NORDWEST

01 | 2021

Sport-Sponsoring **„Wir sind auch ein Sportverbindungshandel“ |** Corona-Virus **Rückblick auf ein Jahr Pandemie |** Klappe und Action! **NORDWEST ist mit neuem Studio on air |** NORDWEST-Smart Home-Konzept gestartet **Smarter Wohnen mit SMARTilligent |** NORDWEST-Kommunikationstage digital **400 Teilnehmer sprechen für sich |** Von DATACONNECT über EDI-Self-Service bis zum eSHOP **„Digitalisierung geht nicht auf Knopfdruck, ist aber eine gut lösbare Herausforderung!“**

NEWS

Foto: feel plus/Shutterstock.com

SHOP.PICARD.DE – 19:00

GET MORE!

ORDERED VIA EDI

20:30 CET

21:30 CET

ON THE WAY TO YOU

PICARD SPÄTVERSAND EXKLUSIV MIT EDI-ANBINDUNG

BIS 20:30 UHR PER EDI BESTELLT –
UM 21:30 UHR UNTERWEGS ZU IHNEN

Durch die EDI-Anbindung werden Bestellungen, die Sie in Ihrem System erfassen, direkt in unser Auftragssystem übertragen und verarbeitet. Unsere Bestell- und Versandbestätigungen werden automatisch zum Import in Ihr System bereitgestellt.

Sparen Sie Zeit bei der Eingabe Ihrer Bestellungen und profitieren Sie von verlängerten Bestellzeiten für den taggleichen Versand.

IHRE ZUSÄTZLICHE BESTELL-ALTERNATIVE ALS NORDWEST-FACHHANDELSPARTNER

Im NORDWEST-Bestellsystem haben Sie ebenfalls Zugriff auf das PICARD Gesamtsortiment von 40.000 Artikeln der Wälzlager- und Lineartechnik. Nähere Informationen finden Sie im NORDWEST Informationssystem – NIS.

SPRECHEN WIR DARÜBER:
+49 234 53993-130

PICARD
WÄLZLAGER • ROULEMENTS • BEARINGS

Liebe Leserin, lieber Leser,

Weichen stellen

Über ein Jahr ist bereits vergangen, seit Deutschland das erste Mal in einen Lockdown gegangen ist. Seitdem haben wir alle gemeinsam neue Begrifflichkeiten gelernt, wissen, was ein Inzidenzwert ist, was er bedeutet und halten uns bestmöglich an sämtliche Regeln, die es derzeit gibt. Ergo: Das Corona-Virus hat uns immer noch im Griff.

Doch bei all dem sollten wir etwas Entscheidendes nicht vergessen, nämlich, dass es auch eine „Zeit danach" geben wird. Lassen Sie uns also den Blick, auch wenn das in der momentanen Situation vielleicht nicht immer leichtfallen mag, vorsichtig optimistisch nach vorne richten und uns mit der nahen Zukunft befassen. Wie wird unser Leben nach der Pandemie aussehen? Wird es ein „Weiter so" geben? Oder werden gesellschaftliche, wirtschaftliche und ökologische Weichen neu gestellt? Wird alles wieder „normal"? Oder alles „anders"? Gibt es vielleicht etwas, das Sie persönlich verändern möchten oder bereits in den vergangenen Monaten verändert haben?
Aus unserer Sicht ist eines dabei Fakt: Wir alle werden diese Ausnahmensituation besser überstehen, wenn wir auch weiterhin miteinander solidarisch bleiben, füreinander einstehen und uns trotz der fordernden Situation unsere Menschlichkeit bewahren. Diese Tugenden sind universell und wir sind überzeugt, dass sie auch in der „Zeit danach" ihre Berechtigung haben werden – und, lassen Sie uns weiter kommunizieren – gerade in diesen besonderen Zeiten ist dies so wichtig. Denn mit der Stärke der Gemeinschaft lassen sich Veränderungen leichter angehen und umsetzen. Deutlich wird dies auch in der vorliegenden News. Sie erhalten bei dieser Lektüre viele, auch persönliche, Einblicke unserer Partner mit dem Umgang der vorherrschenden Pandemie-Lage. Zudem zeigt diese Ausgabe ebenfalls, wie die starke Gemeinschaft des Verbandes Herausforderungen jedweder Art zu lösen vermag.

