

?Allen voran steht immer der Mensch?



Seit der Gründung ist Retigo inhabergeführt und kein Teil einer Gruppe oder Gesellschaft. Unter den Mitarbeitern herrscht ein familiäres Kima, das zum Beispiel durch gemeinsame Aktivitäten und Teambuildings gefördert wird / Foto: Retigo

Mit Gründung im Jahr 1994 ist Retigo ein noch recht junges Unternehmen im Vergleich zu anderen Firmen der Branche. Wie alles begann, welche Ideen dahinterstehen und welche Entwicklung das Unternehmen in den vergangenen 25 Jahren durchlief, beantwortete der Trendkompass-Redaktion Commercial Manager Dr. Janine Kühn.

Frau Dr. Kühn, wie kam es zu dem Entschluss, Retigo ins Leben zu rufen und wie hat sich das Unternehmen seither entwickelt?

Unsere Gründer und heutigen Inhaber sahen den Bedarf einer Alternative zu den gängigen Fabrikaten, die in Anbetracht der Kaufkraft zur damaligen Zeit sehr teuer waren. Als ehemalige Mitarbeiter bei einem Hersteller für Räucheröfen brachten sie das entsprechende Know-how mit und hatten die Marktlücke erkannt. Das damalige Ziel war, ein Gerät von höchstem Qualitätsstandard zum besten Preis-Leistungs-Verhältnis zu entwickeln und zu bauen. Das erste Gerät wurde tatsächlich in einer Garage konstruiert, gewinnbringend verkauft und vom Erlös wurden neue Bauteile beschafft. Dieses nachhaltige Wirtschaften wird bis heute bewahrt. Retigo ist ein privates, inhabergeführtes Unternehmen ohne Fremdkapital, kein Teil einer Gruppe oder Gesellschaft und dadurch einer der letzten wirklich unabhängigen Hersteller auf dem Weltmarkt. Während zunächst nur der tschechische Heimatmarkt beliefert wurde, stellte sich während der ersten Geschäftsjahre schnell heraus, dass unsere Technik auch in anderen Märkten auf großes Interesse stößt, nach und nach vergrößerte sich der Exportanteil. 1998 bezog Retigo eigene Werkshallen, eine neue Produktionshalle wurde im gleichen Jahr gebaut. Nachdem 2012 eine Zweigstelle

in Prag eingerichtet wurde, ist nun Deutschland das erste Land mit eigener Niederlassung. Insgesamt liefern wir heute in weit über 50 Länder.

Auf welchen Märkten sind Sie aktiv?

Unser Exportanteil liegt aktuell bei über 80 Prozent. Die europäischen Schlüsselmärkte sind abgesehen von Deutschland unter anderem Frankreich, die Schweiz, Polen, die Slowakei, UK und Norwegen. Russland hat in den vergangenen Jahren ein beeindruckendes Wachstum aufgezeigt, Tendenz weiter steil nach oben. Interessant wird für uns aktuell auch der nordamerikanische Markt, hier haben wir einen sehr guten Partner gefunden, der im ganzen Land bestens aufgestellt ist.

In diesem Jahr konnten Sie 25. Firmenjubiläum feiern. In der zweiten Generation ist die Vision-Kombidämpferserie auf dem Markt. Innerhalb der Branche hört man sowohl von Fachhändlern als auch von Endanwendern oft Lob über Ihr Unternehmen und die Geräte.

Wie erklären Sie sich Ihren Erfolg?

