

MAN Heiztechnik: Neues Führungsteam setzt auf zweistufiges Konzept

Vertrieb über Partnerfirmen

Nach dem Generationswechsel an der Spitze forciert MAN Heiztechnik die Aktivitäten zur Profilierung der Marke auf dem nationalen Markt ebenso wie in den Exportländern. Dazu setzt das neue Führungsteam mit einem erweiterten Produktprogramm und effizienteren Strukturen auf den zweistufigen Vertriebsweg.

Markus Niedermayer demonstriert einen Midimat HT (bis 350 kW) auf dem MAN-Prüfstand. Der extrem leise Gas-Brennwertkessel mit Vormisch-Strahlungsbrenner ist besonders interessant für die Sanierung: Er passt durch normale Türen und kommt in einer Fünfer-Kaskade auf 1650 kW Nennleistung



Foto: GV

Mitte September äußerte sich das erweiterte Führungsteam von MAN Heiztechnik im Gespräch mit der Fachpresse zur aktuellen Situation und zu den Zukunftsplanungen. Neben Markus Niedermayer (42), der im April diesen Jahres von Adalbert Rizzetti [TGA 05-2004] die Geschäftsführung übernahm, zählen inzwischen Juan-Carlos Gil-Söffker (34) als Kaufmännischer Leiter, Bernd Kasüsckhe (37) als Vertriebsleiter Inland, Ralf Gieseler (42) als Technischer Leiter [TGA 06-2004] sowie Volker Haufler (36) als Leiter des Schulungs- und Informationszentrums zum Führungsteam des Unternehmens.

Wachstum wird im In- und Ausland angepeilt

Auf Basis des erweiterten Produktprogramms will MAN Heiztechnik weiter wachsen, insbesondere auf den europäischen Auslandsmärkten. Für das laufende Geschäftsjahr peilt das Unternehmen einen Umsatz von 47 Millionen Euro (Gj. 2003: 43 Millionen Euro) an. Neben der Schweiz und England als traditionell absatzstarke Länder sowie bereits belieferten Märkten wie Belgien, Frankreich oder Griechenland, wurden zwischenzeitlich Vereinbarungen mit neuen Vertriebspartnern in Italien, der Türkei, Rumänien, der Slowakei und Neuseeland geschlossen.

Der Exportanteil liegt derzeit bei 27% und soll weiter steigen. Deutschland bleibt aber auch mittel- und langfristig

der Hauptabsatzmarkt. Niedermayer. „Mit dem aktuellen Programm von Wärmeerzeugern für Öl und Gas sowie Solaranlagen verfügen wir als Komplettanbieter über eine tragfähige Plattform zur Umsatzausweitung.“ Das Portfolio umfasst neben Öl- und Gas-Brennwert-Geräten, Öl- und Gas-Units, Gas-Wandthermen sowie Öl- und Gas-Gebläse-Brennern auch Solarsysteme, Warmwasserspeicher und Kunststoff-Abgassysteme.

Analog zur Strategie auf dem Gas-Brennwertsektor wird das Öl-Brennwert-Programm um ein preiswerteres Gerät erweitert. Dabei setzt MAN Heiztechnik auf die EcoStar-Baureihe und ergänzt die Kombination aus Gussheizkessel und Raketenbrenner um einen bereits praxiserprobten Edelstahl-Abgaswärmeübertrager und bietet damit die bodenstehende EcoStar Öl-Unit künftig auch in einer Brennwert-Version an. Die Markteinführung ist zur ISH 2005 geplant.

„Argumentations- statt Preisschiene“

Mittlerweile setzt MAN Heiztechnik überwiegend auf Direktvertrieb. „Das ist zwar kein Dogma, aber spiegelt generell unsere Strategie wider. Hightech-Produkte wie unsere sind am Markt naturgemäß keine Selbstgänger, weil sie sich nicht über den Preis verkaufen. Hier braucht es eine fundierte technische Argumentation durch entsprechend qualifiziertes Personal – eine Voraussetzung, die Großhändler mit ihrer breiten Angebotspalette häufig

nicht bieten können. Wo sich allerdings eine Zusammenarbeit mit qualifizierten Großhändlern anbietet, gehen wir auch über den dreistufigen Vertriebsweg“, so der Vertriebsleiter Inland Bernd Kasüsckhe.

Unverändert setzt MAN Heiztechnik auf ein Partnerkonzept. „Wir streben weiterhin eine enge Partnerschaft mit ca. 3000 Installationsbetrieben im Bundesgebiet an,“ erklärt Kasüsckhe.

Trotz Objekt-Linie: „Unser Markenkern ist und bleibt Premium“

„Unser Markenkern ist Premium. Das macht uns aus und zugleich unverwechselbar. Deshalb setzen wir unverändert in erster Linie auf Hightech-Produkte für gehobene Ansprüche, mit denen wir uns ebenso wie unsere Kunden deutlich vom Markt abheben. Andererseits haben wir uns mit unserem Programm analog zu den Premiumherstellern anderer Branchen für weitere Zielgruppen geöffnet. Damit können unsere Partner im Fachheizungsbaubereich den unterschiedlichen Anforderungen von Endkunden und Bauträgern individuell entsprechen. Wer also nicht unbedingt besonders anspruchsvolle Hightech-Lösungen mit optimalem Funktionsumfang erwartet, bzw. nicht bereit ist, den Preis dafür zu zahlen, findet bei uns inzwischen Produkte, die diesem Umstand Rechnung tragen, aber dennoch unseren hohen Ansprüchen an die Qualität genügen“, erläutert Markus Niedermayer. JV ←