

NW/NORDWEST

# news

DAS MAGAZIN DER NORDWEST HANDEL AG

01\_2017



## TITELTHEMA

Servicepaket als Mehrwert

## EIN PAKET, DAS DEN UNTERSCHIED MACHT

Erfolgreich in die Zukunft:

**„Fachhandelspartner 4.0“**

Digitalisierung – wir packen es an!

**Clearing-Center spart Zeit und Geld**

Messefrühling in der News

**Bau, ISH, Logimat**

# Jeder will sie haben



VERTRAU BLAU

## Von führenden Winkelschleifern empfohlen

Die **1,0 mm-Rekordscheibe R SG-INOX** ist die erste Wahl für alle Antriebe. Sie setzt **neue Maßstäbe** beim Trennen von Edelstahl (INOX) und Stahl: Noch mehr **schnelle und präzise** Trennschnitte, höchste Schnittqualität, **maximaler Komfort** und eine über **30% längere Standzeit**.

Zeit zu wechseln! Sprechen Sie mit Ihrem **PFERD-Berater**.

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



[www.pferd.com](http://www.pferd.com)

# DIENSTLEISTUNG MACHT DEN UNTERSCHIED AUS!



LIEBE LESERIN, LIEBER LESER,

der Erfolg der Zukunft liegt im Service! Ein starkes Dienstleistungsangebot macht den Unterschied. Das gilt für Sie genauso wie für uns. Bei NORDWEST stellen wir für unsere Handelspartner ein Paket verschiedener Dienstleistungsangebote bereit, um Sie im Wettbewerb zu unterstützen und in Ihrer täglichen Arbeit zu entlasten.

Mal ehrlich. Wieviel Prozent der in Ihrem Unternehmen geleisteten Zeit ist direkter Vertrieb mit Kundenkontakt? 25 %, 20 % oder sogar weniger? Wäre es nicht erfolgsversprechender, wenn Sie sich 80 % Ihrer Zeit um Ihre Kunden kümmern könnten?

Deshalb – nutzen Sie unser Dienstleistungspaket und entwickeln sich vom klassischen Händler zum herausragenden Vertriebs- und Serviceunternehmen.

## Hier fünf Beispiele aus unserem Dienstleistungsangebot:

- **Logistik**

Eine Bestellung – eine Lieferung; innerhalb 24 Stunden bei Ihren Kunden, direkt aus Ihrem NORDWEST-Zentrallager in Gießen. Sie brauchen nur noch die Rechnung zu übermitteln.

- **Einkaufskonditionen**

Mit ganz neuen Verhandlungsansätzen und internationalem Direktbezug bieten wir Ihnen wettbewerbsfähige EK-Konditionen inkl. Versand an Ihre Kunden. Wenn mal etwas nicht passt – sprechen Sie uns an!

- **Marketing**

Unser Team steht bereit, Sie in Ihrem gesamten Marktauftritt zu unterstützen: vom individualisierten Katalog über Showroom, Firmenpräsentation, Flyer, Webauftritt, eSHOP bis zur Regionalmesse.

- **Digitalisierung**

Mit unseren hochkompetenten Fachleuten und einem „One face to the customer“-Ansatz, unterstützen wir Sie tatkräftig in allen Fragen der Digitalisierung: Produktdaten, eSHOP, eVend, ERP-Systeme, Prozessberatung und EDI-Schnittstellen. Und das alles ohne die üblichen Beratungshonorare und völlig neutral.

- **Factoring**

Mit dem maßgeschneiderten Factoringangebot haben Sie die Möglichkeit, Ihre Finanzierung zukunftssicher und wachstumsorientiert aufzustellen. Dies, gepaart mit unserem Know-how über die PVH-Branche sowie schlanken Prozessen, führt zu einem echten Mehrwert für Ihr Unternehmen.

Auf den ersten Seiten der neuen NORDWEST News erhalten Sie wertvolle Detailinformationen rund um diese 5 NORDWEST Dienstleistungen. Nutzen Sie unser Dienstleistungspaket, konzentrieren Sie sich auf den Vertrieb bzw. Ihre Kunden und schnüren für diese ein einzigartiges Dienstleistungspaket. Das ist die Erfolgsstrategie der Zukunft.

Herzliche Grüße aus Dortmund

Bernhard Dressler (Vorstandsvorsitzender)

Jörg Simon (Vorstand)

## EIN PAKET, DAS DEN UNTERSCHIED MACHT

Fester Bestandteil der optimierten DRIVE-Strategie ist der Ausbau des Servicepaketes, das NORDWEST seinen Fachhandelspartnern anbietet. Sei es das professionelle Factoring oder die durchgängige Digitalisierung der Geschäftsprozesse – das Angebot an die Händler ist breit gefächert und bietet für nahezu jedes Bedürfnis die passende Dienstleistung. Auf den folgenden Seiten stellt die NORDWEST News einige der entscheidenden Services vor.

4–8

## NORDWEST INSIDE

Servicepaket als Mehrwert <b>Ein Paket, das den Unterschied macht</b>	4-8
Erfolgreich in die Zukunft: <b>„Fachhandelspartner 4.0“</b>	10-11
Die HAGRO setzt planmäßig um <b>Sortimentsausbau im Zentrallager geht voran</b>	12
NORDWEST Stahl <b>Ein Blick nach Asien</b>	14
Digitalisierung – wir packen es an! <b>Neuaufgabe: App NIS Touch</b>	16
Leistungsgemeinschaft Baugeräte <b>Frischer Schwung auf der Jahrestagung</b>	18-19
Das fällt ins Auge <b>Der PROMAT-Mann wirbt für seine Exklusivmarke direkt vor Ort</b>	20-21
Alles außer gewöhnlich <b>Vielfalt und Qualität präsentiert im NORDWEST-Showroom</b>	22-23
Katalogschulung <b>Arbeitsschutz von Kopf bis Fuß</b>	24
NORDWEST-Zukunftskreis <b>Vertrauen, Charisma und Tagebuch</b>	26-27



Foto: © bulentozber/istockphoto.com

## HANDELSPARTNER

Digitalisierung – wir packen es an! <b>Clearing-Center spart Zeit und Geld</b>	28-29
Digitalisierung – wir packen es an! <b>Die Throm GmbH – in kurzer Zeit viel geschafft</b>	30-32
<a href="http://www.kekk-kul.de">www.kekk-kul.de</a> <b>Von Kindesglück und Lebenskunst</b>	33
Mehrheitsanteil für Niemann-Laes <b>Niemann-Laes GmbH jetzt mit 75 % Beteiligung an Kaiser &amp; Stuckert GmbH</b>	34-35
<b>Wir begrüßen ...</b>	36-37



Foto: © grafikarin/fotolia.de

18-19



30-32



Foto: Messe München

48-49

## INDUSTRIEPARTNER

„I feel Wiha“ Gesundheitsoffensive 2017 verspricht Information, Aufklärung und Überraschungen	38
Clever Diamond In die Zukunft investiert	40
Kurzmeldungen	42
Produktneuheiten	44-46

## AKTUELLES

Messefrühling in der News Bau 2017	48-49
ISH 2017	50-51
Logimat 2017	52-53
PVH-Kongress Survival of the fittest – der Anpassungsfähigste überlebt	54-55

#### • BEISPIEL 1: LOGISTIK

200.000 verfügbare Artikel bis 2020, deutschlandweite Lieferung binnen 24 Stunden, Versand an den Endkunden und die Möglichkeit zur Individuallogistik – das alles und noch einiges mehr bietet NORDWEST rund um das Thema Logistik. Um die Fachhandelspartner auch für die Zukunft wettbewerbsfähig aufzustellen, sind im vergangenen Jahr umfangreiche Erweiterungs- und Modernisierungsmaßnahmen im Megalager in Gießen durchgeführt worden. „Mit diesen neuen Möglichkeiten können wir zum einen Sortimentsbreite und -tiefe sowie die Lieferfähigkeit deutlich steigern, zum anderen die Verpackungsqualität erhöhen. Von diesen Aspekten profitieren unsere Handelspartner“, weiß NORDWEST-Hauptbereichsleiter Logistik Rolf Mrosek. Breite und Tiefe sollen durch eine Lieferantenkonzentration und die Prüfung neuer Produktbereiche entstehen. Schon jetzt befinden sich über 140.000 gelistete Artikel am Lager, die Lieferfähigkeit liegt bei mehr als 98 %, die Fehlerquote ist mit weniger als 0,2 % sensationell niedrig. Die letzte Auftragsannahme ist um 18 Uhr – und damit kommt eine der großen Stärken dieses

Multi-User-Lagers zum Vorschein: Flexibilität. Die Flexibilität, bei Bedarf mehr Platz bereit zu stellen und die Flexibilität, Spitzenauftragszeiten mit zusätzlichen Mitarbeitern abuarbeiten. „Im Ergebnis können wir alle Aufträge, auch die um 18 Uhr, tagfertig abarbeiten und bieten damit unseren Handelspartnern ein echtes Alleinstellungsmerkmal am Markt“, so Mrosek.

**„Unsere Handelspartner haben damit die Möglichkeit, ihre Logistik kostengünstiger und leistungsfähiger zu gestalten.“**

*Rolf Mrosek*

Seit der Modernisierung des Zentral-lagers ermöglicht der Verband seinen Händlern außerdem, kundenspezifische Artikel einzulagern und zu versenden. Der Vorteil liegt auf der Hand, denn diese Artikel können konsolidiert zu anderen Einkäufen in einem Packstück in den Versand gehen. Am Ende bedeutet das: eine Bestellung gleich eine Lieferung. „Unsere Handelspartner haben damit die Möglichkeit, ihre Logistik kostengünstiger und leistungsfähiger zu gestalten. Da der Wettbewerb, auch zu den Pure Playern, immer stärker wird, bietet das NORDWEST-Megalager ein weiteres Alleinstellungsmerkmal.“

**Weitere Informationen** gibt es bei Rolf Mrosek, Tel.: 0231 2222-4501, r.mrosek@nordwest.com

Servicepaket als Mehrwert

## EIN PAKET, DAS DEN UNTERSCHIED MACHT

Fester Bestandteil der optimierten DRIVE-Strategie ist der Ausbau des Servicepaketes, das NORDWEST seinen Fachhandelspartnern anbietet. Sei es das professionelle Factoring oder die durchgängige Digitalisierung der Geschäftsprozesse – das Angebot an die Händler ist breit gefächert und bietet für nahezu jedes Bedürfnis die passende Dienstleistung. Auf den folgenden Seiten stellt die NORDWEST News einige der entscheidenden Services vor.

### • BEISPIEL 2: EINKAUFSKONDITIONEN

Einkaufstandems führen die Verhandlungen mit Lieferanten und Direktimporte senken die Preise für Produkte aus Asien und Osteuropa. Dieses sind nur zwei der Konzepte, die der Zentraleinkauf bei NORTHWEST erfolgreich für die Handelspartner einsetzt.

In den Gesprächen mit den Lieferanten arbeiten die so genannten Einkaufstandems zusammen, bestehend aus einem Mitarbeiter des jeweiligen Produktmanagements und einem Mitarbeiter des Zentraleinkaufs. „Die Kombination aus Produktkompetenz und Verhandlungs-Know-how sorgt für die gewünschten Effekte in der Einkaufsverhandlung. Mit dieser Vorgehensweise verbessern wir verschiedene Arten von Konditionen“, erläutert Ferdinand Arning, NORTHWEST-Hauptbereichsleiter Zentraleinkauf die Strategie. „Aufgrund der hohen Anzahl werden die Gespräche ganzjährig geführt, um hier auch in der Breite zu nachhaltigen Verbesserungen zu kommen.“

**„Die Kombination aus Produktkompetenz und Verhandlungs-Know-how sorgt für die gewünschten Effekte in der Einkaufsverhandlung.“**

**„Wichtig ist es, uns neben der preislichen Optimierung auch ganz klar auf die Qualität der Ware zu fokussieren.“**

Ferdinand Arning

Auf den Direktbezug aus Asien und Osteuropa wurden in den vergangenen Monaten mehr als 700 Artikel aus dem PROMAT-Sortiment umgestellt. Bisher wurden diese über Importeure oder ähnliche Dienstleister bezogen. Weitere Sortimente sind im Umstellungsprozess oder in der Vorbereitung. „Wichtig ist es, uns neben der preislichen Optimierung auch ganz klar auf die Qualität der Ware zu fokussieren“, macht Arning deutlich, „und das gelingt uns. Alle Prozessschritte – von der Materialauswahl über Produktion und Qualitätstests bis hin zur Verschiffung der Ware – werden engmaschig überwacht. Wir brauchen den direkten Zugang zu den Herstellern, um die Kontrolle über den Beschaffungsprozess und die tatsächlichen Einkaufspreise zu sichern. Damit sind wir in eine margenstarke Zukunft gestartet, von der NORTHWEST und ihre Handelspartner profitieren werden.“ Die ersten Artikel befinden sich mittlerweile am Lager. Damit ist aber noch lange nicht Schluss: Aktuell prüft der Zentraleinkauf weitere Produktbereiche für den Direktimport.



• **BEISPIEL 3: MARKETING**

„Klassisch im Print versorgt NORDWEST seine Fachhandelspartner mit den neuesten Katalogen und passenden Prospekten in attraktivem Layout und direkter Kundenansprache. Zusätzlich dazu informieren voll responsive Webseiten, wie die Seite der Exklusivmarke PROMAT, zielgerichtet zu Produkten und Anwendungen“, so Mathias Roppel, NORDWEST-Hauptbereichsleiter Marketing. Dabei gilt: authentisch und qualitativ hochwertig ist auch die Kampagne rund um den PROMAT-Mann ausgerichtet. Kreativität wird dabei mit authentischem Image kombiniert und ist dabei gleichzeitig auf die Produkte und Sortimente ausgerichtet. Hier gilt Qualität für Profis, die wissen, was sie tun und was sie brauchen. Weniger emotional, als vielmehr strategisch nutzer- und informationsorientiert, präsentieren sich die Katalogwerke der NORDWEST-Fachhandelspartner für den Endkunden – geht es hierbei doch um die präzise Darstellung des Sortiments und die effiziente, ansprechende und umfassende Darstellung aller Kataloginformationen als zielgerichtetes Kommunikationsinstrument. Bewährte Katalogkonzepte werden bei NORDWEST

**„Authentisch und qualitativ hochwertig ist auch die Kampagne rund um den PROMAT-Mann ausgerichtet.“**

*Mathias Roppel*

stets weiterentwickelt und vorangetrieben. Hier heißt das Motto: Individualisierung für den Erfolg des Fachhandelspartners. Dazu bietet der Verband persönliche Beratung und eine Vielzahl von Möglichkeiten, den kundeneigenen Katalog noch erfolgreicher im Markt zu positionieren und so seine Endkunden zu informieren und zusammen mit den bewährten Services an sich zu binden. Und dann sind da noch Search Engine Marketing und -Optimization (SEM/SEO), Online Newsletter, und Landing Pages für viele Spezialthemen die in den Marketing Kanälen netzwerkartig als „Cross Channel“ eingesetzt werden. Und, egal wie es genannt wird: Das Ziel ist immer Aufmerksamkeit zu erreichen, Mehrwert für die Endkunden zu generieren und damit an die qualifizierten Fachhandelspartner zu binden. Dabei hat das Marketing im Verband einen hohen Stellenwert, der auch in der individuellen Beratung der Fachhandelspartner gerne genutzt wird und mehr und mehr zum Einsatz kommt.

**Weitere Informationen** gibt es bei Mathias Roppel,  
Tel.: 0231 2222-3301, [m.roppe@nordwest.com](mailto:m.roppe@nordwest.com)





#### • BEISPIEL 4: DIGITALISIERUNG

Digitalisierung ist ein weites Feld: eSHOP, Schnittstellen, Datenstrukturierung oder das Datenportal sind nur einige der Themen, mit denen sich NORDWEST beschäftigt. Viele Themen ergänzen sich, sind voneinander abhängig oder bedingen einander. „Unsere Fachhandelspartner hatten jedoch in der Vergangenheit zu ihren Fragen rund um digitale Themen bei NORDWEST verschiedene Ansprechpartner. Von daher haben wir uns entschieden das so genannte ‚one face to the customer‘ einzuführen“, erläutert Martin Reinke, NORDWEST-Hauptbereichsleiter IT & E-Business.

Dabei werden ab sofort alle Anfragen rund um IT-Themen im Bereich E-Business & IT-Beratung gebündelt. Der Vorteil für die Händler durch den umfassenden Betreuungsansatz: mehr Zeit für das Tagesgeschäft und effizientere Lösungen für alle anstehenden Herausforderungen. „Wichtig ist bei diesem Konzept die Nachhaltigkeit“, ergänzt Thomas Cramer, Bereichsleiter IT & E-Business, „von daher haben wir in unserem Team einen

neuen Workflow etabliert, mit dem wir die anfallenden Aufgaben, die aus den Gesprächen mit den Handelspartnern entstehen, nachhalten und bearbeiten.“

Zusätzlich dazu hat sich die Abteilung noch mit weiteren Spezialisten aus der Branche verstärkt. Ab sofort werden neben E-Procurement, eSHOP, eVEND, Scanning und ERP-Systemen auch alle Anfragen rund um elektronische Geschäftsprozesse (EDI), das Datenportal und e-direct von dem Team E-Business & IT-Beratung bearbeitet.

Sobald es um detailliertes Wissen geht, wird das Team von Mitarbeitern aus den entsprechenden Bereichen unterstützt. „Wichtig war es aber,

unseren Handelspartnern alle Leistungen aus einer Hand beratend anbieten zu können – es ist nicht mehr die Frage ob Digitalisierung, sondern wie“, erläutert Martin Reinke abschließend.

**„... von daher haben wir in unserem Team einen neuen Workflow etabliert, mit dem wir die anfallenden Aufgaben, die aus den Gesprächen mit den Handelspartnern entstehen, nachhalten und bearbeiten.“**

*Thomas Cramer*

**Weitere Informationen** gibt es bei Thomas Cramer, Tel.: 0231 2222-5210, t.cramer@nordwest.com



### • BEISPIEL 5: FACTORING

Factoring liegt schon seit längerer Zeit voll im Trend. So auch bei den NORDWEST-Handelspartnern, die das Factoring-Angebot ihres Verbandes immer mehr nutzen und zu schätzen wissen. Weit über eine Million Belege für über 150.000 Debitoren wurden 2016 bei der TeamFaktor NW GmbH bearbeitet, Tendenz steigend. Und nicht nur die NORDWEST-Handelspartner sehen mehr und mehr die Bedeutung dieser Finanzierungsmöglichkeit. 57 % der Finanzentscheider in kleinen und mittelständischen Unternehmen in Deutschland wünschen sich mehr Unabhängigkeit von ihrer Hausbank, hat der Bundesverband Factoring für den Mittelstand in einer aktuellen Studie herausgefunden. Größere finanzielle Freiheiten, eine höhere Liquidität und eine geringere Bindung an die Banken werden durch Factoring erst möglich. „Factoring ist die passgenaue Finanzierung im PVH und unterstützt die Handelspartner in ihrer Unabhängigkeit“, erklärt Jens Thöne, Geschäftsführer der TeamFaktor NW GmbH. Zum einen belastet es nicht die Kreditlinie des Händlers, zum anderen erhält er im Schnitt einen vollen Monatsumsatz zusätzliche Liquidität, da Factoring die Forderungen der Händler an die Kunden sofort liquide macht. Das sorgt für zusätzliche

**„Factoring ist die passgenaue Finanzierung im PVH und unterstützt die Handelspartner in ihrer Unabhängigkeit.“**

*Jens Thöne*

unternehmerische Freiheit. Der Vorteil gegenüber Factoring-Angeboten des Wettbewerbs: spezifische Kenntnisse im PVH-Bereich, der Ankauf auch von Kleinstbeträgen ohne Mindestgebühr, der Ankauf von Forderungen auch gegenüber Privatpersonen sowie eine bis zu 100%ige Auszahlung. Zusätzlich bietet die TeamFaktor NW GmbH verschiedene Modelle,

so dass auf die individuellen Bedürfnisse der Händler eingegangen werden kann. „Wir wissen um die Spielregeln der Branche und haben mit unserem Factoring-Angebot ein sehr gutes Instrument zur weiteren Unterstützung unserer Handelspartner geschaffen“, so Thöne. Die Handelspartner wissen das zusätzliche,

bankenunabhängige Standbein zu schätzen. Das spiegelt sich auch in den Zahlen von 2016 wider: Der Geschäftsbereich TeamFaktor/Services erreichte ein Volumen von 255,6 Mio. Euro und damit ein Wachstum von 163,2 %. „Die Zahlen zeigen die große Akzeptanz unseres Angebots und die Handelspartner sehen, dass bei uns der der PVH-Gedanke gelebt wird“, so der Geschäftsführer abschließend. Fotos: NORDWEST

LD/MR ■

**Weitere Informationen** gibt es bei Jens Thöne,  
Tel.: 0231 2222-3401, j.thoene@nordwest.com



Factoring

Das beste  
Rezept für Ihre  
Gesundheit.



