



Der Messestand von Heller Tools zeigte sich als Baustelle. (Fotos: Heller Tools)

AUFBRUCHSTIMMUNG BEI HELLER TOOLS

Die Marke weiter stärken

Zahlreiche Veränderungen kennzeichnen das Bild von Heller Tools in den letzten Monaten. Insgesamt zeigt sich das Bild einer dynamischen Veränderung und Weiterentwicklung. Der Messestand zur Internationalen Eisenwarenmesse dokumentierte dies. Wir haben in Dinklage beim neuen Geschäftsführer Dr. Robert Untiedt und Kay Jungblut, Leiter Marketing und Produktmanagement, nachgefragt.

Profibörse: Heller befindet sich in einer Phase des Umrund und Aufbruchs. Das hat sich auch an Ihrem Messestand auf der Internationalen Eisenwarenmesse gezeigt, der das Erscheinungsbild einer Baustelle hatte. Ist dieser Auftritt demnach ein Sinnbild für die aktuelle Situation bei Heller?

DR. ROBERT UNTIEDT: Unser neuer Messestand in Form eines Hauses im Bau zeigt tatsächlich auf attraktive und besondere Art den Ort, an dem unsere Produkte täglich eingesetzt werden. Da wir intensiv an der Zukunft der Marke Heller bauen, symbolisiert der Stand auch den Aufbruch unserer Marke. Es war für uns sehr bestärkend, so viele positive Rückmeldungen auf unseren neuen Auftritt und die vorgestellten Initiativen erhalten zu haben.

Dazu kommt Heller TV, das eine Auswahl an Video-Tutorials bereitstellt. Darin zeigen wir, wie der Anwender unsere Produkte bestmöglich einsetzt. Außerdem unterstützen wir unsere Kunden mit individuell konfigurierbaren Warenpräsentationssystemen, den beliebten vorbestückten Modulen sowie attraktiven Zweitplatzierungen mit hoher Flächenrentabilität. Dazu unterstützen wir den Handel mit besonderen Verkaufskampagnen beim Abverkauf und bieten in unserer neuen Training Academy Schulungen rund um das Thema Bohren an.

Sie weiten die Marke vom Bohrwerkzeugspezialisten immer mehr zum Zubehörspezialisten aus. Trägt die Marke diese Entwicklung?

KAY JUNGBLUT: Hellers Kernkompetenz ist nach wie vor die Entwicklung und Produktion von innovativem Bohrwerkzeug für den Profianwender. Aber wir schauen auch über den Tellerrand hinaus. Uns erreichen immer wieder Wünsche des Handels, weitere Werkzeugkategorien anzubieten. Und der bisherige Erfolg hat uns ermutigt, unsere Aktivitäten in diesem Bereich zu intensivieren. Wenn wir auf dieser Basis die Möglichkeit sehen, unser Kernsortiment um neue, vielversprechende

Dr. Robert Untiedt, Geschäftsführer bei Heller Tools.

Neue Geschäftsführung, Investitionen in den Bereichen Marketing, Produktmanagement und Vertrieb. Was kann der Handel von Heller demnächst erwarten?

DR. ROBERT UNTIEDT: Heller investiert insbesondere seit der Zugehörigkeit zur Serafin Gruppe sehr stark in verschiedene Bereiche des Unternehmens. Neben gezielten Investitionen in einen modernen Maschinenpark stehen dabei die Bereiche Produktentwicklung, Markenbildung, Vertrieb und IT-Infrastruktur im Fokus. Oberstes Ziel bei all diesen Maß-



nahmen ist die Maximierung der Kundenzufriedenheit und die damit verbundene Unterstützung des Handels.

Heller ist eine Fachhandelsmarke und wir richten uns so aus, dass unsere Fachhandelspartner durch gezielte Maßnahmen gemeinsam mit uns erfolgreich am Markt agieren. Kundennähe und die optimale Ausrichtung auf Kundenwünsche stehen also im Zentrum unseres Handels.

Welche Effekte hat der Markenrelaunch bislang?

