



Alesa: Chancen der Digitalisierung nutzen

Zukunft aktiv gestalten – Wege aus der Krise

30.03.2021

Redakteur: Konrad Mücke

Die Gefahren um das Corona-Virus begleiten uns nach wie vor. Sicher werden wir uns weitere Wochen und Monate in dieser Ausnahmesituation befinden. Wie verhalten sich die Schweizer Produktionsunternehmen? Wir sprachen mit Peter Feller, Verkaufsleiter bei der Alesa AG, Hersteller hochwertiger Werkzeuge.



Beratung und Technologie-Transfer unbedingt erforderlich: Individuell optimierte Fräswerkzeuge, zum Beispiel die Werkzeuge der Serie Delta mit tangential angeordneten Schneidplatten, fertigen deutlich effizienter und wirtschaftlicher.

(Bild: Alesa AG)

SMM: Was ist Ihre Maxime unter den schwierigen Bedingungen der Pandemie?

Peter Feller: Wir versuchen, trotz den schwierigen Rahmenbedingungen unsere Produktion in Schwung zu halten. Unser Ziel ist weiterhin, unsere Kunden termingerecht beliefern zu können.

Wie wirken sich die Massnahmen der öffentlichen Verwaltung und der Regierung gegen die Ausbreitung des Virus auf Ihre aktuelle Geschäftstätigkeit aus?

P. Feller: Die Verunsicherung über den Verlauf der Pandemie und die unklaren Aussichten für die Zukunft hemmen

unsere Kundschaft zu investieren. Projekte werden teilweise verschoben.

Verständlicherweise haben viele Firmen strengere Besucherrichtlinien eingeführt oder sie haben ganz untersagt, fremde Personen zu empfangen. Unter diesen Umständen

Produkte zu verkaufen, die eine ausführliche technische Erklärung oder Einführung benötigen, ist herausfordernd und eher schwierig.

BILDERGALERIE



Wie reagieren Sie auf die aktuelle Situation?

P. Feller: Wo immer möglich arbeiten die Mitarbeitenden im Home-Office. Besprechungen und Sitzungen werden, wenn möglich, digital geführt. In allen Räumen in unserem Unternehmen gilt, Masken zu tragen, Abstand zu halten und die Hände zu desinfizieren. Das sind aus unserer Sicht geeignete Massnahmen, um im täglichen Miteinander eine Verbreitung des Virus zu verhindern.

Wie sorgen Sie für anhaltenden Kontakt zu Ihren Kunden?

P. Feller: Soweit möglich, arrangieren wir persönliche Besuche mit allen erforderlichen Massnahmen zum Schutz gegen Infektionen. Ansonsten müssen wir telefonieren oder digitale Meetings durchführen. Allerdings steht der persönliche Kontakt immer an erster Stelle. Um Fertigungsprozesse zu optimieren und innovative Zerspanungswerkzeuge sachgerecht einzusetzen, braucht es den persönlichen Erfahrungsaustausch und den Transfer von Know-how unter Spezialisten. Zu verwirklichen ist das meines Erachtens wirklich effizient nur in persönlichen Gesprächen bei Versuchen in der Fertigung des Anwenders.

Wie agieren Sie im Marketing allgemein, um neue Kundenkontakte zu finden?

P. Feller: Wir arbeiten daran, unseren digitalen Kanal, also unsere Homepage, auszubauen. Für die Zukunft suchen wir nach weiteren Möglichkeiten. Die momentane Situation hat uns gezeigt, dass wir uns in diesem Bereich weiterentwickeln müssen. Die Einschränkungen im persönlichen Kontakt geben uns gewissermassen eine zweite Motivation, digitale Möglichkeiten stärker zu nutzen. Dazu gehört, dass wir an einem ausgeklügelten Webshop für unsere Werkzeuge und das benötigte Zubehör arbeiten. Das

fordert uns natürlich besonders, denn es geht um zunächst völlig neue, bisher nur beiläufig genutzte Technologien. Inzwischen müssen wir uns damit intensiv befassen. Aber wir sehen die wirklichen Chancen und wollen diese für uns erschliessen.

Was planen Sie längerfristig im Marketing – Stichworte (Haus-)Messen, Digitalisierung, direkter Kundenkontakt per Aussendienst, Web- oder Podcast – für das laufende Jahr?