Wir sind nicht nur Hersteller, sondern auch Dienstleister für den Fachhandel und den Endanwender, dementsprechend ist einerseits das Produkt und andererseits die Dienstleistung zu beurteilen. Unserer Ansicht nach ist die Kombination eines qualitativ sehr guten Produkts mit individuellen Vorteilen, eines sehr interessanten Preis-Leistungs-Verhältnisses im Premiumbereich und nicht zuletzt eine Vertriebspolitik, die auf Anforderungen im Markt eingeht, der Schlüssel zum Erfolg. Allen voran steht immer der Mensch ? sowohl unsere Mitarbeiter als auch unsere Partner, die diesen Erfolg gemeinsam geschaffen haben und die Philosophie täglich aufs Neue gemeinsam leben. Als mittelständisches Unternehmen verfügen wir über flache Hierarchien, engagierte und erfahrene Mitarbeiter, die die Begeisterung nach außen tragen, ihre Arbeit lieben und die familiäre Atmosphäre innerhalb unserer Firma sehr schätzen. Sowohl hier als auch im internationalen Bereich erfolgt der Vertrieb ausschließlich über den Fachhandel und mit diesem pflegen wir ein enges und partnerschaftliches, faires und offenes Miteinander. Ein zufriedener Fachhändler, der sich wahrgenommen und wertgeschätzt fühlt und der auf uns und unsere Unterstützung vertrauen kann, ist der Schlüssel zum Erfolg.

Was macht übrigens der geplante Ausbau in Ruhpolding? Sie hatten die Fertigstellung für Ende des Jahres angepeilt.

Das Jahr 2018 hat uns im positiven Sinne sehr gefordert und der Bedarf nach einer größeren Lagerfläche in Deutschland, um kurzfristig handeln zu können, manifestierte sich. Wir standen vor der Entscheidung, in ein neues Gebäude zu investieren oder an unserem jetzigen Standort Räumlichkeiten zuzumieten. Wir haben uns für Letzteres entschieden, denn abseits unserer nachhaltigen Arbeit steckt in unserem Standort in Ruhpolding auch eine große Portion positiver Emotionen. Im Zuge der vergrößerten Lagerkapazität wurden die Räumlichkeiten umgebaut und renoviert, eine neue Profiküche wurde eingebaut. Im Frühjahr 2019 konnten wir diese dann einweihen.

Anfang des Jahres erhielten Sie die Energy Star Zertifizierung für das Kombidämpfermodell Blue Vision B1011i elektro, weil es besonders sparsam ist. Die Themen Effizienz und Sparsamkeit werden ja insgesamt immer wichtiger. Sind solche Zertifizierungen für Sie eine Bestätigung, auf dem richtigen Weg zu sein?

Das Thema Effizienz und Sparsamkeit war für uns schon immer von ganz besonderer Bedeutung. Bereits 2012 haben wir die Energieverbrauchsanzeige EcoLogic auf dem

Display eingeführt, um Anwender für das Thema zu sensibilisieren und auf unsere Ressourcen schonendere Technik hinzuweisen. Seitdem wurde jede Neu- und Weiterentwicklung unter diesem Aspekt durchgeführt. Zertifizierungen wie der EnergyStar oder Kiwa Gastec belegen natürlich, dass hinter unserem Versprechen auch Tatsachen stehen. Darüber hinaus gibt es eine ganze Bandbreite an Zertifizierungen, die in verschiedenen Märkten ganz unterschiedliche Relevanzen haben, auch hier ist man als Hersteller immer wieder gefordert, die Technik zu optimieren und in die Prüfverfahren zu investieren. Dennoch möchte ich hier sensibilisieren ? hinter vielen Zertifizierungen steht zunächst ein Marketingaspekt und natürlich eine Investition, kein Prüfzeichen ist kostenlos und im Endeffekt zahlt dafür dann der Käufer.

Wichtig ist auch zu unterscheiden: Welche Zertifizierungen werden von unabhängigen Prüfinstituten vorgenommen und welche kann sich ein Hersteller nach einem selbst im eigenen Haus durchgeführten Prüfverfahren selbst auf die Stirn schreiben? Wie sind die Prüfverfahren ausgestaltet ? besteht hier Spielraum oder sind die Vorgaben so detailliert, dass es keine Abweichungen duldet? Leider besteht hier meines Erachtens bezüglich mancher Messverfahren Nachbesserungsbedarf, auch muss dem Kunden deutlich kommuniziert werden, auf welchen Grundlagen und nach welchen Maßgaben was genau bewertet wurde.

