



Die aktive Führung von Danogips. Links sitzt Geschäftsführer Lars Klodwig, rechts Vertriebsleiter Hubertus Kertelge. Sie werden Danogips im Markt prominenter aufstellen, indem sie technische Kompetenz stärker herausstellen und ein engmaschiges Netzwerk aus Hersteller, Handel und Fachunternehmer aufbauen.



„Knauf und Danogips sind Wettbewerber im Markt und werden auch weiterhin als Wettbewerber um jeden Auftrag kämpfen.“

Lars Klodwig, GF Danogips

Schluss mit der Zurückhaltung

Marktpositionierung Danogips ist einer der vier großen langjährig aktiven Hersteller von Gipswerkstoffen im Trockenbaumarkt. Doch seit die Knauf Gips KG das Unternehmen in den 90er-Jahren gekauft hat, führte die Marke Danogips einen defensiven Marktauftritt hinter den Premiummarken. Diese Zurückhaltung wird das Unternehmen jetzt beenden und sich im Markt neu aufstellen. Über das neue Image, die strategischen Zielsetzungen und technische Kompetenz von Danogips sprach die Redaktion mit GF Lars Klodwig und dem zu Danogips gewechselten Vertriebsleiter Hubertus Kertelge.

T+A Die Knauf Gips KG ist der einzige Hersteller mit einer Zweimarkenstrategie. Wie werden Danogips und Knauf Gips KG in Zukunft nebeneinander aufgestellt sein?

Lars Klodwig: Das Wort „Zweimarkenstrategie“ höre ich nicht gerne, denn es erweckt den Eindruck, dass Danogips und die Knauf Gips KG aus einer Zentrale heraus gesteuert würden. Und genau das ist nicht der Fall:

Die Knauf KG wird aus Iphofen gesteuert und Danogips hat seine Zentrale in Neuss, operiert also mit einem eigenem Management unabhängig von Knauf in Deutschland. Ein „Nebeneinander“, so wie Sie das in Ihrer Frage indirekt formuliert haben, hat es in der Vergangenheit nicht gegeben und wird es auch in Zukunft nicht geben.

Die Knauf Gips KG und Danogips sind Wettbewerber im Markt und werden auch weiterhin als Wettbewerber um jeden Auftrag kämpfen.

T+A Bei Insidern heißt es, Danogips sei in der Vergangenheit hauptsächlich auf Kosten der Konzernmutter gewachsen. Ist das richtig?

Lars Klodwig: Diese Aussage ist falsch. Danogips ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen, und zwar aus eigener Kraft. Selbstverständlich besteht die Möglichkeit überlappender Produktsortimente und einer Wettbewerbssituation. In dem einen oder anderen Fall ist das so, aber in der Summe machen die beiden Marken Knauf und Danogips deutlich mehr Umsatz, als es eine Marke alleine könnte. Wenn das nicht so wäre, dann gäbe es Danogips auch im deutschen Markt schon lange nicht mehr. Die Marke Knauf bearbeitet erfolgreich den Markt der geschlossenen Systeme und wir den Markt der offenen Lösungen.

T+A Inwiefern wird Danogips „technisch anders“ sein als die Schwester? Oder bleibt es bei der Linie „gleiche Produkte, nur billiger“?

Hubertus Kertelge: Herr Köpplin, Sie haben Ihren Fokus zu sehr auf das Verhältnis von Knauf und Danogips und unsere Produkte verengt. Das wird unserem Anspruch nicht gerecht.

Wir bearbeiten einen Markt, in dem mehrere Anbieter ihre Trockenbaulösungen anbieten. Jeder Marktteilnehmer muss hier seine Positionierung finden und deutlich herausstellen.

Wir werden unsere Leistungsfähigkeit und Marktstellung deutlich schärfen, um bessere Sicherheit und Positionierung zu erlangen. Hierbei geht es nicht um die beiden Marken Knauf und Danogips, wir müssen uns unter allen Marktteilnehmern wiederfinden. Eine Marke ist mehr als ihre Produkte oder Produktkomponenten. Auch stellen wir unsere Produkte nicht in den Mittelpunkt, sondern unsere Dienstleistungen um die Produktpalette herum. Unsere Zielsetzungen bei der Bearbeitung des Markts unterscheiden sich dabei erheblich von denen unserer Schwestermarke.

T+A Zeigen Sie uns doch bitte einmal die Unterschiede auf.

Hubertus Kertelge: Die Marken Knauf und Rigips haben in den vergangenen Jahren erhebliche Anstrengungen unternommen, einen Markt der geschlossenen Systeme aufzubauen und zu bedienen. Danogips dagegen steht seit jeher für (halb-) offene Systeme und wir werden diesen Weg nicht nur weitergehen, sondern in Zukunft noch ausbauen. Alle unsere Konstruktionen sind so geprüft, dass der Verarbeiter vor Ort nur bei der Auswahl der Platten an Danogips-Produkte gebunden ist. Bei allen anderen Komponenten an Wand und Decke kann er frei unter den Produkten des Markts wählen und sicher sein, dass unsere Techniker auch diese Konstruktionen haben prüfen lassen. Unsere Prüfzeugnisse decken alle gängigen Produkte im deutschen Markt ab. Was leider viele unserer Kunden nicht wissen: Mit unseren Konstruktionen lassen sich 95 % aller technischen Anforderungen problemlos bauen.

