

Exxent



Consulting

Food & Beverage Excellence



Leergutmanagement für Privatbrauereien unterstützt durch ein Verbandsnetzwerk

- Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement
- Das LGM als Erfolgsfaktor für Effizienz, Vielfalt und Komplexitätsbeherrschung
- Die Idee des Verbands zu diesem Thema
- Das Programm und erste Erfahrungen
- Road Map und Aktivitätenprogramm für 2019

März 2019

Storyline

1

Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

2

Das LGM als Erfolgsfaktor für Effizienz, Vielfalt und Komplexitätsbeherrschung

3

Die Idee des Verbands zu diesem Thema

4

Das Programm und erste Erfahrungen

5

Road Map und Aktivitätenprogramm für 2019

6

Das Exxent – Team für die Lebensmittel-Logistik






Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

Symbiose und Synergien zwischen Unternehmen, Branchen und Ihren Verbänden

Exxent







Exxent Consulting


 John Albert Eke	 Marc Eke
 Thomas Fiedler	 Christian Gesing
 Kristine Heinecke	 Markus Langer
 Gabriele Hornstein	 Dr. Hans Werner Busch

 weitere Experten

I:VM



	Dr. Hans Werner Busch
	John Albert Eke
	Marc Eke

 weitere Experten

Die Verbandsexperten

3F + Effizienz

Diverse Spitzen- und Regionalverbände in den letzten 10 Jahren wie z.B.:



BDLI
Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie e.V.
Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrt



BGL
Bundesverband Güterkraftverkehr Logistik und Entsorgung



Die deutschen Brauer
Deutscher Brauer-Bund e.V.
Die deutschen Brauer Deutscher Brauer-Bund



DIE DEUTSCHE BAUINDUSTRIE
BAUEN UND SERVICES
Hauptverband der Deutschen Bauindustrie

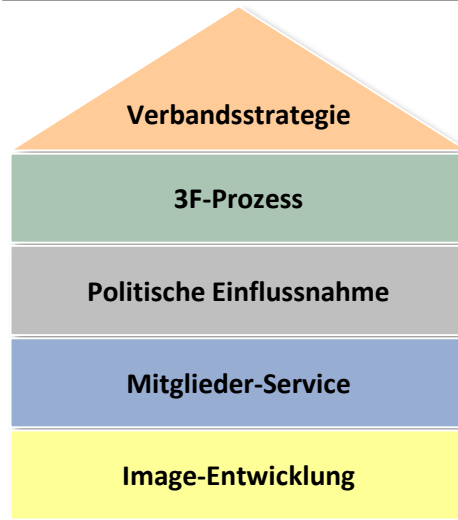


DIE FREIEN BRAUER
Braukunst und Lebensart
Zusammenschluss von 39 mittelständischen Familienbrauereien im D/A/CH - Gebiet

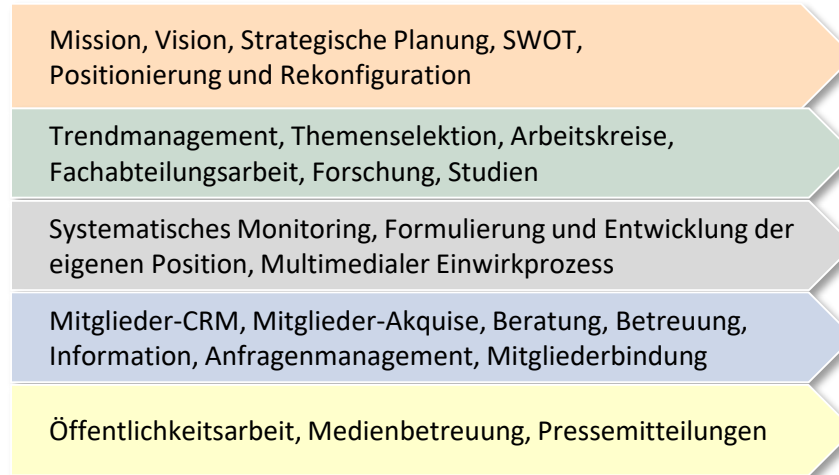
... und viele mehr

Die Positionierung und das Prozessmodell eines Verbands in seiner Branchenlandkarte

