



## Pelzer Fördertechnik GmbH Definition einer Strategie-Roadmap für die nächsten fünf Jahre

Bild: © Pelzer Fördertechnik GmbH

> *Durch die Zusammenarbeit mit dem FIR ist es uns gelungen, die Grundlage für eine umfassende und erfolgversprechende Unternehmensstrategie zu schaffen. Dank der umfangreichen Einbindung unserer Mitarbeiter in den Prozess der Strategieentwicklung genießt das Ergebnis eine hohe Akzeptanz in unserem gesamten Unternehmen.* <

*Erik van Leeuwenstijn, Geschäftsführer, Pelzer Fördertechnik GmbH*

### Ausgangssituation

Die Pelzer Fördertechnik GmbH generiert als führender Anbieter und Servicespezialist im Bereich der Förder- und Lagertechnik seit mehr als 45 Jahren durch den Vertrieb von Produkten sowie die Erbringung technischer Dienstleistungen einen Mehrwert für ihre Kunden.

Um dem zunehmend kompetitiven Umfeld auch zukünftig erfolgreich zu begegnen, strebt das Unternehmen eine stärkere Differenzierung von den Marktbegleitern sowie eine höhere Mehrwertgenerierung für seine Kunden an. Vor diesem Hintergrund war es das Ziel des gemeinsam mit dem FIR e. V. an der RWTH Aachen durchgeführten Projekts, eine Unternehmensstrategie zu entwickeln, welche die unternehmerischen Leitplanken für die nächsten fünf Jahre aufzeigt.



Bild: © Pelzer Fördertechnik GmbH



## Pelzer Fördertechnik GmbH:

Branche:	Förder- und Lagertechnik
Produkte:	Flurförderzeuge, Reinigungsmaschinen, Lagertechnik
Umsatz:	80 Mio. Euro (2013)
Mitarbeiter:	250
Standorte:	Kerpen, Köln

## Schwerpunkte im Projekt

Zur Entwicklung der Unternehmensstrategie stand für die Projektverantwortlichen eine ganzheitliche Betrachtung aller relevanten Stakeholder im Vordergrund. Konkret bedeutete dies, dass sowohl intern als auch extern unterschiedliche Akteure am Projekt mitwirkten. Pelzer-intern waren dies neben dem Managementteam Mitarbeiter aus allen Abteilungen des Unternehmens. Durch deren umfangreiche Expertise konnten in SWOT-Workshops und bei der Durchführung des vom FIR entwickelten Serv-Checks wichtige Erkenntnisse gewonnen werden.

Auf externer Seite wurden zunächst Marktbegleiter detailliert analysiert, um daraus einen ersten Überblick über die Marktgegebenheiten zu erhalten. Weiterhin wurden Interviews mit Linde-Vertriebshändlern in ganz Deutschland geführt, die dazu dienten, Best Practices abzuleiten, von denen sowohl Pelzer als auch die befragten Händler profitieren. Zudem fand eine Kundenbefragung statt, die Trends und Anforderungen an die Förder- und Lagertechnik aufzeigte und wichtige Erkenntnisse für die Ableitung der Unternehmensstrategie für Pelzer lieferte.

## Vorgehensweise und Ergebnisse

Das Projekt begann mit der Aufnahme des bestehenden Leistungsprogramms und der jeweiligen Reifegrade. Parallel wurden die relevanten Marktbegleiter analysiert und deren Leistungsportfolio mit dem von Pelzer abgeglichen. Die gewonnenen Erkenntnisse konnten im Rahmen von internen Workshops genutzt und erweitert werden. Durch diese Analyse konnten die marktseitigen Chancen und Risiken sowie die internen Stärken und Schwächen herausgearbeitet werden.

Die Durchführung des sogenannten Serv-Checks, einer vom FIR entwickelten Methodik zur Bestimmung des Reifegrads der Serviceorganisation, diente ferner zur Gewinnung weiterer wertvoller Erkenntnisse zur Ist-Situation von Pelzer. Dieser unternehmensinternen Analyse schloss sich eine umfassende Kundenbefragung an, welche die Ermittlung relevanter Themen und Trends im Bereich der Förder- und Lagertechnik zum Ziel hatte. Zusätzlich wurde ein unternehmensübergreifendes, bundesweites Benchmarking mit dem Ziel der Best-Practice-Identifikation durchgeführt.

Die gewonnenen Erkenntnisse dienten der Überprüfung bestehender sowie der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, welche anschließend in einer Leistungsprogrammstrategie schriftlich festgehalten wurden. Die Projektergebnisse zeigen die strategischen Leitplanken für das Unternehmen Pelzer in den nächsten fünf Jahren auf und werden in den folgenden Monaten und Jahren kontinuierlich umgesetzt.