

Schneider präsentiert sich als kompetenter Partner Erfolg mit Druckluft

Schneider hat sich mit 50 Jahren Erfahrung und Partnerschaft sicherlich eine besondere Vertrauensbeziehung zum Handel aufgebaut, die allerdings auch gepflegt sein will. Umso mehr mit dem Hintergrund neuer „Besitzverhältnisse“, einer neuen Roadshow und einem Markt, der die Fachhandels-Partnerschaft in letzter Zeit nicht immer ins Zentrum des Geschehens rückt. Die EZ Tools & Trade sprach über diese Themen mit Geschäftsführer **Fabian Klopfer**.



Fabian Klopfer

EZ: Wie ist Ihre Roadshow verlaufen, und wie sehen die weiteren Planungen aus?

F. Klopfer: Mit dem Verlauf der Roadshow sind wir sehr zufrieden. Es ist uns gelungen, im April dieses Jahres innerhalb einer Woche, an drei Standorten, 120 Handelspartner über die aktuellen Themen unseres Unternehmens zu informieren.

Der direkte Dialog mit unseren Handels- und Servicepartnern ist uns bei Schneider sehr wichtig. Mit 50 Jahren Erfahrung und Partnerschaft hat Schneider eine besondere Vertrauensbeziehung zum Handel. Diese konnten wir nochmals stärken. So konnten wir unseren Partnern genau erläutern, was Schneider an Produkten und Services anbietet um unser Versprechen – „Wir kümmern uns um alles, damit Sie sich um Druckluft keine Gedanken machen müssen“ – einzulösen. Besonders deutlich wurde dies auf unseren vier Marktplatzstationen. Neben unserer Produktneuheit, dem Baustellenkompressor „CPM-L“ wurden dort die umfangreichen Servicedienstleistungen, die Unterstützung der Handelspartner durch

attraktive Shop Gestaltung und Marketingmaßnahmen sowie die maßgeschneiderte Beratung durch unsere zwölf Außendienstmitarbeiter vorgestellt. Ein Gesamtpaket, das auf ganzer Linie Anklang fand.

Neben den Inhalten darf auf einer Roadshow natürlich auch der Kontakt zu den Handelspartnern nicht zu kurz kommen. Dazu gab es auf den Veranstaltungen ausreichend Gelegenheit. Bei Kaffee und Imbiss wurden Erfahrungen ausgetauscht, bestehende Kontakte vertieft und neue Kontakte aufgebaut.

Für die Besucher in Reutlingen gab es mit einer Führung „hinter den Kulissen“ ein besonderes Highlight. Neben der Kolbenmanufaktur, Schneider fertigt hier in Reutlingen sämtliche stationären Kolbenkompressoren. Dort konnte auch ein Einblick gewonnen werden, wo und wie die Innovationen bei Schneider entstehen. Alles in allem also ein echter Rundumblick für unsere Partner.

Für das Schneider Roadshow-Team ein wahrer Kraftakt in der Vorbereitung und Durchführung, der sich aus unserer Sicht absolut gelohnt hat. Für uns eine großartige Möglichkeit, die komplette Bandbreite unserer Leistungen an die Handelspartner zu vermitteln. Und nur im direkten Kontakt erfahren wir, was wir noch besser machen können. Daher planen wir, eine solche Veranstaltung alle zwei bis drei Jahre durchzuführen.

EZ: Ihr Unternehmen kann das 50-jährige Jubiläum feiern. Welches waren aus Ihrer Sicht die größten Steps in der Firmengeschichte und wo will man hin?

F. Klopfer: Schneider hat am Markt in diesen fünf Jahrzehnten vor allem durch drei Faktoren Akzente am Markt gesetzt. Zu allererst durch innovative, am Kundenbedarf orientierte Produkte. So hat Schnei-



Roadshow-Auftakt Berlin durch Gesamtvertriebsleiter Klaus Heinzel

der bereits in den 1970er Jahren mit den „CompactMaster“ die ersten echten, handlichen Baustellenkompressoren eingeführt. Im nächsten Schritt erfolgte der Ausbau des Geschäftsfeldes in Richtung stationäre Druckluftanlagen. Neben den stationären Kolbenkompressoren bietet Schneider bereits seit den 80er Jahren auch stationäre Schraubenkompressoren an. Unser Vertriebssteam ergänzt in diesem Bereich die Kompetenz der Handelspartner. Wir übernehmen gerne die Beratung beim Kunden vor Ort, der Handelspartner bleibt der Geschäftspartner des Kunden.

