIT

Nur so schaffen wir es gemeinsam, die vier Nachhaltigkeitsziele (auch „4 Säulen der Nachhaltigkeit“ genannt) – nämlich Mensch, Soziales, Wirtschaft und Umwelt – zu erreichen und uns als Unternehmen auch nachhaltig weiterzuentwickeln.

Banner SUSTAINABILITY**VOLLE KRAFT IN EINE GRÜNE ZUKUNFT!**

Nachhaltigkeit ist bei Banner ein Strategisches Ziel und das Nachhaltigkeitsmanagement eine der Initiativen in der Agenda 2030.



Sabine Rath
Sustainability Managerin



Für den Aufbau unseres Nachhaltigkeitsmanagements wurde eine eigene Funktion im Unternehmen geschaffen. Sabine Rath ist mit vollem Engagement als Sustainability Managerin tätig. Die nachfolgenden Schritte wurden bereits durchgeführt:

1. ESG (ENVIRONMENTAL, SOCIAL, GOVERNANCE) STATUS-QUO ANALYSE UND ROADMAP:

- Erhebung des Status Quo (zu welchen Nachhaltigkeitsthemen existieren bereits Daten, Anforderungen von Kundenseite)
- Verständnis zu den regulativen Rahmenbedingungen stärken – CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) und EU-Taxonomie
- Welche Schritte müssen gesetzt werden, um künftige Anforderungen zu erfüllen.

2. WESENTLICHKEITSANALYSE:

Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse zur Themenpriorisierung bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung unter Anwendung der „Double Materiality“.

Zu Beginn wurde unter Abgleich mit einschlägigen Standards und Rahmenwerken überlegt, welche Nachhaltigkeitsaspekte potenziell wesentlich sind. Bei der Auswahl der Themen wurde ebenfalls die Wertschöpfungskette beleuchtet.

Mittels einer Stakeholder-Befragung wurden die Sichtweisen der Anspruchsgruppen miteinbezogen und die Erkenntnisse mit Risiko- und Impactanalysen untermauert.

Im Anschluss an die Priorisierung wurde eine Wesentlichkeitsschwelle für die Berichterstattung festgelegt. Für

alle Themen, die diese Schwelle überschreiten, werden Nachhaltigkeits-Kennzahlen definiert und im Bericht ausführlich behandelt.

Im nächsten Schritt werden wir uns der Detail-Erhebung der Scope 3 Emissionen und dem Corporate Carbon Footprint widmen, um konkrete Nachhaltigkeitsziele ableiten zu können.

Banner SUSTAINABILITY MANAGEMENT

Bei Fragen zu unserem Nachhaltigkeitsmanagement wenden Sie sich bitte an unsere Sustainability Managerin Sabine Rath unter:

sabine.rath@bannerbatterien.com

INVESTITIONEN

ENERGIEWENDE AKTIV MITGESTALTEN

Das letzte Halbjahr war geprägt von einer Vielzahl an Investitionen, die einen Beitrag zur Energiewende leisten sollen.



Florian Steinhart
Technischer Leiter

Unsere älteste Linie in der Batteriemontage wurde auf den neuesten Stand der Technik gebracht. Dabei wurde großer Wert auf die Qualität und Performance, ebenso wie auf ergonomische und logistische Aspekte gelegt. Nach einer kurzen Hochlaufphase liefert die Linie bereits verlässlich die geplanten Stückzahlen. In der Plattenproduktion wurde zusätzlich in eine neue Linie investiert, um die höheren Plattenbedarfe abdecken zu können. Die Installation verlief plangemäß und die Anlaufschwierigkeiten konnten schnell beseitigt werden. Besondere

Freude haben wir mit dem deutlich niedrigeren Energieverbrauch im Vergleich zu bestehenden Anlagen. Um die Fertigungstiefe weiter zu steigern, wird die Batteriekastenfertigung ins Hauptwerk integriert. Das Projekt umfasst neben der Verlagerung von großen Spritzgussmaschinen, auch eine umfassende Infrastruktur inklusive einem internen Logistikkonzept.

