

„Zuverlässigkeit steht bei uns auf allen Ebenen im Fokus“

Über 30 Jahre ist Stalgast mit Hauptsitz in Polen am Markt. Seit sieben Jahren bietet das Familienunternehmen seine seltene Kombination aus Großhändler und Hersteller auch hierzulande an – inklusive kurzer Produktions- und Lieferzeiten. Wie dies realisiert wird und welche Rolle Kunstrasen beim Unternehmen spielt: Carsten Haubrock, Betriebsleiter und Prokurist der Bremer Vertriebsniederlassung, hat mit *Yvonne Ludwig-Alfers* darüber gesprochen.



Das Unternehmen hat seinen Stammsitz in der polnischen Hauptstadt Warschau

Herr Haubrock, seit über 30 Jahren vertreibt Stalgast technisches Equipment und Edelmöbel für die Profiküche in Europa. Können Sie uns einen kurzen Einblick in die Historie Ihres Unternehmens geben?

Unser Schwesterkonzern, die Stalgast sp. z o. o mit Hauptsitz in Warschau, wurde vor über 30 Jahren gegründet. Der Beginn war der Import von Servierartikeln aus Edelstahl und der Verkauf an Gastronomen und Hoteliers. Daraus und aufgrund der steigenden Nachfrage – es gab schlichtweg kein Angebot in Polen dafür – ist das Unternehmen mit der Hinzunahme weiterer Produktgruppen wie Porzellan, Glaswaren, Edelmöbel und technische Geräte für die Großküche über einen Zeitraum von 20 Jahren stetig gewachsen. Zudem baute man sich ein starkes Fachhändlernetz in Polen und in anderen osteuropäischen Ländern auf. Mit der eigenen Produktion erfüllte sich für unseren Gründer Krzysztof Kotecki als Ingenieur ein Wunschtraum, dass so auch eigene Ideen in das Unternehmen

beziehungsweise in die technischen Geräte für die Großküche eingebracht werden können. So hat sich Stalgast zu einem heutigen Vollanbieter für das Gastgewerbe entwickelt und bietet die seltene Kombination eines Importeurs/Großhändlers für Großküchentechnik mit eigener Produktion.

Im Jahr 2015 wurde die deutsche Niederlassung in Bremen gegründet. Was waren die Gründe für diesen Schritt?

Als Marktführer in Polen und in den meisten osteuropäischen Ländern kam der Schritt von Maciej Kotecki, sich auch auf Westeuropa zu konzentrieren. Als erster Markt wurde Deutschland, als größter Markt, gewählt. Um den Ansprüchen des deutschen Marktes zu entsprechen, wurde schnell die Entscheidung getroffen, dass dort eine eigene Vertriebsgesellschaft gegründet wird – auch um nah am Markt und am Fachhandel mit deutschsprachigen Ansprechpartnern zu sein.

ei uns us“



Carsten Haubrock leitet die Vertriebsniederlassung von Stalgast in Bremen

Im Hochregallager mit über 20.000 Quadratmetern Fläche hält Stalgast rund 7.000 Produkte vor. Diese sind über eine computergesteuerte Warenlogistik ständig verfügbar und können schnell versendet werden

Gibt es weitere Niederlassungen?

Nein. Deutschland ist die einzige eigenständige Vertriebsgesellschaft von Stalgast außerhalb Polens. Das Exportgeschäft wird über den Hauptsitz in Warschau geleitet.

In welchen westeuropäischen Ländern außer Deutschland ist Stalgast noch aktiv?

In Osteuropa sind wir in fast allen Ländern mit unterschiedlicher Stärke unterwegs. In Westeuropa sind wir außer in Deutschland, hier unser stärkster Markt, noch mit großen Partnern in Frankreich, Spanien und in den Niederlanden aktiv. Dänemark, Österreich und die Schweiz decken wir von Bremen aus ab. Vereinzelt gibt es noch Kontakte in ganz Europa.

Stalgast fertigt seine Großküchengeräte und Edelmöbel an einem eigenen Produktionsstandort selbst. Entwickeln Sie Ihre Produkte auch eigenständig? Wie gehen Sie dabei vor?

Für unsere Produktentwicklungen holen wir uns vorrangig Feedback aus den verschiedenen Märkten. Wir sind immer auf der Suche nach neuen und bedarfsgerechten Produkten, um auch kurze Lieferzeiten im Zusammenhang mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten zu können. Zuverlässigkeit steht dabei stark im Fokus.

