

## Presse-Information

**Datum:** 13./14. November 2018

Roto: Neues Geschäftsfeld mit eigener Gesellschaft / Auch bei Nachversorgung „ganzheitlicher Problemlöser“ / Mit und für B2B-Kunden agieren / „Große Chancen“ von Branche bisher nicht genutzt / Drei Erfolgsfaktoren / Roto Professional Service: derzeit vier Partnerfirmen / Breites Dienstleistungsspektrum / Klarer Auftritt und aktive Kommunikation

### Service ganz neu denken

**Kalsdorf/Graz/Leinfelden-Echterdingen – (rp)** Es geht um ein großes Marktpotenzial und darum, es durch professionelle Win-win-Konzepte auszuschöpfen. So beschreibt Roto die Grundlage eines weiteren strategischen Geschäftsfeldes. Damit will der Bauzulieferer für seine Profi-Kunden in der deutschsprachigen Region auch für die Nachversorgung eingebauter Fenster und Türen zu einem „ganzheitlichen Problemlöser“ werden. Um die langfristigen Aktivitäten in diesem Sektor zu bündeln, startete im Rahmen einer neuen Gruppenstruktur zum Jahresbeginn 2019 mit der Roto Frank Professional Service GmbH eine eigene Gesellschaft. Während des 13. Internationalen Fachpresstages stellte Dr. Christian Faden, der das Unternehmen künftig führt, Einzelheiten des Konzeptes und seiner praktischen Umsetzung vor. Sein zentrales Motto: „Service ganz neu denken“.

Zunächst machte der gegenwärtige Leiter Corporate Development der Roto Frank AG an einer Reihe von Beispielen deutlich, welche Möglichkeiten der Markt nach seiner Auffassung allein Deutschland bietet. Auf Basis unterschiedlicher Erhebungen bzw. eigener Berechnungen seien folgende Volumina realistisch: Rund 600 Mio. Fenster und Türen brauchen danach Wartung und Service; weit über 300 Mio. Fenster sind Energieverschwender; etwa 90 % der Fenster und Türen verfügen über keinen RC-Standard und laden damit Einbrecher geradezu ein. Zum günstigen Nachversorgungs-Umfeld gehörten ferner

der wachsende Komfortwunsch der Menschen, die Forderung nach mehr Nachhaltigkeit sowie der zumindest mittelfristig klare Smart Home-Trend.

Auf die Nutzung der daraus resultierenden „großen Geschäftschancen“ ist die Branche laut Faden derzeit jedoch kaum oder gar nicht vorbereitet. Die Gründe dafür seien vielfältig. Sie reichten von der, wegen fehlender überregionaler Abdeckung, geringen Wirtschaftlichkeit der Aufträge über den akuten Fachkräftemangel bis zu den erheblichen technischen Anforderungen speziell bei der Smart Home-Thematik. Deshalb verwundere es nicht, dass sich Fenster- und Türenhersteller sowie Bauelementehändler um das offenkundige Potenzial bisher nur selten kümmern wollten oder könnten.

### **Im „Start up-Modus“, aber nicht „bei Null“**

Im Umkehrschluss leitete Faden Mitte November 2018 in Graz vor Fachjournalisten aus 16 Ländern drei Erfolgsfaktoren für ein effizientes Nachversorgungs-Engagement ab. Konkret komme es darauf an, ein einheitliches bundesweites Angebot zu schaffen, qualifizierte Servicetechniker zu finden, weiterzubilden und zu binden sowie ein funktionierendes ökonomisches Servicemanagement aufzubauen. Auf diesen Säulen beruhe das Roto-Konzept, das sich in der neuen Gesellschaft niederschlage. Sie stehe den Fenster-, Türen- und Dachprofis künftig als fester Ansprech- und Projektpartner zur Verfügung. Sie erhielten dadurch einerseits Möglichkeiten für zusätzliches Geschäft und seien andererseits noch besser in der Lage, sich auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren. Zugleich profitierten sie von einer höheren Zufriedenheit der Endkunden. Letztlich werde also ihre Position dauerhaft gestärkt. Und: „Unsere B2B-Kunden bekommen einen realen Wettbewerbsvorsprung, den ihnen in der Branche derzeit sonst niemand bietet.“

Roto befinde sich zwar im „Start up-Modus“, fange aber keineswegs „bei Null“ an. Das bestätige die Tatsache, dass bereits vier im



Nachversorgungs-Sektor erfahrene Fachbetriebe aus Deutschland und der Schweiz „an Bord sind“. Dabei handele es sich im Einzelnen um die Wollenberg GmbH aus Berlin mit etwa 40 Mitarbeitern, die Dachfenster Keller GmbH aus Thalheim bei Winterthur mit ca. 20 Beschäftigten, die Pfeil und Söhne Service GmbH aus München mit ihrem 14-köpfigen Team sowie die Wiedemann Sicherheitsbeschläge GmbH aus Hannover. Ziel sei es, mittelfristig in allen Ballungsregionen mit versierten Partnerfirmen vertreten zu sein.