Besonders stolz sind wir in Anbetracht dieser Tatsache auf die unabhängige Auszeichnung ?Firma des Jahres?, die wir Ende des letzten Jahres als erstplatziertes Unternehmen in der Tschechischen Republik gewonnen haben. In Zeiten der Klimadiskussion wird das Thema in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, dementsprechend ist unsere Entwicklung ständig damit beschäftigt, auch hier das Optimum aus unserer Technik herauszukitzeln.

Neben den Kombidämpfern ? die Sie einmal als Ihre Wachstumstreiber bezeichnet haben ? bieten Sie auch weiteres Profi-Equipment für die gewerbliche Küche. Wie wird dieses angenommen?

Weiteres Equipment, welches wir im Sortiment führen und vertreiben, fassen wir unter dem Namen ?Vision Chef Konzept? zusammen. Der Holdomat und die Schockfroster ergänzen den Kombidämpfer perfekt und runden das Küchenkonzept ab. Mit passendem Zubehör wie beispielsweise Stapelkits lassen sich diese Geräte perfekt kombinieren und integrieren. Einen wichtigen Aspekt stellt auch das Gastronormzubehör dar, hier gibt es eine ganze Bandbreite von unterschiedlichen Qualitätskategorien. Das eingesetzte Zubehör in Art und Beschaffenheit beeinflusst maßgeblich das Garergebnis. Wir arbeiten hier eng mit dem Hersteller AMT Gastroguss zusammen, der Gastronormzubehör von höchstem Qualitätsstandard fertigt. Zugpferd ist und bleibt aber das, was wir selbst entwickeln und herstellen ? der Kombidämpfer.

In welchem Gastgewerbesegment sind Ihre Geräte verstärkt vertreten?

Noch bis vor einigen Jahren waren wir in der Gastronomie stärker vertreten als in Hotellerie und GV, mittlerweile hat aber insbesondere letztere stark aufgeholt und heute würde ich das Verhältnis in den drei Segmenten als gleichmäßig aufgeteilt empfinden. Jedes Unternehmen, das Neuanschaffungen tätigt, hat natürlich ähnliche Ansprüche: hohe Qualität zu einem fairen Preis, langlebige Technik, niedrige laufende Kosten und nicht zuletzt eine optimale und ehrliche Kundenbetreuung. An dieser Stelle steht natürlich auch unser Bindeglied, der

Fachhändler und Servicepartner, mit dem wir Hand in Hand arbeiten, das macht einfach Freude. Alle weiteren Argumente gehen dann ins Detail und sind immer kundenspezifisch.

Wie geht Retigo mit dem Branchenthema Digitalisierung um?

Bereits vor einiger Zeit führten wir bei unseren Geräten die LAN-Funktion ein, die einen Zugriff von Computer und mobilen Endgeräten auf den Kombidämpfer zulässt und einige weitere Optionen bietet. Zum damaligen Zeitpunkt war die Digitalisierung in der Großküche noch nicht wirklich angekommen. Somit boten wir den Kunden die Option kostenlos an und verzichteten darauf, es als spektakuläre Neuentwicklung anzupreisen. Der Erfolg einer Sache ist mitunter darin begründet, dass eine Nachfrage bedient werden kann, die zuvor nicht existierte oder nicht auf diese Weise bedient werden konnte. Unserer Ansicht nach wurde diese Nachfrage inzwischen geschaffen und der Markt reagiert.

