

# „Durch unsere internationale Ausrichtung hat die Intermat für uns einen hohen Stellenwert.“

Eine erfolgreiche Apex-Premiere feierte der kurz vor der Messe neu ausgerichtete Deutschland-Vertrieb von Oil & Steel, wie Michael Schapperth, Vertriebsleiter Deutschland, im Kurzinterview berichtete. Zudem teilte er dem Bühnenmagazin mit, welche Erwartungen er für das laufende Jahr hat.

**BM:** Die Apex 2011 verlief für die Aussteller äußerst erfolgreich, wie die Gespräche auf der Apex und auch der Abschlussbericht der Veranstalter belegen. Wie ist die Apex im Rückblick aus Ihrer Sicht verlaufen?

**Schapperth:** In Anbetracht der Neuausrichtung unserer Vertriebsstruktur kam die Apex

natürlich zum genau richtigen Zeitpunkt. Bereits im Vorfeld der Apex geführte Gespräche konnten vor Ort intensiviert werden und eher oberflächliche Kontakte vertieft werden. Als Ergebnis stand nach der Apex ein Händler-Netzwerk von (bis dato) 4 Händlern (vorher 1 Händler) und zusätzlich 6 Service-Partner.

Durch die Präsenz in Maastricht stieg die Marke Oil & Steel auch in der Wahrnehmung der Entscheider bei den Vermietbetrieben. Durch deutsche Ansprechpartner für Verkauf und Service werden die Besonderheiten der Produktpalette und Leistungsparameter besser in den Markt transportiert. (Bsp. 3 D – Jib bei der Raupen-Arbeitsbühne Octopussy 1800 EVO)

**BM:** Man hat mit der erfolgreichen Apex den Eindruck, dass das Ende der Krise damit endgültig eingeläutet wurde. Wie ist Ihre Einschätzung diesbezüglich?

**Schapperth:** Tatsächlich ist es so, dass die Arbeitsbühnenbranche kleinere Schwankungen am Markt gut toleriert. Krisen, wie in der Vergangenheit, lassen natürlich keinen kalt. Positive wie negative Veränderungen erreichen unsere Branche oft mit einer kleinen Verzögerung. Grundsätzlich sehe ich die Branche im Aufwind, da derzeit nicht nur Ersatzbeschaffungen angestrebt werden, sondern auch über Mietparkerweiterungen und -ergänzungen nachgedacht wird (Nachfragen im Bereich Raupen und vollhydraulische LKW-Bühnen)

**BM:** Mit welchen Erwartungen gehen Sie in das Jahr 2012?

**Schapperth:** Durch die bereits angesprochene Neuausrichtung unserer Vertriebs- und Servicestruktur und die damit einhergehende Expansion (Gespräche über mögliche Händlerschaften in Bayern und Thüringen laufen derzeit) sehen wir 2012 sehr zuversichtlich entgegen. Ziel ist vor allem, die Marke Oil & Steel weiter voranzubringen. Dieses ist möglich durch



Michael Schapperth, Oil & Steel  
Vertriebsleiter für Deutschland

das Engagement der Händler und Service-Partner, um möglichst kundennah agieren zu können.

**BM:** Im Dreijahreswechsel finden Bauma, Conexpo und Intermat statt. 2012 wird wieder die Intermat in Paris Treffpunkt der Baumaschinenbranche sein. Welche Bedeutung hat Ihrer Meinung nach die Intermat?

**Schapperth:** Durch unsere internationale Ausrichtung hat die Intermat für uns einen hohen Stellenwert. Auch viele Vermietbetriebe aus Deutschland werden vor Ort sein. Im Internet-Zeitalter ist der Kunde bereits sehr gut informiert, jedoch ist der persönliche Kontakt und das Inaugenscheinnehmen der Technik durch nichts zu ersetzen. Dies ist auch der Anreiz für unsere Demo-Tour 2012.

**BM:** Nach erfolgreicher Teilnahme auf der CeMAT 2011 werden die Platformers' Days dieses Jahr wieder in Hohenroda stattfinden. Welche Rolle messen Sie den Platformers' Days 2012 bei?

**Schapperth:** Als Branchentreff haben sich die Platformers' Days einen festen Platz im Messekalender erarbeitet.

**Herr Schapperth, vielen Dank für das Interview!**

BM



Oil & Steel auf der Apex 2011.