

REPORTAGE & INTERVIEW

## Mit innovativen Produkten auf Wachstumskurs



Seit über acht Jahrzehnten fertigt FEUMA in Thüringen Universalküchenmaschinen für die Großküche bis hin zum Sternerestaurant. Wir sprachen mit dem neuen Geschäftsführer Maik Döring über die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Unternehmens. Von Yvonne Ludwig-Alfers

FEUMA blickt auf eine 80-jährige Firmengeschichte zurück. Wo liegen die Wurzeln und wie hat sich Ihr Unternehmen entwickelt?

Das Unternehmen wurde 1937 in Gößnitz gegründet. Nach dem Zweiten Weltkrieg und der Gründung der DDR wurde es im Jahr 1949 in einen Volkseigenen Betrieb (VEB) überführt. Bis 1989 arbeiteten hier zirka 250 Mitarbeiter. Anschließend erfolgte die Privatisierung und von diesem Zeitpunkt an wurden neben bereits existierenden Märkten neue Absatzmärkte gewonnen. Der Umsatz konnte so ständig erhöht werden. Seit knapp sechs Jahren gehört FEUMA der ROTAG Holding AG mit Sitz in der Schweiz. Abgerundet wird das FEUMA Produktsortiment somit von ROTOR und LIPS Maschinen: Zu den ROTOR Produkten gehören die bekannten Mixer und Entsafter und zu LIPS die Rühr- und Schlagmaschinen. Anfang Januar gab Gerlinde Hildebrandt die Geschäftsführung ab. Worin liegen die Gründe und welche Pläne verfolgt die neue Geschäftsleitung?

Gerlinde Hildebrandt ist seit fast einem Vierteljahrhundert Geschäftsführerin und hat im Wesentlichen dazu beigetragen, dass das Unternehmen heute so erfolgreich ist. Deshalb ist FEUMA froh, dass Frau Hildebrandt den geplanten Renteneintritt erst einmal verschoben hat und wir weiter auf ihre Erfahrungen bauen können. Sie wird dem Unternehmen als Leiterin

der Finanzbuchhaltung weiter treu bleiben. Nachdem ich bis dato als Leiter des Vertriebes und des Marketings bei FEUMA tätig war, habe ich zum 1. Januar 2018 ihre Position übernommen. Bevor ich zu FEUMA kam, war ich als Leiter Vertrieb und Marketing in der Möbelindustrie beschäftigt und kann zudem auf eine langjährige Vertriebserfahrung aus der Dienstleistungs- und Konsumgüterindustrie zurückblicken. Dort war ich in den unterschiedlichsten Vertriebsfunktionen im In- und Ausland tätig. Die Schwerpunkte meiner zukünftigen Aufgaben sehe ich in der Umsetzung der strategischen Ziele: So gilt es, FEUMA als Innovator im Markt weiterzuentwickeln, wozu insbesondere Weiterentwicklungen von Produkten gehören. Zudem gilt die Herausforderung, die Vertriebsziele im nationalen Markt ? in enger Zusammenarbeit mit dem Fachhandel ? zu erreichen.

Durch Ihre Marken und deren Geräte verfügen Sie über ein großes Know-how im Bereich Speisenvorbereitung. Inwiefern wissen Ihre Kunden diese Erfahrung zu schätzen? Spiegelt sich das in der Nachfrage wider?

Ja, das zeigt sich in der Nachfrage. Wie bereits beschrieben, sind wir ein mittelständisches Unternehmen mit langjähriger Tradition. Zu unseren Produkten gehören unter anderem Universal-Großküchenmaschinen, welche beispielsweise Obst und Gemüse, Fleisch, Milchprodukte, Teige, Nüsse oder Mandeln verarbeiten können.

Sie produzieren ausschließlich in Gößnitz. Wie setzen Sie den Aspekt ?Made in Germany? in Ihrer Kommunikation mit den Kunden um?

Wir kommunizieren dies in allen Medien und auch auf den nationalen sowie internationalen Messen. FEUMA Made in Germany ist weltweit gefragt und so werden unsere Produkte in fast alle Länder der Welt geliefert.

Wie ist Ihr Vertriebssystem strukturiert? Welchen Service bieten Sie dem Fachhandel und über welche Kanäle sprechen Sie Ihre Kunden an?

Wir haben die Vertriebszentrale im Stammsitz von FEUMA,- von wo aus der Vertrieb in Deutschland über den Händler sowie der Export koordiniert und geleitet werden. In Deutschland wird der Vertrieb über den Handel durch die zuständigen Vertreter der jeweiligen Vertriebsregionen gestützt. In Österreich und der Schweiz sind die Mitarbeiter der jeweiligen Tochterunternehmen ROTAG Ansprechpartner für die Händler. Neben der Vorführung von Küchenmaschinen bieten wir auch die Einweisung der Maschinen an.

Dem Endkunden bieten Sie einen individuellen Service in seiner eigenen Küche an ? von der Beratung zur Typauswahl bis zur Maschinenvorführung. Geschieht dies in enger Abstimmung mit dem örtlichen Fachhandel?

Wir arbeiten eng mit dem Fachhandel zusammen. Dies gilt aber nicht nur für den Vertrieb, sondern auch für den Service. Damit wir den Fachhandel noch besser unterstützen können, haben wir auch die telefonische Erreichbarkeit dem Fachhandel angepasst. Zudem haben wir für den Fachhandel einen Internetzugang geschaffen, bei dem nun jederzeit unter anderem die aktuellsten Revisionsunterlagen für die Maschinenkomponenten abgerufen werden können (

&nbsp; ;

Das Interview mit Maik Döring ist im Trendkompass 1/2-2018 erschienen.