



29.07.2016

## HERKULES BY HEDSON: „WIR SIND KOMPLETT-LÖSUNGSANBIETER FÜR K&L-BETRIEBE“

Beim colornews.de-Redaktionsbesuch in Leipzig stellten Geschäftsführer Fredrik Ljungman und Product Manager Karsten Grötecke das neue Konzept für Herkules/IRT vor. Die Kernbotschaft: Hedson wird zur Leitmarke für Herkules/IRT – wie übrigens auch für die Schwester-Brands Drester und Trisk. Das schwedische Technologie-Unternehmen hatte den Kasseler Werkstattausrüster 2005 übernommen. Was das für K&L-Betriebe konkret bedeutet, welche Prozesse bei Herkules/IRT vorangetrieben werden und wie sie die Entwicklung in der Branche generell einschätzen, beantworteten Fredrik Ljungman und Karsten Grötecke im exklusiven colornews.de-Interview.

**Herr Ljungman, ab der Automechanik 2016 wollen Sie Hedson Schritt für Schritt als überwölbende Dachmarke für Herkules/IRT, Drester und Trisk etablieren. Was sind die Hintergründe für diesen Schritt – und was bedeutet das für Ihre Kunden in der K&L-Branche?**

Fredrik Ljungman: Mit dem Vertrieb von Hebebühnen, Waschautomaten, Absaugungs- und Trocknungstechnologie zählen die Hedson-Töchter zu den wichtigsten Ausrüstern für K&L-Betriebe. Mit Vereinheitlichung des Markenauftritts betonen wir, dass Herkules by Hedson Premium-Anbieter von Komplettlösungen für die Werkstätten ist – und keineswegs „nur“ Verkäufer einzelner Produkte.

**Was meinen Sie genau?** Fredrik Ljungman: Wir verkaufen nicht bloß Hebebühnen – sondern sind erster Ansprechpartner und Lieferant von Lösungen für ergonomisches Arbeiten! Gerade dieser Aspekt spielt vor dem Hintergrund älter werdender Mitarbeiter eine zunehmend wichtigere Rolle, vor allem auch aus Sicht des Betriebsinhabers: Werkstattausrüstung, die Knie und Rücken schont, senkt Ausfallzeiten durch Krankheitstage und stärkt die Bindung der Fachkräfte an den Betrieb.

## **Wie können Werkstätten darüber hinaus von diesem ganzheitlichen Ansatz profitieren?**

Karsten Grötecke: Wir sind mitten im Prozess, unseren Kundendienst neu zu organisieren und zu optimieren – mit stärkerer Ausrichtung auf Rufbereitschaft beispielsweise. Damit werden wir ganz nah an den Betrieben sein und auftretende Probleme in kürzester Zeit beheben können. Denn wenn Hebebühne oder Trockner ausfallen, steht die Arbeit – dann muss schleunigst eine Lösung her. Wir haben jetzt schon ein sehr gutes Team mit deutschlandweit fünf Servicefahrzeugen. Unsere Außendienstmitarbeiter kennen und verstehen die K&L-Kunden ganz genau, sprechen die Sprache der Branche. Überdies denken wir über Kooperationen mit Dienstleistungspartnern nach, um die ganze Fläche abdecken zu können. Auch hier geht es uns darum, als Lösungsanbieter ganz konkret greifbar zu werden.

## **Sie haben für die Automechanik ein richtiggehendes „Feuerwerk“ an Innovationen von Herkules by Hedson angekündigt. Erlauben Sie schon einen kleinen Vausblick?**

Karsten Grötecke: Um Lösungen zu entwickeln, ist die genaue Kenntnis von Bedarf und Ansprüchen des Kunden unerlässlich. Unsere Entwicklungsabteilung steht deshalb in permanentem Austausch mit unserem Außendienst und den Servicetechnikern, um genau zu verstehen, was die Betriebe draußen brauchen und wollen. All diese Erkenntnisse sind in die Produkt-Neuheiten eingeflossen, die wir zur Automechanik präsentieren werden – denen ich an dieser Stelle aber noch nicht vorgreifen will. Nur so viel vorab: Unser Messestand wird den gesamten Prozess im K&L-Betrieb abbilden – von der Vorbereitung über den Mischraum bis hin zur Lackierung. Es geht also um integrierte Lösungsansätze.

## **Herr Ljungman, nach gut einem Jahr als Geschäftsführer in Kassel: Wie schätzen Sie die Marktentwicklung in der K&L-Branche insgesamt ein?**

Fredrik Ljungman: Ich persönlich bin fest davon überzeugt, dass wir in einer boomenden Branche unterwegs sind. Selbst wenn es dank Fahrerassistenzsystemen weniger schwere Unfälle geben sollte: Die Kleinschäden bleiben – und aufgrund neuer Verbundstoffe wird deren Reparatur immer anspruchsvoller. Ich sehe Chancen gerade für freie Werkstätten und beobachte einen Trend zu weiterer Professionalisierung und zu immer größeren Betrieben. In diesen werden mehrere, ganz unterschiedliche Arbeitsplätze eingerichtet sein, etwa extra einer für die Alu-Reparatur, um alle Kundenanforderungen aus einer Hand bedienen zu können. Auch Herkules by Hedson dürfte von dieser Entwicklung profitieren – genauso, wie wir bestrebt sind, unser Leistungsspektrum als Lösungsanbieter durch Joint Ventures oder Akquisitionen auf eine noch breitere Basis zu stellen.

## **Herzlichen Dank für das Gespräch!**

Andreas Löffler