Prozesshaus mit Kernprozessen

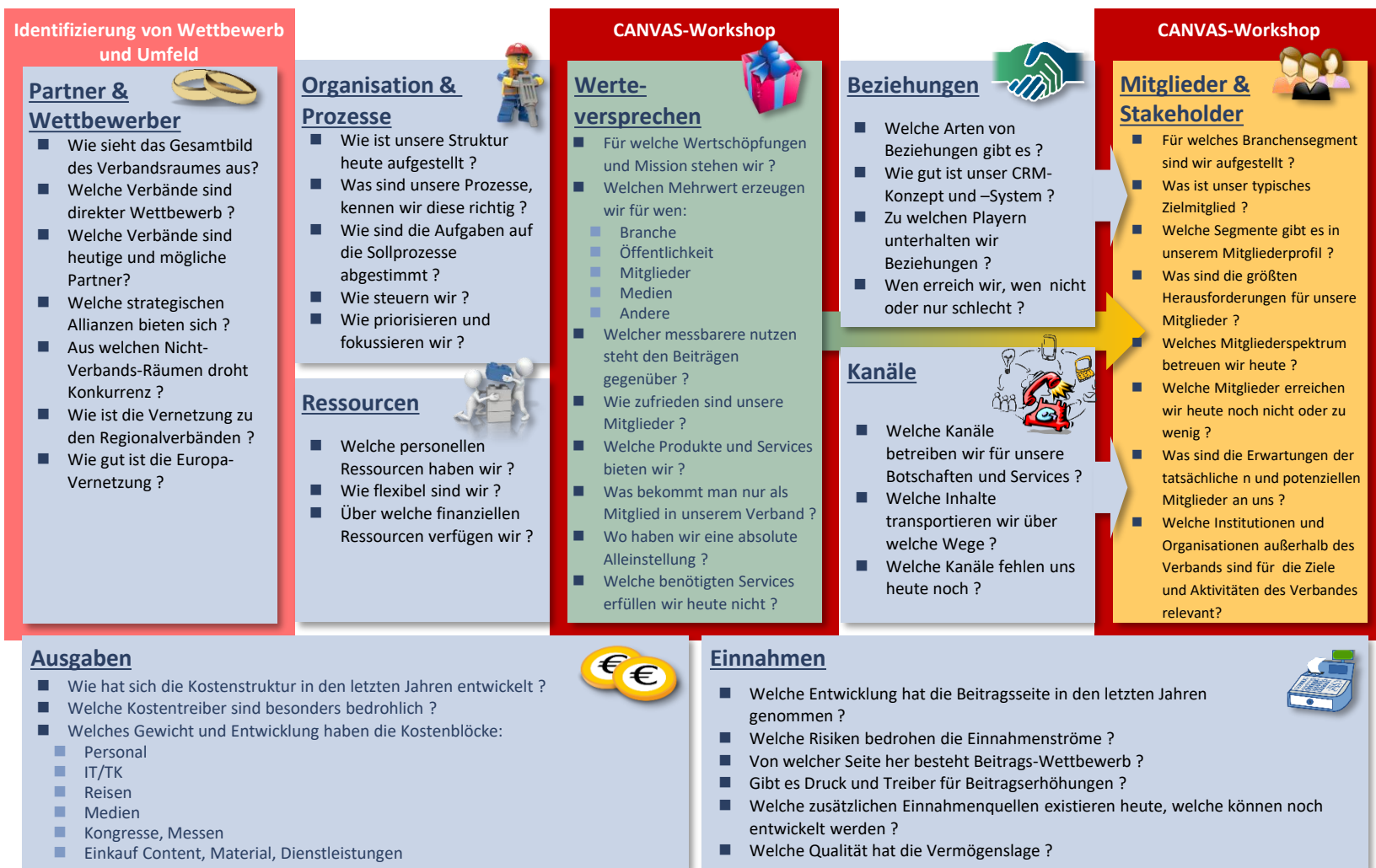


Haupt-Inhalte der Verbandsprozess in mehreren Ebenen



- Die **Mitglieder eines Verbands sind Kunden** und erwarten konkrete Leistungen für ihre Beiträge.
- Ein Verband ist vorrangig zunächst **Interessenvertreter eines Branchensegments**, und erzeugt über verschiedenste **Hebelwirkungen ein Nutzen** für die nachhaltige Existenzsicherung seiner Mitgliedsunternehmen.
- Die **Verbandslandkarten der Branchen** sind extrem vielfältig und vielschichtig geworden, so dass heute ein **intensiver Wettbewerb** für verbandsartige Dienstleistungen existiert.

Die strategische Positionierung eines Verbands: Wertversprechen und Leistungen für seine Mitglieder



Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

Verbandslandkarte für die Getränkewirtschaft – natürlich unvollständig, inkl. Verbands-affiner Institute



Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

DVerbandslandkarte für die Logistik – natürlich auch unvollständig

Netzwerke / Kooperationen

Anbieter von Informationen und Wissen

- Verkehrsrundschau
- DVZ
- Institute
- ...

Die Positionierung des besonderen Verbands „DIE FREIEN BRAUER“

- Die Freien Brauer sind ein **Zusammenschluss von 39 mittelständischen Familienbrauereien** in Deutschland, Österreich und Luxemburg, die konzernunabhängig und seit Generationen in Familienbesitz sind. Jeder von uns ist ein selbstbewusster, freier Unternehmer - und will das auch bleiben. Die Freien Brauer sind mehr als eine reine Wirtschaftskooperation: Sie sind eine Wertegemeinschaft gleichgesinnter, selbstbewusster Familienbrauereien, die in ihrer jeweiligen Heimatregion führend sind.

- „Die **Grundprinzipien unserer Gemeinschaft**, die für uns handlungsanleitend sind und die Idee der Freien Brauer tragen, sind zusammengefasst in unseren Sieben Werten“:
 - *Große Freiheit*
 - *Persönliche Verantwortung*
 - *Einzigartige Vielfalt*
 - *Höchste Qualität*
 - *Saubere Umwelt*
 - *Echte Tradition*
 - *Gelebte Heimatverbundenheit*

- Leistungen und aktuelle Programme:
 - **Einkauf**
 - **Initiativen und Projekte, z.B. LGM**
 - *Tagungen*
 - *Arbeitskreise*
 - *Support für Studien*
 - *Versicherungen*
 - ...



Storyline

1

Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

2

Das LGM als Erfolgsfaktor für Effizienz, Vielfalt und Komplexitätsbeherrschung

3

Die Idee des Verbands zu diesem Thema

4

Das Programm und erste Erfahrungen

5

Road Map und Aktivitätenprogramm für 2019

6

Das Exxent – Team für die Lebensmittel-Logistik

Generelle Problematik und Handlungszwang

- **Leergut** hat sich seit Einführung des Zwangspfandes 2003 **zunehmend zum Kostentreiber** aber auch **Erfolgsfaktor** entwickelt.
- Die **stark gestiegene Anzahl der Flaschenformen und -farben** und **Individualisierungen** von Kasten und Flaschen stellt die gesamte Wertschöpfungskette vor **Herausforderungen und bindet Kapazitäten**.
- Die **generell rückläufigen Absätze** in nationalen Geschäftsfeldern erfordern **bei gleichzeitig steigender Anzahl von Artikeln** eine **effiziente Produktions- und Füllplanung** sowie ein **effektives Bestandsmanagement**.
- Die **Leergut-Supply-Chain ist damit ein Kosten- und Problemtreiber** insgesamt, und zwar in Form von ...
 - ... **Neuglas-Beschaffung** aufgrund fehlenden Leerguts
 - ... **steigender Neuglasmindestbestellmengen** auf Grund der aktuellen Engpaßsituation
 - ... **Transportkosten** für Leerguttouren
 - ... hohe **Transaktionskosten** für Sortierdienstleister und Tauschhändler
 - ... **Effizienzverluste** durch nicht **richtig optimierbare Füllplanung**
 - ... **hohe interne Prozesskosten** durch zusätzliche **Abstimmungskommunikation**
 - ... Mehraufwand für **zusätzliches Handling in der Tiefen- und Fremdfflaschensortierung**
- Die **Akteure im Leergutmanagement** sind neben den **Herstellern und Verbrauchern**
 - GFGHs
 - Einzelhandel
 - Gastronomie
 - Sortierdienstleister und Tauschhändler
 - Logistikdienstleister für den Transport von LeergutDabei sind die **Geschäftsmodelle der Player stark unterschiedliche** und somit gibt es sehr **konfliktäre Zielsetzungen**, die nicht einfach einer Win-Win-Lösung zugeführt werden können.
- Als **Kernprozess gewinnt die Leergutsortierung** gewinnt zunehmend an Bedeutung
 - Vermeidung von Engpässen in der Abfüllung
 - Wirkungsgrad der Anlagen
 - Vermeidung von Out-of-stock-Situationen

Grundsätzliche Potentiale und Ziele des Programms Leergutmanagement

Umsatz

- Steigerung Umsatz durch gesteigerte Lieferfähigkeit
- Verbesserte Kundenzufriedenheit der Partner in Großhandel und LEH
- Vermeidung von Sanktionen und Absatzverlusten

Prozesskosten Intralogistik

- Optimierung des Leergut-Handling auf dem Hof
- Verbesserung der Sortierqualität (Tiefensortierung)
- Nutzung von Synergien im Lager-, Stapler- und Personalbereich

