

# „Vertrieb lebt vom vertrauensvollen Austausch“

Seit August 2022 ist Pascal Schwindhammer Vertriebsleiter der HELUKABEL-Tochtergesellschaft KABELMAT Wickeltechnik – und damit sowohl für die Kunden als auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in seinem Team ein wichtiger Ansprechpartner. Im Interview erklärt er, was ihn an dieser Aufgabe besonders reizt, worauf es bei einer erfolgreichen Kundenbeziehung ankommt – und warum sich automatische Wickeltechnik anders verkauft als Gummibärchen.

**Herr Schwindhammer, vor Ihrem Wechsel in die HELUKABEL Gruppe waren Sie lange für ein weltweit führendes Maschinenbauunternehmen tätig. Wie verlief Ihr beruflicher Werdegang, und was hat Sie an Ihrer neuen Position gereizt?**

Angefangen habe ich mit einem dualen Studium zum Wirtschaftsingenieur. Anschließend habe ich im Bereich Industrial Engineering gearbeitet und war mit der Planung und Ausrichtung ausländischer Werke betraut. In dieser Zeit war ich unter anderem ein Jahr in Indien und zwei Jahre in China tätig, um den Aufbau der lokalen Geschäftstätigkeiten voranzutreiben. Zurück in Deutschland habe ich mich mit der operativen Strategie der gesamten Unternehmensgruppe befasst. Der Wechsel in den Vertrieb war für mich spannend, da es hier nicht nur darum geht, die eigenen Prozesse zu optimieren, sondern auch die des Kunden. Anwender über einen längeren Zeitraum zu begleiten und gemeinsam individuelle Lösungen zu erarbeiten, macht mir großen

Spaß. KABELMAT war und ist für mich wegen des großen Wachstumspotenzials reizvoll. Wir bieten leistungsfähige, innovative Produkte, mit denen unsere Kunden über Jahrzehnte arbeiten, sind vielen potenziellen Anwendern aber noch gar nicht bekannt. Da sehe ich eine große Chance für die Zukunft.

**Was macht die Aufgabe als Vertriebsleiter für Sie so besonders?**

Für mich leben sowohl der Vertrieb als auch die Personalführung von einem persönlichen, vertrauensvollen Austausch. Es macht mir große Freude, täglich das Gespräch über anstehende Themen zu suchen und eventuelle Probleme zu lösen. Eine offene und kontinuierliche Kommunikation ist mir dabei sehr wichtig.

**Wie sieht ein typischer Arbeitstag bei Ihnen aus?**

Den typischen Arbeitstag gibt es bei mir eigentlich nicht, da ich sehr abwechslungsreiche Aufgaben habe. Ein großer





Teil meiner Arbeit besteht aus Kundenterminen – entweder vor Ort oder per Teams. Es gibt aber auch Bürotage, an denen ich viel mit dem Schreiben von E-Mails und mit Telefonaten beschäftigt bin. Zudem haben wir bei KABELMAT viele spannende Workshops mit Technologiepartnern oder innerhalb der HELUKABEL Gruppe. Diese können zum Beispiel neue Produkte, Partnerschaften oder den Ausbau unseres Vertriebsnetzes betreffen. Hinzu kommen strategische Themen wie Vertriebsstrainings, Produktplatzierungen und Marketing, um das Wachstum von KABELMAT zu fördern. Es wird also nie langweilig.

**Und wie entspannen Sie sich nach einem anstrengenden Arbeitstag?**

Gerne in einem guten Restaurant bei einem leckeren Essen, verbunden mit einem kleinen Spaziergang – und damit meine ich nicht nur vom Auto bis ins Restaurant. Damit kann ich meine Energiespeicher schnell wieder auffüllen. Auch Hobbies spielen eine wichtige Rolle – ich bin zum Beispiel Mitglied der freiwilligen Feuerwehr. Für eine längere Auszeit gehe ich außerdem gerne in den Urlaub und bereise die Welt.

