



INHALT CONTENT

- 2 **Willkommen bei MonoPool Current !**
Welcome to MonoPool Current !
- 3 **Es gibt besondere Märkte, Australien und Neuseeland sind sehr besonders.**
All Markets Are Special...
Australia and New Zealand Even More So

PROJEKTE PROJECTS

- 3 **Besondere Klangerlebnisse**
Exceptional Sound Experiences
- 4 **Mit Mehl in Australien eine Marktlücke füllen.**
Filling a Market Niche with Flour in Australia

4 PERSONEN PERSONALITIES

4 IMPRESSUM IMPRINT

ASIA, OR THE ART OF BUSINESS

TURNKEY MARKET ENTRY SERVICES, AUF IHR UNTERNEHMEN ZUGESCHNITTEN – TURNKEY MARKET ENTRY AND DEVELOPMENT SERVICES



Justin Koh, Singapore

Neue Märkte zu erschließen birgt für einen Unternehmer immer ein Risiko, bietet aber auch einen Reiz. Es ist ein Abenteuer, das große Erfolgchancen verspricht. Das gilt vor allem für neue Märkte im Ausland. Vor allem Australien und Asien sind Wirtschaftsräume, in denen ein großes Potenzial liegt.

Über einen Zeitraum von fast 20 Jahren hat Peter Röhrig für den Möbelhersteller Wilkhahn in Australien, Singapur, Hongkong und in New York dieses Potenzial sehr genau analysieren und nutzen können. Vertrieb, Marketing und internationales Management sind seine Spezialgebiete. Er baute die Tochtergesellschaft Wilkhahn-Asia-Pacific in Sydney auf, eröffnete Zweigstellen mit Showrooms in Singapur, Hongkong, Kuala Lumpur und Shanghai, und seit 2009 leitete Röhrig die Geschicke des Weltvertriebs bei Wilkhahn. Röhrig hat für Wilkhahn Regionen erschlossen, die heute zu den wichtigsten und wachstumsstärksten Märkten des Unternehmens in Bezug auf Umsatz und Gewinn zählen.

Diese umfassenden Erfahrungen bringt Peter Röhrig jetzt in die von ihm 2014 gegründete Firma MonoPool ein. MonoPool bietet mittelständischen Unternehmen maßgeschneiderte Konzepte, um neue Märkte in Australien und Asien zu erschließen. Die Philosophie von MonoPool ist eine perfekt aufeinander abgestimmte Kombination aus strategischer Beratung, Marktanalyse, Finanzierungsberatung, individueller Umsetzung von Vertriebs- und Marketingthemen des jeweiligen Kunden, praktischer Unterstützung und der Übernahme von Verantwortung für einen nachhaltigen Erfolg: „Wir wollen, dass unsere Kunden im fremden Land von Anfang an ihre Qualitäten wirkungsvoll einsetzen können. Dabei helfen wir gern, indem

wir durch unsere partnerschaftliche und verantwortungsvolle Zusammenarbeit wie ein Teil des Unternehmens wirken“ – betont Peter Röhrig.

Er legt neben der Beratung besonderen Wert auf die praktische Unterstützung. Sie besteht darin, dass MonoPool mit den Firmen den Weg in die neuen Märkte gemeinsam geht, nicht nur Kontakte vermittelt, sondern die Gespräche und neue Geschäftsbeziehungen auch aktiv begleitet. Darüber hinaus hilft MonoPool tatkräftig beim Aufbau jeglicher Infrastruktur: Sei es das Finden geeigneter Geschäftsräume oder Showrooms, sei es der Aufbau eines passgenauen Mitarbeiterstabs, sei es Unterstützung beim geschäftlichen und privaten Umzug – MonoPool kann aufgrund der langjährig gewachsenen Kontakte und eines großen Netzwerks umfassende Lösungen anbieten, die den Start in Australien und Asien erleichtern. Hinzu kommt ein besonderes Angebotsspektrum vor Ort, das Business English, Business Soft Skills des fremden Kulturraums bis hin zu Business Yoga umfasst. Gerade im asiatischen Raum hängen geschäftliche Erfolge oft von einem Gesichtsausdruck und von der Körperhaltung ab, und wer will schon ein fast perfektes Geschäft aufs Spiel setzen, nur weil man zur Unzeit ein Taschentuch zückt?

