

IM TREND

DAS MAGAZIN VON KEBA

AUSGABE 1/2014



Kundenbeziehung mit Emotion und Verstand

KEBA SB-Training

Wie begeistert man Filialmitarbeiter für SB?

Neuer Cash-Recycler für China

KEBA®

Automation by innovation.

Unternehmen

- 2 Kundenbeziehung mit Emotion und Verstand

Produkte/Trends

- 4 KEBA SB-Training:
Wie begeistert man Filial-
mitarbeiter für SB?

Österreich

- 6 Sparkasse Kufstein:
Eine umfassende SB-Strategie
- 10 KEBA installiert 1000. Recycler
in Österreich

Deutschland

- 12 KEBA-Filiale bei der
Kreissparkasse Göppingen

International

- 14 Auf Erfolgskurs:
Neuer Cash-Recycler für China

Energieautomation

- 17 KEBA Wallboxen auf Barbados
- KEBA im World Wide Web

Dienstleistungs- automation

- 18 Ein Paketautomat für „drinnen“

Kundenbeziehung mit Emotion und Verstand

„Erst der Erfolg unserer Kunden
macht auch uns erfolgreich.“

Weg von der produkt- orientierten Perspektive...

... hin zur kundenorientierten Sicht – das ist der Weg, den in den letzten Jahren immer mehr Unternehmen einschlagen. Den Kunden ins Zentrum der Aufmerksamkeit zu stellen ist für KEBA schon lange einer der wesentlichsten Eckpfeiler in der Unternehmensvision und -strategie. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Erzeugung von Produkten und Dienstleistungen, die die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Kunden befriedigen. Mit einer langfristigen, vertrauensvollen Kundenbeziehung, die durch Offenheit, Flexibilität, Fach- und Kundenwissen geprägt ist und echter Kundennähe, also der konsequenten, strategischen Ausrichtung aller Geschäftsaspekte auf individuelle Kundenbedürfnisse.

Dem Erfolg verpflichtet

Wir haben uns dazu entschieden, den Weg einer intensiven Partnerschaft mit unseren Kunden zu gehen. Intensiv und umfassend, denn nur so können unsere Kunden darauf bauen, dass wir ihr Geschäft verstehen und

in ihrem Sinne denken und handeln. Durch speziell ausgebildete und erfahrene Kollegen, z.B. aus Vertrieb, Produktmanagement, Service und Projektmanagement schaffen wir es, Kundennähe zu erzeugen und die Sprache der Kunden zu verstehen.

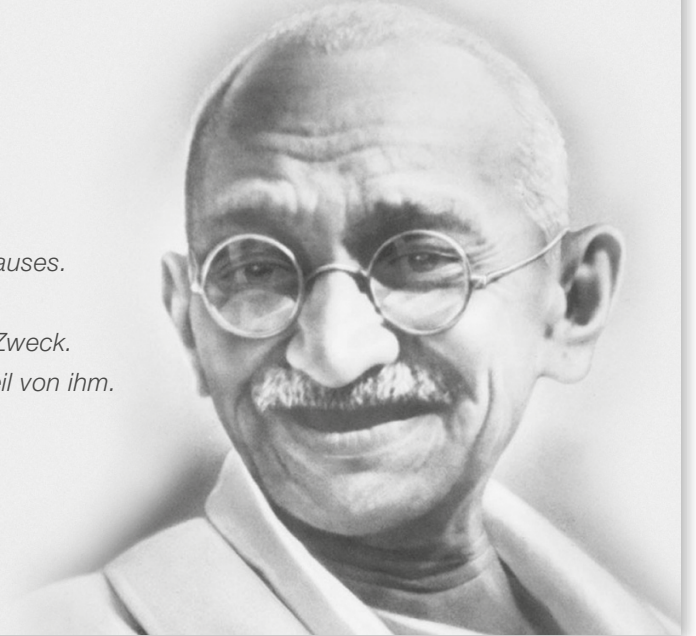
Unsere Mitarbeiter agieren stets offen, kompetent und zuverlässig. Handschlagqualität und Vertrauen sind für uns die Voraussetzungen, dass echte Partnerschaft auch im Tagesgeschäft gelebt wird. Nicht umsonst ist einer unserer wichtigsten Grundsätze: „Erst der Erfolg unserer Kunden macht auch uns erfolgreich.“

Auf internationalem Parkett

Auch bei der Internationalisierung setzen wir auf eigene Niederlassungen und große Kundennähe. Wesentlich ist, die Anforderungen der Märkte und die spezifischen Aufgabenstellungen unserer Kunden in den unterschiedlichen Ländern wirklich zu kennen und zu verstehen. Mit dem Know-how und der Erfahrung von Mitarbeitern aus dem jeweiligen Land kann eine optimale Betreuung und ein qualifizierter Support sichergestellt werden.

*„Der Kunde ist der bedeutendste Besucher unseres Hauses.
Er ist nicht von uns abhängig – wir hängen von ihm ab.
Er ist nicht eine Unterbrechung unserer Arbeit – er ist Zweck.
Er ist nicht Außenseiter in unserem Geschäft – er ist Teil von ihm.
Wir tun ihm keinen Gefallen, indem wir ihn bedienen –
er tut uns einen Gefallen, indem er es uns ermöglicht.“*

Mahatma Gandhi



Strategische Partner

Mit strategischen Partnern wie Hitachi Omron Terminal Solutions (HOTS), ausgewählten Servicepartnern in Deutschland oder der Finanz Informatik stärkt KEBA seinen Stellenwert im Markt weiter.

Damit kann Flexibilität gewährt, echte Kompetenz zum Kunden gebracht und den Kunden optimierte Gesamtlösungen angeboten werden.

Wirkungskette

Kundennähe schafft Vertrauen, erzeugt Kundenzufriedenheit und in weiterer Folge auch Kundenbindung. Diese Wirkungskette hat sich auch in der letzten KEBA-Kundenbefragung gezeigt. Die außerordentlich hohe Rücklaufquote von knapp 45% (laut Experten liegt diese üblicherweise bei 20 bis 30%) zeugt von einer enormen Kundenbindung und Loyalität der befragten Banken und Sparkassen zu KEBA.

So sind es neben der herausragenden Produktqualität die Menschen, die besonders gute Bewertungen erhielten. KEBA erzielte hier vor allem in den Kategorien Handschlagqualität, Beratungsqualität und Erreichbarkeit der Ansprechpartner Bestnoten.

Abschließen möchten wir mit einem Zitat von Mahatmi Gandhi und wünschen Ihnen wie immer viel Freude am Lesen in der neuen Ausgabe der „Im Trend“, die mit spannenden Berichten aus der KEBA-Welt gespickt ist.