**Ergonomisch ausgezeichnet:  
das Wiha Schraubendreher-  
Griffgrößenkonzept**

- **Schont Ihre Gesundheit:**  
Ausgezeichnete Wiha SoftFinish® Schraubendreher und Wiha Inomic® Zangen für Hand- und Muskelschonendes Arbeiten. Als weltweit einziger Hersteller von Ärzten und Therapeuten des AGR empfohlen!
- **Steigert Ihre Effizienz:**  
Schraubendreher-Griffgrößenkonzept für eine optimale Balance zwischen Kraft und Kontrolle.



Geprüft und empfohlen vom Forum: Gesunder Rücken - besser leben e.V. und dem Bundesverband deutscher Rückenschulen (BdRS) e.V. Weitere Infos bei: AGR e.V., Pf. 103, 27443 Salzgitter, Tel. 04294-92 69 900, www.agr-ev.de



**wiha**   
Tools that work for you

Erfolgreich in die Zukunft:

## „FACHHANDELSPARTNER 4.0“

Fünf Punkte machen den „Fachhandelspartner 4.0“ erfolgreich für die Zukunft. Das neue Konzept wurde erstmalig auf dem Logistik-Event vergangenen September vorgestellt. Aber was hat es damit auf sich? **NORDWEST News** traf Michael Rolf, Geschäftsbereichsleiter Handwerk & Industrie, zum Interview.

**News: Herr Rolf, was verbirgt sich hinter dem Begriff „Fachhandelspartner 4.0“?**

**Michael Rolf:** Das Schlagwort ist ein Synonym für den **NORDWEST-Fachhandelspartner**, der ein ausgefeiltes 5-Punkte-Konzept erfüllt, und mit

diesem bestens für die Zukunft aufgestellt ist. Fachhandelspartner, die dieser Strategie folgen, werden erfolgreich und für die sich abzeichnenden Herausforderungen durch den Wettbewerb und das Marktumfeld gewappnet sein.

**News: Wie sieht dieser 5-Punkte-Plan denn aus? Welche Kriterien muss der Fachhandelspartner erfüllen?**

**Rolf:** 1. setzt er den **Werkzeugtechnik-Katalog**, der nahezu 100 % lagerführende Artikel beinhaltet, ein. 2. vermarktet er aktiv die Exklusivmarke **PROMAT**. 3. werden seine Endkunden direkt auf seinem Lieferschein ab dem **Zentrallager** in Gießen beliefert. 4. nutzt er **eSHOP**, Datenportal und EDI und 5. stimmt er mit uns ein **individuelles Pricing** für seinen Lagerbezug ab. Zusätzlich kann er optional seine kundenspezifischen Artikel im Zentrallager einlagern.

**News: Und wie sehen diese Punkte im Detail aus? Was kann sich der Leser darunter vorstellen?**

**Rolf:** Gehen wir der Reihe nach vor und starten mit dem Werkzeugtechnikcatalog. Diesen sollte der Fachhandelspartner als Vertriebsinstrument einsetzen – aber nicht nur in Papierform, sondern auch in elektronischer Form. Die Vermarktung von **PROMAT** ist wichtig, weil der Fachhandelspartner damit seinen Kunden ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis bieten kann, eine bessere Marge erzielt und sich der Vergleichbarkeit entzieht. Er und seine Kunden bekommen mit **PROMAT** 100 % Qualität zu 80 % des Preises. Bei der Endkundenbelieferung ab dem Gießener Zentrallager als Stan-

Michael Rolf ist seit 2012 **NORDWEST-Geschäftsbereichsleiter Handwerk & Industrie**. In seine Zuständigkeit fallen die Warenbereiche Handwerkzeuge, Elektrowerkzeuge, Oberflächentechnik, Schweißtechnik, Präzisionswerkzeuge, Werkstatt- und Industriebedarf, Technischer Handel sowie Arbeitsschutz. Hier ist er verantwortlich für das gesamte Produktmanagement, sowie den fachlichen Vertrieb Richtung der angeschlossenen Fachhandelspartner von **NORDWEST**. Seit mehreren Monaten beschäftigt er sich intensiv mit dem Konzept „**Fachhandelspartner 4.0**“ und der operativen Umsetzung mit den Fachhandelspartnern von **NORDWEST**. ■



dardprozess geht es um Leistungssteigerung zum Endkunden und Einsparungseffekte, die der Fachhandelspartner erzielen wird. Er reduziert seine eigenen Logistikkosten und erhöht seine Lieferfähigkeit zum Endkunden innerhalb 24 Stunden dramatisch. Weitere Kosteneffizienz und Zukunftsfähigkeit erreicht der Handelspartner durch den vierten Punkt – die Verwendung von eSHOP, Datenportal und papierlosen Prozessen. Um der zukünftige Lieferant für seine Kunden zu sein, muss der Händler seine Kunden zwingend elektronisch anbinden und auf papierlose Prozesse umsteigen. Durch ein individuelles Pricing auf seinen Bedarf abgestimmt, stellen wir sicher, dass er das Zentrallager voll umfänglich für die Direktbelieferung seiner Endkunden einsetzen kann. Die Nutzung der kundenindividuellen Logistik in unserem Zentrallager ist der letzte optionale Punkt in dem Konzept: Jeder Fachhandelspartner hat Artikel im Sortiment, die für ihn und seine Kunden von Bedeutung sind. Diese kann

der Händler ab sofort in Gießen einlagern und, so wie alle seine Aussendungen ab dem Zentrallager, mit seinem individuellen Lieferschein versehen. Dies hebt noch mehr Synergien. Der Kunde bestellt einmal und erhält alles in einer Lieferung. **1 Bestellung = 1 Lieferung!**

**News: Warum sollte der Handelspartner denn diese verschiedenen Punkte bei sich zur Anwendung bringen? Reichen nicht auch nur Teilaspekte?**

**Rolf:** Die Händler werden nur dann gegen den Wettbewerb bestehen, wenn sie auf zukunftsfähige Gesamtkonzepte setzen. Der gewünschte Effekt – Leistungssteigerung, Kostenersparnis und Kundenbindung/-gewinnung – tritt dann ein, wenn alle Aspekte miteinander verzahnt sind. Der Handelspartner kann sich durch die intensive Nutzung der Verbandsleistungen viel mehr um seine eigene Aufgabe kümmern; nämlich seine Kunden in der Region durch hervorragende Betreuung und Beratung zu begeistern. Foto: **NORDWEST** LD ■



Michael Rolf

#### Weitere Informationen

gibt es bei  
Michael Rolf,  
Tel.: 0231 2222-4001,  
m.rolf@nordwest.com

**NEU**

**bedrunka+hirth**  
BETRIEBSEINRICHTUNGEN

**TSM® SPIRALAUTOMAT**

- Ergänzt das intelligente Waren- und Werkzeugausgabesystem TSM® um ein besonders wirtschaftliches Element
- Integrierter Soft-Lift befördert alles sanft zur Ausgabe
- Kontrolle über Zugriffsrechte und Lagerbestände
- Mehrlieferantenfähigkeit
- Windows-Oberfläche
- Schnittstellen zur Warenwirtschaft und SQL-Datenbank
- Als Grund- oder Anbaumodul erhältlich

www.bedrunka-hirth.de | info@bedrunka-hirth.de

Die HAGRO setzt planmäßig um

## SORTIMENTS-AUSBAU IM ZENTRALLAGER GEHT VORAN

**Im Herbst auf den HAGRO-Regionaltagungen angekündigt und seit Anfang des Jahres bereits in der Umsetzung: der Ausbau der Haustechnik im NORDWEST-Zentrallager.**



**Werner Steffan,**  
Foto: NORDWEST

Von rund 9.000 Artikeln auf 20.000 – das ist das Ziel, das der Geschäftsführer der HAGRO, Werner Steffan, in den vergangenen Monaten ausgegeben hat und jetzt in die Tat umsetzt. Zwischen Januar und April 2017 werden neue Sanitär-Produkte verschiedener Lieferanten eingelagert. Dabei geht es vorrangig um Neueinlagerungen von Kernsortimenten verschiedener Hersteller: Toto, Bette, Emco, Kludi und Armaturen von Duravit sind bereits erfolgt. Ideal Standard und Hansa folgen aktuell. „Zukunftsorientierte Sortimente mit Potential werden von uns sofort in Gießen eingelagert und nicht, wie handelsüblich, bisher erst nach ein bis zwei Jahren“, erklärt Werner Steffan. Ein zusätzlicher Vorteil für die Handelspartner: Eine deutschlandweite Lieferzeit von 24 Stunden ab Gießen. Wartezeiten für die einzelnen Artikel zwischen zwei und sechs Wochen gehören damit bei HAGRO-Partnern der Vergangenheit an. „Unsere Händler haben nun einen entscheidenden Vorteil im Wettbewerb – zeitlich, aber auch in der Breite und Tiefe der Sortimente“. Für die neuen Aufgaben hat Werner Steffan Thomas Dehé ins Boot geholt. Der Bereichsleiter ist seit Januar 2017 bei der HAGRO zuständig für den Ausbau des Markensortiments und der Exklusivmarke Delphis. „Mit der Industrie haben wir vereinbart, das Sortiment im Zentrallager stets aktuell zu halten und auch vorausschauend zu optimieren.“ Die Handelspartner der HAGRO zeigten sich bereits auf den Regionaltagungen und Produktausschusssitzungen zufrieden mit den Plänen und mit der aktuellen Umsetzung. Und auch für die Lieferanten birgt die neue Strategie erhebliches Potential. LD ■

„Im ersten Schritt des Einlagerungskonzeptes konzentrieren wir uns auf die Top-Ausstattungsreihen sowie die Neuheiten, die auf der letzten ISH gezeigt worden sind. Die Einlagerung unserer Produkte im NORDWEST-Zentrallager ist für alle Seiten vorteilhaft. Im Lager befinden sich dann unsere absoluten Schnelldreher, über die die HAGRO-Handelspartner binnen 24 Stunden verfügen können. Wir stärken dadurch die HAGRO-Händler – denn diese können wiederum ihren Kunden die Liefersicherheit unserer Produkte garantieren und haben damit einen klaren Wettbewerbsvorteil. Und auch die partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen Emco und der HAGRO wird damit weiter gefördert und ausgebaut.“

**Jörg Zerhusen, Vertriebsleitung, Emco Bad ■**

„Wir freuen uns sehr, dass wir intensive Gespräche mit den Verantwortlichen der HAGRO führen konnten, die dazu geführt haben, dass wir im erweiterten Zentrallager in Gießen berücksichtigt werden. Die Handelspartner der HAGRO haben dadurch einen noch schnelleren Zugriff auf das Bette Sortiment, vor allem auf Produkte, die aufgrund der Handarbeit, längere Lieferzeiten haben. In diesen Fällen entscheidet nicht immer der Preis über die Liefermöglichkeit sondern sehr häufig die kurzfristige Verfügbarkeit. Das kann zur Folge haben, dass die Deckungsbeiträge optimiert werden. Stahl/Email-Produkte erfreuen sich auch in Deutschland bei Endverbrauchern wieder größerer Beliebtheit, da sie durch Stabilität, Langlebigkeit und Hygiene der Glasoberfläche vorrangig überzeugen. Die Vielfalt der Bette Produktfamilie mit besonderen Alleinstellungsmerkmalen und schnellen Lieferzeiten ist für den von der HAGRO gewählten Vertriebsweg besonders interessant.“ Heiner Kleine, Verkaufsleiter, Bette ■

### Weitere Informationen

gibt es bei  
Werner Steffan,  
Tel.: 0231 2222-4301,  
w.steffan@hagro-  
haustechnik.com

professionalLINE

# Volle Power für Ihr Sortiment

JETZT BESTELLEN - die neuen  
**Profi-Werkzeuge** von brennenstuhl®!

[www.professionalline.com](http://www.professionalline.com)



Jetzt professionalLINE  
Video-Trailer ansehen!

Lang genug haben Ihre Kunden auf die neue professionalLINE gewartet. Jetzt kann der Exklusivvertrieb über den Fachhandel losgehen. Bestellen Sie die innovativen Produkte für die Strom- und Lichtversorgung echter Powerkings. Extrem robust und 100 % premium in Material, Verarbeitung und Funktion.

Überzeugen Sie sich schnell und einfach in unserem **professionalLINE Video-Trailer**.



**brennenstuhl®**



NORDWEST Stahl

## EIN BLICK NACH ASIEN

Sieben Tage China und Taiwan – Bernd Estermann, NORDWEST-Geschäftsbereichsleiter Werkstoffe, reiste im Januar 2017 nach Asien, um neue Bezugsquellen im Bereich Edelstahl zu erschließen. NORDWEST News traf ihn zum Interview.

**News: Warum haben Sie sich für eine Reise nach Asien entschieden?**

**Estermann:** Der Wunsch unserer Handelspartner nach einem stärkeren Engagement in Asien bestand schon seit langer Zeit. Es ist nicht mehr möglich, sich im Bereich Edelstahl ausschließlich auf Europa zu konzentrieren. Von daher machen wir jetzt den Schritt nach Fernost – zugegeben, und das ist Eigenkritik, sehr spät.

**News: Was muss man zwingend beim Kauf von Stahl in Asien beachten?**

**Estermann:** Es handelt sich um ein Produkt, dessen Preis bei der Ankunft in Deutschland ein ganz anderer als bei Kaufdatum sein kann. Allein für den Seeweg fallen fünf Wochen Reisezeit an, da kann sich viel tun: Währungsparitäten schwanken und Nickel- und Ferro-Chrom-Notierungen floaten.

**News: Gewähren Sie bitte einen kurzen Einblick in Ihre Reise.**

**Estermann:** Pro Tag haben Julia Büttner (Internationaler Einkauf) und ich ein bis zwei Hersteller vor Ort besucht und Arbeitsmethoden, Arbeitsbedingungen und Produkte gesehen – auch bei einem der weltgrößten Edelstahlher-

steller waren wir zu Gast. Beeindruckt hat mich die Arbeitsqualität vor Ort. Die Prozesse sind in allen Unternehmen höchst professionell abgelaufen, auch bei kleineren Herstellern. Der Blick aller galt dem Westen und alle hatten bereits Exportererfahrung in Richtung Europa.

**News: Welches Ergebnis hat die Reise bewirkt?**

**Estermann:** Nach der Reise war klar, dass NORDWEST bei drei Rohrwerken verschiedene Konstruktions- und Dekorationsrohre bestellen würde. Die erste Tranche erwarten wir im Laufe des Aprils in Deutschland. Bei Bestellzeitpunkt war uns hinsichtlich der Prognosen und der Laufzeit klar, dass diese Ware, die im April kommt, wirtschaftlich attraktiv sein wird. Wir bieten unseren Handelspartnern mit der Erschließung neuer Beschaffungswege einen Mehrwert und beziehen sie von Anbeginn mit ein. Seit einiger Zeit betonen wir die enge Verbindung mit unseren Handelspartnern, auch durch gemeinsame Besuche bei der Industrie. Auch bei der Asienreise war das so. Das fördert das gegenseitige Vertrauen und stärkt das Gemeinschaftsgefühl. *Fotos: NORDWEST* LD ■

**Bernd Estermann** (3. v. r.) und **Julia Büttner** (3. v. l.) bei ihrer Reise nach Asien.

**Weitere Informationen**  
gibt es bei  
Bernd Estermann,  
Tel.: 0231 2222-4441,  
b.estermann@  
nordwest.com





## Viega Raxofix

Ohne Kalibrieren, mit bis zu  
30 % Zeitersparnis.

1.  
Wie gewohnt  
ablängen.

2.  
Ganz einfach  
aufstecken.

3.  
In Sekunden  
verpressen.



[viega.de/Raxofix](http://viega.de/Raxofix)

### Die effiziente Pressklasse

Ablängen, aufstecken, verpressen – in nur drei Arbeitsschritten entstehen mit Viega Raxofix dauerhaft sichere Heizungs- und Trinkwasserinstallationen. Das Kalibrieren der Rohre entfällt, was bis zu 30 % Montagezeit spart. Und das bei jeder Dimension. Apropos Dimensionen – auch hier kann Viega Raxofix punkten. Die geringe Querschnittsverengung und die strömungsgünstigen Radien erlauben eine kleinere Dimensionierung im Vergleich zu Standard-Presssystemen für Mehrschichtverbundrohre. Das spart Materialkosten und trägt gleichzeitig zum Erhalt der Trinkwassergüte bei. **Viega. Höchster Qualität verbunden.**

**viega**

Digitalisierung – wir packen es an!

## NEUAUFLAGE: APP NIS TOUCH

**Vor drei Jahren das erste Mal vorgestellt, wurde NIS Touch jetzt auf den aktuellsten Stand gebracht. Mit der App können Außendienstmitarbeiter bei ihren Kunden von Smartphones und Tablets direkt auf das NIS zugreifen.**

Die über das NIS individuell, erstellbaren Werbeflyer erfreuen sich großer Beliebtheit. In den ersten vier Wochen des Jahres 2017 erstellten die Handelspartner mehr als 1.200 Flyer für ihre Werbezwecke. ■

„Die Weiterentwicklung war nötig geworden, weil sich zum einen die Bedürfnisse der User verändert hatten, aber auch die Technik einen Sprung nach vorne gemacht hat“, erläutert Daniel Brechtefeld, NIS-Administrator bei NORDWEST (Bereich IT & E-Business). Nicht nur die Optik der verschiedenen Menüs wurde auf den neuesten Stand gebracht. Auch die Anwendungsmöglichkeiten erweiterte das NIS-Team. Im Startmenü erhält man direkt Zugriff auf das Lagerbestellsystem. Zusätzlich erhält der User einen Blick auf aktuelle Aktionsartikel und seine individuell erstellbaren Werbeflyer. Ebenfalls im Startmenü gibt es eine prominent platzierte Suche mit integriertem Barcodescanner – nur eine der vielen Neuerungen in der App. Bei Fragen zu einem Artikel lässt sich der entsprechende Warenbereich direkt kontaktieren. Die jeweiligen Nummern werden zum Artikel mitangezeigt. Liegen Artikel im Warenkorb, bleiben diese auch dann erhalten, wenn man die App schließt.

