

„Den Technologievorsprung erhalten und ausbauen“

PRIMA: Frau Leenen, die SCI Verkehr GmbH ist als Beratungsunternehmen auf das Thema Mobilität spezialisiert. Welche Beratungsleistungen stellen Sie der Bahnbranche zur Verfügung?

Maria Leenen: Wir sind als Beratungsboutique auf strategisches Consulting spezialisiert, das heißt wir helfen Unternehmen bei ihrer Neupositionierung am Markt, bei der Einschätzung zukünftiger Nachfrage oder bei der Bewertung ihrer Flotten. Unser tägliches Geschäft sind Markt- und Wettbewerbsanalysen, Markteintrittsstrategien und Portfolioweiterentwicklungen sowie Mergers & Acquisitions (Fusionen und Übernahmen). Dadurch sind wir bei nahezu jedem Deal, der in der Branche stattfindet, in irgendeiner Weise beteiligt. Unsere Kunden sind die europäischen wie internationalen Unternehmen der Bahnindustrie. Das ist eine kleine Gemeinde, aber in dieser kleinen Gemeinde beraten wir weltweit. Außerdem helfen wir Europas Finanzwirtschaft, vor allem Private Equity (private Unternehmensbeteiligungen) Unternehmen, Leasinggesellschaften und Banken in allen Fragen rund um das Schienenbusiness.

PRIMA: Arbeiten Sie auch für Bahnunternehmen?

Maria Leenen: Wir beraten auch Bahnunternehmen, aller-

Im Gespräch mit dem Privatbahn Magazin: Seit 1994 führt die Dipl.-Volkswirtin Maria Leenen das international arbeitende Beratungsunternehmen SCI Verkehr GmbH.



Foto: C. Wiechel-Kramüller

dings nicht mit diesem internationalen Ansatz, sondern mit dem Fokus auf Europa. Hier im Wesentlichen unsere german related markets. Die Deutsche Bahn AG ist hier ein wichtiger Kunde von uns. Wir arbeiten aber auch für französische, italienische, niederländische, britische oder schwedische Bahnunternehmen. Hinzu kommen auch noch die öffentlichen Kunden. Wir betreuen beispielsweise für das Land Nordrhein-Westfalen die Cluster-Initiative Bahn zur Förderung dieser Region und dieser Standorte für kleine und mittelständische Unternehmen. Wir arbeiten außer-

dem auch für die Ministerien auf Bundes- und zum Teil auch auf europäischer Ebene.

PRIMA: Sie haben auch die railtec mitinitiiert?

Maria Leenen: Diese Idee geht mehr auf meinen jetzigen Partner Ulrich Schüller zurück, der damals in den Diensten des Wirtschafts- und Verkehrsministeriums in Düsseldorf stand. Wir haben die railtec damals etablieren wollen als eine Branchenmesse, die sich sehr stark auf das Zusammenspiel zwischen den Betreibern auf der einen Seite

und den Industrieunternehmen auf der anderen Seite fokussiert. Jetzt hat sich die Railtec als schöne regionale Konferenzmesse etabliert, die neben der Innotrans für die Branche viel Attraktivität und Ausstrahlung hat.

PRIMA: Wie sind Sie persönlich zum Thema Bahn gekommen?

Maria Leenen: Ich bin gebürtige Rheinländerin, da würde man sagen „wie die Heiden an die Hemdchen“, also durch bestimmte Zufälle heraus. Ich habe in meinem Volkswirtschaftsstudium Verkehr als Schwerpunkt gewählt – das Thema erschien mir sehr dynamisch. Neben meinem Studium habe ich im Beratungsgewerbe gearbeitet. Da lag es für mich nach dem Studium nahe, mir ein Büro zu suchen, in dem ich einerseits meine Beratungserfahrung einbringen konnte und andererseits meine Verkehrsaffinität.

PRIMA: Was reizt Sie besonders am Verkehrsträger Eisenbahn?

Maria Leenen: Die Bahn ist auf der einen Seite ein hoch technologisierter Verkehrsträger, eine echte High Tech Branche und auf der anderen Seite eine sehr kleine, kompakte Branche, die viele Besonderheiten gegenüber den klassischen Industriebranchen, wie zum Beispiel dem Automobilsektor, hat. Die kleine, feine „Familie“ von Spezialisten reizte mich. Die deutsche Bahnindustrie ist weltweit Marktführer und das macht Spaß.

PRIMA: Mit welchen Veränderungen müssen Bahnen und Bahnindustrie in den nächsten Jahren ihrer Meinung nach rechnen?

Maria Leenen: Fangen wir mit den Bahnen an. Die Bahnen als Anbieter von Transportdienstleistungen sind der größten Veränderung unterworfen und sind gleichzeitig dann wiederum der Treiber für die Industrie als Zulieferer. Wir hatten es bisher vorrangig mit historisch gewachsenen Staatsbahnen, also Staatsbetrieben zu tun, die jetzt mehr und mehr der normalen Marktwirtschaft ausgesetzt sind und damit unterschiedlich umgehen. Salopp gesagt: Manche stolpern, manche marschieren recht zielstrebig. Weltweit sehen wir die Transformation zum „Businesscase Bahntransport“. Genau diese Umbruchsituation ist reizvoll für die Bahnen selbst, für ihre Zulieferbranche, die Finanzwelt und natürlich für uns Berater.

Die Bahnbetreiber befinden sich derzeit in einem gigantischen Wandel.

Global wächst die Nachfrage nach Mobilität und in besonderer Weise nach Schienenverkehr. Außerdem verändert sich die Branche weltweit wie keine zweite: Verstaubte Staatsunternehmen müssen sich plötzlich dem Wettbewerb stellen, neue Unternehmen entstehen, ganze Tätigkeitsfelder wie die Instandhaltung werden outgesourct – mit den veränderten Anforderungen gibt es viele Fragen neu zu beantworten.

PRIMA: Gibt es Zweige der Bahnindustrie, die sich mit den Marktveränderungen besonders schwer tun?

Maria Leenen: Ja, das betrifft einerseits kleine und mittlere Unternehmen, die heute in der Zu-

lieferfunktion zu großen Häusern aktiv sind und dabei nicht in dem Maße die finanziellen Mittel haben, um sich komplett zu internationalisieren. Dabei muss man die Unternehmen unterscheiden, die hochwertige Technologien, sogenannte A-Komponenten, anbieten. Diese Unternehmen schaffen es vergleichsweise einfach, sich auch international zu etablieren. Schwerer haben es Hersteller von unspezifischeren Produkten.

PRIMA: Wie steht es mit der Bauindustrie, wie zum Beispiel den Gleisbauern?

Maria Leenen: Genau, diejenigen Unternehmen, die besonders personalintensiv arbeiten und wo die Wertschöpfung vor Ort stattfindet, die tun sich natürlich mit der Internationalisierung schwer.

PRIMA: Was raten Sie als Consultant diesen Unternehmen?

Maria Leenen: Da die viele Unternehmen, die in Deutschland spezielle Komponenten herstellen, auch Technologieführer sind, ist meine dringende Empfehlung, diesen Technologievorsprung zu erhalten und auszubauen. Das ist extrem wichtig, um gerade auf den asiatischen Märkten weiter Bestand zu haben. Ich muss hier zu Hause auf meinen Heimatmärkten einen Technologievorsprung haben, um den Vorsprung zu halten.

PRIMA: Vielen Dank für das Gespräch.

Lesen Sie das komplette Interview mit Maria Leenen im Internet unter:

www.privatbahn-magazin.de