



03 | 2020

eSHOP Herbstveranstaltung **10. Auflage ist komplett digital** | Wichtiger Schritt in die Zukunft **Start der Betreuungsoffensive hebt partnerschaftliche Beziehung auf das nächste Level** | Vertrauen schaffen durch aktive Finanzkommunikation: **Nie war das wichtiger als in Zeiten der Pandemie!** | Starkes Schulungsangebot **Fachberater für mehr Differenzierung vom Wettbewerb** | NORDWEST-Bauelemente **Exklusivmarke PROMAT jetzt auch für Haustüren verfügbar** | NORDWEST-Haustechnik **Ausbau des Exklusivmarkensortiments für base pro** | Stahlverbund PHOENIX **Nächster Digitalisierungsschritt nutzt allen**

NEWS

FIREBIRD® PRO GOLD EDITION

SCHNELL. INNOVATIV. KINDERLEICHT!

BRUSHLESS

SETZKRAFTGESTEUERT

BIS M10 ALUMINIUM



The experts in riveting technologies

GESIPA Blindniettechnik GmbH
Nordendstraße 13-39
64546 Mörfelden-Walldorf

T +49 (0) 6105 962 0
info@gesipa.com
www.gesipa.com



GESIPA®



Liebe Leserin, lieber Leser,

Die Corona-Pandemie hat die Welt verändert – das ist unstrittig. Gewissheiten haben sich von Grund auf gewandelt und sind neuen Tatsachen gewichen. Sie in Ihren Unternehmen und auch wir bei NORDWEST mussten uns 2020 binnen kurzer Zeit auf die neuen Herausforderungen einstellen. Dabei stand und steht die Sorge um die Gesundheit von Familie und Mitarbeitern genauso im Fokus wie auch die weitere aktive Teilhabe am Marktgeschehen – ein schwieriger Spagat, der uns allen so manches Mal einiges abverlangt. Die Krise hat dabei wichtige Aspekte unseres Zusammenlebens näher beleuchtet: In Teilen unserer Gesellschaft, im In- und Ausland, ist eine Spaltung spürbar, wie wir sie noch nicht erlebt haben. Aber, so sehen wir das, es ist in Krisenzeiten umso wichtiger, zusammen zu stehen und Solidarität und Veränderungsbereitschaft zu leben! Denn als Teil der Gesellschaft sehen wir uns in der Pflicht, zu verbinden – und nicht zu spalten.

In unserer Zusammenarbeit sind wir neue Wege gegangen und haben trotz Abstandsregelungen und social distancing den guten Draht zueinander bewahrt, haben neue Kommunikationsformate gemeinsam genutzt und somit auch weiterhin im direkten Austausch miteinander gestanden. Und auch wenn wir nicht wissen, was Morgen ist, sind wir uns doch ziemlich sicher, dass diese Formate zur Zukunft gehören; den persönlichen Kontakt zwar nicht ersetzen, aber ergänzen. Denn eins ist gewiss: Präsent wird in Zukunft auch der sein, der digital teilnimmt – Stichwort: hybrides Denken! Hier sind wir alle in der Pflicht, die Veränderungen anzunehmen und uns kreativ und engagiert an diesem Entwicklungsprozess zu beteiligen.

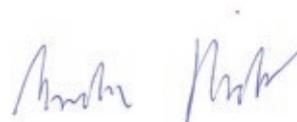
Das Jahr 2021 wird bei uns ganz im Zeichen der Digitalisierung stehen – und zwar mit sehr konkreten Maßnahmen, die die Anbindung bzw. Verknüpfung vom Hersteller bis zum Verbraucher ganzheitlich betrachten. Das alles und noch viel mehr fassen wir unter dem Schlagwort Digitalisierungs-Offensive zusammen. Denn wenn uns Corona eines gelehrt hat, dann das: digitale Anbindungen und Geschäftsmöglichkeiten sind ein existentielles Muss. Unsere Kraft

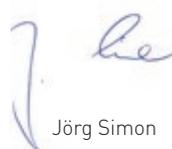
und Energie werden wir zu Ihrem Vorteil in die Weiterentwicklung der digitalen Prozesse investieren, die sowohl Handels- als auch Lieferantenpartnern zugutekommen. Hier werden wir noch in naher Zukunft mit konkreten Informationen auf Sie zukommen. Schon jetzt können Sie in dieser Ausgabe der News wieder einiges zum Thema Digitalisierung erfahren, wie zum Beispiel über die zehnte eSHOP-Herbstveranstaltung, die als Online-Veranstaltung ein voller Erfolg war. Oder über die Anfänge im Produktbereich Stahl, das EDI-Clearing zu beginnen sowie unsere Schulungsreihe zum Thema E-Commerce. Aber auch die Betreuungsoffensive steht im Fokus dieses Heftes. Viele spannende Themen warten in Summe auf Sie, zu denen wir Sie auch gerne im persönlichen Gespräch, ob von Angesicht zu Angesicht, im Telefonat oder einer Videokonferenz, informieren.

Was uns 2021 erwarten wird, lässt sich trotz der vielen Prognosen von Wirtschaftsexperten, Virologen und Politikern nicht vorhersagen. Wir bleiben optimistisch und werden mit Ihnen die Erfolgsgeschichte von NORDWEST fortschreiben und dabei gemeinsam mit Ihnen neue Wege gehen.

Wir danken Ihnen für die vertrauensvolle und konstruktive Zusammenarbeit und wünschen Ihnen und Ihren Lieben schon jetzt ein angenehmes Weihnachtsfest und einen guten Rutsch ins neue Jahr. Die wichtigste Botschaft dabei: bleiben Sie gesund und passen Sie auf sich auf!

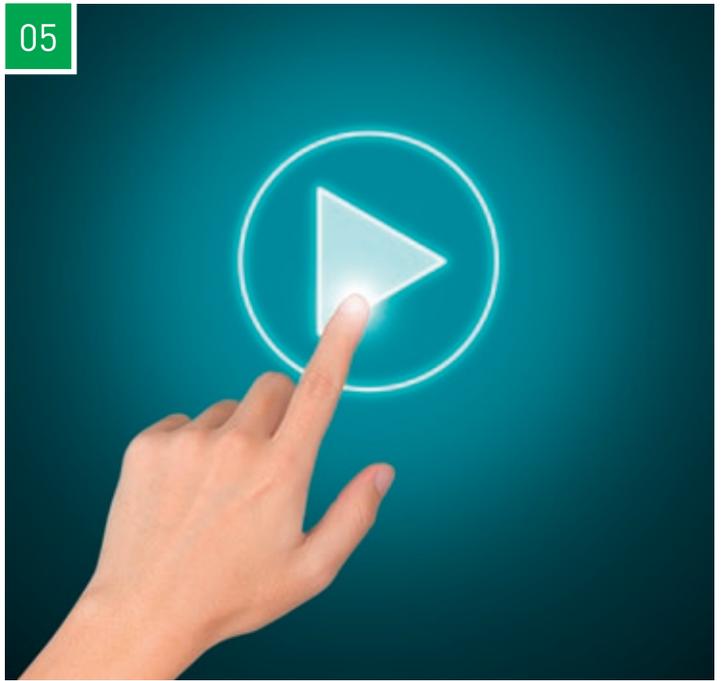
Es grüßen herzlich aus Dortmund


Andreas Ridder
Vorstandsvorsitzender


Jörg Simon
Vorstand

INHALT

05



10



12



01_ Editorial

NORDWEST INSIDE

- ★ eSHOP Herbstveranstaltung
05_ 10. Auflage ist komplett digital
- ★ Wichtiger Schritt in die Zukunft
10_ Start der Betreuungsoffensive hebt partnerschaftliche Beziehung auf das nächste Level
- ★ Vertrauen schaffen durch aktive Finanzkommunikation:
12_ Nie war das wichtiger als in Zeiten der Pandemie!

Schützt bei Verbrechen im Netz

- 14_ Neue Dienstleistung für Fachhandelspartner: Cyber-Versicherung**

Zukunftspreis

- 16_ Selbstverständlich nachhaltig**

Exklusivmarke PROMAT

- 18_ Eine besondere Marke verdient eine prominente Darstellung**

- ★ Starkes Schulungsangebot
20_ Fachberater für mehr Differenzierung vom Wettbewerb

Technischer Handel bietet Schulungen online

- 22_ Grundlagen der Ladungssicherung vermittelt**

- ★ NORDWEST-Bauelemente
24_ Exklusivmarke PROMAT jetzt auch für Haustüren verfügbar

Beschlagsysteme & Sicherheitstechnik

- 26_ Virtuell Eintauchen in die Welt des Baubeschlags**

- ★ NORDWEST-Haustechnik
28_ Ausbau des Exklusivmarkensortiments für base pro

Pläne für 2021

- 30_ Ausstellungen in den Mittelpunkt rücken**

Werbemaßnahme

- 31_ delphis prominent platziert**

- ★ Stahlverbund PHOENIX
32_ Nächster Digitalisierungsschritt nutzt allen

Stahlverbund PHOENIX

- 34_ Wachstumsstarker Weg setzt sich 2020 fort**

Europa

- 36_ Katalog Werkzeugtechnik auch in Nachbarländern erfolgreich**

Werkzeugtechnik und Highlights:

- 38_ Vertriebsmedien mit großer Verlosung ...**

Klimaschutz geht alle an!

- 40_ NORDWEST pflanzt für jeden neuen Handelspartner einen Baum**

NORDWEST IT & E-Business

- 42_ Fit für den digitalen Handel**

Gütesiegel erneut verliehen

- 44_ NW Connect als Zeichen für Verlässlichkeit**

NW365.DATACONNECT

- 46_ PIM – das Optimierungstool für den Fachhandel**

PIM

- 47_ Ein Pilothändler berichtet**

DREI SCHRITTE UND DANN STAUNEN ...

- Snoopstar App kostenlos für Android/iOS herunterladen
- App öffnen
- Auf die Snoopstar-Hinweise in der News achten, Smartphone-Kamera auf die jeweilige Seite richten und einfach nur staunen!



SNOOPEN & ENTDECKEN

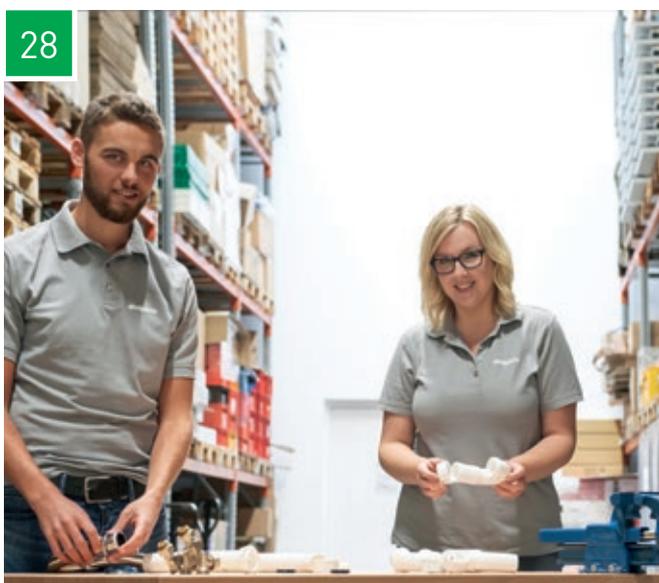
HIER ERHÄLTlich



24



28



32



Handelspartner

Atos GmbH

48_ Glasklarer Digitalisierungsplan für die nächsten Jahre

Hubert Graf Technisches Geschäft GmbH

50_ 90 Jahre Möglichmacher!

#deinenächstedimension

52_ „Beam me up“

Leysser Sanitär Heizung Fliesen GmbH

54_ Chancen gesucht und gefunden

Piel der Zukunft

56_ Corona als Motor der Veränderung

Schwarzwaldeisen-Gruppe

58_ „Der Glaube daran, dass man morgen besser ist als heute“

Industriepartner

Clever Diamond GmbH

64_ Freude an der Arbeit bringt den Erfolg

C + P Möbelsysteme

66_ Innovation und Zukunftsorientierung mit starken Wurzeln

NORDWEST geht neue Wege mit Mapal

68_ Engere Zusammenarbeit im Bereich Präzisionswerkzeuge

Kompetenzfelder Heizung/Installation und Sanitär

70_ Vier neue, innovative Vertragslieferanten

Tools for Life

72_ Kindern ein Lächeln ins Gesicht zaubern

Stahlwille

74_ Handwerkzeug heute und in der Zukunft

Teka Absaug- und Entsorgungstechnologie GmbH

76_ Ein Vierteljahrhundert für saubere Luft am Arbeitsplatz

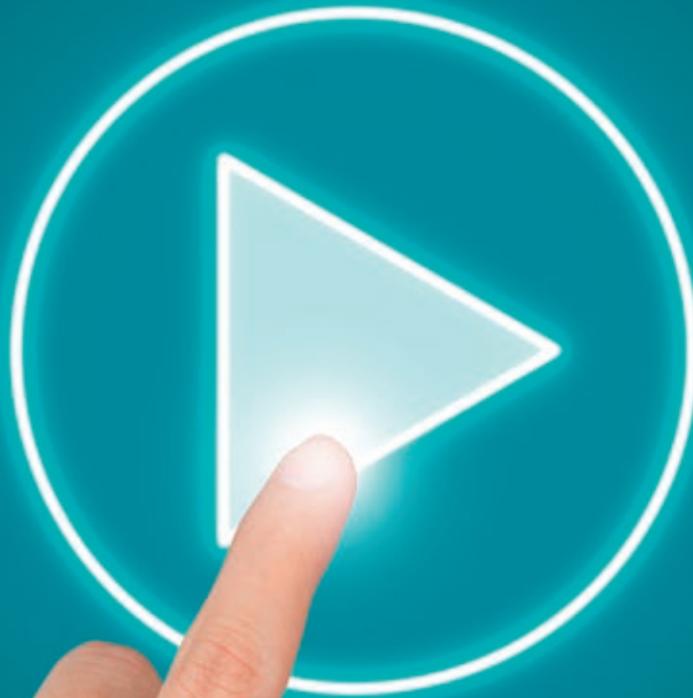
78_ Kurz- und Produktmeldungen

84_ Impressum

★ = Titelthema

eSHOP Herbstveranstaltung

10. Auflage ist komplett digital



Die zehnte Auflage der beliebten eSHOP Herbstveranstaltung sollte eigentlich als Präsenzveranstaltung stattfinden, aber Corona machte die Pläne zum „runden Geburtstag“ zunichte. Stattdessen wurde das Team um Thomas Cramer, Bereichsleiter E-Business & IT-Beratung, kreativ und veranstaltete ein digitales Event.



111 Unternehmen aus dem Kreise der Fachhandelspartner hatten sich angemeldet: Rekord! Darunter auch etliche User, die sonst aufgrund der Entfernung oder Terminlage bisher verhindert waren. In Summe hatten sich 185 Zuschauer registriert – hinzu kamen diejenigen, die sich mit den angemeldeten Teilnehmern vor den Bildschirmen versammelt hatten.

„Das ist der bisherige Teilnehmerrekord aller Veranstaltungen. Wir freuen uns sehr über Ihre Resonanz und auch über die ‚Dunkelziffer‘ an Zuschauern. Danke, dass Ihnen das Thema genauso wichtig ist wie uns und wir gemeinsam an einem Strang ziehen. Das bestärkt uns in unserer Motivation und in unseren Anstrengungen, die wir in die Digitalisierung investieren“, begrüßte Thomas Cramer die Teilnehmer.

VON DEN ANFÄNGEN ...

Im vergangenen Jahrzehnt hat sich der eSHOP grundlegend weiterentwickelt. So lag das Hauptaugenmerk in den ersten Jahren hauptsächlich auf dem äußeren Erscheinungsbild und der Usability der Plattform. Viel Basisarbeit musste geleistet werden, die aber schnell auf positive Resonanz stieß: bereits im ersten Jahr hatten sich 40 Handelspartner für den Einsatz des NORDWEST-eSHOP entschieden.

... BIS ZUR GEGENWART.

Heutzutage sind die Ansprüche an den Shop ganz anderer Natur. Mit dem gleichen Tempo wie die Digitalisierung einen immer größeren Stellenwert im Handel einnimmt, muss auch der Shop auf die sich ändernden Bedürfnisse angepasst werden. „Der Markt wandelt sich immer schneller, weswegen auch der eSHOP immer mehr Möglichkeiten bieten muss, um die Kunden unserer Handelspartner anzubinden. Dabei bewegen wir uns zwar im B2B-Umfeld, die Anforderungen an einen Shop entsprechen aber vermehrt den Gewohnheiten im B2C“, weiß der Bereichsleiter. „So haben wir über Jahre viel Kraft investiert, um die Treffergenauigkeit zu optimieren. Das hat sich ausgezahlt.“

Aber auch die Anbindungen an die Industriekunden über den OCI-Standard sowie an Handwerkerkunden über eine IDS-Schnittstelle oder die Anbindung zu den verschiedenen ERP-Systemen, die der eSHOP abbilden kann, wurden und werden weiterhin forciert. Aktuell beschäftigt sich das eSHOP-Team mit über 90 Anbindungen zu den unterschiedlichen Warenwirtschaftssystemen. „Es gibt kaum ein Shop-System, das so viele ERP-Systeme angebunden hat wie unseres. Das zeigt uns auch, dass unser Gütesiegel NW Connect gut angenommen wird und sich die Handelspartner darauf verlassen“, so Thomas Cramer.



DAS PROGRAMM DER ZEHNTEN eSHOP HERBSTVERANSTALTUNG

Acht Vorträge standen am 5. November auf der Agenda der Jubiläumsveranstaltung, darunter Live-Vorträge vor der Webcam und auch Kurzfilme zum Thema „Händler berichten.“ Parallel dazu konnten alle Teilnehmer über den Chat von Gotowebinar ihre Fragen zu den Vorträgen einreichen, die anschließend beantwortet wurden. Und auch das Online-Tool Vevox kam zum Einsatz, über das generelle Inhalte abgestimmt wurden.

Andreas Ridder, NORDWEST-Vorstandsvorsitzender, ließ es sich nicht nehmen, die Teilnehmer der Herbstveranstaltung morgens persönlich vor der Kamera zu begrüßen und den Tag über zu begleiten. „Der eSHOP ist ein Erfolgskonzept, das wir gemeinsam mit Leben füllen. Wir danken Ihnen für die vertrauensvolle Zusammenarbeit in all den Jahren. Ihr Feedback hilft uns, den Shop stetig nach Ihren Wünschen auszurichten und Ihren Kunden ein ideales Einkaufserlebnis zu vermitteln. Ich bin jetzt schon gespannt, welche Entwicklungen sich in den kommenden zehn Jahren abzeichnen und durchsetzen werden.“

VORTRAG RÜCKBLICK, STATUS, AUSBLICK

Thomas Cramer gab zu Beginn des Tages einen allgemeinen Ausblick auf die Entwicklungsarbeit seines Teams in den vergangenen Monaten. Er berichtete von den Arbeiten am neuen Backend und der neuen Shop-Architektur, das ein besonderes Highlight der aktuellen eSHOP-Entwicklung darstellt. NORDWEST arbeitet dabei mit einem externen Dienstleister zusammen, der die Basis geschaffen hat. Alles Weitere wird im Team E-Business & IT-Beratung entwickelt und optimiert. „Wir sind in den vergangenen Monaten schneller voran gekommen als geplant, so dass wir Ihnen schon jetzt erste Einblicke in das neue Backend präsentieren können“, freut sich der Bereichsleiter.

VORTRAG OXOMI

Corinna Wiesner, zuständig für den Vertriebsinnendienst im Bereich E-Business-Beratung, erläuterte den Zuschauern Oxomi: den digitalen Katalogschrank mit Herstellersortimenten, in dem der Fachhandelspartner immer und überall aktuelles und vollständiges

Marketingmaterial zur Hand hat. Ob Anwendungsvideos, Produktfotos, Kataloge, Prospekte, CAD-Dateien oder Datenblätter – Handelspartner und deren Kunden finden hier aktuelle Medieninformationen als Ergänzung zu den vorhandenen Artikeldaten. Dabei lässt sich der eSHOP unkompliziert mit Oxomi verknüpfen, so dass die Handelspartner den Endkunden bestmöglich zum Sortiment beraten können – ohne stets eine Vielzahl verschiedener Print-Kataloge vorhalten zu müssen. Zudem hat der Handelspartner die Möglichkeit, mittels Paperclip-Funktion eine Infobroschüre, bestehend aus den besprochenen Artikeln, dem Kunden im PDF-Format zur Verfügung zu stellen. Valide Aussagen zu den angebotenen Produkten sind so möglich, ohne alle Details auswendig kennen zu müssen.

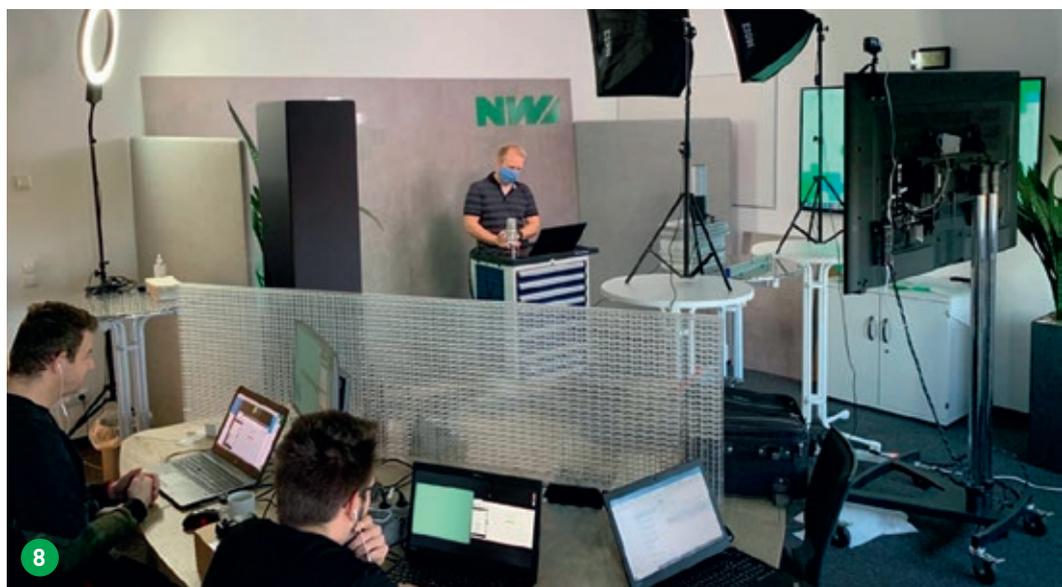
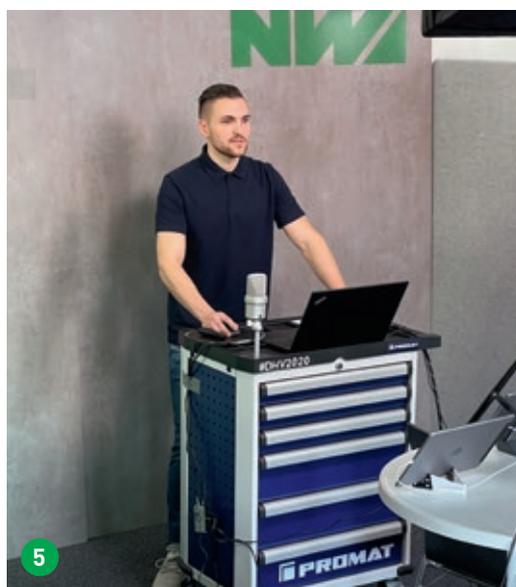
VORTRAG HÄNDLER BERICHTEN

Standen sonst immer verschiedene Handelspartner zur Herbstveranstaltung auf der Bühne, um von ihren Erfahrungen im E-Commerce zu berichten, wurde in diesem Jahr dezente Kino-Atmosphäre geschaffen. Im Vorfeld, als es die Corona-Pandemie noch zuließ, fuhr ein NORDWEST-Filmteam zu den Handelspartnern Atos, Tim Service und Heinrich Meier und zeichnete die Gespräche auf. Diese wurden dann auf der Veranstaltung in kurzweiligen Filmen gezeigt. Florian Reich, Geschäftsführer bei Atos, berichtete von den Anfängen des Digitalisierungsplanes bis hin zur Implementierung des eSHOP 2019, die geplante Anbindung der Kunden über das Warenwirtschaftssystem und auch von Oxomi (erfahren Sie mehr dazu auf Seite 48/49).

Konstantin Lott, Geschäftsführer von Tim Service, sprach über die Implementierung von Oxomi in seinem Unternehmen und zeigte dabei auf, in welcher kurzen Zeit sich das System anbinden lässt. Dabei hob Lott besonders eine durch Oxomi deutlich verbesserte Dynamik im eigenen Unternehmen hervor. Zudem vermarktet der Handelspartner Oxomi ganz gezielt als weitere Informationsmöglichkeit bei seinen Kunden.

Gert Meier, Geschäftsführer der Heinrich Meier GmbH aus Mühlacker, und Vertriebsleiter Benjamin Engel wurden ebenfalls mit der Kamera begleitet. Die Heinrich Meier GmbH war bereits Pilotkunde des eSHOP. ▶





Impressionen

- 1) Andreas Ridder
- 2) Martin Reinke
- 3) Thomas Cramer
- 4) Christian Blicke und Corinna Wiesner
- 5) Leon Gärtner
- 6) Markus Lüttge
- 7) Aylin Pekcan
- 8) Holger Herrmann bei der Technikprobe wenige Tage vor der Veranstaltung. Der Blick hinter die Kulissen zeigt die Regie mit Christian Schuster (L.) und Philipp Krause sowie das nötige Equipment für eine solche Veranstaltung.
Nicht zu sehen, aber ebenso mit eigenen Vorträgen beteiligt, sind Coralie Schneider, Nadine Falkenroth und Rechtsanwalt Alexander Goldberg.

Benjamin Engel berichtete über das sich ändernde Bestellverhalten der Kunden, das sich vermehrt von etablierten Bestellkanälen auf den eSHOP verlagert. Die Bedeutung einer ERP-Schnittstelle zum eSHOP hob Benjamin Engel besonders hervor, da dadurch auch individuelle Konditionen nach Log-In im Shop abgebildet werden und sich individuelle Sortimente bereitstellen lassen. Gert Meier sprach über seine Motivation sich mit dem Thema Online-Handel auseinander zu setzen.

Alle Filme finden die Handelspartner auch auf der eSHOP-Website, zu der die Teilnehmer einen exklusiven Zugang erhalten sowie hinter den Snoopstars auf Seite 7.

VORTRAG RECHTLICHE THEMEN

Das eSHOP-Team trägt Sorge, dass der Shop EU-weit rechtlich abgesichert ist, nimmt aber auch die Handelspartner in die Pflicht, immer wieder verschiedene Aspekte zu berücksichtigen. Nadine Falkenroth und Rechtsanwalt Alexander Goldberg bringen den Teilnehmern dazu alljährlich rechtliche Themen näher. In diesem Jahr lag der Fokus unter anderem auf dem Auftragsverarbeitungsvertrag, der Anmeldung beim Verpackungsregister oder auch auf Do's and Don't's im Falle einer Abmahnung.

VORTRAG NW365.DATACONNECT

Holger Herrmann, Bereichsleiter Produkt-Daten-Service, informierte die Handelspartner zum Nachfolger des Datenportals NW365.DATACONNECT. Für die Handelspartner sind aktuell mehr als 600.000 veredelte Artikeldatensätze über das Portal abrufbar. Dieses umfasst alle NORDWEST-Lagersortimente und -Kataloge sowie knapp 80 vollständige Lieferantensortimente. Dabei haben die Fachhandelspartner die Möglichkeit, die Datenplattform individuell nach ihren jeweiligen Bedürfnissen zu nutzen. Zudem können die Handelspartner kundenindividuelle Preise anfordern und verarbeiten. Eine Vernetzungsmöglichkeit zu Oxomi ist gegeben. Ein großer Vorteil von DATACONNECT: die Artikeldaten sind jederzeit in dem vom Handelspartner bevorzugten Format abrufbar. Und auch die neue Möglichkeit zur Anbindung von PIM-Systemen und damit individuel-

len Daten des Handelspartners stellte Holger Herrmann vor (siehe auch News Seite 50/51).

VORTRAG INFOPORTAL

Coralie Schneider, Mitarbeiterin im Bereich IT & E-Business, und Leon Gärtner, Auszubildender im Bereich E-Business & IT-Beratung, stellten den Handelspartnern das neue Infoportal vor. Das Infoportal ist eine NORDWEST-Eigenentwicklung auf Basis von Microsoft Sharepoint. NORDWEST stellt damit seinen Handelspartnern eine Plattform zur Seite, auf der sich alle Informationen rund um das Thema eSHOP abrufen lassen, seien es Dokumente, Veranstaltungsbilder und -informationen, Release-Radar oder Administrationshandbücher.

VORTRAG FUNKTIONEN FÜR IHREN eSHOP

Aylin Pekcan, Mitarbeiterin im Bereich E-Business & IT-Beratung, sowie Markus Lüttge, Teamleiter E-Business Entwicklung, stellten die wesentlichen Neuerungen im eSHOP live vor. Wie Thomas Cramer bereits zu Beginn der Veranstaltung angekündigt hatte, war das Backend, also die Administrationsoberfläche des eSHOP, dabei das Highlight. Die Weiterentwicklung ist ein wichtiger Schritt in die Zukunft und sichert den Fortbestand des eSHOP. Dabei ging es unter anderem um Erweiterungen in den Bereichen der Zahlungsanbieter und Schnittstellen. Sukzessive wird die neue Technologie im Hintergrund jetzt umgezogen und die bisherige Basis schrittweise abgelöst.

AUSBLICK UND FRAGERUNDE

Thomas Cramer und Christian Blicke, Teamleiter E-Business Beratung, beantworteten die Fragen der Handelspartner und stiegen in die Diskussion mit ihnen ein. Dabei kam weiterer wertvoller Input zustande.

Zum Abschluss gab Martin Reinke, Hauptbereichsleiter IT & E-Business einen Ausblick auf das kommende Jahr und die anstehende Digitalisierungsoffensive: „Wir werden mit aller Kraft dafür Sorge tragen, dass wir Sie fit für die Zukunft machen und unsere Anstrengungen noch weiter erhöhen.“ Dabei wird ein so genannter ERP-Check-up genauso eine Rolle spielen wie der Ausbau des Clearing-Centers. Aber auch massive Investitionen in den eSHOP werden folgen. | LD, Foto: dusic/Shutterstock.com



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Thomas Cramer
Tel.: 0231 – 2222 5210
t.cramer@nordwest.com



Wichtiger Schritt in die Zukunft

Start der Betreuungsoffensive hebt partnerschaft- liche Beziehung auf das nächste Level

NORDWEST hat in diesem Jahr seine Betreuungsoffensive gestartet. Das ist nicht nur ein bloßes Schlagwort, sondern ein detailliert ausgearbeiteter und auf jeden Fachhandelspartner individuell zugeschnittener Betreuungsplan. Er garantiert einen engmaschigen Informationsaustausch genauso wie auch eine zielgerichtete Unterstützung der Handelspartner bei den diversen Marktherausforderungen. Die NORDWEST News sprach dazu mit Thorsten Stiefken, Hauptbereichsleiter Vertrieb, und Saskia Decher, Vertriebskoordination.

