

## MARKTSTRATEGIE UNTERNEHMEN - INTERVIEW SERIE (52): CHROMONORM



In dem modernen Werk von Chromonorm werden auf 6.000 Quadratmetern die Gewerbekühl- und Edelstahlmöbel gefertigt. Jährlich werden 600 Tonnen Edelstahl hier verarbeitet. Die Kühlgeräte werden vor der Auslieferung 24 Stunden getestet



über thermischen Elementen benötigt, kann er diese bei uns erhalten. Sie passt daher in unser Produktportfolio und ist auch schon sehr lange darin enthalten. Unser Hauptfokus liegt aber auf den Edelstahl- und Kühlmöbeln.

*Eine Ihrer Unternehmensphilosophien lautet: Partner mit Chromonorm-Produkten erfolgreicher machen – wie gewährleisten Sie dies und wie gelingt Ihnen dieses bei Ihren Edelstahl- und Kühlmöbeln?*

Unsere Philosophie ist und bleibt ein Standardproduktprogramm zu bieten, welches sich durch Qualität und Preis-Leistung auszeichnet. Durch die Konzentration darauf haben wir eine hohe Kompetenz in diesem Segment. Unser Katalog umfasst ein sehr breites Sortiment mit Standardmöbeln, die aber modular aufgebaut sind. Bei den Modellen kann der Kunde aus verschiedenen Varianten wählen, die wir im Sofort-Programm haben oder zeitnah produzieren können. Bei den unterschiedlichen Applikationen – abgekantete Tischplatte, Schubladen links oder rechts etc. – reagieren wir auf die spezifischen Bedürfnisse unserer Kunden, die wir ermittelt haben. Die Lagerware, also

unser Sofort-Programm, ist innerhalb von 48 Stunden bei unserem Fachhandelspartner oder, wenn dieser es wünscht, beim Endkunden. Es ergibt keinen Sinn, wenn der Fachhändler in München sitzt und der Endkunde in Augsburg, dass wir erst nach München liefern und unser Partner die Geräte dann anschließend weiter transportieren muss. Deshalb bieten wir diesen Service ebenfalls an. Wir liefern frei Haus innerhalb Deutschlands – außer auf Inseln und Berge. Wir wollen, dass unser Fachhandelspartner klare Kalkulationen hat. In dieser Hinsicht sind wir sehr transparent. Bei uns gibt es nur den einen Preis, den entsprechenden Händlerrabatt und keine Transportkosten, somit kann der Fachhändler kalkulieren. Wir haben in den letzten Monaten gespürt, dass dies anerkannt wird. Ein weiterer Vorteil ist, dass unsere Edelstahlmöbel fertig geschweißt beim Kunden ankommen. Er muss sich nicht um den Aufbau kümmern.

*In Ihrem Katalog hebt sich das Sofort-Programm hervor; Sie haben es gerade bereits angesprochen. Welche Produkte werden hier aufgenommen?* Unser Sofort-Programm enthält unsere Bestsel-

# „Wir setzen auf persönlichen Kontakt zum Fachhandel“

Gewerbekühl- und Edelstahlmöbel sind die Eckpfeiler des Unternehmens Chromonorm mit Sitz in Grosselfingen. Wir sprachen mit Vertriebsleiter Peter Dürr über die strategische Ausrichtung des Unternehmens und die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel. *Von Yvonne Ludwig-Alfers*

*Seit drei Jahrzehnten fertigt Chromonorm Gewerbekühlgeräte und Edelstahlmöbel. Gab es am Anfang nur die Konzentration auf eins der beiden Segmente?*

Chromonorm ist aus dem Unternehmen Rilling Großküchen hervorgegangen, welches sich auf Sonderanlagen und Küchenkomplettbau spezialisiert hatte. Chromonorm wurde 1983 auf Bestreben von Eberhard und Dieter Rilling gegründet, weil die beiden Unternehmer ein Standardprogramm produzieren und vertreiben wollten. Standardisierte Produkte waren damals noch nicht weit verbreitet. Anfangs haben wir uns nur auf standardisierte Edelstahlmöbel konzentriert und waren damit recht schnell erfolgreich auf dem deutschen Markt, da man kurze Lieferzeiten garantieren konnte.

*Wie kam dann der Schritt zu der gewerblichen Kühltechnik?*

Etwa zehn Jahre nach der Unternehmensgründung kamen die Kühlmöbel dazu. Die Implementierung ins Portfolio erfolgte aufgrund der Nachfrage seitens unserer Kunden. Wir haben dann mit einer kleinen Baureihe angefangen, der 795, gerade die Saladette und die kleinen Kühlmöbel, die das Maschinenfach unten haben. Die Anfragen stiegen und so kam der normale Kühlisch hinzu, dann die Getränketheke, die Kühl- und Tiefkühlschränke und zuletzt die Tiefkühltische. Bei Erweiterungen unseres Portfolios betrachten wir den Markt, was er fordert und was sich Kunden wünschen. Dann setzen wir uns zusammen und eruieren, welches Produkt Sinn ergibt und

erweitern unser Angebot gegebenenfalls. So sind wir stetig über die Jahre gewachsen.