Peter Röhrig weiß um die vielen kleinen und größeren Fallstricke im asien-pazifischen Business. Manch eine fast utopisch anmutende Herausforderung hat er angenommen und gemeistert – beispielsweise den Auftrag einer großen Bank in Singapur, die bei Wilkhahn 300 Bürostühle und 100 Tische als Maßanfertigung in Auftrag gab; der Kunde wünschte eine Lieferung binnen sechs Wochen, in denen auch noch Weihnachten lag! Peter Röhrig und seinem Team gelang es, wunschgerecht zu liefern, und spätestens bei diesem Coup zeigte sich, wie wichtig es gewesen ist, im australischen Sydney eine Fabrik für Wilkhahn Möbel zu errichten, die nach denselben Qualitätsmaßstäben fertigt wie in Deutschland. Und es zeigte sich auch, wie wichtig es ist, im Einzelfall

über die entsprechenden Kontakte und das Know-how zu verfügen sowie den richtigen Ton in Verhandlungen und in Gesprächen mit Mitarbeitern treffen zu können.

Opening up new markets is, on the one hand, a risky business. On the other hand, it's a tempting challenge. It is an adventure that can turn into a smashing success story. This is especially true for markets abroad. Australia and Asia are economic zones with particularly great potential.

Peter Röhrig has been able to analyse and use this potential extremely well in Australia, Singapore and New York over a period of almost 20 years for Wilkhahn, a premium manufacture of furniture. Marketing, sales and international management are his specialities. He set up the subsidiary company, Wilkhahn Asia-Pacific in Sydney, opened branch offices with showrooms in Singapore, Hongkong, Kuala Lumpur and Shanghai, and has been in charge of the fate of worldwide sales at Wilkhahn since 2009. Röhrig has discovered regions for Wilkhahn, which are included in the most important and high-growing markets of the company in terms of turnover and profit.

Peter Röhrig brings this vast experience into MonoPool, the company he founded in 2014. MonoPool offers tailor-made concepts to small and medium-sized companies to exploit markets in Australia and Asia. The philosophy of MonoPool is a perfect combination of strategic advice, market analysis, financial advice, individual implementation of sales and marketing ideas of the respective customer, handy support and handling responsibility for long-term success: "We want our company to be able to provide the best quality right from the beginning even in a foreign country. For that, we are glad to help by working as a part of the company through our fair and useful cooperation" emphasizes Peter Röhrig.

He gives special importance to practical support along with consultation. That means, MonoPool assists companies in new markets all the way by not just finding contacts for them, but even actively accompanying them in discussions and building new business relationships. In addition

MonoPool actively assists in setting-up the entire infrastructure: Be it finding suitable business locations or showrooms, obtaining suitable staff members, or assisting in commercial or private relocation, MonoPool, with its large network of contacts developed over many years in the field, can offer complete solutions to simplify a start in Australia and Asia. This includes a special range of offers on the spot, which includes Business English, Business Soft Skills of the foreign culture and Business Yoga. Especially in Asia, commercial success often depends on facial expressions and body language and who would put an almost perfect business opportunity at stake just by pulling out a handkerchief at the wrong moment?

Peter Röhrig knows a lot about many small and big traps of the Asia-Pacific Business. He has often accepted almost unrealistic, daring challenges and completed them successfully. For instance, the order of custom-made 300 office chairs and 100 desks given by a major bank in Singapore to Wilkhahn. The client wanted the delivery of this furniture within six weeks, which also included Christmas in this period. Peter Röhrig and his team succeeded comfortably in delivering the order as desired, and this coup goes to show how important it was to set up a factory for Wilkhahn furniture in Sydney, Australia, which manufactures with the same quality standards as in Germany. Plus, this also goes to show how important it is to have appropriate contacts and know-how as well as be able to have the right tone in negotiations and in discussions with employees in such cases.

EDITORIAL EDITORS LETTER



WILLKOMMEN BEI MONOPOOL CURRENT ! WELCOME TO MONOPOOL CURRENT !

Sie halten die erste Ausgabe in den Händen – seien Sie Premierengast bei der Vorstellung unseres jungen Unternehmens. Erfahren Sie hier mehr über unser Konzept, und lassen Sie sich anregen, selber neue Geschäftsideen zu entwickeln, bei denen MonoPool Sie gern begleiten wird. Gehen Sie mit MonoPool auf die Reise und erschließen Sie sich Märkte in Asien, Asienpazifik und Australien.