+ NORDWEST News: Stellen wir die Frage etwas provokant: Wenn es einer Betreuungsoffensive bedarf, wie sieht dann der Status Quo in der Fachhandelspartnerbetreuung aus?

Thorsten Stiefken: Schon heute ist die Betreuungslage der Fachhandelspartner gut – das bekommen wir immer wieder zurückgespiegelt. Aber, hier sind wir selbstkritisch, nicht immer optimal unsererseits organisiert – dabei gehen wichtige Informationen verloren. Von daher wollen wir uns an dieser Stelle weiterentwickeln und haben unseren Partnern genau zugehört: Was sie sich von uns in dieser Hinsicht wünschen und welche Erwartungen sie in Zukunft haben. Gerade auf der Roadshow zu Beginn des Jahres hatten wir dazu einen ehrlichen und konstruktiven Austausch.

Saskia Decher: Unser großer Vorteil ist schon unsere bisherige Nähe zum Handelspartner. Manchmal mangelt es allerdings an einer zentralen Einsteuerung essentieller NORDWEST-Themen, so dass nicht alle relevanten Informationen bei den passenden Ansprechpartnern unserer Handelspartner ankommen, obwohl sie an entsprechender Stelle benötigt werden.

Wir haben die Betreuungsoffensive ins Leben gerufen, weil uns etwas an unseren Handelspartnern liegt und wir sie bestmöglich unterstützen wollen – in jedweder Hinsicht; sei es durch Informationsaustausch, aber auch Unterstützung in besonderen Situationen. Das, was wir gemeinsam damit schaffen, ist monetär nicht aufzuwiegen und setzt viel tiefer an.

+ NORDWEST News: Wie sind Sie das Thema Betreuungsoffensive angegangen?

Saskia Decher: Wir haben analysiert, in welchem zeitlichen Rahmen unsere Handelspartner von verschiedenen NORDWEST-

Mitarbeitern besucht werden und zusammengefasst, welche Veranstaltungen es gibt, auf denen man Kontakt zum Fachhandelspartner hat und diesen für Wissenstransfer nutzt. Dabei kristallisierte sich schnell heraus, dass sehr viel mehr Kontaktpunkte existieren als noch vor wenigen Jahren; und somit immer mehr Möglichkeiten zur Informationsvermittlung und Betreuung. Diese wollen wir stringent nutzen, um unseren Handelspartnern einen bestmöglichen Überblick zu verschaffen.

Thorsten Stiefken: Kontaktpunkte können Termine mit dem Produktmanagement sein, dem Außendienst, den Haupt- und Geschäftsbereichsleitern oder dem Vorstand. Genauso gut aber auch Jahrestagungen der Leistungsgemeinschaften, Produktausschusssitzungen, Seminare oder andere Events. NORDWEST muss dabei interne Abläufe und Rahmenbedingungen soweit optimieren, dass die Handelspartner auch zukünftig vom Informationsfluss profitieren und auf unsere Unterstützung zurückgreifen. Denn dafür sind wir als Verband da und das sollten unsere Handelspartner nutzen.

+ NORDWEST News: Wie sieht das in der Praxis aus?

Saskia Decher: Die Terminvereinbarung, -vorbereitung und -durchführung zwischen Handelspartnern und jeweiligem NORDWEST-Mitarbeiter fanden beispielsweise bisher weitestgehend autark ohne einen fachbereichsübergreifenden Austausch statt. Auch im Anschluss an die Termine gab es nicht immer einen Wissenstransfer zwischen den betreuenden Mitarbeitern.

Thorsten Stiefken: Und hier setzen wir an. Denn erst, wenn wir fachübergreifend wissen, vor welchen Herausforderungen



Die gelernte Groß- und Außenhandelskauffrau und Betriebswirtin Saskia Decher hat bereits ihre Ausbildung bei NORDWEST absolviert. In den vergangenen Jahren hat sie sich intensiv mit Vertriebsthemen auseinander gesetzt und begleitet die Betreuungsoffensive in ihrer Entwicklung und Umsetzung, ist sowohl intern als auch extern Ansprechpartnerin.



der Handelspartner steht, können wir, die „Problemlöser“, ihn zielgerichtet unterstützen und weiter nach vorne bringen. Umgekehrt profitiert der Handelspartner von einem dichteren Informationsfluss in seine Richtung. Um es auf den Punkt zu bringen: Informationen sind keine Einbahnstraße!

+ NORDWEST News: Wie haben Sie die Prozesse intern umstrukturiert?

Saskia Decher: In intensiven, bereichsübergreifenden Diskussionen haben wir für jeden unserer Handelspartner hauptverantwortliche Ansprechpartner identifiziert und festgelegt. Zusätzliche IT- und Warenspezialisten im Außendienst runden den jeweiligen Betreuerstab ab und unterstützen die Handelspartner vor Ort bei allen Fragen zu ihren Schwerpunkt-Produkten. Die Handelspartner haben wir zeitnah ins Boot geholt. Wir haben dabei bestehende Bindungen beibehalten, aber mit weiteren Ansprechpartnern ergänzt. Uns ist wichtig, dass die Chemie zwischen allen Beteiligten stimmt und die Betreuungsnetzwerke verlässlich funktionieren.

Thorsten Stiefken: Durch diese Zuteilung gewährleisten wir eine Platzierung fachübergreifender und warenbezogener Themen beim passenden Ansprechpartner. Und der Handelspartner fühlt sich dadurch rundum abgeholt. Für die Zusammenarbeit ist das unerlässlich. Wir heben damit unser gutes Miteinander auf das nächste Level!

+ NORDWEST News: Wie planen Sie die weiteren Maßnahmen der Betreuungsoffensive?

Thorsten Stiefken: Offizieller Startschuss war der 1. November. In den kommenden Monaten werden wir im direkten Austausch mit unseren Handelspartnern gemeinsam die Fortschritte bewerten und ggf. nachjustieren.

Saskia Decher: Die Betreuungsoffensive lebt vom offenen Austausch miteinander. Wir haben noch einiges vor mit Ihnen und werden unseren Service für Sie verbessern. So werden wir gemeinsam wachsen. | LD



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Saskia Decher
Tel.: 0231 – 2222 4732
s.decher@nordwest.com

Thorsten Stiefken
Tel.: 0231 – 2222 4701
t.stiefken@nordwest.com

Vertrauen schaffen durch aktive Finanzkommunikation:

Nie war das wichtiger als in Zeiten der Pandemie!



Die Pressemeldungen über die Verhandlungen zur Verlängerung des Corona-Schutzschirms des Bundes zugunsten der Kreditversicherungsgesellschaften der letzten Wochen und die in diesem Zusammenhang vorab durch einen großen Kreditversicherungsanbieter angekündigten pauschalen Streichungen von Kreditversicherungslimiten zum Jahresende, haben uns die Verwundbarkeit der Wertschöpfungsketten in einer nie dagewesenen Deutlichkeit vor Augen geführt. Umso wichtiger erscheint es, die relevanten Stakeholder und Finanzierungspartner in diesen Zeiten regelmäßig proaktiv über die wirtschaftliche Entwicklung und Bonität des eigenen Unternehmens zu informieren.

Ein Gastbeitrag von Alexander Garthmann

Der ein oder andere Marktteilnehmer hat sicher nicht schlecht gestaunt, als ihn die Ankündigung seiner Kreditversicherung erreicht hatte, dass die bislang gewährten Kreditversicherungslimite für seine Kunden mit „schwacher Bonität“ zum Jahresende vollständig gestrichen werden sollen, wenn der bis zum 31.12.2020 gespannte Schutzschirm des Bundes zugunsten der Kreditversicherer über einen Betrag von 30 Mrd. € nicht verlängert wird. Unabhängig davon, dass man über die Definition schwacher Bonitäten sicherlich geteilter Meinung sein kann und die besagte Kreditversicherung zwischenzeitlich mitgeteilt hat, dass Kreditversicherungslimite im Falle der Streichung später überwiegend zu höheren Prämien wieder eingeräumt werden können, war dieses strikte Vorgehen ein Novum in der Kreditversicherungsbranche.

Dabei übersieht man schnell, dass nicht nur die Absicherung des Kundenforderungsbestandes auf dem Spiel steht, sondern auch das eigene Unternehmen aus Sicht der Vorlieferanten als kreditversichertes Risiko von reduzierten oder gestrichenen Kreditversicherungslimiten betroffen sein kann. Dies kann zu bösen Überraschungen führen, wenn der langjährige Lieferant plötzlich darüber informiert, dass das seit Jahren gewährte Zahlungsziel verkürzt werden muss oder dieser mit kurzer Frist sogar Abschlagszahlungen oder Vorkasse verlangt.

Darüber hinaus ist nicht jedem bekannt, dass Factoring-Gesellschaften in der Regel nur kreditversicherte Forderungen ankaufen und eine Reduzierung oder Streichung von Kreditversicherungslimiten auf breiter Front den bisher zur Verfügung stehenden Liquiditätsspielraum eines Factoringkunden empfindlich einschränken kann. Schlimmstenfalls droht Unternehmen ein gleichzeitiger Liquiditätsentzug im Debitoren- und Kreditorenbereich.

Auch wenn die Regierung den Schutzschirm für die Kreditversicherer voraussichtlich zunächst bis zum 30. Juni 2021 verlängert und damit allen Beteiligten eine Atempause verschafft, sollten pauschale und



**Sie haben Fragen dazu?
Sprechen Sie mich gerne jederzeit an!**

Alexander Garthmann
Tel.: 0231 – 2222 5001
a.garthmann@nordwest.com

unscharfe Bonitätseinschätzungen des eigenen Unternehmens durch Kreditversicherungen möglichst vermieden werden. Hierzu sollten die Kreditanalysten bei den Versicherern in die Lage versetzt werden, stets alle relevanten Informationen zur wirtschaftlichen Entwicklung des versicherten Unternehmens zeitnah einsehen zu können. Dies ist insbesondere in Pandemiezeiten wichtig, da nicht alle Branchen gleich stark wirtschaftlich betroffen sind und die allseits kursierenden Horrorszenarien, in denen Insolvenzwellen gigantischen Ausmaßes vorhergesagt werden, manche Branchen gar nicht betreffen.

Hierzu empfiehlt es sich, ein Reportingpaket in Abhängigkeit der jeweiligen Unternehmensgröße zusammen zu stellen, welches quartalsweise und unaufgefordert an einen definierten Verteilerkreis (die zuständigen Kreditanalysten der Kreditversicherer) versandt wird. Die jährliche Übersendung des Jahresabschlusses ist dabei ebenso wichtig, wie die Bereitstellung der quartalsweisen Betriebswirtschaftlichen Auswertung (Quartals-BWA) nebst Summen- und Saldenliste, die den unterjährigen Erfolg des Unternehmens dokumentieren. Wenn Sie dann noch die Planrechnung für das laufende Jahr beifügen und einen Soll-Ist-Vergleich zur Verfügung stellen, sind Sie bestens aufgestellt. Idealerweise ergänzen Sie das Zahlenwerk noch um eine kurze Kommentierung des Geschäftsverlaufs und weisen auf außerordentliche Einflussfaktoren hin oder beschreiben, mit welchen Maßnahmen Sie etwaigen Fehlentwicklungen oder Planabweichungen entgegen wirken.

Neben dem Inhalt des Reportings ist der Adressatenkreis wichtig. Die wenigsten Unternehmer wissen, von welchen ihrer Lieferanten ihr Unternehmen in welchem Umfang bei welchen Kreditversicherungen kreditversichert ist. Ist der Lieferantenkreis nicht zu groß, bringt eine Abfrage bei den größten Lieferanten Aufschluss. Dann kann der Adressatenkreis für das Reporting konkret gewählt und auf die relevanten Versicherungsgesellschaften beschränkt werden. Sind die Informationen nicht zu erhalten, wählt man einfach einen größeren Kreis und schreibt zum Beispiel die fünf großen Kreditversicherungsgesellschaften an.

Die vorstehend beschriebene Empfehlung der aktiven und umfassenden Finanzkommunikation betrifft natürlich nicht nur Kreditversicherungen, sondern sämtliche Finanzierungspartner, wie Banken, den Einkaufsverband oder das Factoring-Institut. Je besser und aktueller die Partner informiert sind, je eher dürfen Sie darauf zählen, dass Sie bei Liquiditätsbedarf schnell und unkompliziert unterstützt werden. Grundsätzlich gilt, dass Vertrauen durch zeitnahe und möglichst umfassende Informationen sowie das Pflegen persönlicher Kontakte aufgebaut und gehalten werden kann.

Nicht zu unterschätzen ist zudem die Bedeutung der Auskunfteien. In vielen Unternehmen, gerade bei solchen, die keine Kreditversicherung nutzen, wird im Rahmen des Forderungsmanagements mit Wirtschaftsauskünften gearbeitet. Nur wenn Sie die Auskunfteien offen mit relevanten Informationen versorgen, können diese treffende Kreditempfehlungen über Ihr Unternehmen veröffentlichen. Von einzelnen Anbietern werden sogar (kostenpflichtige) Bonitätszertifikate angeboten, die Sie aktiv zu Werbezwecken einsetzen können. | Foto: krakenimages/Unsplash.com



Schützt bei Verbrechen im Netz

Neue Dienstleistung für Fachhandelspartner: Cyber-Versicherung



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Jens Thöne
Tel.: 0231 – 2222 3401
thoene@teamfaktor-nw.com

Achim Fischer-Erdsiek
NW Assekuranzmakler
ProRisk GmbH & Co.
Tel.: 0511 – 642174 11
a.fischer-erdsiek@nw-assekuranz.de

Schadprogramme, also Malware, die firmeneigene Rechner verschlüsseln, ganze Netzwerke lahmlegen, Unternehmer erpressen und hohe Lösegeldsummen fordern – das ist längst bittere Realität.

Schon vor der Corona-Pandemie verzeichneten die Statistiken einen Anstieg dieser neuen Verbrechenart. Durch die zunehmende Digitalisierungsgeschwindigkeit im aktuellen Pandemie-Umfeld häufen sich die Angriffe allerdings vermehrt.

Das Bundeskriminalamt benennt in seinem Bundeslagebericht 2019 zu Cybercrime ca. 8 bis 17 Mio. neue Malware-Varianten im Monat – das Risiko einem Angriff zum Opfer zu fallen, ist also immens. Und der Digitalverband Bitkom schätzt den dadurch entstandenen wirtschaftlichen Schaden in den Jahren 2018/2019 auf mehr als 100 Milliarden Euro pro Jahr. 2016/2017 sollen es noch 55 Milliarden Euro jährlich gewesen sein. Bei einer von Bitkom durchgeführten Umfrage gaben 75 % der Unternehmen an, bereits von Cyberkriminalität betroffen gewesen zu sein.

Um den drastischen Konsequenzen eines Hacker-Angriffs entgegenzuwirken, bietet NORDWEST jetzt in Zusammenarbeit mit der NW Assekuranzmakler ProRisk GmbH & Co. KG, eine Cyber-Versicherung für die Fachhandelspartner an. Dazu Jens Thöne, Geschäftsführer der TeamFaktor NW GmbH: „Die Gefahr ist real. Ein wochenlanger Stillstand im Betrieb, ausgelöst durch einen Angriff mit Schadsoftware, kann drastische finanzielle Folgen für ein Unternehmen haben. Selbst gesunde Firmen können so recht schnell in Schieflage geraten!“

Mit der NW Assekuranz konnte ein schlüssiges Cyber-Paket vereinbart werden. Die Betriebe werden über passgenaue Präventionsmaßnahmen informiert, erhalten einen umfassenden Cyber-Versicherungsschutz und exzellente Unterstützung bei Hacker-Attacken/Schadenfällen. Die Versicherung gegen Cyberschäden schützt vor existentiellen Risiken. Das Angebot bietet eine einfache Umsetzung sowie eine transparente Kalkulation. Dabei werden alle elementaren Risiken, wie die Kosten für IT-Systemherstellung und Betriebsunterbrechungsschäden, vollumfänglich abgesichert. Die Versicherungsbedingungen liegen hierbei deutlich über dem Marktstandard. „Wir können nur an jeden Unternehmer appellieren, diese Bedrohung ernst zu nehmen und die richtigen Konsequenzen daraus zu ziehen. Dabei unterstützen wir gern“, so Jens Thöne abschließend. | LD, Foto: Pete Linforth/Pixabay.com



Mehr zur Sicherheit im Netz gibt es bei <https://www.sicher-im-netz.de/>, einem gemeinnützigen Verein unter der Schirmherrschaft des Bundesinnenministeriums.



Soziale Distanzierungs-und Hygieneprodukte

Soziale Distanzierungs-und Hygieneprodukte von COBA, die Unternehmen dabei helfen sollen, weiterhin effizient und sicher zu arbeiten. Sehen Sie sich unser komplettes Sortiment unserer Covid-19 Matten auf cobaeurope.com an.

EIN SCHRITT
NACH VORNE

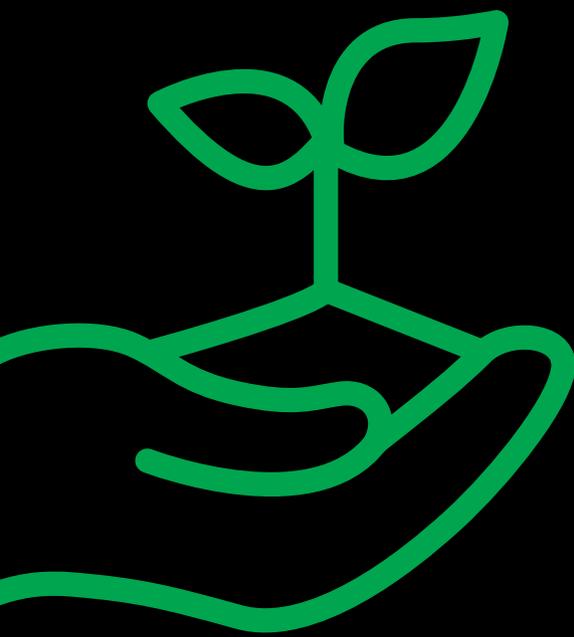
Blieben Sie gesund & Stay safe!

☎ +49 (2161) 2945-0
✉ verkauf@cobaeurope.de
💻 cobaeurope.de





Tim Crone (links), Vertriebsleiter / Prokurist und Stefanie Uhr (rechts), Marketing & PR



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Michael Rolf
Tel.: 0231 – 2222 4001
m.rolf@nordwest.com

Zukunftspreis

Selbst- verständlich nachhaltig

Im Frühjahr wurden aus dem Kreise der Lieferantenpartner durch eine unabhängige Fachjury drei Gewinnerbeiträge des Zukunftspreises für Nachhaltigkeit ausgewählt. Das Unternehmen Julius vom Hofe GmbH & Co. KG hielt nun endlich seinen Award in den Händen, nachdem es an der Feierstunde im März nicht teilnehmen konnte und auch ein geplanter Ersatztermin Corona-bedingt ausfiel. Stefanie Uhr, Marketing- und PR-Verantwortliche bei Julius vom Hofe, freute sich trotzdem sehr über die Auszeichnung. Die NORDWEST News sprach mit ihr über Nachhaltigkeit.

+ NORDWEST News: Was war das für ein Gefühl, als Sie von der Auszeichnung hörten?

Stefanie Uhr: Mein erster Gedanke war „Die haben sich vertan, das kann doch nicht möglich sein“. Aber dann war die Freude riesig.

+ NORDWEST News: Können Sie uns kurz erläutern, wie Nachhaltigkeit in Ihrer Firmenphilosophie verankert ist?

Stefanie Uhr: Das Thema begleitet uns schon seit Jahrzehnten und ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Wir schätzen unsere Kunden und unsere Mitarbeiter. Und genauso schätzen wir unsere Umwelt und versuchen, unsere Investitionen nachhaltig zu gestalten.

+ NORDWEST News: Funktioniert das auch in Corona-Zeiten?

Stefanie Uhr: Auf jeden Fall. Was wir geschafft haben, werden wir bewahren und unsere Standards halten.

+ NORDWEST News: Was raten Sie Unternehmen, die nachhaltiger agieren möchten?

Stefanie Uhr: Wichtig ist meines Erachtens, nicht direkt groß zu denken, sondern erst einmal an die kleinen Dinge im direkten Umfeld. Zum Beispiel Wasser sparen, lieber die Bahn statt des Flugzeugs nehmen oder auch Investitionen auf den Prüfstand stellen. Viele kleine Ideen bringen das große Ganze und wenn jeder erst einmal das tut, was er kann, ist schon viel bewegt. | LD, Foto: Julius vom Hofe GmbH & Co. KG

delphis



hoher komfort
klares design
innovativ

erfrischende qualität

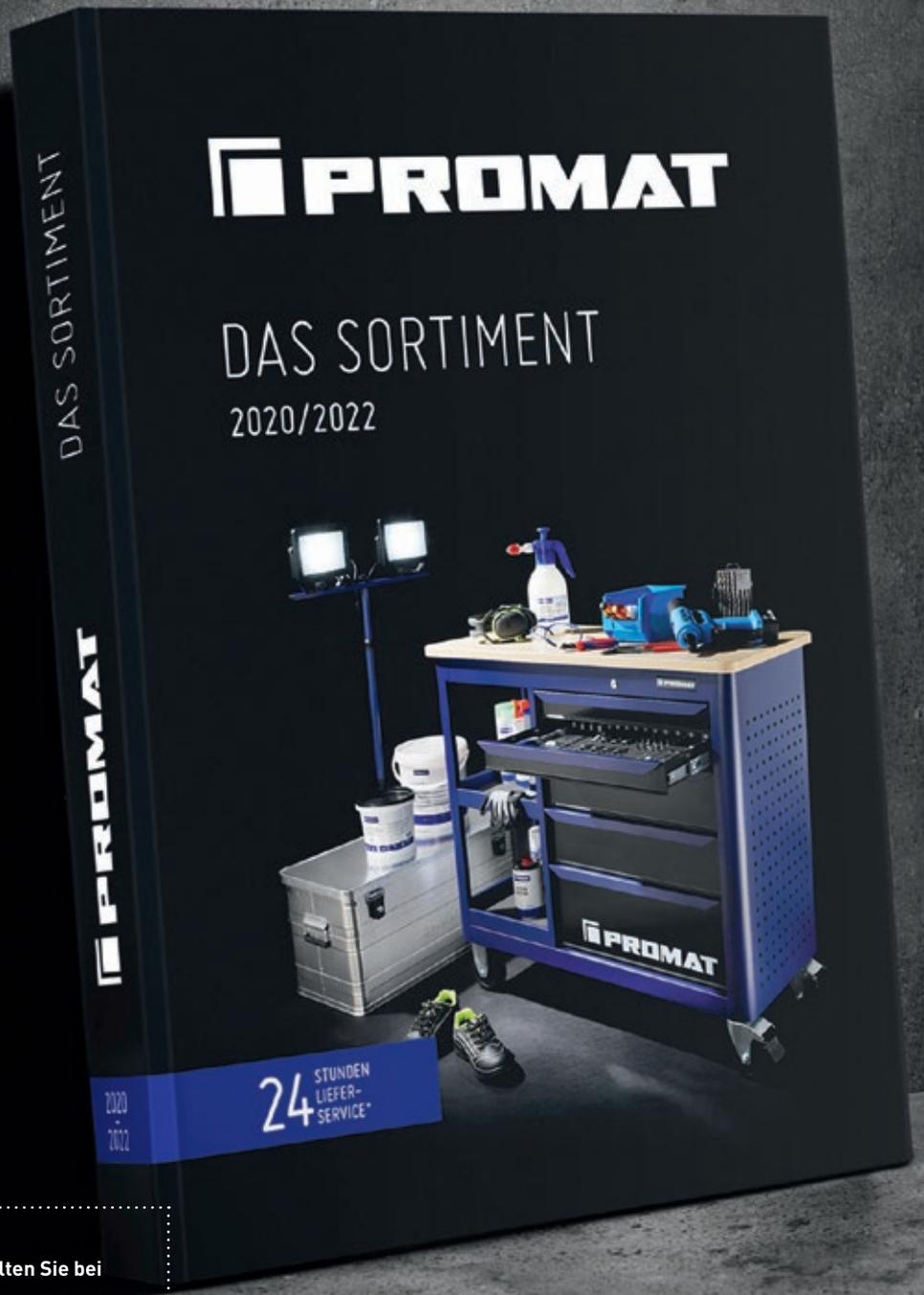
Klares Design.
Für das moderne
Duscherlebnis.



@delphis_baddesign
#gibtDirraum



delphis.de



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Michael Rolf
Tel.: 0231 – 2222 4001
m.rolf@nordwest.com

Exklusivmarke PROMAT

Eine besondere Marke verdient eine prominente Darstellung

NORDWEST feiert die Premiere des neuen Katalogs der Exklusivmarke PROMAT – ein absolutes Novum. „Erstmalig stellen wir alle Artikel gebündelt in einem Werk dar. Das hat es so für unsere Exklusivmarke noch nicht gegeben“, freut sich Michael Rolf, NORDWEST-Geschäftsbereichsleiter Handwerk & Industrie.

Hochwertig produziert, beinhaltet der Katalog auf mehr als 500 Seiten das gesamte Sortiment von nahezu 10.000 Artikeln sowie viele weitere Informationen zur modernen POS-Gestaltung, zu den vielseitigen Vermarktungsmöglichkeiten, eine detaillierte Sortimentsübersicht und vieles mehr. Somit dient der Katalog den Handelspartnern als umfassendes Nachschlagewerk zu allen Fragen rund um die Exklusivmarke PROMAT.

ABER WAS MACHT DIE MARKE PROMAT UND DAMIT DEN KATALOG SO BESONDERS?

Die Exklusivmarke PROMAT unterstützt die Fachhandelspartner nachhaltig in ihren Vertriebsaktivitäten:

- + mit einem breiten und tiefen Sortiment aus den Bereichen Handwerkzeuge, Oberflächentechnik, Präzisionswerkzeuge, Werkstatt- und Industriebedarf, Technischer Handel und Arbeitsschutz ...
- + mit Spitzen-Qualität, die permanent durch den Einkauf und das Produktmanagement kontrolliert wird ...
- + mit einem Top Preis-Leistungs-Verhältnis (100 % Qualität zu 80 % Preis) und einer starken Marge für den Fachhandelspartner ...
- + durch die fehlende Vergleichbarkeit zum Wettbewerb, was zu einem starken Alleinstellungsmerkmal führt.

„Wir verfolgen eine klare Markenpositionierung und eine kontinuierliche Sortimentsstrategie, um die Exklusivmarke PROMAT konsequent zu optimieren und sie damit zu einem verlässlichen Partner für unsere Fachhandelspartner und deren Kunden zu machen“, so der Geschäftsbereichsleiter, „der Katalog ist ein wichtiger Bestandteil dieser Entwicklung und auch ein Zeichen unserer Wertschätzung: unseren Fachhandelspartnern und der Exklusivmarke PROMAT gegenüber.“

ZUSÄTZLICHES QUALITÄTSMERKMAL DURCH SCHNELLE LAGERLOGISTIK

Die Artikel sind über das NORDWEST-Zentrallager beziehbar und werden innerhalb von 24 Stunden, auf Wunsch auch direkt zum Endkunden mit Label des Handelspartners, bundesweit ausgeliefert. Damit entlastet der Partner sein Lager vor Ort und sorgt für mehr Wirtschaftlichkeit und Effizienz. „Nutzen Sie diesen Service und belegen Sie auch damit wirkungsvoll Ihren hohen Servicegrad gegenüber Ihren Kunden“, appelliert Michael Rolf an alle angeschlossenen Handelspartner abschließend. | LD



Starkes Schulungsangebot

Fachberater für mehr Differenzierung vom Wettbewerb

Die individuelle und kompetente Beratung der Endkunden durch die NORDWEST-Handelspartner nimmt gerade in sicherheitsrelevanten Bereichen einen immer höheren Stellenwert ein. Hier unterstützt NORDWEST als Marketing- und Serviceverbund seine Partner mit einem vielseitigen Schulungsangebot, das permanent ausgebaut wird.



„Bei den meisten Ausschreibungen, auf die sich unsere Handelspartner bewerben, sind nicht mehr nur allein Produktkenntnisse gefordert, sondern auch zertifizierte Berater. Diese sichern den Endkunden mit ihrem Know-how bestens ab und unterstützen ihn bei seiner Prozessoptimierung“, erläutert Yvonne Weyerstall, NORDWEST-Bereichsleiterin Technischer Handel, Arbeitsschutz & Betriebseinrichtung, den Hintergrund der Schulungen. Handelspartner können dabei dem zunehmenden Fachkräftemangel entgegen wirken, indem sie ihre eigenen Mitarbeiter entsprechend ausbilden. Zudem sind weitere Qualifikationen ein starkes Pfund in einem herausfordernden Wettbewerbsumfeld.

GEPRÜFTER PSA-FACHBERATER NORDWEST SEIT 2017 STARK NACHGEFRAGT

Seit Oktober 2017 bietet NORDWEST die Weiterbildung zum Geprüften PSA-Fachberater NORDWEST an. In einer Woche werden die Teilnehmer mit Theorie- und Praxisübungen (z. B. sicheres Anlegen von PSA gegen Absturz) auf die Zwischen- und Abschlussprüfung vorbereitet. Das Ziel des Abschlusses: Die Sicherheit am Arbeitsplatz des Endkunden in der Industrie, im Handwerk oder Bau durch professionelle Beratung des PSA-Fachberaters. Die angebotene einwöchige Qualifikation richtet sich an alle Mitarbeiter der Fachhandelspartner, die neben der allgemeinen Kundenberatung, fundierte Vorkenntnisse in den Themenbereichen Rechtsvorschriften, Normen und der jeweilig korrekten Produktauswahl haben sollten. Ein intensives und umfassendes Lernpensum, praktische Übungen, ein erfolgsorientiertes Coaching durch die erfahrenen Trainer einer PSA-Unternehmensberatung, dazu das Lernen in einer kleinen Gruppe von maximal 12 Teilnehmern bringen den gewünschten Erfolg. Aber: Nur wer die Zwischenprüfung und die dreistündige Abschlussprüfung besteht, darf sich Geprüfter PSA-



Info:

Die Terminierung der Lehrgänge erfolgt aufgrund der sich ständig ändernden Corona-Situation separat. Wir informieren Sie zeitgerecht auf allen üblichen Kommunikationskanälen.