*Ihr Produktportfolio reicht außerdem sogar bis hin zu Dunstabzugshauben. Warum Dunstabzugshauben, wenn Sie keine thermischen Elemente anbieten?*

Wir möchten dem Kunden etwas an die Hand geben, womit er schnell seine Wahl treffen kann und er nur einen Ansprechpartner hat. In unserem Katalog findet er ein großes Spektrum von Standardprodukten. Die Dunstabzugshauben aus Edelstahl runden unser Portfolio ab. Wenn zum Beispiel ein Fachhändler eine kleine Küche mit unseren Kühl- und Edelstahlmöbeln einrichtet und dann noch eine Dunstabzugshaube

Im 3.000 Quadratmeter großen Lager hält Chromonorm einen großen Anteil an standardisierten Produkten aus seinem Sofort-Programm bereit, die innerhalb von 48 Stunden beim Kunden vor Ort sind



Fotos: Chromonorm (9); GW Verlag (1)

Vertriebsleiter Peter Dürr (rechts) mit Günther Lämmle, der seit über 27 Jahren bei Chromonorm im Vertriebsinnendienst tätig ist



## MARKTSTRATEGIE UNTERNEHMEN - INTERVIEW SERIE (52) CHROMONORM



Hochwertiger Edelstahl: Von Arbeitstischen über Saladetten und Getränketheken bis hin zu den gewerblichen Kühlmöbeln reicht das Portfolio. Auch Abzugshauben fertigt das Unternehmen



hinaus haben wir unseren Newsletter. Wir unterstützen auf Wunsch auch unseren Fachhändler beim Endkunden, wenn dieser zum Beispiel eine neue Küche plant und sich noch unschlüssig über entsprechende Geräte ist, allerdings nur beratend, verkaufen würden wir in diesem Zusammenhang nicht – das übernimmt unser Fachhandelspartner.

**Haben Sie Kriterien, die ein Fachhändler erfüllen muss, damit es zu einer Zusammenarbeit mit Chromonorm kommt?**

Wir sind für jeden offen und betreuen jeden gleich. Wir schreiben nicht zwingend vor, dass er Techniker vorhält. Das können wir auch nicht, denn wir wissen alle, dass gerade im Kälte- und Klimabau händleringend Personal oder Auszubildende gesucht werden. Auch der Umsatz ist kein K.O.-Kriterium für uns. Wir prüfen bei neuen Kontakten, ob der jeweilige Käufer ein Fachhändler ist. Sollte dies zum Beispiel ein Gastronom sein, verweisen wir ihn an einen ortsansässigen Partner von uns. Jeder neue Fachhändler erhält von uns zu Beginn den Grundrabatt. Eventuell entwickelt sich daraufhin eine verstärkte Zusammenarbeit über die nächsten Jahre hinweg.

**Wie halten Sie Ihre Partner fit für Ihre Geräte? Gibt es spezielle Schulungen**

**für Fachhändler sowie Kälte- und Klimatechniker?**

Wir bieten unterschiedliche Schulungen für unsere Partner an. Im Kälte- und Klimabereich laden wir bis zu dreimal im Jahr Mitarbeiter aus den Firmen zu uns ein und schulen sie im Kundendienst. Darauf legen wir sehr viel Wert. Des Weiteren bieten wir Schulungen mit vertriebllichem Hintergrund bei uns. Daneben schulen wir unsere Mitarbeiter, die das Erlernte in die Fachhandelsbetriebe tragen. Wir bieten zudem die Möglichkeit und laden unsere Partner herzlich ein, uns in Grosseffingen zu besuchen. Wir forcieren aktuell auch Schulungen bei unseren Partnern.

**Ergonomie und Fachkräftemangel sind die Trend-Themen im Gastgewerbe – können Sie hier mit Ihren Produkten unterstützen?**

Unsere Edelstahlmöbel lassen sich auf bis zu 900 Millimeter Arbeitshöhe verstellen, zudem sind unsere Kühltische sockelbaufähig. Im Bereich Fachkräftemangel können wir in puncto Cook & Chill mit unseren Schockfroster/Schnellkühlern unterstützen.

