

# Deutscher Meister im Vertrieb und Service von Baumaschinen

Auf dem Vertriebs-Kick-off in der Allianz Arena wird der Zeppelin Mannschaft die Spieltaktik für das Geschäftsjahr 2012 vermittelt

MÜNCHEN (SR). So wie Fußballer in der Kabine vom Trainer vor dem Spiel auf die Mannschaftsleistung auf dem Rasen eingeschworen werden, so wurde auch die Vertriebsmannschaft der Zeppelin Baumaschinen GmbH wieder auf die Ziele und Strategien im neuen Geschäftsjahr 2012 eingestimmt. Als Austragungsort diente der Presseclub der Allianz Arena in München, wo normalerweise Journalisten den FC-Bayern-Trainer Jupp Heynckes mit Fragen zu Ribéry und Robben löchern. Stattdessen beschäftigte sich das Vertriebs-Kick-off kurz vor dem Start in die Rückrunde der Bundesliga mit der Spieltaktik für das neue Geschäftsjahr. Während im Fußball nur die Tore zählen, ging es für die Zeppelin Mannschaft um Analysen zur Geschäftsentwicklung, angepeilte Umsatzzahlen bei neuen und gebrauchten Baumaschinen sowie Gabelstaplern, Marktanteile, Produkteinführungen und Marketingprogramme. Im Mittelpunkt stand dabei die Frage: Was kann die Mannschaft tun, um für die Kunden noch besser zu werden?

Wer wissen will, was ein Unternehmen zukünftig verbessern kann, muss das vergangene Geschäftsjahr Revue passieren lassen, um daraus Rückschlüsse für den Erfolg in der Zukunft zu ziehen. Den Jahresrückblick übernahm Peter Gerstmann. Der Vorsitzende der Geschäftsführung des Zeppelin Konzerns variierte ein bekanntes Zitat des Stargasts der Vertriebstagung, Franz Beckenbauer (siehe dazu das Interview auf den Seiten 4-5), als dieser als Teamchef der deutschen Mannschaft 1990 den WM-Titel gewonnen hatte und verkündete: „Es tut mir leid für die anderen Wettbewerber, aber unsere Mannschaft wird auf Jahre hinaus unschlagbar sein.“ Der Zeppelin-Chef bezog sich dabei auf den Wettbewerb und die Marktanteile, welche Zeppelin 2011 gewonnen hat, sowie das erzielte Ergebnis. Die strategische Geschäftseinheit Baumaschinen EU (Deutschland, Österreich,



Auf dem Vertriebs-Kick-off in der Allianz Arena wird der Zeppelin Mannschaft die Spieltaktik für 2012 vermittelt.

Fotos: Zeppelin/Bernd Ducke

schnell erreichbar zu sein und ihnen einen erstklassigen Service zu bieten.

## Mit gutem Auftragspolster gestartet

Auch 2011 konnte der Zeppelin Service zum guten Ergebnis im Handel neuer und gebrauchter Baumaschinen und Gabelstapler einen beachtlichen Beitrag leisten. Der Markt für Baumaschinen ist 2011 aufgrund hoher Investitionen von Baufirmen, der Baustoffindustrie und von Mietgesellschaften stärker gewachsen als ursprünglich

wenn das Jahr 2011 so erfolgreich verliefen ist und sich unsere Geschäftszahlen sehen lassen können, dürfen wir uns auf unserer Position nicht ausruhen. Unser Ziel ist es, unseren Umsatz weiter zu steigern und unsere Marktanteile in allen Sparten weiter auszubauen. Insbesondere bei den Kompaktgeräten wollen wir einen kräftigen Zuwachs hinlegen und Marktführer werden. 2010 wurden wir von Cat als erfolgreichster Vertriebs- und Servicepartner weltweit ausgezeichnet, weil wir die meisten kompakten Baumaschinen verkauften. Daran wollen wir 2012 anknüpfen“, erklärte Michael Hei-

sen. Einen Schwerpunkt dabei bilden die Mobilbagger von Caterpillar. „Was wir bisher schon erfolgreich gemacht haben, führen wir fort und tun alles dafür, unsere Dienstleistungen weiter auszubauen“, gab Michael Heidemann als Marschrichtung vor. Dazu gehört vor allem, den Kunden weitere Serviceleistungen anzubieten. Ein Bestandteil wird sein, Kunden 2012 bei ihrer Arbeit zu unterstützen, ihre Produktivität zu steigern und Prozesse auf der Baustelle und beim Maschineneinsatz zu verbessern. Helfen soll ihnen dabei das Caterpillar Flottenmanagement Product Link, das Zeppelin zum festen Bestandteil der Baustelle der Zukunft machen will.