Verpackungs- material

- Verringerung des Zukaufs Kästen und Flaschen
- Nachweis Fremdnutzung der Kästen
- Weniger Verluste Leerguttausch
- Beschleunigung Rücklaufzeit

Personalkosten indirekt

- Reduzierung des informatorischen Suchaufwands von Leergut in den Kreisläufen
- Digitalisierung bzw. Automatisierung und damit Reduzierung des Erfassungsaufwands

Gesamtkosten Produktion/ Abfüllung

- Weniger Ausfall Produktionszeiten durch Leergutmangel
- Verringerung Produktionskosten Strom, Gas, Wasser
- Bessere Ausnutzung der Anlagenleistung durch weniger Störzeiten, bessere Losgrößen und Glättung

Transport- kosten

- Verringerung Transportkosten bei Direkttausch
- Geringere Kosten Nachlieferung

Allgemein

- Bessere Nutzung Betriebsfläche
- Erkenntnisse zur Optimierung der Hoflogistik insgesamt

Storyline

1

Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

2

Das LGM als Erfolgsfaktor für Effizienz, Vielfalt und Komplexitätsbeherrschung

3

Die Idee des Verbands zu diesem Thema

4

Das Programm und erste Erfahrungen

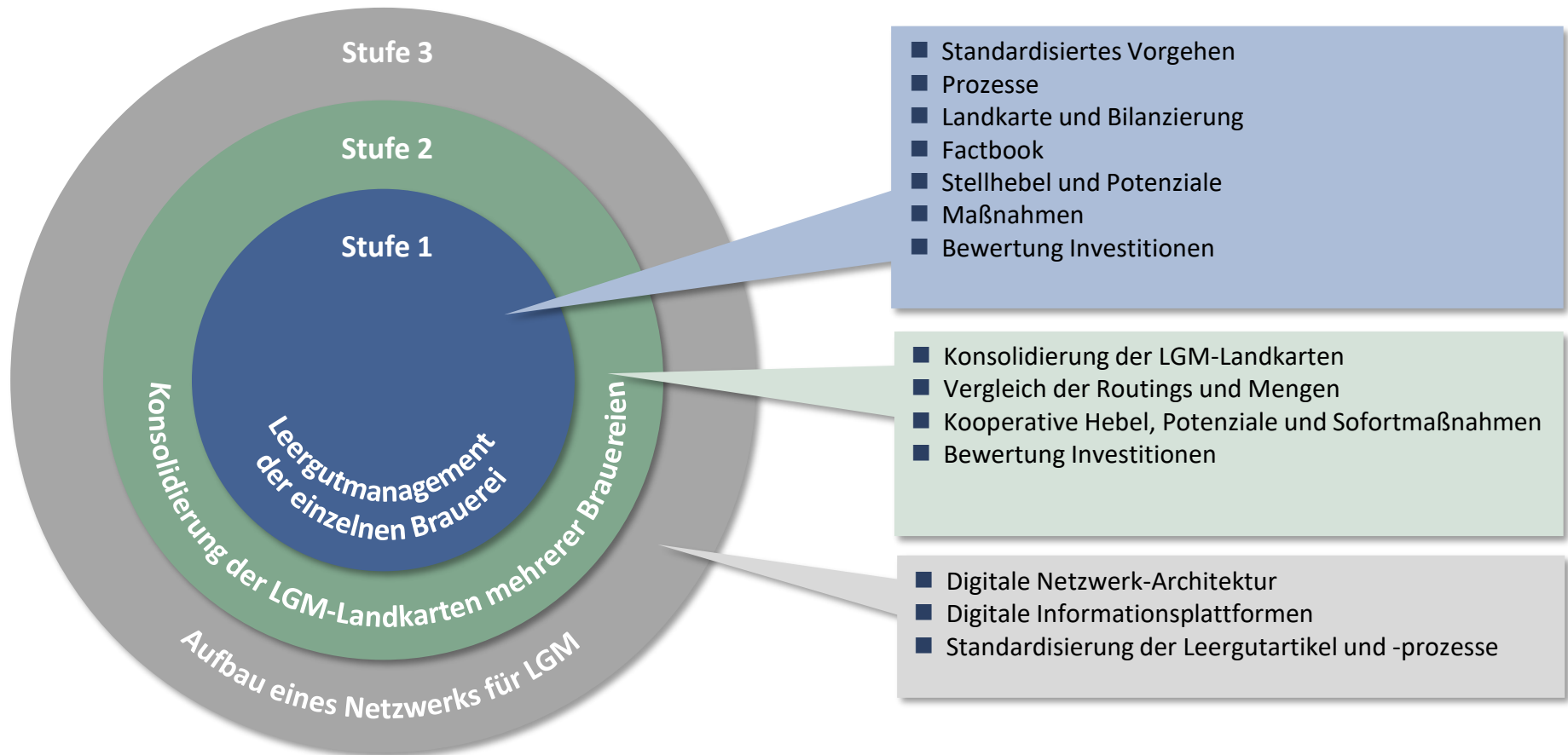
5

Road Map und Aktivitätenprogramm für 2019

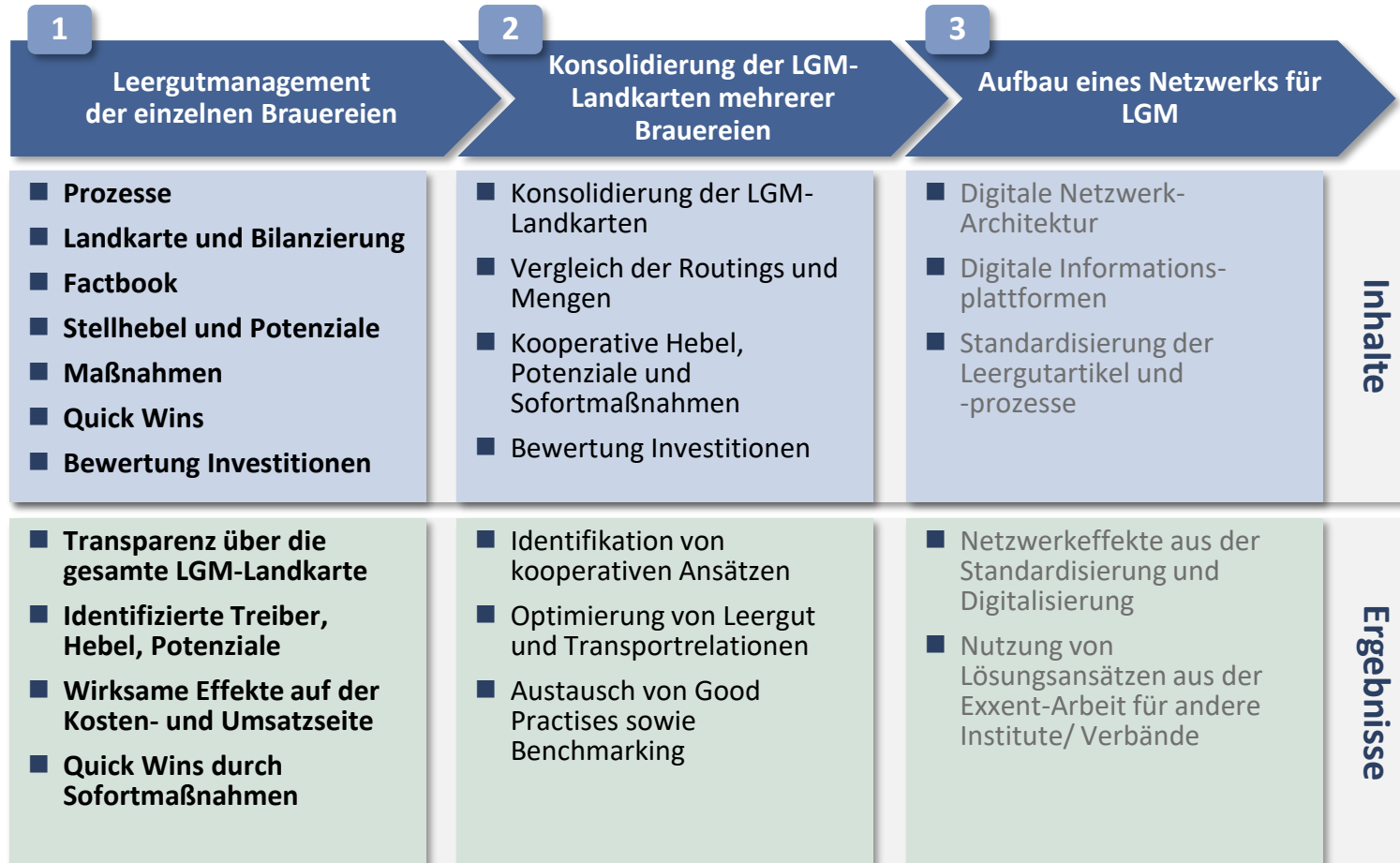
6

Das Exxent – Team für die Lebensmittel-Logistik

LGM für Mitglieder von „Die Freien Brauer“ in 3 Projektstufen



Gesamtvorgehen in 3 Stufen mit Inhalten und Ergebnissen



Storyline

1

Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

2

Das LGM als Erfolgsfaktor für Effizienz, Vielfalt und Komplexitätsbeherrschung

3

Die Idee des Verbands zu diesem Thema

4

Das Programm und erste Erfahrungen

5

Road Map und Aktivitätenprogramm für 2019

6

Das Exxent – Team für die Lebensmittel-Logistik

Zielsetzung und methodisches Vorgehen für die Stufe 1 in der Brauerei

■ Zielsetzung:

- Transparenz über die gesamte Leergutmanagement-Landkarte
- Identifizierte Treiber, Blitze und Kostenauswirkungen
- Stellhebel und Lösungsrichtungen für das weitere Vorgehen
- Finales Ziel nach Umsetzung: Reduktion der LGM-Kosten auf allen Ebenen

■ Methodische Schritte:

- Vorbereitung des Workshops mit Factbook
- Durchführung des Workshops an 2 Tagen vor Ort inkl. Momentaufnahmen vor Ort
- Dokumentation und Nachbereitung

■ Inhalte:

- Leergut-Factbook: Zahlen, Daten, Fakten
- Workshop Leergut-Landkarte mit Akteuren, Prozessen und Blitzen
- Zusammenfassung der Problemcluster, Potenzialeinschätzung und Stellhebel
- Ideenspeicher für logistische Optimierungen
- Dokumentation aller Arbeitsergebnisse in einem Bericht