P. Feller: Wie bereits erwähnt, wird bei uns immer der direkte Kontakt vom Aussendienst zum Kunden im Vordergrund stehen. Sicher gibt es zahlreiche weitere Möglichkeiten, um wichtige Informationen von Maschinendaten auszutauschen. Das müssen wir nutzen und situationsbedingt anpassen. Beispielsweise funktioniert der Kontakt zu unseren Händlern und Partnern in Deutschland bereits sehr gut über die digitalen Medien. Darüber hinaus wollen wir die neuen Möglichkeiten der digitalen Kommunikation genauer betrachten und für uns sinnvoll nutzen, wo immer es sich realisieren lässt. Wie ich meine, lernen wir aus den aktuellen Erfahrungen auch für die Zeit über die Krisensituation hinaus. Sicher werden einige der nun erschlossenen Möglichkeiten, zum Beispiel digitale Konferenzen, auch weiterhin intensiv genutzt werden. Denn das hat ja auch Vorteile. Wir können speziell bei grossen Distanzen zum Kunden den Aufwand für Reisen – Zeit und Kosten – deutlich verringern und – ganz wichtig – wir verkürzen die Zeit vom Erkennen eines Problems bis zur Lösung. Das ist ja auch ein herausragender Vorteil für unsere Kunden.

Welche Erwartungen und Pläne haben Sie für Ihre Produktionsstätten in der Schweiz?

P. Feller: Wir hoffen, dass wir möglichst schnell unsere moderne Fertigung wieder zu einhundert Prozent auslasten können. Unser Ziel ist, mit gezielten Investitionen die Produktion weiter auszubauen, neue Produkte zu lancieren und so unsere Marktposition zu stärken. Wir arbeiten also aktiv daran, nach der Krisensituation besser als zuvor aufgestellt zu sein. Die Schweiz mit allen Vorteilen – gut ausgebildete Fachkräfte, weltweit führendes Technologie-Know-how, sichere politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen – bleibt für uns der Standort erster Wahl.

Wie bereiten Sie sich auf die Zeit nach den Einschränkungen vor? Welche Pläne haben Sie beispielsweise für Produkt-Innovationen sowie für die Digitalisierung interner und externer Prozesse?

P. Feller: Wir werden in Zukunft den digitalen Auftritt ausbauen und die neuen Medien vermehrt nutzen. Wie ich bereits angedeutet habe, planen und entwickeln wir einen ausgeklügelten Webshop. Er soll unseren Kunden ermöglichen, nahezu unser gesamtes Programm an Werkzeugen und Zubehör schnell und einfach über das Internet ansehen,

beurteilen und beschaffen zu können. Ebenso wollen wir zusammen mit unseren Vertriebspartnern digitale Kommunikationskanäle aufbauen, um die Abläufe bei Bestellungen und beim Klären spezieller technischer Fragen weiter zu vereinfachen und zu beschleunigen.

Welche Erwartungen haben Sie an die allgemeine geschäftliche Entwicklung im Jahr 2021 – landesintern und international?

P. Feller: Die Erholung braucht Zeit, vielleicht in der Schweiz etwas mehr als in unseren Nachbarländern. Wir haben viele offene Projekte in Deutschland und werden dort auch gezielt Investitionen vornehmen, um unsere Marktposition zu verbessern. Wir beabsichtigen, in Deutschland einen eigenen Standort zu etablieren. Damit wollen wir den direkten Kontakt zu unseren Kunden speziell in dem für uns wichtigen Markt Deutschland weiter intensivieren und den Service rund um unsere Zerspanungswerkzeuge deutlich effizienter gestalten und ausbauen. Das internationale Geschäft läuft nicht auf hohem Niveau, aber kontinuierlich. Zudem erhalten wir vermehrt Anfragen aus dem asiatischen Bereich. Insgesamt sind wir also optimistisch hinsichtlich der mittel- und langfristigen Entwicklungen. Der Maschinenbau mit all seinen Bereichen wird wieder auf ein sehr hohes Geschäftsniveau zurückfinden. Offen ist bisher nur, welchen Zeitraum wir dafür akzeptieren müssen.

Herr Feller, vielen Dank für diese Informationen

Das Interview führte unser Redaktor Konrad Mücke. SMM

(ID:47124181)