Wie die Zeit nach Corona aussehen wird, lässt sich nicht vorhersagen. Eines ist jedoch ziemlich sicher: Eine Krise ist auch immer eine Chance. Eine Chance zu gestalten! Eine Chance etwas für sich selbst, für das eigene Unternehmen oder für die Gesellschaft zu verändern. Kurzum: Eine Weiche zu stellen!
Wissen Sie schon, wohin Ihre führen wird?

Es grüßen herzlich aus Dortmund

Andreas Ridder
Vorstandsvorsitzender

Jörg Simon
Vorstand

INHALT

26

30

Foto: alexandre zveiger/Shutterstock.com

34

01_ Editorial

NORDWEST INSIDE

★ Sport-Sponsoring
05_ „Wir sind auch ein Sportverbindungshandel“

★ Corona-Virus
14_ Rückblick auf ein Jahr Pandemie

Corona-Pandemie
22_Die Herausforderungen des Beschaffungsmarktes

Cineastisches Vergnügen
24_ NORDWEST veranstaltet Autokino

★ Klappe und Action!
26_ NORDWEST ist mit neuem Studio on air

Begehrtes Siegel erhalten
28_ NORDWEST erneut als Top Employer ausgezeichnet

★ NORDWEST-Smart Home-Konzept gestartet
30_ Smarter Wohnen mit SMARTilligent

★ NORDWEST-Kommunikationstage digital
34_ 400 Teilnehmer sprechen für sich

Handwerk & Industrie
38_ Katalogwerke im Überblick

Neue Auflage des Vertriebskataloges
40_Baubeschläge und noch viel mehr

Baugerätekatalog 2021
42_ „Exklusiv für unsere Partner“

Vermarktungsunterstützung im Fokus
44_ Strategie-Update vorgestellt

Auch 2021 bringt Neuheiten
46_ delphis-Entwicklung mit Herzblut

Neue Verkaufsunterlagen ...
49_ ... vermitteln glanzvolles Baddesign

„Wärme & Wasser“
50_ Highlights aus der Haustechnik

Weihnachtsaktion 2020
50_ Losglück zum Jahresende

„Vertrauen zahlt sich aus“...
52_ ... und wird im Stahlverbund PHOENIX gelebt

TeamFaktor NW GmbH
54_ FactoringWerk – ein Erfahrungsbericht

Engagement in Spanien
56_ Comafe und NORDWEST arbeiten zusammen

FachWerk
58_ Flagship-Store öffnet seine Tore

Neuer Service
62_ Instore-Music und -TV für die Kundenkommunikation

Leistungen haben überzeugt
64_ Sechs neue Handelspartner arbeiten mit NORDWEST zusammen

NORDWEST-Logistik
66_ Entwicklung der Logistik von morgen

★ Von DATACONNECT über EDI-Self-Service bis zum eSHOP
68_ „Digitalisierung geht nicht auf Knopfdruck, ist aber eine gut lösbare Herausforderung!“

EDI-Clearing
70_ Neuer Self-Service nutzt Handels- und Lieferantenpartnern!

ERP-Check-Up leicht gemacht!
71_ Schlanke digitale Prozesse wichtiger denn je

Neue virtuelle Veranstaltungsreihe
72_ DIGI-Stammtisch bringt regelmäßigen Digitalisierungsinput

NW365.DATACONNECT
74_ Anreize für mehr Digitalisierung

DREI SCHRITTE UND DANN STAUNEN ...

