

## „Die Baugeräte-Profis“

# Ein klares Signal für den Baugeräte-Sektor

**Das neue Konzept „Die Baugeräte-Profis“ ist im Januar 2015 gestartet und bietet entscheidende Mehrwerte am Markt**



*Aufmerksamkeitsstarkes Marketing.*

Zum Start gehören zwölf Mitglieder, die auch im Fachkreis Baugeräte vertreten sind (derzeit 31 Mitglieder) zum Konzept „Die Baugeräte-Profis“. Es sind starke, spezialisierte Firmen, die im Baugeräte-Sektor mit der neuen Konzeption ein klares Zeichen setzen. Dies sind aktuell die Firmen Baugeräte-Union, Buchberger, Deubner, Herrmann, Kessel, Kuhn, Nagel, Niklaus, Odenwälder, Rüb Stiller + Co, SBG und Wiedemann.

Die Mitglieder des Konzepts „Die Baugeräte-Profis“ sollen noch stärker gefördert werden, noch mehr profitieren. Das neue Vertriebs- und Marketingkonzept startete bereits zum Jahreswechsel. Die Zielsetzung ist es, unter einer neuen, starken Dachmarke intensive Vertriebsimpulse zu setzen, die durch professionelle Marketing-Aktivitäten begleitet werden. Bündelungseffekte sollen zudem Vorteile im Einkauf mit sich bringen. Mit den sogenannten „Profi Sale“-Aktionen gibt es seit Februar nun erste große Vertriebsaktionen. Flankiert werden diese Aktivitäten durch attraktive Flyer mit hohem Aufmerksamkeits- und Wiedererkennungswert. Darüber hinaus gibt es die klassischen Streuartikel – vom Feuerzeug über Kugelschreiber bis hin zu Zimmermannsbleistiften und Zollstöcken.

Was ist die Idee hinter der neuen Gruppierung? Sie verfolgt das Ziel, sich noch schneller und besser in einer sich intensivierenden Wettbewerbsstruktur zu bewegen. Es sollen Mehrwerte für bestehende Kunden generiert und neue Kunden gewonnen werden. Das geschlossene Auftreten der Gruppe in der Klammer der neuen Dachmarke soll dabei ein Höchstmaß an Verbindlichkeit erzeugen. Die Umsetzung gemeinsamer Absprachen in den Bereichen Einkauf und Vertrieb ist elementarer Bestandteil der neuen Konzeption. Der Händlernutzen ist dabei klar: verbesserte Marktbearbeitung, schlankere Prozesse, erhöhte Gruppendynamik sowie verstärkte Wahrnehmung durch Kunden und Industrie. Die Handelsmarke selbst bleibt übrigens unverändert FORMAT. Diese

ist seit 20 Jahren erfolgreich etabliert und hat insbesondere in den letzten drei Jahren umfangreiche Sortiments-erweiterungen erfahren.

Ein zentraler Nutzen der neuen Dachmarke wird in der weiteren Differenzierung gegenüber Wettbewerbern liegen. Die Verbindung einer zentral beworbenen Dachmarke mit den regional etablierten Marken und Leistungsprofilen der einzelnen Teilnehmer wird zu einer Stärkung der Positionierung in den jeweiligen Märkten führen.

Weiterhin sind auch Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen geplant. Die eigene Website [www.die-baugeraete-profis.de](http://www.die-baugeraete-profis.de) ist bereits seit Februar online. Im laufenden Jahr sollen bereits diverse Marketingaktivitäten stattfinden, bei denen neben den Streuartikeln weitere Werbeartikel zum Einsatz kommen – von Kalendern über Roll-ups bis hin zur Signalisation für den Außenbereich. Eine einheitliche Bekleidungsreihe ist ebenfalls geplant. Der abgestimmte Kommunikationsplan enthält darüber hinaus eine Anzeigenkampagne mit attraktiven Werbemotiven.

Die Vorteile für „Die Baugeräte-Profis“ liegen auf der Hand: „Leistung und Gegenleistung, alles wird honoriert.“

Für die anderen Fachkreis-Mitglieder bleibt alles unverändert. Diese erhalten weiterhin das bisherige Leistungsprogramm wie zum Beispiel den Zugang zur Handelsmarke FORMAT, den Baukatalog oder Vertriebsunterstützung.