

Wo sehen Sie die Chancen für Alarm und VBW derzeit im Markt?

In den letzten Jahren haben die beiden Unternehmen in der Gruppe aus verschiedenen Gründen eher ein Schattendasein geführt. Durch die nun klare Fokussierung auf die Stärken und Kompetenzen von VBW und Alarm entdecken wir jetzt viele positive Möglichkeiten, das Geschäft der beiden Marken weiterzuentwickeln. So können wir nun wieder einen Schwerpunkt im Bereich der Innovation und in die Überarbeitung und den Aufbau neuer Produktsortimente setzen. Das wird uns helfen neue Kunden zu gewinnen und bestehende weiter zu binden. Mit der Ausweitung der Vertriebsaktivitäten gibt es insbesondere im Ausland gute Möglichkeiten zu wachsen. Die Nachfrage nach Produkten Made in Germany ist weltweit weiterhin hoch und mit abgestimmten Vertriebsaktivitäten können wir hier zukünftig gute Erfolge erzielen.

Wie wird der Vertrieb ausgerichtet - bietet sich eine Öffnung über den Fachhandel hinaus an, um den Bereich für Stahlwille zu reservieren?

Der Fachhandel ist uns wichtig und wir werden auch in Zukunft alles tun, um hier gemeinsam weiterhin zu wachsen. Wir dürfen jedoch nicht die Augen vor den Veränderungen, die im Markt stattfinden, verschließen. Es entstehen neue attraktive Vertriebskanäle, die zunehmend an Bedeutung gewinnen. Wir werden vor dem Hintergrund unserer Möglichkeiten abwägen, wo wir uns auch zukünftig engagieren.

Welche Rolle spielt bzw. wird der Onlinevertrieb für die Marken haben?

Egal auf welchen Plattformen der Onlinevertrieb aufsetzt, seine Bedeutung wird unweigerlich stark zunehmen. Aus unserer jetzigen Position heraus müssen wir hier gemeinsam mit unseren Vertriebspartnern zusammenarbeiten und uns gemeinsam weiterentwickeln. Wichtig ist, dass wir diese Veränderungen in den Vertriebskanälen in unserer Strategie berücksichtigen und dafür Sorge tragen, dass wir die an uns gestellten Anforderungen erfüllen können. Das fängt mit einem professionellen Datenmanagement an, geht über die Produktpräsentation in Onlinemedien und beinhaltet am Ende auch logistische Themen.

Welche Maßnahmen bieten Sie dem Handel zur Abverkaufsunterstützung?

Neben den klassischen POS-Unterstützungen wie Werkzeugwänden und Präsentationsständern, bieten wir regelmäßig Aktionen sowie die flächendeckende Betreuung und Beratung durch einen kompetenten Vertrieb. Mit den neu gestalteten Websites bieten wir dem Anwender die Möglichkeit, sich über die Unternehmen zu informieren und sich mit dem Produktsortiment auseinanderzusetzen.

Wo sehen Sie die Marken in fünf Jahren?

Wir möchten die Marken VBW und Alarm wieder als feste Größe im Markt etablieren. Mit einem frischen Erscheinungsbild und neuen innovativen Produkten überzeugen wir die Anwender auch auf emotionaler Ebene und haben uns als Anbieter von hochwertigem und lösungsorientiertem Werkzeug einen Namen gemacht. ■

STRATEGISCHER GESELLSCHAFTER STEIGT IN LIMBURGER STARTUP EIN

Personaldienstleister erwirbt Anteile

Das erst im Herbst 2017 gegründete Unternehmen Krebs Consulting hat sich schnell als auf die Werkzeugbranche spezialisierte Unternehmens- und Personalberatung zu einer festen Größe in der Branche entwickelt. Daher ist es nicht verwunderlich, dass schon jetzt größere Unternehmen auf das junge Unternehmen aufmerksam geworden sind und Anteile erwerben wollten. Über die Entwicklung sprachen wir mit dem Gründer Matthias Krebs.

ProfiBörse: Krebs Consulting erhält viel positive Aufmerksamkeit – in der Werkzeugbranche und in den Medien. Was ist das Besondere an Krebs Consulting?

Krebs: Unser Alleinstellungsmerkmal unter den Beratungsunternehmen ist, dass wir echte Brancheninsider sind und unsere Vielfalt an Dienstleistungen. Ich persönlich war zehn Jahre lang auf Fach- und Führungspositionen in der Werkzeugbranche aktiv, kenne sie also in- und auswendig und bin bestens vernetzt. So können wir ein Gesamtpaket an Dienstleistungen anbieten: Wir vermitteln nicht nur Fach- und Führungskräfte auf vakante Positionen, sondern bieten zudem ein Rund-um-Consulting-Paket, abgestimmt auf die Bedürfnisse der Werkzeugbranche. Als Insider wissen wir genau, worauf Unternehmen achten müssen, wo sie optimieren können und wie sie geeignetes Personal finden. Wir sind in allen Bereichen der Werkzeugbranche tätig, sowohl in der Herstellung als auch in Fachhandel, Industrie, Direktvertrieb und bei den Einkaufsverbänden.

Ihr Unternehmen steht hervorragend da. Sie selbst und Krebs Consulting waren schon öfter Thema in den Medien, auch in Magazinen wie Focus, Capital und Stern wurde berichtet. Wieso holen Sie sich nun einen ersten Gesellschafter ins Boot?

Die Werkzeugbranche hat unser Unternehmen extrem gut angenommen. Durch den rasanten Start in den Markt mussten wir bereits Aufträge ablehnen, da uns Ressourcen und Kapazitäten fehlen. Nun steigt ein Personaldienstleister bei Krebs Consulting ein. Mit ihm können wir die Strukturen für ein gesundes Wachstum schaffen. Außerdem profitieren wir von seiner langjährigen Erfahrung, mit der er uns im Hintergrund unterstützt. Er bietet uns eine Anbindung an eine Wirtschaftskanzlei, so dass wir für unsere nächsten Schritte am Markt bestmöglich aufgestellt sind, was Steuerberatung und Anwälte angeht. Da der neue Gesellschafter keine Mehrheitsanteile haben wird,

bleibt Krebs Consulting auch weiterhin eigenständig. Unsere Fokussierung auf die Werkzeugbranche bleibt damit sicher erhalten.

Das schnelle Wachstum zieht weitere Herausforderungen nach sich. Wie geht es weiter mit Krebs Consulting?

Unsere Prognose ist hervorragend, wir haben großen Zulauf, bekommen Aufträge und Anfragen von Großunternehmen und Marktführern aller Branchenbereiche. Zu unseren Kunden gehören Hersteller, Fachhändler und E-Commerce-Unternehmen, sowie die Einkaufsverbände.

Unser oberstes Ziel für die kommenden Jahre ist gesundes Wachstum. Dabei steht der Mehrwert für unsere Kunden und Klienten absolut im Vordergrund. Wir wollen der Branche etwas zurückgeben. Alles in allem sind wir sehr glücklich, dass wir offensichtlich eine Lücke in der Branche schließen konnten und so zum Gesamterfolg der Werkzeugbranche beitragen können. ■



Freut sich über den Einstieg eines Gesellschafters bei Krebs Consulting GmbH & Co. KG: Geschäftsführer Matthias Krebs. (Foto: Krebs)