

auch dort wieder den Bogen zum Automobil-Sektor und verwies auf die Strategie des Volkswagen-Konzerns mit mehreren nebeneinander existierenden Marken. Ikeda und Sandesjö wiesen außerdem darauf hin, dass die Zusammenarbeit beider Unternehmen nicht neu sei, immerhin besteht bereits seit einigen Jahren ein OEM-Agreement zwischen Nissan und Atlet. Zudem ergänzten sich beide durch ein unterschiedliches Marken-Image. Während Atlet eher als der Spezialist im Bereich Lager-technik gilt, sieht sich Nissan eher dem Bereich Heavy Industries verbunden.

Zwei-Marken-Strategie

Entlang dieser unterschiedlichen Markenidentität sollen auch die Vertriebsstrukturen weiterhin getrennt bleiben. Der Direktvertrieb, der mit derzeit 15 Verkäufern deutschlandweit rund 80 Prozent des Atlet-Vertriebs ausmacht, soll dabei weiter gestärkt werden. Dies soll aber nicht zu Lasten des bestehenden Händlernetzes gehen, das derzeit 20 Händler umfasst und in dieser Größe auch bestehen bleiben soll. Berger wies besonders darauf hin, dass alle Vertriebsaktivitäten seit jeher in enger Abstimmung zwischen Direktvertrieb und Händlern erfolgten. So haben die Händler eine eigene Klientel vor allem kleiner und mittelständischer Unternehmen in ihrer Region und sind vor allem auf kleine Geräte spezialisiert, während Großkunden eher über den Direktvertrieb betreut würden. Zudem sei Atlet bestrebt, die Gebietsabdeckung mit Händlern und Direktvertrieb wie bisher komplementär zu gestalten, sodass niemand dem anderen das Wasser abgräbt.

Produktpalette erweitern

Wie sich der schwedische Hersteller künftig am Markt präsentieren will, umriss der Geschäftsführer der Atlet Deutschland GmbH, Bobby Berger. Die wichtigsten Neuerungen wird es dabei in der Produktpalette geben. So werden in Zukunft auch Fronstapler zum Angebot von Atlet gehören. Damit sollen sich unter dem Dach von Nissan zwei Vollsortimenter im Flurförderzeugbereich etablieren. Einen Verdrängungswettbewerb sieht Berger damit nicht aufziehen, denn beide Wettbewerber hatten bislang keine Berührungspunkte, nicht zuletzt aufgrund der Atlet-eigenen Vertriebsstruktur. Zudem sei bedingt durch die Marktpositionen der Erfolg des Einen auch jeweils im Interesse des Anderen. Die Chancen, sich als Full-Liner zu etablieren sieht Berger als gut an: „Die Nähe zu unseren Kunden und deren Vertrauen in Atlet sehen wir als die gewichtigsten Argumente, mit denen wir uns vom Wettbewerb

MOBILE
AUFFAHRRAMPEN
 -Individuelle Modulbauweise-

feuerverzinkt
 wartungsarm
 robust

7-10 t
 Standard-
 Tragfähigkeit

BEYER

STAHL+ MASCHINENBAU
 PATENTE LÖSUNGEN FINDEN
 www.beyer-stahl-maschinenbau.de

04621- 97 78 40
 04621- 97 78 42

24857 Fahrdorf • Bremland 15

Die nächste
 Ausgabe
 erscheint im
 JUNI 2008

KSH Baukasten

Damit haben Sie alles im Griff!

GESAMTKATALOG

SCHWALB
 RÄDLE UND ROLLER

Gerhard Schwalb GmbH
 Allertshäuserstraße 6 · 35469 Allendorf (Lumda)
 Telefon (0 64 07) 91 05-0 · Telefax (0 64 07) 91 05-55
 E-Mail: kontakt@schwalb-rollen.de · Internet: www.schwalb-rollen.de