KAY JUNGBLUT: Unsere Priorität ist die Optimierung aller Kontaktpunkte der Anwender und Kunden mit unserer Marke. Zunächst haben wir deshalb eine fundierte Analyse der Wünsche unserer Kunden sowie des Marktes vorgenommen und daraufhin entschieden, unsere Angebote sowohl im digitalen als auch analog im Trade Marketing zu fokussieren. Unsere digitalen Angebote unterstützen den Handel und bieten ihm zusätzliche Services. Der Erfolg ist immens: Wir merken beispielsweise anhand der Zugriffszahlen auf unsere neue Website, dass die Nutzerzahl der neuen Seite knapp 30 Prozent über der des alten Auftritts liegt. Noch signifikanter sind die Zuwächse unserer YouTube-Plattform. Seit Einführung der Heller Videotutorials verzeichnen wir hier einen sehr starken Anstieg. Im letzten Jahr wurden unsere Videos fast 27.000 Mal aufgerufen, das ist viermal so viel wie ein Jahr zuvor. Durch diese Maßnahmen erreichen wir die Endanwender unserer Produkte noch gezielter und unterstützen unsere Fachhändler

er somit bei der Vermarktung des Sortiments.

Mit welchen Maßnahmen unterstützen Sie den Abverkauf des Handels?

KAY JUNGBLUT: Das Wichtigste bleiben unsere Produkte von höchster Qualität, die die hohen Ansprüche des professionellen Anwenders erfüllen. Dabei weiten wir auch unser Sortiment sukzessive aus. Unsere Website bietet einen detaillierten Produktfinder inklusive eines einzigartigen Bohrberaters, eine Wissensdatenbank, einen geschlossenen Fachhändlerbereich, der unseren Kunden viele hilfreiche Zusatzinformationen bereithält und eine Händlersuche.



Kay Jungblut, Leiter Marketing & Produktmanagement bei Heller Tools.

Produktsegmente zu ergänzen, nutzen wir diese Chance. Die Marke Heller wird so weiter gestärkt und für den Handel noch attraktiver.

Seit 2017 gehört die Marke Keil zu derselben Investorengruppe wie Heller. Wie stellt sich die Zusammenarbeit zwischen Ihnen dar?

DR. ROBERT UNTIEDT: Mit Heller und Keil sind zwei hervorragende Marken für Bohrwerkzeuge „Made in Germany“ unter dem Dach der Serafin Gruppe vereint. Jede für sich wird auch in Zukunft separat geführt und bedient unterschiedliche Kundengruppen und Märkte. Natürlich gibt es auch einen Erfahrungsaustausch und Synergien, von denen beide Marken und unsere Kunden dauerhaft profitieren.

Wie schätzen Sie die Entwicklung von Heller in diesem Jahr nicht zuletzt vor dem Hintergrund der zur Internationalen Eisenwarenmesse vorgestellten Neuheiten ein?

DR. ROBERT UNTIEDT: Heller hat im vergangenen Jahr ein Umsatzwachstum verzeichnet, das im zweistelligen Prozentbereich lag. Und wir sind uns sicher, dass wir diese positive Entwicklung in diesem Jahr fortführen können. Die auf der Eisenwarenmesse gezeigten Neuprodukte sind ein Baustein, mit dem wir dieses Ziel erreichen können. Eine wichtige Rolle spielt z.B. das Thema staubfreies Bohren, für das künftig noch strengere Normen in der Bauwirtschaft gelten. Unser Absaugbohrer „Duster Expert“ ist stark nachgefragt und auf der Eisenwarenmesse haben wir diesen Bohrer erstmals auch im kleinen Durchmesser von 6 mm vorgestellt. Weltweit hat kein anderer Anbieter diese Größe im Bereich staubfreies Bohren im Angebot. Zudem befinden sich weitere Produktinnovationen in der Entwicklung. Hieran zeigt sich, dass sich die eingangs angesprochenen Investitionen auch in Form der Einführung neuer Produkte bemerkbar machen und uns somit helfen, den eingeschlagenen Wachstumspfad weiter erfolgreich zu beschreiten. ■