

# PRESSEINFORMATION

Techtronic Industries  
Central Europe GmbH  
Itterpark 2  
40724 Hilden  
Tel. (02103) 960 149  
[www.milwaukeeetool.com](http://www.milwaukeeetool.com)

Redaktion:  
Pressebüro Dieter Tschorn & Partner  
Postfach 101152  
69451 Weinheim  
Tel. (06201) 5 78 78  
[www.pressebuero-tschorn.de](http://www.pressebuero-tschorn.de)

## Mit Milwaukee in Monaco

*Technik, Trends und Innovationen auf der Fachhändler-Konferenz im Fürstentum Monaco*

Das Fürstentum Monaco ist bekannt für Glanz und Glamour. Doch auf der Heavy Duty Show, die Milwaukee hier für seine europäischen Händler im Februar ausgerichtet hat, standen vor allem Technik und aktuelle Trends im Werkzeuggeschäft im Zentrum der Aufmerksamkeit. Mit einem beeindruckenden Neuheitenfeuerwerk in einer außergewöhnlichen Location hat Milwaukee seine Kunden hier bei Sonnenschein und milden Temperaturen auf das neue Jahr eingestimmt.

Zwar hatte das Orkantief Sabine bei der Anreise für einige Turbulenzen gesorgt, doch Stefan Schütz, Geschäftsführer Techtronic Industries Central Europe GmbH, konnte ein rundum positives Fazit ziehen: „Das Grimaldi Conference Center in Monaco hat als herausragender Veranstaltungsort ebenso überzeugt wie die vielen Neuheiten, die wir in acht verschiedenen Themenwelten vorgestellt haben.“

Zwei Dinge wurden dabei besonders deutlich: Milwaukee arbeitet konsequent an seinen Produktwelten und punktet bei seinen Handelspartnern nicht nur mit Innovationen, sondern auch mit starken Aktionen und weitreichender Unterstützung. Wie gut diese Anstrengungen angenommen und anerkannt werden, bestätigten die mitgereisten Fachhändler. „Ich kann sagen, dass wir perfekt beraten und betreut werden. Das ist für uns sehr wichtig und wirkt sich natürlich auch positiv auf die Beratung bei unseren Kunden aus“, erklärt Andreas Schmeddes, Geschäftsführer Artmann Werkzeug- & Maschinenvertriebs GmbH aus Ahaus-Wüllen. Daniel

Hässig, Inhaber der Hässig + Co. AG aus dem schweizerischen Burgdorf ergänzt: „Milwaukee macht immer wieder deutlich, wie wichtig professionelle Vertriebspartner für die Marke sind. Das zieht sich wie ein roter Faden durch die gesamte Veranstaltung in Monaco und ist auch im Alltag im Kontakt mit dem Unternehmen stets zu spüren. Das tut gut und motiviert.“ Das sorgt nicht zuletzt für deutliche Erfolgserlebnisse. Milwaukee ist in den letzten zehn Jahren kontinuierlich gewachsen, der Umsatz stieg allein 2019 um 24 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. „Für das laufende Jahr haben wir uns ehrgeizige Ziele gesteckt und wollen mit neuen Produkten und Serviceangeboten auch neue Kundengruppen für unsere Marke begeistern“, sagt Schütz.

### **MX FUEL – Neue Akku-Plattform für kompromisslose Leistung**

Mit welchen spannenden Neuheiten kann der Markt in diesem Jahr bei Milwaukee rechnen? „Zu den Highlights zählt sicher unsere neue Plattform MX FUEL, die in Monaco ihre Premiere hatte. Mit MX FUEL werden wir Arbeitsausrüstung neu definieren und dabei systemübergreifende, gewerke-orientierte Lösungen vorstellen. Das Ziel ist es, nicht nur das Elektrokabel, sondern auch Geräte mit Verbrennungsmotor bei extremen Einsätzen abzulösen“, erklärt Stefan Schütz. „Damit antworten wir schon heute auf die Frage nach leistungsstarken Geräten, die am Einsatzort emissionsfrei arbeiten. Hier will Milwaukee die Vorteile eines Akkuwerkzeuges nutzen, um die Arbeiten sicherer, leiser und insgesamt effizienter zu machen.“

Die vorgestellten MX Fuel Produkte wurden vom Fachpublikum als bahnbrechend bewertet – etwa ein 28 mm HEX-Akku-Abbruchhammer oder ein Kernbohrer für Durchmesser bis 152 mm sowie ein Akku-Trennschleifer mit 350 mm Scheibe. Das sieht auch Fachhändler Andreas Schmeddes so: „Die neuen MX FUEL-Maschinen und die Möglichkeiten dieser neuen Plattform sind schon sehr beeindruckend. Damit können wir neue Zielgruppen im Baugerätebereich ansprechen. Wir werden MX FUEL in unser Sortiment aufnehmen. Der Baustrahler mit 20.000 Lumen ist definitiv für verschiedene Kunden interessant.“

