

Stärken weiter ausbauen

Seit Mitte vergangenen Jahres ist Martina Stocker Vertriebsleiterin der FRITSCH GmbH in Markt Einersheim. Unter ihrer Leitung nimmt die Vertriebsorganisation neue und zukunftsgerichtete Züge an. Dazu gehört auch die Neuausrichtung verschiedener Tochterfirmen. Mit Martina Stocker sprach Chefredakteurin Hildegard Keil.

Keil: Frau Stocker, Sie sind seit einem dreiviertel Jahr Vertriebsleiterin bei Fritsch in Markt Einersheim und haben mit der iba gleich das wichtigste Event der Branche mit- oder vielleicht auch abbekommen. Wenn man mit verhältnismäßig branchenfremden Augen auf diese Messe, die Branche und die Strukturen und Mechanismen dieses Markts schaut, was ist vor dem Hintergrund Ihrer Erfahrungen aus anderen Branchen aufgefallen, positiv wie negativ?

Stocker: Die iba hat klar die Ausprägung einer Branchenleitmesse und wird erkennbar immer internationaler.

Keil: Die deutschen Bäckereimaschinenbauer gelten in der Regel als innovativ und qualitativ führend, sie sind es zumeist auch preislich. In Europa mit seiner ausgeprägten Bäckereitradition mag das ein Vorteil sein, dort, wo man mit kürzerem Zeithorizont in Bäckereitechnik investiert, nicht unbedingt. Werden sich die hiesigen Maschinenbauer, darunter auch Fritsch, international auf andere Spielregeln einstellen müssen?

Stocker: Ich glaube, dass die deutschen Maschinenbauer die internationalen Spielregeln inzwischen sehr gut beherrschen, sonst hätten sie keine so hohen Exportquoten und Erfolge am internationalen Markt. Natürlich unterscheiden sich die Investitionskriterien unserer Kunden in anderen Ländern oft von der Situation in Europa. Und dem müssen wir Bäckereimaschinenbauer auch Rechnung tragen, um erfolgreich sein zu können. Es macht aber sicher keinen Sinn, in Bereichen zu konkurrieren, in denen wir mit unseren Lohnkosten sowie so nicht konkurrenzfähig sind und dabei die eigenen Stärken wie Innovation und Qualität zu vernachlässigen. Wir werden unsere Stärken weiter ausbauen. Auch die internationalen Märkte sind ja sehr vielfältig und durch Firmenzusammenschlüsse und sich verändernde Konsumgewohnheiten in ständiger Bewegung.

Keil: Wo liegen Ihrer Einschätzung nach die Wachstumsmärkte für die Bäckereimaschinenbauer insgesamt, für die Feingebäckanlagentechnik wie sie Fritsch bietet und für die Teigbandanlagen, mit denen auch Fritsch in die Domäne der Brot- und Brötchenherstellung eingedrungen ist?

Stocker: Wachstumsmärkte sehen wir derzeit vorwiegend in USA und Russland mit Osteuropa, gefolgt von China

Martina Stocker



geboren 1958 in Braunschweig, verheiratet

Ausbildungen:

- ➔ Master of Arts in European Marketing Management
- ➔ Diplomkauffrau (FH)/Bachelor of Arts

letzte berufliche Stationen:

- ➔ FRITSCH GmbH, Vertriebsleitung seit 2006
- ➔ Moeller GmbH, Area Manager Americas, South East Asia, Africa
- ➔ Phoenix Contact GmbH & Co. KG, Leitung Finanzen/Controlling
- ➔ Felix Schoeller jun., Sales Manager Marketing/Vertrieb

und Ostasien. Wir sehen dabei keinen generellen Unterschied zwischen dem allgemeinen Bäckereimaschinenbau und Fritsch.

Keil: Vorteil der Teigbandanlagen in der Brot- und Brötchenherstellung ist die sensible Teigbehandlung, Nachteil in der Regel die mangelnde Gewichtsgenauigkeit. Genau in diese Kerbe schlugen auf der iba ja einige der traditionellen Hersteller von Brot- und Brötchenanlagen mit neuer Teigteiltechnik. Werden die Klassiker die Teigbandanlagen wieder zurückdrängen können?



Fritsch ist bekannt für Laminier- und Feingebäckanlagen.

Stocker: Diese Entscheidung liegt bei den Kunden. Tatsache ist, dass auch bei Teigbandanlagen die Gewichtsgenauigkeit bei weichen Teigen immer besser geworden ist. Bei festen Teigen ist das schon lange kein Problem mehr. Die Wartungs- und damit Verfügbarkeitsvorteile von Teigbandanlagen bleiben auch weiterhin bestehen.

Keil: *Fritsch hat in Russland ein eigenes Büro eröffnet. Welche Bedeutung haben Russland und die ehemaligen Staaten der früheren UdSSR für den Absatz von Fritsch? Wird es für Russland ein eigenes Serviceteam/Ersatzteillager sowie Backmeister geben?*

Stocker: Der russische Markt hat für Fritsch enorme Bedeutung, deshalb ja auch die Schritte eigenes Büro und eigener Messestand seit 2006. Diese Repräsentanz wird planmäßig und entsprechend der weiteren Marktentwicklung kontinuierlich ausgebaut werden. Dazu

gehören selbstverständlich auch ein eigenes Serviceteam, Backmeister und Ersatzteillager.

