



ROSSO VERONA,  
Ausführung Fa. Pientka,  
Düsseldorf



(Fotos: D. Drossel)

Dieter Drossel:

# Auch Gefühle vermitteln

Über die Vermarktung von Naturstein für Küchenarbeitsplatten sprachen wir mit Dieter Drossel, Marketing- und Vertriebsleiter bei ROSSITTIS Naturstein-Import. »Gut beraten« heißt für ihn, den Kunden emotional für Naturstein zu begeistern.

**Naturstein: Küchenarbeitsplatten (KAP) werden in der Branche als Wachstumsmarkt gehandelt. Können Sie diesen Trend bestätigen?**

**Dieter Drossel:** Küchenarbeitsplatten aus Naturstein sowie aus Quarzkompositmaterial sind aus unserer Sicht nach wie vor im Aufwind, die Märkte verschieben sich jedoch durch neue Marktteilnehmer. Einige Natursteinhändler sind inzwischen zu starken Arbeitsplattenproduzenten geworden und somit zum Konkurrenten des Steinmetzen. Fast alle Schichtstoffarbeitsplattenproduzenten haben mittlerweile Naturstein oder Quarzkompositmaterial in ihr Programm aufgenommen. Selbst Bauhäuser bieten Arbeitsplatten aus Naturstein an.



Dieter Drossel

**Naturstein: Wie viel Material aus Ihrem Haus wird schätzungsweise zu KAP verarbeitet?**

**Dieter Drossel:** Da wir selbst nur die Rohplatten an Verarbeiter liefern, können wir nicht genau sagen, wie hoch der Anteil an Küchenarbeitsplatten bei unseren Kunden ist, schätzungsweise liegt er zwischen 20 bis 40%.

**Naturstein: Die meisten KAP werden über Küchenstudios verkauft, die sich von Steinbetrieben beliefern lassen. Wie sollte sich der Steinmetz Ihrer Meinung nach positionieren?**

**Dieter Drossel:** Wir empfehlen den Steinmetzbetrieben, sich in erster Linie auf die inhabergeführten Küchenstudios zu konzentrieren, in denen man seine Geschäfte noch auf Augenhöhe macht. Große Namen schützen jedoch auch hier nicht vor einer schlechten Zahlungsmoral, die sich durch die gesamte Möbelbranche zieht; Ausnahmen bestätigen die Regel.

Viele Verarbeiter verkennen die Notwendigkeit eines starken Unternehmensprofils, angefangen von eigenen Qualitätsmerkmalen bis hin zu klaren Zahlungsmodalitäten, die die Spreu vom Weizen trennen. Eine Vielzahl von Maßnahmen sind notwendig, um in diesem hart umkämpften Geschäftsbereich Geld verdienen zu können.

**Naturstein: Wie unterstützen Sie Ihre Steinmetzpartner dabei?**

**Dieter Drossel:** Die wichtigste Komponente im Zusammenspiel mit dem Verarbeiter sind unsere Lager in Brinkum, Holzwickede und Wälldorf. Kaum ein Verarbeiter kann heute das notwendige komplette Spektrum der Materialien mit den unterschiedlichen Oberflächen selbst bevorraten. Dass viele Verarbeiter Ihre Kunden zu uns zur Materialauswahl schicken, hat jedoch mehrere Gründe. Unsere Mitarbeiter sind bestens geschult, die Kunden über die Arbeitsplatte hinaus zu beraten und so kommt es nicht selten vor, dass auch für den Handelskunden zusätzlich noch Fliesen oder Sockelleisten zum Auftrag hinzukommen oder gleich das nächste Geschäft angebahnt wird. Unseren Markenpartnern bieten wir darüber hinaus eine weitreichende Marketingunterstützung, z. B. Foto-shootings, Prospekterstellung, Internetoptimierung, diverse Schulungen sowie Verbesserung der Arbeitsabläufe für ein bestes Preis-/Leistungsverhältnis.