Großes Interesse haben wir an herstellerunabhängigen Plattformen, die eine neutrale, kundenspezifische Oberfläche anbieten, um alle Küchengeräte zu vernetzen. Vor Kurzem ist in Berlin das Futurium in Betrieb gegangen, die komplette Küche, auch unsere Kombidämpfer, wurden hier mittels m2m System vernetzt. Parallel arbeiten wir an der Weiterentwicklung unseres Connectivity-Systems und werden dieses in der nächsten Zeit vorstellen. Was uns wichtig ist, dieses System nicht als Mehrwert anzupreisen, für den im Endeffekt der Servicepartner aufkommt, zum Beispiel weil von ihm schnellere Reaktionszeiten erwartet werden. Unser Connectivity-System wird eine Plattform, in erster Linie für die Anwender, mit vielen hilfreichen Funktionen und soll diese bei der Arbeit unterstützen, ihnen Austausch untereinander und einfaches Gerätemanagement ermöglichen. Nur wenn es gewünscht ist, kann der Kunde seine Daten mit seinem Servicepartner oder mit uns teilen schließlich sind es seine eigenen Daten.

Welchen Einfluss nehmen weitere Themen wie Ergonomie, Effizienz und Fachkräftemangel bei Geräte-Neuentwicklungen?

Seit dem ersten Kombidämpfer verfügen die Geräte über einen Quereinschub. Das macht das einhändige Einschieben möglich, das Umgreifen entfällt und kleinere Schalen oder Teller sind nebeneinander jederzeit griffbereit. Auch in der Effizienz haben wir bereits vor Jahren kräftig vorgelegt und legen ständig nach. Beispielsweise ist die Wärmerückgewinnung in Form eines Wärmetauschers bei uns sowohl in Boilergeräten als auch solchen mit Direkteinspritzung standardmäßig seit vielen Jahren verbaut.

Mit unserer neuesten Gerätegeneration Vision 2 haben wir in vielen Punkten nochmals deutliche Maßstäbe gesetzt sowohl bei Verbrauchswerten als auch der Steuerung. Auf diese sind wir besonders stolz: einfach, intuitiv und vor allen Dingen individuell einstellbar. Dies ist essenziell, wenn es um den Fachkräftemangel geht. Blue Vision Geräte sind binnen Sekunden so konfiguriert, dass das Personal nur noch auf das entsprechende Symbol drücken muss, unsere Anwendungsberater helfen hierbei. Viele weitere Softwarefunktionen unterstützen zusätzlich Erinnerungen, Hinweise alles ist ganz individuell einstellbar. Bei allen Entwicklungsschritten stellen wir sicher, dass unsere Technik eine ehrliche und echte Weiterentwicklung darstellt, ohne eben zu hypertechnologisieren.

Spüren Sie den Fachkräftemangel auch in Ihrem Unternehmen? Wenn ja, welche Instrumente haben Sie, um Mitarbeiter zu binden?

Insbesondere in der Tschechischen Republik ist der Fachkräftemangel ein großes Thema die Arbeitslosenquote liegt hier aktuell bei unter zwei Prozent und es ist nicht einfach,

erfahrene und gut ausgebildete Arbeitskräfte zu finden. Abseits der gängigen Mittel wie zusätzlichen Leistungen, einer sehr guten Vergütung, betrieblichen Altersversorgung usw., ist für uns die Unternehmensphilosophie ein wichtiger Schlüsselaspekt. Mitarbeiter in ?Managerpositionen? genießen eine große Flexibilität und Entscheidungsfreiheit, können aktiv mitgestalten. Gemeinsame Freizeitaktivitäten, Teambuildings und besondere Aktionen fördern den Zusammenhalt unter den Mitarbeitern und schaffen ein familiäres Klima. Beispielsweise hat jeder Mitarbeiter im Werk an Weihnachten traditionell einen Karpfen auf dem Tisch, den der Arbeitgeber am letzten Arbeitstag vor den Feiertagen an alle Mitarbeiter übergibt.