Auch im N.I.S. finden Sie stets die aktuellsten Informationen unter Vertrieb -> Weiterbildung

Fachberater NORDWEST nennen. „Damit stellen wir die Qualität des Zertifikats sicher und geben den Fachhandelspartnern ein weiteres Alleinstellungsmerkmal an die Hand“, so die Bereichsleiterin weiter. Der Geprüfte PSA-Fachberater NORDWEST ist IHK-zertifiziert.

SAFETYCARD-LEHRGÄNGE ERGÄNZEN ANGEBOT

Seit einem Jahr ergänzen weitere Sachkundelehrgänge den Geprüften PSA-Fachberater NORDWEST. Diese sind in der Verbandslandschaft bisher einmalig:

- + PSAgA (PSA gegen Absturz)
- + Atemschutz
- + Gehörschutz
- + Chemikalienschutz

Begleitet werden die Schulungen ebenfalls durch eine PSA-Unternehmensberatung. „Wir arbeiten in diesem Rahmen mit einer SafetyCard – dem Ausbildungsnachweis über alle vier Schulungen, mit jeweiliger Gültigkeitsplakette für den entsprechenden Sachkundelehrgang“, erläutert Yvonne Weyerstall das Konzept. Der Sachkundelehrgang PSAgA findet an zwei Tagen in einem Übungszentrum extern statt. Die weiteren Sachkundelehrgänge werden an aufeinanderfolgenden Tagen bei NORDWEST in Dortmund durchgeführt, so dass sich auch eine zusammenhängende Schulungsreihe mit mehreren Themen buchen lässt.

Voraussetzung für eine Teilnahme ist der Geprüfte PSA-Fachberater NORDWEST. Nach jeder Schulung wird ein Zertifikat ausgestellt sowie die SafetyCard mit der Gültigkeitsplakette für den entsprechenden Sachkundelehrgang versehen. Die Sachkundelehrgänge haben eine Gültigkeit von zwei Jahren.

AB 2021 NEU: GEPRÜFTER DRUCKLUFT-FACHBERATER NORDWEST

Ab dem Frühjahr bietet der Fachbereich Technischer Handel eine neue Fachberater-Qualifikation an: den Geprüften Druckluft-Fachberater NORDWEST. In einem fünftägigen Lehrgang werden Theorie und Praxis gleichermaßen vermittelt, so zum Beispiel das Aufbereiten von Druckluft oder das Erstellen und Lesen von Schaltplänen. Kleingruppen von acht bis zehn Personen ermöglichen ein individuelles und erfolgreiches Lernen. Am Ende der Schulungswoche steht die Abschlussprüfung. Mit erfolgreichem Bestehen ist man zertifizierter Fachberater im Bereich der Drucklufttechnik. Berufserfahrung und Fachwissen auf diesem Gebiet sind Grundvoraussetzungen für eine erfolgreiche Teilnahme. „Unser neues Schulungsangebot richtet sich an einen Großteil unserer Handelspartner. Denn nicht nur technische Händler beraten heute zum Thema Druckluft, auch im Bereich der Baugeräte oder des Werkzeughandels sind Handelspartner im Tagesgeschäft im Bereich der Drucklufttechnik aktiv“, weiß Yvonne Weyerstall.

WEITERE SACHKUNDELEHRGÄNGE EBENFALLS IN VORBEREITUNG

Auch neue Sachkundelehrgänge wird es 2021 geben – zu den Themen Ladungssicherung sowie Leitern und Tritte. Dazu Yvonne Weyerstall abschließend: „Der Erfolg der bisher angebotenen Weiterbildungen gibt uns recht. Also werden wir auch weiterhin neue Schulungsinhalte bereitstellen und das Angebot in Richtung einer NORDWEST-Akademie ausbauen.“ | LD



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Yvonne Weyerstall
Tel.: 0231 – 2222 4110
y.weyerstall@nordwest.com



Beschleunigungsfaktoren Kleintransporter

Für den üblichen Fahrbetrieb mindestens zu berücksichtigende Massenkräfte

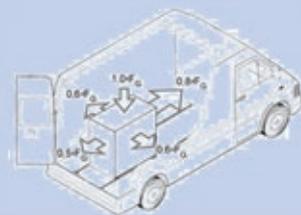


Tabelle 1. Für den üblichen Fahrbetrieb mindestens zu berücksichtigende Massenkräfte

Zulässige Gesamtmasse →	ZGM bis einschließlich 2,0 t	ZGM von über 2,0 t bis einschließlich 3,5 t	ZGM von über 3,5 t
↓ Massenkräfte			
In Fahrtrichtung	$0,9 \times F_G$	$0,8 \times F_G$	$0,8 \times F_G$
Entgegen der Fahrtrichtung	$0,5 \times F_G$	$0,5 \times F_G$	$0,5 \times F_G$
In Querrichtung	$0,7 \times F_G$	$0,6 \times F_G$	$0,5 \times F_G$

Anmerkung: Durch fahrzeugbezogene, ladungsabhängige und fahrdynamische Einflussfaktoren können die Massenkräfte in Tabelle 1 höher liegen.

Dolezych
einfach sicher

Physikalische Grundlagen
Prof. Dr. Carsten Dorn/Dipl. Ing. Uwe Schöbel

BQH

Technischer Handel bietet Schulungen online

Grundlagen der Ladungssicherung vermittelt

Mitte September veranstaltete der Bereich Technischer Handel gemeinsam mit dem NORDWEST-Lieferanten Dolezych ein kostenfreies Online-Seminar zum Thema „Beratungsgrundlagen der Ladungssicherung“.

Referent Dipl.-Ing. Uwe Schöbel, der die Seminare sonst als Präsenzveranstaltung am Beratungs- und Qualifizierungszentrum für Hebe- und Zurrtechnik GmbH (BQH), einem Tochterunternehmen von Dolezych leitet, stellte den rund 50 Teilnehmern aus dem Kreise der Handelspartner sein Expertenwissen in einem Online-Seminar zur Verfügung. „Wir möchten auch unter den aktuellen Umständen unseren Handelspartnern weiterhin Fachinformationen vermitteln. Zielgruppen waren Innen- und Außendienstmitarbeiter sowie Mitarbeiter der Laden- und Thekenbetreuung. Da es sich um eine Grundlagenschulung handelte, richtete sich diese an ein breites Wissenspublikum“, berichtet Nik Schönhoff, NORDWEST-Kompetenzfeldleiter Technischer Handel. Dazu trug auch insbesondere der Questions & Answers-Teil bei. Hierfür wurden die Teilnehmer bereits im Vorfeld gebeten, ihre Fragen einzureichen, über spezielle Kundenanfragen zu Produkten und Anwendungen in der Ladungssicherung zu berichten und Beratungsbedarfe zu benennen. Im vorgeschalteten Grundlagenteil ging es nicht nur um rechtliche Verantwortungsbereiche und Verpflichtungen. Auch Gesetze

der Physik erklärte der Referent und beschrieb dabei anschaulich wie Kräfte auf Ladung wirken und welche Konsequenzen sich daraus ergeben. Zusätzlich spielten Anwendungsmöglichkeiten zu verschiedenen Produkten eine wichtige Rolle und veranschaulichten die Thematik weiter. Anwendungsvideos rundeten die Theorie ab.

WEITERE SCHULUNGEN IN PLANUNG

Neue Seminare sind bereits in Planung. Diese werden das jetzt Erlernte vertiefen und die Mitarbeiter der Handelspartner weiter qualifizieren. „Die Resonanz auf das Seminar war gut, das zeigen nicht nur die Anmeldezahlen. Wir haben zusätzlich zahlreiche Rückmeldungen erhalten, sodass wir die Schulungen fortsetzen, erweitern und in den kommenden Monaten den Handelspartnern anbieten möchten“, so Nik Schönhoff abschließend. | LD, Foto: Dolezych/BQH



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Nik Schönhoff
Tel.: 0231 – 2222 4111
n.schoenhoff@nordwest.com



...das wirkt!

Erfolgsformel: Mit Qualität glänzen

Führende Industrieunternehmen bauen auf die Spezialprodukte von Caramba

Bei der Sauberkeit des Produktions- und Lagerumfelds gehen Qualitätsführer keine Kompromisse ein. Von vielen Automobilherstellern getestet, freigegeben und verwendet ist z. B. der leistungsstarke, duftneutrale Bodenreiniger **Caramba Cleanmat Forte**, der selbst hartnäckige, verkrustete Verschmutzungen mühelos packt.



Hochleistungs-Chemie für Flächen, Maschinen, Teile und Werkstücke aller Art

Das innovative Spezialchemie-Sortiment von Caramba hält für die vielfältigen Reinigungsaufgaben Ihrer Unternehmenskunden die optimalen Lösungen bereit.

Saubere Ergebnisse in der Industrie – glänzende Zahlen im technischen Handel: Sprechen wir darüber!

Andreas Krüger
Key Account Manager

Telefon: 0151 – 2033 6720
E-Mail: Andreas.Krueger@caramba.de





NORDWEST-Bauelemente

Exklusivmarke PROMAT jetzt auch für Haustüren verfügbar



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Stefan Dehling
Tel.: 0231 – 2222 4240
s.dehling@nordwest.com

Im Bereich der Marke PROMAT baut NORDWEST jetzt auch die Warengruppe der Bauelemente sukzessive aus. Handelspartner und deren Endkunden erhalten zukünftig ein weiteres starkes Produktportfolio der beliebten Exklusivmarke.

Haustüren für Ein- und Mehrfamilienhäuser machen dabei den Anfang. „Deutschlandweit werden jährlich ca. 1,5 Millionen Haustüren verkauft. Mit den neuen Haustüren der Marke PROMAT bieten wir unseren Handelspartnern eine zusätzliche Möglichkeit, wertschöpfend an diesem Wachstumsmarkt teilzunehmen. Zudem differenzieren sie sich mit der Exklusivmarke weiter vom Wettbewerb und entziehen sich der Vergleichbarkeit“, erläutert Stefan Dehling, NORDWEST-Produktmanager Bauelemente.

Zwei Kategorien werden dabei angeboten:

Kategorie 1:

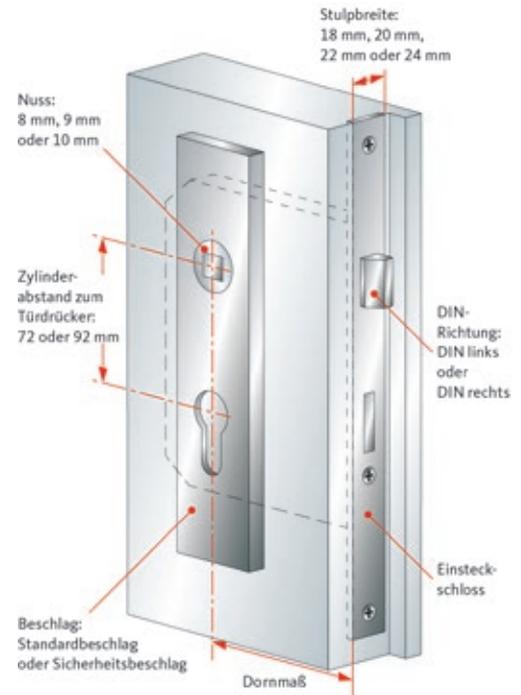
- + flügelüberdeckende Stahlhaustür mit Stoßgriff und Mehrfachverriegelung
- + entspricht empfohlener Einbruchschutzkategorie RC2 (DIN EN 1627)
- + Wärmedämmung nach ca. Ud 0,9 W/qm K
- + Lackierung Innen und Außen in identischer Optik
- + Lackierung in den Farbtönen RAL 9016, 3003, 7001, 7016, DB 703
- + Türelement erfüllt die Richtlinien für eine KFW-Förderung

Kategorie 2:

- + flügelüberdeckende Aluminiumhaustür mit Stoßgriff und Mehrfachverriegelung
- + entspricht empfohlener Einbruchschutzkategorie RC2 (DIN EN 1627)
- + Schüco-Profil in 75 mm Rahmentiefe
- + drei schwere Hochleistungstürbänder
- + Wärmedämmung nach ca. Ud 1,1 W/qm K
- + Lackierung in unempfindlicher, moderner Feinstrukturoptik in den Farbtönen RAL 9016, 3003, 7001, 7016, DB 703
- + viele zusätzliche Add-Ons auf Anfrage lieferbar
- + optional auch mit Oberlicht und Seitenteil
- + Türelement erfüllt die Richtlinien für eine KFW-Förderung

Die Handelspartner erhalten eine zusätzliche Aufmaßhilfe. Die jeweiligen Produkte werden wahlweise zum Handelspartner oder direkt auf die Baustelle geliefert.

„Die Türen der Exklusivmarke PROMAT punkten mit einer hervorragenden Qualität und einem starken Preis-Leistungs-Verhältnis. Mit den vielfältigen Qualitätsmerkmalen sprechen sie unterschiedliche Käufergruppen an. Dies ermöglicht unseren Handelspartnern weitere Absatzmöglichkeiten“, so Stefan Dehling abschließend. | LD



Beschlagsysteme & Sicherheitstechnik

Virtuell Eintauchen in die Welt des Baubeschlags

Was ist ein Dornmaß? Worin besteht der Unterschied zum Stulpmaß? Und wie misst man einen Profilzylinder aus? Mit diesen und vielen weiteren grundlegenden Fragen beschäftigten sich die Web-Seminare des NORDWEST-Bereiches Beschlagsysteme & Sicherheitstechnik, die von Ende Juli bis Mitte November durchgeführt wurden. Zielgruppe der Online-Weiterbildungsveranstaltungen waren die Beschäftigten des Baubeschlagfachhandels, angefangen beim Auszubildenden, über den Verkäufer bis zum Außendienstler.

Das Ziel der Online-Schulungen war, herstellerübergreifendes Hintergrundwissen zu den unterschiedlichen Produkten zu vermitteln. Insgesamt 20 Seminare von jeweils 30 bis 45 Minuten Dauer wurden in dem Zeitraum durchgeführt. In jeweils fünf Veranstaltungen ging es um Themen wie die Ausführungen und Maße von Schlössern, Türbeschlägen und Profilzylindern sowie die Ausführungen und Begrifflichkeiten von Türschließern.

Dabei wurde jedes Web-Seminar im Schnitt von bis zu zehn Personen besucht. „Über diese tolle Resonanz haben wir uns natürlich gefreut, denn sie zeigt, dass wir mit dem Konzept richtig liegen und Bedarf an dieser Form der Weiterbildung besteht“, beschreibt Siegfried große Sextro, bei NORDWEST Bereichsleiter Bau.

Auch bei den Teilnehmern kamen die Online-Seminare gut an, wie Siegfried große Sextro weiter ausführt. „Am Ende eines jeden Termins baten wir die Teilnehmer um ihr Feedback, denn nur wenn wir auf mögliche Schwächen hingewiesen werden, können wir auch in Zukunft besser werden. Die Resonanz war durchweg positiv, unsere Strategie ist also aufgegangen“, sagt der Bereichsleiter.

Besonders großen Wert bei der Konzeption der Inhalte wurde auf die Herstellerunabhängigkeit gelegt. Dies ist auch kein großes Problem, da viele Produkte wie Schlösser oder Schließzylinder

ähnlich aufgebaut sind und das gleiche Wirkprinzip haben. Dies macht die Sache deutlich leichter.

WEITERE ONLINE-SEMINARE FOLGEN

Bei den anschließenden Fragerunden ergab sich häufig, dass viele der teilnehmenden Personen sich mehr Hintergrundwissen zu weiteren Produktgruppen aus dem Baubeschlag wünschen. Für den Bereich Beschlagsysteme & Sicherheitstechnik steht daher fest, in einem nächsten Schritt aufbauende Online-Seminare zu Themen wie elektronische Türöffner oder Panikschlösser zu konzipieren.

Siegfried große Sextro betont, dass das Konzept der Online-Schulungen mit Beschlagbezug nicht aufgrund der aktuellen Corona-Pandemie entwickelt wurde. Vielmehr ist dies im Rahmen der allgemeinen Digitalisierung eine neue Form der qualifizierten Weiterbildung, die ohne großen Aufwand und vor allem ohne Reisetätigkeit wahrgenommen werden kann. Bei NORDWEST ist man davon überzeugt, dass solchen Online-Angeboten für Fachhandelspartner die Zukunft gehört, denn es gibt kaum eine effektivere Methode, um in kurzer Zeit so viele Mitarbeiter in den Unternehmen zu qualifizieren. | MF, Fotos: Hatices EROL/Pixabay.com, © Unternehmensgruppe Gretsch-Unitas



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Siegfried große Sextro
Tel.: 0231 – 2222 4311
sgr.sextro@nordwest.com

speedE® II E-Schraubendreher



speedE
SCHRAUBT
DU ZIEHST
FEST!

NEW
MORE
POWER

wiha

Tools that work for you

Schnell war noch nie so einzigartig.

- **Steigert Ihre Geschwindigkeit**
3 x schnelleres Arbeiten dank elektrischem Antrieb.
- **Schont Ihre Gesundheit**
Für hand- und muskelschonendes Arbeiten. Von deutschen Ärzten und Therapeuten des AGR empfohlen!
- **Bietet Ihnen vollen Schutz**
slimBits bei 10.000 V AC getestet und zugelassen für 1.000 V AC.
- **Schützt Ihr Material**
Elektrisches Verschrauben mit Schutzfunktion zur Vermeidung von Materialbeschädigungen.



www.wiha.com/speedE2

XXL III electric Aufbruch in neue Welten!



Werkzeugkoffer Set XXL III electric

- **Schont Ihre Gesundheit**
Auf Treppenstufen und unwegsamem Gelände rollt der Trolley-Koffer dank großer Räder komfortabel und leichtgängig.
- **Vereinfacht ihre Arbeit**
Mit ausgeklappten Beinen dient der Koffer als stabiler und rutschsicherer Tritt für hochgelegene Arbeiten.
- **Steigert ihre Arbeitsqualität**
Material auf der Baustelle exakt absägen dank V-förmiger exakt absägen dank V-förmiger Kerbung mit Skala im Kofferdeckel.



NEW

www.wiha.com/xxl3

NORDWEST-Haustechnik

Ausbau des Exklusivmarken- sortiments für base pro

Seit langer Zeit kennen viele Fachhändler das Problem, dass sie gegen einen immer preisaggressiveren Wettbewerb bestehen müssen. „Um sie entscheidend zu unterstützen, stellen wir für unsere Handelspartner ein attraktives Exklusivmarkensortiment im Preiseinstiegsbereich bereit“, erklärt René Fricker, bei der Haustechnik als Junior-Produktmanager für das Kompetenzfeld Sanitär zuständig. Mittlerweile umfasst base pro rund 450 verschiedene Artikel.

Um das Preiseinstiegssortiment weiter auszubauen, setzt das Team der Haustechnik zukünftig auch auf Importe aus Europa und Asien. Der Vorteil: Die Ware wird nicht mehr über Zwischenhändler bezogen, was den Preis bisher erhöht und Marge reduziert hat. Durch den direkten Bezug über NORDWEST ergeben sich deutlich optimierte Einkaufspreise und dadurch höhere Deckungsbeiträge für die Fachhandelspartner.

Die vergangenen Monate wurden dazu genutzt, ein zukünftiges Direktbezugs-Sortiment mit hoher Qualität speziell für den Preiseinstiegsbereich zu definieren. Gestartet wird mit einer kleineren Artikelauswahl aus den Warenbereichen Ablauftechnik und Heizungsarmaturen. Weitere Produktbereiche folgen sukzessive. „Dadurch bekommen wir ein erstes Gespür für die Prozesse und können für die kommenden größeren Sortimente wertvolle Erfahrungen sammeln“, so der Junior-Produktmanager. Er fungiert dabei als Schnittstelle zwischen den Warenverantwortlichen in der Haustechnik und dem Bereich internationale Beschaffung. Mit Hilfe der erfahrenen Kolleginnen und Kollegen wurden verschiedene internationale Bezugsquellen gesucht und nur Lieferanten ausgewählt, die nach deutschen Qualitätsstandards fertigen, über entsprechende Zertifizierungen verfügen und damit natürlich auch den Ansprüchen von NORDWEST entsprechen. „Jedes einzelne Produkt durchläuft bei uns einen klaren Auswahlprozess und eine umfangreiche Qualitätsprüfung.“ Der Junior-Produktmanager rechnet damit, dass die ersten neuen Direktbezugs-Artikel noch Ende dieses Jahres für die Fachhandelspartner am NORDWEST-Zentrallager zur Verfügung stehen. „Bis zum nächsten Preislistenwechsel im April wollen wir dann unser base pro-Sortiment mit unseren etablierten und neuen Lieferanten weiter ergänzen“, erläutert René Fricker abschließend. | MF





Weitere Informationen erhalten Sie bei

René Fricker
Tel.: 0231 – 2222 4344
r.fricker@nordwest.com



René Fricker und Johanna Schlifka zeigen eine erste Artikelauswahl aus dem Direktbezugs-Sortiment.

Pläne für 2021

Ausstellungen in den Mittel- punkt rücken



Die NORDWEST-Haustechnik unterstützt ihre Handelspartner auf vielfältige Art und Weise. Im kommenden Jahr soll verstärkt das Thema Ausstellungskonzeption in den Fokus der Aktivitäten rücken. Die NORDWEST News hat dazu mit Laura Schröder, Projektmanagerin Ausstellung/Marketing im Bereich Haustechnik, gesprochen und verrät schon das eine oder andere Detail.

+ NORDWEST News: Warum geht die NORDWEST-Haustechnik dieses Thema im kommenden Jahr verstärkt an?

Laura Schröder: Mit ihrem Ausstellungsgeschäft, einer Stärke unserer Fachhandelspartner in ihrer jeweiligen Region, können sie sich vom Wettbewerb abheben. Mit dem neuen Konzept wollen wir diesen Vorteil weiter forcieren. Das nutzt am Ende der gesamten Händlergemeinschaft.

+ NORDWEST News: Worauf kommt es bei der Ausstellungskonzeption an?

Laura Schröder: Auf viele verschiedene Bausteine: Diese sollen den Endkunden positiv ansprechen und ihn bei seiner Kaufentscheidung von den ausgestellten Produkten überzeugen. Wichtig ist, dass alle Handelspartner an einem Strang ziehen und die von uns gesteuerten Vertriebsmaßnahmen in Anspruch nehmen. Nur so kann das Konzept an Stärke gewinnen.

+ NORDWEST News: Können Sie kurz Ihre Expertise und Ihre Motivation beschreiben?

Laura Schröder: Ich habe einen Bachelor in Objekt- und Raumdesign und habe nach dem Studienabschluss, bis zu meinem Wechsel zu NORDWEST, acht Jahre im Bereich Badgestaltung gearbeitet. Dadurch bringe ich einen großen Erfahrungsschatz rund um das Thema Ausstellung ins Projektteam mit ein. Im Design von Ausstellungen und Bädern kann ich mich verlieren und will immer das beste Ergebnis erzielen. Ich freue mich schon jetzt, das Ausstellungskonzept gemeinsam mit unseren Fachhandelspartnern und unserem Team zu starten und stetig weiterzuentwickeln.

+ NORDWEST News: Können Sie schon Details zum neuen Konzept verraten?

Laura Schröder: Nur so viel, beim Sortiment werden neben unserer Exklusivmarke delphis auch verschiedene Markenprodukte vertreten sein. Der Rest ist noch ein wohlgehütetes Geheimnis. | LD, Foto: Kartinkin77/Shutterstock.com



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Laura Schröder
Tel.: 0231 – 2222 4318
l.schroeder@nordwest.com





Werbemaßnahme

delphis prominent platziert

Großformatige Werbung für die Außendarstellung haben einige Handelspartner jetzt für delphis umgesetzt.

Das Ziel: die Exklusivmarke der NORDWEST-Haustechnik stärker in den Fokus der Handwerker und Endkunden zu rücken – eine ansprechende Gestaltung mit den delphis-Highlights und eine prominente Platzierung sind dabei obligatorisch. Einige Handelspartner aus der HAGRO und Hategro haben sich für die neue Werbemaßnahme entschieden. So auch Carsten Burmester, Geschäftsführer der Heintr. Murjahn GmbH & Co. KG in Mölln. Seine Motivation: delphis bekannter zu machen. „Wir wünschen uns eine weiterhin positive Entwicklung unserer Exklusivmarke im Markt. Dazu ist eine gute Außenwerbung unerlässlich. Unser Banner ist eine langfristige Maßnahme und Investition. Es soll bei unseren Kunden und denen, die es noch werden wollen, im Kopf bleiben“, sagt Burmester. NORDWEST hatte Design und Druck umgesetzt. Bei der Heintr. Murjahn GmbH & Co. KG hängen zwei Banner, unter anderem eins von 14 m Länge. | LD, Fotos: Murjahn GmbH & Co. KG



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Stephan Braun
Gebietsverkaufsleiter
Haustechnik Nord
Tel.: 0162 – 2389 253
s.braun@nordwest.com

Markus Klemmer
Gebietsverkaufsleiter
Haustechnik Süd
Tel.: 0162 – 2389 010
m.klemmer@nordwest.com





Stahlverbund PHOENIX

Nächster Digitalisierungsschritt nutzt allen

Seit Kurzem besteht zwischen den Handelspartnern des Stahlverbunds und dessen Lieferanten die Möglichkeit, NORDWEST als EDI-Clearing-Center zu nutzen: ein Novum in der Branche.

„Dass die Stahl-Handelspartner jetzt voll digital bei einem Stahllieferanten bestellen können, ist ein großer Meilenstein und dürfte in der Branche sicherlich einmalig sein. Wir freuen uns, wenn noch mehr Handelspartner dieses Angebot nutzen und auch die Lieferanten dies unterstützen. Denn die Nutzung des Clearing-Centers ist eine Win-Win-Situation für alle. Die Zusammenarbeit wird für alle Beteiligten weiter vereinfacht und bietet eine große Zeitersparnis“, bekräftigen Claudio Kemper und Christopher Rüther, beide Geschäftsbereichsleiter Stahl.

Die gesamte Prozesskette wird, angefangen von der Bestellung, über die Auftragsbestätigung und das Lieferavis bis hin zur

Rechnung, elektronisch abgewickelt – und zwar in beide Richtungen: Vom Handelspartner zum Lieferanten und wieder den gleichen Weg zurück. Zwischen diesen beiden Partnern fungiert das NORDWEST-Clearing-Center als Drehscheibe. Handelspartner und Lieferant müssen nur noch eine Schnittstelle einrichten und pflegen und zwar die zu NORDWEST. Über diese übersetzt der Verband die verschiedenen Anforderungen in eine gemeinsame Sprache. Der Vorteil: Die Prozesse werden beschleunigt und Medienbrüche, beispielsweise durch Fehler bei der manuellen Eingabe, entfallen.

Voß Edelstahl ist bereits als erster Lieferant angebunden: „Diese Entwicklung ist ein großer Schritt in die richtige Richtung. Ich erlaube mir an geeigneter Stelle auch darauf zu verweisen, dass NORDWEST aus meiner Sicht der Verband ist, der bundesweit am meisten für die Digitalisierung im Stahlhandel unternimmt“, erklärt Thorsten Studemund, Geschäftsführer der Voß Edelstahlhandel GmbH & Co. KG.



NORDWEST BIETET VALIDE PRODUKTDATEN FÜR DEN eSHOP STAHL

Seit Kurzem stellt NORDWEST veredelte Artikeldaten für die ERP-Systeme der Handelspartner und deren Stahl-eSHOPS bereit: 8.000 Sätze durch eigene Datenpflege und weitere 8.000, die durch Handelspartner und Lieferant Voß für den Bereich Edelstahl und Aluminium zur Verfügung gestellt wurden. Diese Daten werden zentral bei NORDWEST für die Handelspartner des Stahlverbunds veredelt und derzeit in die Systeme eingepflegt. Mit dem Online-Shop erhalten die Fachhandelspartner die Möglichkeit, die Prozesse ihrer Endkunden zu optimieren und die eigene Wettbewerbsfähigkeit durch Differenzierungen zu erhöhen. Stahl wird als Handelsware angeboten. Zudem sind verschiedene Anarbeitungsmöglichkeiten integriert. | LD, Foto: VTT Studio/Shutterstock.com



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Claudio Kemper
Tel.: 0231 – 2222 4420
c.kemper@nordwest.com

Christopher Rüter
Tel.: 0231 – 2222 4410
c.ruether@nordwest.com

Martin Reinke
Tel.: 0231 – 2222 5101
m.reinke@nordwest.com



Stahlverbund PHOENIX

Wachstumsstarker Weg setzt sich 2020 fort

Der Stahlverbund ist 2020 weiterhin auf Erfolgskurs. Auch drei Jahre nach seiner Gründung setzen der Verbund und seine Handelspartner Maßstäbe und manifestieren ihre Marktposition. Die Geschäftszahlen 2019 und auch die bisherigen des Jahres 2020 sprechen für sich. Digitale Angebote sorgen zudem für einen weiteren erfolgreichen Ausbau der Arbeit des Stahlverbunds.



„Die Entwicklungen sind extrem positiv und zeigen, dass unsere gemeinsamen Anstrengungen ihre Wirkung zeigen“, berichten Claudio Kemper und Christopher Rütter über die Entwicklung der vergangenen Monate. Neue Lieferpartner und Bonusvereinbarungen, ein starkes Volumenwachstum über alle drei Leistungsgruppen Platin, Gold und Silber und ein weiterer Zuwachs bei den Handelspartnern zeigen: hier agiert eine starke Gemeinschaft!

Die Zahlen im Einzelnen:

- + höchstes Umsatzvolumen 2019 (1,226 Mrd. Euro)
- + höchste Gesamttonnage 2019 (1,7 Mio. Tonnen)
- + Umsatzentwicklung 06/2020 (+5,6 % ggü. Vorjahr)
- + Neugeschäft 06/2020 (> 50 Mio. Euro)
- + 15 neue Lieferpartner
- + 7 neue Bonusvereinbarungen
- + 5 neue Akquiseerfolge

Neben den wirtschaftlichen Erfolgen steht aber auch der gemeinschaftliche Austausch im Vordergrund. „Ohne eine vertrauensvolle Kommunikation auf Augenhöhe wären die positiven Entwicklungen im Stahlverbund nicht möglich“, bekräftigen die Geschäftsbereichsleiter Claudio Kemper und Christopher Rütter. Aber auch hier hat die Corona-Pandemie ein Umdenken erfordert, waren doch lange Zeit persönliche Treffen nicht und mittlerweile nur unter Auflagen möglich. So wurden das Silbertreffen und die Sitzungen der Produktkreise und des Stahlbeirates in Form von Videokonferenzen abgehalten, um über die aktuellen Entwicklungen in den einzelnen Bereichen zu unterrichten und sich gegenseitig zu bestehenden Herausforderungen auszutauschen – ein Format, das sich bewährt hat und auch im Stahlverbund in Zeiten nach der Pandemie eine Rolle spielen wird.

