

Spreitenbach, April 2023

Gelebte Resilienz als Erfolgsfaktor für Unternehmen



In einer sich schnell wandelnden Welt, in der unvorhersehbare Ereignisse mit hoher Dynamik auftreten, wird Resilienz zu einem immer wichtigeren Erfolgsfaktor für Unternehmen. Dabei geht es vornehmlich darum, in Krisen Stabilität zu beweisen und gleichzeitig agil zu handeln. Bereits seit geraumer Zeit setzt sich Bridgestone, ein weltweit führender Anbieter von Reifen und nachhaltigen Mobilitätslösungen, verstärkt für die zukunftsweisende Ausrichtung seiner strategischen Geschäftsaktivitäten ein. Dabei setzt das Unternehmen auf einen Change-Prozess, der neben modernen Technologien und digitalen Lösungen vor allem wegweisende Partnerschaften und insbesondere ein starkes Team mit ambitionierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einbezieht.

Bridgestone hat in den vergangenen Jahren trotz zahlreicher Herausforderungen seine Unternehmensstrategie kontinuierlich zukunftsorientiert ausgerichtet. Um Lieferketten aufrechtzuerhalten und eine ausreichende Versorgung mit Rohstoffen und Materialien sicherzustellen, setzte der Reifenhersteller beispielsweise auf eine Transformation seiner Einkaufsprozesse durch die Einbeziehung neuer Märkte und Nachhaltigkeit als treibenden Faktor. Dabei spielen drei Aspekte in dem strategischen Geschäftsbereich eine besondere Rolle: „Primär beschäftigen wir uns im Einkauf mit drei Themenfeldern. Zum einen fördern wir unseren Erfahrungsschatz mithilfe von umfassenden Trainings und einem Up-Skilling unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Rohmaterial. Damit konnten wir das Team in dem entsprechenden Bereich besser und effizienter aufstellen“, sagt Lars Bettermann, Chief Procurement Officer Bridgestone EMIA. „Das zweite Themenfeld zielt darauf ab, Mitarbeiter sowie Stakeholder umfassend mit in die Prozesse und Anforderungen des Supply-Markts einzubinden und unter einem übergeordneten Ziel zu vereinen. Das dritte Themenfeld betrifft unsere

Partnerschaften entlang der gesamten Lieferkette, die dazu beitragen, ein schlankes und effizientes Angebot an Produkten und Serviceleistungen bieten zu können.“

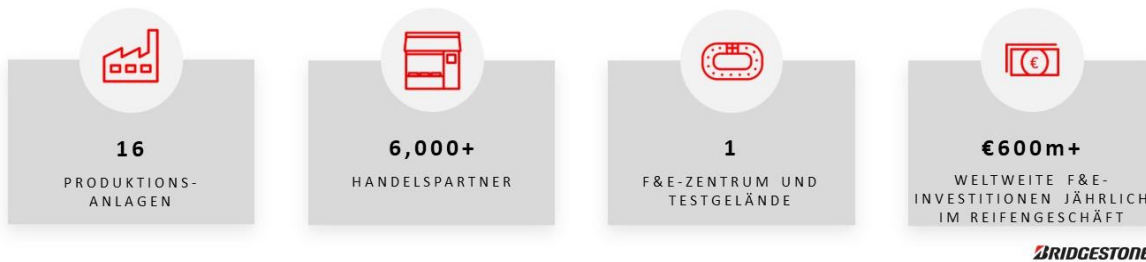
Bridgestone legt grossen Wert auf die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern sowie den Aufbau eines globalen Netzwerks. Damit realisiert das Unternehmen eine effektive Optimierung seines Lieferanten- und Beschaffungsportfolios. Darüber hinaus setzt Bridgestone auf einen umfassenden Team-Gedanken, der sich über alle Bereiche und Standorte hinweg erstreckt. So ermöglicht der Premiumreifenhersteller, dass jeder einzelne Mitarbeiter sich einbringen kann, seine Relevanz für das Unternehmen versteht und mit Überzeugung handelt. Geleitet von seiner globalen Unternehmensverpflichtung, dem Bridgestone E8 Commitment, führt der Reifenhersteller den Wandel hin zu einem Anbieter nachhaltiger Lösungen kontinuierlich voran und unterstützt so die gelebte Resilienz im Unternehmen. Damit rückt Bridgestone seinem Ziel näher, seine Produkte bis 2030 zu 50 Prozent und bis 2050 zu 100 Prozent aus nachhaltigen Materialien herzustellen.



Lars Bettermann, Chief Procurement Officer Bridgestone EMIA

Weitere Einblicke in den Transformationsprozess von Bridgestone mithilfe einer gelebten Resilienz, erhalten Sie im informativen Interview mit Lars Bettermann, Chief Procurement Officer Bridgestone EMIA, in der [neuesten Folge des BME-Podcasts „KaufKraft“ - Der Entscheidertalk](#).

Bridgestone Central European Region (BSCER) vertreibt Bridgestone Premiumreifen und bietet Mobilitätslösungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden. BSCER stellt nach Umsätzen den wichtigsten europäischen Markt für das Unternehmen in der Region EMIA dar. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen in der Region Zentraleuropa über 450 Mitarbeiter, davon rund 300 in Deutschland. Der Hauptsitz der Region BSCER befindet sich in Bad Homburg v. d. Höhe. Seit über 90 Jahren liefert Bridgestone kontinuierlich Premiumprodukte, auf die sich die Menschen verlassen können, um sicherer und komfortabel an ihr Ziel zu gelangen. Heute wie damals bedeutet das, dass Bridgestone an der Stelle Vertrauen schafft, wo es am meisten darauf ankommt: Dort, wo das Fahrzeug die Strasse berührt. Für das Unternehmen stehen echte Lösungen für die tatsächlichen Probleme, mit denen Fahrer auf der Strasse tagtäglich konfrontiert sind, im Mittelpunkt. Der Reifenhersteller erfüllt diese Verpflichtung mit einigen der fortschrittlichsten Fabriken der Branche, weltweit führenden Technologien und hervorragenden Partnerschaften – unter anderen mit vielen der angesehensten Automobilherstellern. Bridgestone ist stolz darauf, der grösste F&E-Investor der Branche zu sein und hat im vergangenen Jahr global rund 600 Millionen Euro eingesetzt. Dabei ist es die Vision des Unternehmens, einen sozialen und kundenorientierten Mehrwert zu schaffen. Das Bridgestone E8 Commitment steuert dabei mit seinen acht Leitwerten (Energy, Ecology, Efficiency, Extension, Economy, Emotion, Ease und Empowerment) die strategischen Prioritäten, Entscheidungsprozesse, kulturelle Entwicklung und Nachhaltigkeitsaktivitäten in allen Geschäftsbereichen.



Besuchen Sie unser Mediacenter auf www.bridgestonewsroom.eu.

Weitere Informationen finden Sie auf bridgestone.ch sowie auf [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#), [Twitter](#) und [LinkedIn](#).

Pressekontakt Bridgestone:

Kester Grondey
kester.grondey@bridgestone.eu

Agenturkontakt P.U.N.K.T. PR:

Benjamin Kolthoff
benjamin.kolthoff@bridgestone.eu