



Gut, es war heiß. Sehr heiß sogar! Aber das war auch schon alles, was man am Händlertag am 7. Juni in Overloon bemängeln konnte. Viel Geselligkeit, ein abwechslungsreiches Programm, viele Neuigkeiten und selbst etwas anpacken. Wie einer der Teilnehmer es zusammenfasste: „HENRA - nicht das Größte, aber das Beste, auch was Händlertage anbelangt!“

Über fünfzig Händler aus den Niederlanden und Belgien waren am Samstag, dem 7. Juni, zum Golfplatz in Overloon gekommen. Dort wartete ein abwechslungsreiches Programm auf sie. Vorgestellt wurden das neue Management, der neue Anhänger, der neue Hausstil und die neue Verfahrensweise im Bereich Herstellung und Vertrieb.

Viel Vertrauen in neue HENRA

Die allgemeine Tendenz am Ende des Tages war, dass dem neuen HENRA viel Vertrauen entgegengebracht wird. PILS (siehe Vorseite) kam gut an, und der neue Anhänger fand viel Anklang (solide und robust). Nach dem „Flugzeug-Spiel“ war es jedem Besucher klar, wie die neue Arbeitsweise zum Erfolg beizutragen wird.

Gemeinsam treffen für Extra-Rabatt

Das Preisschießen stieß auf allgemeine Begeisterung. Dabei konnte man paarweise durch Elfmeterschießen nach der Cruiff-Olsen-Methode einen Rabatt verdienen. Je öfter der Torwart den Ball aus dem Netz fischen musste, desto ausgelassener wurde die Stimmung. Beim abschließenden Grillen wurde es jedem klar, dass ein gemeinsamer Einsatz für ein besseres, integrieres, professionelleres HENRA sehr viel Spaß machen kann!



HENRA von Grund auf erneuert!

Newsletter. Ein neues Kommunikationsmittel, mit dem Sie optimal über alle Entwicklungen auf dem Laufenden gehalten werden. Aber die Erneuerung reicht viel tiefer, bis in den Kern unseres Unternehmens.

So haben wir z. B. eine Reihe völlig neuer Kernwerte formuliert, die zusammen den Begriff PILS ergeben. Wofür steht nun PILS?

Das „P“ von professionell

Wir wollen auf unserer Ebene die Besten werden, was bedeutet, dass wir verschiedene Bereiche wie z. B. Herstellung, Vertrieb und Service professioneller gestalten werden.

Das „I“ von integer

Wir sind ehrlich und stehen zu unserem Wort. Das verstehen wir unter Integrität. Das i steht auch für innovativ, weil wir auch in diesem Bereich Fortschritte machen wollen.

Das „L“ von lustig - Spaß eben

Arbeiten mit HENRA soll Spaß machen. Das gilt intern für unsere Mitarbeiter, aber auch für Sie als Händler und natürlich auch für Ihre Kunden.

Das „S“ von sozial und miteinander

Das Wichtigste ist aber, dass wir alles gemeinsam tun wollen. Gemeinsam mit Ihnen, gemeinsam mit Ihrem Kunden. Denn gemeinsam erreichen wir die besten Resultate. Zusammen sind wir eine große HENRA-Familie.

Außerdem in dieser Ausgabe:

- HENRA wachstumsstärkstes Unternehmen in den Niederlanden!
- Neues Logo steht für eine neue Strategie im Bereich Marketing & Vertrieb
- Neues Management „Momentum Today“ investiert und packt an
- Neu: Der Händlertag - ein Vorgeschmack, wie es gemeinsam an die Spitze geht !

Neues Logo

steht für eine völlig neue Strategie



Das neue HENRA kommt im neuen Logo sehr gut zum Ausdruck. Es enthält alle neuen Kernwerte. Aber das Logo steht nicht allein. Es ist damit eine ganz neue Konzeption für Produktion, Marketing und Vertrieb verbunden, von der Sie profitieren werden.

Das neue Logo symbolisiert in vielerlei Hinsicht das neue HENRA. Erstens ist es modern und sieht professionell aus, jedoch ohne „Schnickschnack“. Wir sind schließlich integer und versprechen nicht mehr, als wir halten können.

Ein „Familienwappen“

Das auffälligste Element im Logo ist natürlich der „Schild“. Dieser steht für Fachkompetenz (professionell), Tradition (vertraute Qualität) und erinnert auch an ein Familienwappen früherer Zeiten. Unser Ziel ist es schließlich, eine große HENRA-Familie zu schaffen, in der Sie, Ihre Kunden und wir uns zu Hause fühlen können. Im Schild sehen Sie den Buchstaben H, der aus zwei in einander greifenden Elementen besteht („zusammen“), die wiederum an die beiden Elemente im alten Logo erinnern. Auch die Farbgebung ist dieselbe geblieben, um deutlich zu machen, dass wir das Gute aus früheren Zeiten in das neue HENRA mitgenommen haben. Der Schild steht übrigens leicht schräg, um ihn dynamischer zu machen.