Ihr Franz Berger, MBA
Geschäftsbereichsleiter, KEBA Bank- und Dienstleistungsautomation

Wie begeistert man Filialmitarbeiter für SB?

KEBA hat es sich zum Ziel gesetzt, Kunden zu begeistern. Patricia Stark, Produktmanagerin für Dienstleistungen im Bereich Bankautomation bei KEBA: „Unser Ziel ist es, noch mehr über unsere Kunden und deren Bedürfnisse zu lernen, um diese mit einer gemeinsam gestalteten Produkt-Dienstleistungseinheit bestmöglich bedienen zu können.“

Innovative Ansätze

Mit den klassischen, analytisch-betriebswirtschaftlichen Methoden stieß man aber schnell an die Grenzen. Das Produktmanagement von KEBA geht daher einen neuen Weg: Service Design. Dabei geht es um die Gestaltung von Dienstleistungen mit dem kontinuierlichen Fokus auf den Kunden (siehe Interview mit Marc Stickdorn rechts).

Wie designt man Dienstleistungen?

Entsprechend des Service Design Prozesses werden verschiedene Methoden angewandt, um Kunden und Konsumenten, also den Kunden des Kunden, besser zu verstehen und dabei ganz nebenbei auch viele interessante Einblicke zu erhalten.

Im Hinblick auf Selbstbedienung und Bankautomation war eine wesentliche Erkenntnis, dass die Qualität der SB-Geräte an sich sehr hoch ist, die SB-Quote (also die Anzahl der Transaktionen in SB im Verhältnis zu der Anzahl der Transaktionen am Schalter) aber



von einer Vielzahl von weiteren Faktoren beeinflusst wird.

Neben dem Filialstandort, der Filialgestaltung und der Beschilderung spielen vor allem die Filialmitarbeiter eine große Rolle. Nur wenn diese von den Vorteilen automatisierter Banktransaktionen überzeugt sind, den Einsatz der Geräte unterstützen und mit diesen gut vertraut sind, können sie dies auch an ihre Kunden weitergeben. Und nur dann ist Selbstbedienung erfolgreich.

Filialmitarbeiter für SB begeistern

Aus der Erkenntnis, dass Filialmitarbeiter die entscheidende Rolle für den Erfolg von SB-Automation spielen, ist bei KEBA die Idee des „SB-Trainings“

geboren: „Ein maßgeschneidertes Schulungskonzept, das Ihre Filialmitarbeiter für SB begeistert!“

Patricia Stark möchte andere anstecken: „Wir wollen unser Know-how und unsere eigene Begeisterung und Leidenschaft für SB-Produkte an unsere Kunden und deren Mitarbeiter weitergeben.“

Beim SB-Training erhalten die Teilnehmer in einem zweitägigen Workshop neben einer kurzen Einführung in die Geschichte der Geldautomaten, technischen Input rund um SB-Geräte sowie einen Einblick hinter die Kulissen von KEBA. Sie erfahren, wie Noten geprüft werden, welche Trends es im SB-Umfeld gibt, lernen die Erfolgsfaktoren für SB-Geräte kennen und

Die Industrie erlebt einen Paradigmenwechsel: Die Differenzierung am Markt findet heute nicht mehr rein über technische Spezifikationen statt, sondern über das Gesamterlebnis, das dem Kunden mit einem Produkt geboten wird. Das Stichwort lautet „Service Design“. Bei KEBA widmet man sich dieser Gestaltung von Dienstleistungen nun sehr zielgerichtet. Ein Ergebnis daraus ist zum Beispiel ein maßgeschneidertes Schulungskonzept (SB-Training), das die Sparkasse Kufstein als Kunde der ersten Stunde bereits erfolgreich im Einsatz hat.



Interview mit Marc Stickdorn

Lektor und Berater, smaply und myServiceFellow (Österreich)

lernen ebenso, wie sie mit gängigen Einwänden und Vorurteilen von Bankkunden umgehen können.

Das Ziel dahinter ist, dass Filialmitarbeiter die Bedeutung des SB-Bereiches für die Bankfiliale besser verstehen lernen.

Patricia Stark erklärt das Konzept weiter: „Die Beteiligung der Mitarbeiter steht im Vordergrund. Es geht darum, das Gefühl zu vermitteln, einen besonderen Einblick hinter die Kulissen zu erhalten, der üblicherweise verborgen bleibt. Dieses Gefühl von Exklusivität soll durch kleine Gruppengrößen und entsprechende Rahmenbedingungen verstärkt werden.“

Was ist Service Design?

Beim Service Design geht es um die Gestaltung von Dienstleistungssystemen mit dem Ziel, die damit verbundenen Kundenerlebnisse zu optimieren.

Seit wann gibt es diesen Ansatz?

Service Design hat viele Ursprünge. Erstmals widmete man sich in den 1990er Jahren dem Thema auf akademischem Niveau, seit zirka 15 Jahren gibt es erste Agenturen auf dem Gebiet. Aber erst in den letzten drei bis vier Jahren hat Service Design so richtig Schwung aufgenommen.

Woran liegt das?

Das hängt vor allem mit dem Verständnis und der Kultur von Unternehmen zusammen. Produktdesign gibt es schon ewig, Dienstleistungen aber sind unsichtbar und bis dato häufig vernachlässigt. Dementsprechend groß ist hier der Aufholbedarf.

Sind die Methoden beim Service Design andere als beim klassischen Produktdesign?

Die Methoden sind zum Teil ähnlich. Beim Produktdesign wird schnell visualisiert und mittels Prototypen getestet. Das ist auch beim Service Design sinnvoll und notwendig. Die Kunst besteht

darin, verschiedene Perspektiven und Lösungsansätze miteinander in Einklang zu bringen. Dabei arbeiten wir mit ethnografischen Methoden, kontextuellen Interviews, dem Personas-Ansatz, Co-kreatives Arbeiten in Workshops und Ähnlichem. Im Gegensatz zu technischen Innovationen geht es aber um die Vorstellungskraft für das, was die Kunden erwarten.

Was bewirkt der Einsatz von Service Design in Unternehmen?

Mit Service Design rückt das Kundenerlebnis in den Mittelpunkt. Vor diesem Hintergrund ändert Service Design die Sichtweise eines Unternehmens. Produkte werden als Dienstleistung verstanden. So können zum Beispiel Unternehmen Kunden einladen, ihre tatsächlichen Erlebnisse selbst zu dokumentieren, um daraus kontinuierliche Verbesserungsmöglichkeiten abzuleiten (siehe myServiceFellow).

