



Das NTN-Team, das den Technischen Handel betreut

Übergabe der Auszeichnung an Haberkorn (s.u. Kasten): Volker Stienhans (NTN, l.), Yannic Judith (NTN) und Stefanie Piesch (Haberkorn)



Bildquelle: Haberkorn

» **NTN will die Handelspartner dabei unterstützen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, neue Vertriebskanäle aufzubauen und zukunftsichere Dienstleistungen anbieten zu können. Was heißt das konkret?**

Stienhans: Die Anforderungen kommen aus dem Markt, von den Kunden unserer Partner. Einen Großteil dieser Anforderungen kann aus eigener Kraft und dank jahrzehntelanger Entwicklung allein gestemmt werden. Einiges allerdings kann man nur gemeinsam schaffen. Nehmen Sie z.B. nur die Anforderungen bezüglich des Lieferkettensorgfaltspflichtgesetzes, welches im Laufe des Jahres 2023 in unterschiedlichen Formen den Handel erreichen wird. Der Handel braucht verlässliche Partner, die einem helfen, durch den Dokumentenschwungel durchzukommen. Die Entwicklung und Lieferung sauberer Produktdaten und Umschlüsselungen von anderen Fabrikaten ist ein anderes Thema, welches wir beisteuern, um „Digital Sales“ erst möglich zu machen. Diese stellen wir unseren Partnern zur Verfügung. Im Marketing haben wir Abhängigkeiten reduziert und stellen Partnern exklusiv die Verwendung von Inhalten und Bildern auf unserer Marketing-Plattform zur Verfügung.

Pelkmann: Ich möchte auf zwei weitere Punkte eingehen: 1. Der Vertrieb wird sich ein weiteres Mal auf einen Wandel vorbereiten müssen. Nur werthaltige, effektive Gespräche zwischen Kunden und Handelspartnern bekommen noch ausreichend Zeit eingeräumt. Wir schulen über drei Stufen

die Mitarbeiter unserer Partner, bis hin zur Verkaufsoptimierung. Der zweite Punkt ist die Nutzung unserer neuen Service Hotline. Wir verfolgen hier den Ansatz von praktischer Soforthilfe. Egal zu welchen Themen, über eine Nummer kann der Mitarbeiter unseres Partners seine Frage platzieren. Dies gerne auch während man seinem Kunden gegenübersteht. Im Idealfall bekommt man von unserem Mitarbeiter aus unserem technischen Support eine sofortige Antwort und erzeugt damit Kompetenz und Glaubwürdigkeit.

Haberkorn Österreich ist NTN-„Ambassador“

Haberkorn hat die Zusammenarbeit mit dem japanischen Wälzlager- und Lineartechnik-Hersteller NTN-SNR intensiviert und wurde im Rahmen des „NTN Partnership Program“ als „Ambassador“ mit der engsten der drei Partnerschaften ausgezeichnet - als einziger Technischer Händler Österreichs. Schon seit vielen Jahren ist NTN ein verlässlicher Partner von Haberkorn - „diese Auszeichnung hievt unsere Geschäftsbeziehung auf eine höhere Ebene“, betont Stefanie Piesch, Sortimentsmanagerin bei Haberkorn. Und weiter: „Wir freuen uns auf die intensive Zusammenarbeit mit NTN und die Vorteile, die uns durch das Programm ermöglicht werden.“

info.wolfurt@haberkorn.com, T +43 55746950, www.haberkorn.com

Je nach Engagement und Möglichkeiten soll es bei den Händlern drei Stufen der Partnerschaft: „Active“, „Associate“ und „Ambassador“ geben. Können Sie bitte „Engagement und Möglichkeiten“ näher definieren. Welche Unterschiede ergeben sich im Detail?

Stienhans: Wir respektieren vollumfänglich die Eigenständigkeit der Unternehmer. Jeder hat eine eigene Strategie für die weitere Entwicklung des eigenen Unternehmens. Ob es eine Mehrmarken-Strategie ist, ob man sich auf MRO oder OEM fokussiert, ob man eher serviceorientiert arbeitet u.v.m. Damit ergeben sich für die Partnerschaft mit uns, jeweils andere Entwicklungsschritte. Allen gleich ist aber das Commitment zur Zusammenarbeit. Über die Ziele der Zusammenarbeit definiert sich der Partnerstatus. Das höchste zu erreichende Level ist „Ambassador“, dann folgt „Associate“ und dann „Active“, verbunden mit einem darauf abgestimmten Support.