## Servicegeschäft weiter vorantreiben

Weiter gestärkt werden soll das Servicegeschäft, insbesondere im Bereich Ersatzteile. Voranbringen will Zeppelin sein Ersatzteilgeschäft auch über einen Verkauf im Internet. So startet das Unternehmen ab sofort ein Online-Portal für Kunden, über das Ersatzteile von sechs bis 20 Uhr, sieben Tage die Woche, bestellt werden können (siehe dazu auch den Bericht in dieser Ausgabe auf Seite 10). Kunden, die über die Internetseite [www.zeppelin-kundenportal.de](http://www.zeppelin-kundenportal.de) online ihre Ersatzteile ordern, zahlen dafür drei Prozent weniger als im regulären Handel. Außerdem richtet das Unternehmen für seine Vertriebsmitarbeiter optional eine App ein, damit sie über das iPad Kunden an Ort und Stelle Produkte und Informationen über Zeppelin noch schneller näherbringen können. „Mit unseren Aktivitäten wie dem Online-Kundenportal oder der App wollen wir der Konkurrenz wieder voraus sein. Auch andere wollen „Deutscher Meister“ werden und versuchen, unsere Produkte und Dienstleistungen zu kopieren. Doch bis heute sind es halbherzige Versuche geblieben, die nicht annähernd an uns herangereicht haben. Den Titel „Marktführer“ werden wir uns nicht nehmen lassen, und daher werden wir wieder alles daran setzen, unseren Kunden Spitzenprodukte von Caterpillar in der Kombination mit dem erstklassigen Service von Zeppelin zu bieten“, beschreibt Michael Heidemann die Strategie für das neue Jahr.

Damit den Worten in der Allianz Arena Taten folgen, hat Zeppelin unter der Regie von Konrad Werkmann, Bereichsleiter Marketing und Verkaufsförderung, ein flexibles Marketingprogramm ausgearbeitet, um Kunden attraktive Angebote machen zu können, wenn sie eine Baumaschine bei Zeppelin erwerben. Werkmann stellte dem Vertrieb verschiedene Bausteine vor und zeigte Möglichkeiten der Sonderfinanzierung auf. Auch wenn 2011 bedingt durch die Einführung der neuen Abgasemissionsrichtlinie der Stufe IIIB zahlreiche neue Modelle, ob bei den Radladern die K-Serie, bei

den Kettenbaggern die E-Serie und bei den Dumpnern die B-Serie, bereits eingeführt wurden, dürfen Kunden in diesem Jahr mit weiteren Neuentwicklungen bei Kompaktmaschinen, Standardgeräten und Großgeräten rechnen. „Erlkönige“ in Form eines Cat Radladers und eines Cat Minibaggers wurden den Verkäufern vor der Allianz Arena in allen Details präsentiert. „Zu Gesicht bekommen Kunden neue Modelle auf Messen, wie der GalaBau in Nürnberg, der NordBau in Neumünster oder der IFAT in München, wo Zeppelin als Aussteller vertreten sein wird“, führt Konrad Werkmann aus. Und da zeigt sich bereits einer der Schwerpunkte, den Zeppelin 2012 ins Visier genommen hat: das Recycling und die Entsorgung, auf die Zeppelin genauso den Fokus legen wird wie bereits auf das Mining-Geschäft. Dieses war schon zwei Jahre bevor Cat 2011 Bucyrus übernommen hatte von Zeppelin als strategisches Geschäftsfeld definiert worden.

