



Offen für Neues. Danogips-Vertriebsleiter Hubertus Kertelge (l.) und Andreas Bolte (r.), Leiter Operations, zeigten sich bei einem Besuch im Rudolf Müller Verlag sehr zufrieden mit den Rückmeldungen des Marktes auf die neue Ausrichtung ihres Unternehmens.

Offene Lösungen statt nur Platten

GK-Markt Vor gut einem halben Jahr startete der in Neuss ansässige GK-Hersteller Danogips eine Neupositionierung (siehe T+A 7-8/20). Anders als die beiden großen „Systemanbieter“ Knauf und Rigips trägt Danogips seither unter dem Motto „Freiheit für den Trockenbau“ die Botschaft der Systemoffenheit in den Markt. T+A sprach mit Vertriebsleiter Hubertus Kertelge und Andreas Bolte, Leiter Operations, wie der Markt auf die neue Ausrichtung reagiert.

T+A Was hat Sie dazu motiviert, eine Neuausrichtung bei der Positionierung von Danogips im Markt vorzunehmen?

A. Bolte: Grundsätzlich sind wir ja schon seit Jahren mit der Aufstellung im Markt, kein Lieferant von sogenannten geschlossenen Systemen zu sein.

Alle unsere Prüfzeugnisse waren und sind immer so ausgestellt, dass man unsere Platten verwenden muss, die weiteren Komponenten aber nur den Normanforderungen entsprechen müssen, also frei wählbar sind. Dies ist etwas, was kein anderer Hersteller in dieser Form ins Feld führen kann.

Im Prinzip machen wir nichts anderes als vorher, nur kommunizieren wir die Botschaft nun deutlich stringenter in den Markt, welcher Mehrwert für unsere Kunden in dieser Systemoffenheit liegt.

T+A Worin liegt denn der Mehrwert, wenn Sie im Prinzip nichts anders machen als vorher?

A. Bolte: Es ist die Sichtweise auf Danogips, die wir verändern wollen. Bislang galt das Vorurteil: Danogips = drei Platten, ein schlanker Preis. Jetzt zeigen wir dem Markt und kommunizieren dies viel offensiver, welche konstruktiven Möglichkeiten hinter diesem Angebot stehen. Wir können rund 95 % aller Konstruktionen, die im Trockenbau hierzulande gebaut werden, „offen“, also ohne Systemzwang, darstellen und anbieten – mit allen Nachweisen, Prüfzeugnissen etc. Das ist ein riesiger Mehrwert, den wir im Markt nicht laut genug kundtun können.

T+A Wenn man so laut ruft, muss man aber auch etwas in der Hand haben, das den Mehrwert veranschaulicht.

H. Kertelge: Haben wir ja auch! Unsere Technik hat dazu ein geniales Tool entwickelt: den Konstruktionsselektor. Schauen Sie mal auf unsere Website und Sie werden mit ganz wenigen Klicks sehen, was man alles „offen“ bauen kann. Rund 10.000 Konstruktionsvarianten über alle Bereiche sind im Selektor hinterlegt. Allein im Bereich der Metallständerwände reden wir hier von rund 2.000 Konstruktionsvarianten. Mit einem einfachen Filtersystem kann man hier zur passenden Konstruktion kommen. Sie stellen z. B. ein: Metallständerwand, F90, 71 dB, Raumhöhe 7 m. Der Selektor zeigt Ihnen dann in Sekundenschnelle, welche offenen Konstruktionen Sie bauen können. Mit weiteren Filtern, etwa Dicke der Wand, können Sie die Auswahl weiter herunterbrechen. Zu allen Konstruktionen gibt es Details, wie sie zu bauen sind, mit Bedarfsmengen, Kombinationsmöglichkeiten und natürlich Prüfzeugnissen als Download. So können wir in zwei Minuten sehr anschaulich beweisen, was wir wirklich können! Somit bieten wir unseren Partnern die zurzeit schnellste digitale Verkaufsunterstützung, um sicheren, offenen Trockenbau zu beraten.

T+A Touché. Aber Wandkonstruktionen sind doch nur eine Sache. Was ist mit der Vielzahl von Anschlüssen, Einbauten, Revi-Klappen, Türen etc.? Da braucht man doch mehr Unterstützung, als so ein Selektor bieten kann.