Neben dem Lagerbestellsystem gibt es auch eine Lieferantensuche sowie aktuelle Lieferantenangebote. Eine für den Außendienst neue nützliche Funktion, ist der Zugriff auf die umfangreichen NORDWEST-Kataloge. Dem User stehen diese PDF-Kataloge in der App stets aktuell zum Download bereit.

Das Design ist klar strukturiert und in dezenten Farben gehalten. Der User hat allerdings die Möglichkeit, sein eigenes Corporate Design zu hinterlegen.

„Wir haben das NIS nicht nur runtergebrochen für die App, sondern für mobile Endgeräte neu aufbereitet. Wichtig war zu wissen, was unsere Händler für Funktionen benötigen, wenn sie bei Ihren Kunden sind. Informationen sollten qualitativ hochwertig bleiben und gleichzeitig einfach abrufbar sein“, so Daniel Brechtefeld abschließend.

Die neue App erscheint pünktlich zur NORDWEST-Einweihungsfeier. Foto: NORDWEST LD ■



### Weitere Informationen

gibt es bei Daniel Brechtefeld, Tel.: 0231 2222-5117, d.brechtefeld@nordwest.com

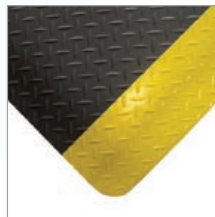
# Alles aus einer Hand

Seit Markteinführung der COBAmat® 1979 unterstützen wir den Handel umfassend und lösungsorientiert.

Heute sind (industrielle) Arbeitsplätze sicherer denn je. Dem steigenden Bewußtsein für sichere Arbeitsplätze und den damit einhergehenden Veränderungen folgen wir konstant.

Entsprechend haben wir unser Produktprogramm immer weiter entwickelt, verbreitert und vertieft.

Mit Produkten von COBA europe investieren Sie in weit mehr als nur ‚Matten‘.



- Kompetent, Engagiert, Lösungsorientiert
- Umfangreiches Produktprogramm für verschiedenste Einsatzbereiche
- „Mehr als nur Matten“ – Intensive Händlerunterstützung
- Marketing, Vertrieb, Begleitung bei Kundenbesuchen

EIN SCHRITT  
NACH VORNE



☎ +49 (2161) 2945-0  
✉ [verkauf@coba-europe.de](mailto:verkauf@coba-europe.de)  
🌐 [www.coba-europe.de](http://www.coba-europe.de)



Celebrating 50  
years of COBA

*Proud of our Heritage,  
Driven by our Future*

## Leistungsgemeinschaft Baugeräte

# FRISCHER SCHWUNG AUF DER JAHRESTAGUNG



Am 1. und 2. Februar traf sich die Leistungsgemeinschaft (LG) Baugeräte zu ihrer Jahrestagung in Kassel. Ein Überblick über Herausforderungen und Erreichtes stand genauso auf der Agenda wie der Lieferantentalk.

22 NORDWEST-Handelspartner hatten sich zu der Tagung angemeldet, auf Lieferantenseite waren es 24 Unternehmen. „In den vergangenen Monaten hatten wir es in der Leistungsgemeinschaft mit verschiedenen Herausforderungen zu tun, aber diese haben wir erfolgreich gemeistert“, freutsich NORDWEST-Geschäftsbereichsleiter Bau Stefan Thiel bei seiner Begrüßung. Im Herbst des letzten Jahres hatte er sämtliche Handelspartner der LG vor Ort besucht. „Dabei haben wir auch das Bisherige hinterfragt und überlegt, welche Weiterentwicklungen es in der

täglichen Zusammenarbeit geben muss. Alle Gespräche waren sehr konstruktiv. Die Ergebnisse haben wir dann im letzten Jahr mit allen Händlern in einer Strategiesitzung besprochen und die notwendigen Beschlüsse einstimmig gefasst.“ Auf der Jahrestagung galt es nun, die Entwicklung der letzten Monate zu würdigen und die Weiterentwicklung 2017 zu besprechen.

### VIELSCHICHTIGER INPUT

Ein wichtiger Impuls aus den Gesprächen 2016 war der Wunsch der Händler, sich noch stärker

## STATEMENTS

„Was haben Verladerampen und Apnoe-Tauchen gemeinsam? Die interessanten und sympathischen Persönlichkeiten dahinter. Beim Lieferantentalk ergeben sich automatisch Kontakte in entspannter, fröhlicher und ungezwungener Umgebung. Es ergeben sich Möglichkeiten, die Menschen hinter den Geschäftskontakten kennen zu lernen.“

*Frank Mauderer,  
Geschäftsführer, Mauderer Alutechnik GmbH* ■

„Die Jahrestagung war sehr gut organisiert, mit verschiedenen, kurzweiligen und interessanten Programmpunkten. Der Austausch mit den Kollegen war mal wieder gewinnbringend, es gab tolle Gespräche. Die vielen, guten Vorschläge seitens NORDWEST können wir sehr gut bei unserer Arbeit nutzen.“

*Bernhard Mack, Geschäftsführer, Mack Baugeräte* ■

„Eine rundum gelungene Veranstaltung, die den gemeinsamen Interessen der Händler und Lieferanten dient. Die persönlichen Kontakte und Beziehungen, die sich hier bilden, helfen allen dabei, miteinander den wachsenden Anforderungen am Markt gerecht zu werden.“

*Andreas Kern, Leitung Vertrieb  
und Marketing, Gottlieb Nestle GmbH* ■

NORDWEST hat im vergangenen Jahr sehr gute Arbeit geleistet, war transparent und bewegt sich überwiegend in die richtige Richtung. Natürlich gibt es auch noch offene Punkte, aber die Fortschritte sind definitiv messbar. Von daher und auf Grund der guten Geschäfte in 2016 war die Stimmung auf der LG-Tagung sehr gut. Auch das Miteinander zwischen uns Händlern ist von dieser guten Stimmung geprägt und war auf der Tagung und in der Zusammenarbeit, auch im Sortimentsausschuss, spürbar.“

*Andreas Bastian,  
Prokurist Einkauf, Vernhold Baumaschinen* ■

auf die Verbesserung der Tagespreise durch gezielte Aktivitäten zu konzentrieren. Die Einrichtung eines Fördertopfes für Einkaufs- und Vertriebsaktivitäten der Händler oder auch neue Einkaufsaktivitäten – es gab viele Wünsche und Stefan Thiel und sein Team setzten diese um bzw. planen deren Umsetzung. „Mit dem Sortimentsausschuss der Leistungsgemeinschaft arbeiten wir intensiv zusammen. Er hat uns eine offene und transparente Kommunikation bescheinigt. Unsere Arbeit für und mit der Leistungsgemeinschaft ist auf Kurs und im Zeitplan.“ So hat es bei einer Reihe von Basisprodukten, wie zum Beispiel Batterien oder Absperrbändern, eine Verbesserung der Einkaufspreise gegeben. „Das gelang nur durch die Zusammenarbeit mit allen Händlern in der LG Baugeräte, und dass freut mich besonders“, so Thiel weiter, „hinsichtlich des Fördertopfes setzen wir die Maßnahmen des ersten Halbjahres um, die Planung für das zweite Halbjahr 2017 läuft in Abstimmung mit den Gremien. Gute Ideen von allen Händlern sind willkommen und werden im Sortimentsausschuss entscheiden.“

### VERSTÄRKUNG IM TEAM BAU

Auf der Tagung stellte sich auch Jörg Becker vor, neuer Mitarbeiter im Team Baugeräte bei NORDWEST. Becker hatte eine Ausbildung zum Industriekaufmann erfolgreich absolviert und war danach als Sachbearbeiter im Bereich Baustellenlogistik beschäftigt. In den nachfolgenden Jahren hat er als kaufmännischer Leiter den Bereich Baustellenlogistik geführt. In den letzten Jahren war er bei einem Wettbewerbsverband im Bereich Baugeräte tätig.

### EFFIZIENTER LIEFERANTENTALK

Am Abend des ersten Tages fand der Lieferantentalk statt. Hier konnten sich Handelspartner, Vertreter der Industrie und von NORDWEST über die neuesten Trends austauschen und ihr bestehendes Netzwerk weiter ausbauen. „Das war ein guter Programmpunkt, den alle bestens nutzten. Der Lieferantentalk hat die Tagung auf jeden Fall bereichert“, so Stefan Thiel abschließend.

Foto: NORDWEST

LD ■

„Ich bin sehr zufrieden mit unserer Jahrestagung. Die Sammelkäufe wurden von allen gut angenommen, der Zusammenhalt in der Gruppe ist top und der Lieferantentalk war sehr erfolgreich. NORDWEST und der Sortimentsausschuss haben in den vergangenen Monaten richtig Gas gegeben und unsere Vorschläge alle umgesetzt – das war sehr, sehr positiv. Jetzt heißt es nur nicht nachlassen.“

*Marco Buntrock,  
Geschäftsführer/Einkauf, Laute & Muxfeld ■*

„Die Veranstaltung fördert die gemeinschaftliche Zusammenarbeit zwischen den Lieferanten und Mitgliedern bei geselligen Gesprächen abseits des Tagesgeschäfts und leistet dadurch einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur Vertiefung der Partnerschaft. Wir würden uns freuen, wenn der Lieferantentalk zu einer festen Größe wird, die jährlich stattfindet.“

*Karl-Heinz Kniesel,  
Geschäftsführer, Steidale-Stromverteiler GmbH ■*

### Weitere Informationen

gibt es bei Stefan Thiel,  
Tel.: 0231 2222-4201,  
s.thiel@nordwest.com

„Gerne sind wir der Einladung von NORDWEST zu einem Lieferantentalk nach Kassel gefolgt. Gerade für uns als neuer Konzentrationslieferant die optimale Möglichkeit, die Einkäufer und/oder Geschäftsführer der angeschlossenen Häuser kennen zu lernen. (...) Dabei fiel mir und meinem Kollegen vor allem positiv auf, dass wir als Lieferant nicht bei den Händlern ‚Schlange stehen mussten‘, sondern die Händler auch auf uns zukamen. Ein großer Vorteil, wenn das Verhältnis zwischen Hersteller und Händler ausgewogen ist. (...) Wir bedanken uns bei den Mitgliedern und natürlich dem Organisationsteam von NORDWEST für einen gelungenen Lieferantentalk der anderen Art und kommen sehr gerne wieder.“

*Olaf Rauschenbach, Verkaufsleiter, Heras Mobilzaun GmbH ■*

Das fällt ins Auge

## DER PROMAT-MANN WIRBT FÜR SEINE EXKLUSIVMARKE DIREKT VOR ORT

Für die Einen heißt es „Out of Home“ Werbung, die anderen sagen 18/1 Plakat: gemeint sind immer die Großflächenformate, die direkt vor Ort mit einer aussagekräftigen Werbeaussage Kunden zu ihrem Händler bringen. Damit NORDWEST-Fachhandelspartner für die Marke PROMAT direkt vor Ort Unterstützung bekommen, wurde in den ersten Wochen des neuen Jahres mit Schwerpunkt Nord- und Ostdeutschland eine groß angelegte Werbekampagne mit Großflächenplakaten in zehn Ballungsräumen ausgerollt.



Der PROMAT-Mann auf dem Großflächenplakat.

Ziel dabei, in diesen Regionen den Weg zum NORDWEST-PROMAT-Fachhandelspartner als Partner dieser Exklusivmarke mehr in das Bewusstsein der Handwerker und Nutzer von Handwerkzeugen, Betriebseinrichtung, Arbeitsschutz und chemischen Produkten zu bringen.

### WO GIBT ES SO ETWAS?

#### BEI MEINEM FACHHÄNDLER

Der PROMAT-Mann bringt dabei mit seinen flotten Sprüchen und weithin sichtbaren Produkten mit dem Schwerpunkt Werkzeug die Aussage direkt zu den potentiellen Kunden. Dabei ist es entscheidend, dass auf dem ersten Blick vermittelt wird: Wenn PROMAT meine bewährte und zuverlässige Marke ist, dann erhalte ich diese beim Fachhändler meines Vertrauens gleich in der Nähe. Danach ausgewählt, wurden auf den Plakaten neben der reinen Werbeaussage auch die Adresse und der Kontakt der Fachhandelspartner groß und prominent kommuniziert.

### GROSS UND DIREKT?

#### KUNDENFÜHRUNG OHNE UMWEGE

Bei großformatigen Plakaten, wie mit dieser PROMAT-Kampagne, kommt es darauf an, mit einer grafisch interessanten Umsetzung den Kunden auf der Straße direkt anzusprechen und die Information zu geben, die in wenigen Sekunden erfasst ist und gleichzeitig im Gedächtnis bleibt. Ein Grund mehr die Großfläche mit dem bekannten PROMAT-Mann für diesen Zweck einzusetzen. An verkehrsgüns-

tigen Punkten präsentiert er die große Sortimentsvielfalt der Exklusivmarke und gibt direkt die Information, wo in der Nähe die begehrten Produkte direkt käuflich zu erwerben sind. Wichtig dabei: Neben der Adresse sind es insbesondere auch die Web-Adresse, ohne die in der heutigen Zeit kein Geschäft zu generieren ist. Hier treffen sich Information und Kommunikation mit dem fokussierten Ziel, Kunden direkt zum **NORDWEST- Fachhandelspartner** und zur Exklusivmarke **PROMAT** zu führen. Dabei entscheidet der Kunden selbst, ob der Weg zum stationären Handel oder über den **eSHOP** des Fachhändlers der bevorzugte Weg ist, um das **PROMAT-Produkt** letztendlich kurzfristig in den Händen zu halten.

**HERKÖMMLICH ODER NEU?**

**BEIDES TRIFFT ZU**

Sicherlich, die großen Zeiten der klassischen Litfaßsäulen sind es nicht mehr, jedoch steht fest, auch im Zeitalter von Google & Co. sehen

wir Menschen unsere Werbung immer noch auf der Straße. **Prominent platziert und ansprechend gestaltet, mit den richtigen Informationen ausgestattet, bringt uns die Großflächenwerbung wie hier am Beispiel von PROMAT den gewünschten Effekt:** Aufmerksamkeit, um Produkte und Marke für Kunden interessant zu machen. Dabei bringt die bewährte Werbung den werbeoffenen Kunden auf der Straße über die Großfläche ebenso direkt zu seinem Fachhandelspartner, wie die Online-Werbung. Hier spielen dann stationärer Handel oder Online-Shop nur noch die Rolle der bevorzugten Einkaufsart. Gut dabei zu wissen: Exklusivmarken wie **PROMAT** lassen sich online kaum vergleichen und hier ist es nicht allein der Preis, der den guten Ruf ausmacht. Schön zu wissen, dass es noch Klassiker gibt, die auch in unserer schnelllebigen, digitalen Zeit ihr Ziel nicht verfehlen, sondern die Kunden noch sicher zu unseren Fachhandelspartnern, also zu Ihnen führen. *Foto: NORDWEST* **MR** ■

**Weitere Informationen**

gibt es bei Mathias Roppel, Tel.: 0231 2222-3301, m.ropel@nordwest.com



Der kompetente Partner für den Fachhandel

**Schraubtechnik für den Fassadenbau**

[www.TWISTEC-SCHRAUBEN.de](http://www.TWISTEC-SCHRAUBEN.de)




**JETZT NEU!**

Europ. technische Zulassung ETA-13/0292 auf viele TWISTEC® Fassadenbohrschrauben, u. a. TWISTEC® Color-Head-Schrauben



**Metall + Fastening Industrie GmbH**  
Hermannstraße 19  
D-49767 Twist

Telefon 0 59 36 / 90 40 41  
Telefax 0 59 36 / 90 40 42  
E-Mail [info@mfi-fastening.com](mailto:info@mfi-fastening.com)  
Internet [www.mfi-fastening.com](http://www.mfi-fastening.com)

Fordern Sie aktuelles Informationsmaterial an!

Alles außer gewöhnlich

## VIELFALT UND QUALITÄT PRÄSENTIERT IM NORDWEST-SHOWROOM

Wie ist das Verhältnis von Präsentation, Show und Ware in einem Showroom von NORDWEST? Die Antwort ist einfach: ausgewogen. Mit dem Anspruch allen Fachhandelspartnern, Kunden und Interessenten von NORDWEST in der neuen Zentrale auf Phoenix-West in Dortmund ein professionelles Kommunikationsforum zu bieten, begann die Planung dieses zentralen Raums im neuen Gebäude. Am 26. und 27. April wird der Showroom bei der Einweihungsfeier präsentiert.

*Planung: So soll der Showroom zukünftig aussehen.*





Dabei sind es die Lieferanten, die gemeinsam mit den Produktbereichen eine Vielfalt an Sortimentbestimmten, das präsentiert und vorgeführt werden soll. Es ist dabei die Mischung der ganz unterschiedlichen Bereiche, die einmal die Ware in Kombination mit neuester Technik an den verschiebbaren Monitoren der Shiftscreen-Wände direkt erlebbar machen, in Präsentationen im Film Wirklichkeit werden lassen und letztendlich die Besucher bis in eine „Virtuelle Realität“ entführen. So reicht die Spannweite von Stahllexponaten bis hin zu Präzisionswerkzeugen und minutiös gestalteten Exponaten frei schwebend.

#### DANK AN DIE BEREITSCHAFT DER BETEILIGTEN LIEFERANTENPARTNER

Das Showroom-Projekt war von Beginn an durch den kreativen Austausch und die Bereitschaft der beteiligten Lieferanten zusammen

mit den Produktmanagern bestimmt, den Showroom interessant und informativ zu gestalten. Gemeinsam mit dem beauftragten Unternehmen für Messebau und Inneneinrichtung wurde somit ein Gesamtkonzept geschaffen, das zur Einweihungsfeier Ende April bei einem breiten Publikum bei NORDWEST Premiere feiern wird. Für die Zusammenarbeit und Kooperation konnte NORDWEST auf weit über 100 Lieferantenpartner zurückgreifen, die mit ihrer Bereitschaft der Beteiligung an diesem Projekt ihre Verbundenheit mit dem Verband und insbesondere mit dem neuen Showroom-Projekt bewiesen haben.

#### ANSPRUCH ZUR KONTINUIERLICHEN ENTWICKLUNG

Sicher ist auch: Nach der Premiere wird es mit dem Showroom, was Aktualität und Präsentation anbetrifft, kontinuierlich weitergehen. Zusammen mit den beteiligten Lieferantenpartnern wird NORDWEST die Zielsetzung verfolgen, Produktzyklen nach Aktualität und Relevanz für die interessierten Fachhandelspartner zur Verfügung stellen. Dies geschieht gemeinsam mit den Lieferantenpartnern, die in Absprache und in Kommunikation mit ihren Ansprechpartnern bei NORDWEST die Aktualität bestimmen, um allen Besuchern das Showroom-Erlebnis zu bieten, das von Lieferanten und NORDWEST aus Kundensicht erwartet wird. Ein Anspruch der verfolgt werden muss, der jedoch auch die Spannung und Herausforderung beinhaltet, die dieses Projekt ausmachen und den damit verbundenen Erfolg bringen. Deutlich wird auch bei diesem Aspekt, das es die enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit ist, die hier zielführend zum Erfolg führt – ein erfolgreiches Showroom-Projekt von NORDWEST gemeinsam mit den Lieferantenpartnern für alle NORDWEST-Handelspartner zu installieren und erfolgreich langfristig zu gestalten. Dafür herzlichen Dank an die beteiligten Lieferantenpartner. Nutzen Sie den tollen Marktplatz für Ihre Veranstaltungen. Sprechen Sie uns an.

