



Synergien geschickt nutzen

Die Original Steifensand Group agiert seit einiger Zeit als Verbund dreier Marken, mit denen sie die wichtigsten Kompetenzfelder im Bereich Sitzen abdecken kann. Welche Vorteile sich durch diesen Zusammenschluss recht schnell bemerkbar machten und was für die Zukunft geplant ist, erklären Alexander Härtel und Lothar Kroczek, beide Geschäftsführer bei Original Steifensand.

FACTS: Wie kam es zur Idee der Gründung der Original Steifensand Group – aus welchem Grund gerade mit den drei Firmen Original Steifensand, Kleinkopf und OS-Seating?

Alexander Härtel: Wir haben es uns von Anfang an zur Aufgabe gemacht, alle Kompetenzfelder im Bereich „Sitzen im Büro“ abzudecken. Die drei Unternehmen, die Teil der OS Seating Group sind, eignen sich aus unserer Sicht perfekt dafür: Original Steifensand steht für ergonomische Bürodrehstühle, Bürossessel und Besucherstühle, Kleinkopf fokussiert sich auf die Objektbestuhlung, auf Stapelstühle, reihenverbindbare Stühle, Kantinen- und Saalbestuhlung

sowie passende Tische. Und OS-Seating führt insbesondere Loungemöbel im Portfolio.

Kleinkopf und Original Steifensand hatten bereits einige Zeit aus vertrieblicher Sicht zusammengearbeitet, bevor wir die Entscheidung trafen, mit dem Unternehmen OS-Seating das Feld Loungemöbel zu bekleiden und uns hier zu ergänzen. Wir können beobachten, dass der Markt für Loungemöbel, Softseating- oder Mittelzonenmöbel stetig wächst. In verschiedenen Auslandsmärkten wie beispielsweise Großbritannien ist der klassische Büroarbeitsplatz bereits rückläufig und die Arbeitsmöglichkeiten mit Softseating dagegen wachsend.

„Unter dem Dach der Original Steifensand Group werden wir weiterhin die Synergien und den Austausch der verschiedenen Marken entfalten und den Verbund langfristig weiter stärken.“

ALEXANDER HÄRTEL UND LOTHAR KROCZEK, beide Geschäftsführer bei Original Steifensand



Da wir nun mit drei eigenständigen Marken für den Bereich Sitzen im Büro aktiv auf dem Markt sind, macht es Sinn, diese Aktivitäten zu bündeln und unter dem Dach der Original Steifensand Group als Einheit aufzutreten.

FACTS: Wie sah die Strategie aus und ist sie letztendlich aufgegangen?

Härtel: Die Original Steifensand Group ist für uns eine Art Marketingtool, das die drei genannten Marken bündelt. Sie alle sind rechtlich eigenständige GmbHs, die derzeit noch wirtschaftlich unabhängig arbeiten. Grundsätzlich könnte eine Zusammenführung in Zukunft mal erfolgen – dies ist aber aktuell noch nicht angedacht.

FACTS: Inwiefern unterstützen sich die drei Unternehmen? Haben sich beispielsweise auch untereinander neue Kontakte, Projekte beziehungsweise Aufträge ergeben?

Lothar Kroczek: Wir haben eine gemeinsame Vertriebsmannschaft für alle drei Marken. Das bedeutet, dass der jeweilige Gebietsverkaufsleiter alle drei Marken vertritt und dadurch auf alle Wünsche der Fachhändler reagieren kann. Es kann durchaus sein, dass er einen Fachhändler mit nur einer Marke „besucht“, oder eben auch mit zwei oder allen drei Marken. Selbstverständlich versuchen wir in den Gesprächen auch immer sichtbar zu machen, dass wir nicht nur ein Feld belegen, sondern auch andere Lösungen anbieten. So konnten wir schon einige Projekte realisieren, bei denen wir beispielsweise zunächst mit Drehstühlen im Dialog waren und den Kunden schließlich zusätzlich mit Objektstühlen oder Loungemöbeln ausstatten konnten.

FACTS: Wie bewerten Sie die Zusammenarbeit der drei Unternehmen untereinander?

Härtel: Sie funktioniert wirklich sehr gut, da wir ja viele überschneidende Aufgabenbereiche haben, sowie Mitarbeiter, die in mehreren Unternehmen aktiv sind.

FACTS: Welches Feedback erhalten Sie von Ihren Kunden zur Original Steifensand Group?

Kroczek: Das Feedback aus dem Markt ist überaus positiv. Immerhin ist es auch für den Fachhändler ein Vorteil, wenn sich bei einem Kunden oder Projekt die unterschiedlichen Anforderungen im Bereich Sitzen mit einem einzigen Ansprechpartner besprechen und schließlich abwickeln lassen. Das spart nicht nur Zeit, sondern ist unkomplizierter.

FACTS: Anfang 2020 haben Sie gesagt: „Inzwischen können wir auf viele Beispiele blicken, die gezeigt haben, dass Kunden unser Portfolio genutzt haben und dadurch die Beschaffung der benötigten Sitzlösungen einfacher gestalten konnten.“ Können Sie hierzu konkrete Beispiele nennen?

Härtel: Wir haben in der Tat einige Projekte bearbeitet, wo alle drei Marken beziehungsweise Produktbereiche zum Einsatz kamen. Ohne vorherige Zustimmung möchten wir hier keine konkreten Kunden oder Projekte nennen. Ein schönes Beispiel ist jedoch bereits in der FACTS-Ausgabe 7-8/2020 beschrieben worden: Die Sparkasse Mittelfranken Süd hat ihre Räumlichkeiten mit Produkten aus allen Bereichen ausgestattet.

FACTS: Gibt es Pläne für die Zukunft der Original Steifensand Gruppe?

Kroczek: Wir werden uns bei allen drei Unternehmen in den jeweiligen Bereichen schrittweise weiterentwickeln und es entstehen immer wieder neue Produkte beziehungsweise Lösungen, mit denen wir das Portfolio ergänzen. Unter dem Dach der Original Steifensand Group werden wir die Synergien und den Austausch der verschiedenen Marken ebenso entfalten und den Verbund langfristig weiter stärken. Sollte es sich ergeben, dass wir unseren Kompetenzbereich Sitzen mit zusätzlichen Unternehmen ausbauen können, sind wir diesem Thema sicher offen gegenüber.

Anna Köster ■