REDUKTION DES ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCKS

Wir arbeiten aktiv daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu senken. Die Erwei-

terung der PV-Anlage wurde daher bereits in Angriff genommen. Im nächsten Schritt wird nochmals um circa 1 MWp aufgestockt. Trotz der aktuell angespannten Liefersituation wollen wir damit heuer noch in Betrieb gehen. Zusätzlich sanieren wir unser Bürogebäude. Die komplette Außenhülle wird neu gestaltet und das Dach gedämmt, um damit den Energieverbrauch auf ein Minimum zu reduzieren. Wir sehen unsere Investitionen als Beitrag zur Energiewende und wollen diese weiterhin aktiv mitgestalten.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

LIEFERKETTEN NACHHALTIG STABILISIERT

Das Unternehmen Banner steht für einen verlässlichen, liefertreuen Partner, der den Lieferservice neben der Produktqualität in den Mittelpunkt stellt. Dafür braucht es eine stabile Lieferkette.



Reinhard Bauer
Supply Chain Manager

Voraussetzung für den gewohnt hohen Banner Lieferservice ist eine zuverlässige Versorgung mit Vormaterialien und Rohstoffen. In den letzten einhalb Jahren wurden unsere Lieferanten und Lieferketten, die davor noch als stabil und zuverlässig eingestuft wurden, vor große Herausforderungen gestellt.

FLEXIBILITÄT IST GEFRAGT

In den vergangenen zwei Jahren führte die stark gestiegene Nachfrage nach Gütern jeglicher Art – mit einhergehender Verknappung der Rohstoffe, Produktions- und Transportkapazitäten – bei Lieferanten

oder deren Zulieferfirmen zu deutlich längeren Lieferzeiten bzw. zu temporären Lieferausfällen. Hinzu kommt die angespannte Situation am Arbeitsmarkt in fast allen europäischen Ländern. Lieferanten, also auch Banner, benötigen deutlich länger, ausreichend qualifizierte Mitarbeiter zu finden, um die Produktionskapazitäten an die gestiegene Nachfrage anzupassen.

Banner PLANT MIT WEITBLICK

All dies hat Banner und seine Lieferanten im vergangenen Jahr gezwungen, für einige Rohstoffe und Komponenten Sonderproduktionen und -transporte durchzuführen,

gegebenenfalls das Produktionsprogramm an die Verfügbarkeit des Vormaterials kurzfristig anzupassen und deutlich höhere Sicherheitsbestände aufzubauen. Trotz angespannter Versorgungslage konnte durch den Einsatz unserer Mitarbeiter und Lieferanten in den letzten Monaten eine nachhaltige Lieferkette aufrechterhalten bzw. wieder aufgebaut werden. So können wir eine unterbrechungsfreie Produktion gewährleisten, damit wir auch in Zukunft alle unsere Lieferverpflichtungen wie gewohnt erfüllen können.

Banner **BATTERIEWISSEN B2B**

DIE MEGA TRENDS IM (AUTO)TEILEGESCHÄFT BIS ZUM JAHR 2030!

Teilehandel im Wandel: Wo geht die Reise hin?



Andreas Sperl
Batterieexperte

Nicht nur der europäische Teilehandel ist in Zukunft einem rasanten Wandel ausgesetzt. Alleine schon aufgrund der Megatrends E-Mobilität, Digitalisierung und dem weiter enorm steigenden Konzentrationsprozess auf Seiten der Teileanbieter wird sich einiges ändern. Völlig unberücksichtigt lassen wir noch das Thema autonomes Fahren – vor kurzem teilweise noch als Utopie belächelt, wird dies mittelfristig zur Realität werden.