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

SNOOPEN & ENTDECKEN

HIER ERHÄLTLICH

Laden im App Store

JETZT BEI Google Play

★ = Titelthema

Handelspartner

Atos GmbH
76_ Kreditoren-Cockpit bringt Vorteile für die Kunden

Corona-Pandemie
78_ HKN unterstützt Stadt bei Aufbau von Impfzentrum

60. Geburtstag
80_Aktionen im Gedenken an Ludwig Kleiner

Strategische Partnerschaft im norddeutschen PVH
84_J.H. Jaeger & Eggers und Niemann-Laes gehen beim Handel mit Industriebedarf gemeinsame Wege

Protec Industriebedarf GmbH
86_Mit eigener Produktion gegen Corona

Wir begrüßen ... Hillmann & Geitz GmbH & Co. KG
88_Spezialist für chemisch-technische Produkte

Industriepartner

Gewinner des NORDWEST-Zukunftspreises für Nachhaltigkeit
90_ 3M unterstützt „Ärzte ohne Grenzen“

Bostik
92_ Spezialist für Klebstofflösungen

Feralpi Stahl engagiert sich für Umweltschutz
94_ „Grüner“ Stahl made in Riesa

Cordless Alliance System, CAS
96_ Herstellerübergreifendes Akku-System für über 20 Marken

Technische Kofferlösungen
98_ 50 Jahre GT Line Italien

JSP Safety
100_Brexit und Corona beschleunigen Unternehmensentscheidungen

Für den Handel ein Erfolgs-Hebel:
102_Die neue Wiha Showtime-Kampagne mit den Five Star Systems

104_Kurz- und Produktmeldungen

112_Impressum

PERSONALIE

Kontinuität in der Unternehmensleitung

Erfolgreiche Vertragsverlängerung im Vorstand der NORDWEST Handel AG

Der Aufsichtsrat der NORDWEST Handel AG mit Sitz in Dortmund hat den Vorstandsvertrag von Herrn Jörg Axel Simon vorzeitig verlängert. Jörg Axel Simon wird der NORDWEST Handel AG bis einschließlich 31.12.2025 weiterhin als Vorstand zur Verfügung stehen.

„Wir freuen uns, dass Herr Simon bis Ende 2025 Vorstand der NORDWEST Handel AG bleibt. Wir setzen mit dieser Entscheidung ein Zeichen für Kontinuität gerade in diesen durch die Covid-19- Pandemie bestimmten Zeiten", erläutert Martin Bertinchamp, Aufsichtsratsvorsitzender der NORDWEST Handel AG die Entscheidung.
Als erfahrener Branchenkenner blickt Jörg Axel Simon auf mehr als 33 Jahre Verbundgruppenerfahrung zurück, davon über 15 Jahre bei NORDWEST.
Als Vorstand zeichnet er für die Bereiche Stahl, Haustechnik, Finanzen, Rechnungswesen, Controlling & Steuern, Recht/Compliance, interne Revision und Investor Relations/Finanzkommunikation verantwortlich. Jörg Axel Simon bildet damit weiterhin den Vorstand gemeinsam mit Andreas Ridder, der seit 1. August 2019 NORDWEST-Vorstandsvorsitzender ist. |

Sport-Sponsoring

„Wir sind auch ein Sportverbindungs-handel“

Auch wenn Sport-Veranstaltungen, ob im Profi- oder Breitensport, nahezu durch die Corona-Pandemie zum Erliegen gekommen sind, der Trend zu einer Unterstützung von Mannschaften und Vereinen ist ungebrochen. Ein gutes Zeichen für Sportler und Vereine jedweder Kategorie, denn vielmals sind Vereinsaktivitäten ohne die Unterstützung externer Geldgeber sehr schlecht oder gar nicht realisierbar.

Die Motive sich in der Gesellschaft zu engagieren, sind dabei so vielfältig wie die in Deutschland angebotenen Sportarten selbst. Die Steigerung des eigenen Bekanntheitsgrades spielt nur zum Teil eine Rolle.