■ Teilnehmer am Workshop:

- Geschäftsführung
- Betriebsleitung
- Logistikleitung
- Buchhaltung/Controlling

Das individuelle Geschäftsmodell der Brauerei legt die Architektur und Eckpfeiler der Logistik fest



Jeder Baustein der strategischen und regionalen Positionierung bestimmt und treibt das LGM

Partner



- Lieferantenstrukturen nach Warengruppen:
 - Rohware
 - Verpackung
 - Indirektes Material
- Werks-Dienstleister
 - Facility Management
 - Maintenance, Repair and Overhaul (MRO)
- Logistik: Spediteure, 2PL, 3PL (Third Party Logistics)
- Vertikalisation und Outsourcing-Quote
- Zugänge und Beziehungsmanagement zum Rohwarenmarkt und auch neuen Marktquellen
 - Vertragslandwirte
 - Offene Märkte
- ...

Organisation



- Lean Admin, Overhead
- Prozess-Orientierung
- Homogene Systemwelt:
 - ERP im Zentrum
 - Digitale Schnittstellen
 - Eigenes IT-Team
- Operations:
 - flexibel
 - Standardisiert Smart Factory
 - Flexibilität mit Halbfertig-Baukasten
 - Just In Sequence

Ressourcen



- Standorte
- Production Footprint
- Anlagen und Technik
- Technologie
- Skalierbare Produktionskapazitäten
- Wissensbasis
- Kompetenz-Matrix
- Finanzierung
- ...

Werteversprechen



- Produktspektrum heute
 - Haupt-Sortiment
 - Neben-Sortiment
- Lösungskompetenz
- PEP-Performance
- Time-to-Market
- Vollsortimenter/ Teilsortimenter
- Lieferservice und Reaktionszeiten
- Zuverlässigkeit
- Verlässliche Qualität
- Absicherung und Zertifikate
- Entwicklungspotenzial:
 - Neue Produkte
 - Sortimentsergänzung
- ...

Kundenbeziehungen



- Eigene Vertriebsorganisation/Agenten, Intermediäre/Kooperation
- Key Account Management
- CRM-Systematik
- Lieferung als Abruf aus Rahmenverträgen
- Vertragsüberwachung
- Beratungsservice
- ...

Kanäle



- Direktbelieferung an den organisierten Handel (DCs)
- Belieferung/Abholung Fachgroßhandel
- Direktservice Gastronomie und Convenience
- Logistikservice zum System- und Industriekunden
- Home Delivery
- E-Commerce und E-Food
- ...

Kundenmärkte



- Segmente der Getränkewirtschaft
- Markenkonzept, Markenportfolio
- National, International, global
- B2T DE Handel
 - LEH national organisiert
 - LEH regional
 - SEH (Selbstständiger)
- B2T EUR, glob. Handel
 - Internationale LEHs
 - Distributeure
- B2B
 - Industrie
 - Systemgastronomie
- B2C off trade
 - Direktgastronomie
 - Convenience
- B2C Consumer direct
 - Home Delivery
 - E-Commerce
- Export insgesamt
- Wachstumspfade
- ...

