

A BASF új üzleti stratégiája

Tárgyszavak: üzleti modellek; a3 technológia; CPU modell; cipőgyártás; autógyártás; poliuretán; autófesték.

Mint ahogyan minden üzleti kapcsolatban a kölcsönös bizalom és a megértés segíti elő a közös sikert, így a vegyi anyagok gyártóinak is együtt kell működniük vásárlóikkal. A **BASF** képviselője szerint *nem csak az a dolguk, hogy eladják saját termékeiket, hanem a vevők által forgalmazott cikkek piaci sikerében is érdekeltté kell válniuk. A BASF hat különböző üzleti modellt alkalmaz, ezek mindegyike a piaci siker érdekében jön létre.*

Az egyik partnercégük az **Adidas**, amely a BASF hőre lágyuló poliuretán (TPU) anyagával forradalmat hajtott végre az a3 technológia bevezetésével, és általa *megalkotta az első „háromdimenziós csillapítású” edzőcipőt.* A cipő sarkán több körkörös TPU áthidalás fut végig, és ezek nem csak az energiát nyelik el hatásosan, amikor a sarok érinti a talajt, hanem akkor is stabilak maradnak, amikor továbbítják a mozgást a lábujjak felé. Ez a cipő 2001-ben jelent meg a piacon.

A **BASF Elastogran** leányvállalatával együttműködve a TPU egy részét EVA-habbal helyettesítették, így a cipő sokkal könnyebb és tartósabb lett. Az új *Ultraride* márkanévű edzőcipőt 2004 végén mutatták be, és mind az USA-ban, mind Európában nő a kereslete. Egy szokásos edzőcipő habpárnája átlagosan 800 km futás után veszíti el a formáját, míg az a3 technológiával készült cipőben legalább 1500 km-t futnak a lábbeli jelentős károsodása nélkül. Az **Adidas** cég legutóbbi, ez évben piacra került *Megaride* márkanévű termékében a habot csak a cipő lábfejében alkalmazzák, és ez a típus az *Ultraride*-nél kevesebb TPU-t tartalmaz.

A **BASF** egy másik fontos partnere a **Renault** autógyár, amelynél egész más üzleti modellt alkalmaznak. A szlovéniai *Novo Mestoban* levő **Renault Revoz** gyár kapcsolatban áll a **DaimlerChrysler**, a **Ford**, a **General Motors**, a **Volkswagen** és a **Magna Steyr** céggel. A fő beszállítójuk a **BASF Coatings**, amely a festékszállításon kívül kiegészítő szolgáltatást is nyújt. Szakértőik a helyszínen dolgoznak, és felelősek nem csak a logisztikáért, hanem a hibátlan festékszórásért is. Megegyezésük szerint a **Revoz** nem a festékért fizet, hanem a tökéletesen festett autóelemekért; *a „cost per unit” (CPU) modellnek megfelelően az ár/darab szerepel a szerződésben.* Ezzel a **BASF** vállalja a kockázatot a hibás festésért, viszont megosztják a kiváló terméken

elért nyereséget. 2004-ben a *Renault Clio* típusú gépkocsiból 180 E db-ot ezen modellszerződés alapján gyártottak. Ennek eredményeképp nőtt a termelékenység, csökkent a selejt, és mindkét fél jól járt. Az elmúlt 5 évben a festék ráfordítási költsége kocsinként 30%-kal csökkent, többek között a festék árának esése miatt. Az egyes autókhoz felhasznált oldószer mennyiségét 4,3 kg-ról 1,6 kg-ra csökkentették. Energiamegtakarítást értek el a jobban terülő festékekkel és az alacsonyabb hőmérsékletű, rövidebb idejű szárítással. A BASF-eladások több mint 10%-a az autóiparhoz kerül, a vegyipari cég ezért tartja fontosnak jelenlétét ezen a területen.

A BASF kereskedelmi és marketingiskolák fenntartásával vevőik és vevőik vevőinek tájékoztatását segíti elő. A BASF egy világláncot hozott létre, hogy segítse a vásárlók ismeretszerzését.

Perényi Ágnes

O'Driscoll, C.: Best foot forward. = European Chemical News, 82. k. 2146. sz. 2005. máj. 9–15 p. 22.

BASF Group: Integrated paint process – System solutions for OEM coatings. = www.corporate.basf.com, 2005. 07.05.