Jede Reise beginnt im Kopf. Als ich vor 18 Jahren meine ersten Schritte im internationalen Business machte, war Australien ein weißer Fleck auf der Landkarte des deutschen Mittelstands. Doch manche Unternehmen ahnten, dass dort ein großes Potenzial für die Erschließung neuer Märkte liegt, so der Büromöbelhersteller Wilkhahn. Für dieses Unternehmen, bei dem ich bereits den praktischen Teil meiner Ausbildung zum Betriebswirt absolviert hatte, unternahm ich Pionierarbeit und baute mit einem kleinen dynamischen Team die Tochtergesellschaft Wilkhahn Asia-Pacific am Standort Sydney auf. Ich wurde Niederlassungsleiter, Vertriebs- und Marketingleiter, war schließlich Co-Geschäftsführer. Wilkhahn Asia-Pacific trägt inzwischen ein Viertel zum jährlichen Gesamtumsatz des Unternehmens bei.

Meine langjährige Erfahrung in der asiatisch-pazifischen Geschäfts- und Wirtschaftswelt, mein Know-how des internationalen Business und meine Leidenschaft für den Vertrieb von qualitativ hochwertigen Produkten setze ich nun mit MonoPool ein, um Ihr Unternehmen erfolgreich in diesen Wirtschaftsraum zu bringen. Denn ich habe MonoPool

gegründet, um meine Kompetenzen in den Dienst von mittelständischen Unternehmen zu stellen, die in Asien, Asienpazifik und Australien Märkte für ihre Produkte erschließen möchten.

MonoPool ist Ihr verlässlicher Begleiter beim erfolgreichen Schritt in den asiatisch-pazifischen Raum. Zu unserer umfassenden Beratung gehört ein Service von A bis Z, von Analysieren bis Zupacken. Wir kennen die Geschäftskultur der Länder, in die wir Sie begleiten, aus eigenem Erleben und geben unser Wissen und unsere Netzwerke gern an Sie weiter. Lassen Sie sich bei der Lektüre anregen von den Business-Möglichkeiten des asiatisch-pazifischen Raumes und von den hier vorgestellten Unternehmen, die vertrauensvoll mit MonoPool ihren Schritt in diesen Markt machen.

In your hands you are holding the first edition of MonoPool Current. We invite you to be our guest to the "grand opening" of MonoPool. In these pages you will learn more about our business concept and be inspired to develop new ideas which MonoPool can help you develop further.

Join us on a journey with us to experience first-hand the marketplaces of Asia, Asia-Pacific and Australia. Each journey may be imagined at first, but MonoPool can turn this into reality. When I first stepped into the world of international business 18 years ago, Australia was a small spot on the map of most German mid-sized companies. But some companies did have a faint idea about the great potential for new markets — like the high-end office furniture maker Wilkhahn. For this company, where I also undertook and completed my management training and business degree. Together with a small dynamic team, I went on to set up the subsidiary, Wilkhahn Asia-Pacific in Sydney. I became first the branch manager, sales and marketing manager and finally the joint managing director. Wilkhahn Asia-Pacific now generates more than one-quarter of the annual turnover of the company.

My longstanding experience in the Asia-Pacific business and economic region, as well as my know-how of international business combined with my passion for selling high-quality products is now offered through MonoPool — to make your company successful in this economic region. I have founded MonoPool to offer my core competencies to companies wishing to distribute their products to the marketplaces of Asia, Asia-Pacific and Australia. MonoPool is your reliable partner to successfully enter the Asia-Pacific region. Our services offer A to Z solutions, from Analysing to Zupacken.

From our own experience, we know the business cultures of the countries in which we will work with you, and our happy to offer and share our knowledge and networks with you. We hope this brochure and the case studies of clients who entrusted MonoPool with their entry to the Asia Pacific region inspire you to make your own mark with us.

Ihr Peter Röhrig

ES GIBT BESONDERE MÄRKTE, AUSTRALIEN UND NEUSEESLAND SIND SEHR BESONDERS ALL MARKETS ARE SPECIAL... AUSTRALIA AND NEW ZEALAND EVEN MORE SO



Simone Williams
Australia, New Zealand

Was reizt einen deutschen Mittelständler, rund 15 000 Kilometer vom Stammsitz entfernt in Australien oder Neuseeland einen neuen Standort zu etablieren? Seit einigen Jahren ist ein wachsendes Interesse deutscher Mittelstands-Firmen an den Märkten in Australien und Neuseeland zu beobachten.