Kosten



- Kostenstruktur
- Fixkosten, variabler Anteil
- Sourcing-Quote und Wareneinsatz
- Degressionseffekte
- Produkt-Margen und Roherträge
- ...

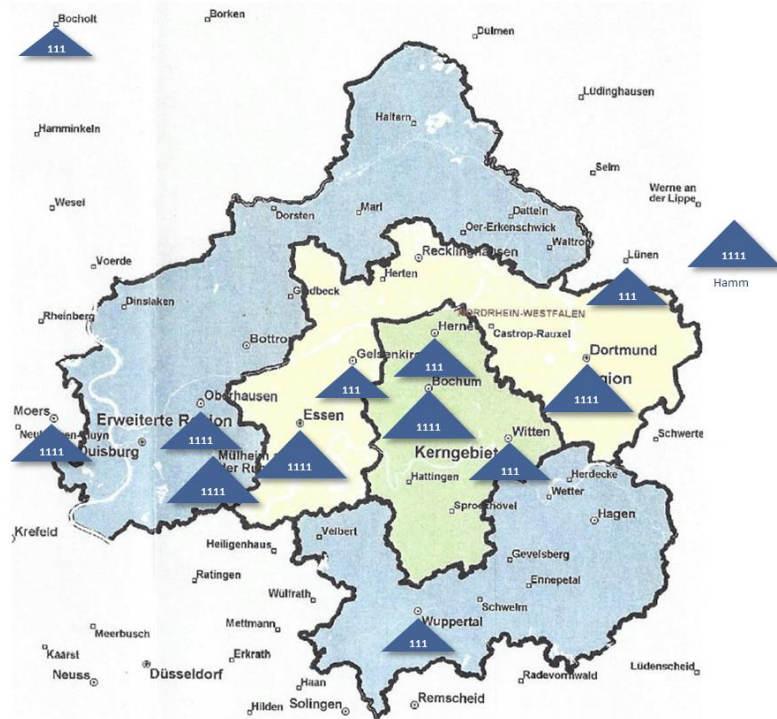
Umsatz



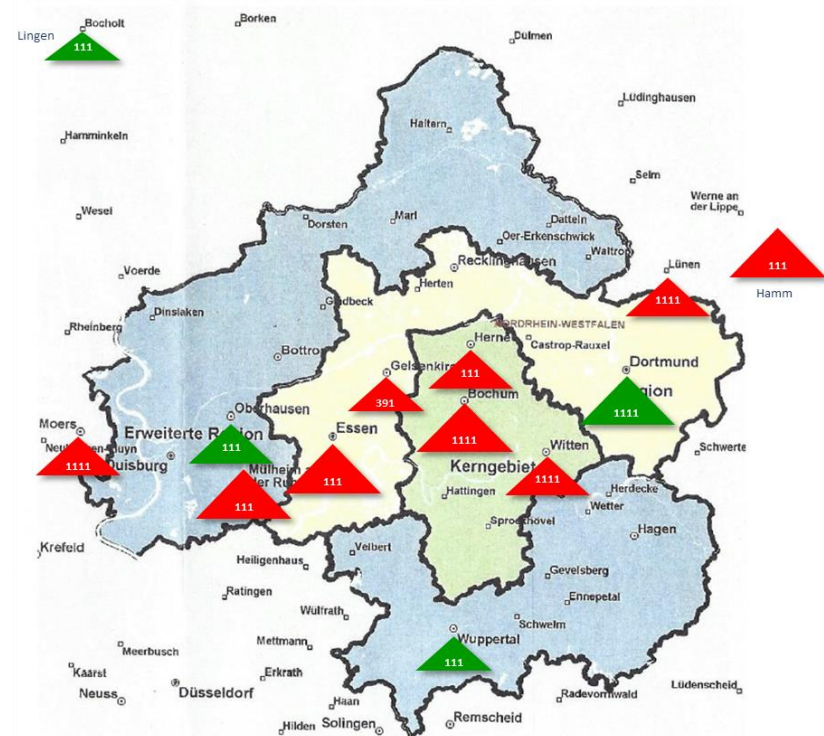
- Struktur und Kundensegmente, 80/20
- Umsatzqualitäten und DBs nach Kunden und Produkten/Gebinden
- Absicherung über Lieferkontrakte und Listungen
- Mehrwerte über Qualität, Sicherheit, Ehrlichkeit und Beratung
- Umsatzsteigerungs-Potenzial
- ...

Beispiele für die Visualisierung der VG/LG - Landkarte und Merkmale der „Asymmetrie“

Beispiel Vollgut - Auslieferung



Beispiel Leergut - Rücklauf



- Das **Leergut** beginnt seine Reise mit den **Vollgutströmen**, abhängig vom Geschäftsmodell und den einzelnen Kanalstrukturen der einzelnen Brauerei (Selbstdistribuiert völlig andere als GFGH-lastig ...).
- Über den **Prozesskette „Konsument“** beginnt das eigentliche **Qualitätsproblem „hinter dem Automaten“** im LEH.
- Die **Rücklauf-Mengenströme** stellen sich **nicht paarig** und **mengensynchron** dar.
- Es entstehen **potenzielle Tauschpartner**, mit denen **keine aktive Geschäftsbeziehung** besteht: GFGHs, GAM-Ketten, Brauereien, ...