Die Neuwahlen, die in den einzelnen Kreisen und im Beirat diesen Herbst abgehalten werden sollten, wurden um ein Jahr verschoben. „Wir haben gemeinsam entschieden, in diesen unruhigen Zeiten für verstärkte Kontinuität zu sorgen. Die Mandatsträger stehen gerne ein weiteres Jahr zur Verfügung.“



DANKESCHÖN FÜR DEN 1.111. HANDELSPARTNER

In diesem Jahr konnte NORDWEST den 1.111. Handelspartner begrüßen: F.W. Waldhausen GmbH & Co. KG aus Übach-Palenberg bei Aachen. Im Oktober wurde die Neuaufnahme, unter Einhaltung der Corona-Regeln, entsprechend gefeiert – mit einem Grill-Event auf dem Gelände des Stahlhändlers. „Wir haben die Geschäftsleitung und Mitarbeiter dazu eingeladen, um diese besonders symbolträchtige Zahl der Neuaufnahme zu honorieren und uns alle noch besser kennenzulernen. Auf die gemeinsame Zusammenarbeit freuen wir uns“, so die beiden Geschäftsbereichsleiter. | LD



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Claudio Kemper
Tel.: 0231 – 2222 4420
c.kemper@nordwest.com

Christopher Rüther
Tel.: 0231 – 2222 4410
c.ruether@nordwest.com

Europa

Katalog Werkzeugtechnik auch in Nachbarländern erfolgreich



Im Herbst wurden die vier neuen fremdsprachigen Kataloge an die Handelspartner ausgeliefert: Gereedschappen, Outillages, Narzędzia Reczne Wyposazenie Warsztatu und Tools.

Grundlage für diese Vier ist der deutschsprachige Katalog Werkzeugtechnik. Das erfolgreiche Standardnachschlagewerk der Branche funktioniert somit auch über Landesgrenzen hinweg. Wünsche bleiben keine offen. Auf über je 2.300 Seiten werden rund 39.000 Artikel detailliert präsentiert. Nahezu 10.000 entfallen dabei auf die Exklusivmarke PROMAT. Das breit aufgestellte Sortiment deckt den Bedarf der Kunden in den Bereichen Präzisions- und Handwerkzeuge, Messinstrumente, Arbeitsschutz, Werkstatteinrichtung, Oberflächentechnik und vielem mehr ab. Alle Produkte sind europaweit überwiegend zwischen 24 und 48 Stunden lieferbar. Artikeldaten für den eSHOP und die Warenwirtschaften runden das Rundum-Sorglos-Paket ab.

Optisch wurden die vier europäischen Kataloge, analog zum Katalog Werkzeugtechnik, einer Erfrischungskur unterzogen. Die Suchen-Finden-Logik wird durch verschiedene Optimierungen, wie beispielsweise der neuen Registerstanzung oder durch kapitelbezogene Piktogramme, weiter vereinfacht und beschleunigt.

Die Handelspartner hatten im Vorfeld Gelegenheit, individuelle Cover entsprechend dem eigenen Unternehmensauftritt zu bestellen. | LD



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Volker Buschmeier
Tel.: 0231 – 2222 3610
v.buschmeier@nordwest.com

The VELUX logo is a red rectangle with the word "VELUX" in white, bold, sans-serif capital letters. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the word.A man with a grey beard and a woman are on a roof with dark grey tiles. They are looking at a large, open VELUX skylight. The man is holding a screwdriver and appears to be adjusting the skylight. The woman is looking at him. The sky is blue with some clouds. The overall scene is bright and sunny.

Mehr Licht und Wohnkomfort

mit großzügigen Fenster- und Rolladenlösungen von VELUX

www.velux.de



Werkzeugtechnik und Highlights:

Vertriebsmedien mit großer Verlosung ...

... das wurde in diesem Jahr mit dem Werkzeugtechnik-Katalog, dem Highlights-Frühjahr- und Herbstprospekt möglich. Wer von den genannten Medien mindestens je 500 Exemplare abgenommen hatte, wanderte automatisch in einen Lostopf.

„Wir freuen uns, damit unseren Handelspartnern und deren Mitarbeitern etwas zurückgeben zu können“, erklärt Laura Waßmuth, NORDWEST-Vertriebsinnendienst. Drei glückliche Handelspartner wurden beim aktuellen Gewinnspiel ausgelost und erhielten entweder 5.000 Euro, 3.000 Euro bzw. 2.000 Euro für ein Team-Event.

- + Josef Hansen GmbH & Co KG, 5.000 Euro, Geschäftsführer Jörg Kleinemas: „Vielen Dank für den tollen Gewinn! Der Plan für das Event steht bereits, wir wollen unsere Mitarbeiter überraschen und an dieser Stelle allerdings noch nichts verraten!“
- + Kadach & Rick GmbH, 3.000 Euro, Geschäftsführer Marcel Rick: „Wir werden im kommenden Frühjahr gemeinsam ein spannendes Team-Event mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besuchen – was das genau sein wird, bleibt allerdings bis zur Weihnachtsfeier noch eine Überraschung. Vielen Dank, NORDWEST, für die Unterstützung!“

+ Atos GmbH, 2.000 Euro, Geschäftsführer Florian Reich: „Wir planen eine Kanufahrt auf der Iller mit anschließender Feier in einer Grillhütte und hoffen, diese endlich 2021 realisieren zu können. Herzlichen Dank für die schöne Möglichkeit!“

Corona-bedingt werden die Team-Events derzeit noch verschoben. Eine Berichterstattung erfolgt zu gegebener Zeit.

„Wir planen, Gewinnspiele dieser Art und mit diesen Preisen als dauerhaften Bestandteil der Vertriebsmedien anzubieten, die Handelspartner dürfen gespannt bleiben“, so Laura Waßmuth abschließend. | LD, Foto: Siberian Art/Shutterstock.com



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Laura Waßmuth
Tel.: 0231 – 2222 4719
l.wassmuth@nordwest.com

**NEW
STYLE**

TREKSTAR XP

THE NEW WORK **EX**PERIENCE



COA.TEX® MEMBRAN
Wind- und wasserabweisend,
atmungsaktiv

QUICK LOCK
LACING SYSTEM



QUICK LOCK
Schnellschnürsystem



GELENKSTABILISIERUNG
in Carbon-Optik

XTS
XTS-SOHL
trittsicher

Die TREKSTAR XP Serie - Schuhe für den härtesten Arbeitsalltag:

- exzellenter Tragekomfort durch evercushion® Einlegesohle
 - pflegeleichte, hochwertige Materialien
- XTS Sohle: selbstreinigendes Profil und optimale Trittsicherheit



S3

**METAL
FREE**



albatros®
MADE TO PROTECT

albatros-world.de



Kleine Baumkunde mit NORDWEST



Pappel



Ulme



Kastanie



Linde



Weide



Ahorn



Eiche



Birke

Schon gewusst ...?

- Douglasien können bis zu 600 Jahre alt werden. Sie haben einen Anteil von 2 % am deutschen Wald.
- Linden werden bis zu 800 Jahre alt. Sie haben einen Anteil von 0,5 % am deutschen Wald.
- Der Ahorn erreicht ein Alter von bis zu 600 Jahren. Es hat einen Anteil von 2,1 % am deutschen Wald.
- Jährlich wachsen 122 Mio. Kubikmeter Holz nach.
- Der häufigste Baum in Deutschland ist die Fichte mit einem Anteil von 25 %, dicht gefolgt von der Kiefer mit 22 %.

Quelle: Entdecke den Wald, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Berlin 2018.



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Lara Brüggendieck
Tel.: 0231 – 2222 4731
l.brueggendieck@nordwest.com

Klimaschutz geht alle an!

NORDWEST pflanzt für jeden neuen Handelspartner einen Baum

Linden, Ulmen, Schwarznüsse, Douglasien oder auch Bergahorn: NORDWEST legt einen weiteren Wald in Schleswig-Holstein an. Für jeden neuen Handelspartner wird ein Setzling gepflanzt – für den Klimaschutz und mit einer starken Symbolkraft hinsichtlich der Zusammenarbeit.

Bereits vor fünf Jahren hatte NORDWEST ein Aufforstungsprojekt mit 900 Bäumen gestartet, auch damals kam zu dieser stolzen Anzahl für jeden neuen Handelspartner ein weiterer dazu. Am Ende bestand der NORDWEST-Wald aus über 1.100 Bäumen.

„Aufgrund unseres starken Wachstums stieß die Fläche allerdings an ihre Grenzen, weswegen wir jetzt ein weiteres Projekt etabliert haben und durch einen erfahrenen Partner umsetzen las-

sen. Denn Klimaschutz ist ein kontinuierliches Thema“, berichtet Lara Brüggendieck, NORDWEST-Projektkoordination Vertrieb. Bei den Koordinaten 53°58'15.9"N 9°32'44.5"E entsteht so seit kurzem also ein weiterer gesunder Mischwald, der CO₂ bindet, die Bodenbeschaffenheit verbessert und für Artenvielfalt sorgen wird. 100 Bäume sind als Basis angelegt worden, mit jeder Neuaufnahme eines Händlers werden es mehr.

Zusätzlich dazu hat das Projekt auch eine starke Symbolwirkung. „Auch unser neuer Unternehmenswald ist ein schönes Symbol für gemeinsames, nachhaltiges Wachstum, das uns alle verbindet und stärker zusammenwachsen lässt!“ | LD, Fotos: ideyweb/Shutterstock.com, PLANT-MY-TREE®



Digitalisierung

**WIR
PACKEN
ES AN!**

NORDWEST IT & E-Business

Fit für den digitalen Handel

Corona hat in den vergangenen Monaten viele Planungen zunichte gemacht. Trotzdem gibt es aber durchaus auch positive Aspekte. So wurde beispielsweise das Thema Digitalisierung in den zurückliegenden Monaten gerade im Fachhandel mit Vehemenz vorangetrieben. Das Team um Hauptbereichsleiter IT & E-Business, Martin Reinke, hat hierzu für Fachhandelspartner eine kostenfreie Online-Schulungsreihe mit insgesamt elf Veranstaltungen konzipiert, die alle unter dem Motto stehen: E-Business – Fit für den digitalen Handel!

Die ersten Schulungen starteten Anfang Oktober, die letzte findet in Kürze am 11. Dezember statt. Ziel der etwa einstündigen Schulungen ist es, die Fachhandelspartner dabei zu unterstützen, mit klug eingesetzten Digitalisierungsmaßnahmen ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern, damit sie auch in Krisenzeiten aktiv am Geschäftsleben teilhaben können. „Wir wollen den Teilnehmern in den Schulungen Grundlagenwissen und

Tipps an die Hand geben, wie sie sich weiter spezialisieren können, um im digitalen Vertrieb erfolgreich zu sein. Kurzum: Unser Ziel ist es, die Partner fit für den digitalen Handel zu machen“, erläutert Martin Reinke.

Entsprechend praxisnah sind die Themen ausgewählt. Gestartet wurde mit den Grundlagen der Digitalisierung und des E-Commerce sowie den Besonderheiten von B2C und B2B. Darüber hinaus werden auch Schulungen zu den Themen Onlineshops, zu Marketingkonzepten und zur Optimierung von Produktdaten angeboten. In den Schulungen geht es in keiner Weise nur um NORDWEST-Inhalte. „Vielmehr ist uns wichtig, generelle Begrifflichkeiten zu klären und Unterschiede sowie Besonderheiten von Online-Vertriebskanälen und E-Commerce-Konzepten zu erläutern sowie technische und organisatorische Grundlagen darzustellen“, berichtet Martin Reinke weiter.

Nach ihrer Online-Anmeldung erhalten die Teilnehmer einen Terminblocker für ihren Kalender. Über einen darin integrierten Link gelangen sie dann am Veranstaltungstag in den virtuellen Konferenzraum.



Marie Schwarzbach mit Ehemann



Kristin Hennig

Während der Schulung hat jeder jederzeit die Möglichkeit, sich über eine anonyme Chatfunktion mit Fragen und Anregungen einzubringen. Die Fragen werden dann anschließend in einer Live-Sequenz von den Referenten beantwortet. Natürlich ist es für Interessenten möglich, sich nur für einzelne Module und nicht die gesamte Reihe anzumelden.

VIEL POSITIVE RESONANZ

Die jeweiligen Module der Online-Schulungen setzen kein Vorwissen voraus und richten sich grundsätzlich an alle Mitarbeiter in den Handelsunternehmen und nicht ausschließlich nur an Geschäftsführer. „Als wir im Sommer auf die Schulungen hingewiesen haben, waren wir von der großen Resonanz überrascht. Innerhalb kürzester Zeit sind über 600 Anmeldungen eingegangen“, erläutert Christian Schuster, E-Business & IT-Beratung, einer der Referenten der Online-Schulungsreihe.

Auch das positive Feedback, das von vielen Teilnehmern nach den Schulungen kommt, ist für die Verantwortlichen bei NORDWEST Bestätigung, dass die Online-Veranstaltungsreihe und auch die Themen den sprichwörtlichen Zahn der Zeit getroffen haben. Der Bedarf an vertriebsunterstützenden Maßnahmen ist gerade in der jetzigen Zeit wertvoller denn je, weiß der Hauptbereichsleiter. Für ihn ist daher klar, dass die gerade zu Ende gegangene Online-Schulungsreihe nur der Auftakt zu weiteren virtuellen Seminaren ist, die künftig für NORDWEST-Fachhandelspartner angeboten werden. | MF, Fotos: oatawa/Shutterstock.com, Theile & Wagner GmbH & Co. KG, Hennig GmbH



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Martin Reinke
Tel.: 0231 – 2222 5101
m.reinke@nordwest.com

3 Fragen an ...

... Marie Schwarzbach und Kristin Hennig. Marie Schwarzbach ist gemeinsam mit ihrem Mann die Unternehmensnachfolge bei der Theile & Wagner GmbH & Co. KG angetreten. Der NORDWEST-Fachhandelspartner in Zittau feiert im kommenden Jahr sein 150jähriges Bestehen. Kristin Hennig ist im elterlichen Unternehmen tätig, der Hennig GmbH, einem Spezialisten für Zerspanungs-, Spann- und Messtechnik mit Sitz in Kriebitzsch.

+ NORDWEST News: Frau Schwarzbach, Frau Hennig, an wie vielen der Online-Schulungen haben Sie bisher teilgenommen?

Marie Schwarzbach: Insgesamt habe ich jetzt an drei Online-Schulungen zum Thema „Fit für den digitalen Handel“ teilgenommen.

Kristin Hennig: Ich habe ebenfalls an drei Schulungen teilgenommen.

+ NORDWEST News: Was war der Grund, sich für diese Schulungen anzumelden?

Marie Schwarzbach: Bei der Digitalisierung stehen wir noch relativ am Anfang. Aber natürlich wissen wir, dass dieses Thema immer wichtiger wird und die Kunden dies auch fordern. Konkret sind wir gerade dabei, einen neuen Onlineshop aufzubauen. Von daher war es gut, im Rahmen dieser Veranstaltungen fundiertes Grundlagenwissen vermittelt zu bekommen.

Kristin Hennig: Wir betreiben schon seit einiger Zeit einen eSHOP. Über die Schulungen möchten wir Anregungen bekommen, wie wir uns künftig im Internet breiter aufstellen können und welche Portale wir eventuell wie bedienen können, um über diesen Weg weitere Umsätze zu genießen.

+ NORDWEST News: Was hat ihnen besonders gefallen bzw. was hat Ihnen besonders viel gebracht?

Marie Schwarzbach: Die Online-Seminare sind gut strukturiert, praxisorientiert und auf die Bedürfnisse des Fachgroßhandels zugeschnitten. Das gefällt mir sehr gut. Und ich persönlich finde Online-Schulungen besser als Präsenzveranstaltungen, da dies für mich ein hohes Maß an Flexibilität bedeutet, denn nicht zuletzt lassen sich die Schulungen besser in unseren Unternehmensalltag integrieren.

Kristin Hennig: Ich finde es gut, dass die Web-Seminare keine „Verkaufsveranstaltung“ sind. NORDWEST vermittelt viel Basiswissen und motiviert, bei der Digitalisierung nicht nachzulassen. Besonders gefallen haben mir die Beispiele aus anderen Branchen, die zugleich Anregungen für das eigene Business sind. |



Digitalisierung

**WIR
PACKEN
ES AN!**

Gütesiegel erneut verliehen



NW Connect als Zeichen für Verlässlichkeit

NORDWEST-Fachhandelspartner benötigen im digitalisierten Handel Systeme und Prozesse, die durchgängig sind und fest definierten Kriterien unterliegen. Mit NW Connect, dem NORDWEST-Gütesiegel, werden Systemhäuser ausgezeichnet, deren Warenwirtschaftssysteme diese Bedingungen erfüllen. So wurde aktuell der mittlerweile vierte Dienstleister prämiert.

„Es freut uns, dass wir nun SE Padersoft mit NW Connect auszeichnen konnten. Das Unternehmen passt gut zu unserer Digitalisierungsstrategie und hat schon einige unserer Handelspartner im Bereich der ERP-Systeme erfolgreich angebunden“, berichtet Martin Reinke, NORDWEST-Hauptbereichsleiter IT & E-Business. Durch das Gütesiegel muss sich nicht mehr der Handelspartner kümmern, ob seine Warenwirtschaftssysteme auf dem aktuellsten Stand sind und verschiedene Prozesse, wie elektronische Bestellungen, abbilden. Er kann sich ganz auf das von NORDWEST vergebene Gütesiegel verlassen.

Aber welche Kriterien müssen die Systemhäuser erfüllen, um das begehrte Siegel zu erhalten? Möglich sein müssen unter anderem

Anbindungen an den eSHOP, elektronische Bestellungen, Bestellbestätigungen, Lieferscheine sowie Rechnungen, Lagerbestandsabfragen online sowie Schnittstellen zu NW365.DATACONNECT. „Nur wenn diese Kriterien vollständig erfüllt sind, können unsere Handelspartner an der Digitalisierung ganzheitlich teilhaben und gelassen in die Zukunft sehen“, ergänzt Thomas Cramer, Bereichsleiter E-Business & IT-Beratung, „sie erhalten damit die Sicherheit, dass das verwendete Warenwirtschaftssystem die digitalen Prozesse zwischen ihnen und NORDWEST abbilden kann.“ | LD



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Thomas Cramer
Tel.: 0231 - 2222 5210
t.cramer@nordwest.com



SE Padersoft und Handelssoftware Unitrade

Ob Einzel- oder Großhandel, Zentralunternehmen oder Filialist: Die Handelslösungen von SE Padersoft kommen u. a. im Technischen Handel, im Baustoff-, Stahl- & Eisenhandel sowie in Bau- und Elektromärkten zum Einsatz. Die Handelssoftware Unitrade wurde mit dem Gütesiegel NW Connect ausgezeichnet – SE Padersoft wird somit als offizieller Systempartner des NORDWEST-Verbands geführt. Mit Unitrade stehen dem NORDWEST-Handelspartner alle digitalen Prozesse zur Kooperation zur Verfügung: Dazu gehören die Anbindung an den eSHOP, EDI, Lagerbestandsabfragen online als auch Schnittstellen zu Produktdaten. Dazu Sandra Saake, Geschäftsführerin von SE Padersoft: „Das Gütesiegel bedeutet für uns nicht nur, den bestehenden Unitrade-Anwendern die Digitalisierung zu erleichtern. Wir haben das weitgedacht

und bieten für neue Anwender ein komplett vorbereitetes System. Darin sind die NORDWEST-Artikeldaten bereits enthalten; mit Stammdaten, Bildern, Eigenschaften, Herstellerinformationen, Videos, Cross-Selling-Vorschlägen etc. Diese können sowohl für die professionelle Kundenberatung im stationären Verkauf vor Ort genutzt werden als auch im Web-Shop. Die Standard-Prozesse werden branchengenau voreingestellt. Für EDI ist nicht nur der Transfer vorbereitet, sondern auch die Weiterverarbeitung, z.B. Invoice geht direkt in die Unitrade-Rechnungsprüfung und ins Archiv. Und vieles mehr. Für die Systemeinführung müssen dann nur noch die individuellen Stammdaten, Preisstrukturen und besondere Abläufe eingerichtet werden. Das erleichtert die Einführung und garantiert einen guten Start.“ |



Für verlässliche Verbindungen



COLL.

met.

SELFIT

nyloc

CLICKE

Zertifizierte Qualität



**MADE
IN ITALY
SINCE 1950**



Heinz Hesse KG
Distribution

Yale Allee 17 · D-42329 Wuppertal
Telefon: 02 02 / 73 42 82 · info@heinz-hesse-kg.de

www.heinz-hesse-kg.de



Digitalisierung

WIR
PACKEN
ES AN!

NW365.DATACONNECT

PIM – das Optimierungstool für den Fachhandel

Für die Handelspartner sind mit DATACONNECT mehr als 600.000 Artikel in höchster Datenqualität abrufbar. Doch was ist mit den Artikeldaten, die nicht im System vorliegen und trotzdem auf Online-Portalen angeboten werden sollen? Auch hier sollte ein einheitlicher Datenstandard geschaffen werden, unabhängig von der Datenquelle. Für diesen Fall hat NORDWEST eine komfortable Lösung geschaffen: die Verknüpfung eines PIM-Systems mit NW365.DATACONNECT.

Denn damit können Fachhandelspartner künftig ihren gesamten Datenpool optimieren: bestehende Daten aus DATACONNECT können dann um Fremddaten des Handelspartners erweitert und nivelliert werden. So kann er auch die bestehenden Warengruppenstrukturen von DATACONNECT für seine eigenen Produkte nutzen.

„Um ihre digitalen Prozesse optimal verwalten zu können, sind unsere Fachhandelspartner auf qualitativ hochwertige Lieferantendaten angewiesen“, erläutert Holger Herrmann, bei NORDWEST Bereichsleiter Produkt-Daten-Service. Mit diesem PIM-System hat der Händler die Möglichkeit, sämtliche im Unternehmen verfügbare Produkt-Datensätze zentral an einem Ort zu sammeln, zu organisieren und zu standardisieren.

Neben den klassischen Funktionen, die ein PIM-System mit sich bringt, beinhaltet Master PIM bereits die NW365.DATACONNECT-Daten und ermöglicht, neue Artikeldaten in die bestehende Warengruppenstruktur einzupflegen. Somit kann der Fachhandelspartner die bereits gepflegten Basisklasseninformationen von NORDWEST auch für seine Artikeldaten nutzen und entsprechend harmonisieren.

Dazu bietet das Programm in einem optimierten Workflow an, Artikeldaten über Vorlagen automatisch zu importieren. Im nächsten Schritt werden diese dann auch zusammen mit den Daten aus DATACONNECT über beliebige Schnittstellen exportiert und damit in den stationären Handel, den eSHOP und andere digitale Vertriebskanäle übertragen.

Kurz gesagt, über das PIM-System lassen sich die gesamten Produktinformationen verwalten – angefangen bei der Artikelnummer und der Produktbeschreibung bis hin zu angehängten Bildern, Videos, Produktdatenblättern oder anderen zusätzlichen Dateien. Und im Idealfall ist das PIM im Unternehmen die zentrale Produktinformationsverwaltung, die von allen Mitarbeitern für die Produktsuche genutzt werden kann. | MF, Foto: whiteMocca/Shutterstock.com



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Holger Herrmann
Tel.: 0231 – 2222 5110
h.herrmann@nordwest.com

PIM

Ein Pilothändler berichtet

Der NORDWEST-Fachhandelspartner Möwius GmbH aus Hamburg nutzt im Rahmen eines Pilotprojekts Master PIM. Die NORDWEST News sprach mit Oliver Schönfeldt, Leitung IT und Projektmanagement bei Möwius, über die Erfahrungen mit dem Tool.

+ NORDWEST News: Herr Schönfeldt, was hat Möwius dazu bewogen, das PIM-System einzusetzen?

Oliver Schönfeldt: Im Prinzip waren es mehrere Gründe. Neben den Produkten von NORDWEST beziehen wir auch noch Artikel von weiteren Lieferanten. Hier gibt es bei der Datenqualität oftmals deutliche Unterschiede. Da wir diverse Shopsysteme bedienen und mit Artikeldaten versorgen, sind wir natürlich an einer Vereinheitlichung und Optimierung interessiert.

Im Rahmen der voranschreitenden Digitalisierung innerhalb des Unternehmens wurde dann die bestehende Datenstrategie intensiv beleuchtet. Zwangsläufig kamen wir zu dem Schluss, dass die sehr heterogenen Strukturen und Prozesse bei der Datenpflege enorme Kapazitäten binden und Prozesse verlangsamen. Gerade für das Ausleiten von Daten aus dem ERP-System über verschiedene Schnittstellen in die einzelnen Systeme werden effizientere Möglichkeiten durch eine einheitliche

Datenhaltung immer notwendiger. Mit dem PIM haben wir ein digitales Werkzeug erhalten, das uns bei der Entwicklung von weiteren Vertriebskanälen sowie beim Aufbau neuer Marketingstrategien in vielfältiger Weise unterstützt.

+ NORDWEST News: Wie verliefen die Ersteinführung und Einarbeitung in das System?

Oliver Schönfeldt: Das System nutzt die BMEcat-Datenstruktur als Basis. Von daher waren glücklicherweise keine kostenintensiven Projektstage für eine Erstkonfiguration (was in dem PIM-Umfeld sonst üblich ist) notwendig. Zugleich findet man sich schnell zurecht und die Oberfläche und Funktionalitäten sind intuitiv nutzbar. Und nicht zuletzt ist der Support seitens des Software-Anbieters hervorragend. Durch die flachen Hierarchien beim Anbieter fühlt man sich als Anwender jederzeit gut aufgehoben und hat immer einen kompetenten Ansprechpartner zur Stelle. Was sich besonders bewährt hat: Kundenindividuelle Anfragen können im System nun sehr zeitnah umgesetzt werden.

+ NORDWEST News: Welche Vorteile sehen Sie bei Master PIM?

Oliver Schönfeldt: Zuerst natürlich die direkte Anbindung unseres NORDWEST-

Die Möwius GmbH wurde 1984 von Wolfgang Möwius gegründet. Neben dem ursprünglichen Geschäftsbereich Arbeitsschutz ist das Unternehmen durch die Entwicklung des Shop-in-Factory-Konzepts in das C-Teile Management eingestiegen. Zur Möwius-Gruppe zählt seit 2004 auch die Walter Döring Technik GmbH & Co. KG.

Heute versorgt das Unternehmen gut 2.500 Kunden im In- und Ausland. Möwius ist auch Mitglied der KOMPASS-Gruppe. Für die Kunden von Möwius bedeutet dies, dass sie über NORDWEST auf ein hochwertiges und breites Sortiment an Persönlichem Arbeitsschutz zugreifen können. Darüber hinaus trägt der Austausch von Informationen über Markt und Einkauf sowie die Durchführung gemeinsamer Aktionen der KOMPASS-Gruppe dazu bei, dass die Kunden immer zu einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis einkaufen und stets bestens beraten werden.

<https://www.moewius.de>

eSHOPs. Dann die Möglichkeit zur Erstellung eigener, individueller elektronischer Kataloge mit klar definierten Sortimenten und Warengruppen. Und nicht zuletzt natürlich auch das Einleiten von automatisch aktualisierten Katalogdaten auf Basis von NW365.DATACONNECT.

+ NORDWEST News: Letzte Frage: Welche Fachhändler sind Ihrer Meinung nach Zielgruppe für die Nutzung des NW365.DATACONNECT im Zusammenhang mit Master PIM?

Oliver Schönfeldt: Aus meiner bzw. unserer Sicht sind es alle Händler, die zusätzlich zu DATACONNECT noch eigene Daten nutzen und standardisieren wollen, um diese auf Online-Plattformen bereit zu stellen. | MF, Fotos: Möwius



Oliver Schönfeldt, Leitung IT und Projektmanagement bei Möwius

Glasklarer Digitalisierungsplan für die nächsten Jahre



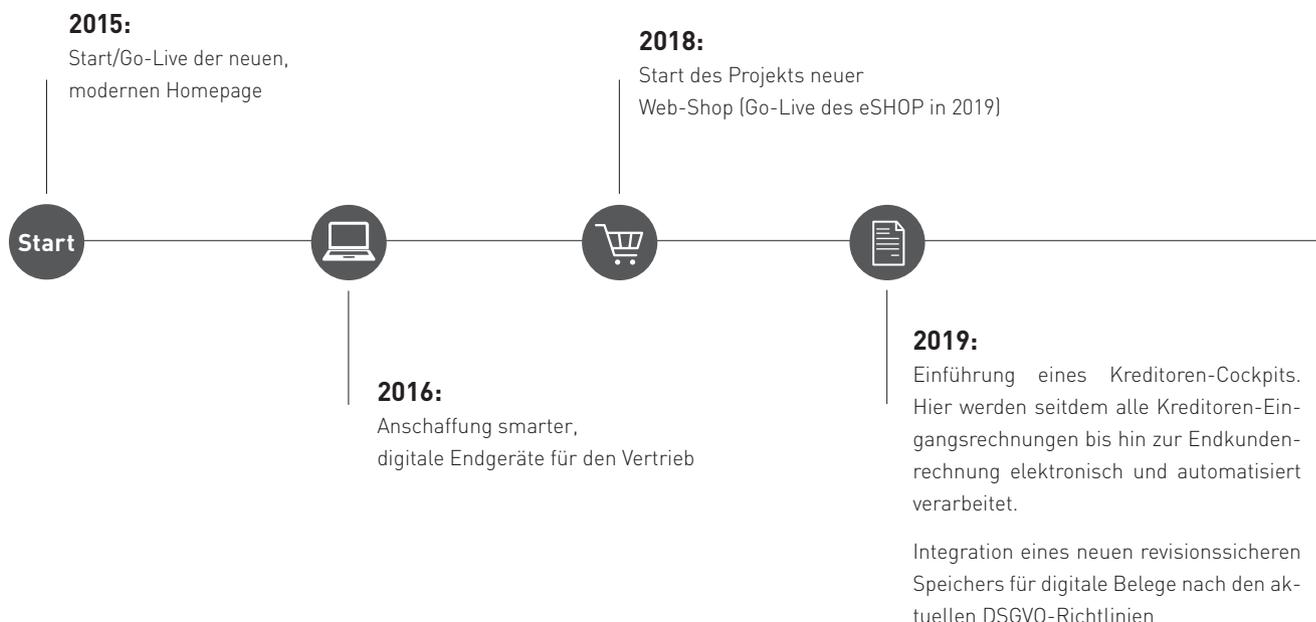
Der NORDWEST-Fachhandelpartner Atos GmbH ist in Sachen Digitalisierung bestens aufgestellt und verfolgt seit 2015 klare Ziele, die bis ins Jahr 2022 reichen. „Der mit Abstand größte und wichtigste Part unseres gesamten Digitalisierungsplans war und ist die neue Warenwirtschaft. Hier hatten wir mit unserem Altprodukt zwar ein ausgereiftes und funktionierendes System, welches aber noch auf Linux basierte und uns immer wieder Grenzen aufzeigte“, berichtet Brigitte Schneider, bei Atos für das Marketing verantwortlich.

