

360 Grad-Betreuung aus Malerperspektive

Im Interview mit Malerblatt-Chefredakteur Martin Mansel stellen STORCH-Geschäftsführer Holger Manske und Vertriebsleiter Arno Grobe die Strategie des europaweit größten Anbieters für Malerwerkzeuge & Profigeräte GmbH vor.

Alle Fotos: Storch



Holger Manske,
Geschäftsführer Marketing & Vertrieb.



Arno Grobe,
Vertriebsleiter STORCH

Malerblatt: Herr Manske, was sind Ihre Ziele für 2017. Holger Manske: Unser Hauptziel ist der weitere Ausbau unserer Dienstleistungen. Wir wollen den Maler an allen Arbeitsfeldern, in denen er rund um sein Gewerk tätig ist, abholen und vollständig betreuen. Das Hauptziel ist dabei, die produktive Arbeitszeit zu optimieren und den Anteil unproduktiver Arbeitszeit zu verringern. Diese umfassende Betreuung nennen wir den Storchfaktor.

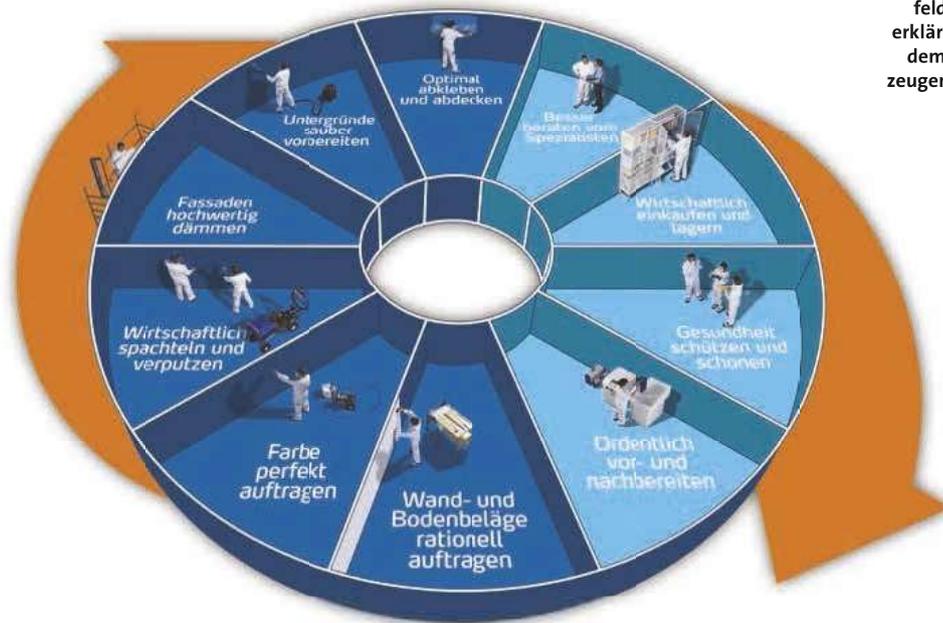
Wichtig ist uns dabei ein ganzheitlicher Ansatz über alle Kanäle, beginnend beim klassischen Kontakt über unseren Kundendienst, dann über unsere 200 Partner im Fachgroßhandel, wo das traditionelle Abholgeschäft stattfinden kann, bis hin zur komfortablen Onlinebestellung über unseren Webshop. Diese Möglichkeit nutzen mittlerweile bereits über 1.000 Kunden. Natürlich kann der Maler auch wie gewohnt die gewünschten Produkte telefonisch bestellen.

Wie funktioniert die Abrechnung, wenn ich als Kunde unterschiedliche Bestellkanäle verwende? Holger

Manske: Eine ganz wichtige Frage. Die Abrechnungsmodalitäten bleiben immer gleich, egal welchen Kanal der Kunde wählt. Das heißt, alle Kunden werden immer über den Fachgroßhandel abgerechnet. Für den Kunden ändert sich also nichts, ob er nun telefonisch, per Fax oder per Mail bestellt. Der Maler kann sich den Bestellweg aussuchen, der ihm gerade am nächsten ist, wird im Ergebnis aber immer gleich gut versorgt.