Welchen Mehrwert bietet Service Design?

Der Mehrwert ist eine konzentrierte Arbeitsweise, ein durchgehendes Kundenerlebnis, mit dem sich die Firmen auseinandersetzen – und zwar unabhängig von den Kommunikations- und Distributionskanälen.

Eine umfassende SB-Strategie



Sparkasse Kufstein im Interview mit „Im Trend“

Weshalb haben Sie sich entschieden, Cash-Recycling flächendeckend in allen Filialen der Sparkasse Kufstein einzusetzen?

Roman Seeleitner: Schon mit Einführung des Artikel 6 haben wir uns erstmalig für Recycling entschieden und den Sinn eines solchen Gerätes gleich erkannt. Vor vier Jahren haben wir dann intern eine SB-Strategie entwickelt und im Zuge dessen viele Berechnungen und Grundsatzdiskussionen über Cash-Recycling angestellt.

Dabei kamen wir zu äußerst positiven Ergebnissen. Deshalb haben wir begonnen, den Großteil unserer bis dahin monofunktionalen Geräte durch die Recycler von KEBA zu ersetzen und gleichzeitig alle Nachtresore abzubauen.

Nur noch in einigen wenigen Filialen mit vielen Transaktionen haben wir neben dem Cash-Recycler noch einen monofunktionalen Geldausgabeautomaten stehen.

Warum haben Sie sich bei den Recyclern für die Geräte von KEBA entschieden?

Alexander Heger: Wir sind seit Beginn der Zusammenarbeit – das war schon 2004 mit den damaligen Überweisungsterminals – sehr zufrieden.

Bernhard Koppler, unser Ansprechpartner bei KEBA, hat uns auch bei der internen Aufbereitung sehr unterstützt und immer perfekt beraten.

Und da unsere Mitarbeiter zum Teil zwischen den Filialen wechseln, war es für uns auch wichtig, dass wir nur einen Hersteller haben. Wenn sich die Mitarbeiter mit den Geräten auskennen, können sie sich auch gegenseitig weiterhelfen.

Die Sparkasse Kufstein gilt als Referenzbeispiel in der Region, vor allem im Hinblick auf den flächendeckenden Einsatz von Cash-Recycling. Mit dem SB-Training geht sie jetzt einen weiteren innovativen Schritt bei der Umsetzung der umfassenden SB-Strategie.

Sparkasse Kufstein setzt auf flächendeckendes Cash-Recycling gepaart mit SB-Training

Ein Gespräch mit vier Verantwortlichen der Sparkasse Kufstein zeigt auf, welchen Sinn der flächendeckende Einsatz von Cash-Recycling hat und wie Institute dabei mit dem SB-Training von KEBA noch mehr profitieren können.



Welche Erfahrungen haben Sie seither gemacht, zum Beispiel im Hinblick auf SB-Quoten?

Roman Seeleitner: Technisch gesehen laufen die Recycler von KEBA am besten, sogar im Vergleich zu den monofunktionalen Geldausgabeautomaten. Und bezüglich der SB-Quote: Die konnten wir in unseren Filialen von 35% auf knapp 60% steigern.*

Werden den Filialen SB-Ziele vorgegeben?

Hannes Widmann: Nein, Ziele werden nicht vorgegeben, allerdings haben wir intern eine Benchmark – die liegt bei 80% SB-Quote für Scanning und 60% SB-Quote für Cash-Recycling. Einmal im Quartal gibt es zudem eine Info-Veranstaltung, bei der wir die wichtigsten Kennzahlen aus den einzelnen Filialen kommunizieren.

Welche Reaktionen gab es von Seiten der Mitarbeiter auf die Recycler?

Alexander Heger: Unsere Mitarbeiter haben ziemlich schnell erkannt, dass die Recycler Geräte mit Mehrwert sind, die sie freispielen, sodass sie selbst viel mehr Zeit und Möglichkeiten zur Kundenansprache sowie für Kundenberatung haben.

Hannes Widmann: Wir wollen, dass durch die Automaten noch mehr Nähe zum Kunden entsteht. Unser strategisches Ziel ist eine betreute SB-Zone, in der Kunden sich zwar selbst – und bei Wunsch mit Anleitung – bedienen,

allerdings der persönliche Kontakt mit dem Betreuer nicht abhanden kommt.

Alexander Heger: Der Kunde entscheidet, wo es ihm am besten gefällt. Das kann die SB-Zone sein, aber auch das Café. Danach richten wir uns. Deshalb planen wir zum Beispiel für die Zukunft auch, alle Filialen mit WLAN auszustatten und „fliegende Infoschalter“ zu installieren, sodass unsere Mitarbeiter mittels Notebook überall Zugriff auf die entsprechenden Daten haben.

Das SB-Gerät als Kommunikations-schnittstelle zwischen Mitarbeiter und Kunde also?

Hannes Widmann: Ja, für uns war die Erkenntnis essenziell, dass der Automat allein keine Differenzierung, zum Beispiel gegenüber dem e-banking, ermöglicht. Deshalb ist es wichtig, die Automaten zu beleben und die Grenze zwischen Schalter und SB aufzuheben. Das Gerät zu installieren, ist ein Schritt in die richtige Richtung.

Fortsetzung auf Seite 8.



Alexander Heger



Roman Seeleitner



Hannes Widmann



Brigitte Höck

* SB-Quote mit Mitarbeitermodus, Scanning, Ein- und Auszahlung

Die beiden Zonen aber baulich zu verbinden und parallel dazu die SB-Automaten als Kommunikationsplattform zu nutzen, ist der Weg, auf dem wir uns nach wie vor befinden. Dabei wollen wir zum modernsten Konto Österreichs auch den technisch fortschrittlichsten SB-Service anbieten.

Alexander Heger: Das stimmt. Der Erfolg einer SB-Strategie hängt nicht nur von der Hardware, sondern auch von der Positionierung der SB-Zonen innerhalb der Filialen und natürlich auch von den Mitarbeitern ab.

Aus dieser Diskussion hat sich auch die Nachfrage nach dem SB-Training ergeben. Die Mitarbeiter in den Filialen sollen sich besser mit den Geräten auskennen und ihre Hemmungen vor der Technik ablegen.

Sie haben schon zwei Mal einige Ihrer Mitarbeiter zum KEBA SB-Training geschickt. Warum?

Hannes Widmann: Für uns ist das SB-Training Teil der gesamten Strategie. Nur in der Summe sind alle Maßnahmen sinnvoll. Das SB-Training erfüllt dabei zwei Zwecke: Es gibt Sicherheit im Umgang mit den Geräten und ist eine Wertschätzung und Motivation für die Mitarbeiter.

