

Unter einem „DACH“!



Namensänderung in Zweibrücken.

Tadano hatte bei der Übernahme von Demag schon die Nutzung von Synergien und eine Harmonisierung der Unternehmensstrukturen angekündigt. Der Kunde soll künftig alle Produkte aus einer Hand erhalten. Übergeordnetes Ziel ist es, die Geschäftsbeziehungen für den Kunden dabei so weit wie möglich zu vereinfachen.

Dieses Konzept wird individuell Region für Region umgesetzt – und nun auch in den sogenannten DACH-Märkten Deutschland, Österreich und Schweiz. Die Harmonisierung der Vertriebs- und Servicestrukturen beider Marken in diesen Schlüsselmärkten ist daher für Tadano von entscheidender Bedeutung. Und genau dabei sei man nun einen ganz entscheidenden Schritt vorangekommen, wie das Unternehmen in einer Pressemitteilung verkündet.

Ab sofort sind die Marken Demag und Tadano in einer gemeinsamen Vertriebsstruktur mit acht Verkaufsgebieten organisiert, deren Leitung der bisherige Tadano-Vertriebsleiter in Deutschland, Christian Schroeder, übernimmt. Er berichtet direkt an Klaus Kröppel, der als VP

Sales die Verantwortung sowohl für die DACH-Märkte, also auch das Vereinigte Königreich und Irland, Spanien und Portugal, Italien und Skandinavien übernimmt. Der bisherige Demag Vertriebsleiter für diese Länder, Christian Kassner, wird als Senior Manager in den globalen Geschäftsbereich „Gebrauchtkrane“ wechseln.

Im Rahmen der Maßnahmen des Unternehmens, die Geschäftsstrategie „Ein Tadano“ für die Region voranzutreiben, verantwortet zudem Thomas Schramm jetzt den Vertrieb für beide Marken in den Beneluxländern, Russland, Asien-Pazifik, der Türkei und Frankreich.

„Die organisatorische Integration unserer beiden Unternehmen kommt damit wie geplant gut voran. Wir können jetzt den Vertrieb für alle Produkte aus einer Hand bieten“, erläutert der neue Vertriebsleiter Christian Schroeder.

Dadurch erwartet sich das Unternehmen große Verbesserungs-Potenziale zum Nutzen seiner Kunden, wie es sich in anderen Ländern bereits gezeigt hat.

Somit können die Kunden die Maschinen dieser beiden Hersteller nun bei einer Quelle beziehen. Im Zuge der Zusammenführung der Vertriebsstrukturen, so wird aus dem Unternehmen betont, konnten zudem Überschneidungen reduziert und die Erfahrungen der Teams gebündelt werden. „Von all diesen Vorteilen werden nun auch unsere Kunden in Deutschland, Österreich und in der Schweiz profitieren“, betont Klaus Kröppel, Vice President Sales.

Auch der Kundensupport wird nach der „Ein Tadano“-Strategie umstrukturiert. Leiter des seit dem 1. März 2020 ebenfalls integrierten Kundensupports ist Manfred Schlumber-



Christian Schröder



Klaus Kröppel



Manfred Schlumberger



Thomas Schramm

Insgesamt zeigen sich die beteiligten Unternehmen mit dem bisherigen Stand der Integration sehr zufrieden: So habe sich die Zweimarken-Strategie mit der Entscheidung die renommierte Marke Demag beizubehalten offensichtlich bewährt.

ger. Der Bereich steht jedoch nicht nur unter einer übergeordneten Leitung, sondern auch die nachgeordneten Management-Bereiche wurden zusammengeführt. „Zentrale Bereiche wie Training oder Kundenservice werden damit nun verantwortlich von einer Person geführt, sodass

wir in der Folge noch mehr Kundennähe bieten und Synergie-Effekte besser nutzen können“, erklärt Manfred Schlumberger.

Zudem werden aktuell die Monteure beider Marken entsprechend geschult, um das Service-Netzwerk weiter auszubauen und um noch schneller auf Kundenanfragen reagieren zu können. Und ganz neu bei Demag: Der Service und die Ersatzteil-Versorgung befinden sich jetzt – wie schon zuvor bei Tadano – unter einem Dach. „Diese Nähe zwischen Service und Ersatzteil-Versorgung wird zu deutlich verbes-

serten Abläufen für unsere Kunden führen“, ist sich Schlumberger sicher.

Zunächst unverändert bleibt die Disposition; damit bleiben den Kunden in diesem Bereich ihre bekannten telefonischen Ansprechpartner weiterhin erhalten. Aber auch hier soll das Tadano-Demag-Team weiter zusammenwachsen.

Insgesamt zeigen sich die beteiligten Unternehmen mit dem bisherigen Stand der Integration sehr zufrieden: So habe sich die Zweimarken-Strategie mit der Entscheidung die

renommierte Marke Demag beizubehalten offensichtlich bewährt. Außerdem kündigt die Tadano Gruppe an, auch weiterhin in erheblichem Umfang in die beiden deutschen Standorte Zweibrücken und Lauf zu investieren. Erklärtes Ziel ist es, hier wie dort die Produktion auszuweiten und Durchlaufzeiten zu verkürzen, um die Krane noch schneller an die Kunden ausliefern zu können.

„Die Integration von Demag in die Tadano Gruppe hat Tadano zu einem Komplettanbieter krantechnischer Lösungen gemacht und Lücken im Portfolio auf beiden Seiten geschlossen. Aktuell arbeiten wir daran, die technologischen und operativen Synergien zu nutzen, die Tadano durch die Übernahme von Demag zur Verfügung stehen. Auf unserem weiteren Weg, ‚Ein Tadano‘ zu werden, bleibt unser Hauptaugenmerk stets darauf gerichtet, unsere Kunden und deren Erfolg in bester und effizientester Weise zu unterstützen.“, so Kenichi Sawada, Chief Commercial Officer bei Tadano.



Das Tadano Faun-Werk in Lauf.