Die Atos GmbH wurde 2003 von fünf Gesellschaftern gegründet – der Name steht für „Allgäuer Tool Service“. Das mittelständische, regional tätige Handelsunternehmen mit Sitz in Memmingen ist von Beginn an ein Vollsortimenter für Werkzeuge und Maschinen. In den Vertriebsbereichen Zerspanen-Spannen-Messen, Werkzeuge, Betriebseinrichtungen und Stationär-Maschinen versteht sich der Händler als kompetenter Ansprechpartner für Kunden aus der Industrie, dem Handwerk und dem metallverarbeitenden Gewerbe. Bereits bei der Unternehmensgründung vor 17 Jahren wurden sämtliche Vorgänge über das erwähnte, auf Linux basierende Warenwirtschaftssystem abgewickelt. Die Software wurde in Kooperation mit einem Softwaredienstleister erstellt und permanent weiterentwickelt. Bereits nach kurzer Zeit entstand ein erster eigener Internetauftritt, in dem auch eine Shop-Lösung implementiert wurde. Trotzdem kam die damalige Softwarelösung an ihre Grenzen.

DIE KUNDEN VERLANGTEN MEHR DIGITALISIERUNG

Etwa zehn Jahre nach der Unternehmensgründung waren viele erfolgreiche Kundenpartnerschaften aufgebaut. Schon zu dieser Zeit wurde vonseiten der Kunden, Lieferanten und Dienstleister der Wunsch nach mehr Digitalisierung laut. Doch auch unternehmensintern wurde die Notwendigkeit gesehen, denn die Schwächen der bis dahin bestehenden Warenwirtschaft kamen zusehend zutage. Themen wie beispielsweise das Generieren von Schnittstellen, die Neuanlage von Artikelstammdaten oder das Reporting waren aufgrund der nicht vorhandenen Voraussetzungen in der Linux-Programmiersprache nicht bzw. nur sehr schwer möglich. Praktisch ab 2013 wurde daher konsequent an einer neuen und langfristig angelegten Digitalisierungsstrategie gearbeitet. Ein wesentlicher Bestandteil der Strategie ist der Digitalisierungsplan. Heute arbeitet man bei Atos mit einem auf Windows basierendem System, das den Händler in die Lage versetzt, alle Tools nahezu selbstständig zu bedienen und auch zu befüllen. Ein weiterer positiver Effekt ist, dass die Kosten für IT-Dienstleister erheblich reduziert werden konnten, was wiederum freies Kapital für weitere Investitionen in die Digitalisierung schafft.

Im Jahre 2015 erfolgten dann der Startschuss und die Umsetzung des konkreten Digitalisierungsplans. Folgende Maßnahmen wurden seitdem realisiert und ins Tagesgeschäft integriert (siehe unten):





2003 wurde das Fachhandelsunternehmen von fünf Gesellschaftern gegründet (von links): Georg Herb, Technischer Verkauf, Außendienst, Florian Reich, Technischer Verkauf und Geschäftsleitung, Klaus Hiltensperger, Zerspanung und Anwendungstechnik, Klaus Mörz, Technischer Verkauf, Außendienst, Brigitte Schneider, Einkauf und Marketing, sowie Franz Reich, Stationärmaschinen und Geschäftsleitung.
Fotos: Atos GmbH

► Getreu dem Motto: „Zielsetzung, Planung und Kontrolle“ befindet sich der Digitalisierungsplan unter ständiger Überwachung. Das bedeutet, dass Anpassungen bei Bedarf sofort eingearbeitet und unter Berücksichtigung der Kostensituation terminiert werden. Doch trotz aller notwendigen Digitalisierungsschritte vertritt der

Fachhändler klar die Auffassung, dass der Faktor Mensch im PVH immer eine tragende Rolle spielen wird. Denn auch wenn die digitalen Beschaffungs- und Verarbeitungsprozesse immer wichtiger und optimierter werden, sind und bleiben es letztlich Menschen, die miteinander Geschäfte machen. | MF, Fotos: Atos GmbH
www.atos-werkzeuge.de

2020:

Projektstart des neuen ERP-Systems – das Go-Live der neuen Warenwirtschaft wird im 4. Quartal 2020 erfolgen

Anschaffung neuer Rechner und Monitore



4. Quartal 2020:

Schaffung von Home-Office-Arbeitsplätzen mit Hard- und Software



2021:

App-Lösung des neuen Warenwirtschaftssystems für den Vertrieb im Außendienst

Schulung der Mitarbeiter im Bereich IT
Ausstattung des neuen ERP-Systems mit neuen Schnittstellen zu Kreditoren und Debitoren

Anschaffung eines neuen Clientervers samt Datensicherungssystem



2022:

Verheiratung der Homepage mit dem eSHOP

Teilnahme an digitalen Katalogportalen wie Oxomi sowie an Bestell-Plattformen wie Onventis oder Simple-Systems



Hubert Graf Technisches Geschäft GmbH

90 Jahre Möglichmacher!

Als Hubert Graf am 1. August 1930 ein „Technisches Geschäft speziell für die Lieferung von Ersatzteilen und Bedarfsartikeln für die gesamte Textil-Industrie“ gründete, konnte er sich vermutlich noch nicht vorstellen, dass sein Unternehmen auch neunzig Jahre später noch erfolgreich am Markt tätig sein wird. Heute wird der NORDWEST-Handelspartner von Jürgen und Max Volbers, der auch im Jungunternehmerkreis Mitglied ist, geführt. Aus dem ehemals technischen Geschäft ist mittlerweile ein Vollsortimenter im Bereich Technischer Handel geworden.

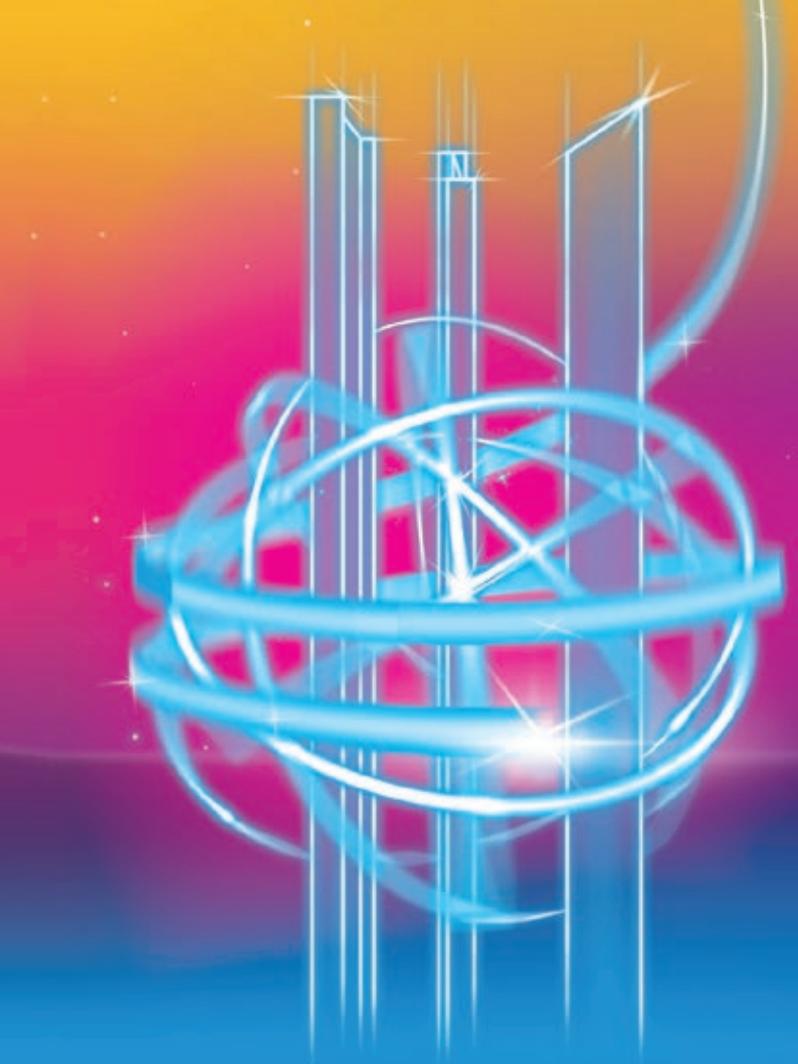
Bestand zur Gründungszeit ein Großteil des Kundenstamms aus Unternehmen der Textilindustrie aus der Region, so hat sich dies über die Jahre verändert. „Die gesamte Region, in der wir tätig sind, unterlag in den vergangenen Jahrzehnten einem strukturellen Wandel. Und damit haben wir auch unser Unternehmen weiter verändert und zukunftsfähig aufgestellt. Mittlerweile liegt unser Fokus auf Unternehmen aus Industrie und Handwerk – lokal bis global“, erläutert Geschäftsführer Max Volbers. Neben dem Warenvertrieb sind auch kundenindividuelle Anfertigungen oder Produktoptimierungen möglich und werden von den Kunden rege nachgefragt. Diese lässt die Hubert Graf GmbH nach Zeichnungen anfertigen oder entwickelt sie mit verschiedenen Herstellern. Hinzu kommt die stetig steigende Nachfrage nach ganzheitlichen Versorgungssystemen, C-Teile-Management und Prozessoptimierung – sei es in Form klassischer Regalsysteme oder Warenausgabeautomaten. Auch dies ist eine Entwicklung der vergangenen Jahre. „Service und Dienstleistungen werden unseren Kunden immer wichtiger, da auch sie sich verstärkt mit einer Optimierung der Prozesskosten auseinandersetzen müssen. Von daher bieten wir ein vollumfängliches Leistungsportfolio an, das keine Wünsche offen lässt“, so der Geschäftsführer weiter.

Insgesamt 25 Mitarbeiter, auch Möglichmacher genannt, kümmern sich um die Kunden. Die besondere Bezeichnung wurde im Rahmen verschiedener Markenworkshops entwickelt, aus denen der Slogan „Wir sind die Möglichmacher!“ hervorging.

HUBERT GRAF UND NORDWEST

Seit 2010 ist Hubert Graf Technisches Geschäft GmbH Handelspartner von NORDWEST und seit 2011 Mitglied in der Leistungsgemeinschaft InTECH. Die Entscheidung für eine Partnerschaft mit den Dortmundern fiel, als man bei Hubert Graf das Produktportfolio im Bereich Werkzeuge erweitern wollte und einen geeigneten Partner suchte. Mittlerweile arbeiten Handelspartner und Einkaufsverbund auf vielen Ebenen zusammen, unter anderem bei den Themen Digitalisierung und Prozessoptimierung. Und auch das Engagement in der InTECH sieht Max Volbers als Bereicherung an: „Der Austausch mit den Händlerkollegen ist wichtig für alle Beteiligten. Die Konzepte, die wir zudem gemeinsam erarbeiten, bringen uns gemeinschaftlich nach vorne und generieren für alle Parteien wichtigen Mehrwert.“ | LD, Fotos: Hubert Graf Technisches Geschäft GmbH





beam me up

#deinenächstedimension

kicherer.de/karriere



#deinenächstedimension

„Beam me up“

Employer Branding bei der Friedrich Kicherer GmbH & Co. KG – wie ein mittelständisches Familienunternehmen Zukunftsperspektiven kommuniziert.

Aktuell sind Werte wie Stabilität und Zukunftsfähigkeit bei der Wahl des Arbeitgebers wieder wichtige Themen. Eine Chance für den gefestigten Mittelstand, qualifizierte Fachkräfte und Auszubildende in der Region zu gewinnen.

Kicherer drückt mit seiner diesjährigen Kampagne verstärkt Optimismus und Kraft aus – auf sehr unkonventionelle und emotionale Weise. Aufgrund kontinuierlichen Wachstums ist Kicherer ein junges dynamisches Team, auch das sollte auf Anhieb und mit möglichst wenigen Worten vermittelt werden.

„WERDE SKYWALKER“:

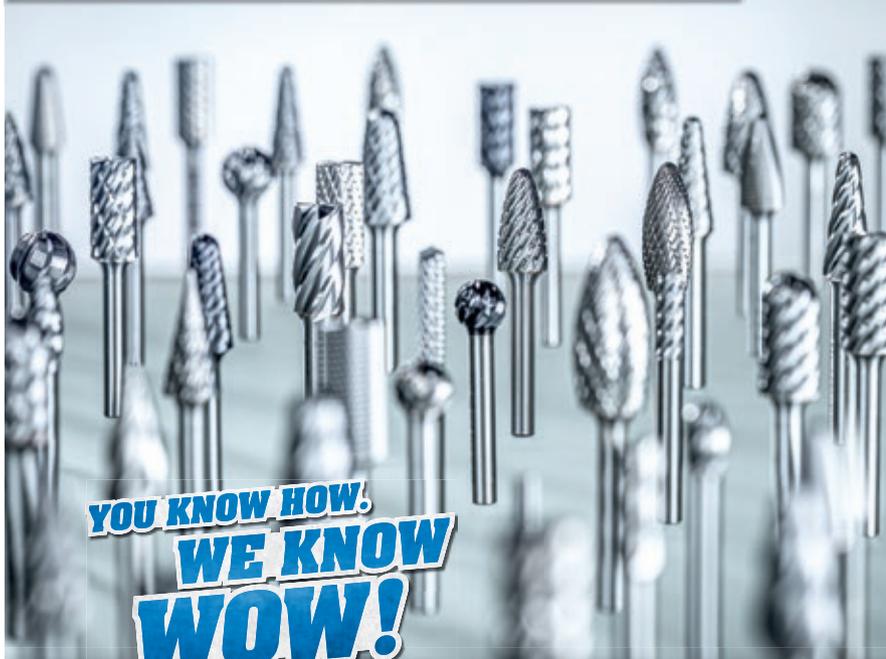
Inspiziert von Star Trek, Weltall und Lichtgeschwindigkeit wurde das „Kicherer-Space“ kreiert. Bekannte Wahrzeichen von Kicherer wurden im Lichtstrahlen-Design umgesetzt. Eine plakative Kampagne – ganz im Kicherer Spirit – optimistisch und in die Zukunft gerichtet. Die Kandidaten sollen animiert werden, das nächste Level anzustreben und mit Kicherer einen Partner zu finden, mit dem

man langfristig planen kann – Kicherer, #deinenächstedimension. Die Kampagne wird regional geschaltet und wird unter anderem auf Litfaßsäulen, Großflächen zu sehen sein. Begleitet wird die Außenwerbung von Social Media und einem Ausbildungsflyer, der regional gestreut wird.

„ZUSAMMEN STARK WIE STAHL“:

Ein Unternehmen, das kontinuierlich wächst, setzt auf Nachwuchs. Entsprechend breit ist das Ausbildungsportfolio von Kicherer: Kaufleute im Groß- und Außenhandelsmanagement, Industriekaufleute, Kaufleute im E-Commerce, Fachinformatiker Fachrichtung Systemintegration, Fachkräfte für Lagerlogistik und Berufskraftfahrer. Beim Dualen Studium (Dual Degree Bachelor of Arts BWL und Bachelor of Arts BWL) arbeitet Kicherer erfolgreich mit der Fernhochschule in Riedlingen (SRH) und der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) zusammen. In der Weiterbildung bietet Kicherer den Betriebswirt Stahlhandel (BDS) an. | Fotos: Kicherer

Maximaler Abtrag



**YOU KNOW HOW.
WE KNOW
WOW!**

Hartmetallfrässtifte für Hochleistungsanwendungen

- Optimale Zerspanungsleistung, hohe Aggressivität, gute Führbarkeit
- Merkliche Zeitersparnis und hohe Wirtschaftlichkeit im Vergleich zu herkömmlichen Frässtiften
- Auch mit hochwertiger HICOAT-Beschichtung erhältlich

Fragen Sie Ihren PFERD-Berater jetzt nach den leistungsstarken Hartmetallfrässtiften für Hochleistungsanwendungen.



Informationen zu unseren innovativen Produkten und Dienstleistungen finden Sie auf unserer Webseite.

www.pferd.com

VERTRAU BLAU



**GÜNZBURGER
STEIGTECHNIK**

**Sicherheit.
Made in Germany.**

Das neue Ein-Personen-Gerüst FlexxTower ist schnell, sicher und werkzeuglos in der Montage sowie praktisch in der Handhabung.

Wir entwickeln stets neue Ideen für ein Plus an Sicherheit. Denn wir wissen, dass Sicherheit ein Grundbedürfnis ist.

Unser Partner ist der Fachhandel.

www.steigtechnik.de





HERZLICH WILLKOMMEN

WIR BEGRÜßEN ...



Leysser Sanitär Heizung Fliesen GmbH

Chancen gesucht und gefunden



Stefan Juchem

Mit der Insolvenz im Frühjahr dieses Jahres brach eine Zeit der Ungewissheit für den Sanitär-fachhandel Leysser an. Aber das Traditionsunternehmen suchte gemeinsam mit dem Insolvenz-verwalter nach einer Lösung und wurde mit der Schünke-Gruppe, einem NORDWEST-Handelspartner, fündig. Dieser übernahm den Sanitär-großhandel. Damit haben sich viele neue Chancen für das Unternehmen ergeben.

Das Unternehmen blickt bereits auf 150 Jahre Geschichte zurück. Der Schwerpunkt: Sanitär, Heizung und Fliesen. Ausstellungen gibt es in Idar-Oberstein, Trier und Saarbrücken – zehn Standorte hat das Unternehmen insgesamt und beschäftigt rund 180 Mitarbeiter. Stefan Juchem ist ein Urgestein: seit 39 Jahren arbeitet er bei Leysser, hat dort bereits seine Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann absolviert und war zuletzt Vertriebsleiter. Mit der Neu-Strukturierung wurde er in die Geschäftsleitung des Unternehmens berufen. „Natürlich war die Insolvenz anfangs ein Schock, aber es hat die gesamte Mannschaft zusammengeschweißt und unser Wir-Gefühl gestärkt“,

berichtet er über die vergangenen Monate. Fairness und Transparenz – Werte, die das Unternehmen in Zusammenarbeit mit seinen Kunden lebt, lebt es auch in der Zusammenarbeit mit der eigenen Belegschaft. „Ich habe viele Gespräche mit unseren Mitarbeitern geführt und an den Zusammenhalt appelliert.“ Seitens der Geschäftsleitung wollte man offen mit der Situation umgehen.

Als mit der Schünke-Gruppe ein Investor gefunden war, war die Freude groß. „Ich war mir direkt nach den ersten Gesprächen sicher, dass wir gut zusammenpassen und sich hier starke Synergieeffekte ergeben werden. Das habe ich auch so im Unternehmen kommuniziert und für den neuen Eigentümer geworben.“ Die offenen Worte zeigten Wirkung: „Die Mitarbeiter, die allesamt übernommen wurden, zogen mit und haben ihr bestes gegeben. Wären nicht alle so positiv eingestellt gewesen, hätte diese Übernahme nicht funktioniert. Dafür bin ich sehr dankbar.“

VERSCHIEDENE KONZEPTE FÜR VERSCHIEDENE ZIELGRUPPEN

Schon vor der Insolvenz setzte das Unternehmen auf verschiedene Dienstleistungskonzepte, mit denen sich ein starker Mehrwert für die jeweilige Kundengruppe ergibt. „Mit der Übernahme durch Schünke können wir jetzt mehr Tempo generieren und viele Maßnahmen konkretisieren.“ Das Thema Multi-Channeling steht bei Leysser im Fokus: das Augenmerk liegt auf verschiedenen Zielgruppen, die das Unternehmen mit unterschiedlichen Konzepten anspricht. Juchem sieht

Leysser dabei ganz klar als Dienstleister. Als einer, der den Kunden um zeitintensive Aufgaben entlastet und unterstützt. „Es ist uns wichtig, die Bedürfnisse zu erkennen und uns entsprechend darauf einzustellen – das leben wir. So haben wir für verschiedene Zielgruppen verschiedene Konzepte entwickelt“, betont der Geschäftsleiter. Sämtliche Konzepte werden vor ihrem Start auf Herz und Nieren geprüft:

ZIELGRUPPE HANDWERK

Leysser übernimmt als Partner der ortsansässigen Handwerker verschiedene Funktionen. Sei es die klassische Warenbereitstellung über die verschiedenen Selbstentnahmelager oder die Warenbelieferung per Nachtsprung auf die Baustelle. Der Handwerker hat zudem selbstverständlich die Möglichkeit seinen Endkunden in einer der drei Leysser-Ausstellungen beraten zu lassen. Außerdem unterstützt ihn das Unternehmen bei Bedarf mit einem Vorwandkonzept – eine Vorfertigung kompletter Vorwände. „Das ermöglicht den Anschluss der Rohinstallation mit nur wenigen Handgriffen, denn Anstellen, Anschrauben und Anschließen genügt. Die dadurch entstehende Zeitersparnis weiß unser Handwerkspartner zu schätzen“, berichtet Stefan Juchem.

ZIELGRUPPE ENDKUNDE

Der Endkunde erhält in der Ausstellung eine Komplett- oder Teilbad-Beratung, auch Termine vor Ort auf der potentiellen Baustelle sind möglich. Handwerkskoordinatoren kümmern sich dabei um Aufmaß, Beratung und sämtliche spätere Abstimmungen zwischen dem Endkunden und den verschiedenen Gewerken. So hat der Kunde einen Ansprechpartner für all seine Belange und erhält alle Leistungen aus einer Hand. Bei Zusage seitens des Kunden

greift das Leysser-Handwerks-Netzwerk. Der Kunde erhält eine Fixpreis-Garantie mit entsprechendem Zeitplan. Der Schwerpunkt liegt bei den Einstiegs- und Komplettbädern.

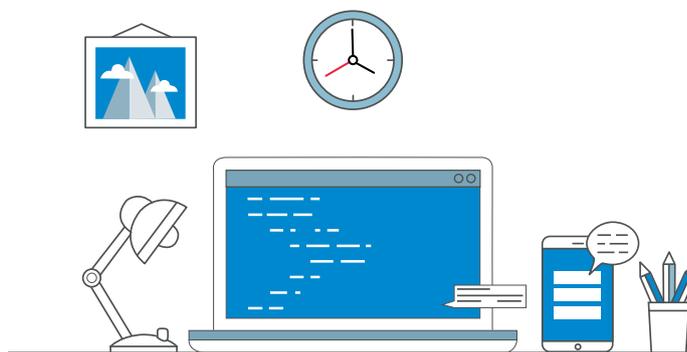
ZIELGRUPPE BAUMARKT

Das Unternehmen unterstützt seine Partner beim Aufbau einer zeitgemäßen Servicestruktur, so zum Beispiel bei der Logistik und einem starken Sortiment. Der Schwerpunkt liegt dabei auf dem Heizungssegment. Aber auch die breite Aufstellung Leyssers bei den Armaturen und kleinteiligeren Artikeln kommt dieser Zielgruppe zugute.

OPTIMISTISCHER BLICK IN DIE ZUKUNFT

Stefan Juchem ist sich der Herausforderungen, vor denen Leysser und auch die gesamte Branche stehen, bewusst. Lösungsansätze wurden bereits im Team entwickelt: „Wir werden uns mit unseren Konzepten in einer Nische positionieren. Und diese Konzepte sollen es rechtfertigen, dass wir am Markt sind und dort bestehen. Dazu haben wir das Werkzeug und dazu haben wir den Spirit!“ Dabei ist es ihm auch wichtig, auf die Arbeit im Verbund zu setzen. Als neues Hategro-Mitglied ist Stefan Juchem schon gespannt auf die zukünftige Zusammenarbeit, sei es mit den Händler-Kollegen oder auch den NORDWEST-Haustechnik-Verantwortlichen. „In den ersten Gesprächen war bereits eine gute Chemie spürbar. Man konnte spüren, dass wir gemeinsame Ansätze verfolgen.“ In Summe ist Stefan Juchem also nicht bang vor der Zukunft: „Nein, ganz und gar nicht. Die Entwicklungen der vergangenen Wochen, unser Neustart und unsere neuen Partner, sehen wir sehr positiv und als große Chance. Von daher blicke ich wieder optimistisch in die Zukunft.“ | LD, Fotos: Leysser www.leysser.de





Piel der Zukunft

Corona als Motor der Veränderung

Der NORDWEST-Handelspartner Piel hat während der anhaltenden Corona-Pandemie bisherige Glaubenssätze über Bord geworfen und das gemeinsame Arbeiten grundsätzlich umstrukturiert – und das nicht nur zeitlich begrenzt für die momentane Ausnahmesituation. Auch „danach“ soll die Arbeitskultur einen neuen Weg gehen. Die NORDWEST News sprach mit Geschäftsführer Mario Ernst und Prokuristin Manuela Plaßmann über das „Piel der Zukunft“.

+ NORDWEST News: Medias in res, wollen Sie Ihr neues Arbeitsmodell kurz umreißen?

Mario Ernst: Vorab möchte ich betonen, dass es sich um unseren individuellen Weg handelt. Er muss nicht zwingend für andere Unternehmen der passende sein. Wir haben allerdings bis jetzt gute Erfahrungen mit den Veränderungen bei uns im Haus gemacht. Also, was haben wir bei Piel gemacht, zwei Dinge:

1. In unseren Büros haben wir die Anzahl der Schreibtische reduziert und unseren Mitarbeitern freigestellt, vor Ort oder zu Hause zu arbeiten. Immer auch so, wie es uns die Pandemie erlaubt.
2. In unserer Arbeitskultur wagen wir mehr Transparenz und Vertrauen.

+ NORDWEST News: Wie ist es dazu gekommen?

Mario Ernst: Wir wollten uns im Frühjahr für einen potenziellen Lock-Down wappnen und testen, ob wir es als Unternehmen stemmen könnten, alle Mitarbeiter ins mobile Office nach Hause zu schicken.

Manuela Plaßmann: Dafür haben wir eine Task-Force gegründet, die sich genau mit diesem Thema auseinandersetzt, die daraus entstehenden Herausforderungen bewertet und Lösungen erarbeitet hat. Am 13. März war es soweit, wir haben einige Mitarbeiter für einen Probelauf nach Hause geschickt – und es hat funktioniert! Also folgten sofort alle Kolleginnen und Kollegen, deren Tätigkeit und heimische Ausstattung dieses zuließ. Alle Pielaner haben sich hervorragend auf die neue Situation eingestellt und die Technik hat auch ihren Dienst getan.

Mario Ernst: Dafür hatten wir bereits vor einiger Zeit eine Software-Telefonanlage angeschafft, die ein flexibles Arbeiten ermöglicht. Allerdings dachten wir zum Zeitpunkt der Einführung eher

an eine Anwendung in der Zukunft und nicht an einen sofortigen Einsatz aufgrund einer Pandemie.

Drei Tage später kam es dann in Deutschland zum Lock-Down. Zu dem Zeitpunkt sind wir noch davon ausgegangen, dass unsere Lösung ein Provisorium sei.

+ NORDWEST News: Und jetzt ist es das nicht mehr?

Manuela Plaßmann: Nein. Nach einiger Zeit haben wir unsere Mitarbeiter befragt. Wollten wissen, wie es ihnen mit der Heimarbeit geht und ob sie sich generell vorstellen könnten, dauerhaft im mobilen Office zu arbeiten. 90 % waren am Ende für ein hybrides Arbeiten mit Zeiten im Büro und in den eigenen vier Wänden.

Mario Ernst: Ich muss selbstkritisch sagen, dass dieses Thema vorher immer auch ein wenig Misstrauen bei mir hervorgerufen hat und ich mich schon gefragt habe, ob die Kolleginnen und Kollegen zu Hause ähnlich gute Leistungen erbringen können wie am Standort. Aber Corona hat uns gewissermaßen gezwungen, das Thema anzugehen und unser Vertrauen in die Pielaner wurde nicht enttäuscht.

Die Umfrageergebnisse haben wir als klaren Auftrag verstanden und unser Großraumbüro gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen umgestaltet. Tische wurden entfernt, feste Arbeitsplätze gibt es seitdem nicht mehr. Die Mitarbeiter, die ins Büro kommen, können ihren Platz frei wählen. Für private Gegenstände haben





Geschäftsführer Mario Ernst



Prokuristin Manuela Plaßmann

wir Ablagefächer geschaffen. Hier kann jeder morgens seine privaten Dinge mit zum gewählten Tisch nehmen und sie abends wieder zurücklegen.

Manuela Plaßmann: Allerdings funktioniert eine solche Veränderung unserer Meinung nach nur, wenn man auch in den Köpfen etwas bewegt, sich gemeinsam auf die Situation einlässt und eine Umgebung für Transparenz und Vertrauen schafft. Das ist ein fortwährender Prozess, den wir ebenfalls im Frühjahr aus der Gesamtsituation heraus angestoßen haben.

+ NORDWEST News: Was müssen sich unsere Leser darunter vorstellen?

Mario Ernst: In der Geschäftsleitung wollten wir mit gutem Beispiel voran gehen: Seit März kommunizieren wir täglich an unsere Mitarbeiter, wie es um unsere Geschäftszahlen steht. Dazu zählen besonders der Auftragseingang und die Veränderungen im Auftragsbestand. Zudem kommunizieren wir einen Monatsschnitt. Parallel dazu haben wir offen von Anfang an über das Thema Kurzarbeit gesprochen; dass wir diese vermeiden wollen, sie aber ab einer bestimmten Auftragseingangsgrenze im Unternehmen durchsetzen müssen. Wir haben uns damit alle gegenseitig motiviert: Die Mitarbeiter sind bei ihrer Arbeit extrem kreativ geworden und haben sich für Piel eingesetzt. August und September war es dann aber tatsächlich soweit, wir mussten für diese beiden Monate Kurzarbeit anmelden. Wichtig war uns in dieser Zeit, und ist es noch immer, unsere Mitarbeiter stets miteinzubeziehen, um niemanden emotional in dieser schwierigen Phase zu verlieren, und mit ihnen neue Maßnahmen zu entwickeln: Gemeinsam haben wir zum Beispiel Fragebögen für unsere Kunden entworfen, um herauszufinden, was sie bewegt und wo wir sie unterstützen können und daraus wieder neue Maßnahmen zur Marktbearbeitung erarbeitet. Allerdings stoßen wir uns nicht mit kurzfristigem Glücksrittertum gesund. Unsere Reputation ist unser Vermögen, also bleiben wir unserem Motto treu: Wir machen unsere Kunden einfach besser. In der Krise haben wir Grundlagen für Neues geschaffen und sind optimistisch, was das große Ganze anbelangt.

