Interview: Alfred Steffen Clouth und Dieter Karl Bonn, Almarit/Asuso

Almarit und Asuso auf Expansionskurs

Bei Almarit und Asuso, Hersteller von Lacken und Ölen zur Oberflächenbehandlung von Holzböden, sind die Weichen auf Expansion gestellt. Mit dem neuen jungen Geschäftsführer Alfred Steffen Clouth und dem erfahrenen Vertriebsprofi Dieter Karl Bonn sind im Unternehmens zwei Macher am Ruder, die für die beiden Töchter der Clouth-Mutter große Pläne haben. ParkettMagazin traf Clouth und Bonn zu einem Gespräch über deutschlandweites Wachstum, internationale Märkte, Personalaufbau, Internet-Shops und Familienverpflichtungen.

ParkettMagazin: *Herr Clouth, Sie sind seit April Geschäftsführer bei Almarit Lacke und bei Asuso. Was planen Sie?*

Alfred Steffen Clouth: Einiges. Zur Zeit sind wir noch ein eher regional agierendes Unternehmen mit einem geringen Exportanteil, aber wir werden wachsen, deutschlandweit wie international. Um erstmal das landesweite Geschäft und das in Zentraleuropa weiter aufzubauen, haben wir Dieter Karl Bonn als Vertriebsleiter, der eine 15-jährige Markterfahrung mitbringt, für uns gewinnen können. Mit ihm versprechen wir uns eine erhebliche Stärkung in der Durchsetzung unserer Ziele.

Für das internationale Geschäft haben wir zusätzlich Hans Hättich neu mit im Boot. Dieser ist ebenfalls kein Unbekannter in der Branche und kennt sich über viele Jahre im Export aus. Hättich wird weltweit für uns, das heißt für Almarit und Asuso, neue Absatzmärkte erschließen. Die Weichen sind also auch für den Export gestellt.

PM: *Wo setzen Sie die Schwerpunkte?*

Dieter Karl Bonn: Bisher sind wir in einigen Regionen Deutschlands gut vertreten, hier kennt man uns und unsere Produkte sehr gut. Dazu gehören vor allem der Süden Deutschlands, das Rhein-Main-Gebiet und Berlin. In weiten Teilen der Republik ist unser Bekanntheitsgrad leider nicht ganz so hoch, jedoch bietet sich dort die Chance, unser 2-Schicht-System nachhaltig zu platzieren. Dieses Ziel habe ich mir mit meinem Team gesetzt.

PM: *Wie wollen Sie die genannten zusätzlichen Marktanteile realisieren?*

Bonn: Wir werden intensiv in Kernregionen Fachhandwerker betreuen, die wir direkt beliefern wollen. Wir gehen natürlich auch über die Innungsfachbetriebe und werden uns deshalb in den nächsten Jahren aktiv um Innungen und deren Mitglieder bemühen. Zudem werden wir uns dem Objektgeschäft stärker widmen.

Produkttechnisch steht unser Almarit-PremiumSystem 1+1=3 im Focus der Vermarktung. Eine Parkettversiegelung im 2-Schicht- statt eines 3-Schicht-Sytems mit optimalen Verarbeitungs- und Oberflächeneigenschaften. Mit diesem Produkt spart der Verarbeiter Zeit sowie Material und erzielt einen höheren Gewinn. Dieses Highlight hat Priorität in unserer Vermarktungsstrategie hochwertiger Oberflächenveredelungen.

PM: *Welche Länder stehen für den Export im Fokus?*

Bonn: Almarit und Asuso wollen in den an Deutschland angrenzenden Ländern, also in Zentraleuropa, wachsen.

Clouth: Wir schauen weiterhin auch weltweit nach neuen Märkten. Ganz klar sind Asien, Indien und die USA für uns wichtige Zukunftsmärkte.

PM: *Wie wollen Sie den Auslandsvertrieb strukturieren?*

Clouth: Anfänglich werden wir im Ausland über Importeure arbeiten. Das ist für uns derzeitig die effektivste Methode, Neukunden zu akquirieren.

Bonn: Die Clou-Holding hat in Südafrika aktuell eine neue eigene Gesellschaft gegründet, um den Markt zu versorgen. Wir werden diese Organisation vor Ort nutzen, um Almarit und Asuso aktiv im „Huckepack" mit zu vermarkten.