**KABELMAT stellt Maschinen für die Verarbeitung von Kabeln, Leitungen, Rohren, Stahlseilen, Schläuchen und Profilen her. Was unterscheidet den Vertrieb solcher spezieller technischer Geräte von beispielsweise dem von Gummibärchen oder Turnschuhen?**

Verbrauchsgüter wie diese werden standardisiert und in hohen Mengen an private Kunden verkauft und zielen hauptsächlich darauf ab, persönliche Vorlieben zu treffen. Da sind Optik, Geschmack oder Komfort ausschlaggebend - alles Dinge, für die man sich als Anwender im Ma-

schinenbau in der Regel weniger interessiert. Der Vertrieb unserer Produkte ist substanziiell anders: Wir bieten Maschinen für eine Vielzahl von zu wickelnden Materialien, die sich in ihren Eigenschaften stark voneinander unterscheiden. Dadurch haben wir auch Kunden in ganz unterschiedlichen Branchen, mit individuellen Prozessen und Anforderungen. Das spannende am Vertrieb ist es, darauf einzugehen und Lösungen zu finden, die sich optimal in die bestehende Umgebung integrieren lassen und den Anwender bei seinen Zielen unterstützen – seien das Kapazitätserhöhungen, mehr Flexibilität oder kürzere Lieferzeiten. Auch die Themen Effizienz und Arbeitssicherheit spielen in unserem Vertrieb eine wichtige Rolle. Ein weiterer Unterschied: Während bei Gummibärchen oder Turnschuhen in der Regel ein Individuum die Kaufentscheidung trifft, sind in den Unternehmen meist mehrere Personen involviert. Da geht es ja um viel höhere Beträge und langfristige Investitionen, das machen sich die Kunden in der Regel nicht leicht.

**Seit 2009 gehört KABELMAT zu HELUKABEL. Wie profitieren Sie davon, Teil der Unternehmensgruppe zu sein, und welche Vorteile hat das für Ihre Kunden?**

Die Zugehörigkeit zur HELUKABEL Gruppe ist in mehrfacher Hinsicht ein Vorteil für unsere Kunden: Zum einen deckt die Vertriebsstruktur von HELUKABEL, auf die auch wir zugreifen können, nahezu die ganze Welt ab. Die Außendienstler von HELUKABEL erhalten bei uns auch regelmäßig Schulungen an unseren Produkten. Dadurch haben Kunden immer einen kompetenten lokalen Ansprechpartner – egal ob in Deutschland, den USA oder Brasilien. Darüber hinaus haben wir weltweit die Logistikzentren von

HELUKABEL mit unseren Maschinen ausgestattet – eine gute Gelegenheit für Kunden, unsere Produkte live in Aktion zu erleben. Durch die langjährige Zusammenarbeit und den hohen Automatisierungsgrad bei HELUKABEL haben wir unser Portfolio zudem immer weiterentwickelt. Von diesen Ideen profitieren auch unsere Kunden. Im Verbund mit den anderen Tochtergesellschaften der Gruppe sind wir in der Lage, maßgeschneiderte Komplettlösungen aus einer Hand zu liefern.

**Wie hat sich die Arbeit im Vertrieb mit den Jahren verändert?**

Einer der größten und offensichtlichsten Punkte ist der technologische Wandel. Als Vertriebler war man früher hauptsächlich auf den Straßen unterwegs und hat Kunden vor Ort besucht – nicht nur zum Kennenlernen, sondern auch, um technische Lösungen oder Angebote zu besprechen. Heute wird ein Großteil dieser täglichen Arbeit digital

**„Auch die Themen Effizienz und Arbeitssicherheit spielen in unserem Vertrieb eine wichtige Rolle.“**

erledigt. Das bringt viele Potenziale, aber auch Risiken mit sich. Zum einen können wir etwa Angebote wesentlich schneller erstellen, da man viele Dinge per Teams besprechen und Bilder oder Videos am Bildschirm zeigen kann. Auch im



Service lässt sich zum Beispiel durch den Fernzugriff auf Maschinen und Anlagen viel Zeit sparen. Andererseits besteht die Gefahr, dass man den persönlichen Kontakt zum Kunden verliert und keine Eindrücke vor Ort mehr sammeln kann. Hier finde ich, die Mischung macht's: Die Vorteile der neuen Technologie nutzen, aber gleichzeitig beim Kunden präsent sein.