Innerhalb der Branche hört man sowohl von Fachhändlern als auch von Endanwendern oft Lob über Ihr Unternehmen beziehungsweise über Ihre Geräte: ?Immer ansprechbar, helfen sofort, bodenständig, gutes Preis-/Leistungsverhältnis? ? um einige Vokabeln zu nennen ? heißt es dann. Wie erklären Sie sich dieses Feedback?

Menschen machen Geschäfte ? und es ist die Menschlichkeit und das Miteinander, das wir leben. Retigo ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit einem gesunden Wachstum, kein umsatzgetriebener Konzern, der jedes Jahr das Rad neu erfinden muss ? das spüren wir als Mitarbeiter, unsere Partner und am Ende auch die Kunden. Ein ehrliches Arbeiten auf Augenhöhe mit unseren Partnern hat oberste Priorität.

Die Branche an sich würde ich durchaus als teilweise hektisch bezeichnen, manchmal sehe ich uns inmitten dieses Trubels als Ruhepol und nicht zuletzt habe ich oft das Gefühl, unser Messestand ist das ?Wohnzimmer? unserer Fachhandelspartner. Hier ziehen sie sich immer gerne zurück, um sich auszutauschen, zu netzwerken und mal ein paar Minuten für sich zu sein. Vor allen Dingen habe ich gelernt, dass es wichtig ist, zuzuhören, viel aufzunehmen und nicht einfach eine Entscheidung zu fällen und diese bestmöglich zu präsentieren. Der Markt formt ein Unternehmen wie uns, wenn man ihm Zeit gibt, uns die richtige Position aufzuzeigen. Zusammen mit wunderbaren Kollegen, einem engagierten, tollen Team, einem grandiosen Backup unserer Kollegen im Werk gelingt uns das sehr gut und dieses Gefühl macht uns sehr stolz.

Wie ist Ihr Deutschlandvertrieb aufgestellt, wie viele Außendienstler betreuen welche Vertriebsgebiete?

Da wir eine verhältnismäßig kleine Mannschaft sind, ist es wichtig, dass unser Aufgabenbereich nicht streng aufgeteilt ist ? jeder hat zwar seinen eigenen Schwerpunkt im Vertrieb, Service oder in der Anwendungsberatung, wir sind jedoch flexibel in allen Bereichen einsetzbar und ohne streng festgelegte Vertriebsgebiete. Wir betreuen den deutschen Markt mit insgesamt sieben Mitarbeitern.

Gibt es festgelegte Voraussetzungen, die ein Fachhändler erfüllen muss, um Ihr Partner zu werden?

Wir machen bei Unternehmensgröße oder Abnahmemengen keinen Unterschied. Vielmehr ist uns wichtig, dass ein Fachhändler? ob groß, klein, alt oder jung ? eine Geschäftspartnerschaft lebt. Wir schätzen Fachhändler als Partner und leben dieses Miteinander ständig im Alltag. Ganz wichtig ist uns, dass der Fachhändler den ?Dienst am Kunden? (und damit ist nicht nur der Kundendienst gemeint) in seinem Unternehmen genauso lebt, wie wir es ihm gegenüber tun. Hierzu zählen eine kompetente Beratung, ein ehrliches Miteinander und ein guter Service, denn auch die beste Technik hat ihre Grenzen

dort, wo der Mensch sie einplant, installiert, bedient, wartet und repariert. Mitunter sind Unternehmen sehr unterschiedlich aufgestellt und jedes hat seinen persönlichen Fokus, nicht immer können alle Marktbereiche und Services abgedeckt werden. Aber das ist überhaupt kein Problem, denn genau da kommt das Thema "Partnerschaft" zum Einsatz: Unser Support und die Zusammenarbeit unserer Fachhandelspartner, die sich gegenseitig unterstützen, runden das Gesamtpaket ab.

Welches Servicepaket schnüren Sie Ihren Partnern? Wird der Service-Aspekt in Zukunft immer wichtiger für den Fachhandel werden?