Branchenexperten prognostizieren dem automotiven Teilehandel ein moderates, aber stabiles Wachstumsszenario von bis zu zwei Prozent jährlich. Trotzdem: Nicht nur der Teilehandel, sondern auch die Teilehersteller stehen vor den größten Marktveränderungen seit Jahrzehnten! Die elf Megatrends kurz im Detail vermerkt:

- 1. Teilehandel im Wandel!** Die Kooperation bis hin zur Fusionierung von Handelsunternehmen macht aus ehemals regionalen bzw. nationalen Teilergroßhändlern große international tätige Unternehmen mit entsprechender Marktmacht. Aktuelles Beispiel kurz notiert: Die Nr.1 am europäischen Teilehandelsmarkt ist heute dreimal so groß im direkten Vergleich mit der Nr. 2!
- 2. Komplexität und Variantenvielfalt ist generell die Herausforderung im Ersatzteilmanagement.** Es sind die Modellvielfalt und der Variantenreichtum innerhalb einzelner PKW-Baureihen, die eine exakte Teileidentifikation und -bestellung erschweren. Ein typisches Beispiel dafür ist das Thema Fahrzeug- und Teileidentifikation, mit dem Ziel, diese einfacher und effektiver zu gestalten. Weniger Fehlbestellungen und geringere Rücklaufquoten senken die Kosten für Werkstatt und Handel. Reparaturtermine lassen sich besser kal-

kulieren und sicherer einhalten, was die Kundenzufriedenheit steigert. Denn die durch unzureichende Teileidentifikation bedingte Rücklaufquote bestellter Autoteile inklusive Batterien, liegt im europäischen Teilemarkt bislang immer noch bei 10 bis 15%!

- 3. Längere Lebensdauer der Autos.** (Circa 10,8 Jahre im EU-Durchschnitt.) Dies ist eine gute Entwicklung für unser Batteriegeschäft! Für die Werkstätten – egal ob freie oder markengebundene –

und den Autoteilehandel ist dies grundsätzlich positiv, weil ältere Fahrzeuge mehr Wartung, Service und automotiv Ersatz- und Verschleißteile benötigen.

- 4. Zugang zu den Fahrzeugdaten.** Moderne Autos sind immer mehr digital vernetzt – praktisch rollende Smartphones auf vier Rädern. Bis 2030 sind rund 50% des Fahrzeugbestands mit sogenannten Konnektivitätssystemen ausgestattet. Derzeit wissen nur die Kfz-Hersteller, welche Daten im Auto



generiert, verarbeitet, gespeichert und versendet werden. Datentransparenz, Zugang nicht nur für Kfz-Hersteller und deren Marken- bzw. Vertragswerkstätten, Wahlfreiheit für Autofahrer sind nur einige der noch ungeklärten Themen.

- 5. Elektromobilität erobert zusehends den Massenmarkt und bedeutet kein E-Auto ohne 12V Bordnetz-batterie!** Auch wenn in Europa 2035 (Schätzung heute) bis zu 45% aller Neuwagen elektrisch, also PHEV**-Hybridmodelle oder reine Elektroautos (*BEV) sein werden, sind weiterhin ca. 85% der Fahrzeuge des Fuhrparks mit einem Verbrennungsmotor ausgestattet, die eine entsprechend leistungsstarke Blei-Säure-Starterbatterie benötigen. Ebenso wird auch jedes Elektroauto weiter mit einer 12V Blei-

Säure-Bordnetzbatterie ausgestattet sein. Blei-Säure-Batterien von Banner sind bereits heute Teil der Elektromobilität. Das Wachstum wird durch Regierungsprogramme wie Umweltbonus, Innovationsprämie, Verkaufsprämie, Fahrverbote für Verbrenner in großen Ballungsräumen oder z.B. EU-Vorgaben für saubere Luft weiter gehypt. Laut diverser automotiver Studien könnte 2030 in Europa jede dritte Neuwagenzulassung ein Elektroauto sein. Der Einfluss der aktuellen globalen Wirtschaftssituation ist dabei jedoch noch nicht klar absehbar. Fakt ist, dass Fahrzeuge mit alternativen Antrieben (Elektro-, Hybrid-, Wasserstoff-Technologie oder synthetische Treibstoffe u.v.m.) zum Alltag auf unseren Straßen gehören.

