

Schlüter-Systems over innovatie en marktleiderschap

Marktleiders, zoals profiel- en systeemspecialist Schlüter-Systems uit het Duitse Iserlohn, hebben het niet altijd even makkelijk. Ze investeren in productontwikkelingen die vaak sneller dan het geluid worden gekopieerd. Hoe Schlüter-Systems ondanks alles er toch al meer dan een decennium in slaagt zijn eerste plaats vast te houden, krijgen we te horen van verkoopsleider Günter Broeks.

Markt- en merkleider

Schlüter-Systems geldt al vele jaren als de onbetwiste marktleider op het vlak van profielen- en mattensystemen. Ondertussen zijn er enkele concurrenten op de markt bij gekomen. Ziet verkoopsleider Günter Broeks Schlüter-Systems in deze domeinen nog altijd als de nummer 1?

“Wij weten met zekerheid dat er momenteel geen enkele aanbieder is die meer profielen- en mattensystemen verkoopt dan wij. En dat we marketingconcepten en productinnovaties ontwikkelen die op de markt goed worden onthaald en waarbij onze verwerkers/tegelzetters ter plaatse intensief betrokken zijn. Elke dag opnieuw verzetten we ons uit alle macht tegen prijsdumping en prijsdalingen en zetten ons zo in voor het belang van alle marktdeelnemers. Het is ook een feit dat wij net als vroeger en in tegenstelling tot andere aanbieders onze eenduidige positie tegenover de detailhandel consequent behouden en dus niet rechtstreeks leveren. Op dit punt houden wij de markt nauwlettend in de gaten: wie rechtstreekse aanbieders een platform biedt, ondergraaft zo de prijsstelling. Het is toch duidelijk dat een goedkopere aankoop na

enige tijd ook voor gevolg heeft dat de verkoopprijs moet zakken. Alles tezamen evalueren en op het voorplan actief blijven, is de taak van een marktleider. Dus een duidelijke “ja” als antwoord op uw vraag! Wij zien onszelf als markt- en merkleider in het Schlüter-Systems marktsegment.”

Systeempartners

Veel productinnovaties werden direct bij Schlüter-Systems ontwikkeld tot ze klaar waren voor de marktintroductie. Hoe belangrijk is een dergelijk innovatiecentrum vandaag nog en stoort het Günter Broeks niet dat veel concurrenten deze productideeën vaak ongestraft kopiëren? “Over het verleden praten heeft in elk geval niet veel zin. Innovatie is groei. Werner Schlüter (oprichter van de firma, nvdr) ontwikkelt ook vandaag nog met onverminderde kracht nieuwe richtinggevende productideeën. Daarvoor wordt hij bijgestaan door een productmanagement. Denk maar aan de huidige Kerdi-Line of het huidige Showerprofiel. Ons ergeren moeten we pas doen wanneer we niet meer gekopieerd worden. Want dan hebben we iets verkeerd gedaan.”

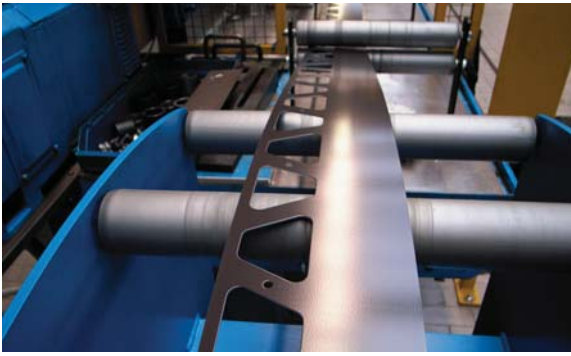
Schlüter-Systems gaat met talrijke fabrikanten systeemallianties aan, ondermeer met Ardex, PCI en Omnicol. Hoe belangrijk zijn dergelijke partnerships op de huidige markt en welke voordelen leveren deze systeempartners voor Schlüter-Systems op? “Daar mogen we best trots op zijn”, antwoordt Günter Broeks. “Dergelijke allianties met rechtsgeldige aansprakelijkheidsovereenkomsten in Duitsland en commerciële ondersteuning in BeNeLux, heeft niemand ons voorgedaan. Wij vinden het bijzonder belangrijk om in een wereld van normen, CE-keurmerken, AbPs, technische voorlichtingen, enzovoort, meer duidelijkheid te creëren. Zodat de vakman iets in handen heeft dat hem een overzichtelijke zekerheid geeft. De voordelen zitten hem in de systeemafstemming van producten van verschillende fabrikanten. Een alliantie zelfs, trouw aan ons motto ‘Vanuit de praktijk, voor de praktijk’ en ‘Meer plezier met tegels’ voor iedereen!”

