

Strategie der MAN Heiztechnik nach dem Führungswechsel

Vorrang für den zweistufigen Vertriebsweg

Nach dem Generationswechsel an der Spitze forciert MAN Heiztechnik die Aktivitäten zur Profilierung der Marke auf dem nationalen Markt sowie in den Exportländern. Mit effizienteren Strukturen, der Konzentration auf den zweistufigen Vertriebsweg sowie mit einem erweiterten Produktprogramm will sich das Unternehmen konsequent auf die künftigen Herausforderungen ausrichten.



Zum fünfköpfigen Führungsteam der MAN Heiztechnik gehören (v. l.): Bernd Kasüsche (Vertriebsleiter), Juan-Carlos Gil-Söffker (Kaufmännischer Leiter), Markus Niedermayer (Geschäftsführer), Ralf Gieseler (Technischer Leiter) und Volker Haufler (Schulungsleiter)

Der Generationswechsel an der Spitze der MAN Heiztechnik fand offiziell am 1. April 2004 statt: Zu diesem Zeitpunkt übernahm Markus Niedermayer (42) die Geschäftsführung und folgte damit Adalbert Rizzetti (63), der sich in den Ruhestand verabschiedete. Niedermayer war zuvor schon als Gesamtvertriebsleiter im Unternehmen aktiv gewesen. Mitte September äußerte sich nun das neue, fünfköpfige Führungsteam zur aktuellen Situation sowie zu den Zukunftsplänen der MAN Heiztechnik GmbH. Neben Geschäftsführer Markus Niedermayer waren dies: Juan-Carlos Gil-Söffker (34), Kaufmännischer Leiter, Bernd Kasüsche (37), Vertriebsleiter Inland, Ralf Gieseler (42), Technischer Leiter sowie Volker Haufler (36), Leiter des Schulungs- und Informationszentrums.

Fachbetriebe als Partner gesucht

Auf Basis des nochmals erweiterten Produktprogramms stehen bei MAN Heiztechnik die Zeichen auf Wachstum. Für das laufende Geschäftsjahr peilt das Unternehmen einen Umsatz von 47 Millionen Euro an

(2003 waren es 43 Millionen Euro). Zulegen will man insbesondere auf den europäischen Auslandsmärkten, wobei Deutschland auch mittel- und langfristig der Hauptabsatzmarkt bleiben soll (Exportanteil derzeit: 27 Prozent). MAN Heiztechnik gehört



Markus Niedermayer: „Unser Markenkern ist Premium. Das macht uns aus und zugleich unverwechselbar.“

übrigens zur MAN-Gruppe, die in 2003 einen Umsatz von 13,5 Milliarden Euro erzielte. Im Rahmen einer aktuellen Umstellung des Logos sowie des gesamten Erscheinungsbildes von MAN Heiztechnik wird künftig die Gruppenzugehörigkeit noch stärker betont.

Für den Vertrieb der Heiztechnikprodukte im Inland hat sich Vertriebsleiter Bernd Kasüsche einiges vorgenommen. Sein primäres Ziel ist es, die MAN-eigene Vertriebsorganisation noch schlagkräftiger zu machen. „Wir setzen anders als früher inzwischen überwiegend auf den Direktvertrieb. Denn Hightech-Produkte wie unsere sind am Markt naturgemäß keine Selbstgänger, weil sie sich nicht über den Preis verkaufen. Hier braucht es vielmehr eine fundierte technische Argumentation durch hochqualifiziertes Personal – eine Voraussetzung, die Großhändler mit ihrer breiten Angebotspalette häufig nicht bieten können“, erläuterte Kasüsche. Einschränkend ergänzte er: „Wo sich allerdings eine Zusammenarbeit mit qualifizierten Großhändlern aus Gründen der Marktdurchdringung für uns anbietet, gehen wir auch über den dreistufigen Vertriebsweg.“



Die wandhängende Gas-Brennwertserie „ProCon Streamline“ wurde speziell für das preis-sensitive Projekt- und Exportgeschäft entwickelt (Heizleistung der Geräte: 6–25 kW)