Brigitte Höck: Wir senden bewusst junge Mitarbeiter zum SB-Training, die sich noch in der Ausbildung befinden. Zwei Tage auf Seminar nach Linz zu fahren, ist ein zusätzlicher Anreiz, denn ansonsten findet die gesamte Grundausbildung ausschließlich in Tirol statt. Außerdem bekommen so bereits unsere jüngsten Mitarbeiter mehr Verantwortung übertragen und können ihr internes Standing verbessern.

Warum gerade junge Mitarbeiter?

Brigitte Höck: Unsere jungen Mitarbeiter sind noch unbeeinflusst. Sie stehen der Technik positiv gegenüber, übertragen ihre Begeisterung auf das Team sowie auch auf unsere Kunden. Wir haben deshalb das SB-Training von KEBA in unseren Ausbildungskatalog aufgenommen und werden auch in Zukunft Mitarbeiter, die neu bei uns einsteigen, zum SB-Training schicken.

Wie war denn die Resonanz nach dem Besuch in Linz?

Brigitte Höck: Tatsächlich waren alle, die das SB-Training absolviert haben, sehr stolz, die Geräte bestens bedienen, die Anwendung an unsere Kunden weitergeben sowie Pannen und Staus selbstständig beheben zu können. Besonders eindrucksvoll war für sie auch die Besichtigung der Produktion – vom Werk waren alle begeistert.



Sparkasse Kufstein

Im Gespräch:

Alexander Heger und Roman Seeleitner
(beide Betriebs- und EDV-Organisation)
Hannes Widmann
(Abteilungsleiter Personal- und Vertriebsmanagement)
Brigitte Höck (Personalmanagement)

Sparkasse Kufstein:

230 Mitarbeiter, 1 Kundenzentrum und 18 Filialen,
Bilanzsumme 2013: T€ 1.455.933

Projekt „Cash-Reycling“:

22 Cash-Reycler ausschließlich von KEBA (KePlus R6se und KePlus X6se), teilweise mit Beistellterminal zum Handling von Sparbüchern, 39.000 Transaktionen im Jahr 2013, 51 Mio. € Giro-Einzahlungen

Erfahrungsberichte aus einer Filiale der Sparkasse Kufstein

Christian Kuen

„Wir liegen verkehrstechnisch recht günstig und haben dadurch viele Transaktionen in unserer Filiale.“

Seit 2011 haben wir neben einem klassischen „Bankomaten“ einen KEBA-Recycler im Einsatz, der einen monofunktionalen Geldausgabeautomaten im Foyer ersetzt hat.

Das Gerät wird von unseren Kunden sehr gut angenommen. Durch die Nähe zum Pflegeheim kommen viele ältere Personen zu uns – sogar die nutzen den Einzahler.

Die Kunden erkennen die Steigerung der Servicequalität, nämlich Einzahlungen rund um die Uhr tätigen zu können.“

Geschäftsstellenleiter Kufstein-Zell



Gabriela Jurcevic

Kundenbetreuerin
Geschäftsstelle Kufstein-Zell



„Ich bin seit Dezember 2013 bei der Sparkasse Kufstein und durfte schon nach ein paar Monaten für die SB-Schulung zu KEBA nach Linz fahren.“

Das SB-Training war perfekt geplant. Vor dem Besuch dieses Workshops hatte ich großen Respekt im Umgang mit diesen Geräten, dass mir bei der Bedienung und Wartung Fehler passieren könnten.

Das SB-Training hat mir diese Unsicherheit genommen.“

KEBA installiert 1000. Cash-Recycler in Österreich

VKB-Bank setzt auf Cash-Recycling-Technologie



Ein Jubiläum der besonderen Art feierte KEBA erst kürzlich gemeinsam mit der VKB-Bank: Der 1000. KEBA Cash-Recycling Geldautomat in Österreich wurde im VKB-Kundenzentrum in der Rudigierstraße, Linz installiert und in Betrieb genommen. KEBA setzt damit ein Zeichen und beweist, dass die Cash-Cycle-Technologie, die erstmalig 1993 in Europa präsentiert wurde, weiterhin auf dem Vormarsch ist.

VKB-Bank als Neukunde

Bereits seit 2001 bietet die VKB-Bank die Funktion der Geldeinzahlung an Geldeinzahlungsautomaten an. Im letzten Jahr konnte sie von den Vorteilen des Cash-Recyclings überzeugt werden. Thomas Horvath, Leiter Kernbank-IT berichtet: „Die Geldeinzahlung wurde vor allem von unseren Firmenkunden gut angenommen, da sie gegenüber Bar- und Nachttresoreinzahlungen Buchungskosten sparen konnten.“

Im Zuge von Umbauten haben wir die Nachttresoranlagen eingespart und uns als nächsten logischen Schritt 2013 bei der Ablöse alter Geldeinzahlungsautomaten – bei geringen Zusatzkosten – für die Cash-Recycler von KEBA entschieden.“

Regionalität, Qualität und Flexibilität

Warum die Entscheidung auf KEBA fiel, erläutert Herr Horvath folgendermaßen: „Als oberösterreichische Regionalbank ist uns ein regionaler Anbieter sehr willkommen. KEBA konnte durch Kompetenz, Flexibilität und hohe Verfügbarkeitswerte der bislang installierten Geräte punkten. Außerdem werden die Geräte in Linz produziert, was für uns ein Grund mehr war, uns für KEBA zu entscheiden.“

Die herstellerunabhängige Software der Firma SBS begünstigte die Entscheidung ebenso wie die Tatsache, dass die KEBA Recycling-Geldautomaten bereits im Umfeld der Raiffeisenbanken eingebunden waren.

KePlus-Recycler: Technik und Design überzeugen

Innerhalb eines Jahres wurden bzw. werden zehn KEBA Recycling-Geldautomaten KePlus R6se installiert. Alfred Atteneder, Regionaldirektor Mühlviertel, ist mit den Geräten höchst zufrieden: „Die Geräte von KEBA sind die neuesten Geräte am Markt, mit außerordentlich hohen Verfügbarkeitswerten und einer hochwertigen Ausstattung. Mit ihrem ansprechenden Design passen sie außerdem perfekt zu unserem Geschäftsstellendesign.“

Auch Peter Prinz (Abteilung IT) bestätigt die Performance der Geräte und lobt die technische Qualität: „In einem halben Jahr hat es keinen einzigen Servicetechniker-Einsatz gegeben!“



Dr. Albert Wagner (links) und Gerhard Luftensteiner (rechts) mit der Torte zum 1000. Recycler.