Neue Vorgehensweise

Wir werden den neuen Hausstil Schritt für Schritt in alle bekannten Mittel übernehmen wie die Broschürenlinie, die Website, die Flaggen und natürlich auf die Anhänger selbst. Daneben werden wir aber auch neue Instrumente entwickeln (wie diesen Newsletter), und wir werden enger mit Ihnen zusammenarbeiten. Was brauchen Sie jetzt, um Ihre Kunden gut zu informieren und zu überzeugen? Was sollten wir Ihrer Meinung nach bei den Produkten oder beim Service ändern? Themen, die bei den neuen regionalen „Sales Meetings“ diskutiert werden sollen. Eine völlig neue Vorgehensweise also, bei der das „gemeinsam“ ein sehr wichtiges Thema ist.



Die neue Broschürenlinie ist jetzt bereits erhältlich, ebenso die Sammelmappe, in der Sie die losen Broschüren bequem aufbewahren können.

HENRA mit dem höchsten Wachstum in den Niederlanden!

Der gesamte Markt für Anhänger hat in den Niederlanden seit 2013 eine sehr erfreuliche Belegung erfahren. Durchschnittlich stieg die Anzahl der Neuzulassungen um 15,8%. HENRA hat dies allerdings mit einer Zuwachsrate von nicht weniger als 43% weit übertroffen! Sowohl bei der Anzahl verkaufter Anhänger als auch nach dem Marktanteil stehen wir jetzt in den Niederlanden an dritter Stelle. Unser Glückwunsch ausdrücklich an Sie als Händler!

	Anzahl Zulassungen 1 Jan bis 1 Ma			
	2013	2014	Marktanteil	Zuwachs
Hapert:	1250	1311	19,4%	108,8%
Saris:	544	717	10,6%	131,8%
HENRA:	372	535	7,9%	143,0%
Ansems:	616	520	7,7%	84,4%

Quelle: RDC Zulassungen

Neues Management

investiert und packt an



Beim alten HENRA gab es einen gewissen Entwicklungsstillstand. Stillstand ist oft Rückschritt. Aber Erneuern ist schwierig ohne frisches Kapital und neue Ideen. Daher machte sich das Management auf die Suche nach einem Partner, der beides bieten konnte, und wurde bei der Investitionsgesellschaft Momentum Today fündig. Nicht irgendein Investmentclub, wie sich in der Praxis zeigt.

Die meisten Investmentgesellschaften bringen hauptsächlich Kapital ein. Momentum Today aber bringt mehr ein. Der Grund hierfür liegt in den Personen, die hinter dem Unternehmen stehen. Stijn Heijs, Dirk Jan van Lente, Marcus Preijde und Patrick de Vos haben nämlich eines gemeinsam: Sie haben alle große unternehmerische Erfahrung und wissen, wie man einen Betrieb gut führen muss. Sie wissen auch, dass man da oft (selbst) anpacken muss.

Hands on-Investoren

Momentum Today ist ein so genannter „Hands on-Investor“. Das bedeutet, dass sie nicht nur Kapital einbringen, sondern auch aktiv in einem Unternehmen mitarbeiten, und zwar jeder auf seinem eigenen Fachgebiet. Stijn Heijs hat als Direktor verschiedener großer Unternehmen im In- und Ausland große Erfahrung in Handel, Strategie und Turnaround-Aktivitäten gesammelt. Marcus Preijde kommt aus der Finanzwelt und war für führende internationale Unternehmensdienstleister tätig. Patrick de Vos und Dirk Jan van Lente bilden seit Jahren

ein Unternehmerduo, das über mehr als zwanzig Jahre Erfahrung in der Optimierung betrieblicher Abläufe verfügt, um Unternehmen schneller, preiswerter und besser zu machen.

Langfristige aktive und pragmatische Unterstützung

Die Menschen hinter Momentum Today gehen eine langfristige Beziehung mit den Unternehmen ein, in die sie investieren. Ein solcher langer Zeitraum ist nämlich erforderlich, damit alle Sachkenntnis, die sie besitzen, gut und gesichert übertragen wird. Die Hands-on-Vorgehensweise geschieht je nach Situation und Bedarf in Form von Beratung oder, wie im Falle von HENRA, einer tatsächlichen Übernahme einer Funktion. So wird Stijn Heijs in der kommenden Zeit fünf Tage pro Woche als Generaldirektor tätig sein; Dirk Jan van Lente unterstützt an einem Tag pro Woche die Produktionsabteilung von HENRA, und Patrick de Vos einen halben Tag in der Woche die Abteilung Marketing und Vertrieb.

Weitere Informationen über Momentum Today: www.momentumtoday.nl



**Momentum Today:
Hands on-Investoren**