Die NORDWEST News hat auf den folgenden Seiten in einer nicht-repräsentativen Umfrage Handels- und Lieferantenpartner unter anderem nach ihrer Motivation für ihr Engagement gefragt. Herausgekommen sind ganz unterschiedliche Antworten, die aber eins deutlich machen: Sport verbindet – und soziales Engagement auch. Und gerade der zweite Aspekt wird trotz Widrigkeiten, wie der derzeit vorherrschenden Pandemie, als wichtig angesehen.

„Als Produktionsverbindungshandel sind wir offenbar auch ein Sportverbindungshandel“, kommentiert Jörg Simon, NORDWEST-Vorstand, mit einem Schmunzeln. Und Andreas Ridder, Vorstandsvorsitzender, ergänzt: „Es ist toll, wie viele Unternehmen sich auf die eine oder andere Art engagieren. Leider konnten wir nicht alle über 1.100 Handelspartner befragen. Aber wir sind uns sicher, dass nahezu jeder von ihnen sich für den guten Zweck einbringt.“

NORDWEST ist seit 2018 Sponsoring-Partner des Deutschen Handballbunds, zuerst mit der Exklusivmarke PROMAT und seit diesem Jahr mit der Exklusivmarke delphis. Zusätzlich dazu hatte NORDWEST in den vergangenen Jahren über den Stahlverbund PHOENIX und als Kooperationspartner der Interkey die Eishockey-Mannschaft Iserlohner Roosters unterstützt. „Das Engagement im Sport ist uns ein wichtiges Anliegen und unterstützt die Markenbildung nachhaltig“, so die beiden Vorstände, die sich selbst privat ehrenamtlich in Sportvereinen einbringen.

FAKTEN RUND UM DAS SPORT-SPONSORING

+ Die bedeutendste Sportart im Sport-Sponsoring ist laut einer Statista-Umfrage von 2017 Fußball. Mit weitem Abstand folgen Basketball, Laufsport, Eishockey/Handball, Triathlon sowie Golf/Tennis.
+ Laut einer Statista-Erhebung von diesem Jahr hat Sport-Sponsoring ein Volumen von mehr als 48 Milliarden Dollar weltweit.
+ Der Nielsen Sports-Report beziffert das in Deutschland im Sport-Sponsoring umgesetzte Volumen auf 3,8 Milliarden Euro im Jahr 2019. 72 % der Ausgaben fließen in den Fußball, 15 % in den Motorsport. | LD, Quellen: www.de.statista.com und www.nielsensports.com, Foto: feel plus/Shutterstock.com ▶

Foto: Franziska Schmidt

Ralph Weidling, geschäftsführender Gesellschafter Weicon GmbH & Co. KG, Münster

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?

Ralph Weidling: Wir unterstützen Vereine und Events in verschiedenen Bereichen. Im Fußball sind wir seit 2007 Sponsor von Borussia Dortmund und einiger Vereine hier in der Umgebung von Münster, wie dem TSV Handorf in meinem Heimatort. Im Ausdauersport unterstützen wir den Münster Marathon und den City Triathlon in Münster und sind seit 2016 Hauptsponsor und Namensgeber des Triathlonvereins Weicon Tri Finish Münster. Tri Finish ist mit über 250 Mitgliedern nicht nur der größte Verein Nordrhein-Westfalens, sondern auch einer der erfolgreichsten. Das Team der 1. Mannschaft startet sogar in der Bundesliga.

Beim Sponsoring ist unser Engagement grundsätzlich langfristig ausgelegt. Und wir müssen von den Vereinen oder Sportevents überzeugt sein. Erst dann funktioniert das Ganze. Wir legen großen Wert auf Kontinuität und starke Verbindungen – sowohl beim Aufbau der Beziehungen zu unseren Partnern und Kunden als auch bei den Vereinen, die wir unterstützen.

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?

Ralph Weidling: Wir sind ein sehr sportbegeistertes Unternehmen. Viele unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind im Radsport, im Fußball oder auch im Triathlon aktiv. Ich selbst bin leidenschaftlicher Triathlet und habe schon an vielen internationalen und nationalen Wettkämpfen, wie in Abu Dhabi, Kapstadt, auf Mallorca und in Hamburg teilgenommen. Da liegt es nahe, dass wir uns auch als Sponsor engagieren und Events und Vereine unterstützen.