Erste generelle Erkenntnisse: Findings and Learnings

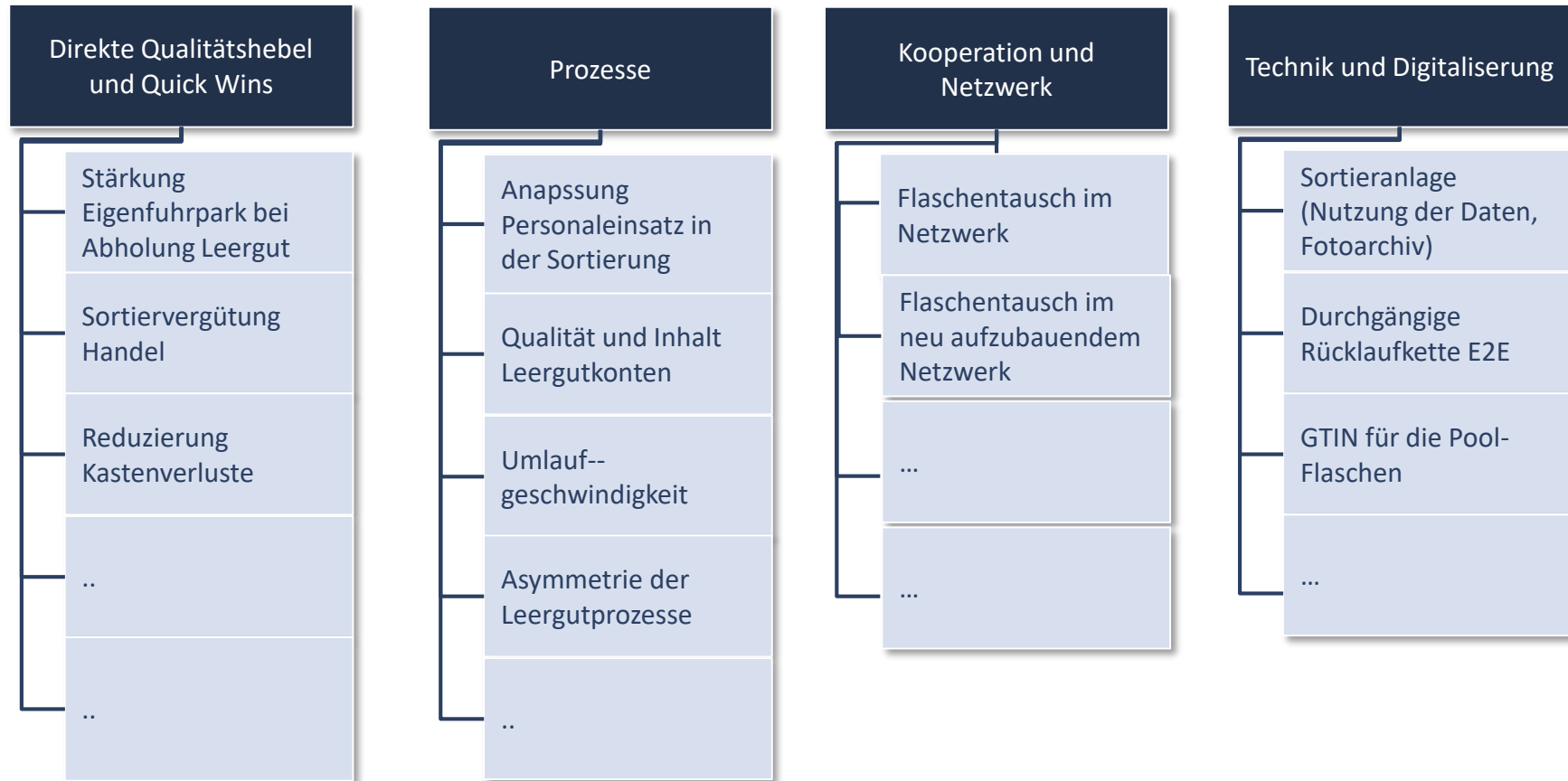
- Die **Treiber aus dem individuellen Geschäftsmodell** wirken sich sowohl auf das IST als auch die Freiräume und Chancen des SOLLs aus, wie zum Beispiel ...
 - ... Portfolio und Fokus **der strategischen Geschäftsfelder** (SGFs Gastro, Handel, Export, ...)
 - ... Nationalität, **Internationalität** (Exportanteil, ...)
 - ... **Kundenstruktur** und **Regionalität**
 - ... **Produktsortiment** und **Sortenvielfalt**
 - ... **Verpackungskonzept** und **Leergut-Vielfalt** (Fass, Kisten, Flasche wie Pool, Individ., Bügel, ...)
 - ... **Absatzkanalpolitik** (GFGH, Selbstdistribution, LEH direkt oder über ZL ...)
 - ... **Sourcing-Strategie zur Logistik** und affinen Dienstleistungen (MoB, Outsourcing, ...)
 - ... **Standorte** (Production Footprint, Töchter, NLS ...)

- Die **Gesamtkosten des LGM** erreicht schnell ein Niveau von **500 t€ bis 1Mio. €** bei einem Umsatzlevel deutlich unter 50 Mio. €, das kurzfristige Gesamtpotenzial jeder Brauerei kann auf ca. 100 t€ und mehr geschätzt werden.

- Teilweise „**grenzwertige**“ **Verhaltensmuster** (z.B. extrem schlechte Sortierqualität, Umbügeln)

- Die **Hebel und Maßnahmen unterscheiden sich stark**, müssen **konzentriert umgesetzt** werden:
 - Qualität und Effizienz der interne Prozesse
 - Kooperationen und Netzwerke
 - Technologie und Digitalisierung
 - Beeinflussung der externen Prozesse

Das spezifische LGM – Stellhebelsystem wächst mit jedem Projekt zum Nutzen aller Teilnehmer



Storyline

1

Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

2

Das LGM als Erfolgsfaktor für Effizienz, Vielfalt und Komplexitätsbeherrschung

3

Die Idee des Verbands zu diesem Thema

4

Das Programm und erste Erfahrungen

5

Road Map und Aktivitätenprogramm für 2019

6

Das Exxent – Team für die Lebensmittel-Logistik

Hauptaktivitäten für das Programm in diesem Jahr – ein Ausschnitt

- Gewinnung von **mindestens 10 Teilnehmern** innerhalb des Verbands
- Gewinnung von **Teilnehmern aus dem Kreise der Nicht-Mitglieder, GFGHs**
- **Konsolidierung** aller Ergebnisse (Klappen der Karten)
- Sukzessiver Aufbau von **Netzwerk – Strukturen, auch mit Getränkegruppen**
- **Standardisierung** und **Digitalisierung**
- **Kooperation** mit **anderen Verbänden**, Instituten, Arbeitskreisen: Die Freien Brauer mit VLB, ...
- **Benchmarking** der **Good Practices**
- ...

Road Map - Ausschnitt: Haupthebel „Digitalisierung und Informationstechnologie“

Lfd Nr.	Hebel	Inhalt	Treiber	Timing	Status
1	GTIN	Einführung und Nutzung von Artikelnummern für Kasten und Flasche			
2	Automaten	Auswertung von Daten eines Automatenbetreibers			
3	Plattform	Generierung einer Leergut-Meldeplattform im Netzwerk durch einen neutralen Betreiber			
4	Pfand-Simulation	Entwicklung einer Simulationsmethode bei einem der nächsten LGM-Projekte			
...					
...					
...					

Road Map - Ausschnitt: Haupthebel „Netzwerkaufbau und Kooperationen“

Lfd Nr.	Hebel	Inhalt	Treiber	Timing	Status
1	Rollout Projekt-Teilnahme	Verstärkte Motivation innerhalb der DFB Zusätzliche Privatbrauereien außerhalb DFB			
2	DFB und VLB	Verknüpfung und Vernetzung von Initiativen und Lösungen			
3	Aufbau Tausch-partnerschaften	Innerhalb DFB Direkt außerhalb DFB Einsatz eines DFB-Tauschkastens DFB-Ausschreibung TDL			
...					
...					
...					