Welche konkreten Schritte sehen Sie zur Umsetzung des Programms zu welchem Zeitpunkt vor?

Pelkmann: Wir denken als Unternehmen immer in unseren Geschäftsjahren, welche jeweils zum 1.4. starten. Wir haben in diesem Geschäftsjahr mit der Umsetzung unseres Programms mit den ersten „Ambassador“ und „Associate“ begonnen. Unser Ziel ist es, zum 1.4. 2023 mit dem Groh unserer Partner einer Vereinbarung erzielt zu haben. Durch die Sorgfalt bei der Vorbereitung, Vorstellung und Umstellung unserer zukünftigen Partner, sind wir auch ganz froh, dass wir uns die Zeit nehmen und unseren zukünftigen Partnern geben, um es richtig zu machen. Die Nachfrage ist bei unseren bestehenden Accounts groß, wir müssen diese weiter um Geduld bitten. Der Fokus liegt vorerst bei „Ambassador“ und „Associate“ in diesem und kommenden Geschäftsjahr.

Wie war die Resonanz auf Ihre Ankündigung?

Stienhans: Wenn man etwas Neues startet und viel Zeit mit dem gesamten Team in Europa für das Gelingen investiert hat, dann fiebert man dem Moment der Umsetzung erwartungsvoll entgegen. Auch wenn wir versucht haben Unsicherheiten im Vorfeld auszuräumen, so zeigt sich die Akzeptanz erst in der praktischen Umsetzung. Insofern sind wir alle sehr glücklich, dass die Resonanz so positiv war. Wir bekommen im Moment viele Reaktionen aus dem In- und Ausland, mit dem Wunsch zu einem Gespräch zu unserem Programm.

Inwieweit sind Sie davon überzeugt, dass sich durch das Programm Ihre Marktchancen und die Ihrer Partnerhändler verbessern werden? Wo steht NTN im deutschsprachigen Markt derzeit, wo in fünf Jahren?

Stienhans: Die Marken der NTN verfügen über einen hervorragenden Ruf. NTN ist Qualitätsführer und ist im Heimatmarkt einer der Marktführer. Auch wenn wir in den letzten Jahren kontinuierlich ein gesundes Wachstum hatten, sind unsere Ziele in Europa noch nicht erreicht. Wir streben Weiteres aber nachhaltiges Wachstum an und suchen die Partner, die Lust daran haben, von unseren Wachstumsambitionen zu profitieren und aktiv mitzugestalten.

NTN macht die Welt „Nameraka“

NTN ist mit Hauptsitz in Japan und Europazentrale in Frankreich einer der führenden Hersteller für Präzisionstechnik (unter anderem für Wälzlager und Linearführungen) sowie für die entsprechenden Dienstleistungen und Schulungen. Die drei Vertriebsniederlassungen in Deutschland (Erkrath, Bielefeld und Stuttgart) erlauben es dem Unternehmen, besonders nah am Kunden zu sein.

NTN konstruiert, entwickelt und fertigt ein breites Produktportfolio. Die Marken NTN und SNR sind sowohl im OEM-Markt als auch im Ersatzteilmarkt wichtige Größen.

Als Lieferant für den Technischen Handel in der Industrie umfasst das angebotene Portfolio unter anderem folgende Produktbereiche:

- Wälzlager
- Linearführungen
- Linearachsen individuell und standardisiert
- Kugelgewindetriebe
- Sensoren und Magnetringe
- Lagergehäuse und Gehäuselager

Die NTN Gruppe teilt weltweit seit kurzem den Slogan „Make the world Nameraka“ - diese Philosophie ist inspiriert von dem japanischen Wort Nameraka, das für die Vision einer fließenden, mobilen und harmonischen Gesellschaft steht. „Gemeinsam stehen wir für positive Mobilität im Einklang mit der Natur“, so heißt es bei NTN.

Pelkmann: Unsere Partner dürfen gerne mit Leidenschaft und Freude in diese Allianz gehen, genau das tun wir auch. Unter solchen Umständen stellen sich die Ergebnisse von allein ein. ■

Kontakt

Volker Stienhans ist Senior Manager - Industry SAM und Christian Pelkmann ist Sales Manager - Industry SAM der NTN Wälzlager (Europa) GmbH, Erkrath, service.germany@ntn-snr.de, T +49 521 924 00111, www.ntn-snr.com/de/technischer-handel