Beim Sponsoring von Borussia Dortmund ist das ein wenig anders. Wir nutzen unsere VIP-Karten, um mit unseren Kunden gemeinsam Fußball zu erleben. Da begegnet man sich auf einer ganz anderen Ebene als in einer Besprechung oder bei einem Geschäftsessen. Das Erlebnis Stadion mit mehr als 80.000 Fans ist einfach beeindruckend und wirkt sich sehr positiv auf die Beziehung zwischen uns und unseren Kunden aus.

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?

Ralph Weidling: Die Kunden sind ganz begeistert! Wir bekommen durch die Bank positives Feedback von unseren Gästen, die mit uns bei einem Spiel waren – und das nicht nur von BVB-Fans.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?

Ralph Weidling: Die Pandemie hat sich natürlich erheblich auf alle gesellschaftlichen Bereiche und damit auch den Breiten- und Spitzensport ausgewirkt. Veranstaltungen oder Meisterschaften konnten nicht mehr stattfinden oder mussten ohne Publikum auskommen. Auf unser Engagement hat das jedoch keinen Einfluss. Wir unterstützen die Vereine und Organisationen auch weiterhin und sind gern ein zuverlässiger und begeisterter Partner des Sports.

Matthias Pohl, Geschäftsführer FachWerk Werkzeug Pohl, Magdeburg

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?
Matthias Pohl: Zum einen meinen Heimatverein VFB Ottersleben mit seinem wirklich breit gefächerten Angebot, von Fußball, über Schach hin zu Volleyball und Tischtennis, hier in Magdeburg. Zum anderen unterstütze ich seit 2015 Rennfahrer Dominique Schaak. Zudem plane ich, Förderer des SBB-Leistungszentrums zu werden – dieses befasst sich hauptsächlich mit der Förderung junger Talente.

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?
Matthias Pohl: Als gebürtiger Otterslebener ist es mir wichtig, mich vor Ort zu engagieren und etwas zurückzugeben.
Der Rennsport hat mich schon vor Jahren gepackt – ich habe einfach Benzin im Blut und es macht mich extrem stolz, wenn Werkzeug Pohl auf einem Rennwagen zu sehen ist. Ein Aspekt ist dabei die bessere Sichtbarkeit der Firma und das daraus entstehende Netzwerk. Zudem lässt sich anhand unserer Website-Klickraten nachweisen, dass die Zuschauer unser Logo an den Renntagen durchaus wahrnehmen und sich weiter informieren.

NORDWEST News: Werden diese Ziele erreicht?
Matthias Pohl: Festgelegte Ziele habe ich in dem Sinn nicht. Mir ist das positive Feedback sehr wichtig. Die Investition in Nachwuchs-Sportler gibt mir zudem ein gutes Gefühl und lässt sich nicht in Geld aufwiegen.

Foto: FachWerk Werkzeug Pohl

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?
Matthias Pohl: Die Kunden bewerten unser Engagement durchweg positiv, weil wir damit den Nachwuchs fördern. Viele sind selbst dem Rennsport zugetan oder kommen aus dem Stadtteil Ottersleben. Dadurch erreichen uns auch immer wieder Anfragen, das ein oder andere weitere Sport-Event oder den Verein eines Kunden zu unterstützen. In solchen Fällen wäge ich immer genau ab, was noch möglich ist und was nicht.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?
Matthias Pohl: Unseren Sportlern bin ich eng verbunden und habe die Rahmenbedingungen nur dezent angepasst. Mir ist es wichtig, Verantwortung zu übernehmen und dazu stehe ich.

Martina Schierer, Geschäftsführung Max Schierer Baustoffe, Cham

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?
Martina Schierer: Verschiedene Vereine und Sportarten, so zum Beispiel auch die Straubing Tigers im Eishockey.

