

# Partnerschaftlich projektiert



Georg Behrendt  
(links) und  
Sohn Maximilian  
Behrendt

Zwei Generationen, ein Ziel: Georg Behrendt und sein Sohn Maximilian Behrendt haben sich zusammengetan, um mit ihrem neuen Unternehmen Behrendt Projekt Werbetechnikbetrieben bei der Projektplanung und -steuerung unter die Arme zu greifen. Georg Behrendt bringt dafür die Erfahrung als Geschäftsführer seines eigenen Werbetechnikunternehmens und seine Branchenkontakte ein, sein Sohn die Perspektive eines Unternehmensberaters und Projektmanagers. Gemeinsam haben sie bereits einige Vorhaben umgesetzt und beispielsweise eine E-Commerce-Plattform entwickelt. Die WERBETECHNIK hat mit den beiden über ihr neues Projekt gesprochen.

## Herr Behrendt, wie entstand Behrendt Projekt?

**Georg Behrendt:** Die Idee für Behrendt Projekt entstand aus einem Bedarf, den wir im Markt gesehen haben. Ich habe in der Vergangenheit an vielen bundesweiten Projekten mitgewirkt. Dabei übernahm ich zunehmend auch die Projektsteuerung. Diese stellte sich als zentrales Element heraus. Auf der einen Seite möchten Großkunden bestenfalls mit einem Unternehmen zusammenarbeiten, das ihr Werbeprojekt deutschlandweit allein umsetzen kann. Andererseits ist der Markt der Werbetechnik sehr fragmentiert und weit zerstreut. Um dieses Problem zu lösen, gibt es zwei Möglichkeiten. Entweder kommt es zu einer Konsolidierung im Markt der Werbetechnik oder die vielen eigenständigen Betriebe verbessern ihre Zusammenarbeit auf Bundesebene. Da wir die inhabergeführte

Bleibt Werbetechnikunternehmen keine Zeit für Planung und Projektierung, haben sie mit Behrendt Projekt einen erfahrenen Ansprechpartner.

Struktur des Marktes gutheißen, möchten wir als Anlaufstelle zwischen Großkunden und Werbetechnikbetrieben fungieren.

## Wie sehen Sie den Markt für Werbetechniker?

**Georg Behrendt:** Wir sehen großes Potenzial für Projekte. Insbesondere in den vergangenen Jahren haben wir die erhöhte Nachfrage von bundesweiten Projekten bei Unternehmen bemerkt. Zunehmend wichtig für diese, neben der einfachen Kommunikation und zeitgerechten Umsetzung, sind digitale Tools zur Implementierung und professionelles Projektcontrolling. Dies ist für einen Werbetechnikbetrieb im täglichen Geschäft natürlich schwer zu bewerkstelligen, dies kennen wir aus eigener Erfahrung.

## An welche Unternehmen richtet sich Ihr Angebot?

**Maximilian Behrendt:** Im Prinzip kann jeder Werbetechnikbetrieb von unserer Unterstützung profitieren. Zum Beispiel in der Beratung oder Schulung von Betrieben im Bereich E-Commerce. Wir haben maßgeblich zur Entwicklung der neuen Werbeland-E-Commerce-Plattform beigetragen und geben unsere Expertise gern weiter. Andere Betriebe wie etwa in der Projektakquise und -steuerung sind ebenfalls unsere Zielgruppe.

## Welche Projektschritte unterstützen Sie?

**Maximilian Behrendt:** Wir stehen den Werbetechnikunternehmen als verlässlicher Partner in sämtlichen Projektschritten zur Verfügung, das bedeutet Projektakquisition, -planung und -umsetzung. Dies beginnt in der Projektakquise mit der Erstellung eines Konzepts, Pitch-Unterlagen sowie der Präsentation beim Kunden – somit sind wir selbst für Betriebe ohne Projekterfahrung der richtige Partner.

In der Projektplanung sind der Zeitplan und die Ressourcenplanung essenziell. Dabei ist es zentral, die Erwartungen und Leistungen der Großkunden und den umsetzenden Unternehmen zu managen. Während der Umsetzung ist sowohl ein strukturiertes Tracking des Fortschritts als auch Projektcontrolling von zentraler Bedeutung.