So schnell wie ein Geldausgabeautomat

Wie Alfred Atteneder anmerkt, werden die Kunden bewusst animiert, den Cash-Recycler auch für die Auszahlung zu verwenden, um von den Vorteilen des geschlossenen Geldkreislaufs so gut wie möglich zu profitieren. Dies werde vor allem durch die Tatsache unterstützt, dass die Auszahlung am KEBA Cash-Recycling Geldautomat mitunter sogar schneller geht als am monofunktionalen Geldausgabeautomat.

Kundendifferenzierung

Die Annahme und Akzeptanz des Produktes durch die Kunden ist durchwegs positiv. Alfred Atteneder zufolge ist es sogar gelungen, einen mit der

alten Ausstattung unzufriedenen Kunden wieder zurückzugewinnen: „Der Cash-Recycler ist für uns eine Möglichkeit zur Differenzierung und Kundenbindung.“

1000. KEBA Cash-Recycling Geldautomat in Österreich

Der vor kurzem von der VKB-Bank in Auftrag gegebene KePlus R6se war schließlich der in Summe 1000. Cash-Recycling Geldautomat, den KEBA bis dato in Österreich installiert hat. Deswegen Installation im VKB-Kundenzentrum in der Linzer Rudigierstraße wurde feierlich begangen: Gerhard Luftensteiner, Vorstandsvorsitzender der KEBA AG, ließ es sich nicht nehmen, eine Torte sowie eine Glasskulptur von Andrea Gira-Spernbauer zu überreichen. Gerhard Luftensteiner dazu: „Dass der

1000. Cash-Recycler von KEBA zufällig in Linz bei der VKB-Bank installiert wird, freut uns sehr. Nahezu alle Banken in Österreich setzen bereits auf KEBA-Lösungen und wir bauen in Österreich, Deutschland und auch international unsere Marktanteile kontinuierlich aus.“

Dr. Albert Wagner, Generaldirektor der VKB-Bank: „Wir haben uns für KEBA als österreichischen Hersteller entschieden, da wir zum einen die Regionalität und Nähe zu schätzen wissen und zum anderen von der Qualität, die KEBA in seinen Produkten an den Tag legt, überzeugt sind. Der Fokus von KEBA liegt auf technologischen Innovationen, die gleichzeitig qualitativ hochwertig, zuverlässig und sicher sind. Damit ist KEBA für uns der ideale Partner.“

Modern, nachhaltig und für den Kunden

Kreissparkasse Göppingen setzt mit neuem Kundenzentrum Maßstäbe in Architektur, Beratung und SB



Anfang April öffnete die neue Hauptgeschäftsstelle der Kreissparkasse Göppingen mit dem markanten Sparkassen-Turm, die zuvor knapp zweieinhalb Jahre lang entkernt, kernsaniert und umgebaut worden war.

Das neugestaltete Kundenzentrum ist eine „KEBA-Filiale“, vollausgestattet mit Systemen des Linzer Automatisierungsprofis. Anlass genug, um Rainer Kaller von der Kreissparkasse Göppingen zum Interview zu bitten.

Mit dem Neubau und der Renovierung der Hauptgeschäftsstelle haben Sie in Göppingen ein Zeichen gesetzt.

Das stimmt. Schon als der Sparkassen-Turm in den 1970er Jahren gebaut wurde, hat er aufgrund seiner architektonischen Besonderheit für Aufsehen gesorgt. Mittlerweile ist er ein Wahrzeichen geworden, das wir nicht verlieren wollten. Aus diesem Grund wurde entschieden, den Turm vollständig zu erhalten und im Kern zu sanieren. Unsere Kunden stehen bei uns im Mittelpunkt. Das galt auch für den Umbau. Deshalb ist nun alles heller, freundlicher, offener, mit zukunftsweisenden Konzepten. Das neue Kundenzentrum ist unsere Visitenkarte.

Welche Bedeutung hat dabei der SB-Bereich?

Der SB-Bereich ist dabei essenziell. Wir verfolgen mit all unseren neuge-

stalteten Filialen ein offenes Modell. Weg von der Kasse hinter Panzerglas und hin zu Bereichen, in denen der Kunde in Empfang genommen wird. Ziel ist es, eine direkte Kundenansprache und kompetente Beratung mit SB geschickt zu verbinden.

Wie viele Systeme haben Sie von KEBA im Einsatz?

Allein im neuen Kundenzentrum haben wir drei Cash-Recycling-Systeme KePlus R6se, zwei Recycler KePlus X6se mit zusätzlicher Münzeinzahlfunktion, drei Kontoauszugsdrucker und zwei Selbstbedienungsterminals. In Summe haben wir mittlerweile 116 Geräte von KEBA, 93 Non-Cash-Terminals und 23 Cash-Geräte.

Wie zufrieden sind Sie damit?

Wir sind mehr als zufrieden. Die KEBA-Systeme überzeugen stets durch ihre

Top-Verfügbarkeit und die einfache Handhabung. Das ist uns speziell bei den KADs und SBTs aufgefallen, die um einiges einfacher zu servicieren sind als andere am Markt erhältliche Systeme.

War das auch der Grund, warum Sie sich bei den Kontoserviceterminals für KEBA entschieden haben?

Ja, hauptsächlich. Die Zusammenarbeit mit KEBA besteht ja im Recyclerbereich schon seit 2005. Wir waren von Beginn an mit den KEBA-Recyclern zufrieden und wollten deshalb, als die Altgeräte eines Mitbewerbers zur Ablöse standen, die aktuelle KePlus P6/K6 Non-Cash-Serie von KEBA testen.

Da uns der Geräteaufbau und das Design positiv beeindruckt haben und uns das schwenkbare Display gut



Die Hauptgeschäftsstelle erstrahlt in neuem Glanz – mit SB-Geräten von KEBA.

gefallen hat, haben wir uns letztlich dazu entschieden, die gesamte KAD- und SBT-Flotte von KEBA ausstatten zu lassen.

Wie geht es Ihnen mit den Kontoserviceterminals und wie haben Ihre Kunden diesen neuen Service angenommen?

Wir haben die Entscheidung bis heute nicht bereut. Mit der Einführung der SBTs kamen neue Funktionalitäten, wie beispielsweise die SB-Überweisung hinzu. Dafür mussten wir natürlich Werbung machen und die Kunden anfangs bei der Bedienung der Systeme begleiten.

Mittlerweile ist die Akzeptanz aber wirklich hoch und wir haben enorm gute Erfahrungen mit dieser SB-Strategie gemacht.

Sie haben ja auch einige Cash-Recycler mit Münzeinzahlung im Einsatz. Wie kam es dazu?

