

Neue Herausforderung mit großem Potenzial

Seit 1. März ist Martin Brokamp neuer „Sales Manager Rental & Access“ bei JCB Deutschland. Rüdiger Kopf sprach mit dem Branchenkenner über seinen neuen Arbeitgeber, seine Aufgaben und Perspektiven.

KB: Nach 18 Jahren haben Sie Ihren Anzug gewechselt. Was macht das Gelb von JCB für Sie so attraktiv?

Brokamp: Da ist zum einen JCB als renommierter Baumaschinenhersteller. Das, kombiniert mit den nun neuen Geräten aus dem Access-Bereich, bietet meiner Ansicht nach ein sehr großes Potenzial. Dabei ist für mich besonders interessant, dass JCB aufgrund der Produktreihe gerade im Bereich „Vermieter“ noch sehr viel erreichen kann. Hier habe ich die Chance, alles von der Pike auf mitzugestalten und mich persönlich voll einzubringen, da ich von der ersten Stunde mit dabei bin. Darüber bietet die gesamte JCB-Produktpalette der Baumaschinen – nicht nur für die Arbeitsbühnen – gute Chancen in Deutschland. Für die Vermieter sehe ich den großen Vorteil, mit JCB einen Anbieter zu haben, der alles hat, was sie brauchen. Der berühmte One-Stop-Shop.

Ich meinerseits kann mein Wissen, das ich in den letzten zwei Jahrzehnten im Bereich „Rental“ gesammelt habe, ideal einbringen.



Martin Brokamp

Welche Aufgabenbereiche haben Sie übernommen?

Zum einen betreue ich den schon eben erwähnten „Rental“-Bereich. Das bedeutet, dass Vermieter mit mir einen direkten Ansprechpartner für das gesamte JCB-Baumaschinen-Portfolio haben, also nicht nur für Teleskoplader und Arbeitsbühnen. Dies ist einerseits für den Vermiet-Generallisten gut, der nun mit den Arbeitsbühnen neue Produkte hinzubekommt. Aber auch für die Spezialisten gibt es Vorteile, denn auch hier sind die Übergänge zwischen den einzelnen Branchen fließend – und da bietet JCB viele Ergänzungen und Möglichkeiten.

Der zweite Teil meiner neuen Aufgabe ist es, den gesamten „Access“-Bereich bei JCB in Deutschland aufzubauen. Das gilt sowohl für den Direktvertrieb als auch für den Handel. JCB wird beide Wege gehen, die Vermarktung über Händler, aber auch direkt. Allerdings wird nicht jeder Händler auch die Arbeitsbühnen in sein Programm aufnehmen. Denn der Händler muss dies sowohl von sich aus wollen als auch einige unse-

Mit Scheren ist JCB in den Arbeitsbühnenmarkt gestartet



Umfangreich zeigt sich die Teleskopladerpalette von JCB – und sie wird weiter wachsen



rer Anforderungen erfüllen können. Das Arbeitsbühnengeschäft ist hierzulande allerdings ein Vermietkunden-Geschäft, sodass ein Großteil der Arbeitsbühnen mit Sicherheit direkt vertrieben wird.

Vor rund zwei Jahren ist JCB mit Arbeitsbühnen gestartet. Welchen Vorteil bringen die Geräte, welchen Vorteil bringt JCB mit?

Da ist zunächst der Service zu nennen. Dank der Händlerschaft gibt es hier ein dichtes Netz. Allerdings wird auch hier erst einmal geschaut, wie die Handhabung im Einzelnen ausfallen wird. Nicht jeder Händler wird im Servicenetz für Arbeitsbühnen mit dabei sein. Auch werden verschiedene Level etabliert, das heißt, dass es auch ein übergeordnetes Serviceteam geben wird, das die Händler unterstützen soll.