Arno Grobe: Dazu ist ergänzend zu sagen: Auch bei der Belieferung beschreiben wir unterschiedlichste logistische Wege. Wir liefern entweder zum Malerbetrieb oder auch direkt auf die Baustelle, falls gewünscht, auch mit telefonischer Vorankündigung. Übrigens, die Frachtfreigrenze beträgt lediglich 50 Euro. Das zeigt wie hoch unsere Serviceorientierung ist.

Produktive Arbeitszeit optimieren - unproduktive Arbeitszeit minimieren, und das in allen Arbeitsfeldern des Malers. Das ist das erklärte Ziel von Europas führendem Hersteller von Malerwerkzeugen und technischen Geräten.



Was gehört außerdem zur Weiterentwicklung des Service-Angebots?

Arno Grobe: Wir bauen unseren technischen Außendienst weiter aus. Diese Anwendungstechniker kümmern sich ausschließlich um das anspruchsvolle Techn-Sortiment. Das bedeutet, dass der Großhändler, mit dem wir kooperieren oder auch unsere eigenen Außendienstmitarbeiter immer dann, wenn es um beratungsintensive oder pflegeintensive Produkte geht, auf diese Experten zurückgreifen kann, die entsprechend spezialisiert sind. Diese Anwendungstechniker haben beispielsweise anders ausgestattete Fahrzeuge mit Vorführgeräten und Ersatzteilen. Auch damit möchten wir sicherstellen, dass der Kunde die bestmögliche Betreuung bekommt, sodass er sich 360 Grad rundum gut betreut fühlen kann.

Wie würden Sie Ihre generelle Strategie formulieren?

Arno Grobe: Unser Ansatz ist ja, den Maler komplett mit allem auszustatten, was dieser an Malerwerkzeugen benötigt. Das heißt, ihn nicht wie ein „Spezialist“ zum Beispiel nur mit Pinseln oder nur mit Farbwalzen zu beliefern, sondern ein komplet-

tes Werkzeugsortiment anzubieten, das dann auch die technische Ausstattung umfasst. Unter Technik verstehen wir zum Beispiel ein komplettes Airless-Geräteprogramm oder auch alle Arten von Dämmplatten-Schneidgeräten für Maler, die WDVS verarbeiten. Zum Portfolio gehören am anderen Sortimentsende aber auch Geräte für die Wasserreinigung in der Malerwerkstatt.

Wie viele Artikel umfasst das Sortiment? Holger Manske: Wir bieten eine enorme Sortimentsbreite und auch -tiefe. In unserem neuen Katalog, der am 1. Februar 2017 erscheint, findet der Maler über 3.500 Artikel für alle Anwendungsbereiche, von Abkleben und Abdecken über die Untergrundvorbereitung bis hin zu Farbe auftragen und Reinigen. Auch hier wird deutlich, dass wir uns in den einzelnen Segmenten mit Spezialanbietern messen können.

Sind besondere Schwerpunkte vorgesehen? Arno Grobe: Viele Maler haben das Arbeitsfeld Boden für sich entdeckt.

Darauf reagieren wir jetzt mit einem kompletten Bodenler-Werkzeugprogramm, das erstmals im neuen Katalog sein wird. Airlesstechnik wird ebenfalls ein sehr wichtiges Segment im Jahr 2017 sein. Hier wird es eine regelrechte Produktoffensive geben. Mehr können wir allerdings noch nicht verraten.

Dann bleiben wir gespannt. Vielen Dank für das Gespräch.

PRAXISPLUS

Die Storch-Ciret Group mit Stammsitz in Wuppertal ist Europas führender Hersteller von Malerwerkzeugen und technischen Geräten. Die international agierende Firmengruppe beschäftigt 1.400 Mitarbeiter weltweit, davon 500 in Deutschland. Der neue Onlineshop der Firmengruppe ist seit einem halben Jahr aktiv und bietet einen komfortablen Zugriff auf das gesamte Produkt-Programm.

www.storch.de