Case Study

Kunde: **HKL BAUMASCHINEN** | Bereich: **Baumaschinenvermieter**
Zielgruppe: **B2B** | Zeitraum: **2012 - heute**

elb:feuer

STRATEGIE, DESIGN, KOMMUNIKATION.

HKL
Mieten
Kaufen
Service

Marketingstrategie und B2B-Kommunikation über alle Kanäle im Handelsbereich – Full-Service für einen Marktführer.

Wenn auf den Baustellen Deutschlands, Österreichs oder Polens Bedarf an leistungsstarken Baumaschinen oder -geräten ist, dann ist es mit großer Sicherheit der Branchenprimus HKL BAUMASCHINEN, der mit der passenden Lösung auffährt. Über 140 Center in Deutschland und Österreich, über 1.200 Mitarbeiter und eine Flotte von über 80.000 Mieteinheiten garantieren Kundennähe und schnellen Service vor Ort.

Case Study

Kunde: **HKL BAUMASCHINEN**

elb:feuer

WIE DER ERFOLG ZU EINEM NEUEN MARKENAUFTRITT FÜHRTE

Die HKL BAUMASCHINEN GmbH wurde 1970 gegründet und ist ein inhabergeführtes Unternehmen für Baumaschinen-Handel und -Vermietung mit Sitz in Hamburg. HKL hat 140 Standorte in Deutschland und beschäftigt rund 1.100 Mitarbeiter.

Als wir im Jahr 2014 die ersten Gespräche mit der HKL BAUMASCHINEN GmbH führten, hätte man bei diesen beeindruckenden Zahlen fast meinen können, es gäbe keine Aufgaben für Elbfeuer. Auf den zweiten Blick stellte sich aber heraus, dass genau der Erfolg und das Wachstum der vergangenen Jahre aus Marken- und Kommunikationssicht zu Handlungsbedarf führten. Der Auftritt der Marke war durch zusätzliche Geschäftsfelder, Produkt- und Serviceangebote über die Jahre fraktaler und damit unübersichtliche geworden. Gefragt war daher eine Neujustierung des Markenauftrittes unter einem unternehmens- und produktstrategischen sowie kommunikativen Blickwinkel.

Der neue Weg: mehr Orientierung, Differenzierung und Markenkraft.

Im Rahmen einer intensiven Recherche und Analyse wurden Unternehmen und Wettbewerb auf Stärken und Schwächen, Chancen und Risiken bezogen auf Zielgruppen, Positionierung, Differenzierungsmerkmale, Botschaften und Ansprache-Kanäle überprüft. Im Rahmen mehrerer Workshops wurde der Grundstein für den Relaunch gelegt.

Passt zum Branchenführer: das neue Leistungsversprechen.

Ein neuer, zentraler Unternehmens Claim subsumiert das Versprechen an die Zielgruppe und reflektiert die Leistungskraft und Lösungskompetenz des Unternehmens: „Was immer du brauchst, du kriegst es!“. Ein prägnantes, positiv-motivierendes Signal an alle, die erfolgreich anpacken wollen.

Case Study

elb:feuer

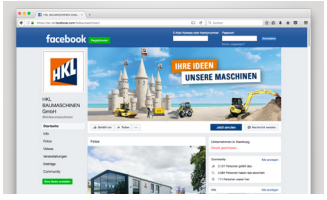
Kunde: **HKL BAUMASCHINEN**

Die drei Leistungsbestandteile, MIETEN, KAUFEN und SERVICE wurden strategisch als eigene Bereiche etabliert und visuell in das Firmenlogo integriert. Jedem Leistungsbereich wurde eine eigene Farbcodierung zugeordnet. Die dreigeteilte Farbcodierung wurde konsequent in allen Werbemitteln umgesetzt, was dem Kunden oder Interessenten eine klare und schnelle Orientierung ermöglicht. Alle Werbemittel wurden inhaltlich bis ins kleinste Detail optimiert – von der Struktur, Textansprache, den Produktdarstellungen und –infos, Kontaktmöglichkeiten bis zum Cross-Selling.

Die umfangreichen Printmaterialien von HKL BAUMASCHINEN wurden durch ein neues Farbkonzept klarer strukturiert und inhaltlich spezifischer auf die unterschiedlichen Themen und Zielgruppen ausgerichtet.

Optimierte Kommunikation: Zielgruppen-Ansprache, Produktinszenierung, Texte.

Zum Start des neuen Markenauftritts im Jahr 2015 wurde zunächst die Basis-Kommunikation überarbeitet, wie etwa zentrale Verkaufsunterlagen. Im Markt kam die Neuausrichtung der Marke äußerst positiv an. Vielen Bestandskunden und Interessenten war bis dato nicht bewusst, dass auch Kauf- und Serviceleistungen angeboten werden. Gestärkt durch das positive Feedback wurden im Jahresverlauf weitere Werbemittel wie Broschüren, Kataloge, Aktionswerbemittel, Verkaufsanzeigen etc. überarbeitet.



Auf professionelle Produkt-Inszenierung wird ebenso viel Wert gelegt wie auf aktivierende, sympathische Image-Motive (hier ein Facebook Headerbild). B2B-Kommunikation darf auch Spaß machen.

Im Rahmen der intensiven Zusammenarbeit zwischen Agentur und Unternehmen wurde zudem die komplette Projektabwicklung und -steuerung der Aktionswerbemittel einzelner Center vollumfänglich an Elbfeuer übertragen. Auf der Messe BAU 2016 wurde der neue Auftritt erstmals dem Fachpublikum vorgestellt. Hierzu wurde der gesamte Messestand im Außen- und Innenbereich überarbeitet. Alle Vorgaben wurden in einem umfangreichen Corporate Design Manual festgehalten.

Kunde: **HKL BAUMASCHINEN**

Ständige Weiterentwicklung als Motor für den Erfolg.

HKL freut sich über kontinuierliches Wachstum. Neue HKL Center werden eröffnet oder ausgebaut, neue Produktbereiche wie z.B. Höhentechnik oder Grünflächentechnik ergänzen das Sortiment. Mit dem Onlineshop für Kauf-Produkte, dem hkl-baushop.de, hat HKL BAUMASCHINEN eine digitale Sales-Plattform geschaffen. Miet-Geräte können über die Website oder eine eigene App angefragt werden. Eine engere Verknüpfung im Marketingmix.

> **„Elbfeuer hat einen wesentlichen Anteil am Erfolg unserer kommunikativen Neuausrichtung und überzeugt durch kreative und zuverlässige Projektumsetzung.“**
>
> Ulf Böge, HKL BAUMASCHINEN

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla mollis ultrices mattis. Nam fermentum nec lacus eu convallis. Vestibulum et bibendum justo. Sed eleifend tortor vel lorem tincidunt, eu finibus augue suscipit.

HKL BAUMASCHINEN ist als starke Marke etabliert und geht mit voller Kraft in die Zukunft. Wir freuen uns, diese faszinierende Marke auf ihrem weiteren Erfolgsweg als Kommunikationspartner begleiten zu dürfen.

Sie wollen mehr über uns oder unsere Kompetenzen wissen?

Schreiben Sie uns oder rufen Sie uns an. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Ansprechpartner: **Martin Riesenfelder** | E-Mail: **mr@elbfeuer.de** | Tel.: **040-374831-49**