- 6. Kfz-Hersteller forcieren eigene OES Originalprodukte** (OES Original Equipment Supplier) zur stärkeren Durchdringung des Ersatzteilmarktes. Damit verbunden werden z.B. Automobilhersteller eine noch professionellere Vermarktung mittels Originalteilen wie Originalbatterien forcieren. Es ergibt sich ein enormes Wachstumspotenzial durch den größer werdenden Pool an älteren Kfz, die in Zukunft mit speziellen Aktionen in Richtung Marken- bzw. Vertragswerkstatt gelenkt werden sollen.
- 7. Kfz-Hersteller gründen eigene markenunabhängige Teilehandels- bzw. Werkstattketten.** Stellantis (früher PSA Peugeot Société Anonyme und FCA Fiat Chrysler Automobiles) mit dem online Teilehandel Mister Auto nur als aktuelles Beispiel kurz vermerkt, ist bereits in 19 europäischen Ländern aktiv!
- 8. Weniger PKW-Fahrleistung:** Die durchschnittliche PKW-Fahrleistung von ca. 14.000 Kilometern wird sich weiter reduzieren. Das bedeutet mehr teil- und tiefentladene bzw. sulfatierte Batterien und ist Ihre Verkaufschance!
- 9. Autoflottenbetreiber, Automobilclubs, Leasinggesellschaften, online Plattformen und Versicherungsunternehmen kontrollieren einen immer größeren Anteil des Fahrzeugbestandes.** Service und War-

tung wird nur mehr an ausgewählte Kfz-Betriebe vergeben, das kann aber auch positiv als Chance gesehen werden.

- 10. Der Carsharing Markt verzeichnet stetiges Wachstum.** Dieses innovative Mobilitätskonzept ermöglicht grundsätzlich eine geringere Dichte an betriebenen Fahrzeugen. Gleichzeitig werden diese aber weitaus intensiver genutzt, was die Lebensdauer erheblich verkürzt. Dadurch wiederum steigt der Bedarf an neuen Fahrzeugen bzw. zumindest an automotiven Ersatz- und Verschleißteilen von A wie Auspuff, über B wie Batterien bis Z wie Zündkerzen weiter an. Positives Fazit: Einen Absatzeinbruch oder weniger Ersatzteilgeschäft müssen die neuen Mobilitätsformen also keineswegs bedeuten.

- 11. Autonomes Fahren wird zur Realität.** Mittelfristig werden wohl immer mehr Funktionen des Fahrers durch diese innovative Technologie übernommen. Autos übermüden nicht, reagieren via Sensoren elektronisch in Bruchteilen einer Sekunde und kommunizieren mit anderen Fahrzeugen. All das sind Faktoren, die Verschleiß und unfallbedingte Reparaturen weiter minimieren werden! Meine These in Richtung positiver Grundstimmung für alle Autospengler:innen (Karoseriespengler:innen): Es könnte in Zukunft, bedingt durch den Klimawandel, weitaus mehr Hagelereignisse geben mit viel mehr Bedarf an Dellendrücker:innen. Fazit: Parkdellen ade, Hageldellen...

Eines ist im Batteriegeschäft sicher: Streikende Starter- und Bordnetz-batterien werden weiter zu Start- und Fahrtproblemen führen. Das ist Ihre Chance, um wertvolle Zusatzverkäufe zu generieren!

Der Banner Büffel wird speziell für Sie das Partnerportal auf www.bannerbatterien.com in Zukunft als DIE Plattform für Batteriewissen und Vermarktung laufend weiterentwickeln. Profitieren auch Sie von den immer topaktuellen Informationen, Tipps und Tricks mit echtem Mehrwert!