H. Kertelge: Das sind dann die Fälle, bei denen unsere Anwendungstechnik ins Spiel kommt. Bei schwierigeren Fällen nehmen Planer, Fachunternehmer oder Fachhandel in aller Regel direkt mit uns Kontakt auf, um spezielle Lösungen zu erarbeiten. Wir stehen in Kontakt mit allen wichtigen Herstellern und können so schnell zu technischen Entscheidungen für eine passende Lösung kommen.

T+A Auf wen sind Sie bei der Neuausrichtung im Markt zuerst zugegangen?

H. Kertelge: In der Konzeptphase haben wir Workshops gemacht mit Partnern aus dem Fachhandel und mit Fachunternehmen, in denen eigentlich wir in erster Linie lernen wollten. Aber besonders in den Workshops mit den Fachunternehmen war der Aha-Effekt bei unseren Partnern sehr groß. Man blickte in viele leuchtende Augen, denn man hatte Danogips bislang so noch gar nicht wahrgenommen. Aus diesen Workshops entstanden direkt fortlaufende Schulungen, bei denen wir z. T. mehr als 30 Bauleiter gleichzeitig geschult haben. Ein voller Erfolg!

T+A Und wie hat der Fachhandel reagiert?

H. Kertelge: Unterschiedlich. Einige bemängelten, dass es mit dem Selektor nun „zu einfach“ sei, Trockenbaukonstruktionen zu bestimmen. Offenbar fühlten sie sich in ihrer Beratungsrolle bedrängt. Die meisten haben aber sehr positiv reagiert, weil sie sahen, welche Vorteile für sie entstehen bei Beratung, Lagerhaltung, Logistik etc.



„Wir sind überzeugt, funktionierende und wirtschaftliche Lösungen zu bieten.“

Andreas Bolte, Leiter Operations Danogips

T+A Wie wird es weitergehen mit Ihrer Kampagne?

A. Bolte: Unsere Botschaft ist nicht nur eine Kampagne, die mal als Marketingaktion auftaucht und wieder verschwindet. Es handelt sich hierbei um eine tiefgreifende Neuausrichtung des Unternehmens, die alle Prozesse und Mitarbeiter einschließt und auf Dauer angelegt ist. Das ist intern wie extern eine große Herausforderung. Nach innen haben wir in sehr kurzer Zeit sehr viel erreicht. Nach außen ist die Wirkung schon beachtlich.



„Mit unserem Konstruktionsselektor können wir anschaulich in zwei Minuten beweisen, was wir wirklich können!“

Hubertus Kertelge, Vertriebsleiter Danogips

Aber hier brauchen wir sicherlich noch etwas Zeit, um das volle Potenzial auszuschöpfen, denn die Fachunternehmen waren es wie gesagt ja gar nicht gewöhnt, direkt mit uns zu arbeiten. Diese Zielgruppe wird jetzt gemeinsam mit dem Fachhandel geschult und betreut.

Wir wollen noch viel mehr Entscheider erreichen, denn wir sind überzeugt, dass wir den Fachunternehmen in vielen Fällen wirtschaftlich sinnvolle und funktionierende Lösungen anbieten können.

T+A Wie lange wird es Ihrer Ansicht nach noch dauern, bis Ihre Botschaft vom Markt verinnerlicht ist?

A. Bolte: Seit dem Rollout ist erst ein gutes halbes Jahr vergangen und wir sind schon recht weit gekommen. Aber der Bau ist relativ träge gegenüber anderen Branchen, was natürlich auch in den sehr langen Planungs- und Bauprozessen begründet ist. Aber ich denke, drei Jahre werden wir sicher noch benötigen, um allen Marktteilnehmern einmal die Möglichkeit zu geben, die „neue“ Danogips kennenzulernen bei ihren täglichen Planungs- und Bauprozessen. Bei den Kernfirmen im Trockenbau und dem spezialisierten Fachhandel sind wir dagegen schon recht weit und haben sehr positive Rückmeldungen bekommen.

T+A Herr Bolte, Herr Kertelge, wir bedanken uns für das Gespräch. ■