

## Ort der Sicherheit und Geborgenheit

Zeppelin unterstützt Uli Hoeneß bei seinem Engagement für das neue Kinderpalliativzentrum München

MÜNCHEN (SR). Uli Hoeneß, Präsident vom FC-Bayern, hat sich längst nicht nur um den Fußball verdient gemacht, als er den FC Bayern aus der Krise holte und zu einem europäischen Spitzenclub formte, sondern er setzt sich immer wieder für die Gesellschaft ein. Ein Projekt, das von ihm unterstützt wird, ist das künftige Kinderpalliativzentrum der Uni München in Großhadern. Es soll für unheilbar kranke Kinder zu einem Ort der Sicherheit und Geborgenheit werden. Geplant sind acht Einzelzimmer, die alle Möglichkeiten einer Intensivstation bieten, damit Eltern rund um die Uhr bei ihrem Kind bleiben können. Dafür müssen allerdings rund 5,5 Millionen Euro privat von einem eigens gegründeten Förderverein aufgebracht werden. Für den Bau spendete die Zeppelin Baumaschinen GmbH jüngst 25 000 Euro.

Palliativmedizin zielt darauf ab, die Lebensqualität von Patienten mit lebensbedrohlichen Erkrankungen und ihren Familien zu verbessern. Lediglich in Datteln in Nordrhein-Westfalen gibt es bislang eine Palliativstation für Kinder. Dabei leben hierzulande etwa 23 000 Kinder und Jugendliche mit unheilbaren Krankheiten, an denen rund 5 000 von ihnen jährlich sterben. Eine große Anzahl der Betroffenen leidet an angeborenen Fehlbildungen oder Stoffwechselerkrankungen. Der Förderverein Kinderpalliativzentrum München e.V. hat sich zum Ziel gesetzt, ein Zentrum für die stationäre, ambulante und begleitende Betreuung schwerstkranker Kinder und Jugendlicher sowie ihrer Angehörigen nun auch in Bayern zu schaffen.

„Als Stiftungsbetrieb fühlt sich Zeppelin immer wieder verpflichtet, Projekte zu realisieren, die dringend auf eine Unterstützung angewiesen sind, weil sie von staatlicher Seite diese nicht im benötigten Umfang bekommen“, erklärte Baumaschinenchef Michael Heidemann, als er zusammen mit dem Zeppelin-Konzernchef Peter Gerstmann den Scheck überreichte. Der Förderverein will bis Mitte 2011 die Hälfte der erforderlichen 5,5 Millionen Euro durch Spendengelder gesammelt haben, damit der Spatenstich erfolgen kann. „Wir freuen uns, mit unserem Beitrag den Bau wieder ein kleines Stückchen nach vorne gebracht zu haben“, sagte Peter Gerstmann.

Wer den Förderverein Kinderpalliativzentrum München e.V. ebenfalls unterstützen will, kann dies mit einer Spende tun:  
Konto-Nummer: 611 111, BLZ: 701 500 00, Stadtparkasse München  
Kennwort: „Kinderpalliativzentrum München“



Die Spende in Höhe von 25 000 Euro überreichten an FC Bayern-Präsident Uli Hoeneß (zweiter von links) und Harald Strötgen (rechts), Vorstandsvorsitzender der Stadtparkasse München und Vorstand vom Förderverein, die Zeppelin Geschäftsführer Peter Gerstmann (links) und Michael Heidemann (zweiter von rechts) auf dem Fußballrasen in der Allianz Arena. Foto: Zeppelin/Sabine Gassner

## Anstoß zur Champions League

Zeppelin stimmt seine Vertriebsmannschaft auf das Geschäftsjahr 2011 ein

MÜNCHEN (SR). Normalerweise löchern hier Journalisten Bayern-Trainer Louis van Gaal mit Fragen: im Presseclub der Allianz Arena in München, wo Bundesliga-, DFB-Pokal- oder Champions League-Spiele vom FC Bayern ausgetragen werden. Diesmal durfte dort die Vertriebsmannschaft der Zeppelin Baumaschinen GmbH Platz nehmen. Zum Jahresbeginn wurde diese fit gemacht für den Vertrieb von neuen und gebrauchten Cat Baumaschinen samt Hyster Gabelstaplern. Das Motto der Mitarbeiterveranstaltung „Anstoß zur Champions League“ machte deutlich, wo sich der Marktführer sieht und wessen Platz er weiter behaupten will: eine Position ganz oben an der Spitze, von der Kunden profitieren sollen.