Weil eine gebrauchte Baumaschine von Caterpillar häufig eine interessante Alternative zu neuen Baumaschinen aus Fernost darstellt, hat der Verkauf von Gebrauchtmachines bei Zeppelin einen hohen Stellenwert. Der zuständige Bereichsleiter Kurt Kerler ging auf die Umsatzentwicklung 2011 ein, die etwas moderater ausfiel als im Neumaschinenbereich. Insbesondere im zweiten Halbjahr wirkte sich die Eurokrise negativ auf den Absatz von Gebrauchtmachines aus. In Summe konnte Zeppelin aber deutlich mehr gebrauchte Maschinen verkaufen als im Vorjahr. Der erzielte Umsatz kann, so Kerler, zwar nicht mit dem aus dem Jahr 2007 mithalten, doch bedingt durch das Programm CCU (Caterpillar Certified Used), nach Kriterien von Cat den Kunden zertifizierte Gebrauchtmachines mit Garantie anzubieten, schnitt Zeppelin als Anbieter von Gebrauchtmachines gut ab. Zeppelin durfte unter allen Cat Händlern dafür den Titel „Weltmeister“ für CCU verbuchen. Für die Abwicklung mit CCU-Machines wurde Zeppelin von Cat Vice-President Paolo Fellin 2011 die Auszeichnung Fünf-Sterne-Händler verliehen. Über einen Zeitraum von zwei Jahren wurde von Caterpillar untersucht und bewertet, wie der Händler seine Gebrauchten mit CCU-Garantie für Kunden aufbereitet. „In Deutschland gibt es keinen vergleichbaren Baumaschinenanbieter wie Zeppelin, der so viele Gebrauchtgeräte sofort liefern kann“, machte Kerler deutlich und verwies dabei auch auf Straßenbagger wie Fertiger und Walzen, die Zeppelin am Standort in Alsfeld vorhält. Das Ziel für 2012 im Segment Gebrauchtmachines gleicht exakt dem Ziel für Neumaschinen: weiteres Wachstum, um die bisher erreichte Spitzenposition, Platz eins im Baumaschinenhandel und -service, nicht nur zu verteidigen, sondern diese zum Wohle der Zeppelin Kunden weiter auszubauen.



Stargast der Vertriebstagung, Franz Beckenbauer (Mitte), mit Peter Gerstmann (rechts), dem Vorsitzenden der Geschäftsführung des Zeppelin Konzerns und dessen Stellvertreter, Michael Heidemann (links).

Tschechien, Slowakei), zu der auch die Zeppelin Baumaschinen GmbH zählt, konnte 2011 einen Umsatz von über 1,1 Milliarden Euro verbuchen. Insgesamt erzielte der Zeppelin Konzern mit fast 7 000 Mitarbeitern einen Umsatz in Höhe von über 2,4 Milliarden Euro. „Das ist weitaus mehr als gedacht. Unsere Marktanteile konnten wir im dritten Jahr hintereinander steigern und haben einen neuen Rekordwert erreicht. Wir wollen den Wettbewerb weiter schön auf Distanz halten“, so Gerstmann. Dazu gehört für ihn auch, dass Zeppelin ein besonders attraktiver Arbeitgeber ist, Mitarbeiter zu fördern sowie zu qualifizieren und die Ausbildungsquote auf 17 Prozent zu erhöhen. Unerlässlich ist, in die Infrastruktur der Niederlassungen zu investieren, wie 2011 in Böblingen oder 2012 in Hamm, um für Kunden

gedacht. Zeppelin ist mit einem guten Auftragspolster in das neue Geschäftsjahr gestartet. Bereits in den ersten Wochen zeichnen sich einige Großaufträge ab, die das Unternehmen optimistisch für den weiteren Geschäftsverlauf stimmen. Bestätigung dafür, dass die deutsche Wirtschaft und das Baugewerbe in diesem Jahr moderate Zuwachsraten verzeichnen werden, gab es vom ifo Institut München und dem Unternehmensberater Roland Berger. „Das gilt unter der Prämisse, dass es keine Eurokrise größeren Ausmaßes geben wird“, schränkte Michael Heidemann ein, der Chef der Zeppelin Baumaschinen GmbH.

Ambitionierte Ziele hat sich Zeppelin wieder für sein Neu- und Gebrauchtmachinesgeschäft vorgenommen. „Selbst

demann gegenüber den aus allen Teilen Deutschlands vertretenen Mitarbeitern sowie den Mitgliedern des Managements vom Herstellerpartner Caterpillar und Caterpillar Financial Services. Für kompakte Baumaschinen wurde daher vor Ort mit dem weltweiten Caterpillar Vertriebschef für Kompaktgeräte, Max Martin, eine Vereinbarung zum Wachstum in diesem Produktsegment unterzeichnet. Beide Partner verpflichten sich, ihre Zusammenarbeit bei den Kompaktgeräten zu intensivieren. Um eine bessere Marktdurchdringung zu erreichen, sollen Kunden insbesondere im ersten Halbjahr, wenn die Bausaison richtig Fahrt aufnimmt, mit Maschinen versorgt werden.

Auch beim Absatz von Standard- und Großgeräten will Zeppelin weiter wach-