Manuela Plaßmann: Hinsichtlich der Transparenz haben wir zudem an unserer Feedback-Kultur gearbeitet und das 360° Feedback eingeführt. Hier werden unsere Mitarbeiter um wechselseitiges Feedback gebeten – damit wir uns als Organisation stetig verbessern. Das bedeutet, dass Rückmeldungen nicht mehr nur von den Vorgesetzten an die Mitarbeiter gegeben wird, sondern das auch untereinander erfolgt. Das war in der Anfangsphase sicherlich nicht immer leicht – weder das Geben noch das Annehmen von konstruktiver Kritik – aber mittlerweile funktioniert es gut und wird immer stärker bei uns im Haus gelebt. Das hilft Verständnis für die Aufgaben des anderen aufzubringen. Da wir sehr arbeitsteilig aufgestellt sind, können die Kolleginnen und Kollegen somit Prozesse neu bewerten und vielleicht auch bereichsübergreifend den einen oder anderen Denkanstoß geben oder sich in die Situation des Gegenübers besser hineinversetzen.

Mario Ernst: Corona wirkt wie ein Katalysator. Es zeigt uns deutlich, wo Handlungsbedarf besteht. Die aufkommenden Themen gehen wir zielstrebig an und versuchen dabei aber immer, unserer Linie treu zu bleiben. Aus der Belegschaft gab es viele positive Rückmeldungen, die uns in unserem Weg bestärken.

+ NORDWEST News: Welche Entwicklung wünschen Sie sich diesbezüglich für die zukünftige Ausrichtung Ihres Unternehmens?

Mario Ernst: Wir wollen das Alte stärken und Neues wagen. Nur so können wir auch in Zukunft erfolgreich sein. Unsere Mitarbeiter müssen in dem Rahmen das Gefühl entwickeln, Pielaner zu sein. Dieser ist leistungsbereit und verantwortungsbewusst, feiert seine Erfolge, geht aber auch offen mit Misserfolgen um. Wir wollen den Menschen die Chance geben, sich dahingehend zu entwickeln. Bisher haben wir, auch hier wieder ganz selbstkritisch, nicht die Notwendigkeit dazu gesehen. Aber 2020 hat uns gezwungen, Dinge umzusetzen, um weiterhin erfolgreich zu sein. Und am Ende des Tages spürt der Kunde diese Veränderung und ist auch zukünftig hoffentlich von uns begeistert. | LD, Fotos: Piel

Schwarzwaldeisen-Gruppe

**„Der Glaube daran, dass man
morgen besser ist als heute“**



Der geschäftsführende Gesellschafter der SchwarzwaldEisen-Gruppe Dr. Steffen Auer brennt für sein Unternehmen, das er gemeinsam mit seinem Bruder Ingo als Gesellschafter lenkt. Der Handelspartner aus dem Schwarzwald hat sich in den vergangenen Jahren einer starken Expansionsstrategie verschrieben, ohne dabei beliebig zu werden. Unaufgeregt aber engagiert berichtet der promovierte Chemiker der **NORDWEST News über die Chancen und Risiken der vergangenen Jahre.**

1870 in Zell am Harmersbach gegründet, damals noch ganz klassisch als kleine Eisenwarenhandlung, die die Bürger und Gewerbetreibenden vor Ort versorgte, wird das Unternehmen heute in vierter Generation von den Brüdern Steffen und Ingo Auer geführt.

Knapp ein Jahrhundert später hatte sich das Unternehmen jedoch so vergrößert und seinen Fokus auf den Stahlhandel gelegt, dass der Platz in Zell zu knapp wurde und das Unternehmen nach Lahr zog, von wo aus bis heute die Unternehmensgeschicke gelenkt werden. Parallel war Familie Auer der erste Franchisepartner vor ca. 50 Jahren bei einer großen deutschen Baumarktkette, sechs Märkte werden heute betrieben.

WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG UND EXPANSION IM STAHL

2009 wagte Dr. Steffen Auer, der 2008 in das elterliche Unternehmen einstieg, den Sprung in die Anarbeitung von Stahlprodukten und konnte damit seinen Kunden neben dem ausschließlichen Verkauf nun auch individuelle Dienstleistungen anbieten. Fünf Jahre später wurde dieser Bereich vergrößert und an einen neuen Standort in Freiburg umgezogen. Seither befindet sich dort die Anarbeitung auf rund 10.000 m².

2011 eröffnete SchwarzwaldEisen einen weiteren Standort am Hochrhein in Bad Säckingen (zuerst Lörrach), wodurch sich das Einzugsgebiet des Handelspartners und der Umsatz vor Ort schlagartig vergrößerten. 2012 und 2017 wurde am Standort Lahr die Stahlhalle auf 8.000 m² erweitert inklusive eines automatischen Hochregals mit 1.200 Plätzen. 2014 expandierte das Unternehmen mit der Übernahme der Kuss-Gruppe in den Westerwald und das Rheinland und gründete die Westerwaldstahl GmbH. 2019 stieg das Unternehmen Hürlimann mit ein: dadurch hat das heutige Unternehmen Westerwald & Hürlimann Stahlhandel GmbH & Co. KG drei Standorte in Ransbach-Baumbach, Altenkirchen und Andernach.

Und 2020? Auch da standen alle Zeichen auf Erweiterung der Unternehmensgruppe mit der Übernahme des nur wenige Kilometer entfernten Wettbewerbers im Bereich Betonstahl Willi Stober GmbH & Co. KG in Kippenheim. Wenige Monate später stand zudem der Walzstahlbereich von Stober in Karlsruhe zum Verkauf und Steffen und Ingo Auer griffen zu. Alle 50 Mitarbeiter an beiden Standorten wurden übernommen. Dadurch erschloss sich eine weitere Region als chancenreicher Markt und ganz Baden und das Elsass können gut bedient werden. ▶





Das automatische Hochregallager mit 1.200 Plätzen.

Die Unternehmensgruppe bietet ein breites und tiefes Sortiment an: Walzstahl (lang/flach), Betonstahl, Edelstahl/Aluminium und Qualitäts-/Blankstahl. Bei den Anarbeitungen kann der Kunde auf eine große Palette an Leistungen zurückgreifen, so zum Beispiel Sägen, Bohren, Fräsen, Strahlen, Konservieren, Senken, Markieren oder Gewinde schneiden. Beliefert werden die Kunden mit dem eigenen Fuhrpark.

... IM BEREICH BAUELEMENTE

Die Schwarzwaldelemente GmbH wurde 2016 von Steffen und Ingo Auer gegründet und hat neben ihrem Hauptsitz in Lahr noch zwei weitere Standorte in Stockach und Konstanz aufgebaut. Über die erworbene Eurodoor Schweiz AG mit Sitz in Basel ist das Unternehmen auch im benachbarten Ausland vertreten. Der Schwerpunkt liegt auf dem Objektgeschäft für Türen und Tore – Holz und Stahl sind die bevorzugten Werkstoffe. Eigene Bauleiter und Servicemitarbeiter sorgen für einen reibungslosen Ablauf der Aufträge und garantieren den Kunden Service aus einer Hand. Aktuelle Referenzobjekte sind der Neubau des SC Freiburg Stadions, die Erweiterung des Krankenhauses Frankfurt-Hoechst oder das Airrail-Center am Frankfurter Flughafen.

... IM BEREICH ARBEITSSCHUTZ

Seit 2013 ist die Unternehmensgruppe auch im Bereich Arbeitsschutz aktiv, damals noch mit dem Unternehmen Kaman + Winkler. 2015 bündelte Geschäftsführer Ingo Auer die Aktivitäten gemeinsam mit dem Unternehmen Ketterer + Liebherr zur Kaman + Liebherr Arbeitsschutz GmbH mit Standorten in Freiburg, Lahr, Ettlingen und Lörrach. Dabei entstanden verschiedene Synergieeffekte, wie zum Beispiel ein breiteres Leistungsangebot und ein noch stärkeres Vertriebsteam, das die Kunden auch direkt vor Ort beraten kann.

Stand heute erstreckt sich das Einzugsgebiet der Schwarzwaldeisen-Gruppe von Baden, über das Elsass und die Pfalz bis zur Schweiz. Mit der Erweiterung um Westerwaldstahl werden zudem Regionen rund um den Westerwald bis Köln und zum Rhein-Main Gebiet abgedeckt. Der Umsatz der Gruppe steigt seit 2008 kontinuierlich um mehr als 10 % pro Jahr und liegt 2020 bei ca. 110 Mio. Euro. 50 Mitarbeiter waren es damals, heute sind es mehr als 350 – ein Großteil davon wurde selbst ausgebildet. Neun neue Standorte sind seit 2008 dazu gekommen: sechs im Stahl, drei im Bereich Bauelemente. Das kleine Einzelhandelsgeschäft in Zell bestand übrigens noch bis 2019 und wurde bis zuletzt von Helene Auer, der Mutter von Steffen und Ingo Auer, bewirtschaftet.

+ NORDWEST News: Die Schwarzwaldeisen-Gruppe hat eine beeindruckende Entwicklung in der jüngeren Vergangenheit hinter sich. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Dr. Steffen Auer: Strategische Investitionen und der Fokus auf die richtigen Standbeine, starke Partner, sei es mit dem NORDWEST-Verbund oder verschiedenen Dienstleistern, Erkennen der Kundenbedürfnisse und eine Belegschaft, der wir großes Vertrauen entgegen bringen.

+ NORDWEST News: Sie leiten gemeinsam mit Ihrem Bruder Ingo, der 2012 ins Unternehmen eintrat, die Unternehmensgeschicke. Wie teilen Sie sich die Arbeit und wie ergänzen Sie sich?

Dr. Steffen Auer: Bezüglich der Arbeit sind wir aufgeteilt. Mein Bruder legt seinen Schwerpunkt auf die Westerwald + Hürlimann Stahlhandel GmbH & Co. KG sowie die Biegerei und den Arbeitsschutz. Mein Metier sind bei Schwarzwaldeisen der Walzstahl und Schwarzwaldelemente. Wir kommen beide ursprünglich nicht aus dem Stahlhandel, was wir ganz klar als Vorteil sehen. Wir stellen vieles in Frage, damit wir neue Wege einschlagen können. Wir sind beide vertriebslich orientiert, so dass wir von der Strategie her immer zusammenfinden. Und unterstützt werden wir bei der täglichen Arbeit zusätzlich von vier hervorragenden Geschäftsführern, die über jahrelange Erfahrung in ihren jeweiligen Bereichen verfügen.

+ NORDWEST News: Starten wir direkt mit dem ersten Stichwort „strategische Investitionen“ – füllen Sie es gerne mit Leben.

Dr. Steffen Auer: Dieses Thema zieht sich durch unsere Familie. Schon mein Vater und mein Großvater haben in verschiedene Bereiche investiert: Meine Eltern hatten unter anderem ein Sportgeschäft und eine Nudelfabrik geführt. Mein Bruder und ich haben das Unternehmen dann auf die zwei Standbeine Stahl und Bauelemente ausgerichtet und konnten damit in den vergangenen Jahren starkes Wachstum generieren – unter anderem durch eine Mehrstandort-Strategie. Wir wollen nah am Kunden sein und können ca. alle 40 Kilometer eine Niederlassung vorweisen.

+ NORDWEST News: Um genauer zu sein, waren es neun neue Standorte zwischen 2008 und heute – ein ordentliches Tempo und auch ein hohes Risiko. Was hat Sie dennoch dazu bewogen, es einzugehen?

Dr. Steffen Auer: Uns war klar, dass wir uns vergrößern müssen, wenn wir auch zukünftig eine Rolle spielen wollten – und das aber in ausgewählten Fokusbereichen, also dem Stahlhandel und im Projektbereich für Bauelemente. Und oft sind wir in nicht so leicht zugänglichen Regionen unterwegs, z.B. im Schwarzwald oder Westerwald, wo aber sehr etablierte Schlosser und Metallverarbeiter ansässig sind. In diesen Fällen scheut sich der ein oder andere überregionale Wettbewerber vor der täglichen Belieferung. Diese Lücke füllen wir gern und das mit nachhaltigem Erfolg: Heute sind wir im Walzstahl bei Schlossern und im Objektgeschäft bei Bauelementen Marktführer in Baden.

+ NORDWEST News: Können Sie darstellen, wie die Übernahme eines neuen Standortes abläuft?

Dr. Steffen Auer: Tempo ist das Gebot der Stunde. Neue Standorte können wir binnen weniger Wochen an unser System anbinden, da unser Warenwirtschaftssystem über alle Standorte einheitlich ist, das heißt zum Beispiel alle Artikel nur einmal angelegt werden – das gilt sowohl für das ERP-System als auch die Logistik. Sonderprogrammierungen gibt es bei uns nur ganz wenige, wir setzen auf den Standard unseres Systemhauses. Parallel werden die Mitarbeiter entsprechend geschult, erhalten neue Rechner und neu eingerichtete Büros. Und, was man nicht vergessen darf, wir machen die Mitarbeiter auch mit unserer Unternehmenskultur vertraut. Die organisatorischen Abläufe gehören bei den Übernahmen in der jüngsten Vergangenheit für uns mittlerweile zur Routine. Aber klar geht auch mal etwas schief. Wichtig ist, risikobereit zu bleiben und den festgelegten Plan zu verfolgen.

+ NORDWEST News: Welche Entwicklungen hatten den stärksten Einfluss auf Ihr Unternehmen?

Dr. Steffen Auer: 1. Die Übernahme der Kuss-Gruppe im Westerwald und die damit verbundene Gründung der Westerwaldstahl GmbH. In dieser Region waren wir noch nicht aktiv, sahen aber das Potential. Diese Übernahmeoption kam für uns zudem recht überraschend und war mit ganz anderen Risiken verbunden als die vorigen Unternehmenserweiterungen. Denn mit dieser Übernahme hatten wir uns praktisch verdoppelt.

Und mit der Hinzunahme des Standortes in Andernach sind wir in der Region noch besser vertreten. Das ist unser Ziel: den Marktanteil in unserer Region zu steigern.

2. Die Übernahme von Stober in diesem Jahr. Willi Stober war ein Wettbewerber im Bereich Betonstahl in Kippenheim, also in unmittelbarer Nachbarschaft zum Standort Lahr, an dem wir schon längere Zeit interessiert waren. Jetzt hat es endlich geklappt. Wir haben im vergangenen Jahr sämtliche Mitarbeiter und Maschinen zu uns nach Lahr geholt. Als dann im Herbst plötzlich die Möglichkeit bestand, auch den Karlsruher Standort von Willi Stober mit dem Schwerpunkt Walzstahl zu übernehmen, haben wir nicht gezögert. Denn dort waren wir noch nicht mit einem Standort vertreten und hatten vor drei Jahren mit einem Außendienstmitarbeiter in der Region begonnen.

3. Die Gründung unserer Firma Schwarzwaldelemente GmbH und die Expansion in die Schweiz. Wir sind bei Türen und Toren sehr stark gewachsen und mittlerweile ein ernstzunehmender Marktteilnehmer im Projektgeschäft geworden. Projekte wie z.B. der Stadionneubau des SC Freiburg machen dabei natürlich besonders Spaß.

+ NORDWEST News: Für welche Branche schlägt Ihr Herz?

Dr. Steffen Auer: Das ist eine sehr gute Frage, aber ich denke für beide gleich stark. Beide Geschäftsbereiche haben ihre Risiken, aber auch ihre Reize. Projekte mit Bauelementen sind ertragsstärker, aber auch gleichzeitig mit höherem Risiko belegt. Vermisst man sich an entscheidender Stelle, ist die gesamte Lieferung unbrauchbar. Das Stahlgeschäft hingegen ist sehr spekulativ, da sich die Preise stetig verändern, und investitionsintensiv, da man die Ware in großen Mengen am Lager haben sollte. ▶



Schwarzwaldeisen bietet den Kunden ein umfangreiches Anarbeitungsprogramm.



Die Kunden werden über den eigenen Fuhrpark beliefert.

+ NORDWEST News: Sie sprachen zu Beginn das Thema „Erkennen der Kundenbedürfnisse“ an. Was ist Ihnen diesbezüglich wichtig?

Dr. Steffen Auer: Dass die Chemie und das Tempo stimmen. Die Ware ist vergleichbar, damit können wir uns nicht zwingend differenzieren. Den Mehrwert bieten wir erst dadurch, dass wir uns individuell auf jeden Kunden einstellen und schnell sind. So erhält jeder Kunde binnen 30 Minuten nach Anfrage sein persönliches Angebot.

+ NORDWEST News: Wie sieht die angesprochene Individualität aus?

Dr. Steffen Auer: Für jeden Kunden haben wir im Innen- und Außendienst exakt einen Ansprechpartner, am besten aus derselben Region. Die Kunden schätzen die beiden festen Ansprechpartner sehr und fühlen sich stärker wertgeschätzt. Wenn die Chemie nicht stimmt, halten wir nicht auf Biegen und Brechen an der Zuteilung fest, sondern suchen für alle Beteiligten eine optimale Lösung, denn diese Beziehung Kunde – Kundenberater muss einfach passen.

Dann stellen wir uns bei den Lieferungen ganz auf die jeweiligen speziellen Anforderungen ein: Wie muss die Ware für den Kunden verpackt sein? Wo soll sie auf dem LKW liegen? Das alles planen wir detailliert mit ein und ist bei uns in der EDV hinterlegt, um den Kunden in seiner Arbeit zu entlasten. Und selbst wenn wir hin und wieder eine unrentable Lieferung mit Kleinmengen für den Kunden in Kauf nehmen, wissen wir, dass es der Kundenbindung dient.

+ NORDWEST News: Kommen wir zu den starken Partnern, die Sie anfangs erwähnten. Was braucht es in diesem Zusammenspiel?

Dr. Steffen Auer: Ein solches Wachstum hätten wir ohne NORDWEST nicht hinbekommen. Der Verband ist natürlich happy, wenn wir in unser Wachstum investieren. Und wir sind dankbar für die verschiedenen Synergieeffekte, die sich bieten, und die Möglichkeit zur Mitarbeit – sei es über den Stahlbeirat oder die Produktkreise, worüber wir auch das Geschäft aktiv mitgestalten können. Wichtig ist, dass Vertrauen vorhanden ist und dass beide Parteien von der Kooperation profitieren.

Ebenso verhält es sich auch mit der Zusammenarbeit mit unseren Dienstleistern in der Logistik und der IT. Uns ist ein gutes Teamwork wichtig. Aber auch, dass unsere Bedürfnisse erkannt werden. Dafür sind wir verlässliche Kunden und stellen uns gerne als Pilot für so manches Projekt zur Verfügung. Es ist also ein stetes Geben und Nehmen.

+ NORDWEST News: Erzählen Sie etwas über Ihre Belegschaft, die Sie anfangs erwähnten. Was zeichnet sie aus Ihrer Sicht aus?

Dr. Steffen Auer: Nun, um bei uns zu arbeiten, muss man aus meiner Sicht schon ein gewisser Menschenschlag sein. Uns ist sehr daran gelegen, unseren Mitarbeitern viele Freiheiten zu geben und sie eigenverantwortlich entscheiden zu lassen – das muss man als Mitarbeiter wollen und das tun sie auch. So können beispielsweise unsere Stahlverkäufer bei uns selbständig Preise verhandeln und festsetzen.

+ NORDWEST News: Dafür braucht es auf beiden Seiten ein großes Vertrauen.

Dr. Steffen Auer: 60 % unserer Mitarbeiter haben wir selbst ausgebildet, kennen sie also lange und gut. Verantwortung übertragen wir sehr schnell. So gibt es bei uns viele Abteilungsleiter, die mit Anfang 30 schon in Führungspositionen gekommen sind. Das stärkt das Selbstvertrauen und schafft neue Erfahrungswerte. Außerdem ist uns wichtig, dass unsere Tür immer offen steht und wir jederzeit für alle Mitarbeiter ein offenes Ohr haben.

+ NORDWEST News: Wie sieht es aus mit Fluktuation?

Dr. Steffen Auer: Die Fluktuation ist sehr gering. Ein Teil unserer Mitarbeiter ist bereits seit 45 Jahren bei uns. Letztens hat ein 80-jähriger Mitarbeiter aufgehört, der bereits 50 Jahre bei uns war: er hat noch einen Kunden betreut, was ihm sehr wichtig war. So viel Engagement wissen wir wirklich zu schätzen.

+ NORDWEST News: Wir haben jetzt schon eine ganze Menge über Ihr Unternehmen erfahren. Was ist denn Ihre persönliche Motivation bei der Sache?

Dr. Steffen Auer: Der Glaube daran, dass man morgen besser ist als heute. Ich persönlich baue gerne etwas Neues auf, denn das führt zu neuen Erkenntnissen.

Wir wollen unser Unternehmen strategisch voranbringen und haben das bis heute konsequent durchgezogen. Hier kann ich auch für meinen Bruder sprechen: Das motiviert uns unglaublich. Und das wirkt sich nicht nur auf uns, sondern auch auf die Mannschaft aus, die dann ebenfalls mitzieht. | LD, Fotos: Schwarzwaldeisen

www.schwarzwald-eisen.de
www.wwh-stahl.de
www.schwarzwaldelemente.de
www.kaman-liebherr.de

lieber.logisch.lagern



» Der SCHULTE 3D-Configurator

Egal ob Fachbodenregale, Palettenregale oder Kragarmregale – mit dem SCHULTE 3D-Configurator für Fachhändler lässt sich die passende Anlage einfach konfigurieren, in Echtzeit visualisieren und anschließend als fertiges Angebot ausgeben.

Ihre Vorteile:

- » 3D-Visualisierung der konfigurierten Regale in Echtzeit
- » Online vor Ort über PC, Laptop oder Tablet nutzbar
- » Direkte Angebotserstellung
- » Online-Bestellfunktion
- » 24 Stunden am Tag an 365 Tagen im Jahr



www.schulte-lagertechnik.de

Clever Diamond GmbH

Freude an der Arbeit bringt den Erfolg

60 Jahre im Beruf, 35 Jahre davon als Geschäftsführer im eigenen Unternehmen: Udo Clever ist eine Ausnahme in der heutigen Zeit. Seit 1985 leitet er die Geschicke seines eigenen Unternehmens Clever Diamond mit Sitz in Remscheid. Auf 60 Jahre Berufserfahrung blickt er mittlerweile zurück.



Udo Clever blickt auf 60 Jahre Berufstätigkeit zurück.

Direkt nach der Volksschule ging es für den jungen Udo Clever mit einer Ausbildung zum Industriekaufmann beim Edessö-Werk in Remscheid los. Nach erfolgreich absolvierter Abschlussprüfung kümmerte er sich um den Export seines Arbeitgebers, den er bis zu Beginn der achtziger Jahre verantwortete und in dieser Zeit von 12 auf nahezu 70 % steigerte. Eine Aufgabe, die ihn etliche Male um den Globus führte. Schon damals waren die Diamantwerkzeuge sein Metier. Danach war er zwei Jahre als Geschäftsführer des Remscheider Werkzeugherstellers Solida tätig, bevor er den Sprung in die Selbständigkeit wagte.

„Ich hatte zu dem Zeitpunkt bereits genügend Erfahrung mit Diamantwerkzeugen und auch jede Menge Selbstvertrauen“, berichtet der Geschäftsführer mit einem Schmunzeln, „so dass ich diesen Schritt einfach wagen und es anders als alle anderen machen wollte. Dafür habe ich allerdings auch hart kämpfen müssen. Aber letzten Endes hat die Freude an der Arbeit den Erfolg gebracht.“ Die ersten Jahre arbeitete der Geschäftsführer allein mit seiner Frau

und einem weiteren Mitarbeiter, der für den Versand der Ware zuständig war.

Clevers Ausdauer wurde belohnt. „Ich bin stolz sagen zu dürfen, dass mein Unternehmen nach 35 Jahren, mit der Spezialisierung auf den Handel mit Diamantwerkzeugen, eine der bedeutendsten Firmen in Europa ist.“

Über 50 Mitarbeiter sind bei Clever Diamond beschäftigt. Der Fokus liegt ausschließlich auf dem Fachhandel. Partner und Unterstützer des Handels wolle man sein und dieser Entscheidung auch zukünftig treu bleiben. Ob kundenindividuelle Kataloge, Preislisten oder Verpackungen sowie maßgeschneiderte Werkzeuge – jeder Kunde erhält ein eigenes Leistungspaket. „Private Label anzubieten, ist unsere Strategie. Denn wer hört und liest nicht gerne seinen eigenen Namen“, erläutert Udo Clever das Unternehmenskonzept.

WEITERENTWICKLUNG ALS EVOLUTIONÄRER SCHRITT

Seit einigen Jahren führt Udo Clever die Unternehmensgeschicke gemeinsam mit Oliver Schleipen, der 2015 in die Geschäftsführung eintrat. Gemeinsam hat das Duo den Markenauftritt von Clever Diamond modernisiert und dabei geschickt mit dem Bewährten verbunden. Evolution statt Revolution lautete das Motto dabei, das auch auf interne Prozesse angewendet wurde.

Ans Aufhören denkt der Firmengründer noch lange nicht, zu viel Spaß macht ihm seine Aufgabe. „Ich liebe meine Arbeit und genieße es sehr, gestalten zu dürfen. So lange ich gesund bin, möchte ich das so fortführen.“ | LD, Fotos: Clever Diamond.





e^{vent}ta

Business-Software
für erfolgreiche
Unternehmen

Fit **4** Future

www.nissen-velten.de

Erkunden Sie unsere
Produktvielfalt
www.bedrunka-hirth.de

bedrunka+hirth

Workplace up to date – mehr Raum zum Arbeiten

www.bedrunka-hirth.de





C + P Möbelsysteme

Innovation und Zukunftsorientierung mit starken Wurzeln

TRADITIONELL GUT: EINRICHTUNGS- UND AUFBEWAHRUNGS-LÖSUNGEN VON C + P

Seit rund 100 Jahren entwickelt und produziert C + P Möbelsysteme qualitativ hochwertige und attraktiv designte Einrichtungs- und Aufbewahrungslösungen für verschiedene Branchen und Anwender. Die Basis aller Produkte, das ressourcenschonende Material Stahl, garantiert dabei Stabilität, Wertbeständigkeit, Nachhaltigkeit sowie höchst variable Gestaltung und Optik.

Schon immer setzt das Unternehmen dabei auf die Kombination von umfassender Erfahrung mit kontinuierlichem Fortschritt – das macht C + P seit 1925 zu einem kompetenten und verlässlichen Partner in der Innenraumgestaltung. Als eines der marktführenden Unternehmen im Bereich Umkleide- und Schließfachlösungen ist C + P nicht nur Profi in puncto Spinde und Stauraum. Zum umfangreichen Produktportfolio gehören auch Lager- und Betriebseinrichtungen, Lösungen für Büro und Archivierung sowie Begrünung und Klimatisierung. Ein umfassendes Serviceportfolio, von Planung und Beratung über den Transport mit der hauseigenen Logistik bis hin zur Montage, macht C + P zum ganzheitlichen Anbieter.

STRATEGISCH MIT KLAREM BLICK AUF DIE ZUKUNFT AUSGERICHTET

Tomas Kirschenfauth lenkt seit Oktober 2017 als Vorsitzender der Geschäftsführung die Geschicke des Unternehmens. Mehr denn je setzt er dabei auf technologische Weiterentwicklung, stetige Ver-

besserung der Servicequalitäten und zielgerichtete, intelligente Produktinnovationen. Diesen Weg hat C + P auch im Corona-Jahr 2020 konsequent weiterverfolgt.

So stehen beispielweise bereits jetzt rund 14.000 Artikel im BMEcat-Format zur Verfügung, um Handelspartner bei ihren Vertriebsaktivitäten optimal zu unterstützen – Tendenz steigend. Der Bereich OFML-Planungsdaten wird ebenfalls kontinuierlich ausgebaut. Ein umfangreiches Lagerprogramm mit innerhalb von einer Woche abgehend lieferbaren Artikeln macht auch kurzfristige Kundenwünsche realisierbar.

AUS KUNDENBEDÜRFNISSEN WERDEN PRODUKTINNOVATIONEN

„Das Ohr am Markt“, der enge Dialog mit bestehenden und potentiellen Kunden, ist für C + P essenziell. Basierend auf tiefgehenden Analysen entstehen durchdachte Lösungen, die realen Bedarf bedienen. Zu den aktuellen Produktneuheiten zählen u. a.:

- + feuchtraumgeeignete HPL-Umkleidebänke mit Modulbauweise
- + elektrifizierte Akkuladeschränke, z.B. für Werkstätten, sowie in einer exklusiven Sonderedition als Laptopschränke für Schulen
- + eine flexibel kombinierbares Modellsortiment, norm- und praxisgerecht ausgestatteter Feuerwehrschränke
- + ein zeitgemäßes Büromöbel-Portfolio für mehr Flexibilität und Wohlfühlklima
- + hochfunktionelle Trocknungsschränke für Industrie und öffentlichen Dienst
- + der innovative UV-C Garderobenschrank – Kleidung ganz einfach keimfrei aufbewahren

IN BEWEGTEN ZEITEN KLARER FOKUS AUF LÖSUNGSORIENTIERUNG

+ NORDWEST News: 2020 war für alle eine Herausforderung – und auch der Ausblick aufs kommende Jahr hält Unwägbarkeiten bereit. Wie schafft man es als mittelständisches Unternehmen, weiterhin stabile, kontinuierliche Weiterentwicklung zu erreichen?

Tomas Kirschenfauth, Geschäftsführer C + P: „Als einen wesentlichen Erfolgsfaktor sehe ich die Fokussierung auf Kernkompetenzen an – tue das, was Du wirklich gut kannst und arbeite daran, dabei jeden Tag noch besser zu werden. Genauso wichtig ist es, Kunden und Märkte genau zu verstehen, sonst entwickelt man leicht an den wahren Bedürfnissen und Anforderungen vorbei. Innovation sollte kein Selbstzweck, sondern lösungsorientiert sein – das spiegeln sowohl unsere Produktneuerungen als auch unser Servicekonzept wider.“

+ NORDWEST News: Welchen Anteil haben daran Ihre Mitarbeiter?

Tomas Kirschenfauth: „Zum Glück können wir auf sehr viele langjährige und kompetente Mitarbeiter mit breitem Know-how bauen. Ihr partnerschaftliches Verhältnis zu unseren Kunden eröffnet uns wertvolles Feedback aus dem Markt, das wir gezielt in die Produktentwicklung einfließen lassen können.“

+ NORDWEST News: Was können wir für 2021 und die folgenden Jahre von C + P erwarten?