Bei unseren Universalspülmaschinen haben wir zum Beispiel bedarfsgerechte Modelle entwickelt, die im Einstiegssegment sehr erfolgreich sind, weil sie Elemente des Premiumbereiches beinhalten. Die Geräte kann man nicht nur einphasig, sondern auch dreiphasig bedienen. Vor einiger Zeit haben wir die Türen modifiziert, so dass der Gastronom in den Maschinen GN 1/1-Behälter reinigen kann. Diese Anregungen erhielten wir mitunter von unseren Fachhandels- und Servicepartnern.

Warum ich „bedarfsgerecht“ betone: Wir haben gerade in der Corona-Zeit einen enormen Zuwachs an Fachhandelspartnern aus dem Projektgeschäft erhalten, gerade wegen unseres Edelmöbelbaus. Unter anderem, weil wir hier Lösungen anbieten, die es sonst im Markt

nicht gibt. Wir bieten die millimetergenaue Planung mit modularen, hochwertigen Möbeln und haben kurze Lieferzeiten. Hier liegen wir aktuell bei zehn bis zwölf Arbeitstagen. Projekte können so schnell umgesetzt werden, bei einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis.

Sie sprechen von äußerst kurzen Lieferzeiten. Wie realisieren Sie diese bei den aktuellen Herausforderungen?

Wir produzieren so viel wie möglich selbst. Neben unserer Edelmöbelherstellung haben wir eine Produktionslinie mit sechs großen Maschinen für Kunststoff-erzeugnisse. Hier fertigen wir beispielsweise Behälter aus Kunststoff, Schneidbretter etc., aber auch viele Komponenten, die wir für unsere eigene Produktion brauchen. Seien es die Stellfüße für die Edelmöbel oder kleine Plastikkomponenten für die Spülmaschinen. So sind wir unabhängiger von Zulieferern und nicht stark von den aktuellen Herausforderungen betroffen.

Es kann natürlich immer sein, dass wir auf Komponenten angewiesen sind, die wir zukaufen müssen und die gerade nicht verfügbar sind. Hier haben wir uns so aufgestellt, dass wir bei wichtigen Komponenten, wie beispielsweise bei den Heizelementen unserer Spülmaschinen, eine Auswahl von mehreren Zulieferern haben, so dass, falls ein Partner das benötigte Teil nicht hat, wir auf einen anderen zugreifen können. Gleichzeitig arbeiten wir mit computergestützten Vorhersagen zu den Verkäufen und zur Lagerhaltung. Um diese Bereiche zu optimieren, laufen hochintelligente Logarithmen im Hintergrund. Wir nutzen verschiedene digitale Tools, um ein zuverlässiger Partner für unsere Fachhandelspartner zu sein.

Steht die Digitalisierung und weitere Branchenthemen wie beispielsweise Nachhaltigkeit innerhalb Ihres Unternehmens im Fokus?

Absolut. Neben den digitalen Tools für die Verkäufe und Logistik legen wir sehr viel Wert darauf, unseren Fachhandelspartnern gute Verkaufstools an die Hand zu geben.

Im Projektbereich unterstützen wir sie bei dem großen Thema Visualisierung. Mit der Software pCon haben wir ein Tool geschaffen, das hierbei optimal bei der Planung und Visualisierung unterstützt. Die Software kommt eigentlich aus dem Bürobereich. Wir waren als erstes Unternehmen im Großküchenbereich darin vertreten und somit tatsächlich Vorreiter. Wir haben darin eine Chance gesehen, gerade für unsere Fachhandelspartner, mit dem virtuellen 3D-Küchenplaner ein Verkaufstool zu haben, das es ihnen ermöglicht, auch mit Augmented Reality (AR) bei ihren Kunden Projekte zu planen. Für die Kaufentscheidung beim Endkunden, den Gastronomen, ist dies ein enorm wichtiges Tool. Sie können sich so ihre zukünftige Küche optimal vorstellen.

Mit einer kurzen Einführung kann wirklich jeder Projekte planen, auch Sie, Frau Ludwig-Alfers. Die jeweiligen Daten und Pläne können vom Fachplaner oder Fachhändler in CAD-Formaten heruntergeladen werden.





Stalgast verfügt über einen eigenen Produktionsstandort mit hochmodernen Anlagen. Um Edelstahlbleche vor Kratzern zu schützen, wird Kunststrasen eingesetzt und gänzlich – zum Wohle der Umwelt – auf Folien verzichtet



Und wie interpretieren Sie Nachhaltigkeit?

