

Ein ähnliches Werteverständnis im Hinblick auf Verlässlichkeit und Loyalität

SG-Interview mit Behnam Keyaniyan, Inhaber der Keyaniyan Company, sowie Felix Christiansen und Sebastian Lembke, Geschäftsführer des Brokers H.C.C.O

Wenn sich zwei Traditionsfirmen mit insgesamt annähernd 120 Jahren Erfahrung und Kompetenz im Handel mit Rohstoffen für die Süßwaren-, Rohmassen-, Halbfabrikate- und Müsli-Industrie im Vertrieb zusammentun, wird daraus in der Tat eine schlagkräftige Win-Win-Partnerschaft. Wie dies im Einzelnen aussieht, beschreiben Behnam Keyaniyan, Geschäftsführer des in Hamburg ansässigen Handelshauses Keyaniyan Company, sowie Felix Christiansen und Sebastian Lembke, die Geschäftsführer des Hamburger Brokers H.C.C.O, im Interview mit dem SG-Magazin:

Herr Keyaniyan, Herr Christiansen und Herr Lembke, Ihre Zusammenarbeit lässt bei den Kunden in der Branche aufhorchen. Wie sieht die Kooperation im Detail aus?

Felix Christiansen: Grundsätzlich gibt es im Kundenkreis von Keyaniyan und H.C.C.O viele Überschneidungen und natürlich geht es auch darum, den Kundenkreis auf beiden Seiten zu erweitern. Die meisten Unternehmen,

die H.C.C.O beliefert, beziehen auch Nüsse, Trockenfrüchte oder Backsaaten. Umgekehrt benötigen viele Kunden von Keyaniyan auch Kakao-Produkte oder Schokolade. Die Märkte dieser Rohstoffe sind in ihrer Dynamik sehr verschieden und erfordern individualisierte Beratung – diese können wir jetzt durch unsere Kooperation aus einer Hand anbieten. Davon profitieren die Kunden eindeutig.

Welche Synergien ergeben sich aus der Vertriebspartnerschaft?

Sebastian Lembke: Oft besuchen wir Kunden gemeinsam und können auf diese Weise die gegenwärtige Situation im jeweils anderen Rohstoffbereich und die Implikationen für die Kunden als Team besser bewerten. Zur Verdeutlichung: Wenn man mit Kunden über Spekulation der Hedgefonds am Londoner Kakao-Terminmarkt diskutiert, ist die Mandelblüte in Kalifornien auf den ersten Blick kein relevantes Thema, würde also nicht besprochen werden. Erstaunlicherweise können sich jedoch Erkenntnisse daraus ergeben, die

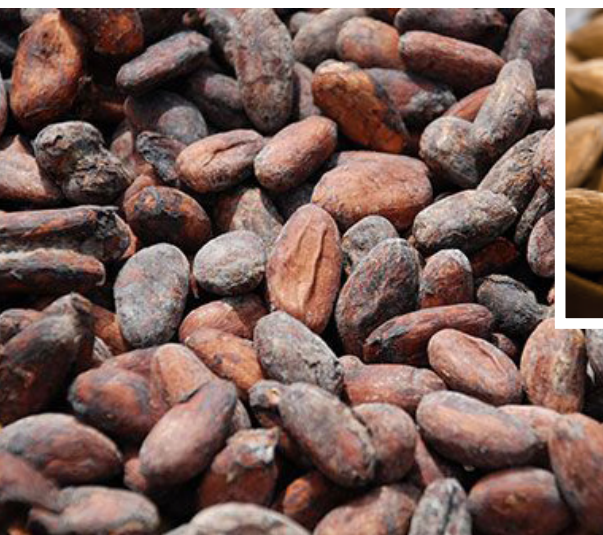
bei der Deckungsempfehlung für beide Bereiche Relevanz haben. Solche Synergien kommen dann allen Beteiligten zugute.

Behnam Keyaniyan: Das umfassende Know-how und die daraus resultierende effizientere Beratung schaffen Vertrauen beim Kunden. Darüber hinaus nutzen wir unsere Beziehungen, um die gesamte Palette an Produkten gemeinsam anzubieten. Wobei natürlich jede Partei für die Produkte, bei denen sie kompetent ist, weiterhin die Abschlüsse mit den Kunden selbst tätigt.

Wie wichtig ist die gleiche Unternehmensphilosophie für den Erfolg der Kooperation und insbesondere beim Sourcing?

Sebastian Lembke: Dass Keyaniyan und H.C.C.O ein ähnliches Werteverständnis gerade in Hinblick auf Verlässlichkeit und Loyalität haben, ist sehr wichtig. Auch für die Glaubwürdigkeit gegenüber unseren Kunden. Für uns sind Unabhängigkeit und Neutralität entscheidende Erfolgsfaktoren und eben das, was unsere Kunden an unserer Beratung schätzen: Objektivität und unbefangene, verbindliche Empfehlungen, ungeachtet etwaiger Rohstoffpositionen oder Verkaufsbücher.

Felix Christiansen: Das gilt auch für den in der Industrie heute so wichtigen Bereich der Nachhaltigkeit. In ihrem Verständnis von Nachhaltigkeit und Verantwortung gegenüber den Erzeugerländern und den Akteuren entlang der Wertschöpfungskette sind sich unsere Häuser sehr ähnlich. Wir wollen angesichts zunehmender, auch gesetzlicher Herausforderungen in der Lage sein, unsere Kunden entsprechend beraten zu können.



