

Neue Kompetenzgruppe bei E/D/E:

Klares Zeichen für den Baugeräte-Sektor

WUPPERTAL (ABZ). – Das neue Konzept der „Baugeräte-Profis“ bei E/D/E ist im Januar 2015 gestartet und bietet den zwölf Mitgliedern aus dem Fachkreis Baugeräte entscheidende Mehrwerte am Markt.

Es tut sich was im Baugerätegeschäft. Unter der Führung von Klaus-Peter Ponzle aus dem Bereich Baugeräte im E/D/E Geschäftsbereich III hat sich die bisherige FORMATplus Gruppe neu aufgestellt. Zum Start formen zwölf Mitglieder die auch im Fachkreis Baugeräte vertreten sind (derzeit 31 Mitglieder). „Die Baugeräte-Profis“ – starke, spezialisierte Firmen, die im Baugeräte-Sektor mit der neuen Konzeption ein klares Zeichen setzen. „Für die anderen Fachkreis-Mitglieder bleibt alles unverändert“, sagte Ponzle. Die Mitglieder der Baugeräte-Profis sollen noch stärker gefördert werden, noch mehr profitieren. Das neue Vertriebs- und Marketingkonzept startete bereits zum Jahreswechsel. Oliver Boensch, Leiter des E/D/E Geschäftsbereichs III, erläutert: „Die Zielsetzung der Baugeräte-Profis 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 der Profi Sale-Aktion wird es im Februar jetzt eine erste große Vertriebsaktion geben. „Dazu haben wir auch bereits einen attraktiven Flyer zur Vertriebsunterstützung erstellt“, sagt Fachbereichsleiter Ponzle. Flankierend gibt es, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, die klassischen Streuartikel – vom Fahrzeug über Kugelschreiber bis zu Zimmermannsbleistiften und Zollstöcken. Weitere Werkartikel werden im Herbst dieses Jahres hinzukommen.

Was ist die Idee hinter der neuen Gruppierung? „Wir wollen uns besser und schneller in einer stärker werdenden Wettbewerbsstruktur bewegen“, verrät Ponzle. „Das Ziel liegt darin, Mehrwert für bestehende Kunden zu generieren und neue Kunden zu gewinnen.“ Das geschlossene Auftreten der Gruppe soll ein Höchstmaß an Verbindlichkeit erzeugen. Der Händlernutzen ist dabei klar – verbesserte Markt-

bearbeitung, schlankere Prozesse, erhöhte Gruppendynamik sowie verstärkte Wahrnehmung durch Kunden und Industrie.“ Die Handelsmarke selbst bleibt übrigens unverändert „Format“. Der Nutzen der neuen Dachmarke wird in der weiteren Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb liegen“, bekräftigt auch Geschäftsbereichsleiter Oliver Boensch.

Ein Ziel von „Die Baugeräte-Profis“ ist weitere Imageförderung mit einem eigenen Markenprofil. „Es geht um eine hohe Verbindlichkeit und gemeinsame Absprachen zur intensiven Nutzung der in der Konzeption enthaltenen Tools in den Bereichen Einkauf und Vertrieb“, sagt Ponzle. Weiterhin sind auch Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen im Rahmen des Konzepts geplant.

Eine eigene Website ist bereits seit Februar online. Im laufenden Jahr sollen diverse Marketingaktivitäten stattfinden, bei denen neben den Streuartikeln weitere Werbeartikel zum Einsatz kommen, von Kalendern über Rollups bis hin zu Fahnen für den Außenbereich. Eine einheitliche Bekleidungsserie ist ebenfalls geplant. „Das alles wird unseren Mitgliedern und wiederum deren Kunden signalisieren: ‚Wir sind eine starke, leistungsfähige Gruppe‘“, sagt Ponzle.

Eine Kick-off-Veranstaltung findet im Juni statt. Hier werden Mitglieder und Förder-Lieferanten im Fokus stehen. Ponzle: „Die Auswahl dieser Lieferanten konzentriert sich verstärkt auf diejenigen, die besonders intensiv mit der Gruppe zusammenarbeiten werden.“ Für die Außendarstellung haben Ponzle und sein Team bereits einen Kommunikationsplan erstellt, der auch eine Anzeigenkampagne beinhaltet. „Wir sind uns sicher, dass die Werbekampagne im Markt wahrgenommen wird.“ Voraussetzung für die Teilnahme in der Gruppe ist neben bestimmten Leistungskriterien u. a. eine verbindliche, aktive Mitarbeit an den vereinbarten Maßnahmen. Die Vorteile für „Die Baugeräte-Profis“ liegen laut E/D/E auf der Hand: „Leistung und Gegenleistung, alles wird honoriert.“