Clouth: In Polen hat die Clou-Holding ebenfalls eine eigene Gesellschaft, die dort unsere Produkte erfolgreich verkauft.

PM: *Zurück zum Binnenmarkt: Wie verkaufen Sie hier, wie kommen Sie an Ihre Kunden?*

Bonn: Wir sehen uns in erster Linie als Direktanbieter für das Fachhandwerk. Aber wir werden in der Zukunft auch mit Fachgroßhändlern zusammenarbeiten. Fachhändler, die unsere Pro-

Alfred Steffen Clouth:
„Zurzeit sind wir noch ein eher regional agierendes Unternehmen mit einem geringen Exportanteil, aber wir werden wachsen. Wir schauen weltweit nach neuen Märkten. Ganz klar sind Asien und Indien und die USA für uns wichtige Zukunftsmärkte."

Dieter Karl Bonn:
„Wir sehen uns in erster Linie als Direktanbieter für das Fachhandwerk. Aber wir werden in der Zukunft auch mit Fachgroßhändlern zusammenarbeiten. Fachhändler, die unsere Produkte verkaufen wollen und unser Know-how weitergeben, sind unsere Zielgruppe."

dukte verkaufen wollen und unser Know-how weitergeben, sind dabei unsere Zielgruppe.

Im Rhein-Main-Gebiet arbeiten wir seit Jahrzehnten sehr aktiv mit dem Parkettgroßhändler Findt aus Frankfurt und Glauburg zusammen. Das ist eine sehr gute Partnerschaft, die passt. Marketingseitig wollen wir über Direkt-Aktionen, die wir regelmäßig durchführen, an neue Kunden gelangen.

Clouth: Wir arbeiten heute und in den kommenden Jahren daran, den Markt deutschlandweit flächendeckend zu versorgen.

***PM:** Überschneiden sich die Zielgruppen von Almarit und Asuso?*

Clouth: Gar nicht so sehr. Zwar werden beide Unternehmen gleich vermarktet, d. h. wo Almarit im Parkettbereich ist, ist auch Asuso im Holzfußbodensegment und umgekehrt. Die Produkte passen natürlich gut zusammen.

Bonn: Wir haben im Moment kaufende Kunden im Parkettbereich, die sowohl bei Almarit als auch bei Asuso kaufen. Die Kunden werden von zwei sehr kompetenten Fachberatern betreut, die für Almarit und Asuso verantwortlich zeichnen. Die Asuso hat bisher deutlich mehr Kunden, da deren Produktpalette zur Holzveredelung größer ist. Asuso hat deshalb einen höheren Bekanntheitsgrad.

***PM:** Wer sind die Asuso-Kunden?*

Clouth: Unser Kundenkreis ersteckt sich vom Großhandel über den Verarbeiter bis hin zur Industrie. Wir haben für alle Abnehmer dieser Zielgruppen das passende Angebot. Wir haben neben den Produkten für Parkett eine Vielzahl weiterer Produkte für andere Anwendungen auf Holz.

Alfred Steffen Clouth:
„Wir werden auch personell wachsen, aber alles Schritt für Schritt. Erst einmal werden wir unsere Fachberatermannschaft ausbauen, wir setzen auf eigene, hochkompetente Fachleute, die für Almarit und Asuso arbeiten und beide Marken mit gleichem Engagement vertreten."

Dieter Karl Bonn:
„Unser mittelfristiges Ziel ist es, zu den ersten fünf Herstellern für die manuellen Oberflächenveredelungen von Holz- und Parkettoberflächen zu gehören."

Bonn: Wir bieten dem Holzfußboden-Spezialisten im Ölbereich bewusst ein kompaktes Programm: Ein Hartöl und ein Hartöl-Wachs, beide auf High-Solid Basis, natürlich mit der darauf abgestimmten einfach anzuwendenden Pflege. Damit decken wir die Bedürfnisse des Öl-Marktes ab.

***PM:** Auf der Asuso-Seite gibt es einen Link zum Internet-Shop. Welche Idee steht dahinter, wie läuft der Verkauf in der Praxis?*

Clouth: Ich bin überzeugt, dass das Internet noch viel wichtiger werden wird. Das ist ganz klar ein zusätzlicher Markt der Zukunft. Für den Asuso-Shop sind wir zwar der offizielle Betreiber.