Deutschland 6 175 Maschinen. Zugelegt hat Zeppelin nicht nur im Geschäft mit neuen und gebrauchten Cat Baumaschinen inklusive Serviceleistungen, sondern auch mit Hyster Gabelstaplern. „Wenn man Marktführer ist, ist es jedoch eine Kunst, an der Spitze zu bleiben. Unsere Mannschaft, ob im Vertrieb oder im Service, ist jedoch dafür gut aufgestellt

Yvette Körber, Bereichsleiterin Zeppelin Gabelstapler, informierte über das Stapler-Geschäft, welches eine Neuausrichtung nach sich zieht, um den Staplermarkt noch zielgerichteter bedienen zu können. Künftig soll der Fokus verstärkt auf den Vertrieb von Big Trucks und Stapler mit Verbrennungsmotor sowie auf deren Zielmärkte gelegt wer-

Die deutsche Bauwirtschaft schätzt laut Fred Cordes, Zeppelin Vertriebschef für Deutschland, der sich dabei auf führende Wirtschaftsforschungsinstitute wie das ifo-Institut beruft, die Geschäftslage für dieses Jahr ähnlich ein wie 2010. „Die Finanzkrise mit der darauf folgenden Rezession hat viele Unternehmen verunsichert, Investitionen zu tätigen. Mit einer so deutlichen Belegung des Baumaschinengeschäfts im letzten Jahr hat keiner gerechnet“, erläuterte er. Dass der Markt für Baumaschinen weiter wachsen wird, erklärte er damit, dass die Konjunkturprogramme noch bestehen. „Unsere Kunden haben auch 2011 gut zu tun. Wir haben es selbst in der Hand, die Champions League zu gewinnen“, so Cordes. Zum Sieg verhelfen dabei bewährte Produkte wie die kompakten Radlader von Caterpillar, die nach kurzer Zeit bereits ein Verkaufsschlager geworden sind, oder Kettenbagger, bei denen Zeppelin seit vielen Jahren klarer Marktführer ist, oder Cat Mobilbagger, mit denen Zeppelin eine beispiellose Erfolgsgeschichte geschrieben hat, meinte der Vertriebschef. Er kündigte darüber hinaus weitere Neuheiten an, wie zum Beispiel die K-Serie bei den Radladern, die E-Serie bei den Kettenbaggern oder die B-Serie bei den Dumpern.

Um den Kunden ein entsprechend attraktives Angebot machen zu können, hat Zeppelin auch für 2011 wieder ein entsprechendes Marketingprogramm ausgearbeitet, das entsprechend flexibel gestaltet wurde. So will das Unternehmen wieder auf die unterschiedlichsten Kundenwünsche eingehen, stellte Konrad Werkmann klar, der bei Zeppelin für die Verkaufsförderung verantwortlich ist. Darüber hinaus sollen etwa auch die Programme für zertifizierte und werkstattüberholte Gebrauchsmaschinen mit dem Label „Certified Used“ fortgeführt werden. „Es gibt in Deutschland keinen Baumaschinenanbieter mit einem Gebrauchsmaschinenangebot, das mit unserem auch nur annähernd vergleichbar ist. Uns ist es als weltweit einziger Cat Partner gelungen, erneut über 3 000 gebrauchte Baumaschinen in Deutschland zu verkaufen und davon ein Drittel als „Cat Certified Used“, freute sich der Bereichsleiter für Gebrauchsmaschinen, Kurt Kerler. Daran will Zeppelin anknüpfen. „Schließlich sollen die Kunden für ihre Aufgaben und die Vertriebsmannschaft für das Baumaschinengeschäft gut gerüstet sein, wenn die Bausaison nach dem Winter wieder losgeht“, meinte Michael Heidemann zum Schluss.

Ein ausführliches Interview mit Uli Hoeneß und Ludger Schulze lesen Sie in der nächsten Ausgabe des Deutschen Baublatts.