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?
Martina Schierer: Gesellschaftliches Engagement ist uns bei Max Schierer sehr wichtig. Und das können wir über Sport-Sponsoring ausdrücken.

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?
Martina Schierer: Das Engagement kommt bei den Kunden gut an. Oftmals sind diese auch Mitglieder in den Vereinen, die wir unterstützen.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?
Martina Schierer: Bis jetzt hatte die Pandemie noch keine Auswirkungen auf unsere Unterstützung. Und wir hoffen, dass das auch so bleibt.

Marco Buntrock, Geschäftsführer Laute & Muxfeld GmbH & Co. KG, Hamburg

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?
Marco Buntrock: Wir unterstützen hauptsächlich Fußball-Jugendmannschaften aus der Region und den Hamburger Oberliga-Meister TUS Dassendorf – und das schon seit langen Jahren.

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?
Marco Buntrock: Jugendförderung ist für uns sehr wichtig und unser Antrieb. Bestimmte monetäre Ziele sind hier nachrangig.

NORDWEST News: Werden diese Ziele erreicht?
Marco Buntrock: Unsere Unterstützung kommt bei den Mannschaften an und hilft.

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?
Marco Buntrock: Manche Kunden fragen konkret nach. Aber natürlich gibt es auch die, denen das Thema nicht so wichtig ist.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?
Marco Buntrock: Corona ist für uns kein Grund, unser Engagement zu beenden. Es ist allerdings sehr schade für Spieler und Verantwortliche, wie sich die Situation entwickelt hat und der Sport praktisch nicht mehr stattfindet. Wir hoffen auf baldige Normalität.

Volker Georg, Geschäftsführer Georg GmbH, Breitscheid

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?
Volker Georg: Wir unterstützen seit 1997 die HSG Wetzlar in der 1. Handball-Bundesliga und den TSV Steinbach in der Fußball-Regionalliga sowie den ortsansässigen Kreisoberligisten SSG Breitscheid. Beim Handball-Sponsoring haben wir unter anderem eine Spieler-Patenschaft und sind auch auf der Sponsoren-Tafel zu sehen. Beim Fußball sieht man unser Logo unter anderem auf der Bande sowie im Ort auf den Trainingsanzügen, den Trikots und den Trainerbänken.

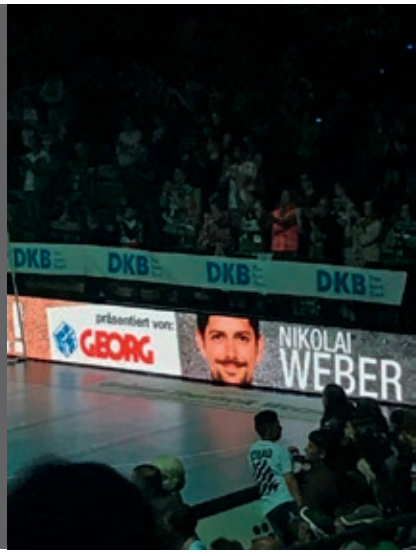


Foto: Georg GmbH

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?
Volker Georg: Wir sind sportbegeistert und der Auffassung, dass man sich in seiner Region als Unternehmen einbringen sollte. Handball gefällt uns dabei besonders, weil es ein bodenständiger Sport ist, der gut zu unserer eigenen Philosophie passt. Das durch Sponsoring entstehende Netzwerk ist ein schöner Nebeneffekt. Man kennt und spricht über uns.

NORDWEST News: Werden diese Ziele erreicht?
Volker Georg: Der Bekanntheitsgrad wird natürlich nicht weniger. Und wenn man Sport als Ausgleich betrachtet und den Spaß daran mit gewissem Feedback verknüpfen kann, ist es eine vollkommen gute Sache.