#### Welche Schritte in der Projektplanung und -umsetzung bereiten Werbetechnikbetrieben am meisten Probleme?

**Georg Behrendt:** Unserer Erfahrung nach sind es insbesondere das Projektcontrolling und die Projektsteuerung, die von Werbetechnikbetrieben als Herausforderung angesehen werden. Die Kernkompetenzen der Werbetechnikbetriebe liegen in der Auftragsvorbereitung, Produktion und Montage. Früher hat das völlig ausgereicht, um dem lokalen Bedarf nachzukommen. Der Markt hat sich allerdings systematisch verändert. Um den Anforderungen der Endkunden gerecht zu werden, ist die Kooperation mit anderen Werbetechnikern unabdingbar. Dabei hat jeder Betrieb sein eigenes Vorgehen, um Prozesse zu strukturieren und umzusetzen. Daher kommt es zu Problemen in der überbetrieblichen Kommunikation und Steuerung.

#### Begleiten Sie Unternehmen nach Projektende?

**Georg Behrendt:** Wir unterstützen beispielsweise Werbeland-Partnerbetriebe insbesondere in Bezug auf die neu entwickelte Werbeland-E-Commerce-Plattform. Wir bieten Schulungen für Einsteiger sowie Fortgeschrittene an und helfen gerne beim Einpflegen von Produkten oder der Erstellung von Landingpages.

#### Können Sie Ihr Dienstleistungsangebot an einem Beispielprojekt im Detail durchspielen?

**Georg Behrendt:** Nehmen wir uns mal ein großes Einzelhandelsunternehmen in Deutschland als Beispiel. Das Un-

ternehmen möchte im Rahmen seiner neuen Markenstrategie über 400 Standorte in Deutschland neu branden. Dazu sucht es einen Werbetechniker, der an allen Standorten in Deutschland innerhalb von zwei Monaten sämtliche Läden mit neuen Displaysystemen und Außenwerbung ausstattet, und möchte darüber hinaus in Echtzeit über den Fortschritt informiert werden. Auf der anderen Seite steht Meier Werbetechnik. Der Betrieb hat zwölf Mitarbeiter und bisher kleinere lokale Projekte eigenständig durchgeführt. Allerdings verfügt das Unternehmen nicht über die Kapazitäten, um 400 Standorte zu bearbeiten. Ähnlich wie Meier Werbetechnik geht es Müller Werbung und Schmidt Werbeanlagen. Wir werden von den drei Unternehmen kontaktiert und starten mit der Projektkonzeption. Dabei nutzen wir unsere Kontakte in der Branche. Wir kontaktieren Lieferanten, Technologiepartner und weitere Betriebe, um ein Projektteam aufzubauen. Im nächsten Schritt kalkulieren wir das Projektvorhaben und besprechen mögliche Synergiepotenziale. Damit können wir das Einzelhandelsunternehmen überzeugen, das Projekt mit uns umzusetzen. Wir erarbeiten einen Projektplan und führen die Terminkoordination mit den Werbetechnikbetrieben durch.

**Maximilian Behrendt:** Die bundesweite Umsetzung tracken wir in der Projektzentrale und dienen damit als allzeitige Anlaufstelle sowohl für die Marketingabteilung des Einzelhandelsunternehmens als auch für sämtliche Werbetechnikbetriebe. Dabei können alle Parteien den Fortschritt online in Echtzeit abrufen.

Vielen Dank.

Die Fragen stellte Stefan Huber.

[www.behrendt-projekt.de](http://www.behrendt-projekt.de)

## AKTION Bodenaufsteller PLANO

109,- € ex. MwSt

Aktion gültig bis 01.03.2020, Händler Rabatt möglich

- Aufstellerhöhe 1200 mm
- Texteinlegergröße DIN A3
- leicht zu transportieren
- Alublech RAL 9006 wird mit Stahlseil konvex vorgespannt

Weitere Produkte auf: [www.schilder-systeme.com](http://www.schilder-systeme.com)



**SCHILDER  
Systeme**

+43 6274 21909  
anfragen@schildersysteme.at  
5111 Bürmoos  
Am Gewerbepark 2  
[www.schilder-systeme.com](http://www.schilder-systeme.com)