Tomas Kirschenfauth: „Wir setzen auch weiterhin auf kooperative Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern und Kunden. Denn wir verfolgen ein gemeinsames Ziel: Attraktive und funktionelle Einrichtungslösungen zu konzipieren und zu realisieren, die den (Arbeits-)alltag leichter und schöner machen.“

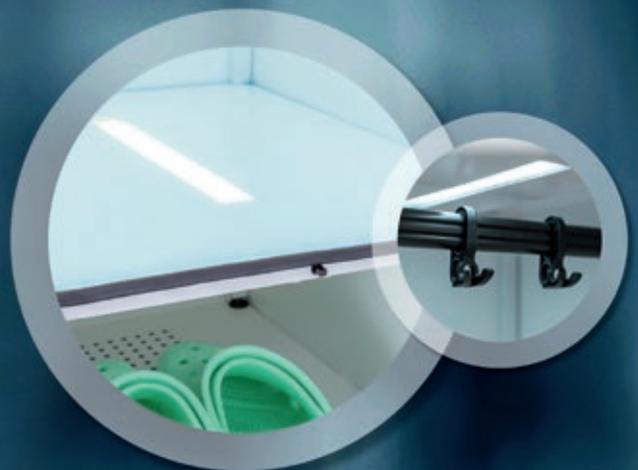
| Fotos: C + P Möbelsysteme

www.cp.de



WELTNEUHEIT: C+P UV-C-SCHRANK BERUFS- UND PRIVATKLEIDUNG KEIMFREI AUFBEWAHREN

KEIMREDUZIERUNG
bis zu 99%*
ausreichend bestrahlten Oberflächen





NORDWEST geht neue Wege mit Mapal

Engere Zusammenarbeit im Bereich Präzisionswerkzeuge

„Wir freuen uns sehr, dass wir ausgewählten Handelspartnern ab sofort auch das D&M-Sortiment der Marke Mapal zur Verfügung stellen können. Die Zusammenarbeit ist ein wichtiger Baustein für eine weitere Marktdurchdringung unserer Handelspartner im Präzisionswerkzeugmarkt“, freut sich Jürgen Schürmann, NORDWEST-Kompetenzfeldleiter Präzisionswerkzeuge.

Mit insgesamt vier NORDWEST-Fachhandelspartnern aus der Leistungsgemeinschaft Präzisionswerkzeuge ist die Kooperation im Herbst 2020 gestartet, eine Erweiterung ist geplant. Der Schwerpunkt liegt zunächst im Werkzeug- und Formenbau. „Die Kooperation ist eine tolle Chance für unsere Handelspartner, weil sie mit Mapal-Werkzeugen auf eine gut eingeführte Marke setzen und in Marktsegmente vordringen können, in denen sie bisher noch keinen starken Partner aber dafür einen starken Wettbewerb hatten“, so Schürmann weiter. Über mehrere Wochen wurden die teilnehmenden Fachhandelspartner und deren Mitarbeiter in Kleingruppen zu den Mapal-Produkten geschult. Zudem erhalten die Fachhandelspartner einen speziellen Katalog und können die gesamte

Anwendungskompetenz des Lieferanten nutzen, unter anderem unterstützen die technischen Berater und Produktspezialisten des Unternehmens auch direkt bei den Handelspartnern und deren Endkunden vor Ort.

Handelspartner, die ebenfalls an der Kooperation teilnehmen möchten, müssen Fachkompetenz im Bereich Werkzeug- und Formenbau sowie das entsprechende Kundenspektrum vorweisen, Schulungsmöglichkeiten für Endkunden bieten, ihren Vertrieb entsprechend einsetzen und Lagermöglichkeiten vorhalten. Umsatzziele sind nicht definiert, aber die Strategie setzt klar auf stetiges Wachstum.

ÜBER MAPAL

Das Unternehmen Mapal Präzisionswerkzeuge Dr. Kress KG, mit Sitz in Aalen, ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen und seit 1950 als Anbieter von Präzisionswerkzeugen mit dem Schwerpunkt Zerspanung am Markt. Komplexe Werkzeuge und Prozesslösungen stehen im Fokus. Die Mapal-Gruppe beschäftigt weltweit ca. 5.500 Mitarbeiter, erwirtschaftet jährlich rund 640 Mio. Euro Umsatz und ist mit 25 Tochterunternehmen global aktiv.



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Jürgen Schürmann
Tel.: 0231 - 2222 4020
j.schuermann@nordwest.com





Jürgen Schürmann und Uwe Rein (v.l.) freuen sich auf die Zusammenarbeit.

DREI FRAGEN AN ...

... **Uwe Rein**, Mapal Director Sales „Die & Mould“

+ NORDWEST News: Ab sofort werden Produkte für den Werkzeug- und Formenbau der Marke Mapal über den Fachhandel vertrieben und nicht mehr nur direkt an den Endkunden, vier NORDWEST-Handelspartner machen den Anfang. Wie kam es zu diesem Strategiewechsel?

Uwe Rein: Unser Ziel ist eine nachhaltig hohe Marktdurchdringung der Marke Mapal in für uns interessanten Märkten oder Marktsegmenten zu erreichen, das funktioniert aus unserer Sicht mittel- bis langfristig nur mit starken Partnern an unserer Seite. Von daher lag es nahe, die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel aufzunehmen und den Markt gemeinsam nachhaltig zu bearbeiten. Damit haben wir in der Vergangenheit schon sehr gute Erfahrungen bei unseren Tochterunternehmen gemacht, die allesamt in der Zentralregulierung mit NORDWEST und seinen Fachhandelspartnern zusammenarbeiten.

+ NORDWEST News: Was ist Ihnen an der Partnerschaft wichtig?

Uwe Rein: Eine vertrauensvolle und langfristige Zusammenarbeit mit agilen Handelspartnern, die hinter der Marke Mapal stehen. Unsere Partner unterstützen wir mit allen uns zur Verfügung stehenden Mitteln, schaffen auch gerne bei Bedarf Sonderlösungen. Zudem ist uns der persönliche Austausch auf Augenhöhe sehr wichtig. Wir wollen den Markt gemeinsam bearbeiten, um auch gemeinsam erfolgreich zu sein.

+ NORDWEST News: Wie sieht die weitere Entwicklung der Zusammenarbeit zwischen Mapal und den NORDWEST-Fachhandelspartnern aus?

Uwe Rein: Die Zusammenarbeit soll auf weitere NORDWEST-Handelspartner ausgeweitet werden, wir wollten aber bewusst erst einmal mit wenigen und auch nur in Deutschland starten. So können alle Beteiligten Erfahrungswerte sammeln. | LD, Fotos: Mapal



Die C-Connect-Box: In einfachen Schritten zur digitalen Produktion

Mit der C-Connect-Box, die das Mapal-Tochterunternehmen C-Com entwickelt hat, können herstellende Betriebe per App den Betriebszustand ihrer Maschinen unkompliziert und einfach überprüfen und überwachen. Die Box nimmt den Status der jeweiligen Maschine über einen an der Ampelleuchte angebrachten Sensor auf und versendet z.B. bei Stillstand eine Meldung an einen hinterlegten Nutzer. Ausfallzeiten lassen sich so reduzieren. Zudem gewährleistet die Box auch eine automatisierte Datenübertragung bei Werkzeugen, wodurch die Leistungsfähigkeit dieser analysiert und die Lebenszeit deutlich erhöht werden kann. Eine manuelle Erfassung gehört somit der Vergangenheit an. Alle Daten liegen sicher in einer SAP-betriebenen Cloud und sind ausschließlich für den Nutzer einsehbar.

Vier neue, innovative Vertragslieferanten

Der Anspruch von NORDWEST ist es, mit Lieferanten zu kooperieren, die den Handelspartnern neue Marktchancen bieten. Die Fachhandelspartner sollen auf innovative Sortimente zugreifen und ihren Profikunden somit einen höheren Nutzen bieten. Nachfolgend stellt die NORDWEST News vier neue und innovative Vertragslieferanten aus dem Bereich Haustechnik vor, die zu einer weiteren Bereicherung des Portfolios beitragen.

BLAUBERG VENTILATOREN GMBH

Die Blauberg Ventilatoren GmbH ist neuer Lieferant in der Zentralregulierung. Das international tätige Unternehmen bildet zusammen mit drei weiteren internationalen Partnern die Blauberg Group. Mit rund 2.000 Mitarbeitern werden innovative Produkte im Bereich der Lüftungstechnik hergestellt. Exportiert werden die Produkte in über 100 Länder.

Zum Lieferprogramm für die NORDWEST-Fachhandelspartner gehören klassische Abluftventilatoren, dezentrale und zentrale Lüftungsanlagen mit Wärmerückgewinnung sowie Anlagen für industrielle Anwendungen.

Neben einer hochwertigen Produktpalette zu attraktiven Preisen zeichnet sich das Unternehmen vor allem durch einen kostenlosen Planungsservice aus. So werden Partnern Planungsvorschläge nach DIN 1946-6 zur Verfügung gestellt. Für Blauberg Ventilatoren ist es selbstverständlich, dass der Außendienst auf Wunsch auch gemeinsam mit dem Händler seine Kunden besucht und vor Ort über Lüftungslösungen informiert.

www.blaubergventilatoren.de



Dezentraler Lüfter Vento mit Wärmerückgewinnung.
Fotos: Blauberg

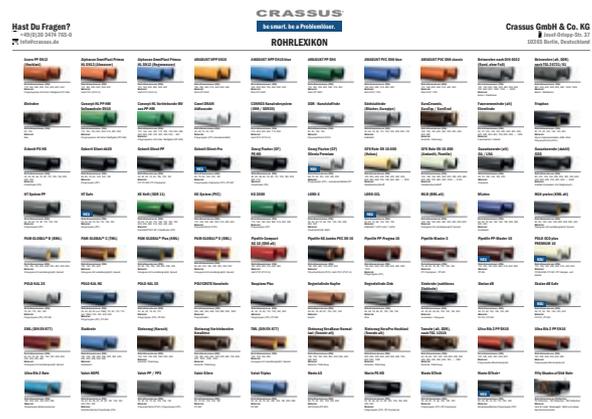
CRASSUS GMBH & CO. KG

Die Crassus GmbH & Co. KG aus Berlin ist ebenfalls als neuer Vertragslieferant in der Zentralregulierung gelistet. Der Hersteller hat sich auf die Produktion von Rohrverbindungselementen für Abwasserrohre spezialisiert. Mit diesen Verbindern lassen sich z. B. verschiedene Rohrarten unterschiedlicher Stärke miteinander kombinieren. Täglich treffen Handwerker und Installateure auf Situationen, wo exakt solche unkomplizierten Lösungen gebraucht werden.

Neben dem umfangreichen Produkt-Portfolio unterstützt Crassus seine Partner natürlich bei der Produktsuche sowie auch mit unterschiedlichen Marketingaktivitäten.

Zusätzlich zum analogen Rohrlexikon bietet der Lieferant eine App, die die Suche nach den passenden Verbindungselementen deutlich erleichtert. Die App „Crassus“ steht Interessenten sowohl im App-Store von Apple wie auch im Google-Play-Store gratis zum Download zur Verfügung.

www.crassus.de



Das Rohrlexikon hilft bei der Suche nach dem richtigen Rohrverbindungselement. Fotos: Crassus

DER BLAUE

Das Produkt „Der Blaue“ ist sicher eine der interessantesten Neuaufnahmen der letzten Zeit. Denn bei dem neuen Lieferanten für das Zentrallager handelt es sich um ein klassisches Start-up-Unternehmen, das eine Problemlösung zum Auffangen von Wasser entwickelt hat. Gegründet wurde das Unternehmen von zwei Enthusiasten, die ihre Idee neben der normalen beruflichen Tätigkeit mit viel Engagement umsetzen.

Bei ihrer Entwicklung handelt es sich um eine stabile, formbare Wanne, die optional mit einem Pumpsystem und auch mit einem Akku ergänzt werden kann. Die Wanne ist mit einer Dichtlippe versehen, die eine saubere Entleerung beispielsweise von Heizkörpern vereinfacht und ganz wesentlich beschleunigt. Mit dem Pumpsystem kann das aufgefangene Wasser leicht in einen größeren Behälter oder in den Abfluss geleitet werden. Wahlweise lässt sich das Pumpsystem mit einem separat erhältlichen Akku betreiben.

Aufmerksamkeit für ihr Produkt erregten die beiden Gründer über die sozialen Medien. Einer Testgruppe von 20 Heizungsbauern wurden die ersten Prototypen zu Verfügung gestellt. In mehrmonatigen Prüfungen wurde dabei die Alltagstauglichkeit der Wannen unter Beweis gestellt. Da immer wieder in den sozialen Medien über die Erfahrungen der Tester berichtet wurde, war schnell eine hohe Aufmerksamkeit erreicht. Umfangreiche Informationen, Produktvideos wie auch die Bewertungen der Testbetriebe sind auf der Website des Unternehmens hinterlegt.

Über das NORDWEST-Zentrallager sind die Produkte des Start-up verfügbar. Damit gehören die angeschlossenen Haustechnik-Fachhändler zu den ersten Anbietern überhaupt, die diese Artikel an ihre Kunden liefern können. www.derblaue.com

DERBLAUE
schnell – einfach – sauber



Durch die eingearbeiteten Biegemetallelemente kann die Wanne optimal angepasst werden und bleibt stabil. Fotos: Der Blaue

LAUFEN DEUTSCHLAND ROCA GMBH

Produkte des Anbieters Laufen, einem Hersteller von exklusiver Sanitärkeramik, Badmöbeln, Bade- und Duschwannen sowie WC-Sitzen, sind ab sofort auch über das NORDWEST-Zentrallager in Gießen abrufbar.

Der Wunsch zur Zusammenarbeit mit Laufen wurde immer wieder von Fachhandelspartnern formuliert. Laufen produziert in Europa seit mehr als 125 Jahren wegweisende Sanitärprodukte in Schweizer Präzision. Für seine Kollektionen arbeitet der Hersteller mit namhaften Designern zusammen. Sämtliche Produkte sind mit modernsten energie- und wassersparenden Technologien ausgestattet.

Laufen hat zudem den Werkstoff Saphir Keramik entwickelt, patentiert und 2013 auf den Markt gebracht. Dem Material ist das Mineral Korund beigemischt, das für eine extreme Härte und überraschende Biegefestigkeit sorgt. Damit sind auch extravagante Designs umsetzbar.

Folgende Serien können die angeschlossenen Fachhandelspartner seit September über das Zentrallager in Gießen beziehen: Laufen Pro, Laufen Pro A, Laufen Pro B, Laufen Pro S, Laufen VAL, Laufen Kartell sowie die Dusch-WC's Navia + Riva. Die Serien Kartell und Val eignen sich beispielsweise optimal als Startsortimente für die Ausstellung. www.de.laufen.com



Wegweisende Sanitärprodukte in Schweizer Präzision. Fotos: Laufen

Sämtliche Artikelinformationen der vier neuen Lieferanten sowie Konditionsmitteilungen sind im N.I.S. hinterlegt. | MF



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Ali Daour
(Kompetenzfeldleiter Sanitär)
Tel.: 0231 – 2222 4342
a.daour@nordwest.com

Matthias Faßbender
(Kompetenzfeldleiter Heizung & Installation)
Tel.: 0231 – 2222 4341
m.fassbender@nordwest.com



Dr. Sandra Rothenberger ist promovierte Betriebswirtschaftlerin und lehrt an der Universität in Brüssel am Lehrstuhl für Strategie, Marketing und Innovation. Zudem ist sie Geschäftsführerin der Dr. Helmut Rothenberger Holding, Aufsichtsrätin bei Rothenberger und Autania sowie 1. Vorsitzende der Stiftung Tools for Life.



Tools for Life

Kindern ein Lächeln ins Gesicht zaubern

Vor zwölf Jahren wurde die Tools for Life Foundation der Dr. Helmut Rothenberger Holding gegründet. Unter dem Motto „Helfen zu verbinden!“ widmet sich die Organisation den drei Stiftungszwecken Wasser, Energie und Bildung und deren nachhaltigem Einsatz vorrangig in Ländern des globalen Südens. **NORDWEST News sprach mit der Stiftungsvorsitzenden Dr. Sandra Rothenberger über verschiedene Projekte, Nachhaltigkeit und Herausforderungen in der täglichen Arbeit.**

+ NORDWEST News: Dr. Sandra Rothenberger, welchen Aufgaben hat sich Ihre Stiftung verschrieben?

Dr. Sandra Rothenberger: Sauberes Trinkwasser, eine funktionierende Energieversorgung und Bildung nachhaltig bei den Menschen auf der Welt zu etablieren, die bisher nicht davon profitieren durften. Obwohl es selbstverständlich sein sollte, dass jeder Mensch Zugang zu diesen drei elementaren und lebenswichtigen Aspekten hat. Das nachhaltig umzusetzen ist mir in meiner Arbeit als Vorstandsvorsitzende der Stiftung eine Herzensangelegenheit: Von Konfuzius stammt das Sprichwort „Gib einem Mann einen Fisch und du ernährst ihn für einen Tag. Lehre einen Mann zu fischen und du ernährst ihn für sein Leben“. Das ist der Leitspruch unserer täglichen Arbeit. In der Umsetzung bedeutet es, nicht nur einen Brunnen zu bohren, sondern den Menschen, die ihn nutzen, auch zu zeigen, wie er sich warten und verwalten lässt, damit er langfristig genutzt werden kann.

+ NORDWEST News: Beschreiben Sie die Anfänge der Stiftungsgründung. Aus welcher Motivation heraus wurde Tools for Life ins Leben gerufen?

Dr. Sandra Rothenberger: Wir wollten etwas zurückgeben! 2006 hat mein Vater einen schweren Unfall überlebt und aus dieser Motivation, dieser Dankbarkeit heraus ist die Stiftung entstanden. Wir wollen etwas bewegen und Menschen eine Chance geben. Fulfillment ist dabei unser Schlagwort, also Sinn und Zweck in einer Aktivität zu sehen und nachhaltig zu agieren.

+ NORDWEST News: Wie gründet man eine Stiftung? Können Sie Einblick in diesen spannenden Prozess geben?

Dr. Sandra Rothenberger: Von der ersten Idee bis zur offiziellen Gründung sind zwei Jahre vergangen. In dieser Zeit haben wir unsere Aktivitäten und Schwerpunkte detailliert definiert, rechtliche

Aspekte geklärt und Verträge geschlossen. Schnell wurde klar, dass Wasser eine Hauptrolle in unseren Plänen spielen würde. In dem Thema fühlen wir uns aufgrund unseres unternehmerischen Schwerpunktes Zuhause. Energie und Bildung kamen dann als logische Konsequenz dazu. Dennoch waren die Anfänge recht mühsam und nach einem weniger positiv verlaufenen Projekt bin ich sehr selektiv in der Auswahl geworden.

+ NORDWEST News: Wie gestaltet sich die Stiftungsarbeit, nach welchen Kriterien wählen Sie die zu unterstützenden Projekte aus und wie gestaltet sich die Zusammenarbeit vor Ort?

Dr. Sandra Rothenberger: Wir sind eine 95 %ige Förderstiftung. Das bedeutet, dass wir mit einem starken Partnernetzwerk verschiedener Wohltätigkeitsorganisationen zusammenarbeiten und deren Projekte in verschiedenen Ländern unterstützen: finanziell, mit Know-how und Werkzeugen. Zudem betreiben wir eigene Kampagnen, aber dazu später gerne mehr. Übrigens: alle Spenden, die wir erhalten, fließen zu 100 % in die jeweiligen Projekte.

Bei der Projektauswahl sind Werte und Kriterien definiert, die unsere Partnerorganisationen erfüllen müssen. Dazu gehören unter anderem Transparenz, Vertrags- und Gesetzestreue, ein absolutes Nichtdiskriminierungsgebot und auch der Schutz von Frauen- und Kinderrechten. Interessierte Organisationen können sich mit ihrem Projekt über ein Online-Portal bewerben. Monatlich erhalten wir ca. drei bis fünf Anträge, die wir genau prüfen.

Vor Ort ist uns wichtig, dass die Zusammenarbeit mit den Partnerorganisationen und der einheimischen Bevölkerung auf Augenhöhe verläuft. Es ist klar, dass dabei unterschiedliche Lebens- und Werteverständnisse aufeinandertreffen. Wir wollen unsere eigene Kultur dabei aber nicht den Menschen vor Ort aufzwingen. Vielmehr geht



Bau eines Brunnens in dem Dorf Minziro in Uganda.

es uns um einen Wissenstransfer und den kulturellen Austausch, denn auch wir können noch jede Menge lernen.

+ NORDWEST News: Können Sie uns kurz einige Ihrer Projekte skizzieren?

Dr. Sandra Rothenberger: Da wäre zum einen das Projekt mit unserer Partnerorganisation Jagori Grameen, durch das handwerkliche Grundbildung für junge Frauen in Indien realisiert wird. Unsere Techniktrainerin bei Rothenberger Werkzeuge ist dabei unter anderem für mehrere Wochen vor Ort gewesen, um über 40 junge Frauen in handwerklichen Techniken und Metallarbeiten zu unterrichten.

Dann gibt es das Projekt Love is colorblind, das wir derzeit mit PfefferminzGreen und AIM in Sierra Leone umsetzen. Spenden und Einnahmen durch den Verkauf eines extra designten Mund-Nasen-Schutzes fließen direkt in das Projekt. Vor Ort werden Lebensmittel an die Bevölkerung verteilt. Zudem klärt AIM über Corona auf. Sierra Leone ist eines der ärmsten Länder der Erde und die Lockdown-Maßnahmen der dortigen Regierung bringen das eh schon fragile Wirtschaftsgefüge nahezu zum Erliegen – hier ist Hilfe dringend angebracht.

Eine unserer Kampagnen dreht sich um die etwa handgroße Solarlampe Burning Hearts. Ein erstes Projekt richtet sich an Hirtenjungen, die neben ihrer Arbeit in der Schafherde, zur Schule gehen und abends noch lesen und lernen oder ihr Handy aufladen wollen – was mit einem Burning Heart gut funktioniert. Denn ein Burning Heart spendet Energie: Es ist eine Powerbank mit Licht und integrierter Solarzelle, die binnen zwei bis drei Stunden auflädt. Denn auch wenn

es in den entlegenen Gebieten keinen Strom gibt, so hat dort fast jeder ein Handy. Das Mobilfunknetz ist gut ausgebaut.

Rund um Weihnachten dieses Jahr wollen wir die Burning Hearts noch bekannter machen und starten eine Kampagne. Wir verkaufen die Burning Hearts, der Erlös fließt direkt an Bild hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“. Damit wollen wir für eine bessere Sichtbarkeit des Projekts und unserer Stiftung sorgen. Und hier schließt sich der Kreis, Burning Hearts geht zurück zu unserem Stiftungszweck. Es spendet Energie und verbindet Menschen.

+ NORDWEST News: Wenn Sie zehn Jahre in die Zukunft schauen: Wo steht die Tools for Life Foundation dann?

Dr. Sandra Rothenberger: In zehn Jahren setzen wir noch mehr Projekte um und das mit mehr Ressourcen. Derzeit gibt es mit Felix Gottschlich nur einen hauptamtlichen Mitarbeiter. Das soll sich auf jeden Fall ändern, um mehr bewegen zu können. Und dann würde ich mich sehr freuen, wenn wir es bis dahin geschafft haben, die Stiftung noch stärker in der DNA der Mitarbeiter der Rothenberger-Unternehmensgruppe zu verankern, eine stärkere Akzeptanz und Sichtbarkeit zu schaffen, so dass das gesamte Thema des sozialen Engagements eine größere Eigendynamik erhält. Mir selbst ist nicht wichtig, wie groß oder teuer ein Projekt ist. Vielmehr geht es mir um den Impact: Wenn wir es geschafft haben, fünf Kindern ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern, ihnen Licht und Wasser zu bringen, dann haben wir alles richtiggemacht. | LD, Fotos: Rothenberger AG, Tools for life Foundation und Ingenieure ohne Grenzen e.V.

www.toolsforlife-foundation.com/de/

Stahlwille

Handwerkzeug heute und in der Zukunft

Der Wunsch der Anwender nach Ergonomie, Zuverlässigkeit und Präzision sowie die voranschreitende Digitalisierung der Arbeit in Industrie und Handwerk sind Herausforderungen, mit denen traditionelles Handwerkzeug heute Schritt halten muss. Die NORDWEST News hat mit Winfried Czilwa, Geschäftsführer des Wuppertaler Drehmomentspezialisten Stahlwille darüber gesprochen, wie sich Handwerkzeug weiterentwickeln wird und welche Konsequenzen der Megatrend der Digitalisierung dabei hat.

+ NORDWEST News: Welche Rolle spielt die Digitalisierung mit Blick auf die Entwicklung von Handwerkzeug?

Winfried Czilwa: Zum einen wirkt sich die Digitalisierung auf den Fertigungsprozess unserer Produkte aus und bietet dabei ein großes Potential. Bei gleichbleibend hoher Qualität wird Werkzeug künftig noch effizienter gefertigt. Nur so ist es möglich, steigenden Materialpreisen und Lohnkosten zu begegnen und wettbewerbsfähig zu bleiben – gerade dann, wenn man wie Stahlwille auf den Produktionsstandort Deutschland setzt.

Mit Blick auf die Produkte geht es um die Frage, wie wir klassisches Handwerkzeug künftig in die digitale Welt unserer Kunden einbinden. Was digitalisiert werden kann, wird digitalisiert. Dabei ist es uns wichtig, dass dieser Prozess immer mit einem konkreten Kundennutzen verbunden ist.

Aktuell forcieren wir sehr stark das Thema der elektronischen Drehmomenttechnik und die Vernetzung mit der digitalen Welt. Mit unserem Daptiq Portfolio stellen wir die ersten Lösungen vor, die Anwendern die Möglichkeit geben, die Vorzüge der Digitalisierung zu nutzen. Der kontrollierte Schraubenanzug und die Integration in IT-Umgebungen gewinnt immer mehr an Bedeutung.

+ NORDWEST News: Welche Anwendungsbereiche sehen Sie bei klassischem Handwerkzeug?

Winfried Czilwa: Wir beobachten, dass Kunden wissen wollen, wo welches Werkzeug zu welchem Zeitpunkt ist und diese Informationen sollen direkt zur Verfügung stehen. Deshalb werden Aufbewahrungslösungen, die in digitale, vernetzte Systeme eingebunden werden können, eine immer größere Rolle spielen. Für Vollständig-



keitsprüfungen in Echtzeit und die direkte Anbindung an Bestandsmanagementsysteme gibt es mit der Reading Station bereits eine Produktlösung von Stahlwille. Dieser Bereich wird sich ganz sicher weiterentwickeln.

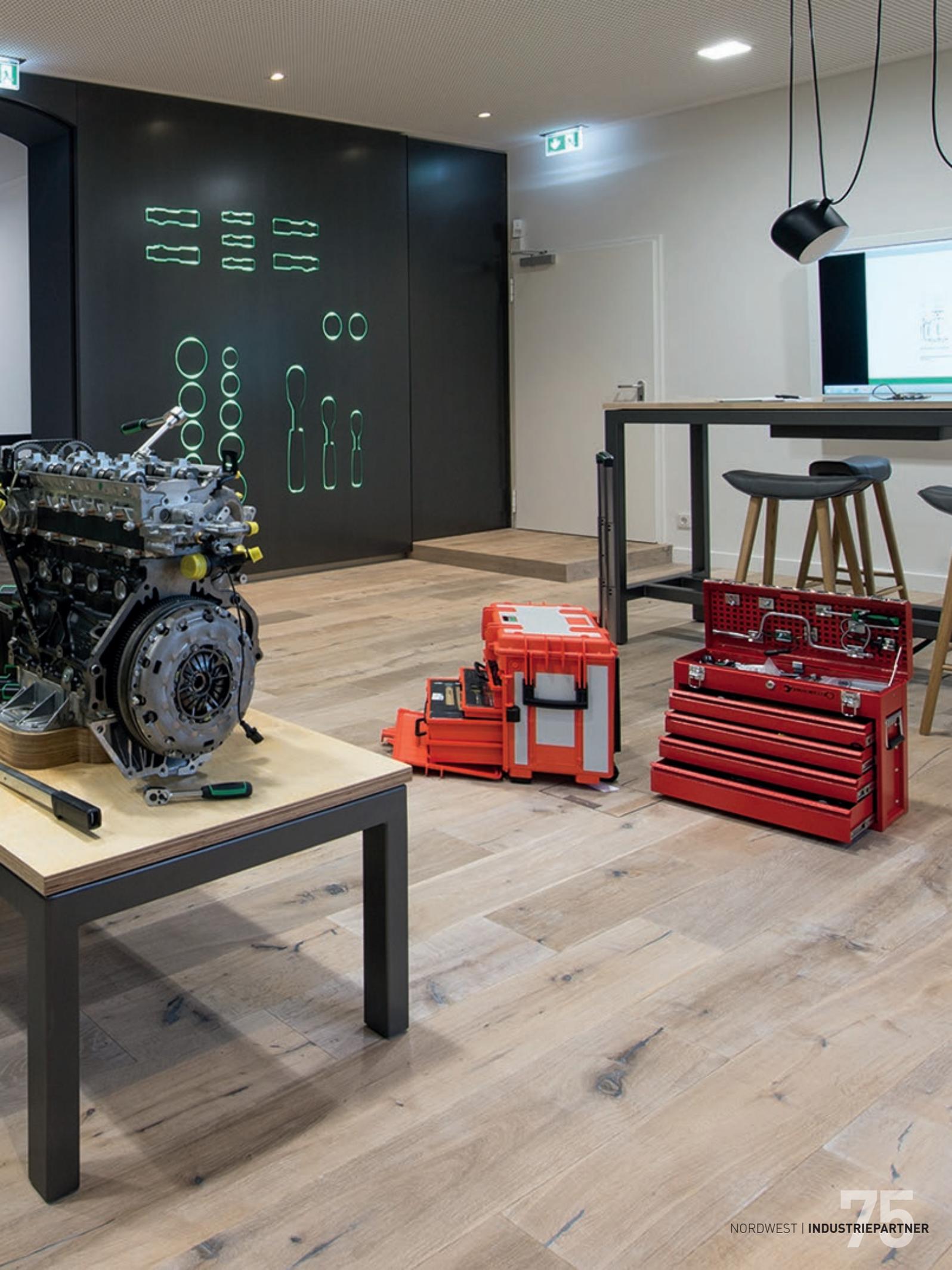
+ NORDWEST News: Stichwort Werkzeug aus dem 3D-Drucker: Ist das Zukunftsmusik oder für die Praxis relevant?