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?
Volker Georg: Die Kunden wissen, dass wir uns auf diese Art engagieren, und bewerten es positiv. Und natürlich ist es für sie auch ein Highlight, wenn zum Beispiel bei Firmenveranstaltungen die Mannschaft der HSG Wetzlar zur Autogrammstunde vorbeikommt. Dann spricht man auch mal über ein anderes Thema als über das Geschäft.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?
Volker Georg: Wir haben die Zahlungsmodalitäten minimal verändert, aber die Unterstützung nicht reduziert. Solange es für uns als Unternehmen machbar ist, stehen wir zu unseren Verpflichtungen – dabei beobachten wir aber, wie sich die Situation entwickelt.

Foto: Iserlohn Roosters

Katja Zimmermann, Leitung Marketing Kommunikation, Keuco GmbH & Co. KG, Hemer

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?

Katja Zimmermann: Von Anfang an hat Keuco den Eishockey Club Deilinghofen unterstützt – den heutigen IEC (Iserlohner Eishockey Club), der in der DEL, der höchsten Eishockeyliga Deutschlands, spielt. Die Geschichte des Vereins ist in dem kürzlich gegründeten „puck – das Eishockeymuseum" zu entdecken, das von Engelbert Himrich, Mitglied des Keuco Verwaltungsrates und Mitglied der Keuco-Gründerfamilie, gestiftet wurde. Darüber hinaus werden der Handballverein, der Basketballverein, die Segway-Mannschaft und viele weitere unterstützt.

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?

Katja Zimmermann: Seit der Gründung im Jahr 1953 befindet sich der Hauptsitz von Keuco im südwestfälischen Hemer. Keuco fühlt sich mit der Region und den Menschen dort eng verbunden. Zur unternehmerischen Verantwortung des Unternehmens gehört ein starkes soziales Engagement für die eigenen Mitarbeiter. Als großer Arbeitgeber in der Region engagiert Keuco sich aber auch für regionale soziale Projekte vor Ort. Dazu zählen die Schulen, Kindergärten, kulturelle Einrichtungen und Sportvereine.

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?

Katja Zimmermann: Das Engagement von Keuco bei den Vereinen wird in der Bevölkerung und auch von den Kunden sehr positiv gesehen und sorgt bei einem Werksbesuch in Hemer häufig für Gesprächsstoff.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?

Katja Zimmermann: Auch in der Pandemie hat Keuco die Vereine unterstützt und hofft zukünftig auf erfolgreichen Mannschaftssport in der Region.

Lothar Lässig,
Geschäftsführer Elektrowerkzeuge GmbH Eibenstock, Eibenstock

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?
Lothar Lässig: Neben verschiedenen regionalen Vereinen unterstützen wir auch den FC Erzgebirge Aue im Fußball (2. Bundesliga) und Ringen (1. Bundesliga). Zudem sind wir beim Erzgebirgischen Handballverein Aue (2. Bundesliga) aktiver Unterstützer. Außerdem haben wir ein Ringer-Leistungszentrum gesponsert, eine der größten Trainingsanlagen in Deutschland. Diese bietet ideale Voraussetzungen für den Ringernachwuchs.

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?
Lothar Lässig: Seit Kindesbeinen bin ich bei den oben genannten Vereinen Mitglied, war selbst jahrelang aktiver Ringer und habe dadurch zumindest zu diesem Sport ein ganz besonderes Verhältnis. Zudem ist es uns als Unternehmen eine Herzensangelegenheit, die Region zu unterstützen. Beim Fußball-Sponsoring geht es zudem konkret um Werbung für die Marke Eibenstock.

NORDWEST News: Werden diese Ziele erreicht?
Lothar Lässig: Durch Brust- und Bandenwerbung, und somit der Sichtbarkeit im Fernsehen, ist die Bekanntheit in Deutschland merklich gestiegen.

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?
Lothar Lässig: Sehr gut. Deutschlandweit haben uns Kunden auf unser Sponsoring beim Fußball angesprochen.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?
Lothar Lässig: Nein!

Paolo Reupke,
Geschäftsführer JG John Glet Arbeitsschutz GmbH, Hannover

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?
Paolo Reupke: Es gibt so viele tolle Sportarten, die nicht im Fokus stehen, aber unterstützenswert sind. So sponsern wir seit 2017 die Hannover Recken im Handball als Netzwerk-Partner und seit 2010 den Golf Club Rehburg/Loccum in der Nähe Hannovers.