Sydney kommt eine besondere Schnittstellenposition zu, denn von der australischen Metropole aus können zwei riesige Märkte gleichzeitig bedient werden: nämlich Australien mit Neuseeland und Asien. An Australien schätzt ein deutscher Mittelständler den soliden Finanzmarkt, vergleichbare klare Regeln im Geschäftsleben, westliche Werte. Und doch hat Australien den Finger am Puls des riesigen asiatischen Wirtschaftsraumes. Man versteht hier eindeutig besser, wie asiatische Märkte funktionieren, man erkennt Unwägbarkeiten schneller und ist in der wichtigen Handels-Zeitzone.

Seit Pionierunternehmen aus Deutschland in Australien erfolgreich Fuß fassen, hat dieser Markt deutlich an Attraktivität gewonnen. Australien und Neuseeland sind inzwischen begehrte Standorte und Testmärkte zugleich. Zum einen bevorzugten deutsche Unternehmen das europäisch geprägte

Qualitätsbewusstsein in Australien, zum anderen die Abgeschlossenheit von Europa, in der vieles möglich ist. Freihandelsabkommen mit asiatischen Ländern sind geschlossen oder stehen kurz vor der Ratifizierung. So wird Australien zu einem attraktiven Sprungbrett in die Boom-Märkte Asiens. Vielfach nutzen Mittelständler Australien als Test-Markt, bevor sie ihre Produkte in Asien anbieten. Die heterogenen Zielgruppen in Australien und Neuseeland lassen manches Produkt wie in einem Brennglas erscheinen. Oft wird es nach dem Testlauf in Australien noch einmal verfeinert, die Marketingstrategie an asiatische Verhältnisse angepasst — und dabei wird vor allem das Bewusstsein geschärft, dass Asien kein großes Ganzes ist, sondern aus sehr unterschiedlichen Kulturen besteht.

What is it that attracts a German mid-sized business owner to set up a new site in Australia or New Zealand, about 15,000 kilometres away from the headquarters? Over the past few years, there has been an ever-increasing interest of mid-sized German companies in the markets of Australia and New Zealand. Sydney has a unique position intersecting two enormous markets that can be simultaneously accessed from this metropolitan city: namely Australia/New Zealand and Asia. When a German mid-sized business owner thinks

of Australia, he thinks of a well-established financial market, similar business regulations and western values. Plus, Australia has its finger on the pulse of the gigantic Asian economic region. People from Australia understand the Asian markets better — imponderability is recognised quicker and it occupies an important business time zone.

Ever since pioneering companies from Germany successfully gained a firm foothold in Australia, this market has become even more attractive. Meanwhile, Australia and New Zealand have both become sought-after locations as well as test markets. German companies appreciate the awareness of European quality in Australia, and on the other hand, the seclusion from Europe, which makes a lot more possible. Free trade agreement with Asian countries is either ruled out or is due for ratification. Thus, Australia becomes an attractive stepping stone to the booming markets of Asia. Mid-sized German companies often use Australia as a test market before launching their products in Asia. The compact and heterogeneous target groups in Australia and New Zealand can make some products appear to be "magnified" in terms of market testing research purposes. Product improvements and positioning can be made after a test run in Australia with the marketing strategies revised to fit Asian conditions.

PROJEKTE PROJECTS



International Conference Center Dalian, China

BESONDERE KLANGERLEBNISSE

EXCEPTIONAL SOUND EXPERIENCES

Mit professionellen Lautsprechersystemen zählt die Firma Kling & Freitag seit über 20 Jahren zu den Top-Marken auf dem Pro Audio-Markt. Der Hersteller aus Hannover, wo der legendäre VW Bulli vom Band läuft und die Scorpions ihre Songs komponieren, will in Australien für einen guten Ton sorgen. Auch dort gibt es ein Publikum mit anspruchsvollen Ohren – man denke nur an das Opernhaus in Sydney, das Weltrang besitzt, an das dortige Olympiastadion oder Kongresshallen in weiteren großen Städten.

