

Einheitliche Führung

Ciret hat sich eine neue Struktur gegeben. **diy** sprach mit der Führungsspitze über den künftigen Weg des Unternehmens.

Herr Rogusch, durch die erfolgten Umstrukturierungen in Ihrem Unternehmen kann der Eindruck entstehen, dass Sie der DIY-Branche nicht mehr die Bedeutung zumessen wie bisher.

Dieser Eindruck könnte vielleicht entstehen, wenn man die noch bis Mitte 2012 existente, führungsseitig und organisatorisch sehr strikte Trennung zwischen Storch (Profi) und Ciret

des gewerblich arbeitenden Endverbrauchers auf das Segment DIY. Bisher parallele, interne Arbeitsprozesse werden zusammengeführt, und DIY wird hiervon stark profitieren. Künftig stehen beide Vertriebsgesellschaften in unserer Kernregion DACH-BNL unter der einheitlichen Führung und Verantwortung von Jörg Heinemann. Unsere Mission heißt „Maler-Werk-Zeug“ (MWZ). Und diese Branche umfasst ziemlich gleich-

Dennoch: Können Sie durch die Zusammenfassung vielfältiger Vertriebslinien unter Ciret Ihre Handelspartner tatsächlich noch zielgruppengerecht und individuell bedienen?

Natürlich! Die ehemalige Color Expert GmbH hat ihr langjährig aufgebautes Know-how im DIY erfolgreich in die heutige fusionierte Ciret GmbH eingebracht, und es besteht bei uns keinerlei

tere Möglichkeiten auch für Kunden im DIY-Handel, die nur einzelne Produktsegmente von uns beziehen wollen. Warten Sie bitte einmal ab, welche Investitionen mit Relevanz für den DIY-Handel noch kommen werden.

Ihr Unternehmen ist in den vergangenen Jahren sehr kontinuierlich gewachsen. Wo sehen Sie weiteres Wachstumspotenzial?

Nun ja, wir sind im Umsatz in den vergangenen 30 Jahren jährlich um mehr als zehn Prozent gewachsen, und unser Marktanteil liegt trotzdem nur bei knapp 15 Prozent, bezogen auf ganz Europa, das Gebiet, auf das wir uns noch einige Jahre voll konzentrieren wollen. Unser erarbeiteter Marktanteil in Deutschland und in bestimmten anderen Ländern ist natürlich deutlich größer, was aber nicht heißen soll, dass wir dort nicht mehr wachsen wollen. Vor allem in bestimmten westeuropäischen Ländern haben wir noch aufzuholen.

Können Sie sich vorstellen, über Ihren angestammten Bereich Malerwerkzeuge hinaus Produktbereiche zu entwickeln oder Firmen zu akquirieren?

Nein, das kann ich mir nicht vorstellen. Das Spektrum „Maler-Werk-Zeug“ ist in der Storch-Ciret Group noch längst nicht so vollumfänglich ausgestattet, wie ich mir das perspektivisch vorstellen kann. Da gibt es noch so viel zu



Führungsspitze von Ciret: der geschäftsführende Gesellschafter Horst Rogusch (Mitte), der scheidende Geschäftsführer Roland Skibbe (l.) und sein Nachfolger Jörg Heinemann.

(Retail/DIY+Profi) vor Augen hat. Durch die interne Umstrukturierung soll aber ein neues Ziel erreicht werden: Ein stark verbesserter systematischer Transfer unserer branchenweit anerkannten Kompetenz in der Belieferung

wertig beide Segmente. Sie können mir glauben, wir nehmen unsere Mission wirklich ernst und haben keinesfalls vor, die ca. 50 Prozent der Branche, die aus DIY besteht, in irgendeiner Weise stiefmütterlich zu behandeln!

Zweifel, dies nicht erfolgreich weiterführen zu können. Der Geschäftsbereich Color Expert mit seinen Ergänzungssortimenten Contractor, Do It und Color Creative besteht doch voll weiter. Zusätzlich schaffen wir sogar wei-

tun, dass ich Investitionen in jede andere Produktkategorie als Verzettelung bewerten möchte. Der Kundennutzen, den die Storch-Ciref bieten möchte, würde verwässert.

Ihre Branche hat in den vergangenen Jahren einen dramatischen Konsolidierungsprozess erlebt. Glauben Sie, dass dieser nun abgeschlossen ist?

