

DE RIGO REFRIGERATION

Italienisches Design für den deutschen Supermarkt

De Rigo Refrigeration möchte sich auf dem deutschen Kälte-Markt präsentieren. Das italienische Unternehmen stellt vor allem Kühlmöbel für Supermärkte her. Dazu möchte es mit einer Reihe an Merkmalen überzeugen und zwischen den etablierten Herstellern herausstechen. Wir haben mit Vertriebsleiter Christian Corrocher und dem kaufmännischen Leiter Alessandro Zanella gesprochen.



Bild: De Rigo Refrigeration

Vor allem ästhetisch wollen die Kühlmöbel überzeugen. Ein wichtiger Punkt in der Präsentation der Waren.

Die moderne Technik kann so angenehm sein. Vor allem, weil sich dieses Gespräch über viele Hunderte Kilometer über das Internet führen lässt. Christian Corrocher ist Vertriebsleiter für Deutschland. Nach einer kurzen Vorstellungsrunde steigen wir auch direkt in das Thema des Tages ein. De Rigo Refrigeration möchte sich im deutschen Markt etablieren. Dabei gibt es das Unternehmen schon eine ganze Weile. Gegründet im Jahr 1965, hatte sich De Rigo bisher in mehreren Ländern orientiert und war vor allem um die Jahrtausendwende weniger im deutschen Raum aktiv. Man habe die Entwicklung in Europa im Blick und bereits in einigen Ländern Verkaufs- und War-

Bild: De Rigo Refrigeration



Alessandro Zanella ist Sales Manager für Europa. Er geht auf die Geschichte De Rigos als Familienunternehmen und dessen Entwicklung ein.

Christian Corrocher ist Export Area Manager bei De Rigo Refrigeration. In Deutschland aufgewachsen, bringt er Sprach- und Kulturverständnis für die Zielgruppe mit.



Bild: De Rigo Refrigeration

tungsstrukturen aufgebaut, zum Beispiel in Spanien oder Belgien. Nun liegt das Interesse in Deutschland.

Supermärkte haben schon immer auf ihre Energiebilanz schauen müssen, und die Energiekrise hat das nicht einfacher gemacht. Hier möchte De Rigo glänzen. Die Auslagen- und Verkaufsregale für Supermärkte laufen ausschließlich mit Propan oder CO₂, je nachdem, ob es sich um steckerfertige oder Satellitenkühler handelt. Letztere werden mit Verbundanlagen von Advansor kombiniert. In der Vergangenheit hatte man die Verbundsysteme selbst hergestellt, verlagerte dann jedoch den Fokus auf die reine Verbraucherseite des Kältekreis. Es folgte eine Vereinbarung mit Advansor für die Herstellung, Belieferung, Nachverkaufsbetreuung und Schulung. Für den italienischen Markt hat De Rigo sogar diese Vereinbarung exklusiv schließen können. Damit sind sie also technisch gut aufgestellt, jedoch auch nicht die einzigen. Um sich von der Konkurrenz abheben zu können, legt das Unternehmen den Fokus auch auf andere Bereiche.

Christian Corrocher spricht fließend englisch, italienisch, aber auch deutsch. Er selbst ist in Deutschland geboren und aufgewachsen. Genau davon verspricht man sich nicht nur ein Sprach- sondern auch ein Kulturverständnis für den deutschen Markt. Die Rechnung scheint aufzugehen, denn diesen Trend sehen wir auch bei anderen Unternehmen. Was den deutschen Supermärkten und damit ihren Kunden im Vergleich zu ihren ausländischen Pendanten wichtig ist, hängt nun einmal auch vom eigenen kulturellen Hintergrund ab. Und der lässt sich nicht so einfach übersetzen.

Zeitgemäße Technik und ein Verständnis für die Zielgruppe sind gute und wichtige Eckpfeiler. Aber Christian Corrocher gibt sich damit noch nicht zufrieden. Die Kundenbetreuung sei ein ebenso wichtiger Punkt, bei dem zum Beispiel die Ersatzteilversorgung für einen Zeitraum von 30 Jahren oder mehr vorstellbar ist. Man arbeitet mit lokalen Service-Partnern zusammen, die schnelle und direkte Reaktionen ermöglichen. Dazu sollen die Produkte sehr individualisierbar sein. Zaubern könne man natürlich nicht, aber Sondermaße, -anfertigungen und -gestaltung seien selbstverständlich. Daneben möchte De Rigo mit einer gehobenen Ästhetik und Qualität herausstechen.

De Rigo ist ein Familienunternehmen. Im Jahr 2016 entschied man sich jedoch zu einer Umstrukturierung. Es wurden neue Ziele definiert, wie eben die Präsenz im deutschen Markt zu etablieren. Diese neuen Ziele erforderten ein Umdenken, und so wurden Organisation und Management stark ausgebaut. Produziert wird derweil immer noch komplett in Italien, inklusive eigenem Testlabor. Das Unternehmen gehört nach wie vor der Familie De Rigo, steht heute aber deutlich größer da. OB ■