Foto: Atelier Damböck

MR ■

#### Weitere Informationen

gibt es bei  
Mathias Roppel,  
Tel.: 0231 2222-3301,  
m.ropel@nordwest.com



## Katalogschulung

# ARBEITSSCHUTZ VON KOPF BIS FUSS

**Zu Jahresbeginn trafen sich in Dortmund rund 20 Mitarbeiter von 11 verschiedenen NORDWEST-Handelspartnern, um sich zur neuen Auflage des Arbeitsschutzkataloges schulen zu lassen. Das Tagesprogramm war vielfältig: zusätzlich zu den Neuerungen im Katalog waren auch Vertreter einiger Lieferanten vor Ort, um über ihre neuen Sortimente zu informieren.**

Zu Beginn der Schulung informierte Anja Hermann, NORDWEST-Kompetenzfeldleiterin Arbeitsschutz, über die Neuerungen bei der PSA-Richtlinie (PSA-R). „Diese ist im letzten Jahr zur EU-Verordnung, zur PSA-V, geworden und muss zwingend ab April 2018 angewendet werden.“ Der Händler erhält mit der neuen Verordnung einen erweiterten Verantwortungsbereich, muss unter anderem die CE-Kennzeichnung prüfen, Konformitätserklärungen der Lieferanten aufbewahren und bei der Annahme, dass die persönliche Schutzausrüstung ein Sicherheitsrisiko darstellt, den Hersteller und die Marktaufsicht davon in Kenntnis setzen.

## EWEGKLEIDUNG, SICHERHEITSSCHUHE, ATEM-, AUGEN- UND GEHÖRSCHUTZ

Diese drei Themenblöcke, gesetzliche Vorgaben und verschiedene Produkte wurden im weiteren Schulungsverlauf von den Lieferanten vorgestellt. Iris Schwarz von Asatex referierte zum Thema Einwegkleidung, Ralph Müller

von Baak sprach zu den Entwicklungen aus seinem Hause bezüglich Sicherheitsschuhe und Thomas Erdmann von 3M klärte zum Thema Atem-, Augen- und Gehörschutz auf.

## NEUERUNGEN IM KATALOG

Anja Hermann stellte die Neuerungen im Arbeitsschutz-Katalog vor: „Wir erleichtern die Orientierung auf den mehr als 368 Katalogseiten mit verschiedenen Hinweis-Vignetten und QR-Codes. So werden neue Artikel, Artikel mit sehr gutem Preis-Leistungsverhältnis oder Topseller ebenso auf einen Blick erkennbar wie auch Tipps und wichtige Produktinformationen.“ Insgesamt umfasst der aktuelle Katalog acht Kapitel, ‚PSA gegen den Absturz‘, ist ebenso enthalten wie beispielsweise ‚Umwelt- und Hitzeschutz‘ oder auch ‚Kopf-, Augen-, Atem- und Gehörschutz‘. „2017 wird es übrigens verschiedene Schulungen zum Thema Arbeitsschutz geben. Alle Termine geben wir im NIS bekannt“, so die Kompetenzfeldleiterin.

Foto: NORDWEST

LD ■

**Anja Herman** informierte zu den Katalogerneuerungen.

### Weitere Informationen

gibt es bei  
Anja Hermann,  
Tel.: 0231 2222-4130,  
a.hermann@nordwest.com





Exklusiv  
bei CRC

# Perma-Lock®

2-WAY INTEGRATED ACTUATOR



Exklusiv bei CRC:

## Perma-Lock®

Der 2-Wege-Sicherheitsprühkopf  
für die Lebensmitteltechnik

- Fest fixiertes Sprührohr - fällt nicht ab!
- Komfort-Sprühkopf mit 2-Wege-Sprühsystem für flächiges und punktgenaues Sprühen
- Komfortable Anti-Rutsch-Druckfläche

Entwickelt für Höchstleistung und Haltbarkeit in der Lebensmitteltechnik: Perma-Lock® - der 2-Wege Sicherheits-Sprühkopf von CRC - ist dank des fest fixierten Sprührohrs das sicherste System auf dem Markt.

[WWW.CRCIND.COM](http://WWW.CRCIND.COM) | Mehr im Film:



Mehr als 25 verschiedene NSF HI registrierte CRC Produkte verfügbar!

# VERTRAUEN, CHARISMA UND TAGEBUCH

**Führung als Erfolgsfaktor für die Jungunternehmer – zu diesem Thema fand die Frühjahrssitzung des NORDWEST-Zukunftskreises in Grainau statt. Gastreferent war Professor Martin Högl, der an der Ludwig-Maximilians-Universität in München lehrt.**

Fallbeispiele und dazwischen Theorie und Erfahrungsaustausch prägten den Vortrag und machten die Thematik für die Jungunternehmer greifbar. Martin Högl erklärte der Gruppe, dass es weltweit ein gleiches Empfinden für universell gute Führungseigenschaften gibt. Diese seien natürlich aber auch immer situationsabhängig.

Gleich zu Beginn der Tagung waren die Mitglieder aufgefordert, drei aus ihrer Sicht gute Führungstypen zu benennen und deren Charaktereigenschaften herauszustellen. Es wurden Führungspersönlichkeiten von den eigenen Großeltern bis hin zu aktuellen Politikern wie Angela Merkel oder Barack Obama genannt. Besonders deren Selbstvertrauen und Durchsetzungskraft imponierten den Jungunternehmern. Im Anschluss sollten die Teilnehmer die Eigenschaften erarbeiten, die sie weniger positiv sahen. Die Übung sollte der Reflektion über die eigenen Charaktereigenschaften dienen.

## VERSCHIEDENE ASPEKTE BEI FÜHRUNGSPERSÖNLICHKEITEN

Martin Högl erläuterte der Gruppe, dass es verschiedene Machtbasen gibt, durch die die Angestellten motiviert seien, gute Arbeit zu leisten. Diese reichten über die bekannten Varianten von Belohnung und Bestrafung hin zu einer Expertenmacht, bei der die Mitarbeiter aus Überzeugung ihren Vorgesetzten folgen: Sobald der Vorgesetzte als Referenz- und Identifikationsmacht wahrgenommen wird, möchten die Mitarbeiter den Vorgesetzten nacheifern und sind dadurch motiviert gute Arbeit zu leisten. Ein weiterer wichtiger Aspekt für Führungskräfte ist das Thema Vertrauen. Die Gruppe war sich einig, dass eine gute Vertrauensbasis zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern Sicherheit und Beständigkeit für ein Unternehmen bedeuten. Sobald in einem Unternehmen Misstrauen wächst, muss der Unternehmer vermehrt Kontrolle ausüben, was viel Zeit und Geld kostet. Dennoch ist Vertrauen in die eigenen Mitarbeiter auch immer eine Art von Risiko, da dieses auch ausgenutzt werden könne. Vertrauen sollte daher nie blind erfolgen, sondern erst, wenn das Gegenüber als vertrauenswürdig eingestuft wurde.

Högl empfahl den Jungunternehmern, einmal pro Woche einen Tagebucheintrag zu verfassen, um getroffene Entscheidungen besser reflektieren zu können. In diesem Eintrag sollten alle wichtigen Ereignisse der Woche sowie Außenfeedback analysiert werden. Somit

Quelle:  
Univ.-Prof. Dr. Martin Högl



könne jeder Jungunternehmer überlegen, bei welchen Entscheidungen er sich wohl oder unwohl gefühlt habe. Als Resultat entstünde dadurch auch ein klares Bild, welche Werte dem jeweiligen Jungunternehmer wichtig seien.

#### „CULTURE EATS STRATEGY FOR BREAKFAST“

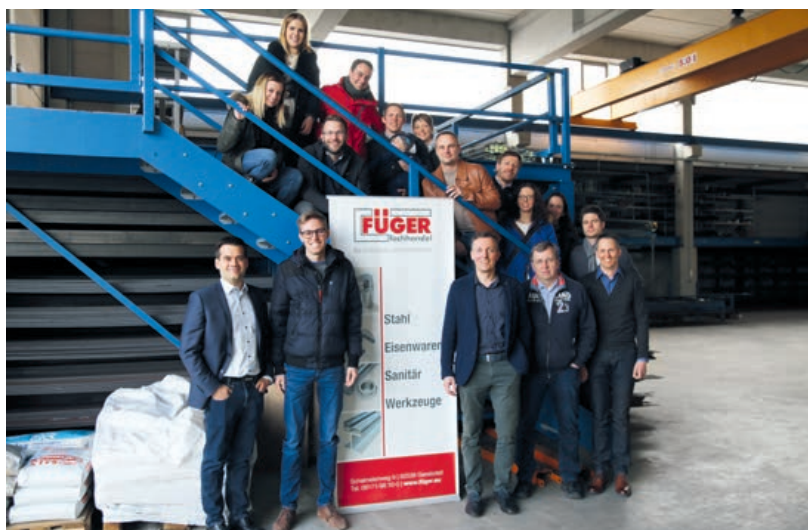
Gemäß diesem Leitsatz nutzte die Gruppe den Nachmittag der Tagung dazu, verschiedene Arten von Unternehmensstrategien zu erarbeiten. Den Jungunternehmern wurde klar, dass viele Strategieeinführungen scheitern, weil die bestehenden und individuellen Unternehmensstrukturen nicht an die neuen Maßnahmen angepasst werden. Eine konsequente Abstimmung aller Elemente einer Organisation ist daher unabdingbar.

#### BESUCH BEIM FACHHÄNDLER

Am Freitag stellte Martin Füger sein Unternehmen Füger Fachhandel GmbH dem Zukunftskreis in Geretsried vor. Das Unternehmen

wurde 2008 größtenteils modernisiert bzw. ausgebaut. Der NORDWEST-Handelspartner bedient alle drei Bereiche des NORDWEST-Sortimentes, sprich Handwerk & Industrie, Stahl und Haustechnik. Besonders die moderne Badausstellung fand großen Zuspruch unter den Jungunternehmern. Foto: NORDWEST BQ ■

Die Jungunternehmer zu Gast bei Füger Fachhandel GmbH.






## CLEVER DIAMOND

[www.clever-diamond.de](http://www.clever-diamond.de)

Produkt-Infos unter Tel.: +49 (0) 2191-9455-0

IHR  
KOMPETENTER  
PARTNER  
FÜR  
DIAMANTWERKZEUGE

NEU IM SORTIMENT

Diamant-Trennscheibe Premium Qualität  
21815 DRAGON SUPER-PREMIUM, Ø 115 - 450 mm

Bestens geeignet für Stahlbeton, harte Kunst- und Natursteine, Klinker, duktile Gussrohre etc.

Spezial-Segmentstruktur, lasergeschweißt, Segmenthöhe 13 mm\*

\*Segmenthöhe beinhaltet einen diamantfreien Fuß von ca. 2 mm

Digitalisierung – wir packen es an!

## CLEARING-CENTER SPART ZEIT UND GELD



NORDWEST hat gemeinsam mit der Leistungsgemeinschaft Präzisionswerkzeuge ein Clearing-Center an den Start gebracht, das die EDI-Prozesse deutlich verschlankt und beschleunigt und die Lieferanten direkt digital anbindet. Um mehr darüber zu erfahren, traf die NORDWEST News Gert Meier zum Interview. Meier ist Inhaber des Handelspartners Heinrich Meier GmbH und Mitglied der Leistungsgemeinschaft.

### News: Vor welchen Herausforderungen stehen Sie und unsere anderen Handelspartner heutzutage?

**Gert Meier:** Wir müssen schneller werden und dabei unsere Prozesskosten senken, um gegen die großen Online-Händler und andere Marktteilnehmer bestehen zu können. Davon bin nicht nur ich betroffen. Das betrifft alle NORDWEST-Handelspartner. Das Clearing-Center wird uns dabei helfen.

### News: Was verbirgt sich hinter dem Begriff Clearing-Center?

**Gert Meier:** Mit einem Clearing-Center soll die gesamte Prozesskette, angefangen von der Bestellung, über die Auftragsbestätigung und das Lieferavis bis hin zur Rechnung, elektronisch abgewickelt werden. Das Clearing-Center fungiert dabei als Drehscheibe. Über diese werden alle Nachrichtenarten (Bestellung, Lieferavis, Rechnung) geliefert, und zwar in beide Richtungen: Vom Handelspartner zum Lieferanten und wieder denselben Weg zurück. Zwischen diesen beiden Partnern befindet sich die Drehscheibe „Clearing-Center“.

### News: Aber wieso benötigt man überhaupt ein solches Clearing-Center? Bisher funktionieren die Prozessketten doch auch ohne diese Drehscheibe.

**Gert Meier:** Weil die bisherigen Prozesse drin-

gend verschlankt werden müssen. Unsere Margen im Handel sind unter Druck. Manuelles Erfassen von Daten wie Liefertermine, Preise, Lieferpositionen usw. müssen auf ein Minimum reduziert werden. Manuelles Erfassen ist fehleranfällig und kostet Geld.

Es passt nicht mehr in unsere Zeit, dass wir Bestellungen in nicht maschinenlesbarem Inhalt an unsere Lieferanten senden. Ebenso müssen Auftragsbestätigungen, Lieferscheine und Rechnungen des Lieferanten durch ERP-Systeme automatisiert bearbeitet werden können.

### News: Welche weiteren Vorteile ergeben sich für die Handelspartner, die das Clearing-Center nutzen?

**Gert Meier:** In meinem Unternehmen bestehen seit Jahren EDI-Anbindungen mit Lieferantenpartnern. Die Feinabstimmungen dieser Anbindungen erfordern jeweils personellen Aufwand und kosten Geld. Durch das Clearing Center haben die Handelsunternehmen den Vorteil, dass nur eine Schnittstelle geschaffen werden muss und zwar zum Clearing-Center. Das Clearing-Center wiederum verteilt die Nachrichten (senden/empfangen/weiterleiten) an die angeschlossenen Lieferanten und Handelspartner. Die Mitarbeiter der Handelshäuser können die nun freigesetzte Zeit nutzen, um sich auf das zu konzentrieren, was am Wichtigsten ist – auf unsere Kunden!

#### Weitere Informationen

gibt es bei  
Michael Barth,  
Tel.: 0231 2222-5150,  
m.barth@nordwest.com

Durch die Nutzung des Clearing-Centers senken die angeschlossenen NORDWEST-Handelspartner drastisch Prozesskosten und verbessern vor allem auch die Qualität der angebotenen Dienstleistung.

Das von NORDWEST angebotene Clearing-Center bietet den Riesenvorteil, dass wir mit einem Schlag eine Fülle von Lieferanten an unser System anbinden können.

**News: Was sagen Sie jemandem, der noch Bedenken hat, seine Prozesse auf diese Art umzustellen?**

**Gert Meier:** Ich bin mir darüber im Klaren, dass die Umsetzung zunächst Ressourcen bindet: Investitionskosten entstehen, mehr Manpower wird benötigt und eine gute Strategie in der Umsetzung. Ich weiß auch, dass der Weg dahin schwierig ist. Der positive Effekt überwiegt jedoch alles. Man muss das Thema anpacken! Ich bin sicher, dass man durch die Umstellung nur profitieren kann. Eine „digitale“ Vernetzung ist auf der Beschaffungsseite, ebenso wie auf Seite der Fachhandelspartner notwendig.

**News: Wie hat NORDWEST das Vorhaben unterstützt?**

**Gert Meier:** Michael Barth und sein Team (Anmerkung der Redaktion: NORDWEST-Bereichsleiter Rechenzentrum & Prozesse im Bereich IT & E-Business) wussten um diese Problematiken und die Dringlichkeit, die Abwicklungswege zu verschlanken. In einem ersten Workshop brachte er in Erfahrung, vor welchen Herausforderungen wir Handelspartner konkret stehen und was wir uns wünschen. Es ist eine gute Sache, dass NORDWEST investiert und diese Drehscheibe für uns zur Verfügung stellt.

**News: Wie sieht die weitere Vorgehensweise aus?**

**Gert Meier:** Das Clearing-Center arbeitet bereits seit Mitte Dezember. Seitdem bündelt NORDWEST für uns Händler der Leistungsgemeinschaft den Datenfluss und übernimmt

die Abstimmung der Schnittstellen und Kommunikationswege. Lieferanten und wir als Handelspartner haben jeweils nur einen Ansprechpartner. Mittlerweile sind wir mit 19 Lieferanten für unsere Leistungsgemeinschaft im Gespräch – drei sind derzeit produktiv angebunden. Eine Win-Win-Situation für uns alle.

Foto: Meier

LD ■



Gert Meier

**IT-Strategie Clearing-Center**

„Aktuell gilt es in allererster Linie, dass die teilnehmenden Fachhandelspartner und Lieferanten der Leistungsgemeinschaft Präzision ihrerseits die technischen Voraussetzung schaffen, um den Nutzen auch ganzheitlich zu erzielen. Überall dort, wo es keine Branchenplattform gibt, die entsprechenden Nutzen „Prozess-Clearing“ für unsere Fachhandelspartner und Lieferanten bietet, werden wir, sofern entsprechende Teilnehmer vorhanden sind, die Dienstleistungen anbieten. Zurzeit analysieren wir die Branchen und werden auf Basis der Erkenntnisse branchenspezifisch die Umsetzung projektieren.“

*Martin Reinke, NORDWEST-Hauptbereichsleiter IT & E-Business ■*

---

Digitalisierung – wir packen es an!

## DIE THROM GMBH – IN KURZER ZEIT VIEL GESCHAFFT

80 Jahre Stahl und Co.: die Throm GmbH im hessischen Büdingen ist ein traditionelles Familienunternehmen im Bereich Stahl und Werkzeuge. Aber Tradition und Wandel schließen sich nicht aus, wie das Beispiel des NORDWEST-Fachhandelspartners zeigt. Das Unternehmen ist führend in der Umsetzung digitaler Maßnahmen und hat auch zukünftig viel vor.



eSHOP, auch mit Anbindung an das neue Stahlmodul von NORDWEST, elektronische Geschäftsprozesse, wie elektronischer Versand von Rechnungen oder die Nutzung der ePost-Box oder die Auslieferungen der Waren an die Kunden mit MDE-Geräten wie bei Paketdiensten – die Throm GmbH ist in der vergangenen Zeit viele Projekte angegangen und hat sie bereits erfolgreich umgesetzt oder setzt sie aktuell um.

So führte das Unternehmen vor zwei Jahren ein neues Warenwirtschaftssystem von GWS ein – die Grundlage für die aktuellen Projekte. „In den Jahren davor konnte unser bisheriges ERP-System viele technische Anforderungen nicht mehr abbilden, die Arbeit wurde mühsamer, so dass ein Wechsel notwendig wurde. Wir brauchten zwingend ein System, das mit NORDWEST zusammen arbeiten konnte und uns die Arbeit erleichtern würde“, weiß Geschäftsführer Jörg Throm zu berichten. Nach erfolgreicher Einführung ging es dann Schlag auf Schlag.