In Europa gibt es zwei große Unternehmen, die aber, auf ganz Europa bezogen und zusammen betrachtet, nur einen Marktanteil für MWZ von etwas mehr als 25 Prozent aufweisen. Dies ist, vor allem, wenn man den sehr ausgeprägten Nischencharakter dieser Branche berücksichtigt, sehr wenig. Der Rest der Branche ist weiterhin unglaublich fragmentiert. Ich glaube deshalb, dass die Kunden gut beraten sind, wenn sie die in den beiden letzten Jahrzehnten nicht ohne Grund sich herausgeschält habende Überlegenheit dieser beiden Wettbewerber noch stärker berücksichtigen. Ja, ich glaube, es werden weiterhin kleinere Wettbewerber, zumindest in ihrer Bedeutung, zurückgehen. Deshalb haben beispielsweise die Inhaber der drittgrößten Gruppe in Europa, der Firma Anza in Schweden, gerade ihre Anteile an einen branchenfremden Investor verkauft.

Herr Heinemann, Ihr Aufgabenbereich wurde in diesem Jahr erheblich erweitert. Unter anderem sind Sie künftig auch für den DIY-Bereich zuständig. Wo werden Sie Ihre Schwerpunkte setzen?

diy 3 | 2013

In meinem bisherigen Verantwortungsbereich Storch sprechen wir die Profis im Malerhandwerk an. Der private Endanwender hat andere Ansprüche an das Produkt und vor allem bei der Auswahl am POS. Diese Anforderungen genau zu verstehen, ist die Voraussetzung, um bestmöglichen Nutzen zu stiften.

Wie werden Sie versuchen, das Geschäft mit den Baumärkten zu stärken?

Die Positionierung unseres Ciref-Angebots (vor allem Color Expert, Do-it und Color Creativ und als weitere Ergänzung Contractor) im Baumarktgeschäft ist gut, und wir wollen unsere Position weiter verbessern. Die Baumarktbetreiber streben in ihrer Kundenansprache nach einer klaren Differenzierung. Unsere Aufgabe ist es, dieser Forderung nach Individualität zu entsprechen und unsere Angebote auf den Punkt zu gestalten.

Herr Skibbe, Sie werden das Unternehmen Ciref Ende Mai nach 13 Jahren verlassen. Haben Sie bereits eine neue Aufgabe? Bleiben Sie der Branche erhalten?

Nach dann 13 Jahren als Geschäftsführer Vertrieb in der Storch-Ciref Group, und mit 45 Jahren nun im „besten Alter“, freue ich mich darauf meine Erfahrungen in eine neue Aufgabenstellung einzubringen. Ich plane spätestens ab September eine neue berufliche Herausforderung zu beginnen, und befinde mich bereits in näherer Prüfung mehrerer interessanter Optionen innerhalb der DIY-Branche. ■

Jetzt vorbestellen!

Dähne Statistik diy 2013

auf 80 Seiten alle
wichtigen Kennzahlen
der Baumarktbranche



Daten per
Dezember
2012

- Die deutschen Baumarktbetreiber in Umsätzen, Flächen und Standorten
- Nationale und internationale Kennzahlen
- 10-Jahres-Entwicklung der Neueröffnungen und Größenklassen
- 15 Seiten statistisches Material zur Branchenentwicklung gesamt
- 25 Seiten mit Tabellen und Grafiken zur Baumarktentwicklung in Deutschland
- 20 Seiten Statistik zur Entwicklung deutscher Baumarktbetreiber im Ausland
- Sonderteil: Baumärkte in Österreich und in der Schweiz
- Sonderteil: Aktuelle Kennzahlen zur Garten- und Heimtierbranche
- CD-ROM mit Dateien im PDF- und Excel-Format

Dähne Statistik **diy** 2013
Herausgegeben von der **diy**-Fachredaktion
80 Seiten, Broschur inkl. Daten-CD-ROM
ISBN 978-3-935175-92-0, € 69,-
Erscheinungstermin: 2. April 2013

www.DIYonline.de/statistik

Dähne Verlag
Ich weiß.

Dähne Verlag GmbH
Postfach 10 02 50
76256 Ettlingen
Tel. +49 / 72 43 / 575-145
Fax +49 / 72 43 / 575-100
service@daehne.de