Ein weiterer Punkt sind die Geräte. Wir haben mit Elektroscheren gestartet, dem Standardprodukt bei Arbeitsbühnen. Ich will jetzt weniger auf die Leistungsdaten abheben, die der Markt von sich aus sowieso vorgibt. Vielmehr sind es die kleinen Hilfen, die das Tagesgeschäft der Bühnenvermieter erleichtern sollen und werden. So gibt es verständliche Kurzanleitungen, nicht nur ellenlange unleserliche Betriebsanleitungen. Oder auch einfache Anschlagpunkte zum Verzurren. Neu und richtig praktisch sind die Kurz-Videos. Diese erklären die Handhabung einfach, schnell und ohne Worte, denn die Sprachbarrieren sind manchmal sehr groß. Dazu muss der Anwender nur mit dem Handy den QR-Code scannen und schon startet das Info-Video. So wird beispielsweise erklärt, wie ein Geländer abgeklappt und danach wieder aufgeklappt wird. Klingt simpel, ist es eigentlich auch, aber der Alltag zeigt, dass der Nutzer mit solch kleinen Dingen Probleme hat.

Wie geht es weiter mit JCB?

Bei den Arbeitsbühnen sind wir erst gestartet. Noch in diesem Jahr werden weitere Gelenkteleskopmodelle folgen. Und bis Ende 2019 ist geplant, die Modellpalette so umfangreich gestaltet zu haben, dass es rund 80 Prozent der Standardmodelle auch bei JCB geben wird. Dann gibt es mit JCB einen Anbieter, der das Level der Top-Hersteller erreicht und mit seinen schon erwähnten Extras den Unterschied ausmachen kann. Darüber hinaus hat JCB für seine Produkte schon einen Ersatzteilservice aufgebaut, der einen 24-Stunden-Dienst anbietet, auch im Alltag. Mit großen Depots in England, Paris und Pilsen, in

denen insgesamt rund 200.000 Access-Ersatzteilen lagern, können wir dies in Europa zuverlässig leisten. Hier ist das Ziel, ein Branchenvorbild zu sein.

Ist noch so viel Markt in Deutschland für JCB im Bereich der Arbeitsbühnen und Teleskoplader vorhanden?

Nach wie vor ist Deutschland bei beiden Gerätegattungen nicht vollständig erschlossen. Im Vergleich zum europäischen Ausland hinken wir hierzulande hinterher. Aber man muss auch sagen, dass der deutsche Markt der anspruchsvollste ist. Verlangt wird eine sehr gute Performance bei deutlich niedrigen Preisen. Hier gilt nicht „Veni, vidi, vici“, also kommen und siegen. Da bedarf es Kondition und Ausdauer – etwas, das JCB hat.

Stecken weitere Ideen in der Pipeline?

Nicht nur die schon genannten Geräte zeigen die Innovationsfreude. Zuletzt haben wir die E-Scheren mit Lithium-Ionen-Batterien vorgestellt. Diese werden ihren Platz überall dort einnehmen, wo die Geräte sich quasi im Dauereinsatz befinden. Aber die wahre Stärke bei JCB liegt in der Tatsache, dass es sich um ein Familienunternehmen handelt. Wenn etwas auf die Tagesordnung kommt, wird es mit viel Energie verfolgt. So zum Beispiel die Entwicklung des „Hydradig“. Das ist im Prinzip ein Mobilbagger, dessen Motor und Antrieb komplett in den Unterwagen eingebaut wurde. Im Oberwagen finden sich nur noch die Kabine und der Ausleger. Solch ein Konzept ist sicherlich auch auf andere uns bekannte Baumaschinen übertragbar.

Sie sehen also für JCB in Deutschland und für sich noch einiges vor sich?

Absolut. Das beste Zeichen hierfür ist der Neubau der Deutschlandzentrale in Frechen. Dort – vor den Toren Kölns – investiert JCB mehr als 35 Millionen Euro auf einer Fläche von über 50.000 Quadratmetern und wird nächstes Jahr einziehen. Neben der Verwaltung werden großzügige Trainingsmöglichkeiten geschaffen. JCB plant auch in Zukunft seine Produktpalette weiter auszubauen. Daher ist es einfach nötig, entsprechende Kapazitäten zu schaffen, um den Vertrieb sorgfältig zu schulen.

«



Einfache Maschinen, einfache Handhabung ist die Grundidee



In Deutschland gibt es verglichen mit anderen Ländern noch viel Potenzial auch bei Teleskopladern