



© Gmundner Keramik Manufaktur/APA-Fotografie/Hautzinger (2)

Mit Elan

Gmundner Keramik-Geschäftsführer Martin Eras präsentiert die Keramik-Stile des Hauses vor Fachjournalisten in Wien.

Traditionsbetrieb, modern aufgestellt

Gmundner Keramik profitiert von einem Zeitgeist, der für klassisches Design moderne Interpretationen zulässt.

... Von Christian Novacek

WIEN/GMUNDEN. Die klassische Gmundner Keramik fühlt sich zusehends in moderner Umgebung zuhause. „Selbst unser Hirsch-Design in Purpur fühlt sich nicht nur im ländlichen Umfeld wohl“, erklärt

Facts & Figures

Interspar-Aktion

Eine landesweite Treueaktion mit Interspar pushte 2017 den Erlös: „Dabei handelt es sich um einen Sondereffekt in 2017, der unser Geflammtes landesweit prominent sichtbar werden ließ“, sagt dazu Geschäftsführer Martin Eras.

Zuwachs

2017 betrug der Umsatzzuwachs 11%. Der Vertriebsmix besteht aus stationärem Fachhandel, Filialen in Gmunden, Wien und Salzburg sowie dem Onlinegeschäft – gesamt wurden 900.000 Keramikunikate verkauft.

dazu Gmundner Keramik-Geschäftsführer Martin Eras. Teils wurden die klassischen Designs bewusst dezent mutiert, um im Zeitgeisträderwerk besser zu funktionieren, teils ist es gerade der aktuelle Zeitgeist, der im Durchmischen von Stilen kreativ und unverdrossen gelagert ist. Wie auch immer: Gmundner Keramik konnte in 2017 um 11% beim (nicht genannten) Umsatz zulegen.

Die Erlöse teilen sich dabei zu 35% auf rd. 2.000 Fachhändler auf; weitere 30% entfallen auf Standortaktivitäten, also den Verkauf in den Eigenfilialen und dem meist obligatorischen Spontaneinkauf nach einer Führung in der Gmundner Manufaktur. Mit großen Zuwächsen versehen, entfallen bereits 15% auf den Onlinehandel, den Eras gemäß der Firmenphilosophie gern „Emotional Commerce“ nennt. Das große, arbeitsintensive Feld bleibt aber naturge-

mäß der Fachhandel. Eras: „Wir haben Händler, die machen mit Gmundner 150.000 Euro Umsatz, aber wir haben auch solche, die machen nur tausend.“ Persönlich betreut werden alle: „Ich bin in drei Monaten 50.000 Kilometer zu Kundenbesuchen gefahren“, ergänzt der frischgebackene Geschäftsführer, der sich auch am Unternehmen selbst beteiligt hat.

Kooperation mit Interspar

Dennoch haben die Fachhändler derzeit einiges zu knapsen – beispielsweise musste Gmundner erklären, warum einige der hochwertigen Teile den Weg in den klassischen LEH (genauer: zu Interspar), gefunden haben – wenngleich zeitlich befristet. Eras erklärt: „Natürlich war das Sortiment bei Interspar eingeschränkt.“ Damit erfolgte quasi ein Anteaern, „Ergänzungseinkäufe mussten letztlich zu einem nicht unerheblichen Teil im

Fachhandel getätigt werden.“ Der wurde überdies schon im Vorfeld über die Aktion mit Interspar unterrichtet, der Haussegen hing mithin zu keiner Zeit auch nur einen Millimeter schief.

Grundsätzlich erfolgt aber im Fachhandel der gleiche Wandel wie im Handel überhaupt, Stichwort: Digitalisierung. Gmundner positioniert sich demgegenüber pragmatisch aufgeschlossen: „Wir wissen alle nicht, wo es hinget“, sagt Eras und zeigt sich gleichzeitig zuversichtlich: „Aber es wird auch in der Zukunft immer Konzepte für den stationären Handel geben.“ Gmundner will dem Fachhandel dabei die notwendige Fachkompetenz vermitteln, aber ebenso „dorthin gehen, wo der Kunde ist“.



In fester Hand: Gmundner Keramik.