



Mehr Service durch klare Einmarkenstrategie

- **Ein Unternehmen, ein Ziel, eine Marke:** Im Rahmen eines Verschmelzungsvertrags ging zum 01.06.2019 die ehemalige MAHA-Tochter AutomoTec GmbH wieder auf die Muttergesellschaft über. Damit erhöht MAHA die Präsenz am Markt und stellt den strategischen Kern der Unternehmensstrategie, den Service, noch mehr in den Fokus.

Haldenwang, 3. Juni 2019. 2004 wurde der damalige Bereich „Kundendienst“ aus der MAHA ausgegliedert und unter dem Namen AutomoTec in eine eigene GmbH überführt. Grund dafür war seinerzeit, dass von diesem nicht nur Montagen, Reparaturen und Serviceeinsätze für MAHA-Produkte übernommen, sondern diese Dienstleistungen auch für Produkte anderer Hersteller angeboten wurden. „Vor diesem Hintergrund war es sinnvoll, auf dem Markt nicht unter dem Namen MAHA aufzutreten“, so Robert Forderer, Geschäftsführer der AutomoTec GmbH. „Wir wollten damals eine klare Differenzierung erreichen, um dadurch am Markt neutral auftreten zu können und letztlich mehr Aufträge zu generieren“.

Während des 14-jährigen Bestehens der AutomoTec wuchs diese kontinuierlich und machte sich als Werkskundendienst von MAHA einen Namen am Markt. Im Laufe der Jahre veränderte sich die Situation jedoch durch den Kauf der ehemaligen Konkurrenten Slift und HETRA sowie aufgrund steigender Absatzzahlen der MAHA. Somit bedient die AutomoTec mit ihren Dienstleistungen heute nur noch Aufträge der MAHA. Vor diesem Hintergrund entschied sich die Geschäftsleitung nun zu einer Verschmelzung. „Wir sind eins und treten nun auch in der Außenwahrnehmung so auf“, erklärt Geschäftsführer Dr. Thomas Aubel die strategische Entscheidung zum Betriebsübergang.

Den Kunden im Fokus

Mit der Verschmelzung bekennt sich die MAHA klar zu einer konsequenten Einmarkenstrategie. In Verbindung mit dem MAHA SERVICE CENTER stellt die starke Marke „MAHA“ einen einheitlichen Marktauftritt sicher. In dieser Kombination lassen sich die Vorteile eines einheitlichen MAHA-Services vereinfacht darstellen. Vom Werkskundendienst mit eigenem Werkverkehr und die Versandabteilung über das hauseigene Training Center bis hin zur Ersatzteil- und Garantieabwicklung und die Service-Hotline – der Kunde bekommt alles aus einer Hand. „Diesen entscheidenden Vorteil werden wir künftig auch in unserer Kommunikation noch deutlicher in den Vordergrund stellen“, erklärt Aubel die Unternehmensausrichtung, denn der Kunde mit all seinen Bedürfnissen stehe bei MAHA zu jeder Zeit im Mittelpunkt.



Einheitlicher Auftritt: Auch die Servicefahrzeuge wurden im Zuge der Einmarkenstrategie bereits optisch angepasst und stellen die MAHA-Kernkompetenz „Service“ klar in den Fokus.

MAHA im Überblick:

MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG ist einer der weltweit führenden Hersteller von Fahrzeugprüf- und Hebetchnik. Als international ausgerichtetes Unternehmen betreibt MAHA zwei Produktionsstandorte, einen in Deutschland und einen weiteren in den USA, sowie ein globales Vertriebs- und Servicenetzwerk in über 150 Ländern. Das Unternehmen beschäftigt weltweit über 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Umsatz von rund 150 Mio. EUR.

MAHA feiert 2019 50-jähriges Jubiläum!

Infos unter <https://www.maha.de/50-jahre-maha-eine-erfolgsgeschichte.htm>

Kontakt:

MAHA Maschinenbau Haldenwang GmbH & Co. KG
Marketing, Telefon +49 8374 585 0, E-Mail marketing@maha.de
Weitere Informationen von MAHA sind im Internet verfügbar:
www.maha.de/pressemitteilungen und www.maha.de