Ob nachhaltige Kakaobohnen aus Côte d'Ivoire, über die H.C.C.O berät, oder Mandeln aus Kalifornien, die von der Keyaniyan Company verantwortungsvoll angeboten werden – die Kooperation der beiden Familienunternehmen ergibt eine große Fülle an Synergien. (Fotos: H.C.C.O, Keyaniyan Company)



Ihre gemeinsame Kompetenz in Sachen Rohstoffe kommt den Kunden in der Süßwarenindustrie und im Bäckerei-Großhandel zugute. Sie sind mit großem Elan und Engagement bei der Sache und sehen viele Chancen in der Vertriebskooperation: Felix Christiansen (li.) und Sebastian Lembke, die Geschäftsführer von H.C.C.O., mit Behnam Keyaniyan (Mi.), Geschäftsführer der Keyaniyan Company, in der Hamburger Hafencity. (Foto: Keyaniyan Company)

Als Gründungsmitglied im Forum Nachhaltiger Kakao besucht H.C.C.O. regelmäßig seine Partnerkooperativen und begleitet Projekte, die wir mit den Kakaobauern sowie unseren Kunden und Lieferanten etabliert haben, so zum Beispiel in Côte d'Ivoire. Vor Ort sind wir in der Regel bestrebt, langjährige Beziehungen zwischen Kooperative und Kunde zur Lieferung nachhaltig produzierten Kakaos zu entwickeln.

Behnam Keyaniyan: Ich stimme zu, nur durch unsere gemeinsame Firmenphilosophie und Ethik funktioniert unsere Kooperation so gut. Keyaniyan

ist auf Nachhaltigkeit bedacht und achtet bei der Auswahl seiner Lieferanten darauf, dass ökologische und soziale Vorgaben eingehalten werden. Dies dokumentieren auch unsere Rainforest-Alliance-Zertifizierung sowie die positive Bewertung für unser CSR-Engagement durch die Nachhaltigkeitsplattform EcoVadis.

Welche Herausforderungen hatten Sie als Unternehmen in den letzten schwierigen Jahren zu bewältigen?

Behnam Keyaniyan: In den vergangenen Jahren bereitete die Corona-Krise mit all den Folgen natürlich größere Schwierigkeiten: der daraus

resultierende Zusammenbruch der Lieferketten, der Mangel an Containern, die extrem erhöhten Frachtraten, die Knappheit von Lastkraftwagen im Inland und die dadurch bedingten erhöhten Transportkosten. Hinzu kamen erschwerend die enorme Unsicherheit durch die Lockdowns, fehlende Planbarkeit des Konsums und die damit einhergehende Kaufzurückhaltung der Kundschaft.

Eine neue Herausforderung stellt aktuell der Einfall Russlands in die Ukraine dar und die damit verbundenen Umstände wie enorm gestiegene Energiekosten, eine extreme Inflation und das Wegbrechen der Exportmärkte Russland und Ukraine etc. Wir rechnen demzufolge mit einem sehr durchwachsenen Jahr 2023 und damit einer schwer vorhersehbaren Zukunft im Generellen und speziell auch für unser Geschäft.

Würden Sie als Fazit auch anderen Unternehmen eine Vertriebspartnerschaft empfehlen?

Sebastian Lembke: Gerade vor dem Hintergrund wirtschaftlich schwieriger Zeiten wie diesen können wir mittelständischen Unternehmen nur anraten, Kompetenzen zu bündeln, um einerseits am Markt wettbewerbsfähiger zu sein und zum anderen einen Mehrwert für die Kunden zu schaffen. Wichtig für die Zusammenarbeit sind ein solides Fundament, Vertrauen und dass die Vertriebspartnerschaft von beiden Seiten gelebt und gepflegt wird. Dies hat sich in unserem Fall eindeutig bewährt. •

keyaniyan.com
hcco.de

Keyaniyan Company

- Der Name Keyaniyan Company steht seit mehr als 90 Jahren für qualitativ hochwertige Rohstoffe aus allen wichtigen Herkunftsländern. Die Nusskerne, Trockenfrüchte und Backsaaten werden in der Süßwaren-Industrie, im Bäckerei-Großhandel und in weiteren Food-Segmenten nachgefragt. Durch jahrzehntelange Erfahrung in spezialisierten Märkten hat sich Keyaniyan ein weitverzweigtes Netz von gewachsenen Geschäftsverbindungen mit Zugriff auf globale Marktinformationen geschaffen. Das Unternehmen zeichnet vor allem die große Nähe zu Kunden und Lieferanten in über 33 Ursprungsländern, eine hochkompetente Risikobewertung, passgenaue logistische Lösungen sowie eine lückenlose Qualitätssicherung gemäß IFS Broker Standard aus.

H.C.C.O

- Seit ihrer Gründung im Jahr 2001 unterstützt die H.C.C.O Hanseatic Cocoa & Commodity Office GmbH die deutsche und europäische Süßwarenindustrie in der Versorgung mit Rohkakao, Kakaohalbfabrikaten und Schokolade bzw. Kuvertüre. Im Fokus der Beratung steht die strategische Deckung von Rohstoffen zum richtigen Zeitpunkt und zu optimalen Konditionen. Neben der kontinuierlichen Analyse der Terminkmärkte und fundamentaler Faktoren macht sich H.C.C.O zur Aufgabe, für die Kunden stets im richtigen Augenblick den am besten geeigneten Lieferanten zu finden. Die Kunden profitieren stets von einer objektiven und unvoreingenommenen Bewertung der Einflussfaktoren, der Position der Marktteilnehmer und der Preisbildung.