Keil: *Asien ist für Bäckereimaschinenbauer ein interessanter Markt und das Produktprogramm von Fritsch stößt in vielen Ländern auf großes Interesse. Fritsch war im vergangenen Jahr als Aussteller auf der Bakery China. Sehen Sie in China einen großen Absatzmarkt für Fritsch und wie wollen Sie sich dort gegen Produktpiraterie schützen?*

Stocker: An den chinesischen Markt tasten wir uns erst heran, wir sehen in ihm aber mittelfristig ein großes Potenzial. Produktpiraterie ist im Handwerksbereich leichter als im Industriebereich, in dem vor allem das technologische Know-how der Maschinenbauer entscheidend ist. Deshalb sehen wir auch in Innovation und Know-how die für uns einzige Strategie gegen Produktpiraterie in Ländern wie China und Indien.

Anzeige

food multimedia

f2m Die Redaktion von brot+backwaren zieht Bilanz

und stellt in einem Jahrbuch zusammen:

- + den Stand der Technik
- + aktuelle Forschungsergebnisse
- + Marktdaten
- + Übersicht Österreich
- + Ereigniskalender 2006
- + Firmenporträts der wichtigsten Zulieferanten der Backbranche

Abonnenten der Zeitschrift brot+backwaren erhalten das Jahrbuch im Rahmen ihres Abonnements.

Verkaufspreis: 30 € pro Exemplar

Bestellungen: f2m foodmultimedia gmbh, Behnstr. 61, 22767 Hamburg



Spezifische Anlagen sollen es dem Kunden leichter machen, sich gegenüber dem Wettbewerber mit speziellen Gebäcken abzusetzen.



Keil: *In den vergangenen fünf bis zehn Jahren stand bei europäischen Betrieben das Thema Rationalisierung ganz oben. Im Moment spürt man so etwas wie eine Verschiebung des Schwerpunkts. Investitionsvorhaben werden stärker unter dem Gesichtspunkt der Qualitätsverbesserung geprüft und stehen im Zweifelsfall in Konkurrenz zu Investitionen in Mitarbeiter. Ist Fritsch für diesen Wettbewerb besser gerüstet als die Konkurrenz und wenn, warum?*

Stocker: Diese Verschiebungen sind meist mehr lokaler Natur, in der Folge nationaler Wirtschaftsentwicklungen. Global gesehen sind sowohl Qualität als auch Produktivität schon immer wichtige Kaufaspekte gewesen und Fritsch Anlagen sind dafür ideal geeignet. Leichte Bedienbarkeit, geringer Personalaufwand, hohe Verfügbarkeit und die Möglichkeit höchster Produktqualität – dafür ist Fritsch ja bekannt.

Keil: *Ausroll- und Laminieranlagen, Feingebäck- und Croissantlinien auf der einen Seite, Teigbandanlagen auf der anderen Seite – reicht ein solches Sortiment aus, um international bestehen zu können, oder braucht es heute ein breiteres Spektrum, um im immer stärker werdenden Turn-Key-Geschäft als Teilnehmer ernst genommen zu werden?*

Stocker: Gerade mit der Konzentration auf unser Kerngeschäft sind wir auch im Turn-Key-Geschäft immer mehr erfolgreich. So sind kundenspezifischere Anlagenzusammenstellungen möglich, die dem Kunden echte

Vorteile bringen. Unsere bisherigen Geschäftserfolge bestätigen diese Strategie deutlich genug.

Keil: *Wenn ich das richtig beobachte, sind Sie dabei, die Vertriebsstrukturen von Fritsch neu zu ordnen und quasi stärker wieder an das Stammhaus heranzuholen. Was ist das Ziel dieser Veränderungen und was haben die Kunden davon?*

Stocker: Es geht Fritsch bei diesen Veränderungen nicht um eine Konzentration auf das Stammhaus. Davon hätten unsere Kunden sehr wenig. Vielmehr geht es um die Optimierung unserer Vertriebs- und Abwicklungsprozesse und die Anpassung an veränderte Marktanforderungen. Damit wollen wir für unsere Kunden mehr Qualität in der Auftragsklärung und in der Kommunikation mit Fritsch erreichen. Letztendlich werden unsere Kunden ihre Anlagen schneller bekommen und damit schneller in Betrieb gehen können.

Keil: *Fritsch hat zur iba das Maschinenprogramm für die kleineren handwerklichen Bäcker überarbeitet. Wo finde ich in der heutigen Vertriebsstruktur von Fritsch diese Kundengruppe wieder oder umgekehrt, wie viel Intensivpflege kann ein Großkunde von Ihnen erwarten?*

Stocker: Für Fritsch ist das gesamte Spektrum vom kleinen Handwerksbetrieb bis hin zum größten Industriebetrieb auch in Zukunft wichtig, deshalb werden wir auch weiterhin alle Unterstützungsfunktionen anbieten. Der Kundenbedarf unterscheidet sich hier allerdings in den verschiedenen Märkten. Dementsprechend gestalten wir auch unser Angebot

Keil: *Frau Stocker, Sie haben für große internationale Kapitalgesellschaften gearbeitet. Was hat Sie gereizt, nach Markt Einersheim in ein familiengeführtes Unternehmen zu wechseln?*

Stocker: Mich haben bei meinem Wechsel zu Fritsch sowohl die Branche als auch die Gestaltungsmöglichkeiten in einem mittelständischen Familienunternehmen gereizt.

Keil: *Frau Stocker, ich danke Ihnen für dieses Interview.*

Anzeige



Markenqualität und Frische aus Tradition.

KOENIG The Nut specialists

...einfach könnig!

**Mandel-, Haselnuß- u. Erdnußkern-Präparate,
Nußcken- und Bienenstich-Streusel,
Haselnuß-Füllmassen und Multi-Crunch.**

Sonderanfertigungen nach Ihren individuellen Spezifikationen.

KOENIG BACKMITTEL GMBH & CO. KG • Postfach 1453 • D-59444 Werl
Tel. 02922/9753-0 • Fax 02922/9753-99
E-Mail: info@koenig-backmittel.de • Internet: www.koenig-backmittel.de