In der Allianz Arena wurde die Zeppelin Vertriebsmannschaft fit für den Vertrieb von neuen und gebrauchten Baumaschinen und Staplern gemacht. Foto: Zeppelin/Sabine Gassner

Das notwendige Rüstzeug dafür holte sich Zeppelin direkt aus erster Hand vom Hausherrn der Allianz Arena: Uli Hoeneß. Der Präsident und Aufsichtsratsvorsitzende vom FC Bayern und Ehrenpräsident der Vertriebstagung, stand Rede und Antwort – sowohl den Zeppelin Mitarbeitern, als auch dem Sportjournalisten Ludger Schulze. Der frühere Sportchef der Süddeutschen Zeitung interviewte ihn zu Fragen rund um das runde Leder, zu den unternehmerischen Aktivitäten und zu seiner Sicht auf die Politik, insbesondere zu seinem letzten Treffen mit Bundeskanzlerin Angela Merkel. Hoeneß gab Einblicke in seine Funktion als langjähriger Bayern-Manager und wie es ihm 1979 gelang, den Verein, der wirtschaftlich am Boden lag, an die Spitze des europäischen Fußballs zu heben. „Es gibt kein Handbuch für den Erfolg. Ich glaube einfach, dass man jeden Tag aufs Neue lernen muss“, lautete sein Rezept, das er selbst praktiziert. So erfuhren die Zeppelin Mitarbeiter von ihm auch: „Hoch kommen ist leicht, oben bleiben schwer.“

Weil in dieser Hinsicht Fußball sowie der Vertrieb und Service von neuen und gebrauchten Baumaschinen und Gabelstaplern einige Gemeinsamkeiten haben, zog Peter Gerstmann Parallelen. Der Zeppelin Konzernchef blies zum Anpfiff für das Geschäftsjahr 2011 und stellte die Strategie des Unternehmens samt den Spielregeln für den Umgang mit Kunden vor. Vom Fußball, einem der schönsten Nebensachen der Welt, und vom FC Bayern, einem der am Besten gemanagten Fußballclubs, sollte auch Zeppelin einiges lernen können, insbesondere was die Teilnahme an der UEFA Champions League betrifft. „Wer hier mitmisch, muss sich erst dafür qualifizieren und eine erfolgreiche Spielsaison bestehen. Als Marktführer ist Zeppelin längst in der Champions League angekommen, was unsere Geschäftszahlen 2010 eindrucksvoll beweisen“, machte Gerstmann deutlich. Der Auftragseingang hat im vergangenen Jahr mit einem Plus von 34 Prozent das Jahr 2009 übertroffen. Verkauft wurden allein in

und damit wollen wir auch 2011 wieder alle möglichen Titel abräumen. Dabei wird es darum gehen, dass unsere Kunden spüren, dass wir alles tun, um sie für uns und unsere Produkte zu gewinnen“, stimmte Gerstmann die Mitarbeiter für das Geschäftsjahr 2011 ein.

Die Ziele, die sich Zeppelin für dieses Jahr vorgenommen hat und welche von Michael Heidemann, Vorsitzender der Geschäftsführung der Zeppelin Baumaschinen GmbH, präsentiert wurden, sind ähnlich ambitioniert wie 2010. Für 2011 sieht Heidemann eine weitere Belegung des Geschäftes mit Baumaschinen und Gabelstaplern. Er ist davon überzeugt, dass Zeppelin im aktuellen Jahr die Stückzahlen an Baumaschinen und Gabelstaplern noch einmal deutlich steigern wird. Auch bei der Anzahl der Serviceverträge will Zeppelin kräftig zulegen. Insbesondere in der besonders leistungsstarken Produktpalette von Caterpillar sieht Heidemann einen klaren Wettbewerbsvorteil.

den. Geplant sind strategische Partnerschaften bei Mietflotten und ein Ausbau des GPS gestützten Flottenmanagements.

„Wir wollen, in die Fußballsprache übersetzt, 2011 möglichst viele Tore schießen. Unsere bisherige Position am Markt wollen wir deutlich ausbauen und den Abstand zu unsern Mitbewerbern weiter vergrößern“, definierte Michael Heidemann die Marschroute für 2011. Er gab dem Vertrieb einen Überblick über die neuesten Investitionen von Caterpillar, wie etwa die Übernahme von Bucyrus sowie der WMM-Motorenwerke Mannheim. Zugleich machte er deutlich, dass der weltweit größte Baumaschinen- und Motorenhersteller derzeit nicht nur stark in Asien investiert, sondern inzwischen auch in Deutschland mit zehn Standorten vertreten ist – zum Vorteil der Kunden von Zeppelin. Heidemann sieht darin ein klares Bekenntnis von Caterpillar zu Europa und insbesondere zu Deutschland.