### **Zentrale und lokale Marken**

Das Dienstleistungsspektrum decke Wartung und Instandsetzung, Reparatur, Modernisierung, Nachrüstung und Ersatzteillogistik ab. Der direkte Zugriff auf das gesamte Fachwissen sowie die komplette Produktpalette der beiden weiteren Gruppen-Unternehmen (Fenster- und Türtechnologie sowie Dachsystem-Technologie) beschleunige Prozesse und Abwicklung gleichermaßen.

Auch die optische Präsenz sei klar geregelt. Während das Logo „Roto Professional Service“ als zentrale Marke fungiere, weise die Wort-/Bildmarke „Service Friends für Fenster und Türen“ die beteiligten Firmen auf lokaler Ebene als Mitglieder des Verbundes aus. Natürlich wisse man außerdem um die Bedeutung einer systematischen aktiven Kommunikation für die offensive Marktbearbeitung. Erste Instrumente wie spezielles Marketingmaterial, eine eigene Website und Social Media-Foren seien schon einsatzbereit. Faden abschließend: „Dieses Portfolio bauen wir sukzessive aus, um allen Zielgruppen zu vermitteln, dass Roto Service auf ein ganz neues Niveau hebt.“

### **Bildtexte**

„Service ganz neu denken“: Diese Devise gab Dr. Christian Faden in Graz aus. Sie bietet die Basis für die kundenorientierte Nachversorgungs-Strategie des Bauzulieferers, erklärte der künftige Chef der neuen Roto Professional Service GmbH während des 13. Internationalen Fachpresstages. Es gehe um ein großes Marktpotenzial und darum, es durch intelligente Win-win-Konzepte für die Branche auszuschöpfen.

**Foto:** Roto

**Dr\_Christian\_Faden.jpg**

Nach Roto-Berechnungen verfügen rund 90 % der Fenster und Türen in Deutschland über keinen RC-Standard und sind damit letztlich eine „Einladung für Einbrecher“. Allein dieses Beispiel verdeutliche die Möglichkeiten des Nachversorgungs-Marktes. Künftig will der Bauzulieferer für seine B2B-Kunden auch hier zu einem „ganzheitlichen Problemlöser“ werden.

**Foto:** Roto / fotolia / Rainer Fuhrmann

**Einbrecher.jpg**

Für ein effizientes Nachversorgungs-Engagement kommt es darauf an, ein einheitliches bundesweites Angebot zu schaffen, qualifizierte Servicetechniker zu finden und weiterzubilden sowie ein funktionierendes ökonomisches Servicemanagement aufzubauen. An diesen „drei Erfolgsfaktoren“ will sich Roto bei dem neuen Geschäftsfeld orientieren.

**Foto:** Roto

**Gebaeude\_D\_A\_CH.jpg**

Diese Wort-/Bildmarke weist die gegenwärtig vier in der Roto Professional Service GmbH verbundenen Fachbetriebe als Partnerfirmen aus. Ziel sei es, mittelfristig in allen deutschen Ballungsregionen mit versierten Nachversorgungs-Spezialisten vertreten zu sein.



**Foto:** Roto

**Fahrzeug\_Service\_Friends.jpg**

Abdruck frei - Beleg erbeten

**Herausgeber:** Roto Frank AG • Wilhelm-Frank-Platz 1 • 70771 Leinfelden-Echterdingen • Tel. +49 711 7598 0 • Fax +49 711 7598 253 • info@roto-frank.com

**Redaktion:** Linnigpublic Agentur für Öffentlichkeitsarbeit GmbH • Büro Koblenz • Fritz-von-Unruh-Straße 1 • 56077 Koblenz • Tel. +49 261 303839 0 • Fax +49 261 303839 1 • koblenz@linnigpublic.de; Büro Hamburg • Flottbeker Drift 4 • 22607 Hamburg • Tel. +49 40 82278216 • hamburg@linnigpublic.de