



Presseinformation

19. Januar 2010

Idealer Ansprechpartner für jeden Profi im Bereich des Innenausbaus

Organisationseinheit Boden, Wand, Decke hat 2009 deutlich Fahrt aufgenommen

Die Zusammenführung von Produktlösungen und Serviceleistungen für Fußboden- und Parkettleger sowie Maler, Schreiner und Raumausstatter ist abgeschlossen. Kurzzeitig aufgetretene logistische und strukturelle Hürden sind überwunden und die erste gemeinsame Werbeaktion „Drei starke Marken“ wird angesichts ihres Erfolges absehbar in ähnlicher Form wiederholt – kurzum: die Organisationseinheit „Boden, Wand, Decke“ innerhalb der Henkel Bautechnik hat enorm Fahrt aufgenommen.

“Wir sind mit deutlich zurückhaltenderen Erwartungen in das Jahr gestartet, als wir es letztlich beenden konnten“, erläutert Axel Bornefeld, Leiter der Vertriebsorganisation „Boden, Wand, Decke“. Näher betrachtet bedeutet das: Nach einem verhaltenen Start in der ersten Jahreshälfte entwickelte sich das Geschäft im weiteren Verlauf ausgesprochen lebendig, so dass „Boden, Wand, Decke“ sich insgesamt besser zeigte als der Markt.

Mitentscheidend für die positive Entwicklung war das enge Zusammenwachsen der Außendienstmannschaften zu einem kundenorientierten Service- und Vertriebsteam mit vernetzter Aufgabenverteilung. Erste Ansprechpartner in diesem Team sind technisch übergreifend geschulte Vertriebsspezialisten. Für tiefer greifende Fragestellungen stellt „Boden, Wand, Decke“ spezialisierte Fachberater zur Verfügung, die für rasche Problemlösungen und schnelle Beratungshilfen vor Ort sorgen. Dieses Prinzip hat sich bewährt.

Über 50 Mitarbeiter umfasst das Team. Diese Größe ist branchenweit einzigartig. Kunden profitieren dabei von kleineren Bezirken, kürzeren Besuchswegen und somit

schnelleren Reaktionszeiten. Auch 2009 hat Henkel noch einmal intensiv in die Aus- und Weiterbildung seiner Mitarbeiter investiert. Bornefeld: „So können wir heute ein hohes Beratungsniveau im gesamten Innenausbau und quer über das gesamte Portfolio unserer Kernmarken Thomsit, Metylan und Sista garantieren. Damit sind wir zugleich der ideale Ansprechpartner für jeden Profi und alle Fragen im Bereich des Innenausbaus.“

Rein optisch vermittelt „Boden, Wand, Decke“ diese Botschaft mit einem neuen Logo, das die drei Marken auch grafisch unter einem Dach vereint. Mit dieser visuellen Darstellung präsentiert sich „Boden, Wand, Decke“ in diesem Jahr nicht nur auf der „Domotex“ in Hannover und auf der „Farbe“ in München, sondern auch auf allen offiziellen Drucksachen – angefangen von den Visitenkarten der Mitarbeiter bis hin zu Werbemitteln aller Art.

Dass der Bedarf an gesamtheitlichen Lösungen vom Markt zunehmend gesucht wird, spiegelte sich deutlich in der Resonanz der ersten gemeinsamen Marketingaktion unter dem Titel „Drei starke Marken“ wider. Erstmals hatte Henkel 2009 in dieser Aktion eine Auswahl seiner Sortimente für den Innenausbau der Marken Thomsit, Metylan und Sista zu einem attraktiven Angebot kombiniert.

„Die Nachfrage war enorm“, bilanziert Marketingleiter Dietmar Bernstein. „Deshalb haben wir bereits beschlossen, eine markenübergreifende Aktion für Universalisten in diesem Jahr erneut durchzuführen.“ Spezialisten in ihren Gewerken kommen aber ebenso auf ihre Kosten, denn die Markengeschäfte Thomsit, Metylan und Sista planen für ihre Kunden parallel jeweils eigene maßgeschneiderte Aktionen.

Fotomaterial finden Sie im Internet unter: <http://www.henkel.de/presse>

Seit mehr als 130 Jahren arbeitet Henkel dafür, das Leben der Menschen leichter, besser und schöner zu machen. Das laut Fortune-Magazin angesehenste Unternehmen Deutschlands zählt zu den 500 umsatzstärksten Unternehmen der Welt (Fortune Global 500) und ist mit starken Marken und Technologien in drei Geschäftsfeldern aktiv: Wasch-/Reinigungsmittel, Kosmetik/Körperpflege und Adhesive Technologies (Klebstoff Technologien). Über 52.000 Mitarbeiter in mehr als 125 Ländern engagieren sich täglich dafür, Henkels Leitmotiv, „A Brand like a Friend“, umzusetzen. Im Geschäftsjahr 2008 erzielte Henkel einen Umsatz von 14.131 Millionen Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von 1.460 Millionen Euro.

Presse-Kontakt

Peter Kreft
Henkel AG & Co. KGaA

Tel. +49 211 797 - 14 58
Fax +49 211 798 - 114 58

Press@Henkel.com

Redaktionsadresse:

Frank Spieß
Die Schnittstelle

Tel. +49 2041 76 66 48
Fax +49 2041 76 94 02

frank.spieess@dieschnittstelle.com