



Gruppenbild mit Mähreschern: Umgeben von Landmaschinen der Firma Claas tauschen die Teilnehmer Infos aus.

BILD: STADT

**Hockenheimer Unternehmer-Treffen:** Klassische und moderne Vertriebswege im Fokus bei Claas

# Direkter Kundenkontakt und Internet wichtig für den Erfolg

Welche unterschiedlichen Vertriebswege Hockenheimer Unternehmen nutzen, um ihre Waren und Dienstleistungen „an den Kunden zu bringen“, war Thema beim 16. Hockenheimer Unternehmer-Treffen. Nach der Einführung durch Donald Pape, Wirtschaftsförderer der Stadt Hockenheim, erläuterte Gastgeber Konrad Schwall von der Claas Vertriebsgesellschaft, Niederlassung Hockenheim, den rund 60 Gästen, dass sowohl der direkte Kundenkontakt mit Außendienstmitarbeitern wie auch der Internetvertrieb wichtige Faktoren für den Erfolg seines Unternehmens seien.

In der Niederlassung vertreibt man vor allem gebrauchte Landmaschinen wie Häcksler, Mährescher oder andere Großmaschinen. Das jährliche Umsatzvolumen liege bei 40 Millionen Euro, wobei der Handel mit gebrauchten Maschinen den Großteil ausmache (25 Millionen Euro). Insgesamt, so Schwall, gehört die Claas-Familie zu den fünf größten Unternehmen in der Landmaschinenbranche.

Die Möglichkeiten des Internethandels für kleine und mittlere Einzelhändler stellten Andreas und Irmgard Imhoff von der Hockenheimer Firma Herzer dar. Nach jahrzehntelanger Erfolgsgeschichte im sogenannten stationären Einzelhandel vor Ort stellte sich das Familienunternehmen den Herausforderungen des Internethandels: Sollte ein eigener Webshop eröffnet werden oder schon bekannte Verkaufsplattformen genutzt werden?

## Gebühr erst nach Abschluss fällig

Die Entscheidung fiel zugunsten der etablierten Verkaufsplattform: „Dieser Marktplatz ist belebt und bekannt wie die Planken in Mannheim – nur bezahlt man hier die Miete beziehungsweise Gebühr, nachdem man Geschäfte gemacht hat – und nicht vorher“, erklärte Eigentümer Andreas Imhoff. Produkt, Preis und Verbreitung der Verkaufsplattform müssten stimmen, um den Internethandel als sinnvolle Ergänzung zum stationären Handel zu betreiben.

Wirtschaftsförderer Pape merkte an, dass laut aktueller Umfrage der IHK Rhein-Neckar nur ein Viertel der befragten Einzelhändler in der Metropolregion Rhein-Neckar ihre Waren über das Internet vertreiben. Deshalb könnte es eine Aufgabe des neuen Geschäftsführers des Hockenheimer Marketing Vereins (HMV) sein, die Einzelhändler der Innenstadt beim Ausbau des Internetvertriebs zu unterstützen.

„Im Moment bereiten wir die Einstellung des Geschäftsführers vor“, stellte Vorstandsvorsitzender Richard Damian die aktuellen Entwicklungen im HMV vor. Außerdem sei ein Logo für den Verein erstellt worden und Vorstandsmitglied Rainer Sass wolle zusammen mit den Einzelhändlern der Innenstadt ausloten, welche Möglichkeiten zur Aufwertung des verkaufsoffenen Sonntags am Kerwe-Wochenende bestehen. Im Anschluss nutzen die Gäste die Möglichkeit, sich im lockeren Rahmen auszutauschen, die Produkte der Referenten auszuprobieren und neue Kontakte zu knüpfen. zg