Gezond wonen met keramiek

EUF, de Europese organisatie die de nationale federaties van tegelzettersbedrijven overkoepelt, heeft met haar nieuw



Günter Broeks



concept 'Gezond wonen met keramiek' een initiatief in het leven geroepen dat keramiek in de concurrentiestrijd met alternatieve materialen een nieuwe plaats moet geven. Schlüter-Systems werkt als partner mee aan dit initiatief. Welke voordelen denkt Günter Broeks dat dit voor het bedrijf oplevert? "Meer plezier met tegels' is een slogan die reeds meer dan 12 jaar een vaste plaats in onze reclame heeft. Wij benadrukken daarmee ook de voordelen van keramiek tegenover andere bekledingsmaterialen. De campagne 'Gezond wonen met keramiek' ondersteunt deze boodschap. Wanneer de vraag naar tegels in het algemeen daardoor stijgt, is het maximale doel bereikt. Het initiatief is bij de Euf goed opgezet en nauw verbonden met de naam van Werner Altmeyer (secretaris-generaal van de Euf). Het is aan zijn inzet te danken dat wij er vandaag over kunnen praten. Meer afzet van tegels brengt voordelen met zich mee voor de handel, het ambacht en de industrie. Daar werken wij graag aan mee."

Kennisoverdracht

Naast de productinnovatie stellen ze bij Schlüter-Systems veel in het werk om partners op de markt te ondersteunen, bijvoorbeeld het eigen opleidingssysteem of de projectservice. Welke betekenis heeft de kennisoverdracht voor de marktpartners? "Enquêtes alleen lossen niets op", aldus Günter Broeks. "Sinds de vernieuwing van de ambachtsindeling in de tegelbranche is de positie van de bijscholing versterkt. Tegelzetter blijft een leerberoep zoals dat altijd is geweest,

hoe we die taak ook definiëren of uitoefenen. Spijtig genoeg is de bereidheid tot leren niet groot. Ik maak me ernstige zorgen over het verwateren van het aanleren en onderhouden van de kennis. Wanneer we enkel via eventmanagement mensen bereiken, gaat de kennisoverdracht na verloop van tijd verloren."

Schlüter-Systems is jarenlang op de beurzen de weg van de tegels blijven volgen. Welke beurzen in Europa kunnen voor het bedrijf nog een meerwaarde betekenen? Günter Broeks: "Met onze vijf kerncompetentiegebieden moeten wij er vandaag meer dan ooit staan: lokaal, nationaal en internationaal. Voor ons blijft de beurs van Cersaie het belangrijkste. Maar ook de "BAU"-beurs in München is voor Duitsland als presentatieplatform erg belangrijk. Een sterke "BAU"-beurs zoals in 2007 heeft in de ganse branche voor een positieve stemming gezorgd. Hetzelfde geldt voor de leidende beurzen in de Europese buurlanden, zoals Batibouw, Bouwbeurs, Swiss Bau, enzovoort. We kunnen niet enerzijds over een gebrek aan aantrekkingskracht van tegels klagen en anderzijds afwezig blijven op de grote beurzen."

Geen nevenproducten

Profielen en matten zijn nevenproducten die zelden zichtbaar zijn bij de afgewerkte tegelbekleding, en waarvan de voordelen pas voor een klant duidelijk worden wanneer een goede verkoper dit toelicht. Welke inspanningen doet Schlüter-Systems op het gebied van de verkoopsondersteuning om zijn producten te pushen? "Het woord "nevenproducten"

zou ik persoonlijk niet in de mond nemen! Ons productgamma en dat van de concullega's nemen naar mijn gevoel een belangrijkere positie in bij tegels. Ook het woord 'pushen' komt niet voor in onze marketingwoordenschat. Ook in de toekomst blijft onze focus liggen op een functioneel, strak en transparant klantenbindingsconcept, met een duidelijke klemtoon op ons systeemopleidingsaanbod voor Schlüter-Systems handwerkers en verkopers."

Welke buitenlandse markten bestempelt Schlüter-Systems als bijzonder interessant en welke kansen ziet het bedrijf op bijvoorbeeld de Chinese markt? "In de echt Europese landen zijn we met eigen dochterondernemingen en servicebureaus goed vertegenwoordigd", laat Günter Broeks weten. "Hetzelfde geldt voor de VS en Canada. Voor Oost-Europa is het momenteel iets minder, maar dit blijft op de middellange en lange termijn zeker een aandachtspunt. Ook de Scandinavische landen bekoren ons. Aan China denken we momenteel nog niet." Tot slot wilden we wel eens weten wat volgens verkoopsleider Günter Broeks de beste innovatie van Schlüter van de voorbije 30 jaar is? "De originele Schlüter-SCHIENE", klinkt het vastberaden.

(Uit: Baustoffmarkt, 9/2010)

Wie is Günter Broeks?

Günter Broeks, sinds 1993 procuratiehouder en verkoopsleider bij Schlüter-Systems KG, was voordien 10 jaar werkzaam op de verkoopsafdeling van PCI, op het einde als verkoopsleider.