## **Weiterer Ausbau in allen Kernsortimenten und beim Zubehör**

Einen deutlichen Ausbau erfahren die Akku-Plattformen M12 und M18. Bereits in diesem Jahr wird Milwaukee 80 Tools im 12 Volt-Segment anbieten. Ein Highlight ist dabei ein digitaler Drehmomentschlüssel, der dank One-Key-Funktion auch ein schnelles und absolut zuverlässiges Reporting sicherstellt. Im 18 Volt-Bereich umfasst das Sortiment bei Milwaukee über 165 Geräte. Schütz betont: „Alle Neuheiten unterstützen unseren Ansatz der Kompatibilität in ihrer jeweiligen Voltklasse. Dabei folgt der Ausbau der Sortimente einer konsequenten Ausrichtung auf klar definierte Kernzielgruppen.“

Weiter an Bedeutung gewinnt die Kontrolle und Verwaltung von Werkzeug über Smartphones oder Tablets. Mit OneKey verfügt Milwaukee dabei über ein System, das in seinen Möglichkeiten einzigartig am Markt ist. Ergänzt wird das Portfolio mit über 3.000 Zubehör-Lösungen und einem rasant wachsenden Handwerkzeug-Programm, das in diesem Jahr auf über 500 Produkte ausgebaut wird, ein Großteil davon aus eigener Fertigung. Viel Beachtung in diesem Produktsegment fand die erste, vollständig digitale Wasserwaage von Milwaukee. Wo es auf kompromisslose Präzision ankommt, arbeitet sie besonders exakt und verbessert den Anwenderkomfort dank verschiedener Informationsebenen: numerisch, grafisch, farblich und akustisch.

## **Neue Wege in der Kommunikation mit snoopstar**

Neue Wege geht Milwaukee in der Kommunikation rund um das kräftig gewachsene Sortiment. Mit Hilfe der kostenlosen App snoopstar werden zusätzliche Informationen auf mobilen Endgeräten wie Smartphones und Tablets dargestellt. Die Bandbreite der Möglichkeiten reicht von Tabellen mit technischen Daten bis zu Anwendungsvideos oder 3D-Animationen. Milwaukee schafft damit neue Räume für Inhalte – gerade bei erklärungsbedürftigen Produkten ein wichtiger Vorteil.

## **Milwaukee setzt auf Fachhandel**

Neben der Fülle an neuen Produkten ging es in Monaco auch um die Weiterentwicklung des Milwaukee-Partnerkonzeptes. „Das werden wir in den nächsten Monaten Schritt für Schritt mit Leben füllen“, berichtet Schütz. Daniel Hässig findet den eingeschlagenen Weg gut und richtig: „Als Fachhändler fragen wir uns, welche Antworten wir auf die aktuellen und künftigen Anforderungen im Vertrieb geben können. Milwaukee bezieht mit seiner Konzentration auf den Fachhandel eine klare Position und steht hinter seinen Händlern. Für mich bedeutet das, mich für die Marke einzusetzen, mich zu informieren, zu investieren und die Geräte vor Ort zu haben, um eine gute Beratung leisten zu können.“

Milwaukee strebt gezielte Händlerpartnerschaften an, um die Beratung und den Service zu bieten, der vom Markt erwartet wird. Dabei können Fachhandelspartner mit einer Vielzahl an spezifischen Unterstützungsleistungen rechnen, von Personalschulungen über POS-Gestaltungen und Aktionsangebote bis hin zur Zielgruppenbearbeitung vor Ort.

Weitere Informationen: [www.milwaukeeetool.de](http://www.milwaukeeetool.de)

Fotos: Milwaukee



*Beeindruckende Kulisse und herausragender Veranstaltungsort: Das Grimaldi Conference Center in Monaco stand ganz im Zeichen von Technik, Trends und Innovationen.*



*Mit welchen spannenden Neuheiten kann der Markt in diesem Jahr bei Milwaukee rechnen? Die angereisten Fachhändler freuten sich nicht nur auf spannende Neuheiten, sondern nutzten auch die Möglichkeit des Erfahrungsaustausches.*



*Einen Überblick über das Milwaukee-Sortiment und die zahlreichen Neuheiten erhielten die mitgereisten Gäste an acht verschiedenen Workstations.*



*Mit MX FUEL will Milwaukee die Arbeitsausrüstung neu definieren und dabei systemübergreifende, gewerkeorientierte Lösungen vorstellen.*