Weltweite Referenzen weisen Kling & Freitag als Meister des Klanges aus. So wird beispielsweise das Festival auf der Seebühne Bregenz alljährlich mit Lautsprechersystemen aus Hannover beliefert. Architekten von Weltrang wie Wolf D. Prix mit seinem Büro CoopHimmelb(l)au in Wien oder Zaha Hadid in London setzen auf Design und Qualität von Kling & Freitag: Das Dalian International Conference Center und das Nanjing Youth Olympic Centre sind eindrucksvolle Beispiele.

Kling & Freitag hat großes Interesse, sich nun auf dem australischen Markt zu etablieren. Hohe Qualität der Produkte, Service und direkter Kundenkontakt gehören bei diesem Unternehmen zusammen. Über die enge Verbindung zu den Kunden kann der neue Markt nachhaltig aufgebaut werden. Die Errichtung eines Showrooms, wo die Produktqualität demonstriert werden kann, ist geplant; ebenso der Aufbau eines Mitarbeiterstabs für die Bereiche Vertrieb, Administration und Logistik.

MonoPool unterstützt Kling & Freitag mit viel Know-how und Kontakten. So können für jedes Segment passende Lösungen gefunden und die einzelnen Markteintrittsschritte koordiniert werden. MonoPool unternahm bereits im ersten Schritt der Zusammenarbeit eine Marktrecherche-Reise für Pro Audio-Systeme nach Sydney und präsentierte anschließend Jürgen Freitag, dem Geschäftsführer von Kling & Freitag, die umfangreichen Ergebnisse. Gespräche mit örtlichen Musikveranstaltern, mit führenden Architekten und Branchenkennern der australischen Audiotechnologie ermöglichen einen differenzierten Überblick über den Bedarf in Australien, Soundsysteme „Made in Germany“ anzubieten.

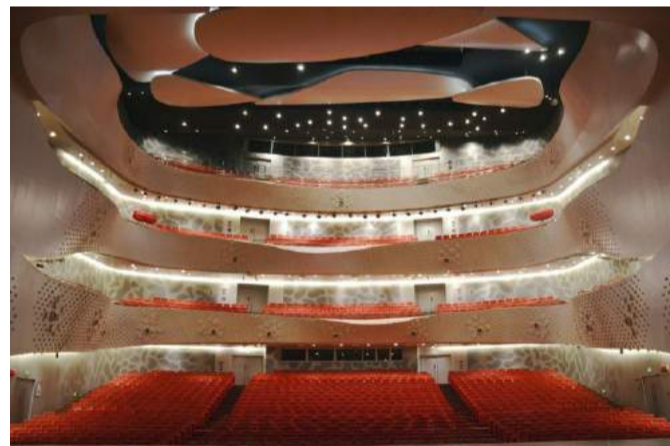
Architekten und Designer in Australien schätzen deutsche Qualitätsprodukte – das erhöht die Chancen für einen deutschen Anbieter hochwertiger Lautsprechersysteme wie Kling & Freitag, in Down Under Fuß zu fassen. Gerade bei repräsentativen Neubauten, die mit einer festinstallierten Beschallungsanlage ausgestattet werden, müssen Technik und Design Hand in Hand gehen. Der australische Markt bietet für Kling & Freitag noch weitere spannende Expansionsmöglichkeiten, denn die dortige Musikszene ist vielfältig: International bekannte Bands sind interessante Kunden für die renommierten ProRental Systeme von Kling & Freitag.



Sound, Engineering und das Design der Produkte von Kling & Freitag werden anspruchsvolle Kunden in Australien überzeugen. Für welche Produktlinie sich ein Kunde auch entscheidet, sei es die ProRental-Serie mit ihrer Flexibilität für spektakuläre mobile Einsätze, die Install-Serie, die durch hohes Leistungsvermögen und modernes Design besticht, oder die Classic-Serie mit ihren vielfältigen Komponenten für die unterschiedlichsten Beschallungssituationen – alle Serien basieren auf den Grundpfeilern von Innovation und kompromissloser Qualität. German Engineering auch in Australien: Man wird davon hören.

Kling & Freitag has been one of the leading brands in the international Pro Audio market, manufacturing professional loudspeaker systems, for over 20 years. This manufacturer from Hannover, where the legendary VW Bus rolls off the production line and the Scorpions composed their songs, wants to bring the best of sound to Australia. Australia has an audience demanding great sound – just think of the Opera House in Sydney, the Olympic stadium or the convention halls in other large cities.