**PAPIERLOSE PROZESSE ZUM ANFASSEN**

„Bernhard Dressler ist im vergangenen Jahr an mich herangetreten und fragte, ob wir uns vorstellen könnten, bis April 2017 in der Abwicklung mit NORDWEST komplett papierlos zu werden“, so der Geschäftsführer, „und ja, das konnten wir. Immerhin haben wir ja schon papierlos bei NORDWEST bestellt.“ Mit dem Warenwirtschaftssystem, das die Throm GmbH nutzt, war dies möglich, also ging es zügig an die Umsetzung. „Im ersten Schritt erhielten wir per EDI die Bestellbestätigungen direkt in unser Warenwirtschaftssystem, im zweiten die Lieferavis und sparen uns so die Erfassung der Wareneingänge, im dritten dann erhalten wird die Lagerrechnungen von NORDWEST und brauchen auch diese nicht mehr selbst zu erfassen“, erläutert Throm-Systemkoordinator Thorsten Nickel, „letzteres war schon schwieriger, weil unsere Lagerrechnungen meist sehr umfangreich sind und die Einkäufer unbedingt die Bestellungen sauber

erfassen müssen.“ Im Anschluss daran folgten die Zentralregulierungsrechnungen. Im Zuge dessen verfügt der Handelspartner auch über eine so genannte Archiv-Archiv-Kopplung. Dabei ist sein Archiv mit dem von NORDWEST verbunden: Rechnungen, die die Throm GmbH betreffen und bei NORDWEST eingescannt werden, werden ebenfalls direkt an Throm gesendet – ein weiterer Arbeitsschritt beim Handelspartner entfällt damit. „Die Umsetzung des gesamten Prozesses war in der Tat sehr komplex, aber lohnenswert. Unsere Mitarbeiter werden deutlich entlastet, Zeit und Kosten zudem eingespart. Dem Ziel, papierlos mit NORDWEST zu arbeiten, sind wir dadurch ein großes Stück näher gekommen, bis April werden wir es auf jeden Fall schaffen (Anmerkung der Redaktion: Zeitpunkt des Interviews Anfang März)“, erklärt Jörg Throm.

**HANDEL IM INTERNET**

Auch der NORDWEST eSHOP ist bei der Throm GmbH im Einsatz. Dieser wurde im vergangenen Jahr neu aufgesetzt. „Mein Sohn Alexander war gerade mit seiner Ausbildung fertig und hatte bis zu seinem Studium Zeit für dieses Projekt. Er wurde also kurzerhand zu unserem Digitalisierungsmanager“, berichtet der Geschäftsführer schmunzelnd. Bis dahin nutzte das Unternehmen noch das alte Layout des eSHOP, Alexander Throm sattelte dieses auf das neue Template um und stellte sicher, dass die Daten auch aus dem NORDWEST-Datenportal automatisiert in den eSHOP eingespielt und im Warenwirtschaftssystem genutzt werden können. Zudem wirkte er in Workshops an der Entwicklung des eSHOP Stahlmoduls mit, das bei der Throm GmbH seit vergangem Jahr ebenfalls eingesetzt wird. Pro Tag steuern zwischen 200 und 250 User den eSHOP an. „Sehr geholfen hat uns auch, dem Shop im Internet eine stärkere Priorität als unserer regulären Website einzuräumen. Vor der Umstellung erhielt man auf unserer Startseite viele Informationen über das Unternehmen – zum Shop gab es lediglich eine



**Jörg Throm**



**Thorsten Nickel**



**Alexander Throm**



Verlinkung. Jetzt ist es genau umgekehrt: der eSHOP ist unsere Startseite, also das erste, was die User sehen.“ Dennoch schwört Throm auch weiterhin auf den persönlichen Kontakt zu seinen Kunden. „Wir leben ganz klar auch von den persönlichen Beziehungen in unserer Arbeit. Diese werden wir durch den Onlinehandel nicht vernachlässigen, sondern pflegen sie auch weiterhin intensiv.“

### EPOST-BOX, MDE UND CO.

Ebenfalls digital wickelt das Unternehmen mittlerweile nahezu die gesamte Ausgangspost ab – und zwar über ein Modul der Deutschen Post, die ePost-Box. Dabei schickt das Unternehmen sämtliche Briefe per Mail an die Post, die diese dann für das Unternehmen ausdruckt und versendet. „Auch dies bietet uns tatsächlich großes Einsparpotential. Zudem verfügen wir damit über einen Nachweis, dass die Briefe tatsächlich versendet wurden.“ Dennoch: zumindest die Kundenrechnungen möchte das Unternehmen in naher Zukunft so weit es geht per E-Mail versenden. „Dafür haben wir unsere Kunden befragt. Rund 500 beteiligen sich mittlerweile an diesem Projekt und bekommen keine postalischen, sondern ausschließlich elektronische Rechnungen per E-Mail von uns“, weiß Thorsten Nickel. Aktuelles Projekt ist die Einführung von MDE-Geräten zur Auslieferung der Kundenaufträge: Mit der Telematiksoftware können die LKW jederzeit geortet

werden, die Kunden quittieren die Auslieferung wie bei den Paketdiensten durch Unterschrift auf dem MDE-Gerät – und damit ist der Auftrag sofort zur Fakturierung freigegeben. „Ist niemand vor Ort, macht der Fahrer ein (geocodiertes) Foto, das zum Auftrag archiviert wird, so dass wir jederzeit einen Nachweis der Auslieferung haben. Auf Wunsch können dann die Kunden automatisch eine Mail erhalten: Ware wurde ausgeliefert – gerade für Baustoffhändler ein toller Service“, ergänzt Jörg Throm. Die Tour wird über die Navigationssoftware weitergekoppelt, so dass sowohl der Fahrer als auch der Disponent jederzeit weiß, wann welcher Kunde beliefert wird und wann der Fahrer von der Tour zurück sein wird. Im Verkaufsbüro wird ein großer Bildschirm installiert, so dass auch die Verkäufer den Stand der Touren kennen. „Das wird viele Nachfragen im Versand ersparen.“

### FAZIT

Für die Zukunft sehen Geschäftsführer Throm und Systemkoordinator Nickel das Unternehmen gut aufgestellt, auch wenn die Digitalisierung ein weites Feld und vieles sicherlich nicht vorhersehbar sei. „Die Mitarbeiter haben in den vergangenen Monaten eine hervorragende Arbeit geleistet. Und auch wenn unsere Kunden manchmal noch nicht so weit sind, wollen wir dennoch auf alles, was die Zukunft bringt, vorbereitet sein. Jetzt haben wir die Basis geschaffen!“ *Foto: Throm GmbH/NORDWEST* LD ■

Die Throm GmbH in Büdigen.

#### Weitere Informationen

gibt es bei  
Martin Reinke,  
Tel.: 0231 2222-5101,  
m.reinke@nordwest.  
com



www.kekk-kul.de

## VON KINDESGLÜCK UND LEBENSKUNST

**In einigen der vergangenen Ausgaben wurden in der **NORDWEST News** bereits Handelspartner und ihre außergewöhnlichen Freizeitbeschäftigungen vorgestellt. Die Redaktion lässt diese Serie wieder aufleben und startet heute mit einer Handelspartnerin, die sich neben Unternehmen und sechs Kindern noch ehrenamtlich in der Familienhilfe engagiert.**

Kindesglück und Lebenskunst heißt der Verein, den Leena Molander von der Hanse-Schweißtechnik e.K. ins Leben gerufen hat. Gestartet ist dieser 2011 als Selbsthilfegruppe für krebserkrankte Eltern kleiner Kinder, kurz KEKK.

Leena Molander war nach der Jahrtausendwende selbst an Krebs erkrankt – wusste nicht, wie und ob es mit ihr weitergeht. „Das waren Monate voller Ungewissheit. Immer wieder stellte sich die Frage, was passiert, wenn es nicht gut geht. Leider gab es zum damaligen Zeitpunkt in unserer Region keine einzige Selbsthilfegruppe, die sich mit diesem Thema befasst hat – mein Mann und ich waren also mit unseren Sorgen und Ängsten ziemlich allein“, erklärt sie. Nach ihrer Genesung initiierte sie gemeinsam mit einer Freundin, die ebenfalls betroffen war, eine erste Erfahrungsaustauschgruppe, die gleich sehr gut angenommen wurde. Hier konnten und können sich im geschützten Raum erkrankte Elternteile und auch deren Partner über die aktuelle Situation austauschen. Aus dieser Gruppe entwickelten sich mit den Jahren verschiedene Folgeprojekte, so dass aus der ursprünglichen Selbsthilfegruppe der Verein Kindesglück und Lebenskunst entstand. „Immer wieder wurden wir auch um praktische Hilfe für betroffene Familien gebeten, also haben wir das in Angriff genommen.“ Ehrenamtliche Paten und Honorarkräfte unterstützen betroffene Familien in verschiedenen Situationen, sei es bei der Organisation des Alltags, bei Behördengängen oder auch als offenes Ohr für alle kleinen und größeren Sorgen. Meist entsteht der Kontakt zum Verein über Dritte, Lehrer, Erzieher oder Ärzte, denn für viele Betroffene ist die Hemmschwelle, sich aktiv Hilfe zu suchen, sehr hoch. „Nach einem Vorgespräch mit der Familie suchen wir den passenden Familienpaten aus, der dann für mehrere Stunden in der Woche die Betroffenen begleitet. Wir haben zehn Paten,

die derzeit allesamt verschiedene Familien betreuen“, erklärt Leena Molander. Sie selbst koordiniert deren Einsätze, betreut die weiteren Vereinsprojekte (unter anderem noch eine Trauergruppe für Kinder, Jugendliche und Erwachsene sowie das Farewell-Projekt: hier orientiert sich die Begleitung an den Bedürfnissen der Familie vor dem Versterben



**Leena Molander und Dörthe Bräuner (v. l.)**

eines Elternteils) und leitet die Selbsthilfegruppen. Ebenfalls zu ihrer Aufgabe gehört das Einsammeln von Spenden, zu 80 % wird der Verein aus diesen finanziert. Müde, sich neben dem Familienunternehmen, dem Verein zu widmen, wird Leena Molander nicht: „Es ist mir wichtig, über diese Themen zu sprechen und mich zu engagieren. Leider gibt es in unserer Gesellschaft nach wie vor viele Vorbehalte und Tabus rund um das Thema Krankheit und Tod. Von daher betrachte ich unsere Arbeit noch lange nicht als abgeschlossen.“ *Foto: Kindesglück und Lebenskunst*

LD ■

## Mehrheitsanteil für Niemann-Laes

# NIEMANN-LAES GMBH JETZT MIT 75 % BETEILIGUNG AN KAISER & STUCKERT GMBH

„Die Chancen dieses strategischen Zusammenschlusses liegen darin, die vertrieblichen Aktivitäten sowie die Mehrwert-Dienstleistungen für die Kunden von K&S effizienter aufzustellen, die Beschaffungsaktivitäten zu bündeln und davon gegenseitig zu profitieren (K&S + NL) und mögliche Synergieeffekte im Rahmen aller administrativen Aufgaben eines Technischen Händlers zu nutzen. Zusammenfassend war die grundsätzliche strategische Ausrichtung für die weitere Unternehmensentwicklung von Kaiser & Stuckert der Hauptantrieb bei der Suche nach einem strategischen Partner.“

Sönke Timm ■

**Die Lüneburger Industriebedarf Niemann-Laes GmbH übernahm am 1. Januar 2017 75 % der Geschäftsanteile der Kieler Kaiser & Stuckert Industrie- und Baubedarf GmbH. Beide Unternehmen des Technischen Handels bleiben bestehen. Geführt wird Kaiser & Stuckert künftig von den Geschäftsführern Philipp Mitzscherlich und Sönke Timm. Marek Kreft, bislang zuständiger Geschäftsführer für Kundenbetreuung im Innendienst und EDV, bleibt dem Unternehmen als Prokurist erhalten.**

Niemann-Laes-Geschäftsführer Philipp Mitzscherlich, der erst Mitte des Jahres eine strategische Kooperation mit Kaiser-Stuckert eingegangen ist, sieht sich durch die positive Entwicklung der Kooperation bestätigt: „Angesichts des wachsenden Wettbewerbsdrucks auf nationaler und internationaler Ebene zeichnet sich jetzt schon ab, dass wir auf dem richtigen Wege sind. Die von uns eingeleiteten synergetischen Maßnahmen greifen und tragen zu einer progressiven Umsatzentwicklung und Stärkung

des Gesamtunternehmens bei. Die Mehrheitsbeteiligung in Höhe von 75 % und die damit zusammenhängende Optimierung aller Geschäftsbereiche und Sortimente lagen somit nahe.“

Mitzscherlich, der diesen Wachstumsschritt auch vor dem Hintergrund eingeleitet hatte, dass sich immer mehr kleinere und mittelgroße Unternehmen des technischen Handels mit drängenden Entwicklungsproblemen und ungeklärten Nachfolgeregelungen zu beschäftigen haben, sieht Niemann-Laes für weitere

**Marek Kreft, Sönke Timm  
und Philipp Mitzscherlich.**



Kooperationen und Nachfolgen gut aufgestellt: „Wir haben bereits in der Vergangenheit bewiesen, dass wir in solchen Fällen die idealen, da fairen Partner sind und solche wettbewerbs-sichernden Maßnahmen mit allen Beteiligten auf Augenhöhe durchführen.“

Kaiser & Stuckert Industrie- und Baubedarf GmbH wurde am 1. März 1997 in Kiel gegründet und ist im Großraum Kiel mit heute zehn Mitarbeitern einer der führenden Lieferanten für Arbeitsschutz, Berufsbekleidung, Baubedarf, Betriebseinrichtungen, Werkzeugen, Maschinen und vielen anderen Artikeln geworden. Zielgruppen sind Unternehmen und Institutionen aus den Bereichen Industrie, Handwerk, Behörden, Werften und öffentlicher Dienst. Das Unternehmen wird geleitet von Geschäftsführer Sönke Timm.

Industriebedarf Niemann-Laes GmbH mit Standorten in Lüneburg, Kiel, Rostock und Bielefeld wurde 1987 gegründet und 2005 von Geschäftsführer Philipp Mitzscherlich im

Rahmen der Unternehmensnachfolge übernommen. 2010 erfolgte der Umzug in die Lüneburger Zentrale mit 4.000 Quadratmetern Lagerkapazitäten und 500 Quadratmetern Büroflächen. Durch Übernahme zweier Händler 2012 und 2014 wurde das Pneumatikangebot ausgebaut. Binnen zehn Jahren konnte das Unternehmen mit heute ca. 50 Mitarbeitern den Umsatz auf heute ca. 14 Millionen Euro mehr als verdoppeln. Für die Zielgruppen Chemie-, Pharma-, Fahrzeug- und Maschinenbau-, Lebensmittelindustrie, Handwerk und Kommunen hält das Unternehmen Schlüsselprodukte wie z.B. Pneumatik, Antriebs-, Kunststoff-, Schlauch- und Armaturen-, Kleb- und Dichtungstechnik, Spezialschmierstoffe, Werkzeuge, Maschinen, Sicherheitstechnik und Arbeitsschutz vor. 30.000 Artikel liegen auf sofortigen Abruf im Zentrallager Lüneburg, weitere 100.000 Artikel sind im NORDWEST-Zentrallager innerhalb 24 Stunden lieferbar.

Foto: Niemann-Laes




**AccuLux**

Made in Germany


**1946-2016: 70 Jahre AccuLux**

Besseres Licht „Made in Germany“ für höhere Lebensqualität!  
Die AccuLux Witte + Sutor GmbH entwickelte die erste wiederaufladbare Akkuleuchte der Welt und gehört zu den Technologie- und Innovationsführern bei ladbaren Leuchten. Herausragend sind Neuentwicklungen von Arbeits- und Notlichtleuchten sowie von EX-Schutz-Leuchten.

**Witte + Sutor GmbH**  
Steinberger Str. 6 D-71540 Murrhardt  
Tel.: 07192 9292-0  
Fax: 07192 9292-50  
E-Mail: info@acculux.de  
www.acculux.de



**AccuLux MHL 5 EX**  
Ex-Schutz-Handleuchte, Schutzart: IP 68, tauchfähig bis 3 m, Power-LED mit hellweißem Licht. Leichtgewicht: nur ca. 45 g, Leuchtweite: ca. 30 m, Leuchtdauer: ca. 4 Std.



**AccuLux UniLux PRO**  
Leistungsstarker LED-Handscheinwerfer mit vielen Funktionen: Notlichtfunktion, fokussierbar, Leuchtdauer: ca. 6 Std./35 Std., Lichtstärke: ca. 270 Lumen, aufladbar mit 230 V, 12/24 V & USB, Li-Ionen-Akku, Kapazitätsanzeige, Farbscheibe inklusive (rot, grün & blau)



**AccuLux HL 12 EX**  
Handleuchte mit Power LED mit Batterien oder Li-Ionen-Akku (aufladbar) T4, alle Gase und Stäube, Schutzart: IP 67, Leuchtdauer: ca. 5/11 Std., Lichtstärke: ca. 170/55 Lumen, Gewicht: ca. 280 g (sehr leicht), Kapazitätsanzeige, Ladestation der HL 25 EX verwendbar



**AccuLux SL 6 LED**  
Handscheinwerfer mit Power-LED und Notlichtfunktion, fokussierter Lichtstrahl mit hoher Leuchtweite dank neuer Linsenoptik. Inklusive Ladeteil (230 V und 12/24 V), Restkapazitätsanzeige und umfangreichem Zubehör.



**AccuLux Multi LED**  
Leichte, ladbare und robuste Leuchte, helle und gleichmäßige Ausleuchtung, Schutzart: IP 54, spritzwassergeschützt, Leuchtdauer: ca. 12 Std.



**AccuLux LED 2000**  
Wiederaufladbare, leistungsstarke und stoßfeste Akku-LED-Handleuchte mit vorfokussiertem Lichtbild. Sehr leicht ca. 63 g. Zum Jubiläum: mit Aufdruck und signalorangener Kappe.

NEWS 01\_2017 | NORDWEST 35

# WIR BEGRÜSSEN ...



## ... Gesellschaft für Brandschutz und Sicherheit (G.B.S.)

Seit mehr als 20 Jahren kümmern sich Geschäftsführer Torsten Haase und sein Team um alles, was mit Brand- und Katastrophenschutz zu tun hat. Erst kürzlich wurde das Unternehmen aus Ludwigsfelde neuer NORDWEST-Handelspartner. „NORDWEST ist für uns der ideale Partner, um unser Produktsortiment zu erweitern und unsere Vertriebskanäle zu optimieren“, so der Geschäftsführer. Die Rechnungsabwicklung soll zukünftig über NORDWEST erfolgen und nicht mehr über die einzelnen Abteilungen innerhalb der G.B.S. . Gegründet wurde das Unternehmen 1991, der Schwerpunkt lag von Beginn an auf dem Vertrieb von Artikeln für den Brand- und Katastrophenschutz in den neuen Bundesländern: vom Ärmelabzeichen über Einsatzbekleidung bis hin zu Tragkraftspritzen. Zusätzlich zum Verkauf bietet das Unternehmen in Kooperation mit seinen Partnern Aus- und Weiterbildungen für Kunden. „Aber auch regelmäßige Produktschulungen und -vorstellungen stehen auf dem Programm. So sind wir und unsere Kunden immer am Puls der Zeit.“ Zu den Kunden gehören Feuerwehren, Rettungsdienste, THW, Städte und Gemeinden, aber auch die so genannten BOS – die Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben.

