

EUROCLEAN
GLUME

Das Ehepaar Tomas und Martina Fernandez y Wiese (l.) – hier mit einem Teil der Mitarbeiter – führt die Firma Euroclean Glume. Erst 2009 hat man mit dem Verkauf von Motorgeräten begonnen. Als einer der ersten Partnerbetriebe wurden hier die Möglichkeiten der Husqvarna-Händlerentwicklung umgesetzt.



Erfolgreiche Kombination

Tomas Fernandez y Wiese führt mit seiner Frau Martina die Firma Euroclean Glume GmbH & Co. KG mit Sitz in Rosengarten. Erst Anfang 2009 werden die ersten Umsätze mit Motorgeräten gemacht – das aber gleich ungewöhnlich erfolgreich.

Als einer der bundesweit ersten Betriebe nimmt man das Angebot von Husqvarna zur Händlerentwicklung wahr. In diesem Beitrag soll einmal der Motorist dargestellt werden, aber auch die Zielsetzungen des Herstellerangebotes, das sich um die Verbesserung von Prozessen in allen Unternehmensbereichen von Partnerbetrieben kümmert.

Der ungewöhnliche Familienname geht auf den spanischen Vater von Tomas zurück. Der wiederum ist heute 35 Jahre alt mit beruflicher Qualifikation zum Energieelektroniker sowie zum Kaufmann. Ehefrau Martina ist 43 Jahre alt und hat eine technische Ausbildung.

Der Ursprung der Firma geht darauf zurück, dass ein Onkel Angestellter bei Electrolux und dem damaligen Reinigungsbereich Euroclean war. 1994 wird dieser Bereich eingestellt, worauf sich der Onkel mit 50 Jahren mit den verbliebenen Resten des alten Betriebes im Reinigungsbereich selbständig macht. Er selbst führt den Betrieb eher als Hobby. Als er ihn dann verkaufen will, wird lange gesucht, aber kein passender Bewerber gefunden. Dann entsteht die Idee, dass Tomas und Martina ihn übernehmen könnten. Zur Vorbereitung wird Tomas 2003 Mitarbeiter im Betrieb seines Onkels und lernt das Reinigungsgeschäft von der Pike auf kennen. Mitte 2006 erfolgt dann die Firmenübergabe an die neuen Besitzer.

Auch heute noch macht der Handel mit Reinigungsgeräten für die Großschifffahrt rund 50 % des Jahresumsatzes aus. Kränzle ist der Lieferant dieser Geräte. Daneben werden auch noch selbstgebaute, mobile oder auch stationäre Reinigungsanlagen für Schiffe vertrieben, und zwar bis zu 500 bar Druck. Der Vertrieb entsprechender Reinigungsmittel ist ein weiteres Standbein von Euroclean Glume. „Damit sind wir ein erfolgreicher Anbieter von Nischenprodukten für Nischenmärkte. Dabei haben wir schon immer ganz auf Service, Werkstatt und Kundenzufriedenheit gesetzt“, sagt Fernandez y Wiese. Ein guter Lehrmeister für den ausgeprägten Servicegedanken in seinem Unternehmen war dabei nach seiner Meinung eine frühere Tätigkeit bei einer Porsche-/Daimler-Tochtergesellschaft.

SCHNELLE ENTSCHEIDUNG ZU NEUEN UMSATZFELDERN

Aber dann führte die Weltwirtschaftskrise zu sehr starken Einbrüchen im Schifffahrtsgeschäft. Damit hatte der Motorist zwar gerechnet, aber die Einbrüche kamen schneller als erwartet. Man machte sich also auf die Suche nach Ersatz- bzw. Zusatzumsatz und glaubte ihn bei Motorgeräten gefunden zu haben. Aber mit welchem Lieferanten?

Beim Besuch der Landwirtschaftsmesse in Tarmstedt im Jahre 2008 kommt es zum ers-



Der Deckenabhängiger und ein Großplakat schaffen eine verkaufsfreundliche Atmosphäre und sorgen für ein angenehmes Raumgefühl.



Hinter dem Händlernamen treten die Marken klar zurück. Und das sind ganz bewusst nur drei, die dann aber auch als Schwerpunkte gezeigt werden. Die Warenpräsentation setzt ganz auf Blockbildung – zum A-Produkt (hier: Kettensäge) wird alles rund ums Zubehör platziert.

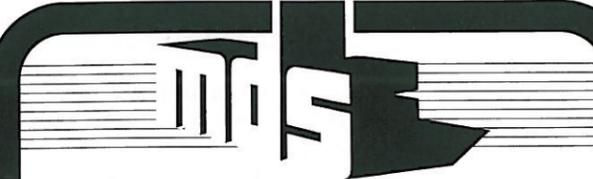
ten Kontakt mit dem Motorgerätebereich von Husqvarna. Man ist sich sofort sympathisch und sowohl Produkte als auch die Breite der Maschinenpalette entsprechen Fernandez y Wieses Qualitätsvorstellungen.

Ganz kurzfristig, also schon Anfang 2009, werden dann die ersten Umsätze mit Husqvarna getätigt.

Für das neue Standbein Motorgeräte sollte nach den ersten Überlegungen ein kompletter Neubau errichtet werden. Dazu war bereits alles durchgeplant worden. Aber die Pläne konnten wegen der Finanzkrise nicht um-

gesetzt werden. Also musste ganz kurzfristig eine Lösung für den bestehenden Standort her. Aber auch damit ließ sich die Ideallösung – ein separater Anbau – nicht realisieren. Wegen erheblicher Brandschutzaufgaben musste dann die drittbeste Lösung gewählt werden. In Zusammenarbeit mit den Husqvarna-Ladeneinrichtern ist die aber auch immer noch als überdurchschnittlich zu bewerten. Mit großen Spannplakaten, einem großen Deckenabhängiger und einer klaren räumlichen Aufteilung werden die Kunden angesprochen. Auffällig ist auf jeden Fall die extrem redu-

zierte Markenkonzentration auf Gardena, Husqvarna und Kränzle. „Die ist bewusst gewollt und hat sich als positiv herausgestellt“, sagt dazu Fernandez y Wiese. Und Hartmut Hees, Abteilungsleiter Kundenentwicklung bei Husqvarna Deutschland fügt hinzu: „Bei Umsetzung der ersten Überlegungen sollte hier einer der schönsten Motoristenbetriebe Deutschlands entstehen. So mussten wir uns den Realitäten anpassen und haben versucht eine sehr individuelle Lösung zu finden.“ Die Warenpräsentation setzt auf Blockbildung, d. h., dass beispielsweise zum A-Produkt „Ket-



**Motorenteile für MAG-Motoren
und MAG-Kubota Motoren**

Motoren- und Diesel-Vertriebs GmbH
Gustav-Siegle-Str. 2 · 71254 Ditzingen
Tel.: 07156 / 9670-30 · Fax: 07156 / 967055

**Schon jetzt an
den Winter denken:
Profitieren Sie ab sofort
von unserem
Schneeschild-Frühbezug!**



Winterdienst



**GaLaBau
Nürnberg
Stand 9/330**

bema GmbH Maschinenfabrik
Tel. 05467-92090 • www.kehrmaschine.de

Verkauf nur über den Fachhandel!