

Die Attraktionsmanufaktur

Die atlantics GmbH aus Döbeln macht das Rutschen weltweit zum Erlebnis

Die Erdanziehungskraft mithilfe einer intelligenten Konstruktion und hochwertigen Materialien in ein rasantes Bewegungserlebnis verwandeln - so könnte man das Kerngeschäft von atlantics, einem Hersteller von Edelstahl-Rutschen, beschreiben. In einem Gewerbegebiet am Stadtrand der nordsächsischen Stadt Döbeln, zwischen Dresden und Leipzig, arbeiten 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an Produkten, die ein spaßiges Vergnügen bieten und in die ganze Welt geliefert werden.

Mit dem Firmennamen atlantics lässt sich schon globale Weite assoziieren, noch dazu, wenn man das exotisch anmutende Logo betrachtet: eine Palme. Doch, so verrät der Gründer und Technische Leiter René Clausnitzer, fing eigentlich alles ganz anders an. 1992 startete er als Unternehmer in die freie Marktwirtschaft. Die deutsche Wiedervereinigung lag nur zwei Jahre zurück, der Bedarf an Konsumgütern im Osten Deutschlands war riesig. Die Idee: Spielwaren aus Fernost importieren. Und da diese Lieferungen damals über den Atlantik realisiert wurden, erhielt die Firma den Namen atlantics.

Inzwischen gibt es dieses Importgeschäft nicht mehr. Doch stattdessen baut atlantics seit 2001 Rutschenanlagen in eigener Herstellung. Exportiert werden diese Rutschen unter anderem über den Atlantik in die USA. Der Firmenname und das Logo passen also nach wie vor. Alle Anfertigungen geschehen ausschließlich auf Kundenwunsch (*custom made*), die Firma verkauft keine Standardware. Das sehr spezielle Produktspektrum entsteht in den Köpfen und mit den Händen der Konstrukteure und Statiker, der Projektleiter, Metallbauer und Monteure. Überall sind die Rutschen gefragt: „Wir sind erfolgreich weltweit unterwegs“, sagt René Clausnitzer, „und wir bauen an den besten Plätzen der Welt, z.B. an den Champs-Élysées in Paris oder am Times Square in New York City.“

„Wir sind froh, dass wir die Welt als Markt haben.“

Von der Idee über die Planung und Herstellung bis hin zur Montage kommen die Rutschen aus der eigenen Produktion. Technische, designerische und logistische Herausforderungen seien genau das, was sein junges, kreatives Team suche. Markttrends und Kundenbedürfnisse nimmt das Team seit jeher schnell auf und bringt so das Wachstum des mittelständischen Unternehmens voran. Eine der ersten Ideen war die Entwicklung von Evakuierungsrutschen für Kindergärten. 1999 wurde in Deutschland ein neues Fluchtweggesetz erlassen, sodass jedes öffentliche Gebäude mit einem zweiten Rettungsweg ausgestattet werden musste. Häufig war aber bei den Bestandsbauten kein Platz für große Treppenanlagen. Eine Rutsche war da platzsparender und preisgünstiger.

Über 1.000 Kindereinrichtungen haben inzwischen eine Rettungsrutsche von atlantics. Heutzutage werden sie auch bei Neubauten integriert, wo Architekten diese funktionellen Rutschen sehr kreativ umsetzen: als Rettungsweg, Gestaltungselement und Spielgerät. „Die Kinder üben so jeden Tag, den Rettungsweg zu nutzen. Mit dem Spaß verlieren sich automatisch die Ängste. Sollte wirklich ein Gefahrenfall eintreten, wird die Evakuierung schneller und

reibungsloser gehen“, beschreibt René Clausnitzer die Vorteile dieses Konzepts. Seit 2009 stellt atlantics Evakuierungsrutschen auch für Bohranlagen in der Rohstoffindustrie her, so zuletzt für eine mobile Gastbohrplattform in Russland.