Diese intensive Partnerschaft mit dem Fachhandel ist unser wesentlicher Erfolgsfaktor. Grundlage dafür war die Entwicklung in den 1990er Jahren. Dort wurden unter anderem erste gemeinsame Shop Konzepte entwickelt. Heute bietet Schneider dem Fachhandel alles, um im Bereich Druckluft



erfolgreich zu sein – vom Produkt, über Shop Konzepte bis hin zur kompetenten Beratung.

Natürlich erwarten wir für die Zukunft weitere, ähnlich wegweisende Schritte. Durch die Verbindung mit Atlas Copco werden Schneider viele Möglichkeiten geboten. Hier erwarten wir für die kommenden Jahre eine tolle Entwicklung für Schneider.

EZ: Welche Veränderungen sehen Sie durch die Übernahme durch Atlas Copco?

F. Klopfer: Wie bereits oben angemerkt, für Schneider erwarten wir hier eine Viel-



zahl an Möglichkeiten, auf diese möchte ich gleich zurückkommen. Wichtiger ist uns jedoch – unsere Handelspartner und die Kunden spüren aktuell von dieser Übernahme nichts.

Das klingt paradox, ist uns jedoch sehr wichtig. Schneider ist und bleibt der Partner des Handels – unsere erste Priorität ist hier die Erfüllung der Erwartungen unserer Kunden.

Schneider wird in diesem Zusammenhang auch seine Identität bewahren. Obwohl Atlas Copco ein starkes Unternehmen ist, stehen dahinter weit mehr als 30 verschiedene Unternehmen. Atlas Copco versteht sich sehr gut darauf, diese Unternehmen unabhängig weiter zu entwickeln, mit allen spezifischen und regionalen Stärken, die ein Unternehmen und eine Marke bringen.

So ist Schneider die Marke im Atlas Copco Konzern, mit der wir den zentral- und nordeuropäischen Markt entwickeln werden. Schneider wird sich hier in den nächsten Jahren noch deutlich internationaler aufstellen.

Dazu wird sich mit einer solchen Produkt- und Entwicklungskompetenz auch einiges im Bereich Neuheiten und Innovationen bewegen lassen.

Sie sehen – für Schneider eine tolle Chance – von der auch unsere Partner durch noch wettbewerbsfähigere Leistungen profitieren werden.

EZ: Was lässt sich über die Fachhandels-Ausrichtung Ihres Unternehmens sagen? Wo gibt es besondere Schwerpunkte? Auf was kann sich der PVH in 2017 einstellen?

F. Klopfer: Schneider bleibt auch in Zukunft, entgegen dem Trend am Markt, 100 Prozent dem Fachhandel verbunden. Wir werden unsere Leistungen für den Handel noch weiter ausbauen. Speziell im Bereich Produktneuheiten dürfte 2017 ein spannendes Jahr für den Handel werden.

Auch im Bereich des aktuellen Portfolios wird es wieder Konzepte zur Verkaufsförderung geben. Schneider bietet als Systemlieferant mehr als nur Kompressoren. Wir werden unseren Partnern zudem in 2017 Wege aufzeigen, wie sich hier weiter erfolgreich Geschäftsfelder belegen lassen, die nicht direkt im Fokus stehen und vielleicht gerade deshalb für den Handel interessante Margen bieten.



Wir sehen Schneider dank der Verbindung mit Atlas Copco besser aufgestellt als je zuvor. Es gibt viele Bereiche, in denen wir große Chancen sehen, das Geschäft positiv zu entwickeln. Davon werden auch unsere Handelspartner profitieren. *Fotos: Schneider*