

ASCOBLOC / ALEXANDERSOLIA

Orientierung für die Zukunft

Infolge der Neustrukturierung des Bereiches Vertrieb bei ascobloc übernahm im Mai Dirk Gassen die Vertriebsleitung des Unternehmens – neben seiner Funktion als Geschäftsführer bei AlexanderSolia. Von diesem Schritt erwartet man Synergieeffekte in der Marktbearbeitung und einen Nutzen für den Fachhandel. Johannes Wilhelm, geschäftsführender Gesellschafter von ascobloc, und Dirk Gassen geben im Interview einen Einblick in die Neustrukturierung und deren Ziele. Die Fragen stellte Yvonne Ludwig-Alfers



Seit Mai ist Dirk Gassen (links) Vertriebsleiter bei ascobloc, neben seiner Position als Geschäftsführer bei AlexanderSolia. „Wir freuen uns, dass er sich in dieser Doppelfunktion der verantwortungsvollen Aufgabe widmen möchte“, so Johannes Wilhelm (rechts), geschäftsführender Gesellschafter von ascobloc

Herr Wilhelm, im Zuge einer Neustrukturierung des Vertriebs von ascobloc haben Sie die Vertriebsleitung diesen Mai in die Verantwortung von Dirk Gassen gegeben. Wie kam es zu dieser Personalentscheidung?
Dirk Gassen hat sich für die zukünftige Ver-

triebsleitung bei ascobloc sowohl durch seine erfolgreiche strategische Marktarbeit als auch als teamorientierte Führungskraft in seiner Position als Geschäftsführer des zum Firmenverbund gehörenden Unternehmens AlexanderSolia empfohlen. Herr Gassen hat-

Fotos: ascobloc/AlexanderSolia

te in mehreren gemeinsamen Gesprächen signalisiert, sich gerne auch im Firmenverbund marketing- und vertriebstechnisch einzubringen. Wir freuen uns, dass er sich in dieser Doppelfunktion der verantwortungsvollen Aufgabe widmen möchte.

Herr Gassen, Sie haben nun eine Doppelfunktion. Sie sind Geschäftsführer von AlexanderSolia und haben die Vertriebsleitung von ascobloc inne. Wie wollen Sie beidem gerecht werden? Was haben Sie für Ihre neue Position bei ascobloc geplant?

Ich bin mir der Bedeutung dieser verantwortungsvollen Doppelfunktion durchaus bewusst. In beiden Unternehmen befindet sich ein starker, über lange Jahre etablierter Unterbau mit viel Know-how, anders wäre diese Doppelfunktion nicht möglich. Das Gute ist: heutzutage muss man nicht jeden Tag physisch vor Ort sein, die moderne Kommunikation gibt mannigfaltige neue Möglichkeiten, an beiden Orten, auch für den jeweils anderen Bereich, vollumfänglich zu agieren. Selbstverständlich werde ich, wie auch für AlexanderSolia in Remscheid, für ascobloc in Dresden in einem bestimmten Zeitrahmen wöchentlich präsent sein, um die durchaus neue Herausforderung, die sich in diesem Zusammenhang stellt, zu meistern. Für die neue Position ist geplant, alle Funktionen im Vertriebs- und Marketingbereich der Firma ascobloc strategisch zusammen zu fassen und strukturell zu festigen, des Weiteren der Geschäftsführung - in Person des Gesellschafters Johannes Wilhelm – für strategische Aufgaben in der Unternehmensgruppe den Rücken frei zu halten.

Welche Synergien entstehen durch Ihre Doppelfunktion beim Fachplaner und -händler?

Da sowohl AlexanderSolia als auch ascobloc im Bereich Großküchentechnik ausschließlich über den Fachhandel vertreibt, ist die Zielgruppe schon mal dieselbe. Gerade hier versprechen wir uns natürlich viele Synergieeffekte in der Marktbearbeitung, da die Außendienstmitarbeiter beider Firmen beim Händler- oder auch Planerbesuch für die Produkte der jeweils anderen Verbundfirma verstärkt sensibilisieren werden. Wir verdoppeln sozusagen unsere „Manpower“ im Außendienst und damit im Vertrieb. Außerdem bekomme ich als sogenannter Multiplayer eine viel breitere und zeitnahe Marktübersicht. Somit ist immer ein sehr fixes Auge auf das Marktgeschehen möglich.

Jede gute Planung beginnt mit einer Zielsetzung. Was ist Ihre Zielsetzung bei der Neustrukturierung?