Mit der Umsetzung des SB-Kasse-Konzeptes war für uns klar, dass damit auch die SB-Münzeinzahlung notwendig wird. Zur vollständigen Ablöse der Nachtresore und als Service für alle Geschäftskunden ist das Handling von Münzen in SB eine nicht wegzudenkende SB-Funktion. Mit dem Abbau der Nachtresore konnten wir Kosten in diesem Bereich sparen.

Sie haben fast ausschließlich KEBA-Recycler im Einsatz. Warum?

Wie bereits erwähnt, sind wir mit den KEBA-Recyclern sehr zufrieden. Darüber hinaus ist uns die Einheitlichkeit bei den einzelnen Systemtypen wichtig. In unseren Filialen wollen wir ein einheitliches Erscheinungsbild haben. Heutzutage ist es nicht mehr so, dass

ein Mitarbeiter zehn Jahre in ein und derselben Filiale arbeitet. Es gibt beispielsweise auch personelle Wechsel zwischen den Filialen. Da ist es für die Mitarbeiter hilfreich, wenn Sie eine einheitliche SB-Ausstattung vorfinden. Und natürlich ist es auch für die Kunden einfacher.



Rainer Kaller
IT & Organisation

Wir haben noch einige Filialen, die wir auf das SB-Kasse-Konzept umstellen wollen. Damit einhergehen wird auch der weitere Ausbau der Recycler-Infrastruktur.

Auf Erfolgskurs

Neuer Cash-Recycler für China

In einem umfassenden Projekt des speziell für den chinesischen Markt entwickelten Cash-Recyclers KePlus C6 hat KEBA Linz die Kollegen des gemeinsamen Joint-Ventures CBPM-KEBA begleitet. Diese Entwicklungskooperation trägt schon jetzt Früchte: Die ersten Geräte werden aktuell bei der Chinesische Merchants Bank (CMB) getestet. „Im Trend“ zeigt einen Einblick in das Reich der Mitte.



Erfolgreiches Joint-Venture

Anfang 2007 baute KEBA mit der Gründung des Joint-Ventures CBPM-KEBA mit Sitz in Peking seine Position am chinesischen Bankenmarkt weiter aus. Die CBPM ist die größte Banknotendruckerei weltweit und ein Tochterunternehmen der Chinesischen Zentralbank, welche rund 30.000 Mitarbeiter beschäftigt.

Das Joint-Venture CBPM-KEBA beschäftigt 400 Mitarbeiter, 50 davon in der Produktion, und weitere 270 Servicemitarbeiter in 22 Servicestellen in ganz China. Im Joint-Venture profitieren beide Partner von den Stärken des jeweils anderen: Die CBPM bringt ihr Know-how bei der Banknotenerkennung und -bearbeitung ein. KEBA stellt das Know-how und die Innovationskraft in der Cash-Cycle-Techno-

logie bereit. Die Verknüpfung dieser Fähigkeiten ermöglicht CBPM-KEBA, zum führenden Anbieter von Cash In- und Cash Cycle-Lösungen auf dem chinesischen Markt zu werden.

Synergieeffekte nutzen

Nun zeigt sich, wie die angestrebten Synergieeffekte ideal genutzt werden können: In einer engen Kooperation



Projektleiterin Doris Manzenreiter mit dem neuen KePlus C6

Transaktionszahlen im Vergleich

- 50% mehr Ein- und Auszahlung in China pro Tag als in Deutschland
- 7 Mal mehr Banknoten pro Jahr pro Gerät als in Deutschland

Erfahrungswerte aus der Pilotierung bei CMB:

Ein KePlus C6 in Fumin, Shenzhen hat während der letzten vier Monate erfolgreich 340 Transaktionen pro Tag abgewickelt. Das sind doppelt so viele als bei einem KePlus R6 bei einer deutschen Großbank (166 Transaktionen pro Tag)

Durchschnittlich 766.000 Renminbi (chinesische Währung) wurden pro Tag durch einen KePlus C6 transportiert. Das ergibt ca. 2,8 Millionen Banknoten pro Jahr. Das sind sieben Mal so viele wie in Deutschland, wo ein KePlus R6 bei einer deutschen Großbank pro Jahr ca. 400.000 Banknoten handelt.



entwickelte CBPM-KEBA gemeinsam mit der KEBA AG in Österreich einen neuen Cash-Recycling Geldautomaten speziell für den chinesischen Markt. Hintergrund hierzu war vor allem die Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit, weshalb bei KePlus C6 nun erstmalig auch ein neues Cash-Modul zum Einsatz kommt. Wichtig war der Projektleitung außerdem, bei der Beschaffung vermehrt auf chinesische Lieferanten zu setzen, um hardwareseitig unabhängig zu werden.

Das Projekt

Der Kick-Off für das Projekt fand im März 2011 statt. Sämtliche Markt- und Produkthanforderungen wurden schließlich in einem Analyse- und Designprojekt zusammengetragen, das bis Januar 2012 andauerte. Anforderungsprofile und Pflichtenhefte waren nur ein Ergebnis daraus.

Im anschließenden Realisierungsprojekt, das inklusive des Transfers der Entwicklung nach China bis September 2013 lief, wurde schließlich das

Produkt selbst entwickelt. Das klingt einfacher, als es tatsächlich ist – vor allem in Hinblick auf kulturelle und sprachliche Unterschiede.

Interkulturelle Kompetenz

Die Tatsache, dass interkulturelle Kommunikation viele Herausforderungen und Hürden mit sich bringt, meisterten die Beteiligten mit vielen Besuchen im jeweils anderen Land.

Doris Manzenreiter, Projektleiterin bei KEBA: „Viele unserer Kollegen aus Linz waren oft in China und Mitarbeiter der CBPM-KEBA sehr häufig bei uns. Das hat zum gegenseitigen Verständnis beigetragen.“

Zudem wurde ein Expatriate aus Linz nach China entsandt und die Schnittstelle genau definiert. Die Rollen der einzelnen Projektmitglieder aus Linz wurden in China gespiegelt, sodass jeder Projektbeteiligte ein kompetentes und für den jeweiligen Aufgabenbereich zuständiges Gegenüber hatte. Wie Doris Manzenreiter ausführt, stan-

den auch Schulungen im Mittelpunkt des Projektes, mittels derer das in Linz vorhandene Know-how bewusst ins chinesische Joint-Venture transferiert werden sollte.

Auch entwicklungsseitig wurde dem Rechnung getragen. So entstand der erste Prototyp bei KEBA in Linz, der zweite Prototyp wurde jedoch – in Begleitung der KEBA-Mitarbeiter aus Linz in China gebaut.

