



Dr. Holger Schmidt, Netzökonom, Hochschuldozent, Autor und Kolumnist des Handelsblattes bei seinem Einführungsvortrag in die Veranstaltung

Zum Auftakt der Vortragsreihe führte Michael Radwe (Mascus) in das Thema ein und beschrieb die Ist-Situation sowie die Herausforderung für den deutschen Baumaschinen und Nutzfahrzeughandel. Offensichtlich ist das Thema digitalisierter Handel noch nicht so richtig in der Branche angekommen. Laut einer McKinsey-Studie bildet der deutsche Baumaschinen- und Nutzfahrzeughandel im Vergleich mit anderen Industrien das Schlusslicht im Digitalisierungsprozess. Insgesamt hinkt Deutschland im europäischen Vergleich (so die offizielle Zahl der Bundesregierung) mehr als 13 Jahre hinterher. Dies, so die einhellige Übereinstimmung der Referenten, führt zu einem erheblichen Wettbewerbsnachteil. Auch wenn die Umsatzsituation zurzeit gut ist, ist die Branche nicht auf die Zukunft vorbereitet und droht den Anschluss zu verpassen.

Wir verstehen uns als Partner des Handels und der Industrie, betonte Michael Radwe seine Motivation, diesen Händlertag zu gestalten. Als Portal möchten wir

die Marktteilnehmer unterstützen. Durch unsere internationale Präsenz sehen wir die Unterschiede in den Märkten. Dies war dann auch das Ziel der Veranstaltung, erklärte Michael Radwe, Initiator und Organisator der Veranstaltung. Wir möchten die Marktteilnehmer für dieses Thema sensibilisieren und informieren, Möglichkeiten aufzeigen und Lösungen vorstellen. Aus diesem Grund haben wir Unternehmen als Best-Practice Beispiele eingeladen, um über ihre Erfahrungen und Strategien zu berichten. Dirk Windeck (Head of Used Equipment, Bomag) hatte die Sichtweise der Industrie dargestellt, während Frank Koslowski (CIO, Swecon) über die Umsetzung im Handel sprach. Darüber hinaus ist der Blick von außen auf die Branche ebenfalls sehr wichtig. Die Firma Etventure ist eines der maßgeblichen Beratungsunternehmen in diesem Bereich. Am Beispiel ihres Kunden Putzmeister hat Peter Feldmeier, Partner der Etventure den Transformationsprozess beschrieben, wie ein Unternehmen die anstehenden Herausforderungen bewältigen und dabei neue Geschäfts-

Händlertag in Krefeld

Mascus, der Online-Marktplatz für gebrauchte Baumaschinen und Nutzfahrzeuge, hatte im Oktober wieder zum Händlertag geladen. Im Canon Convention Center in Krefeld informierten unterschiedlichste Referenten im Zusammenhang mit der Digitalisierung der Branche über drängende Fragen einer Neuorientierung und die vielfältigen Chancen, die sich aus dieser Transformation ergeben

Text | Aziz Akmaz ; Foto | Mascus



Frank Birzele, Strategic Account Manager bei Ritchie Bros.



Pim Pasteuning, Director Sales bei Ritchie Bros.



Angeregte Diskussion über die Erkenntnisse des Tages



Michael Radwe im Gespräch mit Veranstaltungsteilnehmern

modelle erschließen kann. Matthias Heft, CDO und Kommunikationsexperte (RTS Rieger Team Werbeagentur), beschrieb die Möglichkeiten, die die sozialen Medien bieten, und erklärte, wo digitale Werbung die Print-Ver-

sionen ergänzen und ganz neue Formate ermöglichen. Die Teilnehmer waren sehr inspiriert von der Veranstaltung, erhielten sie doch eine Menge Denkanstöße für eigenes Handeln. △