Ein großes Thema bei der Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen ist der komplette Verzicht auf die Folierung der Edelstahlbleche. Wir haben vor Jahren unsere Produktion umgestellt und zum Beispiel unsere Warenträger in der Produktion mit Kunststrasen ausgestattet. Unsere großen Maschinen wurden in einer eigenen Ingenieursleistung so ausgerichtet, dass sie Abkantungen ohne Folien bewerkstelligen können. Dadurch haben wir eine enorme Einsparung an Plastik und für den Kunden ergibt sich ein Zeitvorteil, da bei den Edelstahlmöbeln die mühselige Folientfernung wegfällt. Um noch mehr Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen zu erreichen, sind wir aktuell dabei, unsere Produktion auf Solarstrom umzustellen. Dies ist ein weiterer wichtiger Schritt hin zur klimaneutralen Produktion, die wir anstreben.

In welchen Segmenten des Gastgewerbes sind Sie in Deutschland besonders stark vertreten und gibt es Zielgruppen, die Sie noch intensiver ansprechen wollen?

Unser Kerngebiet umfasst kleinere und mittelgroße Betriebe. Hier sind wir mittlerweile sehr stark vertreten. Wir sehen darüber hinaus im Kantinenbereich

hohes Potenzial für uns. Hierfür bieten wir zum Beispiel zwei Speiseausgabenlinien, die sich für kleinere und mittelgroße Kantinen empfehlen. Auch hier haben wir kurze Produktions- und Lieferzeiten.

Wie ist Ihr Vertrieb strukturiert?

Im Außendienst arbeiten wir aktuell mit drei Gebietsverkaufsleitern, vier Regionalverkaufsleitern und einem Technischen Projektmanager. Wir planen den Außendienst weiter auszubauen und sind aktiv auf der Suche nach neuen Mitarbeitenden in diesem Bereich. Wir wollen auf sechs Regionalverkaufsleiter aufstocken. Daneben wollen wir unseren Schulungsbereich intensivieren.

Mit wie vielen deutschen Fachhändlern arbeiten Sie aktuell zusammen und was bieten Sie ihnen?

Zurzeit arbeiten wir mit 500 Fachhändlern zusammen und verzeichnen hier ein Wachstum. Unseren Partnern bieten wir ein umfangreiches Schulungsangebot vor Ort.

Viele unserer Partner haben ein E-Commerce angestoßen. Diesen, insbesondere deren Mitarbeitern am Telefon, bieten wir entsprechende Schulungen zu unseren Produkten an. Für unsere Servicepartnern

Eigene Entwicklung und Produktion: Die Universalspülmaschinen und die Stalgast Kochserie 700 ND werden in Radom gefertigt



SERIE (86): STALGAST

FACTS

- Stalgast wurde vor über 30 Jahren in Warschau/Polen von dem Ingenieursehepaar Bogdana und Krzysztof Kotecki gegründet und ist bis heute ein Familienunternehmen
- seit 2015 ist das Unternehmen mit einer eigenständigen Vertriebsniederlassung in Bremen vertreten, die Carsten Haubrock leitet
- in fast allen osteuropäischen Ländern aktiv, in Westeuropa vorrangig in Deutschland, Frankreich, Niederlande, Spanien, Österreich, Dänemark und in der Schweiz
- umfangreiches Portfolio von Edelmöbeln über Großküchengeräte (Kombidämpfer, Spültechnik, Lüftungstechnik etc) bis hin zu Kochutensilien, Kochgeschirr und Porzellan. Der Hauptkatalog umfasst 5.000 Produkte
- seit 2008 eigene Fertigung von Großküchentechnik und Edelmöbeln in Polen
- kurze Produktions- und Lieferzeiten durch das eigene Produzieren von Komponenten
- www.stalgast.de

bieten wir technische Schulungen. Daneben unterstützen wir sie direkt beim Endkunden, etwa bei Einweisungen in unsere Kombidämpfer. Auch bei unserer Software pCon bieten wir die entsprechenden Schulungen an, damit unsere Partner unseren virtuellen 3D-Küchenplaner optimal nutzen können.

Des Weiteren erhalten unsere Partner verschiedene Marketingtools wie Promotionsbroschüren und Unterstützung bei der Ausstattung von Showrooms. Wir verfügen zudem über einen eigenen Showroom in Bremen mit einer funktionierenden Küche, die Fachhändler und deren Kunden ausprobieren können.

Ein weiteres großes Anliegen ist es, den Fachhandel mit präzisen und ausgeschriebenen Produktbeschreibungen zu unterstützen und nicht nur mit Stichpunkten zu agieren. Damit liefern wir nicht nur Informationen zu unseren Produkten, sondern geben unseren Partner direkt Verkaufsargumente mit.

Wie viele Mitarbeiter hat Stalgast aktuell und was bieten Sie ihnen, um sie zu halten?

