



Die Plattform der Motorgeräte-Fachhändler der Schweizerischen Metall-Union SMU

## Kompetent differenzieren



**HUSQVARNA gehört zu den führenden Unternehmen von Produkten für die Wald-, Park- und Gartenpflege. Das Unternehmen ist weltweit grösster Hersteller in diesem Bereich.**



*Interview mit Hugo Helbling, Sales Manager Professional, HUSQVARNA Schweiz AG*

### Was ist das Besondere am Fachhändler-Markt der Schweiz?

Die Unterschiede zum Ausland liegen vor allem in der Vielfältigkeit der Sortimente. Im Ausland ist die Händlerdichte meist nicht so gross wie bei uns. Das Sortiment ist oft limitierter. Die Schweizer Fachhändler sind viel mehr auf Individualität eingestellt.

### Was zeichnet die besten Fachhändler im Schweizer Markt aus?

Ein kompetent angebotenes, marktgerechtes und marktgerichtetes Sortiment. Dies kann je nach Ort, Region und Kundenbedürfnissen sehr unterschiedlich aufgebaut sein. Sehr wichtig ist, dass der Kundenservice immer zur vollsten Zufriedenheit gewährleistet werden kann. Die Lieferanten finden in guten Fachhändlern kompetente und loyale Partner.

### Welchen Kundenbedürfnissen begegnet man heute?

Der Kunde wünscht bestmögliche Qualität zu einem guten Preis. Wenn er den Fachhändler aufsucht, ist er gewillt, einen höheren Preis zu zahlen. Dafür möchte er aber auch eine bessere Leistung in Form von Beratung, Service sowie Produktqualität.

### Sind das wichtige Chancen von Fachhändlern?

Ja, dadurch kann er sich klar positionieren und gegenüber anderen Anbietern abgrenzen. Viele Fachhändler sind zu breit strukturiert, sie tanzen auf zu vielen Hochzeiten. Dadurch verlieren sie an Kompetenz und Glaubwürdigkeit ihren Kunden gegenüber.

### Welchen Herausforderungen müssen sich CH-Motoristen stellen?

Ein Kunde, der nur preisorientiert denkt und handelt, geht meistens nicht zum Fachhändler. Daher ist eine der grossen Herausforderungen, sich vom Sortiment her richtig zu positionieren. Es gibt immer wieder Fachhändler, die nach «Billigprodukten» fragen, oder solche sogar in ihren Shops anbieten. Das kann unmöglich gut gehen, da nie die gleichen notwendigen Voraussetzungen wie Beratung, Service, Ersatzteillieferung etc. mitverkauft werden können, wie bei einem teureren Produkt. Es müssen klare und möglichst eng abgestimmte Strukturen geschaffen werden. Die CH-Motoristen müssen sich durch Kompetenz und Dienstleistung klar von der billigen Massendistribution differenzieren.

### Worauf ist zu achten?

Fachhändler müssen ihr aktuelles Leistungssortiment genau analysieren. Es ist wichtig, dass das Angebot mit professionellem Engagement vertreten wird.