Für 2017 hat sich das Unternehmen verschiedene Ziele gesetzt, die gemeinsam in Ludwigsfelde und am zweiten Standort in Mülsen umgesetzt werden sollen. „Ein primäres Ziel, welches zeitnah startet, ist der Aus- und Aufbau unserer Serviceleistungen. Hier ist bereits ein Mitarbeiter eingestellt, der für unsere Kunden da sein wird. Darüber hinaus werden wir im Bereich Industrie tätig werden und hoffen, mit NORDWEST einen starken Partner an unserer Seite zu haben. Parallel dazu werden wir unseren Kundenservice weiter optimieren und unsere Lieferperformance erhöhen.“

Foto: G.B.S. LD ■

...

## C-Serve GmbH

Geschäftsführer Jens Legge definiert sein Unternehmen als Systempartner: er bietet seinen Kunden die Versorgung mit C-Teilen an. Dazu gehören Beschaffung, Fertigung oder auch die Nutzung von Kanban. Seinen Standort hat das Unternehmen in Köln. Jens Legge beschäftigt vier Mitarbeiter. LD ■

## ... Werkzeuge und Maschinen Küster

Werkstattausrüstung, Befestigungstechnik, Elektrowerkzeuge, Messtechnik und Arbeitsschutz sind die Schwerpunkte von Geschäftsführer Tom Küster. Seit 1990 besteht das Unternehmen Werkzeuge und Maschinen mit Sitz in Mellingen am Markt. Erstklassige Produktqualität gepaart mit kompetenter Beratung sind die Säulen der Geschäftsphilosophie. LD ■

## WIR BEGRÜSSEN ...

### ... Lütjens Befestigungssysteme UG

Geschäftsführer Marius Lütjens hat sein Unternehmen 2015 gegründet und beschäftigt aktuell zwei Mitarbeiter. Lag der Produktschwerpunkt zu Beginn noch auf Nagel- und Klammergeräten für Dachdecker und Zimmerleute, wurde das Programm nach Übernahme eines Handelsbetriebes erweitert. Schrauben und Werkzeuge für den Metall- und Anlagenbau stehen nun ebenfalls auf der Agenda. Seinen Sitz hat das Unternehmen in Lippstadt.

LD ■

### ... ZM Werkzeugtechnik

Technische Beratung für Zerspanungswerkzeuge und Betriebseinrichtungen, individuell auf den Nutzer abgestimmte Werkzeugkonzepte, Erarbeitung von Sonderlösungen oder auch Beratung bei Neuinvestitionen – das sind nur einige der Kernkompetenzen von ZM-Werkzeugtechnik. Geschäftsführer Michael Zinger beschäftigt aktuell sieben Mitarbeiter. Mit Sitz im baden-württembergischen Erbach deckt das Unternehmen ein Einzugsgebiet von Ulm bis zum Bodensee ab.

LD ■

*Gemeinsam auf Erfolgskurs*

**e<sub>vent</sub>a ERP**

**NWZ CONNECT**



Business-Software  
für erfolgreiche Unternehmen

[www.nissen-velten.de](http://www.nissen-velten.de)

„I feel Wiha“

## GESUNDHEITSOFFENSIVE 2017 VERSPRICHT INFORMATION, AUF- KLÄRUNG UND ÜBERRASCHUNGEN



Der Handwerkzeughersteller kündigt für 2017 unter dem Motto „I feel Wiha“ eine „Gesundheitsoffensive“ an, die in Form einer Kampagne über alle Medien- bzw. Informationskanäle Anwender und Fachhandel erreichen soll. Informationen und Wissen teilen, Aufmerksamkeit schaffen und Beratung anbieten – dies sind nur ein paar der angekündigten Bausteine, die hinter der lang angelegten Aktion stecken.

Folgt man der Einladung, sich auf der im Februar lancierten Website [www.i-feel-wiha.com](http://www.i-feel-wiha.com) zu informieren, taucht man direkt ein in die Wiha Gesundheitswelt. Ein rotes Kreuz im Kampagnenlogo ist richtungsweisend und signalisiert um was es hier geht: die Themen „Ergonomie und Gesundheit.“ Nicht nur die weltweit erstmals an einen Handwerkzeughersteller verliehene AGR Auszeichnung (Aktion Gesunder Rücken e. V.) veranlasst den Hersteller, sich genau damit intensiver zu beschäftigen. Langjährige Erfahrungen bei der Entwicklung von Handwerkzeugen unter Berücksichtigung und Erforschung ergonomischer Gesichtspunkte zählen ebenso zu den Treibern

hin zu diesem Schritt. Dazu kommen Ergebnisse aus intensiven Kooperationen zu Instituten und Profis aus dem wissenschaftlich-medizinischen Sektor. Man möchte nun einen Schritt weiter gehen und sein Wissen teilen.

„Wir möchten Anwendern und dem Fachhandel die Vorteile ergonomischer Handwerkzeuge näherbringen, ihr wachsendes Interesse aufgreifen und sie im noch wenig verbreiteten Thema „Gesunderhaltung der Anwender“ abholen und aktiv unterstützen,“ erklärt Mario Sommer, Marketingleiter von Wiha. Die Bündelung unterschiedlichster Maßnahmen und Aktionen, um dieses Ziel zu erreichen, münden in der „Wiha Gesundheitsoffensive 2017“. „Aufmerksamkeit schaffen. Informationen attraktiv und emotional platzieren. Kommunikation durchgängig und empfängerorientiert anbieten. Kompetent aufklären und nutzenorientiert schulen. Dies sind grundlegende Bausteine zur Sensibilisierung und Schaffung eines Grundverständnisses, das sich für alle Beteiligten und an dem Thema Interessierten als große Chance erweisen kann.“ beschreibt Sommer weiter. Mit Aktionen und Konzepten sollen alle Hebel in Bewegung gesetzt werden, um den Bedürfnissen der Anwender, des Fachhandels und zuletzt des Werkzeugmarktes Rechnung zu tragen. Foto: Wiha





**Gute Verbindungen sind unsere Leidenschaft!**

# **GESIPA® NTX**

## **Bewährte Technik und Qualität im neuen Design!**

Wir haben den Klassiker NTX von Grund auf überarbeitet. Dabei wurden auch die Oberfläche und die Griffe optimiert. Aufgrund der weichen Gummimischung ermöglichen die neuen ergonomischen Handgriffe ein angenehmes Arbeiten und die Hände werden merklich entlastet!

### **Oberfläche**

Abriebfeste Gehäuse-Oberfläche durch moderne Pulverbeschichtung in GESIPA® Farbe

### **Gehäuse**

Verbesserte Funktion aufgrund neu konstruiertem Gehäuse

### **Ergonomie**

Ergonomisch geformte Griffe für ermüdungsfreies Arbeiten



### **Verschlussbügel**

Optimierter Verschlussbügel (NTX-F)



### **Die Vorteile der NTX**

- Einfache Einhand-Bedienung
- Kraftsparendes Hebelsystem
- Futterbacken-System mit speziell gehärteten Futterbacken
- Robuste Bauweise und lange Lebensdauer
- Made in Germany

### **Die Profis der Blindniettechnik**

GESIPA Blindniettechnik GmbH  
Nordendstraße 13-39  
64546 Mörfelden-Walldorf  
Germany

T +49 (0) 6105 962 0  
F+49 (0) 6105 962 287  
info@gesipa.com  
www.gesipa.com

A Brand of **SFS**

# **GESIPA®**

## Clever Diamond

# IN DIE ZUKUNFT INVESTIERT

**Das in Remscheid ansässige und vor 33 Jahren von Udo Clever gegründete Familienunternehmen Clever Diamond GmbH ist seit vielen Jahren ein erfolgreicher Anbieter für hochwertige Diamantwerkzeuge. Als Private-Label-Lieferant für den (Groß-)Handel verkauft das Unternehmen entweder im Marken- design des Kunden oder in einem neutralen Produkt- und Verpackungsdesign.**



**Oliver Schleipen**

Clever Diamond verkauft bewusst keine Produkte unter der Marke „Clever Diamond“, um der üblichen Preisvergleichbarkeit bei Markenprodukten konsequent aus dem Weg zu gehen und damit die Verkaufsmargen ihrer Händler hoch zu halten. Knapp 40 Mitarbeiter im Innendienst und 10 Mitarbeiter im Außendienst managen den Verkauf der Diamantwerkzeuge auf dem deutschen und europäischen Markt.

Firmeninhaber Udo Clever, der immer noch täglich mit vollem Herzen dabei ist, investiert als Hauptgesellschafter nachhaltig in die Zukunft des Unternehmens. Bereits Mitte 2014 bestellte er mit Oliver Schleipen einen zweiten Geschäftsführer. Der erfahrene Diplom-Ökonom verantwortet seitdem die operative Geschäftsführung und treibt die nachhaltige Unternehmensentwicklung und das angestrebte Umsatzwachstum voran.

Anfang 2016 wurde am Firmensitz ein neues Lager- und Logistikzentrum mit ca. 1.500 qm zusätzlichen Lager- und Büroflächen eröffnet, um die tägliche Verfügbarkeit der über 3.000 lagernden Standardartikel zu gewährleisten. Insgesamt umfasst das Sortiment über 6.000 verschiedene Diamantwerkzeuge für die gesamte Bauindustrie wie Trennscheiben, Bohrkronen, Fliesenbohrer, Dosensenker, Topfschleifer und Sonderwerkzeuge für das verarbeitende Bauhandwerk. Ein weiterer Neubau mit Büroflächen und einem großen Konferenzraum wurde ebenfalls in 2016 fertiggestellt, um dem sukzessiven Personalaufbau weiterer Fachkräfte Rechnung zu tragen.

**Udo Clever**



Darüber hinaus wurden in den vergangenen 24 Monaten nachhaltig die internen Prozesse restrukturiert. Fehlerquellen von der Auftragsannahme bis zum fertig gepackten Paket sowie Prozesslaufzeiten konnten hierdurch signifikant reduziert werden.

Aus Vertriebsicht ist für 2017 ein umfassender Relaunch des Private-Label-Konzeptes geplant. Unter anderem wird das Verpackungsdesign optisch und funktional modernisiert, damit Clever Diamond-Händler „ihre“ Produkte verkaufsfördernder, qualitativ hochwertiger und individueller präsentieren können. Das Thema Individualität für den Kunden wird bei Clever Diamond schon immer groß geschrieben. Großkunden kann Clever Diamond bei entsprechenden Einkaufsvolumina individuell designte Produkte und Produktverpackungen anbieten, damit sich der Händler vom eigenen Wettbewerb abheben kann und eine Preistransparenz für die angebotenen Produkte erschwert wird.

Insgesamt bereitet sich Clever Diamond intensiv auf zukünftige Markt- und Kundenanforderungen vor. Einen großen Stellenwert legt Clever Diamond unter anderem auf das Thema Digitalisierung. Auf der einen Seite sollen zukünftig die Geschäftsprozesse zu den eigenen (Groß-)Händlern schneller und effizienter gestaltet werden. Auf der anderen Seite sollen natürlich die Händler mit umfassenden Produktinformationen, auch in digitalisierter Form, ausgestattet werden, um den Endkunden kompetent beraten zu können. *Fotos: Clever Diamond* ■

# OBERFLÄCHENBEARBEITUNG KOMPLETT. AUS EINER HAND.

TRENNEN

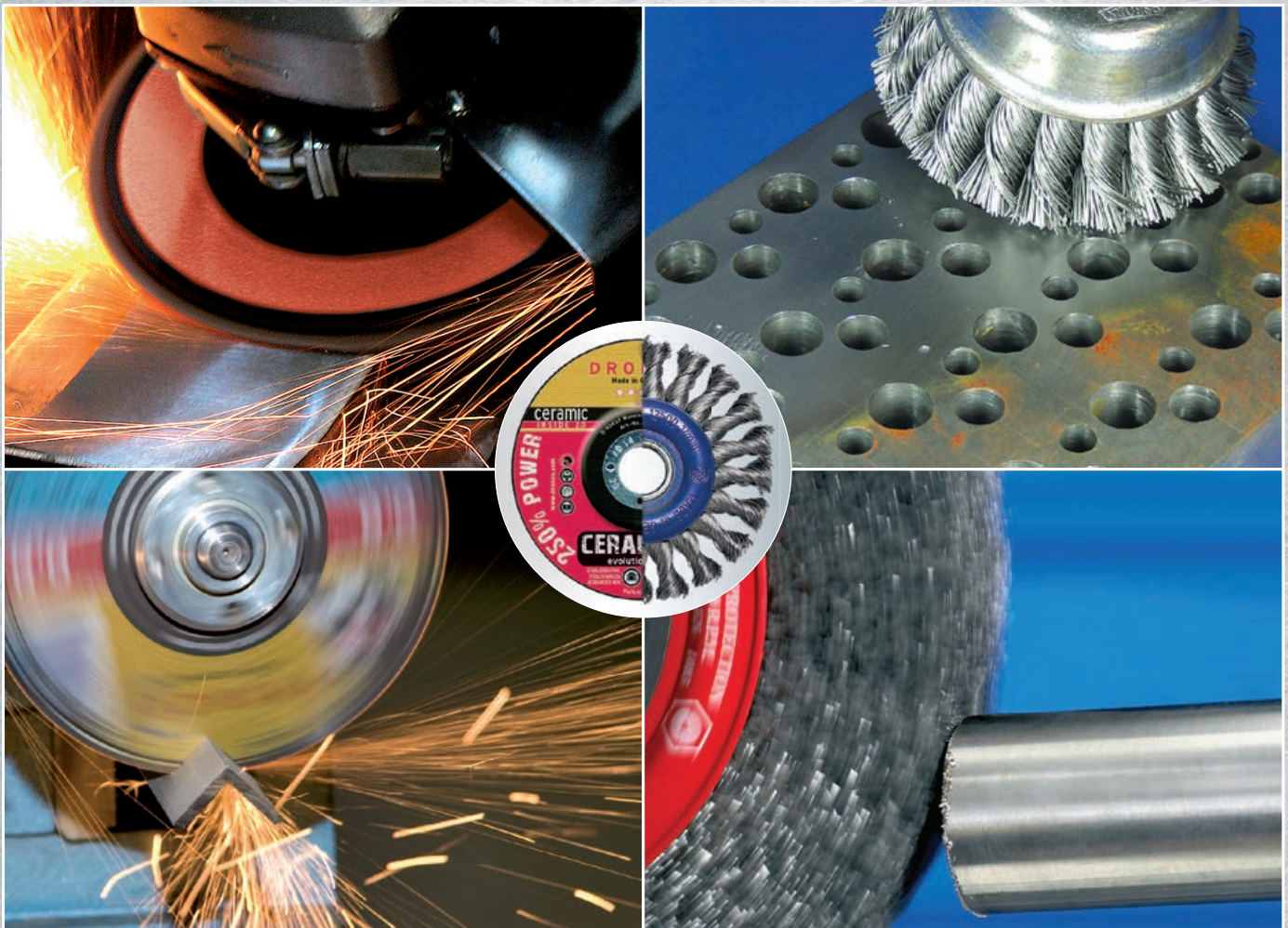
SCHRUPPEN

SCHLEIFEN

REINIGEN

POLIEREN

FINISH



**START WITH DRONCO.**

**FINISH WITH OSBORN.**

MADE IN  
GERMANY



Grohe

### „Made in Germany“

Die Verbindung der vier Markenwerte Qualität, Technologie, Design und Nachhaltigkeit ist für das Sanitärunternehmen Grohe der Motor seines Erfolges. Allen vier Markenwerten ist gemeinsam: Sie sind „Made in Germany“. Denn auch als global agierendes Unternehmen setzt Grohe auf Erfahrung, Innovationskraft und Handwerkskunst aus Deutschland. Die komplette Entwicklung der Produkte liegt in Deutschland und ermöglicht eine enge Abstimmung aller Beteiligten, getrieben vom Forschungs- und Entwicklungszentrum in Hemer, Deutschland. Das Grohe Qualitätssiegel „Made in Germany“ steht als Synonym für Langlebigkeit und Zuverlässigkeit und verbindet Ingenieursleistung mit Innovationskraft. Im internationalen Grohe Fertigungsverbund setzt Deutschland den Qualitätsstandard für alle Grohe Werke. Alle Grohe Standorte sind nach dem Arbeitsschutz- und Gesundheitsmanagementsystem OHSAS 18001 zertifiziert sowie nach der internationalen Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 und dem Umweltmanagementsystem ISO 14001. Foto: Grohe ■

Röhm

### Neues Mitglied der Geschäfts- leitung



Damiano Casafina übernahm zum 1. Februar 2017 die Leitung des Geschäftsbereichs Vertrieb und Marketing der Röhm GmbH. Zudem wurde er zum Mitglied der Geschäftsleitung berufen. Casafina verfügt über fundiertes technisches Know-how und Marktkenntnisse im Umfeld des Werkzeugmaschinenbaus. Seit 2010 ist Casafina in der Röhm-Unternehmensgruppe tätig, wo er zuletzt den Erfolg der Niederlassung Schweiz als dortiger Geschäftsführer aktiv vorantrieb. Hier konnte er namhafte Unternehmen, unter anderem aus der Automobil-, Uhren- und Medizintechnikindustrie für das Unternehmen gewinnen. Neben seiner umfassenden Praxiserfahrung verfügt er über ein ausgezeichnetes Netzwerk. Foto: Röhm ■

Bosch

### Videosicherheitsgeschäft mit Sony

Nach der offiziellen Genehmigung der Kartellbehörden ist die Partnerschaft zwischen Bosch Security Systems und der Sony Corporation im Bereich Videosicherheitslösungen seit dem 1. Februar 2017 wirksam – mit Ausnahme von China. Dort startet die Zusammenarbeit am 1. April 2017. Die Unternehmen konzentrieren sich nun darauf, ihre im November 2016 bekanntgegebene Kooperation zu vertiefen.

Die Partnerschaft beinhaltet eine Zusammenarbeit in den Bereichen Vertrieb und Marketing sowie eine technologische Kooperation. Im Rahmen der Vertriebs- und Marketingpartnerschaft sind die zugehörigen Mitarbeiter von Sony aus dem Bereich Videosicherheit nun Teil eines neuen Teams innerhalb der Organisation von Bosch Security Systems. Foto: Bosch ■





swissmade

Absolute Präzision  
in Fertigung und Produktion

# TM-Modular Modulares Schranksystem



## 5 Module für unzählige Kombinationsmöglichkeiten

Unter der Marke PROMAT bieten wir ein individuell kombinierbares Schranksystem an. Die einzelnen Module sind problemlos erweiterbar und zeichnen sich durch die hohe Belastbarkeit sowie den flexiblen Einsatz aus.



## Kermi Weniger ist mehr

Großflächige Glasduschen bringen Leichtigkeit und Transparenz ins Bad und sind ein attraktiver Hingucker. Die Duschkabine Pasa von Kermi überzeugt ohne Rahmen. Die flachen, organisch weichen Beschläge in glänzendem Chrom oder matter Silber-Optik kommen dabei besonders gut zur Geltung.



