

Servicepaket als Abwehrmittel gegen No-Names

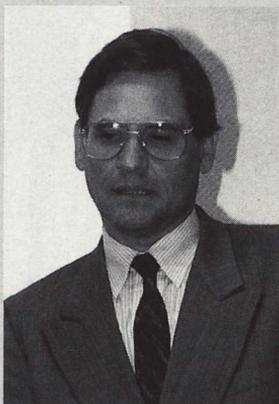
Aufgrund der verbesserten Umsätze im Ausland hat der Bosch-Geschäftsbereich Elektrowerkzeuge seine Weltmarktposition weiter ausgebaut. Mit einer Steigerung von sieben Prozent konnte der Außenumsatz auf 2,7 Milliarden DM erhöht werden. Einschließlich der anteiligen Umsätze der US-Gemeinschaftsunternehmen S-B Power Tool Company und Vermont American Corporation erzielte man 3,5 Milliarden DM. Überproportional zugelegt hat man in Asien, insbesondere in Fernost. Dort profitiert Bosch nach eigenen Angaben von der Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Werkzeugen, die im Baugewerbe Einsatz finden.

Mitlerweile 70 Prozent des Umsatzes tätigt Bosch im Ausland; aufgrund der unbefriedigenden Markt- und Umsatzsituation in Deutschland hat sich der Auslandsanteil um zwei Prozentpunkte erhöht. Auch außerhalb Europas ist Bosch in vielen Regionen Marktführer. In Nordamerika belegt man mit den Marken Bosch und Skil einen ausbaufähigen zweiten Rang, und in Fernost wurde Bosch zum stärksten nichtasiatischen Anbieter.

Umfassendes Service-Paket

Den Service will Bosch kontinuierlich verbessern. Eine wichtige Neuerung in Willershausen ist der „Bosch-Fax-Service“. Damit können wichtige Service-Unterlagen per Fax und Telefon abgerufen werden, täglich rund um die Uhr, auch an Sonn- und Feiertagen. Der Handel hat so direkten Zugriff auf eine große Auswahl von Service-Unterlagen wie beispielsweise Ersatzteillisten, Preislisten oder Detailzeichnungen.

Mit der ersten CD-Rom für Heimwerker gibt die Deutsche Heimwerker Akademie, die Bosch 1988 gegründet hat, in Zusammenarbeit mit einer Heimwerker-Fachzeitschrift dem Do-it-yourself-Markt neue Impulse. Der Datenträger enthält eine umfas-



Wolfgang Chur, Geschäftsführer Vertrieb im Geschäftsbereich Elektrowerkzeuge der Robert Bosch GmbH

Foto: EZ

sende Heimwerker-Bibliothek mit 1.400 Stichworten und einem Wissensangebot von A (wie Akku) bis Z (wie Zahnkranz-Bohrfutter). Die neue CD-Rom wendet sich an alle Heimwerker, vor allem aber an jüngere Zielgruppen, um sie für das Heimwerken zu interessieren und zu begeistern.

„Gewinnbringend ist die CD-Rom auch für den Fachhandel, und das nicht nur als Informationsquelle: Sie ermöglicht Zusatzumsatz bei hervorragender Spanne“, so Bosch.

Mit dem im Juli 1995 gegründeten Do-it-Club hat Bosch ein neues Instrument zur Kundenbindung für den Fachhandel ins Leben gerufen. Über 1.000 Personen sind bereits Clubmitglieder und nutzen die zahlreichen Angebote. Ziel des Do-it-Clubs ist es, den Heimwerkern Informationen und Unterstützung für ihr Hobby zu geben. Dazu erhalten die Mitglieder quartalsweise das Do-it-Magazin mit zahlreichen Anregungen. Die Postzustellung ist im Mitgliedsbeitrag von 30 DM jährlich bereits enthalten. Außerdem bekommen Clubmitglieder exklusive Vergünstigungen für die Leistungen der Deutschen Heimwerker Akademie.

Die Fernlehrbrief-Reihe des EW-Bildungsclubs hat Bosch im Herbst 1995 um sechs Fernlehrbriefe für Auszubildende des Fachhandels erweitert. Angehende Fachverkäufer sowie Einzelhandels- und Großhandelskaufleute können sich damit auf die Warenkundeprüfung über Elektrowerkzeuge vorbereiten.

Ein weiterer Baustein der Umweltaktivitäten ist das Bosch-Recycling. 1995 konnten elf Tonnen Kunststoffe in den Kreislauf zurückgeführt werden. Das entspricht 37.000 neuen Kunststoffgehäusen für Schlagbohrmaschinen. Gegenüber dem Vorjahr ist dies eine Verdreifachung – „ein Zeichen dafür“, so Bosch, „daß sich unser Recycling-Konzept bei Handel und Verwendern immer mehr durchsetzt.“