Ein allumfassender Service seitens des Fachhandels und der Endkunden ist für uns absolute Erfolgsgrundlage. Das bedeutet, dass beim Endanwender auch mal eine zweite oder eine dritte Einweisung oder Einschulung ohne Zusatzkosten realisiert wird, selbst wenn das Gerät schon ein paar Jahre alt ist und neue Mitarbeiter geschult werden müssen. Dies verstehen wir als selbstverständlichen Kundenservice. In manchen Fällen wird eine intensive Unterstützung bezüglich spezieller Garverfahren verlangt, zum Beispiel in Betrieben, die sich auf spezielle Produkte konzentrieren – auch hier stehen wir mit Rat und Tat zur Seite. Selbst eine betriebsbegleitende Unterstützung bei Neugründungen wird dann und wann gerne in Anspruch genommen und die ein oder andere Sonderfunktion wird innerhalb kürzester Zeit in der Gerätesoftware realisiert, wenn ein Anwender einen besonderen Wunsch hat – denn wir fertigen unsere Geräte für unsere Fachhändler und letztendlich für unsere Kunden. Erst, wenn alle zufrieden sind, dann sind wir es auch.

Retigo ist zunehmend im Projektgeschäft tätig – mitunter kein einfacher Wettbewerb.

Welche Erfahrungen haben Sie mit Ausschreibungen machen können?

Das Projektgeschäft an sich ist schon eine sehr wichtige Sparte – da unsere Technik ein interessantes Preis-Leistungs-Verhältnis bietet, ist es nur natürlich, dass wir auch hier punkten dürfen. Besonders schön sind die Momente, in denen zufriedene Kunden uns ihr Feedback geben, wenn Planer uns ihr Vertrauen schenken und unsere Partner zufrieden und glücklich sind, weil ein Erfolg gelungen ist. Besonders ärgerlich sind die Momente, in denen deutlich wird, dass mit fraglichen Mitteln gearbeitet wird, wenn Unternehmen mit aller Gewalt ihren eigenen Erfolg durchsetzen wollen. Das ist speziell dann erschreckend, wenn man realisiert, dass es meist um öffentliche Gelder geht. Wir wünschen uns in allen und insbesondere in diesem Bereich einen fairen und sportlichen Wettbewerb.

Welche nächsten Schritte plant Retigo?

Wir wollen eine neue Produktionshalle bauen, 2021 soll sie fertig sein und uns die doppelte Produktionskapazität im Vergleich zu heute ermöglichen. Parallel investieren wir in umweltfreundliche, nachhaltige und ressourcenschonende Gebäude- und Anlagentechnik. Angesichts der anhaltend schwierigen Situation auf dem Arbeitsmarkt werden wir auch weiterhin in Automatisierung und Digitalisierung unserer Produktionstechnik investieren. Die Weiterentwicklung und stetige Optimierung unserer Geräte sind ein parallel fortlaufender Prozess. Generell werden wir unserer Philosophie treu bleiben, nachhaltig zu wachsen, und genau das bleiben, was wir sind und was uns auszeichnet: ein Unternehmen, bei dem Menschlichkeit, Fairness und Partnerschaften an erster Stelle stehen.

FACTS

Seit 1994 ist Retigo Hersteller von Geräten für die Gastronomie. Der Fokus liegt auf Kombidämpfern.

Im weiteren Portfolio: Holdomat und Schockfroster

Hauptsitz im tschechischen Rožnov, in Deutschland agiert man von Ruppolding aus.

Als privates Unternehmen mit fünf Teilhabern ist Retigo unabhängig, nicht fremdfinanziert und dadurch flexibel.

Die aktuelle Kombidämpferserie Vision wird weltweit vertrieben.

Acht, flexibel in Vertrieb, Service oder in der Anwenderberatung einsetzbare Mitarbeiter betreuen den deutschen Markt; keine streng festgelegten Vertriebsgebiete.

Das Interview erschien - in gekürzter Form - zuerst in der Ausgabe 10-2019 des Trendkompass.