Die schlanke Griffstange in ergonomischem Design liegt angenehm in der Hand und ist zudem ein optisches Highlight. Pasa wird auf Maß gefertigt und somit millimetergenau auf die Badsituation zugeschnitten. Die komfortable, nach innen und außen öffnende Pendeltür besitzt einen Hebe-Senk-Mechanismus für einen sanften Türschluss, auch bei bodenebenem Einbau. Die innen glasbündigen Beschläge lassen sich leicht reinigen. Die optionale Kermiclean Pflegeleicht-Beschichtung für Echtglas sorgt dafür, dass sich z.B. Wassertropfen, Seifenreste oder Schmutz gar nicht erst hartnäckig anlagern. *Foto: Kermi* ■

## Warema Rollladen mit Secukit



Die Warema Rollladen mit Secukit eignen sich für alle, die gerne auf Nummer sicher gehen wollen. Sie verfügen über einen motorbetriebenen Antrieb und werden komfortabel über eine intelligente Steuerung bedient. Ihr besonderer Pluspunkt liegt jedoch in der zusätzlichen Gurtbedienung für den Notfall. Sollte es einen Stromausfall geben, der zum Beispiel durch einen Brand ausgelöst wird, kann der heruntergefahrne Behang mit wenigen Handgriffen hochgezogen werden, so dass der Fluchweg nach draußen frei ist. Die Handhabung des Gurtes ist selbsterklärend, zuverlässig und vor allem schnell. Damit ist maximale Sicherheit garantiert. *Foto: Warema* ■

## Nissen & Velten Neuheiten in Enventa ERP 3.8



Die Version 3.8 von Enventa ERP bringt neue Werkzeuge zur Verkaufsförderung, die insbesondere den Telefonverkauf dabei unterstützen. Drei neue Elemente der Cockpitfunktion Enventa Fokus, welche kontextsensitiv und dynamisch Zusatzinformationen anzeigen, sollen dem Verkäufer auf einen Blick sichtbar machen, mit wem er es zu tun hat und wo Potenziale und Interessen des Kunden zu erwarten sind. Das Element „Kundenradar“ zeigt dem Vertriebsmitarbeiter durch eine einfach zu erkennende grafische Darstellung der wichtigsten Status-Informationen zum Kunden. Diese umfassen den Umsatz sowie den Umsatz im Verhältnis zum Durchschnittswert aller Kunden. Eine weitere Kenngröße ist die Aktivität des Kunden. Handelt es sich also um einen Gelegenheitskunden, Neukunden oder Stammkunden? Schließlich werden die Bonität und die Retourenquote angezeigt. *Foto: Nissen & Velten* ■

# dual. **IMPULSE**

## POWER UP!



## **IMPULSE.FOAM** DIE ANTI-FATIGUE TECHNOLOGIE!

Die ersten Sicherheitsschuhe mit zweifach geschäumter, extrem leichter dual.IMPULSE Zwischensohle. Das intelligente Sohlenkonzept aus zwei individuellen Schichten IMPULSE.FOAM bietet alles: maximale Dämpfung mit optimaler Energierückgabe sowie hervorragende Stabilität und langanhaltenden Komfort.





### Metabo Neue Bohr- und Schlagbohr- maschinen-Range

Die Schlagbohrmaschine bei Metabo feiert ihren 60. Geburtstag: 1957 haben die Nürtinger als erster Elektrowerkzeughersteller mit der Serienfertigung dieses Gerätetyps begonnen. Zu diesem Jubiläum präsentiert Metabo unter dem Motto „Das Beste aus 60 Jahren Erfahrung“ eine neue Generation von professionellen Zweigang-Bohr- und Schlagbohrmaschinen. Alle neuen Geräte überzeugen mit starker Bohrleistung, verringertem Gewicht und verbesserter Ergonomie. Dank Aluminiumgetriebegehäuse und kraftvollem Marathon-Motor sind die neuen Bohrmaschinen extrem widerstandsfähig und optimal auf den harten Dauereinsatz auf der Baustelle und in der Werkstatt ausgerichtet. Profis profitieren bei der neuen Bohrmaschinen-Range von gewohnter Metabo-Qualität und einem übersichtlicheren Produktsortiment. Foto: Metabo ■



### Gesipa® Ergo- nomisches Facelift

Die Nietgeräte NTX und NTX-F sowie das Blindnietmutter-Gerät GBM 10 haben ein Facelift der praktischen Art erhalten. Rundum erneuert, bieten sie jetzt hochwertige, ergonomische und rutschfeste Griffe, die bequem und sicher in der Hand liegen. Das Arbeiten wird damit ein Stück leichter und angenehmer. Die Setzgeräte zeichnen sich vor allem durch extreme Robustheit und Zuverlässigkeit aus. Von der Nummernschildbefestigung über Reparaturarbeiten an Fahrrad, Auto oder zum Vernieten von Trockenbaukonstruktionen bieten Blindniete und -nietmutter schnelle, einfache und vor allem dauerhafte Verbindungen. Foto: Gesipa® ■

### Dewalt Akku oder Kabel?

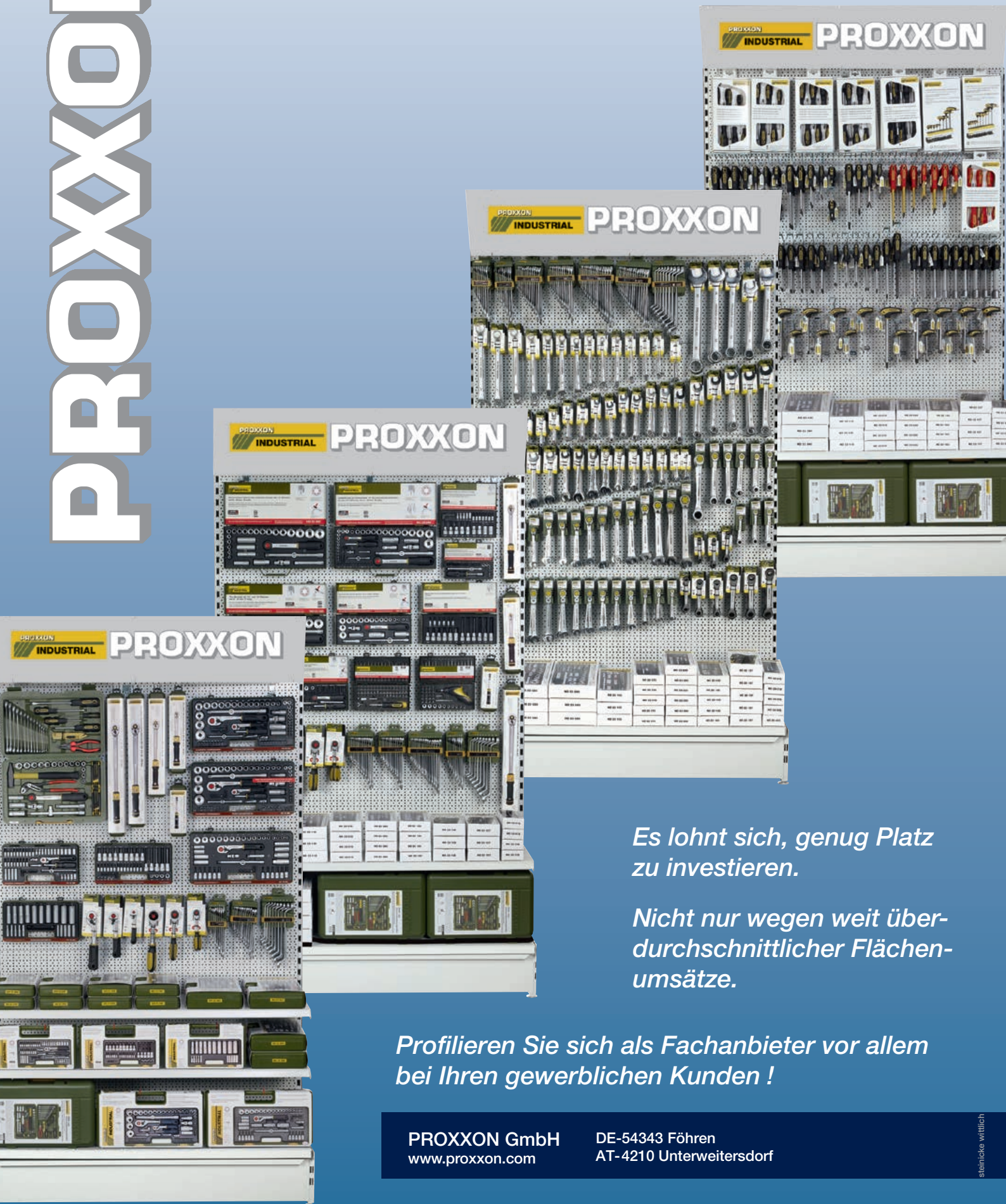
Was ist wichtiger: kabellose Freiheit auf der Baustelle, oder die absolute Zuverlässigkeit der kabelgebundenen Stromversorgung? Die neue Dewalt 305 mm XR Flexvolt Akku-Paneelsäge DHS780 macht diese Frage hinfällig – sie kann beides. Einerseits hat sie im Akkubetrieb mit ihren zwei 54,0 V / 108 Wh-Akkus genug Power an Bord, um härteste Anwendungen zu bewältigen. Andererseits kann sie optional auch per Kabel mit dem 230V-Netzadapter DCB500 betrieben werden, sowohl am Stromnetz als auch mit Generator. Die DHS780 ist die erste Maschine im Dewalt Flexvolt-Akkusystem, die mit zwei 54,0 V-Akkus betrieben wird und so auf 108 V kommt. Zudem ist die DHS780 die weltweit erste akkubetriebene 305 mm Paneelsäge. Mit ihrer horizontalen Schnittkapazität von bis zu 303 mm eignet sie sich selbst für den Zuschnitt breiter Werkstücke. Foto: Dewalt ■





# PROXXON

*Perfekte Präsentation für die gängigsten Schraubwerkzeuge!*



*Es lohnt sich, genug Platz zu investieren.*

*Nicht nur wegen weit überdurchschnittlicher Flächenumsätze.*

*Profilieren Sie sich als Fachanbieter vor allem bei Ihren gewerblichen Kunden!*

PROXXON GmbH  
www.proxxon.com

DE-54343 Föhren  
AT-4210 Unterweikersdorf

„In den Produktsegmenten gab es dieses Mal wenige Innovationen. Die Hersteller haben sich auf der diesjährigen Bau mehr auf digitale Themen und ökologisches Bauen fokussiert. Themenschwerpunkte waren Online-Shops mit Kalkulationsmöglichkeiten für den Fachhandel, aber auch das Building Information Modeling (BIM) und Virtual Reality. Diese Möglichkeiten ein Gebäude schon vorab virtuell zu planen, erhält immer mehr Einzug in die Erstellung von Gebäuden. Hier waren neben den Herstellern von Bauprodukten vor allem die Software-Häuser in Halle C2 sehr präsent. Das Thema „ökologisches Bauen“ beschäftigt die Hersteller, da immer mehr Investoren Ihr Gebäude nach DGNB, LEED oder BREEAM Standard zertifizieren lassen, um eine Wertsteigerung Ihres Gebäudes zu erlangen.

*Siegfried große Sextro,  
NORDWEST-Bereichsleiter Bau*

## Messefrühling in der News

# BAU 2017

**Von über 250.000 Besuchern kamen zur Bau 2017 erstmals 80.000 aus dem Ausland. Die Bau, Weltleitmesse für Architektur, Materialien und Systeme, hat damit international nochmals deutlich zulegen können (2015: 72.000 Besucher). Mit 2.120 Ausstellern aus 45 Ländern wurde auch auf Ausstellerseite ein neuer Rekordwert erzielt.**

„Die 1964 ins Leben gerufene Bau hat sich in ihrer über 50-jährigen Geschichte zu einem weltweit beachteten Mega-Event entwickelt. Diesen Eindruck gewann jeder, der sich seinen Weg durch die 17 Messehallen bahnte“, erklärte Bau-Projektleiter Mirko Arend. Vom ersten Tag an waren Hallen und Messestände voll, wie immer prägten aufwendig inszenierte - häufig doppelstöckige - Standpräsentationen das Bild. An den Ständen sah und hörte man Besucher aus der ganzen Welt. Die 2.120 Aussteller aus 45 Ländern waren darauf gut vorbereitet. Viele hatten speziell geschultes Personal zur Bau mitgebracht, um die vielen internationalen Gäste noch besser betreuen zu können. Auch wenn die Bau 2017 von ihren Ausstellern vollen Einsatz forderte: Angesichts vieler neuer Kontakte, qualitativ hochwertiger Besucher und guten konjunkturellen Aussichten war die Laune an den Messeständen blendend.

### NEUHEITEN DER AUSSTELLER

Bei **Hewi** standen die Themen Bicolor und Mini im Fokus. Bestehend aus zwei Materialien bietet Bicolor einen ungewöhnlichen Mix: Polyamid trifft auf Edelstahl. Rosetten aus Edelstahl und mit metallischen Veredelungen in PVD umschließen ein farbiges Inlay aus Polyamid. Edelstahl und PVD-Nuancen in Messing, Kupfer, Bronze oder Schwarzchrom in spiegelpolierter oder mattgeschliffener Ausführung können je nach Türdrücker-Modell mit bis zu 16 Polyamidfarben kombiniert werden. Der Beschlag wird so zum Schmuckstück an der Tür und setzt

ganz neue Akzente. Flache Rosetten ermöglichen nicht nur ein reduziertes Design, sondern auch eine schnelle und einfache Montage ohne sichtbare Befestigungen. Ab April 2017 ist Bicolor für die Systeme 111 und 162 verfügbar. Mit Mini definiert Hewi den Begriff Minimalismus neu. Die Technik ermöglicht eine minimalistische Rosette, die den Türdrücker auf das Wesentliche reduziert und gleichzeitig ganz neu in Szene setzt. Das patentierte Konzept ermöglicht die Befestigung der Rosette ohne Bohren. Die Minirosette wird durch eine innovative Einpresslagerung dauerhaft mit der Tür verbunden. Eine Kombination der neuen Beschlaglösung mit allen handelsüblichen Schließern ist möglich.

Ab Juli 2017 kann Mini mit ausgewählten Hewi Türdrückern aus Edelstahl oder Polyamid kombiniert werden.



**Dormakaba** präsentierte auf der Bau neue Türschließergeneration. Bei dieser werden durch einen Schließkörper für alle Montagearten sowohl die Variantenvielfalt und die Komplexität bei der Montage reduziert sowie die Flexibilität auf der Baustelle erhöht. Die neue Generation kommt im vielfach prämierten Xea-Design daher, wodurch der Schließer nicht nur als Gestaltungselement genutzt werden kann, sondern sich auch problemlos mit anderen Dormakaba Produkten des gleichen Designs kombinieren lässt, wie etwa Tür- oder Glasbeschläge oder Feststellanlagen.

Denn passend zu den neuen Türschließern stellt Dormakaba mit der G-EMR Ubivis die erste batteriebetriebene Feststellanlage im Xea-Design vor. Dazu passt ebenfalls der neue mechanische Türbeschlag Ogro mit Schildern und Rosetten im Xea-Design, der sich optisch hervorragend in Matrix Air Installationen einfügt.

Im Rahmen einer Sicherheitsoffensive stattet **Hörmann** seine Aluminium-Haustüren ab sofort sogar serienmäßig mit der gemäß Norm höchsten für den Wohnungsbau empfohlenen Widerstandsklasse RC 3 aus. Zusätzlich gibt der Hersteller ein Sicherheitsversprechen ab: Bei einem Einbruch, der durch eine ThermoSafe oder ThermoCarbon Aluminium-Haustür von Hörmann mit mindestens einer RC 3 Ausstattung erfolgt, erhalten die betroffenen Kunden

eine neue Haustür oder 3.000 Euro. Dieses Versprechen gilt zehn Jahre ab dem Kaufdatum.

Mit dem neuen Flachdach-Fenster Konvex-Glas, verfügbar ab April 2017, haben die Tageslichtingenieure von **Velux** das Flachdach-Fenster neu erfunden: Die elegante Tageslichtlösung fügt sich mit ihrer leicht gewölbten äußeren Scheibe nicht nur besonders harmonisch ins flache oder flachgeneigte Dach ein, sondern wurde darüber hinaus für den Einsatz von Velux Sonnenschutzprodukten optimiert. Gleichzeitig sorgt die konvexe, randlose Scheibe im Außenbereich dafür, dass Regenwasser vollständig abläuft und damit eine Montage auch bei 0 Grad Dachneigung ohne zusätzlichen Aufkeilrahmen zur Gewährleistung einer Mindestneigung möglich ist.

Zusammen mit Mercedes-Benz Vans und Sortimo hat **Fischer** die Dienstleistung Mobile Material Service entwickelt und bei der Bau erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt. Ausgestellt wurde ein Mercedes-Benz Vito mit einer Fahrzeugausstattung von Sortimo. Mit dieser Innovation werden die Materialbestände und die Versorgung in Handwerksfahrzeugen mit einer cloudbasierten App-Lösung optimiert. Alle Verbrauchsmaterialien werden mit einem Klick per Smartphone beim Fachhandelspartner bestellt und über Nacht vom Logistikdienstleister direkt ins Fahrzeug geliefert.

Fotos: Fischer, Hörmann, Hewi, Velux

links: **Velux**  
mitte oben: **Hörmann**,  
mitte unten: **Dorma**,  
rechts: **Fischer**



„Gemeinsam mit den Mitgliedern des Produktausschusses aus dem Kreise der HAGRO-Handelspartner waren wir auf der diesjährigen ISH unterwegs, um für jeden Bereich die Innovationen zu recherchieren, die für unser Sortiment in Frage kommen und die Handelspartner nach vorne bringen. Mittlerweile hat der Produktausschuss auch getagt, die Eindrücke der Messe verarbeitet und über die neuen Sortimente entschieden. Die Handelspartner sind jetzt mit dem Angebot in ihren Ausstellungen sehr gut aufgestellt.“

*Thomas Dehé,  
HAGRO-Bereichsleiter  
Markensortiment  
& Delphis ■*

## Messefrühling in der News

# ISH 2017

**Die ISH, Weltleitmesse für den Verbund von Wasser und Energie, beweist einmal mehr ihre Bedeutung für Besucher und Aussteller. 2.482 Aussteller (Inland: 889, Ausland: 1.593) aus 61 Ländern, darunter alle Weltmarktführer, stellten in Frankfurt am Main auf einer Fläche von 260.000 Quadratmetern erstmals ihre Weltneuheiten vor.**

Vom 14. bis zum 18. März 2017 kamen 200.114 Besucher auf das Frankfurter Messegelände, um sich über zahlreiche Innovationen und neueste Trends zu informieren. Gleichzeitig steigerte die ISH ihre Internationalität: 64 Prozent der Aussteller und 40 Prozent der Besucher kamen aus dem Ausland.

