

Neue Vertriebsstruktur bei Keramag und Koralle

Wenn sich Schwestern verbrüdern

Die Ende letzten Jahres angekündigte Zusammenfassung aller Vertriebsaktivitäten der Sanitec-Schwesterfirmen Keramag und Koralle unter Leitung von Kajo Mondorf hat konkrete Formen angenommen. Am 18. April stellte der neue Vertriebsdirektor in Ratingen die Hintergründe, strategischen Ziele und organisatorischen Ausgestaltungen der neuen Vertriebsstruktur sowie deren Auswirkungen für die Vertriebspartner vor.

Zentraler Ansatz der Neustrukturierung ist, die Effizienz der Abläufe und die Unterstützung der Vertriebspartner zu optimieren. Diese strategische Vorgabe wird auch in anderen europäischen Ländern durch verstärkte Kooperation zwischen den jeweiligen nationalen Tochtergesellschaften der Sanitec umgesetzt. Die Sanitec-Corporation (Helsinki) ist europäischer Marktführer bei Sanitärkeramik und gehört zu den größten Herstellern von Wannen, Whirlpools und Duschsystemen. Mit der Tochtergesellschaft EVAC zählt der Konzern darüber hinaus zu den weltweit führenden Anbietern von Vakuum-Abwassersystemen für Schiffe, Flugzeuge, Eisenbahnen und Gebäude. Insgesamt werden derzeit 42 Produktionsstätten sowie zahlreiche Vertriebs- und Marketinggesell-

schaften mit über 8500 Mitarbeitern innerhalb wie außerhalb Europas betrieben. Mit zusammen rund 1000 Mitarbeitern erwirtschafteten Keramag und Koralle innerhalb der Sanitec-Familie im Jahr 2001 einen Umsatz von ca. 204 Millionen €.

Bewährtes erhalten

Als strategisches Kernziel der neuen Vertriebsstruktur bezeichnete Mondorf die gegenseitige Verstärkung beider Unternehmen. Hier gebe es eine ganze Reihe interessanter Berührungspunkte und Schnittstellen, die erhebliche Synergieeffekte sowie Verbesserungen bei Gesamtwirtschaftlichkeit und Service ermöglichen. Es komme darauf an, die bei beiden Herstellern bewährten Konzepte jeweils auch für das Schwesterunternehmen nutzbar zu machen. Bei der Realisierung dieser Kooperationsstrategie will man vorrangig an den Bedürfnissen des Marktes und der Absatzmittler orientieren.

Daher erfolge die Betreuung der Absatzmittler auch weiterhin mit getrennten Außendienst-Organisationen. Gleichzeitig werde jedoch die strategische Führung der Gesamtorganisation in einer Hand konzentriert. Mondorf wörtlich: „Die unterschiedlichen und breit gefächerten Sortimente der beiden Hersteller sprechen für die Beibehaltung getrennter Organisationen beim kaufmännischen Außendienst. Eine Zusammenlegung würde zu einer Verschlechterung

der persönlichen Betreuungsqualität führen. Daher bleiben die flächendeckenden Strukturen mit jeweils 18 Stützpunkten für Keramag und Koralle erhalten.“

Anders stelle sich dagegen die Bedarfslage beim technischen Außendienst dar. Hier gelte Keramag als führend bei der Beratung und Geschäftsanbahnung gegenüber Architekten, Planern sowie Investoren aus dem öffentlichen und gewerblichen Bereich. Diese Segmente habe Koralle bislang nicht systematisch abgedeckt. Ab sofort werde der technische Außendienst mit 13 Stützpunkten die Interessen beider Hersteller am deutschen Markt wahrnehmen. Was nicht nur Koralle, sondern auch den Vertriebspartnern neue Marktchancen eröffne.

Gegenseitige Impulse

Als weiteres Feld für gegenseitige Impulse und Verstärkungen nannte Mondorf die Produktpolitik. Dies gelte zunächst für gemeinsame, formal und funktional abgestimmte Innovationen und Produktkonzepte. Denkbar sei beispielsweise auch, den von Keramag vermarkteten Mineralwerkstoff Varicor künftig bei Neuheiten von Koralle einzusetzen. Aber auch im internationalen Sanitec-Maßstab wolle man das umfassende Segment-Know-how der einzelnen Hersteller konsequent nutzen. So habe Koralle bei Duschabtrennungen innerhalb der Sanitec-Gruppe die Rolle eines Center of Competence für ganz Europa übernommen. Und



Das Führungsteam der gemeinsamen Vertriebsorganisation von Keramag und Koralle (v. r.): Kajo Mondorf, Dr. Ronald Herkt, Carsten Sahlmann, Helmut Dubke, Gabriele Krott, Thomas Deipenbrock, Andrea Faßbender, Rudolf Kornrumpf und Franz Grawe



Kajo Mondorf (40) ist seit April 2002 in Personalunion Vertriebsdirektor von Keramag und Koralle. Mondorf, der sein wirtschaftswissenschaftliches Studium

an der Universität der Bundeswehr in Hamburg als Diplom-Kaufmann abgeschlossen hatte, sammelte zunächst umfassende Berufserfahrungen im Vertrieb und Marketing der Markenartikelindustrie, bevor er 1998 die Koralle-Vertriebsleitung übernahm. Nach dem altersbedingten Ausscheiden von Carl Burkard als Keramag-Vertriebsvorstand wurde Mondorf die gesamte Vertriebsverantwortung für die beiden Schwesterfirmen übertragen.

so erfülle das Design-Center von Keramag schon jetzt Gestaltungsaufgaben für andere europäische Sanitec-Töchter. Hier erfolge bereits ein intensiver Erfahrungsaustausch. Im Kundendienst-Sektor besteht bereits mit der Servico GmbH eine gemeinsam genutzte Organisation. Keramag und Koralle erbringen ihre Serviceleistungen zusammen mit diesem Spezialdienstleister, der über 35 bundesweit aufgestellte Service-Stationen verfügt. Dabei sind kurze Reaktionszeiten und zügige Erledigung durch Online-Anbindung an die EDV-Projektsteuerung, eigene Läger mit den gängigen Ersatz- und Austauschteilen sowie einheitlich lackierte Fahrzeuge mit bedarfsgerechten Ausstattungen für die Vor-Ort-Montage nach Firmenangaben sichergestellt. Dieser Service ist unter der einheitlichen Telefon-Sammelnummer (0 91 41) 8 58 80 erreichbar. Auch im Marketingbereich wollen die beiden Schwesterfirmen ihre Erfahrungen und Konzepte gegenseitig nutzbar machen. Mondorf erwähnte in dem Zusammenhang Initiativen wie „Kerapart“ und „Bäderwerkstatt“ (Keramag) sowie „Marketing à la carte“ (Koralle), die auch für die Vertriebspartner des jeweils anderen Herstellers geöffnet werden sollen. Darüber hinaus sei auch beim Key-Account-Management, bei EDV- und CAS-Systemen, beim E-Commerce, bei Bestellwesen und Logistik eine schrittweise Annäherung und Koordination geplant. Im Export sollen die ausländischen Marketing- und Vertriebsgesellschaften der Keramag auch für das Sortiment von Koralle aktiviert werden. □