technik insbesondere bei den Gas-Brennwertwandgeräten widergespiegelt: Alternativ zur hochpreisigen „Micromat“-Baureihe gibt es die „ProCon“-Geräteserie. Ganz neu ins Programm aufgenommen wurden jüngst die wandhängenden Gas-Brennwertkessel „ProCon Streamline“. Diese speziell für das Projektgeschäft und den Export entwickelten Produkte werden vom Unternehmen „als äußerst preisgünstig“ eingestuft. Als reines Heizgerät stehen in der H-Version zwei Ausführungen bis 16 bzw. 25 kW zur Verfügung. Die S-Version, ein Kombigerät mit hoher Warmwasserleistung, ist ebenfalls in zwei Ausführungen mit Heizleistungen von 16 bzw. 25 kW und Warmwasserleistungen von 24 bzw. 32 kW lieferbar. Und für den besonders hohen Warmwasserkomfort gibt es den „ProCon Streamline“ in der so genannten Flash-Version. Die Heizleistung beträgt 25 kW, die Warmwasserleistung 32 kW. Kesselkörper und Aufbau sind mit der S-Version identisch. Zusätzlich ist ein Edelstahl-Warmwasserladespeicher in das Gerät integriert mit einer WW-Spitzenleistung von 20 l/min bei 40 °C Auslaufftemperatur. Die neuen Geräte sind nach Unternehmensangaben bereits lieferbar. Analog zur Strategie auf dem Gas-Brennwertsektor soll auch das Öl-Brennwert-Programm um ein preiswerteres Produkt ergänzt werden, dessen Markteinführung zur ISH 2005 geplant ist.

JW

Unverändert setze man bei der Zusammenarbeit mit inländischen Fachbetrieben auf das Prinzip „Klasse statt Masse“. Angestrebt wird eine enge Partnerschaft mit ca. 3000 Installationsbetrieben im Bundesgebiet; derzeit sind es ca. 1000. Als wichtigen Trumpf für die (künftigen) Handwerkspartner nannte der Vertriebsleiter selbstbewusst: „Bei der Heiztechnik von MAN stimmt die Marge.“

scheider und Monteure von Partnerbetrieben immer auf dem neuesten Stand sind. Ergänzend leisten die MAN-Techniker – neben der Stördiensthilfe – auf Wunsch kostenlose Schützenhilfe bei der Erst-Inbetriebnahme von Geräten, die für den Handwerker neu sind.

Neue, preisgünstige Gas-Brennwertserie

Abwicklung noch am gleichen Tag

Optimierungsansätze sieht der kaufmännische Leiter, Juan-Carlos Gil-Söffker, vor allem in den Bereichen Materialwirtschaft und Versand. „Wir streben an, die Aufträge am gleichen Tag abzuwickeln, wenn die Bestellung bis 14 Uhr eingegangen ist“, meinte Gil-Söffker. Auch die schnelle Versorgung mit Ersatzteilen vor Ort wird künftig mit einer zentralen EDV-Steuerung weiter optimiert. So halten die Verkaufs- und Servicebüros, Service-Stützpunkte und Vertriebsrepräsentanten alle häufiger benötigten Ersatzteile selbst vor. Damit werde auch auf diesem Sektor die Liefergeschwindigkeit nochmals erhöht. In Planung ist darüber hinaus ein EDV-gestütztes System, mit dessen Hilfe über die Seriennummer die Historie eines Gerätes von der Fertigung über die Installation bis hin zu den verschiedenen Wartungen und eventuellen Reparaturen lückenlos nachvollziehbar ist. Exzellente Kenntnisse in den Bereichen Technik und Vertrieb seien die zentralen Voraussetzungen für die erfolgreiche Vermarktung der MAN Heiztechnik-Produkte, meinte Schulungsleiter Volker Hauffer. Ein neues Konzept soll sicherstellen, dass die eigenen Mitarbeiter ebenso wie die Ent-

Das Produktportfolio umfasst neben den Gas-Wandthermen sowie den Brennwertgeräten, Units und Gebläse-Brennern für Öl und Gas auch Solarsysteme, Warmwasserspeicher und Kunststoff-Abgassysteme. „Unser Markenkern ist Premium. Das macht uns aus und zugleich unverwechselbar. Deshalb setzen wir unverändert in erster Linie auf Hightech-Produkte für gehobene Ansprüche“, erläuterte Markus Niedermayer die Firmenstrategie. Andererseits habe man das Programm – analog zu den Premium-Herstellern in der Automobilindustrie – angebotsseitig weiteren Zielgruppen gegenüber geöffnet. „Wer also nicht unbedingt besonders anspruchsvolle Hightech-Lösungen erwartet bzw. nicht bereit ist, den Preis dafür zu zahlen, findet bei uns inzwischen Produkte, die diesem Umstand Rechnung tragen, aber dennoch unseren hohen Anforderungen an die Qualität entsprechen“, führte der Geschäftsführer weiter aus.

Die Premium-Philosophie einerseits sowie die Öffnung gegenüber neuen Marktsegmenten andererseits wird bei MAN Heiz-



Die Flash-Version des Gas-Brennwertgerätes „ProCon Streamline“ verfügt über einen hohen Warmwasserkomfort durch den integrierten Ladespeicher (Heiz-/WW-Leistung: 25/32 kW)