**Naturstein: Welche der von Rossittis angebotenen Gesteinssorten werden derzeit vorzugsweise für die KAP-Fertigung nachgefragt?**

**Dieter Drossel:** Der Trend geht eindeutig zu immer individuelleren Lösungen für den einzelnen Kunden. Dieser **Naturstein**-Ausgabe haben wir unsere neue Broschüre für Küchenarbeitsplatten beigefügt, die gemeinsam mit Top-Verarbeitern entwickelt wurde. Wir sehen die Zukunft unserer Kunden in einer deutlichen Abgrenzung zu der Angebotspalette der Küchenketten und Bauhäuser. Aus diesem Grunde haben wir uns bei den Quarzmaterialien auch für CaesarStone entschieden.

**Naturstein: Gibt es neue Trends in Sachen Oberflächen, und in welchem Umfang halten Sie entsprechend bearbeitete Materialien vor?**

**Dieter Drossel:** Auf dem Laufsteg müssen Sie sich heute mit dem kompletten Spektrum an polierten, geschliffenen, geflammt/gebürsteten und satinierten Oberflächen präsentieren. Verkauft werden nach wie vor überwiegend polierte Küchenarbeitsplatten.

**Naturstein: Auf was sollten KAP-Endkunden besonders hingewiesen werden?**

**Dieter Drossel:** Zunächst einmal geht es darum, dem KAP-Endkunden Naturstein in seiner ganzen Schönheit zu präsentieren – mit allen natürlichen Merkmalen und Eigenschaften. Zu einer guten Beratung gehört es, auch Gefühle zu vermitteln, z. B. für einen mediterranen Wohnstil mit einer rustikal anmutenden Arbeitsplatte, in der die Gebrauchsspuren Ausdruck von Koch- und Lebensfreude sind. Ebenso sind die Endkunden immer dankbar für Pflegehinweise mit einem entsprechenden Pflegeset als Erstausrüstung.

**Naturstein: Rohplattenproduzenten setzen zunehmend Resina zur Verdichtung der Oberflächen ein sowie Farbtonvertiefer, insbesondere bei schwarzen Materialien. Was halten Sie persönlich davon?**

**Dieter Drossel:** Als Verbraucher würde ich manche Materialien ohne eine entsprechende Vorbehandlung nicht kaufen, sowohl aus praktischen als auch aus ästhetischen Gründen. Alle Entscheidungen für unseren Lagerbestand werden in enger Abstimmung mit unseren Top-Verarbeitern getroffen. Auf Kundenwunsch liefern wir jede Bearbeitungsart zum entsprechenden Preis.

**Naturstein: Welches sind für Sie als Marketing- und Vertriebsleiter die größten Herausforderungen im Küchenarbeitsplattenmarkt?**

**Dieter Drossel:** Natursteinverarbeiter brauchen eine eigene Lobby, um aus dem Schatten der Industrie zu kommen. Der Küchenboom neigt sich dem Ende zu, der Kampf um die Stein-arbeitsplatte hat jedoch gerade erst begonnen. Unter dem Namen Rossittis bieten wir seit Jahrzehnten zuverlässig Service und Qualität. Die Marke ROSSITTIS soll künftig auch Verbrauchern eine Orientierung geben, wo in Deutschland Naturstein-Träume aus Meisterhand verwirklicht werden.

Interview: Bärbel Holländer

**AKEMI®**  
**75**  
**1933 - 2008**  
**THE ORIGINAL**

**DANKE FÜR DIE TREUE ZUSAMMENARBEIT!**

Anlässlich des 75-jährigen Firmenjubiläums bedanken wir uns bei unseren Kunden und Geschäftspartnern für die jahrzehntelange Treue!

Als kleines Dankeschön veranstalten wir das Jubiläumsgewinnspiel - MIX & WIN! Sie mischen eine MIXBOND-Rezeptur und erhalten die Chance auf tolle Preise.

Teilnahme und weitere Informationen unter: [www.akemi.de](http://www.akemi.de) oder bei Ihrem nächsten AKEMI-Fachhändler.

**MIX & WIN...**

AKEMI Color Special Bonding

www.akemi.de

1x (scooter)

10x (iPod)

2x (bicycle)