Daniel Fattinger, der im Projekt die Konstruktion begleitet und die Schulungen durchgeführt hat, war selbst vier Wochen lang in China. Er hat festgestellt, dass die Kollegen in China äußerst flexibel und schnell agieren. „In dieser Hinsicht konnten wir von den Kollegen lernen.“

Das bestätigt auch Michael Hayes, Konstrukteur bei KEBA, der ebenfalls intensiv im Projekt mitgearbeitet hat: „Chinesen arbeiten nach dem Trial-and-Error-Prinzip. In unserer westlichen Kultur analysieren und planen wir sehr viel, in China wird schneller mal

Fortsetzung auf Seite 16.

etwas ausprobiert und getestet. Wir haben versucht, auch bei den diversen Geschäftsessen vieles auszuprobieren, die chinesischen Spezialitäten und Essgewohnheiten waren dann aber doch sehr gewöhnungsbedürftig.“

Umgekehrt, so berichten beide, hätten die chinesischen Mitarbeiter des Joint-Ventures sich einiges im Hinblick auf die Genauigkeit ihrer österreichischen Kollegen abgeschaut.

Besonderheiten in China

In China, wo 80% aller SB-Geräte TTW, also through-the-wall, eingebaut sind, gibt es einige Besonderheiten, die auch bei der Entwicklung neuer Geldautomaten beachtet werden mussten.

In China kommt aktuell ein Geldautomat auf ungefähr drei Mal so viele Einwohner wie beispielsweise in Österreich oder Deutschland. Damit vor allem in den Ballungszentren mehr Geräte in den SB-Zonen der Filialen Platz haben, müssen diese schmaler sein.

Zudem werden mittlerweile jährlich bereits ungefähr 50% aller Geldautomaten als Recycling-Systeme gekauft. Die Geräte werden üblicherweise auf Schienen oder Kufen aufgestellt, sodass der Boden darunter gereinigt werden kann.

Aufgrund der geringeren Durchschnittsgröße der Chinesen bedeutet dies aber auch, dass Geldautomaten insgesamt deutlich niedriger sind als beispielsweise in Europa.

Positives Kundenfeedback

„Mit KePlus C6, dem neuen Cash-Recycler für den chinesischen Markt, tragen wir diesen Besonderheiten Rechnung und haben in dieser Kooperation ein Produkt entwickelt, das schon jetzt in der Pilotphase bei Kunden super ankommt!“, ist Doris Manzenreiter überzeugt.

Den Beweis dafür liefert schon jetzt die China Merchants Bank (CMB). Sie wurde als Pilotkunde während der Integrations- und Testphase ausgewählt und hat gleich zu Beginn äußerst positives Feedback zum neuen Produkt gegeben.



Kleiner Business-Knigge China

In China gilt ein schwacher Händedruck als höflich und wird nicht wie in Europa als Ausdruck eines schüchternen Charakters gedeutet. Wichtig ist: Schauen Sie Ihrem Gegenüber, während Sie mit ihm sprechen, nicht zu fest und zu lange in die Augen.

Visitenkarten sollten unbedingt mit beiden Händen überreicht werden, wobei der Schriftzug immer zum Gegenüber schauen sollte.

Seien Sie bei einem Geschäftsessen nicht verwundert, wenn Ihnen Ihr Geschäftspartner besonders erlesene Essenshappen auf den Teller legt. Sie brauchen diese Geste nicht zu erwidern. Beim Einschenken jedoch wird als Zeichen der Aufmerksamkeit von Ihnen erwartet, dass Sie nicht sich selbst, sondern Ihren Sitznachbarn nachschenken – auch beim Teetrinken. Wehren Sie niemals das Nachschenken ab und lassen Sie lieber Ihr volles Glas stehen. Aber vergessen Sie weiterhin nicht das Nachschenken der Nachbargläser!

Stäbchen dürfen nie in die Reisschale zeigend abgelegt werden – nur quer drüber liegend. In eine Schale steckende Stäbchen erinnern an die Räucherstäbchen vor den Ahnentempeln und somit wäre dies eine Verletzung der Ahnenwürde.

Für den Alltag gilt: Das Naseputzen wird von den Chinesen als widerlich angesehen, insbesondere, wenn das benutzte Taschentuch wieder zurück in die Hosentasche gestopft wird.

Quelle: „Eine Businessknigge für China“, Wilfried Scholz, 2006

Palmen, Sandstrand und Elektrofahrzeuge

KEBA-Wallboxen laden Nissan Leaf auf Barbados

Puderzuckerfeine Sandstrände, türkisfarbenes Meer, Palmen soweit das Auge reicht und eine durchschnittliche Temperatur von 26 Grad Celsius – das ist das Naturparadies Barbados in der Karibik. Das junge Start-Up „Megapower“ hat es sich zum Ziel gesetzt, nachhaltige Energie und Mobilität auf der Insel der Kleinen Antillen anzubieten und die Nutzung von Elektrofahrzeugen – betrieben mit Solarstrom durch Photovoltaik-Anlagen – anzukurbeln. Geladen werden die importierten Nissan Leaf ausschließlich mit KEBA-Wallboxen.

Megapower ist der Lösungsanbieter auf Barbados rund um das Thema Elektromobilität und erneuerbare Energien. Das Unternehmen bietet nicht nur Elektrofahrzeuge wie den Nissan Leaf an, sondern installiert und betreibt auch Photovoltaik-Anlagen, die den grünen Strom für das Laden der Elektrofahrzeuge liefern sollen. Der erste Nissan Leaf wurde von Megapower im Mai 2013 importiert. Seit dem ist die Nachfrage enorm, für 2014 werden

Stückzahlen im dreistelligen Bereich geplant. Daneben installiert Megapower auch die dazugehörigen Ladestationen an strategisch bedeutsamen Punkten auf der Insel.

Dank der Robustheit und Zuverlässigkeit der KeContact P20 Wallboxen laden diese auch bei hoher Luftfeuchtigkeit oder Beeinträchtigungen durch Hurricanes und Tropenstürme.



Die neuesten YouTube-Videos

Kennen Sie schon unseren YouTube-Kanal und im Speziellen auch die Playlist für die KEBA-Elektromobilitätslösungen KeContact?



Neben Einblicken in das Unternehmen, Interviews mit MitarbeiterInnen und Videos aus dem Bereich Industrieautomation präsentieren wir Ihnen dort unter anderem auch unser Kernprodukt für die Elektromobili-

tät KeContact P20 – welche Features es bietet, wie es in Betrieb zu nehmen und zu installieren ist. Eine echte Unterstützung für alle Elektroinstallateure und Fachmänner!

