

Besonders stark bei schwachem Markt

Niftylift hat in Deutschland eine eigene Niederlassung gegründet. Rüdiger Kopf hat sich mit dem Geschäftsführer der Niederlassung, Mark van Oosten, unterhalten.

■ **K&B:** Eigene Niederlassungen sind gerade in Mode, macht Niftylift deshalb mit und hat nun eine eigene Niederlassung in Deutschland gegründet?

■ **Mark van Oosten:** Ich weiß nicht, ob es gerade in Mode ist, Niederlassungen zu gründen. Ich denke, ein Unternehmen reagiert auf die Nachfrage des Marktes und gründet deshalb eine Niederlassung. Die Vermietunternehmen nähern sich den Herstellern immer mehr. Und sie wachsen weiter und bauen ihren Kontakt zu den Herstellern weiter aus. Daher denke ich, dass diese Vermieter lieber direkt mit dem Hersteller handeln.

■ **K&B:** Was wird sich ändern – was wird sich für den Kunden verbessern?

■ **Mark van Oosten:** Wir werden für den Markt stärker sichtbar sein. Wir werden mit mehr Vermietern sprechen und dann auch entsprechend einem mittelständischen Unternehmen reagieren können. Direkt und auf kurzen Wegen, um den Vermietern in vielerlei Hinsicht helfen zu können: Service, Verkauf, Produktrainings und auch in technischen Fragen.

■ **K&B:** Welche Vorteile sieht Niftylift für sich in diesem Schritt?

■ **Mark van Oosten:** Der Vorteil für Niftylift ist, dass der deutsche Markt groß ist. Besonders, wenn die Konjunktur wieder anspringt. Und wir möchten auf Märkten wie dem deutschen auch präsent sein. Aber selbst in ruhigen Zeiten ist immer eine Nachfrage nach Produkten von Niftylift vorhanden.

■ **K&B:** Gibt es konkrete Ziele, die Sie sich für Niftylift Deutschland gesteckt haben?

■ **Mark van Oosten:** Nein. Wir haben uns keine fixe Zahl gesetzt. Unser Ziel ist, auch in Deutschland so bekannt zu werden, wie wir es in der Welt sind. Wir wollen nicht einmal 20 Geräte verkaufen und dann nie wieder erscheinen. Wir wollen langfristige Beziehungen aufbauen. Ob ein Kunde dann 2 oder 20 Maschinen kauft, ist irrelevant. Wir von Niftylift glauben, dass, wenn man sich um die Kunden kümmert, der Markt auch zu einem kommt.

■ **K&B:** Haben die Produkte von Niftylift hierzulande überhaupt eine Chance?

■ **Mark van Oosten:** Klar. Niftylift gibt es nun seit 25 Jahren und das Programm wird ständig weiter entwickelt und ausgebaut. Nicht schnell, aber so schnell, dass wir die Qualität liefern können, die der Kunde haben möchte. Ich glaube, dass der Anhängerbühnenmarkt sich in den kommenden fünf Jahren



Mark van Oosten

Niftylift setzt vor allem auf eine leichte Bauweise



Eine breite Auswahl an Anhängerbühnen gehört mit zum Programm

verdreifachen wird. Wir sind weltweit sehr stark im Anhängerbühnenmarkt vertreten, so dass, wenn die Menschen Niftylift kennen lernen, Deutschland auch für uns ein guter Markt wird. Aber auch bei den Selbstfahrern gibt es viel Potential. Unsere Geräte sind in der Regel leichter und haben eine höhere Reichweite. Und das sicher und stabil. Das niedrigere Gewicht spart Transportkosten und verursacht weniger Flurschaden.

■ **K&B:** Rentiert sich der Aufwand überhaupt, den ruhigen deutschen Markt jetzt stärker zu bedienen oder ist der Markt viel besser, als viele behaupten?

■ **Mark van Oosten:** Um ehrlich zu sein, kann ich nicht beurteilen, wie gut oder schlecht der deutsche Markt ist. Aber gleichgültig, ob gut oder schlecht, irgendwann muss es den Startschuss geben. Und ich denke, es ist besser in einem Markt zu beginnen, der gerade schwach ist, als in einem starken. Und unsere Produkte verkaufen sich normalerweise besser in einem ruhigen Markt.

■ **K&B:** Welche Rolle werden die bisherigen Vertretungen von Niftylift in Deutschland spielen?

■ **Mark van Oosten:** Unsere Händler bedienen weiterhin die Endkunden und übernehmen den Service auch bei den Vermietunternehmen. Sie machen die Überführungen zu den Kunden. Wir können und vor allem wollen nicht ohne unsere Händler agieren.