



Presse-Information

## Handel und Vertrieb der neuen Horex

### Eine starke Marke mit starken Partnern

**Das Vertriebsteam der Horex GmbH ist sich einig: Auch in Sachen Handelskonzept für das neue Motorrad gibt es einige Möglichkeiten, die eingetretenen Pfade des Zweiradmarktes zu verlassen. Ein Eckpunkt für den Aufbau eines Händlernetzes ist es daher, ein faires, partnerschaftliches Verhältnis zu den Horex Händlern zu schaffen. In den letzten Monaten wurden dazu letzte Feinabstimmungen getroffen und abschließende Gespräche geführt. Seit Anfang September stehen nun die ersten Handelspartner der neuen Horex fest.**

Hightech-Motorräder wie die neue Horex brauchen ein Netz von gleichermaßen kompetenten wie kundenorientiert arbeitenden Vertriebspartnern, um am Markt erfolgreich zu sein. Mit den Vorbereitungen zur Pressepräsentation der neuen Horex im Juni 2010 begann daher plangemäß auch der Aufbau einer Vertriebsstruktur für die neue Premiummarke aus Deutschland. Die Basis legte das Vertriebsteam in intensiven Gesprächen mit ausgewählten Kennern des Motorradmarktes und im Dialog mit zahlreichen Händlern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Hier erhielt das Konzept für Handel und Vertrieb den letzten Schliff.

„Ich freue mich besonders darüber, dass wir – nach dieser sorgfältigen Austauschphase – seit Anfang September mit ersten Vertriebspartnern Verträge geschlossen haben“, erklärt Fritz



Rombach, Vice President Sales und Marketing der Horex GmbH.  
„Das zeigt auch: Unser Handelskonzept, bei dem wir auf ein enges, partnerschaftliches Verhältnis zu unseren Händlern setzen, stimmt.“

Bis zum Verkaufsstart Anfang 2012 liegt der Fokus auf der finalen Fixierung des Händlernetzes in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In den Folgejahren soll der Verkauf auf weitere europäischen Märkte sowie ausgewählte Länder außerhalb der EU ausgedehnt werden. Dabei setzt die neue Marke auf ein selektiv aufgebautes Vertriebsnetz. Dessen Basis sind qualifizierte und engagierte Händler, die ihre Kompetenz im Sektor hochwertiger Marken und Fahrzeuge bereits unter Beweis gestellt haben und die über das nötige wirtschaftliche Potenzial verfügen.

HOREX PR

16. September 2011