Winfried Czilwa: Das ist heute bereits möglich. Allerdings wird es auf absehbare Zeit unwahrscheinlich sein, ein Produkt auf dem Drucker so günstig herzustellen wie in der Serienfertigung. Der Schraubenschlüssel aus dem Drucker kann aber durchaus eine Alternative sein, wenn etwa bei Reparaturarbeiten in entlegenen Gebieten genau eine Schlüsselgröße fehlt. Denkbar wäre beispielsweise, dem Kunden dann die CAD-Daten des Werkzeuges zur Verfügung zu stellen. Eine größere Rolle wird das Verfahren erst spielen, wenn sich der Druckprozess schneller und kostengünstiger gestalten lässt.

+ NORDWEST News: Handwerkzeug und Industrie 4.0 – welchen Herausforderungen muss sich der Fachhandel dabei stellen? Welche Unterstützung kann Stahlwille leisten?

Winfried Czilwa: Je komplexer die Anforderungen werden, desto mehr Know-how ist im Fachhandel gefragt. Schließlich müssen Verkäufer anspruchsvolle Produkte, wie es sie beispielsweise in der elektromechanischen Drehmomenttechnik gibt, genau kennen, um gut beraten zu können. Wir haben deshalb in ein modernes Schulungszentrum investiert. Ein erfahrenes Trainer-Team vermittelt hier Basis- oder Spezialisten-Wissen und macht Handelspartner und Endanwender mit unseren Produkten und ihrer Anwendung vertraut. | Fotos: Stahlwille

www.stahlwille.de



Ein Vierteljahrhundert für saubere Luft am Arbeitsplatz

25 Jahre für saubere Luft am Industriearbeitsplatz: Ge- gründet im Jahr 1995 hat sich die Teka Absaug- und Entsorgungstechnologie GmbH aus dem nordrhein-westfälischen Velen als internationaler Hersteller und Anbieter von Absaug- und Filteranlagen einen Namen gemacht. Kontinuierliche Expansion und gelebter Innovationsgeist zählen zu den Konstanten der Unternehmensentwicklung. Dabei haben „Die Luftreiniger“ nie die Bodenhaftung verloren und immer Wert auf eine engmaschige Händler- und Kundenbetreuung gelegt. Im Jubiläumsjahr steht Teka mit seinen rund 150 Mitarbeitern vor dem nächsten großen Meilenstein der Unternehmensgeschichte: dem Bezug eines neuen Standortes auf einem 46.000 m² großen Grundstück mit 12.000 m² Hallenfläche im benachbarten Coesfeld.

Am 1. April 1995 legten Erwin Telöken und Jürgen Kemper mit der Gewerbeanmeldung für die Firma TK, heute bekannt als Teka Absaug- und Entsorgungstechnologie, den Grundstein für ihr Unternehmen, das heute Absaug- und Filteranlagen weltweit vertreibt. Alles begann mit einem kleinen, grauen Kasten, in dem viel Potential steckte. Zunächst als Zwei-Mann-Betrieb entwickelten und bauten sie ihre erste Absauganlage für Dental- und Labortechnik. Bereits ein Jahr nach der Firmengründung folgte der Umzug nach Velen, bis heute Hauptsitz des regional verwurzelten Familienunternehmens. Schnell fasste Teka deutschlandweit Fuß und mischte auch auf internationalem Parkett mit. „Wir sind in Deutschland auf kleinen regionalen Fach- und Händlermessen groß geworden, waren aber kurz nach der Unternehmensgründung schon auf größte-

ren Messen im benachbarten Ausland wie den Niederlanden oder England vertreten“, blickt Erwin Telöken zurück. Heute deckt der Absauganlagenhersteller mit rund 150 Mitarbeitern ein breites Spektrum von mobilen und stationären Anlagen über raumlufttechnische Lösungen zur Hallenfiltration bis hin zu komplexen Systemlösungen für Branchen wie die Automobil-, Metall- und Elektroindustrie ab. National und international verfügt Teka über ein dichtes Händlernetzwerk und Vertriebsniederlassungen in Europa, den USA, Nordamerika und Asien.

HÄNDLERTREUE UND KUNDENNÄHE

Teka gilt in der Branche als „Problemlöser“, der intensiv auf die Bedürfnisse von Handelspartnern und Endkunden eingeht. „Wir haben uns von Anfang an auf die Fahnen geschrieben, Lösungen anzubieten, die auf die betriebliche Situation des jeweiligen Unternehmens zugeschnitten und alltagstauglich sind, einfach funktionieren und die sich auch der kleine Mittelständler leisten kann“, beschreibt Erwin Telöken einige der Unternehmensgrundsätze. Persönliche Beratung wird auch im digitalen Zeitalter groß geschrieben. Eine wichtige Rolle spielt hierbei das hauseigene Kommunikationszentrum mit Schulungsräumen und 1.000 m² großer Ausstellungsfläche, wo jährlich mehr als 100 Fort- und Weiterbildungen für Kunden stattfinden.

IMMER AM PULS DER ZEIT

Von Anfang an zeichneten sich die Geschäftsführer durch Mut und Innovationsgeist aus. „Wir haben immer ausgetretene Pfade verlassen und hatten keine Angst, auch mal mit einer Idee zu scheitern.



Die Filtercube in der Anwendung.

Denn aus Misserfolgen erwächst bekanntlich Größeres“, so Erwin Telökens Devise. Bis heute setzt das Unternehmen mit Neuentwicklungen Trends in der Lüftungstechnik, die Eingang in der Branche finden und sich als Standards am Markt durchsetzen. Ein Beispiel: die Filtercube, eine der am stärksten nachgefragten Filteranlagen von Teka, die in Branchenkreisen als Allrounder für die Filtration von Rauchen und Stäuben gilt und nach umfassendem Relaunch noch leistungsfähiger und energieeffizienter ist.

Einen großen Stellenwert hatte von jeher die Erfüllung gesetzlicher Normen, die den Schweißer und Schleifer vor schädlichen Emissionen direkt am Arbeitsplatz schützen. So war Teka einer der ersten Anbieter, die sehr früh die vom Institut für Arbeitsschutz vergebenen W3-Zertifizierungen gemäß DIN EN ISO 15012-1 für nahezu alle mobilen und stationären Absauganlagen aufweisen konnten. Angesichts der gestiegenen gesetzlichen Anforderungen an eine hohe Luftqualität hat das Unternehmen jüngst mit der Vac-Serie eine kompakte und leistungsstarke Lösung für die Brennerabsaugung auf den Markt gebracht, die auf viel positives Feedback bei Anwendern stößt. Darüber hinaus tragen raumlufttechnische Anlagen wie Airtech zu einer reineren Hallenluft und zu einem besseren Gesundheitsschutz aller in der Produktion Beschäftigten bei.

GESUNDHEITSSCHUTZ HAT KONJUNKTUR

„Angesichts des allgegenwärtigen Fachkräftemangels sind saubere und gesundheitsfördernde Arbeitsbedingungen zum wichtigen Standortfaktor geworden. Gesundheitsschutz hat Konjunktur - auch und gerade in der Industrie. Dies gilt für alle Unternehmen vom kleinen Handwerksbetrieb bis zum großen Konzern“, ist Erwin Telöken überzeugt. Dementsprechend hat sich auch die Luftreinigungsbranche verändert: „Moderne Luftreinigung umfasst heute nicht nur das Absaugen und die Filtration verschmutzter Prozessluft, sondern auch das stetige Monitoring der Luftqualität.“ Hier hat Teka die Zeichen der Zeit erkannt: „Mit unserer Innovationsstrategie sind wir erfolgreicher Vorreiter auf dem Gebiet Industrie 4.0, wie wir mit dem Raumlufthüberwachungssystem Airtracker für die digitale Raumlufthüberwachung und SmartFit-Boxen zur Anlagenvernetzung beweisen“, so der 56-Jährige. Durch die aktive Mitarbeit in Verbänden wie dem „Industry Business Network 4.0“ (IBN 4.0) engagiert sich Teka für die Entwicklung von Anlagenstandards.

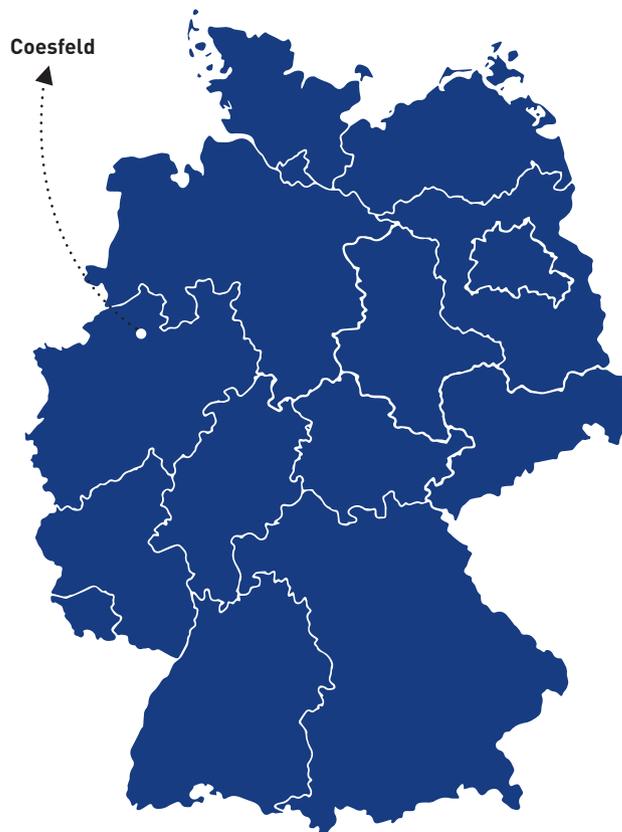
NEUER UNTERNEHMENSSTANDORT

Der Erfolg gibt dem Unternehmen Recht. Die Nachfrage nach Absaugtechnik „made im Münsterland“ ist ungebrochen - und erfordert eine strategische Neuausrichtung. Nach zahlreichen baulichen Erweiterungen und Personalaufstockungen steht im Jubiläumsjahr der nächste große Schritt in der Firmengeschichte an: die Zusammenlegung aller Unternehmensteile auf einem Gelände mit 12.000 m² Produktions-, Büro- und Lagerfläche in Coesfeld. Simon Telöken, seit einigen Jahren Mitglied der Geschäftsführung in zweiter Generation, freut sich auf diesen Schritt: „Wir stellen uns komplett neu auf. Diese Bündelung aller Kräfte am neuen Standort wird unter anderem einhergehen mit einer digitalen Prozessoptimierung auf allen Ebenen, die zu weiterer Effizienzsteigerung führt und zur Zukunftssicherung des Unternehmens beiträgt.“ | Fotos: Teka

www.teka.eu



v.r. Erwin und Simon Telöken





KTW-Leitlinie

Achtung: Neues zur Trinkwasserverordnung

Die KTW-Leitlinie zur hygienischen Beurteilung von organischen Materialien im Kontakt mit Trinkwasser wurde 1977 durch das Umweltbundesamt eingeführt und zuletzt am 7. März 2016 aktualisiert. Die seit 2016 bestehende Fassung der KTW-Leitlinie (Leitlinie zur hygienischen Beurteilung von organischen Materialien im Kontakt mit Trinkwasser) wird zum 21. März 2021 zurückgezogen. Auch Prüfzeugnisse nach der Leitlinie verlieren mit diesem Datum ihre Gültigkeit. Ersetzt wird die Leitlinie mit der verbindlichen Bewertungsgrundlage für Kunststoffe und andere organische Materialien. Dadurch soll sichergestellt werden, dass Werkstoffe und Materialien, die in der Wasserversorgung zum Einsatz kommen, keine unerwünschten Substanzen in das Trinkwasser abgeben oder das Wachstum von Mikroorganismen fördern.

Quelle: www.umweltbundesamt.de und www.dvgw.de.

Foto: Unsplash/Jacek Dylag

Weicon

Weiter in Familienhand

Im September wurde Ann-Katrin Weidling zur neuen Geschäftsführerin der Weicon GmbH & Co. KG bestimmt. Gemeinsam mit ihrem Vater Ralph leitet sie seitdem die Geschicke des Münsteraner Herstellers von Kleb- und Dichtstoffen. „Es macht mich stolz, dass mit Ann-Katrin bereits die 4. Generation unserer Familie das Unternehmen führt. Sie wird den immer wichtiger werdenden Onlinehandel weiter vorantreiben und ausbauen. Ich bin mir sicher, dass wir uns bei der Geschäftsführung sehr gut ergänzen und freue mich auf unsere Zusammenarbeit“, so Ralph Weidling, dessen Großvater Paul-Wilhelm das Spezialunternehmen 1947 in Münster gründete. Ann-Katrin Weidling studierte in Münster und Südafrika Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing und ist seit 2016 bei Weicon tätig. Weicon produziert seit 1947 chemische Spezialprodukte für alle Bereiche der Industrie. Klebstoffe, Dichtstoffe, Technische Sprays, Montagepasten und Hochleistungsfette – mehr als 400 verschiedene Produkte kommen in der Produktion, Reparatur, Wartung und Instandhaltung zum Einsatz. Die Weicon Produkte unterstützen professionelle Anwender sowohl in der Industrie als auch im Handwerk. Sei es im Metallbau, in der Holzverarbeitung, in der Kunststoffindustrie oder beim Bau von Luxusyachten. Von der Fertigung von exklusiven Einzelstücken bis hin zur industriellen Serienfertigung – die Produkte können überall zum Einsatz kommen. | Foto: Weicon

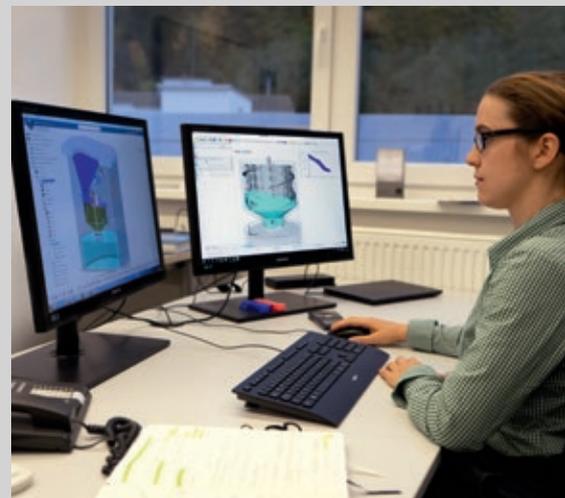


Duravit

Weltraumtoilette entwickelt

Eine Toilette zu entwickeln, die sowohl in Schwerelosigkeit als auch bei reduzierter Schwerkraft auf dem Mond funktionieren würde, klingt nach einer extrem komplexen Aufgabe. Die Nasa lobte deshalb 35.000 Dollar für die drei besten Entwürfe aus – und erhielt Vorschläge von insgesamt 20.000 Teilnehmern aus aller Welt. Den dritten Platz verlieh die Nasa bei der Bekanntgabe der Gewinner am 22. Oktober 2020 an Franziska Wülker. Sie verantwortet die Entwicklung der Spülsysteme bei Designbadhersteller Duravit. Die ersten beiden Plätze belegen Expertenteams aus den Vereinigten Staaten. Franziska Wülker ist somit die einzige nichtamerikanische Teilnehmerin, Einzelperson und weibliche Ingenieurin, die es unter die Top 3 geschafft hat. Bei der Verleihung anwesend war auch Jonny Kim; der Nasa-Astronaut ist in das Artemis-Programm involviert, das 2024 den nächsten Astronauten und die erste Astronautin zum Mond schicken soll.

| Foto: Duravit



Gesipa

65 Jahre Erfahrung und Innovation

Vom ersten akkubetriebenen Blindnietsetzgerät bis zur effizienten, automatischen Verarbeitung mit Prozessüberwachung, Gesipa Niettechnik erfüllt seit 65 Jahren die höchsten Ansprüche in Industrie und Handwerk. Die zielgerichteten Investitionen in die weltweiten Standorte, Marktorientierung, Flexibilität sowie die Konzentration auf lokale Kernkompetenzen haben Gesipa in den vergangenen Jahrzehnten, trotz einiger Herausforderungen, stark gemacht. Hauptsächlich waren und sind es aber die Menschen, im Unternehmen liebevoll Gesipaner genannt, die mit ihrer Begeisterung, Erfahrung, Kompetenz und Ehrlichkeit, Vertrauen und Zuverlässigkeit schaffen. Damit Sie auch in Zukunft weitere Jubiläen mit uns feiern können, legen wir großen Wert auf Fortschritt, von jeher das Credo von Gesipa. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Produkte ständig zu verbessern, neue Ideen zu entwickeln, die die Märkte von morgen brauchen und die unsere Kunden weiter begeistern. Passend zum Jubiläum ist noch bis zum 31.12.2020 bei allen teilnehmenden Händlern die NTX-Nietzange in der limitierten, hammerschlaglackierten Retro-Version, bis heute der zuverlässige und robuste Klassiker unter den Nietzangen, zum Aktionspreis erhältlich. Denn wie jeder weiß: Schrauben ist Arbeit, Nieten macht Spaß! | Foto: Gesipa



Otto Kind

Restrukturierung stellt Weichen für die Zukunft

Das kommende Jahr steht bei der Otto Kind GmbH & Co. KG aus Gummersbach ganz im Zeichen des 120-jährigen Firmenjubiläums. Das 1901 durch Otto Kind gegründete Unternehmen blickt auf eine lange Erfolgsgeschichte zurück und die Weichen für ihre Fortschreibung sind ebenfalls gestellt. Das Management des Traditionsbetriebes hat 2020 wesentliche Restrukturierungsmaßnahmen erfolgreich umgesetzt. In den kommenden Wochen werden diese auch für den Fachhandel sichtbar. Den Anfang macht der neue Gesamtkatalog der Marke Ottokind. Er erscheint Mitte Januar 2021.

Die Otto Kind GmbH & Co. KG bietet ihren Kunden heute Lösungen im Bereich Betriebseinrichtungen. Am Standort Gummersbach werden die Produktgruppen Ergonomie, Akustik und Funktion entwickelt, produziert und vertrieben. Diese Fokussierung ist Teil des umfassenden und erfolgreich umgesetzten Restrukturierungsprozesses aus 2020. Zum Ottokind Gesamtortiment zählt auch weiterhin der Bereich Stauraumsysteme, der mit sofortiger Wirkung von der Kind Betriebseinrichtungen GmbH bedient wird. Im Jubiläumsjahr darf der Fachhandel nun von Seiten der Marke Ottokind spannende Aktionen erwarten. Ein Blick in den neuen Gesamtkatalog lohnt. Er erscheint Mitte Januar 2021. Fortsetzung folgt! | Foto: Otto Kind



Kermi

Einfach nur schön



Die Duschkabine Pega von Kermi gilt als charmante Schönheit und perfekt für jeden, der Ästhetik im Badezimmer schätzt. Dezent Farben und eine klare Anordnung machen dieses Badezimmer zum schicken Hingucker. Im Mittelpunkt steht die Duschkabine Pega, mit sanft gerundetem Design und exklusiven technischen und optischen Features. Hier als Pendeltür-Variante mit bewährter Kermi Technik, bei der die Türen mittels Hebe-Senk-Mechanismus beim Öffnen sanft angehoben werden, mühelos kleine Unebenheiten passieren und sich beim Schließen zuverlässig wieder absenken. Ohne Bodenschwelle installiert bietet sie, durch die Kombination mit dem bodeneben gefliesten Komplett-Duschboard Point E90 von Kermi, einen schwellenlosen Zugang zur Dusche. Auch optisch zeigt Pega Größe. Zum Beispiel bei der durchgängigen Glas- und Profilhöhe und der Serienhöhe von 2 Meter. Oder auch bei dem hochwertigen 6 mm starken Einscheiben-Sicherheitsglas, den edlen verchromten Applikationen, dem haptisch und optisch überzeugenden Griff, dem glastransparenten Handtuchhaken und vielem mehr. Ausgestattet über Kermiextra mit dem sandgestrahlten Dekor Stripe 4 ist Pega einfach nur schön. | Foto: ©Copyright by Kermi GmbH, Pankofen-Bahnhof 1, 94447 Plattling, Deutschland

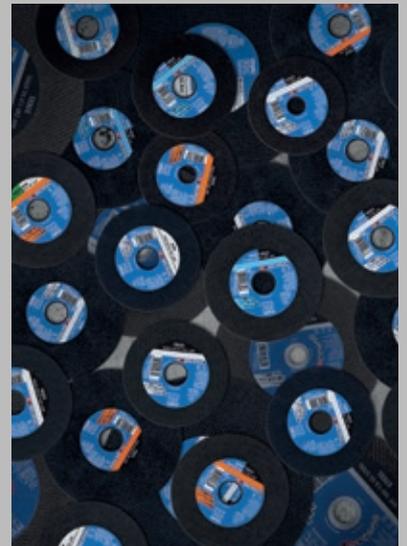
Pferd

Für jede Anwendung das perfekte Werkzeug

Das Trennscheiben-Programm für professionelle Anwender, für schnelle, dünne und gratarme Trennschnitte, höchste Standzeit und Wirtschaftlichkeit bei unerreichtem Trennkomfort. Ob beim Trennen von Blechen, Profilen und Vollmaterial oder beim Erzeugen von Durchbrüchen – das Pferd-Programm bietet dünne Trennscheiben in vielen verschiedenen Ausführungen und damit für jede Anwendung die perfekte Werkzeuglösung – effizient, ergonomisch optimiert und auf höchstem Sicherheitsniveau. Die dünnen Trennscheiben von Pferd zeichnen sich durch ihre besondere Schleifkorn- und Bindungsrezeptur aus. Die intensive Forschungs- und Entwicklungsarbeit und die gezielte Umsetzung in den hochmodernen Fertigungsstätten garantieren die hohen Leistungs- und Sicherheitsstandards der Premiumqualität von Pferd.

Pferd bietet drei Leistungslinien von Trennscheiben an:

- Universal-Linie PSF: Das Einstiegsprogramm der Universal-Linie PSF beinhaltet solide Werkzeuge für die Bearbeitung der gängigsten Werkstoffe. Werkzeuge der Universal-Linie PSF erzielen gute Arbeitsergebnisse bei hoher Wirtschaftlichkeit.
- Leistungs-Linie SG: Das breite Programm der Leistungs-Linie SG bietet für jede Anwendung und jeden Werkstoff eine leistungsstarke Werkzeuglösung. Werkzeuge der Leistungs-Linie SG erzielen beste Arbeitsergebnisse bei höchster Wirtschaftlichkeit.
- Spezial-Linie SGP: Werkzeuge der Spezial-Linie SGP sind speziell für besondere Aufgabenstellungen entwickelt und bieten dem Anwender entscheidende Vorteile gegenüber herkömmlichen Produkten. Weiter umfasst die Spezial-Linie SGP Werkzeuge, die aufgrund ihrer besonders hohen Leistung im Einsatz ultimative Wirtschaftlichkeit bieten. | Foto: Pferd



Milwaukee

Kurze Rüstzeit, starke Leistung

Das Diamant-Kernbohrgerät MXF DCD150 gehört zu den ersten Maschinen, die Milwaukee auf seiner neuen Akku-Plattform MX Fuel vorstellt. Mit seinen Leistungsdaten kann sich das Gerät auch mit schweren, kabelgebundenen Maschinen messen. Kernbohrungen sind nass und trocken mit bis zu 152 mm Durchmesser möglich. Das Akku-Kernbohrgerät zeichnet sich aus durch starke Leistung, Sicherheit in der Bedienung und schnelle Einsatzbereitschaft dank kurzer Rüstzeiten. Der Wegfall des Elektrokabels verbessert die Bewegungsfreiheit und eliminiert Unfallpotentiale. Komfortfunktionen wie ein Lagesensor, der die Funktion einer Wasserwaage erfüllt, unterstützen den Anwender bei einer geraden und genauen Bohrung. Das eingebaute Manometer ermöglicht es, den Bohrfortschritt für die Maschine und das eingesetzte Zubehör zu optimieren. Für den Anschluss von Bohrern und Bohrkronen ist das Gerät mit einer 1/2" G-Aufnahme für kleinere und einer 1 1/4" UNC-Aufnahme für größere Durchmesser ausgestattet. | Foto: Milwaukee



TECTUS® Glas

Ganzheitliches Beschlagsystem
für Ganzglastüren



Erfahren Sie mehr:
www.tectus-glas.de





Ideal Standard

Atelier Collections

Ideal Standard präsentiert mit den neuen Atelier Collections seine ausgereifte Designphilosophie und den hohen Anspruch bei der Gestaltung von Lebensräumen.

Die Premiumserien der Atelier Collections sind in Zusammenarbeit mit dem italienischen Designstudio Palomba Serafini Associati entstanden. Das exklusive Sortiment umfasst Keramikprodukte, Armaturen, Badezimmermöbel, Acryl- und Mineralgusswannen sowie Accessoires. Teil der Atelier Collections sind die Waschtisch- und Möbelkollektion Conca, die Armaturenserien Conca und Joy, die WCs und Bidets der Serie Blend, die Waschtischkollektion Extra, die freistehenden Badewannen Conca und Around sowie die erweiterte Waschtischserie Ipalys mit ihrer umfangreichen Farbpalette. | Foto: Ideal Standard

Günzburger Steigtechnik

Vorsicht: Eisplatte

Immer wieder kommt es im Winter zu Unfällen, weil sich Eisplatten von Lkw-Dächern oder Bussen lösen. Mit Hilfe von Enteisungsanlagen und Enteisungsgerüsten der Günzburger Steigtechnik kann diese Gefahr gebannt und die Sicherheit im Straßenverkehr deutlich erhöht werden. Mit stationären Anlagen und Gerüsten in Modulbauweise sowie mobilen Enteisungsgerüsten hat der Qualitätshersteller ein breites Sortiment für mehr Sicherheit auf der Straße im Angebot. Während stationäre Installationen vor allem an Raststätten, Autohöfen oder direkt auf dem Gelände von Speditionen und Unternehmen zum Einsatz kommen, ist mit den mobilen Gerüsten auch eine komplett ortsunabhängige „Enteisung to go“ möglich. Die Enteisungsanlagen und -gerüste der Günzburger Steigtechnik können das ganze Jahr über aufgebaut bleiben, sie sind absolut witterungsbeständig und wartungsfrei. „So können sie auch im Sommer genutzt werden, beispielsweise für Reparaturen an der Lkw-Plane“, erklärt Geschäftsführer Ferdinand Munk. Die Konstruktionen gehören zum Standardprogramm des bayerischen Qualitätsherstellers, was nicht nur eine schnelle Lieferung innerhalb von vier Wochen ermöglicht, sondern sich auch in einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis niederschlägt.

| Foto: Günzburger Steigtechnik



ISM

Meer erleben mit Kingsley

Warm, wind- und wasserabweisend, modisch und nachhaltig – die Kingsley Recycling-Strickfleecejacke erfüllt jede Erwartung an eine funktionelle und moderne Übergangsjacke. Das innovative Material wird zum Teil aus recycelten PET-Flaschen hergestellt und ist somit nicht nur optisch ein Hingucker, sondern appelliert auch an das ökologische Bewusstsein des Trägers. Höchste Materialqualität und vielseitige Nachhaltigkeit zeichnen die Kingsley Jacke von Albatros aus. Denn durch die Verwendung von PET-Flaschen wird nicht nur ein alter Rohstoff wiederverwertet und damit die Kreislaufwirtschaft gefördert, sondern auch der Einsatz neuer Rohstoffe vermieden. Wie das funktioniert? Die gesammelten PET-Flaschen werden recycelt und anschließend zu Granulat verarbeitet. In einem dritten Schritt wird aus dem Granulat Repreve-Garn hergestellt, das im Anschluss in der Herstellung der Kingsley Jacke eingesetzt wird. Das Endprodukt punktet zusätzlich mit verschiedenen Reißverschlussaschen, einem hochschließbaren Kragen, elastischen Ärmelbündchen und einem weitenregulierbaren, elastischen Saum. Für jedermann geeignet und erhältlich in den Größen S – 3XL ist die Kingsley Recycling-Strickjacke in ausgewählten Online-Shops und im gut sortierten Fachhandel erhältlich. | Foto: ISM

fetra[®]
.....

Transportgeräte

... macht Lasten leichter



www.fetra.de

SPANNTÉCHNIK | NORMELEMENTE | BEDIEN TEILE

Kipp

100 % PRODUKTKOMPETENZ

- Mehr als 45.000 Produkte
- Ergonomie und Stabilität
- Entwicklung und Produktion am Standort Deutschland
- 100 Jahre SICHER MIT KIPP



kipp.com

TERMINE

+ GEPRÜFTER PSA-FACHBERATER NORDWEST*

01.03. – 05.03.2021	Kurs 15
03.05. – 07.05.2021	Kurs 16
28.06. – 02.07.2021	Kurs 17
13.09. – 17.09.2021	Kurs 18

+ SACHKUNDELEHRGÄNGE*

08.06. – 09.06.2021 und 28.09. – 29.09.2021	PSA gegen Absturz
10.06. – 11.06.2021 und 30.09. – 01.10.2021	Atemschutz
01.06.2021 und 19.10.2021	Gehörschutz
02.06.2021 und 20.10.2021	Chemikalienschutz

+ NORDWEST-PRESSESEMINAR*

02.02. – 03.02.2021

*Ohne Gewähr. Eine günstige Pandemie-Entwicklung wird vorausgesetzt.

IMPRESSUM

Herausgeber:

NORDWEST Handel AG

Robert-Schuman-Straße 17

44263 Dortmund

T + 49 231 2222-3001

F + 49 231 2222-3099

info@nordwest.com

www.nordwest.com

Redaktion (v.i.S.d.P.):

Lea Dommel (LD)

T + 49 231 2222-3340

F + 49 231 2222-5452

l.dommel@nordwest.com

Redaktion: Lea Dommel (LD)

Grafik: Andrea Dziuba,

Leonie Theusz

freie Mitarbeit:

Matthias Fischer (MF)

Druck:

Bösmann Medien und

Druck GmbH & Co. KG

Ohmstraße 7

32758 Detmold

www.boesmann.de

Erscheinungsweise:

3 Ausgaben pro Jahr

Unverlangt eingesandte Manuskripte und Bilder, Angaben und Mitteilungen der Industrie unterliegen nicht der Verantwortlichkeit der Redaktion. Für die Richtigkeit kann keine Verantwortung übernommen werden. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Die Weiterverwendung bzw. Wiedergabe ist nur mit Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Namentlich nicht gekennzeichnete Beiträge wurden der Redaktion zugeliefert.

GEBEN SIE ALLES.

PROMAT für jede Herausforderung.



 **PROMAT**

www.nordwest-promat.com

POWERFUL

INTERNATIONAL

COMPANY

AMAZING

RELIABLE

DISTRIBUTOR

IM AUFTRAG DES FACHHANDELS
IHR EXKLUSIVER PARTNER