All over the world, Kling & Freitag is known as the master of sound. So, even the Bregenz festival of performing arts is supplied with loudspeaker systems every year from Hannover. World-class architects like Wolf D. Prix with his company, CoopHimmelb(l)au in Vienna or Zaha Hadid in London praise the design and quality of Kling & Freitag: The Dalian International Conference Center and the Nanjing Youth Olympic Centre are impressive examples. Kling & Freitag has great interest in entering the Australian market. Superior quality products, service and direct customer contact is what this company is known for. Collectively this will enable Kling & Freitag to build sustainable relationships clients. Establishing a Sydney showroom, where the product quality can be demonstrated, as well as buil-



ding a local team consisting of sales, administration and logistics resources is currently in the planning. MonoPool is helping Kling & Freitag with know-how and networking. In this way, matching solutions can be found for market segments, and the individual steps required for a well planned market entry can be coordinated. MonoPool conducted a market research tour for Kling & Freitag Pro Audio systems in Sydney as the first step in collaboration, and then presented Jürgen Freitag, Managing Director of Kling & Freitag with the numerous business opportunities and market entry concepts within Australia. Discussions with local entertainment event managers, leading architects and trade masters of the Pro Australian audio industry have provided a fresh perspective on the requirements in Australia for selling sound systems “Made in Germany”.

Architects and designers in Australia believe German quality products will gain a strong foothold “Down Under”. This increases the chances of a German manufacturer of high-quality loudspeaker systems like Kling & Freitag to succeed in Australia. Kling & Freitag is well equipped to supply speakers into permanent installations where technology and design must go hand in hand. The Australian market has other exciting expansion opportunities for Kling & Freitag, as the world of music is broad in variety; for example international bands are great potential customers for the renowned ProRental systems of Kling & Freitag.

Sound, engineering and product design by Kling & Freitag are certain to please demanding customers in Australia. No matter which range of products the customer chooses, be it the ProRental series with its flexibility for spectacular mobile equipment or the Install Series offering high-performance and a modern design aesthetic, or the Classic Series having a variety of components for all possible acoustic conditions, all Kling & Freitag products are based on the foundations of innovation and uncompromising quality. German sound now in Australia: listen to this space.

MIT MEHL IN AUSTRALIEN EINE MARKTLÜCKE FÜLLEN

FILLING A MARKET NICHE WITH FLOUR IN AUSTRALIA

Der wohl modernste Mühlenbetrieb Europas hat seinen Standort in Hasede bei Hildesheim: die Große Mühle Gebrüder Engelke. Seit 1714 ist sie im Familienbesitz und wird in der zehnten Generation von Christof Engelke und seinem Cousin Joachim Engelke geleitet. Mit MonoPool waren die beiden geschäftsführenden Gesellschafter kürzlich in Australien und Singapur. Ziel der Reise: Markt- und Bedarfserkundungen für qualitativ hochwertige Mehlsorten.



Tradition und Innovation sind im Betrieb Große Mühle Gebrüder Engelke kein Widerspruch, und so kann die größte Privatmühle Deutschlands, deren Marktanteil in Deutschland 15% beträgt, auf hochmoderne Mühlentechnik verweisen. In diese Technik wurden in den vergangenen Jahren viele Millionen investiert, um die hohe Qualität des Mehls der Großen Mühle zu sichern und noch zu steigern. Der Kundenkreis der Großen Mühle reicht vom kleinen Handwerksbäcker bis zum großen Industriebetrieb, und etwa 10% werden derzeit nach Dänemark, Holland und Belgien exportiert.

Nun nimmt der Betrieb die Märkte in Australien und Singapur in den Blick. Mit dem hervorragenden Netzwerk von MonoPool war es möglich, in kurzer Zeit einen umfassenden Eindruck von den Wünschen der Bäckereien in diesen beiden Ländern zu bekommen. Denn zunächst stellen sich potentielle neue Kunden dort die Frage: Warum sollte Mehl aus Hasede bei Hildesheim um mehr als den halben Globus transportiert werden?