### NEUHEITEN DER HERSTELLER

**Duravit** stellte unter anderem unter den Namen B.1, B.2 und C.1 drei universelle Armaturenserien für den Ausstellungs- und Projektbereich vor. Diese sind jeweils im Einstiegs- bzw. mittleren Preissegment positioniert. Für Duravit ergänzen die Armaturen den Grundgedanken,

das Badezimmer in einem stringenten und konsequenten Design ganzheitliches zu gestalten. B.1 kennzeichnet weiche runde Konturen, während B.2 geradlinig und markant gestaltet ist. Verschiedene Auslaufhöhen adressieren die persönlichen Bedürfnisse am Waschplatz mit zwei unterschiedlichen Höhen. Die Designlinie C.1 reflektiert die Design-Sprache von Duravit z.B. bei den Serien VeroAir oder DuraSquare. Die Armaturen sind ab sofort über das NORDWEST-Zentrallager verfügbar. **Bette** bringt mit BetteLux Oval Couture eine freistehende Badewanne und einen bodenstehenden Waschtisch aus glasiertem Titan-Stahl, die wie ein bequemes Sofa mit gewebtem Stoff bezo-



gen und gepolstert sind. Bei BetteLux Oval Couture werden der freistehende, ovale Wannenkörper und der freistehende, kreisrunde Waschtisch ganz klassisch aus hochwertigem Stahl/Email gefertigt. Ästhetisch gelöst hat Bette den Übergang von Stoff zu Stahl, denn der überlappende, schmale Falzrand des Wannen- und Waschtischkörpers schmiegt sich geradezu an das Textil der Schürzen. BetteLux Oval Couture steht damit in seiner haptischen und optischen Anmutung einem gemütlichen Sofa in nichts nach und verbreitet eine ebenso entspannte Atmosphäre. **Villeroy & Boch** stellte mit ViClean-I 100 ein neues Dusch-WC auf der ISH vor. ViClean-I 100 besitzt eine klare Linienführung und minimalistische Optik, die durch den ultraflachen WC-Sitz zusätzlich betont wird. Hinzu kommen eine intuitive Bedienung und komfortable Duschfunktionen, die das neue ViClean-I 100 zum unkomplizierten Highlight im puristischen Bad machen. ViClean-I 100 begeistert durch seine einfache und zugleich komfortable Anwendung: Die Bedienung erschließt sich auf den ersten Blick und erfolgt intuitiv via Fernbedienung oder Smartphone-App. Zur Wahl stehen unterschiedliche Duschfunktionen, die

für angenehme Reinheit sorgen. Highlight ist der HarmonicWave-Duschstrahl, der auf intelligente Weise oszillierende und erstmals auch rotierende Bewegungen miteinander kombiniert und so für eine besonders gründliche, vitalisierende Reinigung sorgt. **Ideal Standard** präsentierte die Armatur Intellimix. Völlig freihändig bieten die Benutzeroberfläche und das Waschsystem ein neues Hygiene- und Sauberkeitsniveau. Wasser und Seife zugleich – die Intellimix Armatur kombiniert dies vollautomatisch und effizient und führt den Nutzer mit einer intuitiven Benutzeroberfläche durch den Waschzyklus. Das Display zeigt an, wann die Seife freigegeben wird und zählt einen Countdown des Spülzyklus an. Entfernt der Nutzer während des Waschzyklus seine Hände, stoppt der Wasserfluss und kein Tropfen wird verschwendet. Mit dem innovativen Seifenmechanismus bleiben auch die Waschräume sauberer – es gibt keine unhygienischen Seifenspritzer mehr. Neben der Vermeidung von Verunreinigungen aus traditionellen Seifenspendern oder Armaturen, erhöht Intellimix die Hygiene, indem alle Nutzer automatisch Seife beim Händewaschen verwenden. *Fotos: Duravit, Villeroy & Boch, Ideal Standard und Bette*

von links nach rechts:  
Duravit, Villeroy & Boch,  
Ideal Standard und Bette





Bedrunka + Hirth

## Messefrühling in der News

# LOGIMAT 2017

Die 15. internationale Fachmesse für Distribution, Material- und Informationsfluss endet 2017 mit Rekordzahlen bei Ausstellern, Ausstellungsfläche und Besucherzuspruch – und positioniert sich mit Ergebnis und Ausstellerangebot im internationalen Wettbewerb als erste Adresse für Intralogistik und Supply Chain Management.

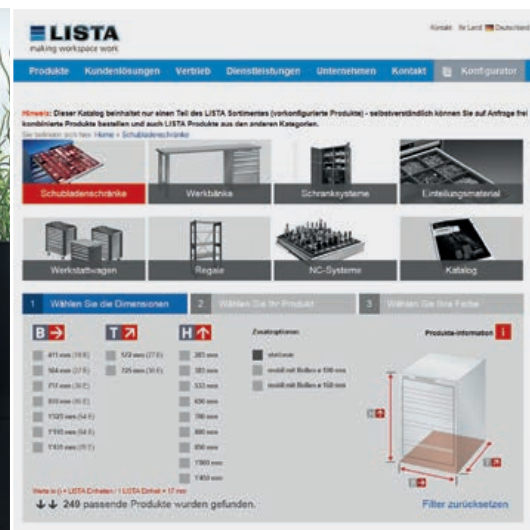
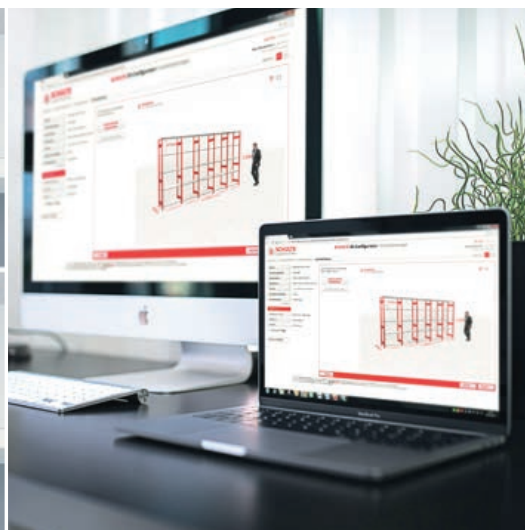
Die Logimat 2017 schließt ihre Tore mit dem besten Ergebnis in der 15-jährigen Geschichte: So viele Aussteller wie nie zuvor, eine maximale Flächenbelegung des Stuttgarter Messegeländes und ein Besucheransturm von mehr als 50.000 Logistikexperten. 1.384 Aussteller, davon fast jedes vierte Unternehmen aus dem Ausland, belegten mit 102.100 Quadratmetern in diesem Jahr erstmals mehr als 100.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche. Mit Blick auf die nationalen und internationalen Aussteller, die ihre Innovationen auf dem Stuttgarter Messegelände präsentierten, platzte die 15. Logimat aus allen Nähten.

### NEUHEITEN DER AUSSTELLER

**Bedrunka + Hirth** präsentierte auf der Messe den neuen Spiralautomat TSM. Die Produkt-

neuheit ergänzt das Waren- und Werkzeugausgabesystem TSM (Tool Server Modular) um ein Element. Es soll Unternehmen eine automatisierte Lagerung und kontrollierte Ausgabe etwa von C-Teilen, Büro- und Arbeitsschutzmaterialien oder Hilfsmitteln für Reparatur und Instandhaltung ermöglichen und so helfen, Verbrauchskosten zu reduzieren. Der Spiralautomat fügt sich überall ein, sowohl in die IT-Infrastruktur des Anwenders als auch in die Anforderungen seines Warensortiments. Alles wird individuell konfiguriert. Warenfächer lassen sich mit bis zu zehn motorisierten Spiralen bestücken, bei maximal sechs Warenfächern sind insgesamt 60 Spiralen möglich. Am Stand von **Lista** wurde ein Online-Konfigurator gezeigt, der rund 12.000 Produkte beinhaltet und den Interessenten in drei einfachen Schritten

von links nach rechts:  
Asecos und Schulte Lager-  
technik und Lista



zum gewünschten Produkt führt. Über Selektionskriterien wie Dimensionen, Zubehör und Farbe wird ein Großteil des Sortimentes gefiltert und das Wunschprodukt zusammengestellt. Der Kunde kann auf diese Weise seine gewünschten Produkte im ‚Warenkorb‘ sammeln und sich diesen per E-Mail zustellen lassen oder ihn in Form einer Anfrage an Lista senden, um ein konkretes Angebot zu erhalten. In den kommenden Wochen wird der Konfigurator weiter ausgebaut und auf ca. 16.000 Produkte erweitert. **Asecos** gewährte einen ersten Einblick in eine neue Form der Gefahrschutzflagerung: Die V-Line. Die Serie brandgeschützter Sicherheitsschränke mit Vertikalauszug ist eine komplette Neukonzeption, inspiriert von den Vorteilen eines Apothekerschranks. V-Line Schränke bieten platzsparende Lagerung bei gleichzeitig sehr gutem Zugriff auf alle eingelagerten Gebinde. Alleinstellungsmerkmal der V-Line ist die hohe Lagerkapazität bei geringer Baubreite. Eine Vertikalauszugs-

technik ist bequem in der Bedienung und ermöglicht ein einfaches Arbeiten am Schrank mit Zugriff von beiden Seiten. Serienmäßig bieten alle V-Line Modelle eine Feuerwiderstandsfähigkeit von 90 Minuten. Am Stand von **Schulte Lagertechnik** wurde es digital – mit der Präsentation eines 3D-Konfigurators für Regale. Ob Fachbodenregale, Palettenregale oder Kragarmregale – mit dem 3D-Konfigurator für Fachhändler lässt sich die passende Anlage einfach konfigurieren, in Echtzeit visualisieren und anschließend als fertiges Angebot ausgeben. Der Konfigurator lässt sich, konzipiert für die schnelle Planung und Visualisierung, beim Kunden vor Ort sowohl über den PC als auch über das Tablet laden. Die übersichtliche Eingabemaske und die Führung durch das Programm ermöglichen dem Berater, auch ohne tiefe Kenntnis des Schulte Lagertechnik Portfolios die perfekte Anlage für den Kunden zusammenzustellen. *Fotos: Asecos, Schulte Lagertechnik, Lista, Bedrunke + Hirth*

„Die Logimat ist definitiv auf dem richtigen Weg. Nahezu alle bedeutenden Hersteller aus dem Bereich Betriebseinrichtung waren vor Ort und haben ihre Sortimente und Neuheiten ausgestellt. Damit ist die Logimat auf dem Weg zur Leitmesse der Branche, was sowohl von Aussteller- wie auch der Händlerseite in diversen Gesprächen bestätigt wurde.“

Frank Telm,  
NORDWEST-Kompetenzfeldleiter Werkstatt- und Industriebedarf

**NEXT LEVEL RIVETING**

VVG Befestigungstechnik  
Ein Unternehmen der HONSIG-Gruppe

**Klein. Leicht. Smart.**

**NEXT GENERATION BATTERY RIVETERS**

Ebenfalls NEU  
Rivdom ONE<sup>SM</sup> + Rivdom TWO<sup>SM</sup>

**1,3 kg**

Leicht und kompakt

Mit bürstenlosem Motor!

App-gesteuert WiFi-verbunden

Dokumentierte Prozessüberwachung

**Rivsmart**  
Der leichteste Akku-Nieter mit Prozessüberwachung

**Rivdom plus**  
Ladetechnologie

Ladezeit < 30 Minuten

[www.vvg.info](http://www.vvg.info)

## PVH-Kongress

# SURVIVAL OF THE FITTEST – DER ANPASSUNGSFÄHIGSTE ÜBERLEBT

Am 18. März fand der 4. PVH-Kongress in Köln statt. Rund 330 Teilnehmer aus Handel, Industrie und dem Dienstleistungssektor setzten sich mit dem Thema „Alles online oder was? Aus Kundensicht denken“ auseinander.

**Tom Hegemann** eröffnete den PVH-Kongress. Er erklärte die Neuerung, dass mittels der App meetoo die Zuhörer aktiv in die Vorträge eingebunden werden. So eröffnete sich die Möglichkeit, während der Vorträge Fragen zu stellen und diese zu liken (= "Daumenrauf"-Zeichen, das für eigenes Interesse oder Zuspriechung steht). Dieses Tool fand im Laufe des Tages viel Anklang. Einige Referenten banden die App zudem in ihre Vorträge ein, um ein sofortiges Meinungsbild der Teilnehmer zu einem Thema zu erhalten.

**Dr. Paul Kellerwessel**, ZHH, begrüßte die Teilnehmer im Namen der vier veranstaltenden Verbände ZVEI, FDM, FWI sowie ZHH und betonte, dass Digitalisierung eine Chance darstelle, die keiner ignorieren dürfe. Diese Umwälzung könne aber nur durch gemeinsames Handeln von Herstellern und Händlern mit ausreichenden Margen für den Handel gemeistert werden. Ohne Menschen ginge es auch in Zukunft nicht, egal welche Fortschritte die Digitalisierung mache. Applaus erhielt er insbesondere für die Feststellung, dass die mittelständischen Strukturen gefährdet seien, wenn die Zusammenarbeit nicht funktioniere.

Die Ergebnisse der neuesten Marktstudie stellte **Dr. Kai Hudetz** dar. Der Schwerpunkt lag in den Herausforderungen des Marktes, bei digitalen Services und mehr. Die Beteiligung an der Studie war gut, mehr als 300 Kunden, 130 Händler und 60 Hersteller beantworteten die Fragen. Seit nunmehr sieben Jahren wird der Markt vom IFH im Auftrag der Verbände

beobachtet, so dass inzwischen Zeitreihenvergleiche möglich sind. Das Stimmungsbild ist recht diffus: ungefähr die Hälfte bewertet die aktuelle Situation zwischen Herstellern und Händlern positiv. Die Hersteller geben ein klares Bekenntnis zum PVH ab, bleiben aber auch kritisch. Sie erwarten mehr vom Handel als die Kunden wünschen. Die Kunden schätzen die Beratung des Fachhandels; oft erfolgt die Information im Netz, gekauft wird aber beim Händler des Vertrauens. Digitale Services wie zum Beispiel Click & Collect werden von den Herstellern als wichtiger angesehen als von den Kunden. „Der Markt ist in Bewegung. Noch haben Sie die Chance, ihn mitzugestalten“, so Dr. Hudetz. Die Strategieexpertin **Dr. Kerstin Friedrich** verdeutlichte, dass der Erfolg nicht mit dem einen Rezept erreichbar ist. Klar sei nur, dass der Erfolg in der Konzentration auf die eigenen Stärken liege. Die Welt sei wesentlich komplexer geworden, Spezialisierung helfe. Der Kunde sei heute sehr viel mächtiger als früher. Früher würden Hungerige satt gemacht, heute müssten Gesättigte hungrig gemacht werden. Dies gelänge mit einer evolutionskonformen Strategie. Wer das Credo Darwins beherzige, habe Erfolg: „Survival of the fittest - der Anpassungsfähigste überlebt.“ Je besser man die Probleme anderer löse, desto besser laufe die eigene Entwicklung. Um dies wirklich gut zu machen, sollte man sich eine Zielgruppe suchen und dann nach deren Bedürfnissen schauen. Spezialisierungen könnten sich auf ein Produkt, eine Produktfamilie beziehen, auf bestimmte Methoden



oder Wissensgebiete. Wer seine Zielgruppe kenne, wisse wie er sich zu spezialisieren habe. Nach der Mittagspause sprach **Florian Böhme** über das Unternehmen **Amazon** und seine neueste Initiative „Amazon Business“. Es handele sich um ein Angebot an Händler und Industrie, das dem Privatkundengeschäft ähnele, aber für Geschäftskunden typische Services biete: Nettopreise, Mengenrabatte, Übersichten, wer was gekauft hat, mehrere Nutzer bei einem Konto oder Kauf auf Rechnung. Amazon schaue nicht auf den Wettbewerb, Amazon schaue, was die Kunden wollten.

Zum Abschluss begeisterte **Alexander Christiani** die Zuhörer mit Tipps zum Story-Marketing. Welche Mittel wirken, um Kunden zu begeistern? Menschen würden in der Regel in Bildern denken. Deshalb würden sie sich Fakten, die in Geschichten eingebaut sind, 22-mal besser merken als reine Tatsachen. Und wenn es sich um eine coole Geschichte handele, sei der Merkfaktor noch höher. Es zählten

Glaubwürdigkeit und Emotion. Die erzählten Geschichten müssten über reines Entertainment hinausgehen, sie dürften nicht albern sein, um zu überzeugen. Die drei Säulen der Rhetorik von Aristoteles hätten noch immer Geltung: Logos - den Verstand mit guten Produkten überzeugen, Pathos - Werte haben, mit denen sich die Kunden identifizieren und Ethos - der vertrauenswürdige Charakter der Marke. Lang anhaltender Beifall zeigte, dass Alexander Christiani das Publikum gepackt hatte.

**Lothar Bauer**, FDM, sprach das Schlusswort, dankte den Referenten, dem Publikum und den Sponsoren für einen gelungenen Kongress. Dieser habe sich in der Branche als neutrale Plattform etabliert, was durch die um fast 20 Prozent gestiegene Teilnehmerzahl und einen ausgebuchten Branchenabend untermauert worden sei. Er appellierte daran, gemeinsam die Aufgaben anzugehen und Lösungen zu erarbeiten. *Fotos: Christoph Kawan/ZHH*

Stephanie Kawan/ZHH ■

# SONAX®

MADE IN GERMANY

## PROFESSIONAL-SERIE DAMIT ES SAUBER UND WIE GESCHMIERT LÄUFT

AB MITTE 2017  
IM HANDEL  
ERHÄLTlich!

**PROFESSIONAL**

SONAX hat das durchdachte „PROFESSIONAL-Produktprogramm“ für technische Wartungs- und Instandhaltungsarbeiten weiterentwickelt.

www.sonax.de



## NEUE KOOPERATION MIT SOENNECKEN

Prospekthüllen, Haftnotizen oder auch Ordner – diese und noch weitere Büromaterialien können NORDWEST-Handelspartner jetzt schnell und unkompliziert bei Soennecken eG, der führenden Verbundgruppe für Bürobedarf, beziehen. Rund 16.000 Artikel sind im Soennecken-Zentrallager abrufbar. Bestellbar sind sie über das NIS, das NORDWEST-Service-Center oder EDIFACT.

Weitere Informationen gibt es bei Jan Korb,  
Tel.: 0231 2222-4710, [j.korb@nordwest.com](mailto:j.korb@nordwest.com)

## NORDWEST NEWS 02/2017

In der nächsten Ausgabe erwartet Sie eine ausführliche Nachberichterstattung zur Einweihungsfeier am 26. und 27. April.

## IMPRESSUM

Herausgeber:  
NORDWEST Handel AG  
Robert-Schuman-Straße 17  
44263 Dortmund

T + 49 231 2222-3001  
F + 49 231 2222-3099

[info@nordwest.com](mailto:info@nordwest.com)  
[www.nordwest.com](http://www.nordwest.com)

Redaktion (v.i.S.d.P.):  
Mathias Roppel (MR)  
T + 49 2222-3301  
F + 49 2222-3905  
[m.ropfel@nordwest.com](mailto:m.ropfel@nordwest.com)

Anzeigen: Lea Dommel  
Redaktion: Lea Dommel (LD),  
Beke Quabeck (BQ)

Druck:  
Bösmann Medien und  
Druck GmbH & Co. KG  
Ohmstraße 7  
32758 Detmold  
[www.boesmann.de](http://www.boesmann.de)

Erscheinungsweise:  
3 Ausgaben pro Jahr  
Redaktionsschluss 31.03.2017

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.

# Die einen sagen Akku-Winkelschleifer, wir nennen es **ACCUFLEX**

## **FLEX. Das Original.**



Der Akku-Winkelschleifer L 125 18.0-EC ist für das professionelle Schleifen und Trennen konzipiert – sei es in der Werkstatt oder auf der Baustelle. Ausgestattet mit einem bürstenlosen 18.0 Volt Motor realisiert er eine Leerlaufdrehzahl bis zu 8.500 pro Minute. Dabei liegt er mit seinem günstigen Gewicht und der schlanken Bauform optimal in der Hand. Mehr Infos unter: [www.flex-tools.com](http://www.flex-tools.com)

**FLEX**  
Das Original



# Die MAGIC Promotion 2017.

Ab April erhältlich.

1504 XL  
WERKBANK  
mit 308-tlg  
Werkzeugsortiment

**HIGHLIGHT**  
**€2549,00**  
€3033,31 inkl. USt.



...viele weitere Produktangebote unter  
[www.gedore-magic.com](http://www.gedore-magic.com)