**Haben Sie Probleme, qualifiziertes Personal zu akquirieren und was unternehmen Sie, um Ihre Mitarbeiter zu halten?**

Wir haben in den letzten Jahren zwar immer qualifiziertes Personal gefunden und freuen uns über eine geringe Fluktuation, aber natürlich haben auch wir Schwierigkeiten bei der Personalsuche, vorrangig im Technikbereich. Hier versuchen wir dann entsprechende Mitarbeiter auf unsere Produkte zu schulen. Wir achten darauf, dass

die potenziellen Mitarbeiter zu uns passen, denn gerade im Vertrieb ist Kontinuität wichtig. Ein gutes Beispiel hierfür ist Günther Lämmle. Er ist seit 27 Jahren bei uns im Vertriebsinnendienst tätig und jeder unserer Kunden kennt ihn vom Telefon. Wir bieten sowie fördern Mitarbeitern Weiterbildungen und leben darüber hinaus den Teamgedanken. Um dem Fachkräftemangel entgegen zu steuern, wollen wir zukünftig auch ausbilden.



## FACTS

- Chromonorm ist seit über 35 Jahren im Markt vertreten
- Das Produktportfolio umfasst standardisierte Gewerbekühl- und Edelstahlmöbel
- Ein großer Anteil der Produkte ist im Sofort-Programm erhältlich und auf Lager, innerhalb von 48 Stunden sind die Geräte beim Kunden
- Der Vertrieb erfolgt ausschließlich über den Fachhandel
- Bis Ende des Jahres werden alle Kühlmöbel auf R290 umgestellt, optional können Kunden schon jetzt Geräte mit dem umweltfreundlichen Kältemittel erhalten [www.chromonorm.de](http://www.chromonorm.de)

ler, das heißt, wir kontrollieren regelmäßig, welche Produkte wir am häufigsten verkauft haben. Dann kann es sein, dass ein Produkt rausfällt, ein neues reinkommt. Die Geräte aus dem Sofort-Programm sind innerhalb von 48 Stunden beim Kunden vor Ort. Diese Klientel, die kurzfristig bestellt, wollen wir auch gezielt ansprechen.

**Welche Leistungen bieten Sie darüber hinaus?**

Kunden erhalten bei unseren Produkten eine zwölfmonatige Vollgarantie mit einem Servicetechniker in unmittelbarer Nähe. Läuft diese ab, hat er weitere 24 Monate Garantie auf die Ersatzteile. In Summe hat er also drei Jahre Garantie und darüber hinaus eine zehnjährige Nachkaufgarantie auf die Ersatzteile, beispielsweise Gummidichtungen. Die halten wir solange auf Lager und können sie so unseren Partnern beziehungsweise Kunden bei Bedarf schnell liefern. Wir merken, dass After Sales immer wichtiger wird. Dazu gehört zum einen, dass man kompetente Ansprechpartner hat, die sofort unterstützen, wenn Probleme auftreten. Da wir der Hersteller sind,

haben wir die Möglichkeiten, dies zu gewährleisten.

**Sie verkaufen nur über den Fachhandel.**

Das ist richtig und daran werden wir definitiv festhalten. Wir möchten Endkunden nicht direkt belieben. Das Konzept ist auch wesentlicher Bestandteil auf unserer neuen Website, die gerade in der Vorbereitung ist. Wir werden Gastronomen und Hoteliers zwar die Möglichkeit geben, direkt zu kaufen, allerdings wird der Käufer von uns dann einem unserer Fachhandelspartner zugewiesen, der dem Kunden das gewünschte Gerät entsprechend verkauft und ihn weiter betreut. Das wird dem Käufer transparent vermittelt. Unsere Partner werden wir vor dem Start der Website noch informieren. Ziel ist es hier auch, unseren Fachhändlern neue Kunden zu generieren.

**Mit wie vielen Partnern arbeiten Sie bundesweit zusammen?**

Aktuell kooperieren wir mit rund 500 Partnern in ganz Deutschland. Die Zahl umfasst unsere Fachhändler sowie Kälte- und Klimabetriebe, denn man muss beachten, dass in unserem Fall Verkauf und Service meist

von zwei unterschiedlichen Partnern abgedeckt werden, da die Kühlgeräte vorrangig von Kälte- und Klimabetrieben betreut werden. Die Kontakte zu unseren Partnern wollen wir weiter intensivieren, denn wir empfinden diese als essenziell. Unser Außendienst ist heute so aufgestellt, dass wir drei Bereiche in Deutschland haben – Nord, Mitte, Süd – jedes Gebiet wird von einem festangestellten Mitarbeiter betreut.

**Wie informieren Sie den Fachhandel über Ihre Produkte und deren Vorteile für dessen Kunden beziehungsweise Betriebe?**

Zum einen informieren wir über persönliche Gespräche durch unsere drei Gebietsverkaufsleiter und unseren kompetenten Innendienst, das ist unser Hauptfokus, da man hier intensiver Informationen vermitteln kann als über eine E-Mail. Zum anderen greifen wir auf Printmedien zurück, die laufend überarbeitet werden. Darüber