Industrie und Logistik böten, so Clausnitzer, noch unglaubliche Wachstumspotenziale: Warenrutschen für Frachtzentren und die Paketabfertigung, Gepäckrutschen für Flughäfen und Kreuzfahrtschiffe. „Man glaubt gar nicht, wo überall Rutschen gebraucht werden.“ Sie sind schnell, relativ wartungsarm und dauerhaft beständig. Über nunmehr zwei Jahrzehnte hat man in Döbeln Erfahrungen gesammelt, konstruktives Know-how aufgebaut und das Produktspektrum immer weiter diversifiziert. 2006 erschloss sich atlantics den großen Bereich der Wasserrutschen für Schwimm- und Erlebnisbäder. Ambitionierte Ziele hätten das Unternehmen seit jeher vorangebracht. Dazu meint der Unternehmer selbstbewusst: „Unser Traum ist es, in Zukunft der größte Rutschenanbieter auf dem Markt zu sein. Davon sind wir nicht mehr weit entfernt.“

René Clausnitzer ist nicht nur Gründer und Techniker, sondern auch Teamplayer und Familienunternehmer. An seiner Seite kümmert sich Ehefrau Birgit um die Buchhaltung. Seit 2006 ist Miteigner Thomas Büchel ein treuer Geschäftspartner, er erledigt kaufmännische Aufgaben und den internationalen Verkauf. Mit Sohn Nic Clausnitzer ist bereits die 2. Generation integriert. Er studierte Business Management und ist internationaler Projektleiter. Damit ist die Firmennachfolge langfristig gesichert, der Sohn kann sich über viele Jahre auf das Geschäft und die Führung der Firma vorbereiten. Das ist der Plan, wie die Ideen und Qualitätsansprüche des Gründers langfristig verankert werden.

„Jeder neue Auftrag stellt einen neuen Anspruch an unser Team.“

Qualität ist das A und O hier im Hause. Der ausgebildete Kfz-Schlosser und erfahrene Techniker René Clausnitzer kennt sich gut damit aus, wie Einzelteile aus Edelstahl zu einem komplexen Produkt zusammengefügt werden müssen, damit es funktioniert, sicher ist und ästhetisch aussieht. „Wir haben uns von Beginn an dafür entschieden, Premiumprodukte im Markt anzubieten: besonders konstruierte Rutschen mit besonders hochwertiger Qualität.“ So gelang es, dass der in den Anfangstagen relativ kleine Betrieb trotzdem am Markt gut wahrgenommen wurde und sich etablieren konnte.

Für Erlebnis-Rutschen in hochwertigen bauliche Umgebungen wie Shopping Centern, z.B. der Mall of Berlin, oder Freizeitparks wie dem Sonnenlandpark in Lichtenau (Sachsen), oder an internationalen Flughäfen wie Zürich sind zwei Anforderungen typisch: erstens erfordert die extrem häufige Nutzung höchste Sicherheit und Beständigkeit; zweitens wollen die Auftraggeber für ihre Investments qualitativ hochwertige Rutschen, die optisch ein Leckerbissen sind. Aus diesen Anforderungen entstehen viele Ideen für intelligente konstruktive Konzepte. „Das ist unser Know-how, das eigentliche Kapital unserer Firma“, sagt Clausnitzer.

Keine Rutsche gleiche der anderen, berichtet der Unternehmer aus dem Arbeitsalltag, die Kunden möchten immer etwas Neues. Ob Einkaufszentren, Freizeitparks und Schwimmbäder: Alle wollen sich unterscheiden von anderen, jedes Investment soll die eigene Alleinstellung unterstreichen. Und dieser

Wettbewerb ist international. Aktuell ist eine große Rutschenanlage für einen Kunden in Chongqing (China) in Planung. Die Baustelle haben die atlantics-Ingenieure bereits gesichtet, die Konstrukteure beginnen mit der Arbeit. Im Weltmaßstab ist atlantics zwar eine kleine Firma, aber gute Produkte setzen sich eben langfristig durch. „Mit jedem Projekt, was wir realisieren, finden wir neue Kunden“, erklärt René Clausnitzer den Erfolg. Auf diesem Wege habe man Land für Land erschlossen. Das Produkterlebnis und die materielle Wertigkeit symbolisiert seit 2009 der Firmenclaim: „Attraktionen in Manufakturqualität“.