Storyline

1

Die Vernetzung von Branchen- und Fachexpertise mit dem Verbandsmanagement

2

Das LGM als Erfolgsfaktor für Effizienz, Vielfalt und Komplexitätsbeherrschung

3

Die Idee des Verbands zu diesem Thema

4

Das Programm und erste Erfahrungen

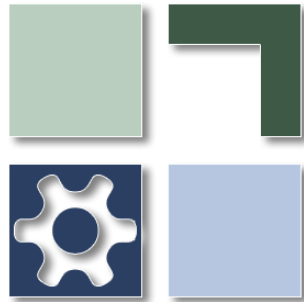
5

Road Map und Aktivitätenprogramm für 2019

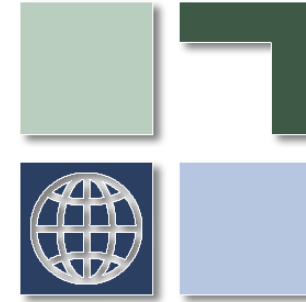
6

Das Exxent – Team für die Lebensmittel-Logistik

Strategische Geschäftsfelder von Exxent Consulting



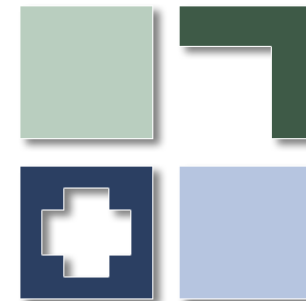
Industrial Excellence



Logistics Excellence



Food & Beverage Excellence



Health Care Excellence

Die Prinzipien und Arbeitsweise unseres Beratungsansatzes



Beratungsansatz

Unser Beratungsansatz ist konsequent auf alle operativen Funktionen und Prozesse ausgerichtet und stellt die Umsetzung in den Mittelpunkt.



Stellhebelsystem

Wir konzentrieren uns auf die wesentlichen Stellhebel und operativen Potenziale unserer Kunden, um außergewöhnliche Resultate messbar zu erzeugen und um die operative Prozesswelt auf die Strategien hin richtig auszurichten.



Individuelle Lösungen

Hierzu entwickeln wir individuell zugeschnittene Lösungen und unterstützen intensiv die Umsetzung. Der größte Anteil unserer Projekte ist Umsetzungsarbeit.



Exxent Toolbox

Unsere Erfahrungen bereiten wir systematisch in Stellhebelkonzepten, Frameworks und Maßnahmenbibliotheken auf, sodass wir über eine umfangreiche Toolbox verfügen.



Starke Expertise

Für unsere Schwerpunkt-Branchen stellen wir spezialisierte Teams bereit, die mit hervorragendem Praxis- und Methodenwissen schnell zum Ergebnis kommen.



Praxisnähe

Unsere Kunden schätzen daher unsere Praxisnähe, die Bereitschaft "die Ärmel hochzukrempeln" und dabei zu bleiben bis es läuft.



Good Practise

Unsere Stärke liegt darin, dass wir für die unterschiedlichen Problem- und Aufgabenstellungen in den Operations unserer Kunden stets die richtige Antwort bezüglich Good Practise, Konzeptlösungen und Methodik finden.



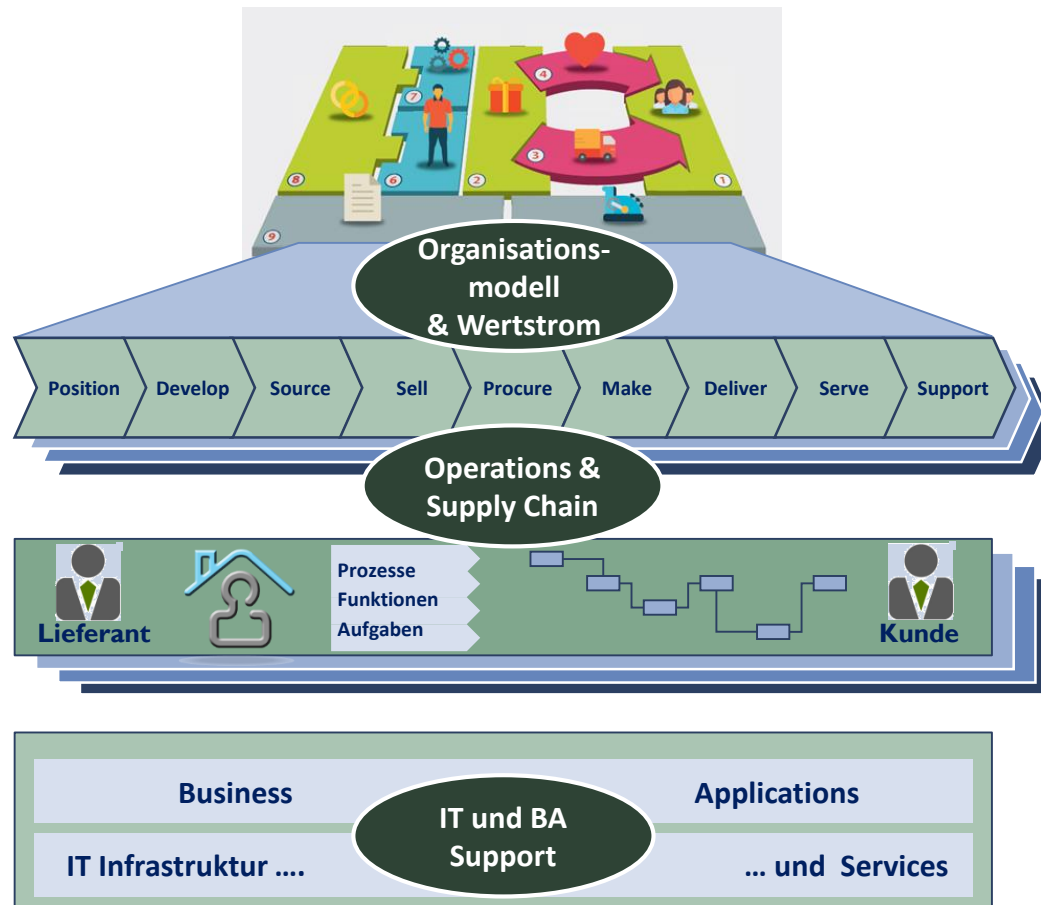
Implementierung und Change-Management

Der professionelle Einsatz unserer Implementierungs- und Change-Management-Fähigkeiten sichert messbare Umsetzungsergebnisse, an denen wir uns gerne messen lassen.