Der Shop läuft unter der Asuso-Marke, ist aber ausgelagert an einen unserer Kunden, den wir quasi als Händler beliefern. Und der macht für uns den Kleinversand, fakturiert und verschickt weltweit. ▶

Bonn: Wir sprechen hier über Kleinstmengen, Einzelgebinde von Pflegemitteln und Ölen. Unser Onlineshop-Handelspartner ist nicht einfach irgendein Internetvermarkter, sondern ein Fachmann, der genau weiß, wie unsere Produkte anzuwenden sind. Er kennt sich u.a. bestens mit der Werterhaltung von Parkettfußböden durch die geeignete Pflegemaßnahme aus. Er hat das Knowhow für eine optimale Beratung.

***PM:** Gibt es konkrete Planungen zur personellen Verstärkung des Vertriebs?*

Clouth: Ja, wir werden auch personell wachsen, aber alles Schritt für Schritt. Erst einmal werden wir unsere Fachberatermannschaft ausbauen, zwei Fachberater für den Norden und später noch zwei im Westen sind geplant. Wir setzen auf eigene, hochkompetente Fachleute, die für Almarit und Asuso arbeiten und beide Marken mit gleichem Engagement vertreten.

Bonn: Unsere derzeitigen Fachberater sind langjährige Spezialisten, die auch Baustellen betreuen. Sie sind Anwendungstechniker, Verkäufer und Berater in einer Person.

***PM:** Herr Clouth, Sie stehen als neuer Geschäftsführer und Familienjunior sicher unter besonderer Beobachtung?*

Clouth: Allerdings. Mein Vater ist geschäftsführender Gesellschafter der Clou-Holding, unserem Mutterunternehmen. Auch meine Großeltern sind noch im Betrieb, ein Großonkel ist in der Berliner Niederlassung tätig.

Ich habe also sozusagen der ganzen Familie gegenüber Rechenschaft abzulegen. Aber es macht mich auch stolz, die Familie vertreten zu dürfen. Darauf lässt sich gut aufbauen. Und ich habe mir ein Ziel gesetzt: 25 % Wachstum.

***PM:** Das klingt sehr ambitioniert.*

Bonn: Richtig. Unser mittelfristiges Ziel ist, zu den ersten fünf Herstellern für die manuellen Oberflächenveredelungen von Holz-/Parkettoberflächen zu gehören.

Almarit Lacke, Asuso, Alfred Clouth Lackfabrik

Alfred Clouth Lackfabrik
GmbH & Co. KG
Otto-Scheugenpflug-Straße 2
D-63073 Offenbach/M.
Telefon: 069 / 89 00 7-0
Fax: 0 69 / 89 007-143
E-Mail: info@clou.de
Internet: www.clou.de

Gründungsjahr: 1917
Mitarbeiterzahl Deutschland: 250

Verbandsmitglied bei:
- CTA Chemisch-Technische Arbeitsgemeinschaft Parkettversiegelung

Geschäftsführung:
Alfred Clouth

Almarit Lacke GmbH
Görlitzer Straße 9-11
D-83395 Freilassing
Telefon: 08654 / 46 74-0
Telefax: 08654 / 46 74-13
E-Mail: info@almarit.de
Internet: www.almarit.de

Gründungsjahr: 1966
Mitarbeiterzahl: 17

Muttergesellschaft:
Alfred Clouth Lackfabrik GmbH & Co. KG

Verbandsmitglied bei:
- CTA Chemisch-Technische Arbeitsgemeinschaft Parkettversiegelung
- GEV Gemeinschaft Emissionskontrollierte Verlegewekstoffe, Klebstoffe und Bauprodukte e. V.

Geschäftsführung: Alfred Steffen Clouth
Vertriebsleitung:
Dieter Karl Bonn

Asuso GmbH
Görlitzer Straße 9
D-83395 Freilassing
Telefon: 08654 / 77 25 05
Telefax: 08654 / 77 25 06
E-Mail: info@asuso.de
Internet: www.asuso.de

Gründungsjahr: 1929
Mitarbeiterzahl: 16

Muttergesellschaft:
Alfred Clouth Lackfabrik GmbH & Co. KG

Verbandsmitglied bei:
- CTA Chemisch-Technische Arbeitsgemeinschaft Parkettversiegelung

Geschäftsführung und Vertriebsleitung:
Alfred Steffen Clouth