Bei ascobloc liegt eine sehr naturgewachsene langjährige Struktur vor. Diese bietet unseren Kunden ein fundiertes Know-how über alle Bereiche. Diese Struktur zu nutzen und innovativ und vor allem flexibel in die Zukunft auszurichten, ist unser erklärtes Ziel. Dies selbstverständlich unter Nutzung aller modernen Medien und Social Networks. Es geht hier nicht um eine Neuausrichtung, sondern um eine Orientierung für die Zukunft, sowohl in Produkt als auch Auftritt. Selbstverständlich immer unter der Maxime der Ergebnisoptimierung der Unternehmung.

Wie profitiert beispielsweise der Fachhandel von den Neustrukturierungen?

Enorm, die Informationsdynamik hat sich jetzt schon multipliziert. Wir nehmen dem Fachhandel so viel ab! Indem wir auf der einen Seite jetzt einen viel breiteren Bereich abdecken und auf der anderen Seite ihm unverbindlich und flexibel, wenn wir für die eine Marke beratend unterwegs sind, für die andere Marke eine kreative Lösung zu einem attraktiven Preis vermitteln können. Und dies trotz oder gerade weil wir die fachliche Kompetenz der Berater getrennt lassen, aber unter einem Kopf verbinden beziehungsweise die Fäden zusammenziehen.

Ihre Unternehmen gehören einer Firmenverbundgruppe an, arbeiten schon länger zusammen, treten zum Beispiel gemeinsam auf Messen auf. Was erwarten Sie von der Neustrukturierung für ascobloc und AlexanderSolia? Welche Synergien erhoffen Sie sich zwischen beiden Unternehmen?

Beide Unternehmen pflegen bereits seit fast zehn Jahren eine geschwisterliche sehr gute Zusammenarbeit. Diese findet ihren Ausdruck nun in der neuen Organisationsstruktur! Jetzt leben wir eine Art Patchwork Familie, die exakt ihre Stärken positionieren kann. Viele Händler können gar nicht wissen, wie breit und vielseitig die jeweiligen Programme sind – dafür müssen sie als Allrounder einfach viel zu viele Produktgruppen beherrschen. Bei konkreten Anfragen können wir dies jetzt breit abnehmen und vermitteln. So lernen beide Betreuungsteams des Fachhandels automatisch voneinander und bieten dennoch die Spezialkompetenz in ihrer eigenen Marke.

Die Meldung über die Neustrukturierung kam kurz nach der Bekanntgabe der Einstellung des Großküchensegments bei Küppersbusch zu Ende Dezember. Hängt dies zusammen oder waren Ihre Überlegungen, den Vertrieb auf neue Beine zu stellen, schon zuvor da?

Die Neustrukturierung des Vertriebs von ascobloc ist ein schon länger geplantes Vorhaben. Dass quasi gleichzeitig ein Marktbegleiter sein Geschäftsfeld aufgibt, konnten wir nicht wissen. Wir haben hier tatsächlich schon von langer Hand geplant und unabhängig gehandelt. Wir orientieren uns traditionell nicht dominierend am Wettbewerb, sondern an dem sich ständig dynamisch verändernden Markt und somit den Wünschen unserer Kunden – hier wollten wir uns optimal positionieren.

Die Portfolios von Küppersbusch und ascobloc haben Parallelen. Werden Sie von der Einstellung in Gelsenkirchen partizipieren? Oder Herr Wilhelm, ergibt es ggfs. aus Ihrer Sicht Sinn, die Marke und/oder Produktionsanlagen zu übernehmen?

Wie bereits oben erwähnt, halten wir es für betriebswirtschaftlich sinnvoll, uns nicht auf das Einstellen von Marken gewisser Marktbegleiter auszurichten, sondern eben unsere bereits vorhandenen Stärken des sehr breiten Produktportfolios auszubauen. Sicherlich profitiert man immer von einem potenziellen Wegfall eines Marktbegleiters, alles andere wäre gelogen. Dies kann und sollte aber nie eine strategische Ausrichtung eines Unternehmens sein.

Wird sich der Markt nach dem 31. Dezember 2020, Ihrer Meinung nach, stark verändern?

Der Markt wird sich unserer Meinung nach sowieso neu strukturieren müssen nach den heftigen Einschränkungen, die die Corona-Pandemie mit sich gebracht hat. Unsere Kunden und auch unsere Endkunden verlangen berechtigt nach Flexibilität und Qualität zu marktgerechten Preisen, nur wer hier auch für die Zukunft stabil aufgestellt ist, wird längerfristig profitieren.

www.ascobloc.de
www.alexandersolia.de