Leistungsspektrum nach Branchen-Clustern und Themen

- Unser **Branchenfokus** beinhaltet sowohl **industrielle Bereiche**, als auch **Branchen-Cluster** aus dem **Dienstleistungsbereich** und dem **Gesundheitswesen**.
- Gleichzeitig transportieren wir unsere Erfahrungen **über die Branchengrenzen hinaus**.
- Wir **konzentrieren** uns dabei auf **ausgewählte Industrien bzw. Branchen-Cluster**:
 - Lebensmittel und Getränke
 - Logistik-Dienstleister
 - Healthcare und Pharma
 - Textil- und Modeindustrie
 - Verpackungsindustrie
 - Automotive (OEM, Zulieferer, Handel)
 - Chemie, Kunststoff, Stahl, Holz & Papier
 - Maschinen- und Anlagenbau
 - Apparate, Geräte & Elektrotechnik
 - Bauindustrie und Bauelementehersteller
 - Groß- und Einzelhandel
 - Medien
 - Public Sector und Verbände
- Für jede dieser **Branchen-Cluster** bieten wir rund um die Beratungsfelder **Operations, Prozesse, SCM, Logistik und IT** ein umfangreiches Set an Themen gestützt durch einen **gut sortierten Werkzeugkasten** an
- Unsere **Produkt-Markt-Matrix** (Branchen, Themen, Methoden) zeigt dies im Überblick

Unser Leitbild: Die Brückenbauer zwischen Strategie, Prozessen und IT-Tools



Strategie und Geschäftsmodelle

- ▶ Positionierung (Kunden & Produkte) und Segmentierung
- ▶ Differenzierung & USP
- ▶ Ertragskraft, Kosten, Profitmodelle
- ▶ Ressourcen (HR, Assets, Kapital)

Organisationsmodell & Wertstrom

- ▶ Wertschöpfungskette und Kernprozesse
- ▶ Leistungsspektrum (make or buy)

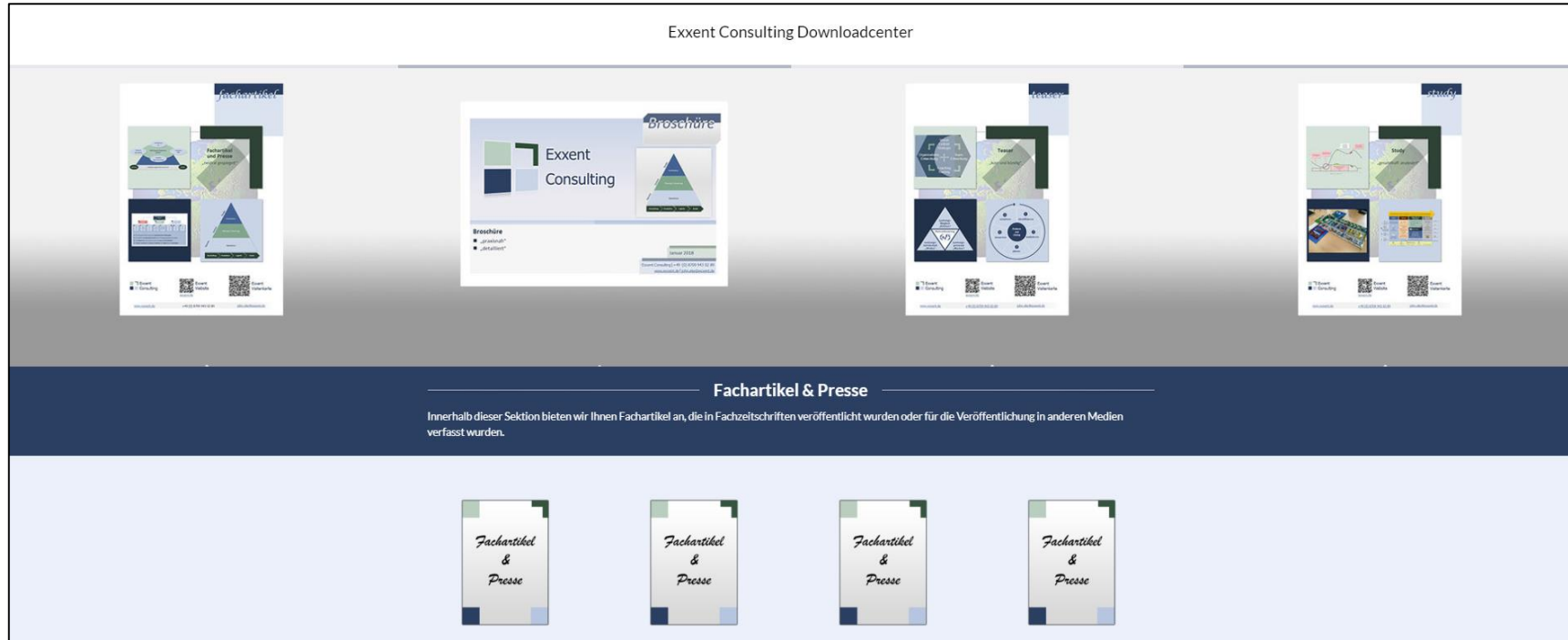
Operations, Supply Chain und Prozesslandkarte

- ▶ Wertstromanalyse und -design
- ▶ Prozess-Management
- ▶ Organisations-Strukturen

IT and BA Management

- ▶ Anwendungen und Software
- ▶ ERP, CRM, CAD, E-Commerce
- ▶ IT - Infrastruktur

Das Exxent Downloadcenter – stöbern Sie einfach mal bei uns ...



exxent.de

Das Exxent – Team für die Lebensmittel-Logistik



Ihre Ansprechpartner



John A. Eke
Geschäftsführender Gesellschafter
Mob.: +49 (0) 172 824 88 03
john.eke@exxent.de



Dr. Hans Werner Busch
Partner
Mob.: +49 (0) 172 422 41 52
hanswerner.busch@exxent.de



Marc A. Eke
Geschäftsführer
Mob.: +49 (0) 173 721 43 41
marc.eke@exxent.de



Gabriele Hornstein
Vertrieb
Mob.: +49 (0) 162 912 77 41
gabriele.hornstein@exxent.de



Thomas Fiedler
Partner
Mob.: +49 (0) 162 79 69 593
thomas.fiedler@exxent.de



Kristine Heinecke
Senior Consultant
Mob.: +49 (0) 170 294 91 60
kristine.heinecke@exxent.de



Christian Gesing
Partner
Mob.: +49 (0) 152 218 92 480
christian.gesing@exxent.de



Markus Langer
Senior Consultant
Mob.: +49 (0) 172 824 88 03
markus.langer@exxent.de

Copyright © 2019 by Exxent Consulting GmbH

Kein Teil dieser Publikation darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm, Aufnahme oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Exxent Consulting GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden

exxent-leergutmanagent-dfb_190324

Copyright © 2019 by Exxent Consulting GmbH

john.eke@exxent.de
www.exxent.de





Unsere Visitenkarte



Exxent Consulting GmbH Firmensitz

Kontaktdaten:

Adresse: Exxent Consulting GmbH
Dahlienstr. 13
D-84174 Eching

Ansprechpartner: John Albert Eke (Geschäftsführer)

Mob.: +49 172 824 88 03

Tel.: +49 8709 943 02 89

Fax: +49 8709 943 02 90

E-Mail: john.eke@exxent.de

Internet: www.exxent.de



Digitale Visitenkarte



Website