Bereits angesprochen habe ich die Entscheidungsprozesse: Früher war es meist nur der Geschäftsführer, der die Entscheidung für eine Investition im Alleingang traf. Heute sind daran verschiedene Personen beteiligt, auch die Bediener einer Maschine – was ich sehr gut und richtig finde. Durch die Einflüsse von mehreren Seiten haben wir eine bessere Möglichkeit, die jeweilige Herausforderung vollumfänglich zu verstehen und gezielt passende Lösungen anzubieten.

### **Wo sehen Sie in den kommenden Jahren besonders großes Potenzial für die Lösungen von KABELMAT?**

Auf technologischer Seite sehe ich großes Potenzial im Handling von Kabeltrommeln – etwa um die klassische Bodenlagerung mithilfe von Regalen abzubilden und digital zu managen. Auch die Anbindung unserer Schneidanlagen an Lager- und Fördertechnik, um den Automatisierungsgrad zu steigern, wird ein bestimmendes Thema. Hier war HELUKABEL in Hemmingen ein echter Vorreiter. Mittlerweile kommen immer mehr Kunden mit vergleichbaren Anfragen auf uns zu. Geografisch sind die USA und Kanada für uns besonders spannend – hier wird noch viel manuell gearbeitet, aber das dürfte sich in Zukunft ändern. Wir bauen gerade gemeinsam mit HELUKABEL unseren Vertrieb in Nordamerika auf, um potenzielle Kunden gezielt anzusprechen. Megatrends wie die Elektromobilität versprechen ebenfalls eine große Nach-

frage – schließlich braucht jedes E-Auto ein Ladekabel, und diese werden maschinell gefertigt und geschnitten. Aber auch die Bereiche erneuerbare Energien und künstliche Intelligenz sind für uns äußerst vielversprechend. Wir arbeiten mit verschiedenen Partnern daran, unsere Lösungen künftig noch intelligenter und vernetzter zu gestalten und damit unseren Kunden einen noch größeren Mehrwert zu ermöglichen. ◀

## **PASCAL SCHWINDHAMMER MUSS SICH ENTSCHEIDEN!**

### **Tee oder Kaffee?**

→ Ohne Kaffee geht nichts!

### **Anzug oder Jeans?**

→ Lieber die bequeme Jeans.

### **Lieber den salzigen oder den süßen Snack?**

→ Leider liebe ich alles, was ungesund ist. Aber wenn ich mich entscheiden muss, dann salzig.

### **Lieber Sport schauen oder Sport machen?**

→ Das hängt von der Sportart ab. Bei meiner Lieblingsportart – dem Fußball – habe ich mich jedoch aufgrund mangelnden Talents schnell aufs Zuschauen spezialisiert.

### **Camping oder all inclusive?**

→ Je nachdem: Zu zweit lieber all inclusive, mit der Familie auch gerne Camping.

### **Berge oder Meer?**

→ Auf jeden Fall ans Meer.

### **Hund oder Katze?**

→ Ich bin schon immer großer Katzen-Fan.

### **Musik oder Podcast?**

→ Musik – und zwar alles querbeet, von 80er-Rock bis zu aktuellen Sachen. Die Mischung macht's.

### **Großstadt oder Dorf?**

→ Ich bin sehr ungeduldig bei der Parkplatzsuche – nicht nur deshalb bevorzuge ich das Dorf.

### **Serie oder Buch?**

→ Da entscheide ich mich für die Serie.