Die Produkte der Großen Mühle Gebrüder Engelke zeichnen sich durch eine gleichbleibend hohe Qualität aus. Die mo-

derne Technik ermöglicht es, dass bei einem Mahlvorgang alle 30 Sekunden der Proteingehalt, der Mineralstoffgehalt und die Feuchte gemessen werden. Bereits bei einer Abweichung von nur 0,1% vom gewünschten Proteinwert korrigiert das Mahlsystem die Mischung des zu mahlenden Getreides, damit der Idealwert wieder erreicht wird. Die Große Mühle hat sieben Hauptmehlqualitäten dieser beständig hohen Qualität auf Lager, die bei Kundenbedarf zum Mehl nach Wunsch verschnitten werden.

Die garantierte Kontinuität jeder Mehlqualität aus der Großen Mühle ist für Bäckereibetriebe in Australien und Singapur ein wichtiger Faktor, sich für diese Produkte zu interessieren. Ein weiterer Grund, sich für das Mehl der Gebrüder Engelke zu entscheiden, liegt darin, dass bei Engelkes aus Überzeugung kein genmanipulierter Weizen vermahlen wird: Das Mehl ist somit GMO-frei. Und es zeigte sich bei den Gesprächen mit potentiellen Kunden in Australien und Singapur, dass die dortigen Mehlsorten eine schwankende und bisweilen nur durchschnittliche Qualität haben. Einige der Gesprächspartner haben in Deutschland gearbeitet und vermissen nun die hochwertigen deutschen Mehlsorten, vor allem dann, wenn sich ihr Angebotsspektrum auf deutsche Backwaren konzentriert oder auch dann, wenn ihr Alleinstellungsmerkmal handgemachte Brote aus der eigenen Backstube sind. Aufgrund der vielfältigen, über viele Jahre gewachsenen Geschäftsbeziehungen und Kontakte von MonoPool konnte das Team mit sicherem Gespür diese Betriebe für das Angebotsspektrum der Großen Mühle Gebrüder Engelke interessieren.

Bei den Gesprächen ging es neben dem Produkt vor allem darum, wie man Logistik und Lagerung sichert. Auch für diese Themen verfügt MonoPool über wichtige Kontakte und betreibt – salopp ausgedrückt – für einen Mehlsack einen großen Rechercheaufwand. Schließlich soll eine mögliche Geschäftsbeziehung nicht daran scheitern, dass ein Interessent von Transport- oder Lagerproblemen abgehalten wird. Im Dezember dieses Jahres soll die erste Lieferung aus Hasede nach Australien gehen – das Mehl trägt übrigens den schönen Namen „Domperle“.

The most modern mill of Europe is located in Hasede, Hildesheim: Gebr. Engelke Große Mühle. In family hands for ten generations since 1714 the mill is now run by Christof Engelke and his cousin Joachim Engelke. Both Managing Directors recently visited Australia and Singapore with MonoPool. The objective of the journey was to research market needs and requirements in the region for high-quality flour types.

Tradition and innovation go hand-in-hand in the business of Große Mühle Gebrüder Engelke. This biggest private mill group in Germany, having a market share of 15% and boasts the latest mill technology. Millions have been invested in this technology in the past several years to obtain high quality flour in Große Mühle, with a view to continued ongoing impro-

vements into the future. The clients of Große Mühle range from small bakers to large industries, and about 10% is currently being exported to Denmark, Holland and Belgium.

Today, the business is also taking a look into the markets of Australia and Singapore. With MonoPool's excellent network, it was possible to obtain a complete impression of bakery expectations in both of these countries in a very short time. Potential new customers asked the question: Why should flour from Hasede near Hildesheim be transported halfway across the globe?

The products of Großen Mühle Gebrüder Engelke are unique because of its consistently high quality. The modern technology facilitates measuring of the protein and mineral content as well as the moisture every 30 seconds during the milling process. Even if there is a deviation 0.1% from the expected protein value, the milling system immediately corrects the mixing process of the grain to be milled so that the ideal value is again obtained.



Große Mühle Gebrüder Engelke, Hildesheim

Große Mühle has seven major flour types of these consistently high-quality flours in stock, which can be blended to meet customer requirements. Assured consistency of flour quality from Große Mühle is an important factor for bakeries in Australia and Singapore. Another reason to choose flour from Gebrüder Engelke is that they are opposed to the use of genetically modified grains for milling: hence, their flour is GMO free. Following discussions with potential clients in Australia and Singapore it was revealed that the flour types available locally can have inconsistent and occasionally average quality.