Um einen Blick darauf zu werfen, scannen Sie einfach den folgenden QR-Code oder folgen Sie diesem Link: <http://www.youtube.com/user/KEBAautomation>



Facebook und Co.

Seit April ist KEBA auch in diversen anderen sozialen Netzwerken aktiv: Werden Sie ein Fan auf Facebook oder verbinden Sie sich mit uns auf Google+, LinkedIn und Xing!



Ein Paketautomat für „drinnen“ erobert Supermärkte und SB-Zonen von Postfilialen

Indoor-Paketautomat

Mit KePol LS lassen sich zeitraubende, manuelle Tätigkeiten wie das Handling von Paketen perfekt automatisieren. Die Paketautomaten sind im Hinblick auf Größe und Kosten für die Aufstellung im Supermarkt optimiert, bieten aber gleichzeitig die bewährten Features der KePol Outdoor-Systeme: Sie sind nicht nur von äußerst hoher Qualität und Widerstandsfähigkeit, sondern auch einfach und intuitiv zu bedienen, und – das war den Produktentwicklern bei KEBA besonders wichtig – ebenso modular aufgebaut wie die bisherigen KePol-Paketautomaten.

Verfügbarkeit von 24/7-Lösungen

Für jede SB-Lösung ist Qualität und Verfügbarkeit essenziell, da sich jede Form von Nicht-Verfügbarkeit sofort auf die Unzufriedenheit der Endkunden niederschlägt.

„KEBA ist ein erfahrener Partner, der schon lange für die hohe Qualität seiner Produkte bekannt ist“, meint auch Peter Umundum, Vorstand Paket & Logistik bei der Österreichischen Post.

Erweiterter Kundenservice dank „Abholstation“

Mit Kundenorientierung und Innovation will die Österreichische Post verstärkt bei ihren Kunden punkten.

Gelingen soll das unter anderem mit den sogenannten „Abholstationen“, mit denen das Empfangen von Paketen, großformatigen oder eingeschriebenen Sendungen künftig noch einfacher werden soll. Die ersten Stück wurden bereits installiert, bis zu 400 weitere sollen folgen.

Schon bisher können in den SB-Zonen von mehr als 100 Postfilialen in ganz Österreich rund um die Uhr Briefe, Pakete und sogar Einschreiben versandt werden.

Dank der neuen Abholstationen, von denen 2014 mindestens 70 installiert werden, können benachrichtigte Sendungen auch rund um die Uhr abgeholt werden.

Das Besondere bei der Automatisierungslösung der Österreichischen Post ist, dass sich KEBA selbst um das Hosting, Housing sowie die Systemadministration kümmert.

Neben der Schweizerischen Post hat sich nun auch die Post in Österreich dazu entschieden.

Aufstellung in Coop-Filialen

In Dänemark ist das Netzwerk an Paketautomaten bereits nahezu flächendeckend – fast alle der 190 in Summe in den vergangenen Jahren in Auftrag gegebenen Paketstationen hat KEBA bereits installiert.



„Ich freue mich, dass wir damit nicht nur unser Kundenservice weiter steigern können, sondern mit dieser Investition von etwa vier Millionen Euro auch die heimische Wirtschaft unterstützen“, so **Peter Umundum von der Österreichischen Post.**



Mit KePol LS erobert KEBA einen völlig neuen Markt: Denn das neue System zur Paketautomatisierung wurde speziell für Indoor-Bereiche entwickelt und eignet sich deshalb perfekt für SB-Zonen in Postfilialen, Post-Partner-Shops oder Einkaufszentren. Die österreichische Post und die Post Danmark sind bereits überzeugt.



„Die Paketautomaten, die schon jetzt im Betrieb sind, werden von unseren Kunden sehr gut angenommen. Die Bedienung ist einfach, die Geräte sind benutzerfreundlich – deshalb sind wir überzeugt, dass auch die „Pakkeboksen“ in den Coop-Filialen gut genutzt werden“, sagt **Klaus E. Olsen von der Post Danmark**.

Dank der Kooperation zwischen der Post Danmark und dem führenden Einzelhandelsunternehmen Coop hat sich für KEBA im letzten Jahr ein neues Geschäftsfeld aufgetan: In 300 Filialen des größten Einzelhändlers Dänemarks, Coop, werden zusätzlich von der Post Danmark betriebene „Pakke-

boksen“ aufgestellt und ermöglichen den Kunden auch dort eine Abholung und Aufgabe ihrer Pakete.

Sowohl Coop als auch Post Danmark verfolgen eine ähnliche Strategie: Der Kunde steht im Zentrum aller Bemühungen. Michael Løve, Leiter der Coop-Filialen, meint: „Wir wollen unseren Kunden einen Zusatzservice bieten, den sie nur bei uns bekommen. Mit den neuen „Pakkeboksen“ wird der Einkauf für unsere Kunden noch einfacher und komfortabler werden.“

In Summe betreibt die Post Danmark dann insgesamt 490 Paketstationen, das größte Netzwerk von Paketstationen in Dänemark.

Wussten Sie schon, dass...

... KEBA auf der Post-Expo 2013 mit dem in der Branche begehrten „Postal Technology International Award“ in der Kategorie „Supplier of the Year“ ausgezeichnet wurde?

Der Award bestätigt KEBA's Engagement in der Post-Branche: Seit der Entstehung im Jahr 2000 hat die Paketautomatisierungslösung aus Linz als hoch innovatives Gesamtkonzept den Post-Markt beeinflusst und getrieben.

postal
technology international
Awards 2013
WINNER
Supplier of the Year



Der direkte Draht zu **KEBA**

**Haben Sie Fragen oder Anregungen?
Benötigen Sie weitere Informationen?**

**Wir freuen uns auf Ihre
Kontaktaufnahme!**

Österreich / International:

KEBA AG, A-4041 Linz, Gewerbepark Urfahr

Corinna Resch

Tel.: +43 732 7090-27441, E-Mail: rc@keba.com

Deutschland:

KEBA GmbH Automation,

D-73037 Göppingen, Leonhard-Weiss-Straße 40

Claudia Wolter-Brandt

Tel.: +49 7161 9741-21, E-Mail: wob@keba.com

KEBA AG Headquarters, Gewerbepark Urfahr, A-4041 Linz,
Telefon: +43 732 7090-0, Fax: +43 732 730910, keba@keba.com

KEBA Gruppe weltweit

China • Deutschland • Italien • Japan • Niederlande
Österreich • Rumänien • Südkorea • Taiwan
Tschechische Republik • Türkei • USA

www.keba.com



KEBA[®]

Automation by innovation.