*BEV: Das E-Auto (BEV Battery Electric Vehicle, auch als Elektroauto bezeichnet)

**PHEV: Das Plug-in Hybridauto (PHEV Plug-in Hybrid Electric Vehicle, oder auf gut deutsch „Steckdosenhybrid“)

Banner TEAM

NEUE POWER IM VERTRIEB

Unser globales, büffelstarkes Team wird noch stärker! Echte Expertise, Erfahrung, Service und Teamgeist zeichnen uns aus. Wir freuen uns über unsere neuen Country Manager:



Stefan Miltenberger
Country Manager Banner Deutschland

Alter: 51 Jahre

Familienstand: verheiratet, zwei Söhne (11 und 14)

Hobbies: Kommunalpolitik, zeitgenössische Kunst, Skifahren, Nordic Walking, Golf

Lieblingsmusik: abhängig von Stimmung und Situation breit gefächert

Darauf möchte ich nie verzichten: Meine Familie. Positives und lösungsorientiertes Arbeiten. Für meine Wertevorstellung einzutreten und konstruktive Kommunikation.

Das gefällt mir an Banner: Im Team die Zukunft eines starken Traditionsunternehmens positiv mitzugestalten.



Michel Meyer
Country Manager Banner Frankreich

Alter: 54 Jahre

Familienstand: Single, Vater einer Tochter (22)

Hobbies: alles, was fährt besonders Oldtimer

Lieblingsmusik: Beatles, ABBA, Johnny Hallyday

Darauf möchte ich nie verzichten: Teamfähigkeit

Das gefällt mir an Banner: Top Produkte und Vollsortiment; das solidarische und leistungsstarke Banner Frankreich Team, Familienbetrieb.

Besonderheit: Meine langjährige Banner Erfahrung ist 24 Jahre.

30 JAHRE Banner FRANKREICH

Gründungsjahr: 1992

Anzahl Mitarbeiter: 28

Anzahl Niederlassungen: 4 (Rixheim, Saint-Ouen-l'Aumône, Fenouillet, Sant Priest)

Vertriebsstruktur: 5 Automotive und 3 Energie Solutions Außenendienstmitarbeiter, 4 Innendienstmitarbeiter

Kundenstruktur: Batterie-Spezialisten/Grossisten/Fast fitters/Agrar und LKW

Besonderheiten: Hoher Anteil an Handelsmarken, der große Auswirkungen auf die Preispositionierung hat.

ÜBER Banner DEUTSCHLAND

Gründungsjahr: 1968

Anzahl Mitarbeiter: 52

Anzahl Niederlassungen: 4

Besonderheiten: Der deutsche Batteriemarkt ist sehr erhitzt. Es gibt eine Vielzahl an Angeboten, aber auch die dementsprechende Nachfrage. Banner Qualitätsware ist am Markt sehr geschätzt und wird für den Premiumsektor verkauft.



VERABSCHIEDUNG

Banner **SAGT DANKE!**

Zdeněk Ráž, langjähriger Landesverkaufsleiter der Banner Niederlassung in Tschechien, verabschiedet sich in die wohlverdiente Pension.



Martin Burda
Country Manager
Banner Tschechien
und Slowakei

Alter: 40 Jahre

Familienstand: Seit 12 Jahren glücklich verheiratet, zwei wunderbare Kinder (der 6-jährige Matěj und die 1-jährige Kate)

Hobbys: An erster Stelle muss ich die Familie und alle damit verbundenen Dinge und Aktivitäten nennen. Ich mag auch Sport (Fußball, Eishockey, Skifahren, Radfahren, Motorsport), Kultur (Kino/Theater), Reisen, die Automobilwelt und Gartenarbeit.