Damit ist aber auch schon unser Selbstverständnis als Danogips-Marke formuliert. Im Markt der offenen Lösungen wollen wir die erste Marke sein. Wir werden dadurch nicht zur Konkurrenz der beiden großen Anbieter werden. Das können wir nicht, das wollen wir nicht und das brauchen wir nicht.



„Mit unseren Konstruktionen lassen sich 95 % aller Anforderungen des Markts bauen.“

Hubertus Kertelge, Vertriebsleiter Danogips

Der Markt der offenen Systeme ist so groß, dass wir auch ohne „nach links und rechts zu schauen“ aus eigenem Antrieb wachsen können. Damit ist einer der grundsätzlichen Unterschiede in der Marktbearbeitung formuliert.

Doch wie oben bereits erwähnt, Danogips ist mehr als ein Materiallieferant. Wir wollen mit unserer Mannschaft ein Partner des Handels, aber auch ein Partner der Fachunternehmen sein und bleiben. Um einem solchen Anspruch auch jenseits „von Sonntagsreden“ gerecht werden zu können, hat Danogips ein Instrument entwickelt, das den Zielgruppen innerhalb von zwei Minuten eine Antwort auf die technische Anfrage gibt. Der Konstruktionsselektor ist eine Suchmaschine, in der Händler und Fachunternehmer ein oder mehrere Suchparameter („Brandschutz“, „Schallschutz“, „Bauhöhe“) für ihre Anfrage eingeben können. Das System antwortet mit einem Datenblatt der Konstruktion und dem technischen Nachweis bzw. Prüfzeugnis, das genau diesen Anforderungen gerecht wird – und das innerhalb von ein bis zwei Minuten. Das ist beispielsweise ein Tool, das wir um unsere Produkte herum entwickelt haben und mit dem wir uns als Partner des Handels und des Fachunternehmers positionieren werden. Wir können mehr, als der Markt uns zutraut.

Danogips war immer so leistungsfähig, hat es aber versäumt, dem Markt diese Kompetenz in ausreichendem Maße mitzuteilen. Das ändert sich jetzt, daran arbeiten wir.

T+A Wie wird sich das Unternehmen zum Handel hin aufstellen?

Hubertus Kertelge: Auch hier gilt: Wir werden nichts anders machen als vorher, nur vieles besser. Mit einem Augenzwinkern im Gesicht formulieren wir für unseren Marktauftritt: „Freiheit für den Trockenbau.“ Da Danogips für die offenen Systeme im Markt steht, haben wir natürlich von vornherein die Sympathien des Handels. Der Handel favorisiert die offenen Systeme und aus seiner Sicht ist das auch sofort nachvollziehbar. Die Produktsortimente können gestrafft werden, die Lagerhaltung vereinfacht sich und nicht zuletzt entzerrt sich die Logistik. Selbstverständlich kann unser Konstruktionsselektor auch von den Mitarbeitern des Handels zur Kundenberatung eingesetzt werden. Auch das verstehen wir als eine Serviceleistung, die wir dem Handel um unsere Produkte herum anbieten. Ein Training zum neuen digitalen Tool bieten wir selbstverständlich unseren Partnern an. Auch heute schon machen wir die Erfahrung, dass dort, wo unsere Handelsstützpunkte sind, auch unsere Umsatzvolumina stimmen. Mit der dargestellten Strategie sind wir sehr zuversichtlich, weiterhin gesund zu wachsen.

T+A In welchem Umfang wird sich Danogips bei der Aktualisierung der Trockenbaunormen einbringen?

Wir betrachten die derzeitigen Bemühungen der Verbände und Institutionen zur Aktualisierung der DIN-Normen mit Sympathie. Insofern sind alle klassischen DIN-Normkonstruktionen in unserem Konstruktionsselektor wiederzufinden.

Doch müssen wir als Danogips natürlich auch unsere wirtschaftlichen Interessen wahren. Alle unsere geprüften Konstruktionen lassen die größten Kombinationsmöglichkeiten der Marktteilnehmer zu, aber der Einsatz unserer Platten in unseren Konstruktionen ist natürlich gesetzt. Die Auswahl aller anderer Komponenten in der Konstruktion bleibt frei wählbar, dennoch erfreuen sich auch unsere Spachtel- und Profilaufsätze stetigen Wachstums.

T+A Herr Klodwig, Herr Kertelge, herzlichen Dank für das Gespräch. ■