

Und es hat Zoom gemacht

Die lang angekündigte Neustrukturierung des Deutschland-Geschäfts ist da: Gut ein Jahr nachdem die Lavendon-Gruppe den Arbeitsbühnenvermieter Gardemann übernommen hat, werden Gardemann und Zoom zusammengelegt.

Das Unternehmen setzt auf eine „Einmarkenstrategie“, sodass Zoom nun in den Hintergrund treten wird. „Gardemann hat aufgrund der Historie die größere Bekanntheit als Zoom“, erklärt Geschäftsführer Maarten Mijnlief. Das macht seinen Angaben zufolge Gardemann zum deutschen Marktführer mit einem Marktanteil, den Mijnlief auf 20 Prozent bezifferte.

Wie sollen die beiden, gänzlich unterschiedlichen Lavendon-Kinder zusammenfinden? Auf der einen Seite das Traditionsunternehmen Gardemann, das 1968 seine erste Bühne kaufte, eine 13-Meter-LKW-Bühne, und seit 1972 als Pionier in der Bühnenvermietung zuhause ist; auf der anderen Seite der relative Newcomer Zoom, erst seit wenigen Jahren am Markt.

Über diverse wirtschaftliche Werkzeuge wie „Benchmarking“ und „Best Practice“ seien die Geschäftsabläufe beider Firmen verglichen, vereinheitlicht und optimiert worden, hieß es. Auch gemeinsame Projekte hätten bei der Annäherung geholfen, darunter als Highlight der Aufbau der IAA, wo Zoom und Gardemann zusammen über 400 Bühnen bereitgestellt haben. Den Kunden soll der Zusammenschluss auf alle Fälle zwei Vorteile bringen: höhere Geräteverfügbarkeit und größere Auswahl.

Vom Main an den Rhein

Sitz der Gesellschaft ist Alpen am Niederrhein. Dort werden Kundenbetreuung, Angebots- und Auftragsab-

Gardemann neu

- 43 Mietstationen
- 450 Mitarbeiter
- 4500 Bühnen in der Mietflotte

Kran & Bühne



Geschäftsführer Maarten Mijnlief...



...und Hubert Gardemann, Leiter Marketing, aus der Gründerfamilie

wicklung, Logistik- und Störungsdienst sowie die Verwaltung für Deutschland gebündelt. Die Hauptverwaltung wurde also von Frankfurt weg verlagert. Man habe den 45 Mitarbeitern aus der Mainmetropole sowie 45 weiteren aus der regionalen Disposition Arbeitsplätze in Alpen ange-

boten, sagte Mijnlief. Allerdings hätten nur wenige zugesagt, sodass in Alpen zwar 50 „neue“ Stellen angesiedelt sind, 40 Arbeitsplätze jedoch eingespart wurden, um, so Mijnlief, „eine gesunde Basis zu schaffen“. Er erinnerte daran, dass Lavendon in den ersten Monaten 2006 zwei Millionen Euro Verlust gemacht hat. Doch 2007 hat Lavendon ein bombastisches Jahr hingelegt und seinen Umsatz (von Januar bis November) gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum um fast 50 Prozent gesteigert.

Und so soll es auch weitergehen: Mit neuem Erscheinungsbild (Mijnlief: „Wir wollen ein klares Zeichen setzen, dass sich etwas geändert hat und dass sich etwas ändern wird, im positiven Sinne“) soll Gardemann einerseits klar als Mitglied der Lavendon-Gruppe kenntlich sein und andererseits den Kunden signalisieren: gute Dienstleistung, erledigt, Haken dran.

Blau lackiert sind oder werden die Neuzugänge im Bereich der Selbstfahrer wie Scheren- und Teleskopbühnen. Für LKW- und Anhängerbühnen zum Beispiel bleibt die gelbe Lackierung erhalten.

Als Motto und Marschroute gibt der Niederländer „profitables Wachstum“ vor. Man wolle neue Standards setzen, das Anmieten von Arbeitsbühnen attraktiver gestalten und sowohl organisch wachsen als auch „gezielte Akquisitionen“ verwirklichen – im Plural. Man darf also gespannt sein. „2008 wird das Gardemann-Jahr!“, ist Mijnlief überzeugt. **K&B**

Vor dem Hilton in Düsseldorf wurden Freifahrten für Freiwillige angeboten