Some of the bakers interviewed by MonoPool have worked in Germany and they do miss the high-quality German flour types, particularly when their range of products is focussed on bread, cakes and pastries – and especially when their signature product is hand-made bread from their own bakery. With the help of MonoPool's diverse and long-established business network, our team quickly engaged local bakeries interests in the product range of Große Mühle Gebrüder Engelke. These discussions also covered logistics and storage along with the product. Even here, MonoPool has important contacts and carries out, as locals say, "a lot of research for one sack of flour". Finally, it is important that a potential business relationship does not fail because of transport or storage problems. The first delivery is supposed to go from Hasede to Australia in December this year. Besides, the flour bears the pretty name "Domperle."

PERSONEN PERSONALITIES



Ihre Begeisterung für Australien ist ebenso groß wie ihre Leidenschaft für die Arbeit im internationalen Team von MonoPool. Svenja Lammers arbeitet in den Bereichen Recherche, Marktanalyse und Projektbetreuung. Es ist der Traumjob für die junge Frau:

„Nachdem ich in Deutschland mein Abitur mit Schwerpunkt auf Sprachen bestanden hatte, beschloss ich, vor Beginn meines Studiums für ein Jahr nach Australien zu ziehen. Ich wollte mich persönlich weiterbilden sowie Land und Leute von „Down Under“ kennenlernen.“

Die Integration dort fiel mir leicht. Meine guten Sprachkenntnisse halfen mir enorm dabei, und ich lernte schnell die Vorzüge der „alten“ wie der neuen Heimat kennen und schätzen. So war es keine Frage, was ich machen wollte, als ich nach Deutschland zurückgekehrt war: Ich wollte in einem Bereich tätig sein, der Australien und Deutschland verbindet. Und ich fand meinen Traumjob bei MonoPool, dem zwischen Deutschland und Australien agierenden Beratungsunternehmen. Außerdem studiere ich Internationale Kommunikation. Die multikulturelle Atmosphäre

Australiens, besonders in Melbourne, wo ich den Großteil der Zeit lebte, begeistert mich noch immer. Auch deshalb arbeite ich sehr gern in dem internationalen Team bei MonoPool. Meine Arbeit für MonoPool hat für mich besonders durch die Vielfalt unserer Projekte ihren Reiz. Ich bekomme Einblicke in unterschiedlichste interessante Handelsbereiche. Und da seit meinem Aufenthalt in „Down Under“ Australien für mich der schönste Kontinent der Erde ist, bin ich natürlich sehr froh, dass ich auf diese Weise den Kontakt dorthin halten kann.“

Svenja's enthusiasm for Australia is as big as her passion for working in the international MonoPool team. Svenja Lammers works in the fields of research, market analysis and project management. It is her dream job: "After I completed my high-school diploma with specialisation in Languages, I decided to move to Australia for a year before starting at university. I personally wanted to further my education as well as get to know the country and the people from "Down Under".

I felt very welcome in Australia. My language skills helped me enormously, and I quickly came to appreciate the advantages of my "old" and "new" homeland. There was no doubt as to what I wanted to do after returning to Germany: I wanted to work in a company that connects Australia and Germany. Fortunately I found my dream job at MonoPool, the applied consultancy firm working between Germany and Australia. Aside from my employment, I am also studying International Com-

munication. The multicultural atmosphere of Australia and especially of Melbourne where I spent most of my time, continues to excite me even today. That is also why, I am glad to be working in the international team of MonoPool. My work for MonoPool is a great challenge, particularly due to the exciting variety of projects. I have the privilege of getting insights into a great variety of interesting business fields. Since my stay "Down Under," Australia has become my most favourite place on the earth and MonoPool helps me to stay connected.

IMPRESSUM IMPRINT

Herausgeber: MonoPool Centre
Dammstraße 28, 31134 Hildesheim
Tel.: +49 (0)5121 8801877
E-Mail info@monopool.asia
www.monopool.asia
© 2014 MonoPool™

Redaktion: Peter Röhrig
Druck: Bakeberg & Löhner, Hildesheim
Fotos: Archivbilder der Firmen

Alle Informationen wurden mit großer Sorgfalt recherchiert und verarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Herausgeber und Redaktion übernehmen keine juristische Verantwortung für eventuell fehlerhafte Angaben und ihre Folgen.