

# Case Study

Interim Vertriebsleiter für Hersteller von Technischer Keramik

Unser Kunde

## Hersteller von Pulvern und Bauteilen aus technischer Keramik

<b>Branche</b>	<b>Maschinenbau / Chemie</b>
<b>Mitarbeiter</b>	<b>ca. 2.800 an 13 Produktionsstandorten in Europa, Nordamerika und Asien</b>
<b>Umsatz</b>	<b>680 Mio. €</b>
<b>Einsatzort</b>	<b>Bayern</b>
<b>Einsatzdauer</b>	<b>18 Monate (2016)</b>

### Das Unternehmen:

Die H.C. Starck Ceramics GmbH in Selb (Deutschland) wurde im Jahr 1985 als „Hutschenreuther Technische Keramik“ gegründet und im Jahr 2001 in den Konzern H.C. Starck integriert.

Heute ist die H.C. Starck Ceramics ein führender Hersteller von Pulvern und Bauteilen aus technischer Keramik und verfügt über umfangreiches Fachwissen im Bereich der technischen Planung und Herstellung hochwertiger komplexer Teile in kleinen bis mittleren Serien. Das Unternehmen gehört zu den wenigen vertikal integrierten Produzenten, die sowohl Keramiken aus technischen Oxiden als auch modernste Nichtoxidmaterialien in einer Produktionsstätte herstellen. Produkte werden gemeinsam mit den Kunden entwickelt und sowohl individuelle Anforderungen als auch technische Vorgaben werden bereits bei der Planung berücksichtigt.

Das Produktangebot ist in vier Business Lines eingeteilt: Ceramic Parts, Dental, Semiconductor und Powders.

### Branche:

Internationaler Anbieter von technischer Keramik und Pulvern

### Hauptaufgaben:

Beratende und operative Unterstützung der Geschäftsführung und des Vorstandes, Herstellung der operativen Funktionsfähigkeit der Vertriebsorgane, Vorbereitung des Equity Carve Out aus dem H.C. Starck Konzern

### Konkreter Erfolg:

- ✓ Steigerung des Auftragseingangs um +13,4% bei einem gleichzeitig negativen Marktumfeld von -4,2%; (Quelle: VKI, Verband der keramischen Industrie)
- ✓ Erhöhung des Book-to-Bill Ratio auf 1,17 (Vorjahr: 0,97)
- ✓ Verbesserung der Exportrate um +9%
- ✓ Erfolgreiche Reorganisation der Vertriebsabläufe und der Verkaufsprozesse
- ✓ Daraus resultierende deutliche Verbesserung der Margen- und Kostensituation

# Case Study

Interim Vertriebsleiter für Hersteller von Technischer Keramik

## Die Herausforderung:

- ✓ Rückläufiges Wachstum des Unternehmens in den vergangenen 4 Jahren.
- ✓ Das weitere beabsichtigte Wachstum musste verstärkt international stattfinden.
- ✓ Die gleichzeitig erfolgte Professionalisierung der Produktionsabläufe musste vertrieblich in Umsatzzuwächse umgesetzt werden.
- ✓ Dies stellte eine erhebliche Herausforderung für die Gesamtorganisation im Sinne von Strukturen, Systemen, Prozessen und Kompetenzen dar.

## Die Lösung:

Um diese Herausforderung zu meistern, wandten sich die Vorstände der H.C. Starck AG an Wolfgang Haupt. Mit Wolfgang Haupt, der als Manager über einen großen Erfahrungsschatz in diesem Bereich verfügt, wurde die Position praktisch maßgeschneidert besetzt. Als international erfahrene Führungskraft mit den Schwerpunkten Unternehmensführung und Vertrieb sowie strategischer Planung/ Organisation erreichte Wolfgang Haupt durch den Aufbau einer modifizierten Vertriebsorganisation, die skalierbar und mit den richtigen Kompetenzen an den richtigen Stellen das Wachstum des Unternehmens optimal unterstützt und vorantreibt, den notwendigen Umschwung.

Die umgesetzten Hauptstoßrichtungen:

- ✓ Erstellen einer Zielbilddefinition einer internationalen und skalierbaren Vertriebsorganisation.
- ✓ Identifikation des größtmöglichen Handlungsbedarfes und Entwickeln von konkreten Verbesserungsideen
- ✓ Optimierung der wichtigsten Vertriebs-elemente
- ✓ Umsetzung notwendiger Kompetenzen an den Schlüsselpositionen bzw. -funktionen

## Kundenstimmen:

„Herr Haupt passte von seiner Persönlichkeit her gut zu unserem mittelständischen Unternehmen. Seine zupackende, pragmatische, motivierende und offene Art haben wir sehr geschätzt.“

*Dr. Engelbert Heimes, CEO der H.C. Starck AG*

„Herr Haupt hat es nicht nur geschafft, die vertrieblichen KPI's zu steigern und den Restrukturierungsprozess nachhaltig aufzusetzen, wir haben ihm auch positive Veränderungen in der Unternehmenskultur zu verdanken.“

*Dr. Carsten Rußner, CEO der H.C. Starck Ceramics*

Nicht nur die reibungslose Transformation der Vertriebsbereiche, sondern auch die Integration unterschiedlicher Unternehmenskulturen sowie das Vertrauen der Mitarbeiter in die neue Struktur bezeugen den erfolgreichen Einsatz des Interim Managers Wolfgang Haupt.