Lieblingsmusik: Ich mag alle Arten der heutigen weltweiten und tschechischen Mainstream-Musik wie Coldplay oder Marek Ztraceny, aber auch klassische Bands wie Queen, Beatles, Metallica. Nicht zuletzt mag ich auch Filmmusik, vor allem von Enio Morricone und Hans Zimmer.

Darauf möchte ich nie verzichten: Ich würde auf keinen Fall auf meine Frau, meine Kinder, meine Freunde und meine Arbeit verzichten wollen, was auch Sinn und Spaß macht.

Das ist es, was ich an Banner mag: Am meisten gefällt mir an Banner, dass es ein gut geführtes, strukturiertes und familiengeführtes Unternehmen ist. Ich bin von den Banner Produkten begeistert und davon überzeugt, dass sie die besten ihrer Klasse sind. Ich mag die täglichen Herausforderungen, die mich motivieren, über den Tellerrand hinauszuschauen und meine Fähigkeiten und meine Persönlichkeit weiter zu entwickeln. Nicht zuletzt schätze und respektiere ich die tschechischen und slowakischen Banner-Teams sehr.

Der Erfolg des Familienunternehmens Banner ruht vor allem auf den Schultern der langjährig treuen Mitarbeiter. Tagtäglich geben sie – an den 22 Niederlassungen in 13 Ländern weltweit – ihr Bestes und tragen so wesentlich zu Qualität, Büffelpower und innovativer Mobilität der Zukunft bei. Einer von ihnen war Zdeněk Ráž, Landesverkaufsleiter der Banner Niederlassung in Tschechien, der sich nun in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet hat.

VOM ERSTEN TAG AN DABEI

Ráž war seit der Gründung der tschechischen Niederlassung am 1. August 1993 Teil des Banner-Teams und trug wesentlich zu ihrem Ausbau bei. Gerne erzählt er von den Anfängen von Banner in Prag: „Die erste Ware lagerte 1993 noch in einer Blechgarage ohne Licht. Diese wurde von zwei Hunden überwacht. Ich konnte die Ware dort nur abholen, wenn der Besitzer der beiden Wachhunde dabei war. Nach den ersten drei Monaten sind wir in Räumlichkeiten im ehemaligen chemischen Werk gegenüber unseres jetzigen Grundstücks in Prag 10 gezogen. Bei starkem Regen mussten wir damals leider feststellen, dass das Dach nicht ganz dicht war. Im Herbst 1996 übersiedelten wir dann in die neue Niederlassung. Zu Beginn hatten wir noch keinen PC, alle Papiere musste ich per Handschreiben und zur Kassenführung war ein



Taschenrechner das Höchste an elektronischem Komfort. Heute wäre das alles kaum mehr vorstellbar.“ Ráž wusste stets die Stärke des Banner Teams zu schätzen und trug als engagierter Landesverkaufsleiter wesentlich zum Erfolg von Banner in Tschechien bei. Seine Arbeit hat ihm wirklich Spaß gemacht, so bezeichnete er diese auch als sein „Hobby“. Nachdem er sich in die wohlverdiente Pensionierung verabschiedet hat, kann er sich nun vermehrt seinen weiteren Lieblingsaktivitäten, dem Tanzen und Eishockey, widmen. Wir wünschen ihm dafür nur das Beste!

SOMMERGRÜSSE



VOLLE KRAFT VORAUS

Am Ende der aktuellen Ausgabe wünschen wir allen Kunden, Partnern und Freunden von Banner einen schönen Sommer!

Banner *INSIDE*: BMW, VW, AUDI, PORSCHE, MERCEDES, SEAT, ASTON MARTIN, SUZUKI, ...



Banner

THE POWER COMPANY

IMPRESSUM:

Medieninhaber, Herausgeber: Banner GmbH, 4021 Linz, Postfach 777, Salzburger Straße 298

Für den Inhalt verantwortlich: Banner GmbH, Andreas Bawart. Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung. Verlagsort: Linz

bannerbatterien.com