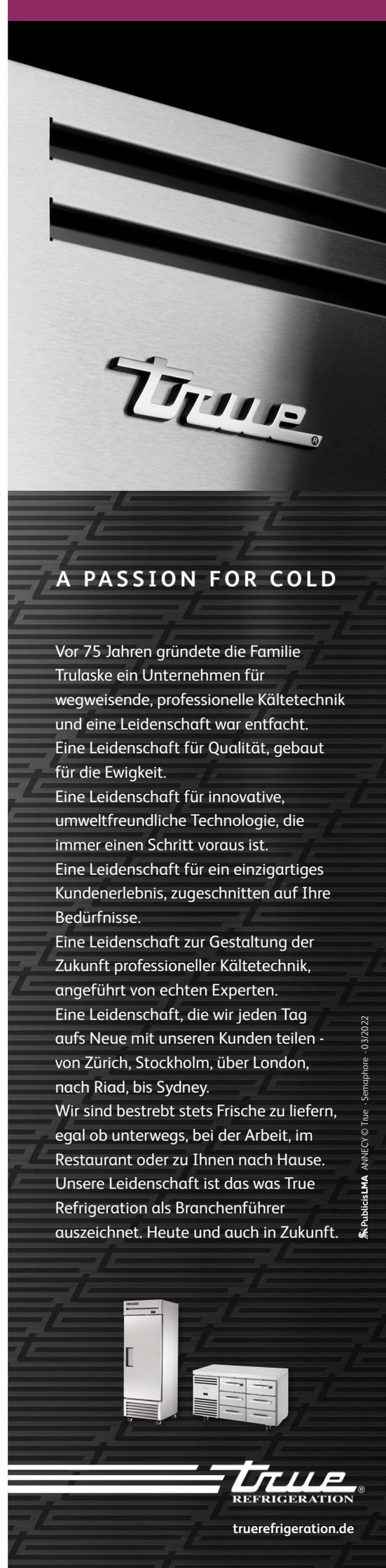
Wir wachsen im Moment, haben letztes und dieses Jahr ein Umsatzwachstum von jeweils 50 Prozent verzeichnet, und suchen aktiv Mitarbeitende. Von Bremen aus agiert ein 23-köpfiges Team. Was wir in allen Be-

reichen und Positionen anbieten, ist die individuelle Entwicklung hinsichtlich der eigenen Skills. Jeder in unserem Team kann sich in unterschiedlichen Bereichen weiterentwickeln. Wir bieten zudem Mitarbeiter-events und fördern den Austausch zwischen den Abteilungen.

Ein digitales Tool dabei ist muchskills, wo jeder Mitarbeiter oder Mitarbeiterin seine persönlichen Skills angeben kann. Wenn zum Beispiel bei Projekten eine Küche fotografiert und die Bilder anschließend bearbeitet werden sollen, kann der Außendienst in dem Tool nach Kollegen suchen, die Skills wie Fotografieren und Bildbearbeitung angegeben haben, und sich so ein kleines Team aus unterschiedlichen Bereichen zusammenstellen. Die Förderung und die Eigenverantwortung bei unseren Mitarbeitenden sind uns sehr wichtig.

Welche Unternehmensziele haben Sie sich für die nächsten Jahre gesteckt?

Wir möchten das große Wachstum von 50 Prozent pro Jahr bis zirka 2025 beibehalten. Bis dahin wollen wir eine Unternehmensstärke erreichen, in der wir als Mitbewerber wahrgenommen werden. Dementsprechend setzen wir uns hohe Ziele und analysieren mit welchen Partnern und welchen Kanälen wir dies erreichen können.



A PASSION FOR COLD

Vor 75 Jahren gründete die Familie Trulaske ein Unternehmen für wegweisende, professionelle Kältetechnik und eine Leidenschaft war entfacht. Eine Leidenschaft für Qualität, gebaut für die Ewigkeit.

Eine Leidenschaft für innovative, umweltfreundliche Technologie, die immer einen Schritt voraus ist.

Eine Leidenschaft für ein einzigartiges Kundenerlebnis, zugeschnitten auf Ihre Bedürfnisse.

Eine Leidenschaft zur Gestaltung der Zukunft professioneller Kältetechnik, angeführt von echten Experten.

Eine Leidenschaft, die wir jeden Tag aufs Neue mit unseren Kunden teilen - von Zürich, Stockholm, über London, nach Riad, bis Sydney.

Wir sind bestrebt stets Frische zu liefern, egal ob unterwegs, bei der Arbeit, im Restaurant oder zu Ihnen nach Hause. Unsere Leidenschaft ist das was True Refrigeration als Branchenführer auszeichnet. Heute und auch in Zukunft.



True
REFRIGERATION