



Foto: Ablago Design

Tanja Weber verstärkt seit Mitte Januar das Team des Detmolder Unternehmens.

Am Markt etablieren

Ablago Design 2017 wurde in Detmold das Unternehmen Ablago Design gegründet, angeboten werden befliesbare Duschablagen. Wir haben mit Tanja Weber über das noch junge Unternehmen gesprochen und was sie von anderen Anbietern am Markt unterscheidet.

Birte Penshorn

Weber ist Marketing Managerin beim Detmolder Unternehmen und verstärkt seit Mitte Januar 2018 das mittlerweile elfköpfige Team. In ihrer Funktion kümmert sie sich primär um die strategische Weiterentwicklung und den Ausbau der Marke Ablago. Zusätzlich unterstützt sie den Vertrieb national und international, hierbei insbesondere die Weiterentwicklung der Key-Account-Kunden.

Frau Weber, Sie bieten bei Ablago Design befliesbare Duschablagen an. Wer ist Ihre Zielgruppe?

Ablago-Duschablagen gehören in jedes Badezimmer. Wir verkaufen unsere Produkte über den Fachhandel an die Spezialisten für Bad-sanierung und Bäderbau. Hierbei ist es völlig unabhängig, ob es sich um den Bereich der Sanierung/Modernisierung handelt oder um einen Neubau, ein Hotel oder eine öffentliche Einrichtung – wir bieten mit unserem Produktprogramm für jeden Anspruch das richtige Produkt. Da es sich auch um ein Designprodukt handelt, forcieren wir auch die Ansprache der Planer und Architekten.

Es gibt am Markt noch andere Anbieter von Produkten, die Ihren ähnlich sind. Was spricht für Ihre Produkte, beziehungsweise wodurch unterscheiden Sie sich von den anderen Anbietern am Markt?

Ablago-Duschablagen sind die neueste Generation der Duschablagen. Sie sind aus einem Guss hergestellt. Hier gibt es nicht nur deutliche Qualitätsunterschiede, sondern unsere Produkte bieten damit auch Vorteile im Vergleich zu anderen Systemen. So verfügen unsere Produkte zum Beispiel bei nicht rechtwinkligen Ecken über einen deutlich größeren Spielraum beim Einsetzen, da unsere Ablagen nicht wannenförmig verarbeitet sind. Ein Ausklinken der Fliese ist bei unseren Varianten absolut nicht notwendig. Durch unser durchdachtes System ist es dem Verarbeiter möglich, sowohl in der Sanierung als auch im Neubau das gleiche Produkt einzusetzen, ohne die Abdichtung nach DIN 18534 zu zerstören. Hinzu kommt, dass wir verschiedene Varianten der Abschluss-Kanten anbieten. Hier hat der Kunde die Möglichkeit, zwischen einem Winkel- und Quado-Abschluss zu wählen. Und natürlich können Sie bei uns alle farblichen Trends bekommen.

Was sind die Unternehmenspläne für dieses Jahr?

Dieses Jahr wollen wir nutzen, den Markennamen Ablago Design am Markt zu etablieren und unseren Umsatz und Kundenstamm weiter auszubauen. Auch international wird das Geschäft dieses Jahr durch neue Vertriebspartner weiter ausgebaut. Die internationale Patentanmeldung ist bereits geschehen. Ablago soll der Inbegriff von befliesbaren Duschablagen werden. Durch stetige Weiterentwicklungen unserer Produkte bleiben wir zeitgemäß und innovativ. Wir haben bereits viele neue Ideen als Gebrauchsmusterschutz beim deutschen Patentamt angemeldet. Jetzt befinden wir uns zeitgleich in der Umsetzung der Prototypen.

Welche Herausforderungen sehen Sie für die Branche?

Dadurch, dass befliesbare Duschablagen erst vor einiger Zeit in den Fokus der Händler gelangt sind, müssen wir dieses neue Produkt noch bekannter machen und den großen Vorteil für den Fliesenleger – die Möglichkeit, eine zusätzliche Leistung mitzuberechnen – herausstellen. Endlich gibt es ein Produkt auf dem Markt, das einsetzbar ist, ohne die Abdichtung nach DIN 18534 zu zerstören. In der Planung werden die Ablagen häufig vernachlässigt, da sie monetär nur einen ganz geringen Stellenwert zum Gesamtvolumen des Bauvorhabens einnehmen. Aber genau hier entstehen später die Probleme. Durch den nicht fachgerechten Einbau von alternativen Systemen im Nachgang wird die Abdichtung zerstört, und hier bilden sich langfristig Schimmel und Rost und es kommt zum Schaden. Aus diesem Grunde muss ein Umdenkprozess stattfinden.

Welchen Stellenwert hat das Thema Digitalisierung bei Ihnen?

In der heutigen Zeit führt da kein Weg dran vorbei. Wir sind ein junges Team, in dem alle mit dem Thema Digitalisierung aufgewachsen sind. Daher ist das Thema für uns selbstverständlich. Unsere Geschäftsführung legt sehr viel Wert darauf, sämtliche Businessprozesse digital abzubilden. Angefangen vom papierlosen Büro bis hin zur digitalen Ausstattung der Mitarbeiter. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Ablago Design auch digital zeitgemäß und modern am Markt zu positionieren. Uns findet man in allen Social-Media-Kanälen, und unsere Homepage wird regelmäßig aktualisiert. Wir versuchen durch einfache Produktvideos auf Youtube unseren Kunden die Einfachheit des Einbaus näherzubringen. ■

In Kürze aus Italien

Die italienische Naturstein verarbeitende Industrie verzeichnete in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 eine rückläufige Exportentwicklung. Im Vergleich zum Vorjahr fiel die Menge um 11,32 Prozent und der Wert um 5,95 Prozent. Im wichtigsten Produktsegment, Fertigarbeiten aus Marmor, beliefen sich die Verluste sogar auf 12,24 Prozent in der Menge (502.000 Tonnen) und 5,69 Prozent im Wert (676,2 Millionen Euro). Nach Deutschland gingen die Ausfuhren um 9,94 Prozent (375.000 Tonnen) in der Menge zurück, stiegen im Wert aber um 1,7 Prozent auf 122 Millionen Euro. Nur Fertigprodukte aus Granit – wichtigstes Steinprodukt aus Italien – wurden hier häufiger verkauft. Fertigprodukte aus Marmor fielen um 11,76 Prozent auf 12.547 Tonnen zu einem Wert von gut 18 Millionen Euro zurück. Italiens Natursteinexporte verzeichneten im Jahr 2016 nach sieben Jahren des Wachstums Rückgänge, konnten sich im Jahr 2017 jedoch insgesamt vorläufig stabilisieren.



Die Bologneser Fachmesse für Keramikfliesen und Badezimmereinrichtungen Cersaie präsentiert sich mit einem neuen Logo. Hiermit verbunden wird ein überarbeiteter Internetauftritt und eine Intensivierung der digitalen Vernetzungsangebote für Aussteller und Besucher. Das Logo zeigt einen Fliesenwürfel, der sich wie ein „C“ öffnet und einen weiteren Würfel freigibt. Die neue Grafik soll Offenheit und Aufgeschlossenheit gegenüber Themen und Zielgruppen demonstrieren. Die Cersaie will „beziehungsorientierter“ werden. Die Plattformen der Social-Media-Welten werden hierbei eine zentrale Rolle spielen.

Aus Italien berichtet unser Korrespondent Uwe Leppert.