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?
Paolo Reupke: Golf spiele ich selbst und weiß als Clubmitglied, wie wichtig eine langfristige Förderung ist. Denn in der Hauptsache lebt ein Verein von Mitgliedsbeiträgen und davon müssen sämtliche Aktivitäten, wie z.B. ein Trainingslager für die Clubmannschaft etc., finanziert werden.
Bei der Handball-Unterstützung ist mein Antrieb zum einen die Motivation unserer Mitarbeiter. Als Netzwerk-Partner bekommen wir ein Kartenkontingent, welches wir mit unserer Hannoveraner Belegschaft nutzen und einen gemeinsamen Abend verbringen – das ist Motivation und Wertschätzung zugleich. Zum anderen lassen sich natürlich beide Engagements, Golf wie Handball, auch prima zum Netzwerken nutzen. Sport verbindet und ist immer ein willkommenes Gesprächsthema.

NORDWEST News: Werden diese Ziele erreicht?
Paolo Reupke: Ja, absolut!

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?
Paolo Reupke: Unsere Kunden wissen von unserem Beitrag und bewerten es als authentisch, was es auch ist – weil wir mit Herzblut dabei sind. Ich bin mir außerdem sicher, dass eine hochpreisige Unterstützung, zum Beispiel im Erstliga-Fußball, weniger Anklang finden würde – einfach, weil es unverhältnismäßig hochpreisig ist.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?
Paolo Reupke: Gottseidank nicht. Ja, wir hatten aufgrund von Corona Umsatzeinbußen zu verzeichnen, die wir jedoch kompensieren konnten. Sportvereine hingegen waren und sind immer noch stark durch die Pandemie-Situation betroffen. Von daher haben wir uns erlaubt, unsere Vereine weiter zu unterstützen.

Foto: FC Erzgebirge Aue

Matti Dengler, Karl Dengler GmbH, Frankfurt/Nieder-Eschbach

NORDWEST News: Welchen Verein/welche Sportarten unterstützen Sie und seit wann verfolgen Sie dieses Engagement?
Matti Dengler: Wir unterstützen Fußball, Tennis und eine Damen-Mannschaft in der zweiten Volleyball-Bundesliga.

NORDWEST News: Aus welcher Motivation heraus haben Sie sich für eine Unterstützung entschieden? Verfolgen Sie mit dem Engagement ein bestimmtes Ziel?
Matti Dengler: Wir unterstützen hauptsächlich Jugendmannschaften mit Bekleidung in den oben genannten Sportarten. Im Volleyball derzeit auch zusätzlich mit Masken und Schnelltests. Mir persönlich ist es wichtig, die kleineren Vereine zu fördern. Als ehemaliger Vorstand im Tennisclub ist mir sehr gut in Erinnerung geblieben, dass sich die Mannschaften immer über Unterstützung freuen und diese auch gebraucht wird, um gewisse Vorhaben im Vereinsleben zu realisieren.

NORDWEST News: Werden diese Ziele erreicht?
Matti Dengler: Mein persönliches Ziel ist erreicht, wenn sich die Kinder und Jugendlichen über ihre neue Vereinsbekleidung freuen. Wenn in dem Rahmen noch unser Unternehmenslogo präsentiert wird, ist das natürlich ein positiver Nebeneffekt für unser Unternehmen.

NORDWEST News: Wie kommt Ihr Engagement bei den Kunden an?
Matti Dengler: Wir kommunizieren unsere Unterstützung kaum in Richtung unserer Kunden. Hier ist definitiv noch Luft nach oben. Andererseits geht es uns hauptsächlich um die zu unterstützenden Vereine selbst und weniger um unsere Außenwirkung.

NORDWEST News: Hatte die Pandemie Auswirkungen auf Ihr Engagement?
Matti Dengler: Auf keinen Fall.

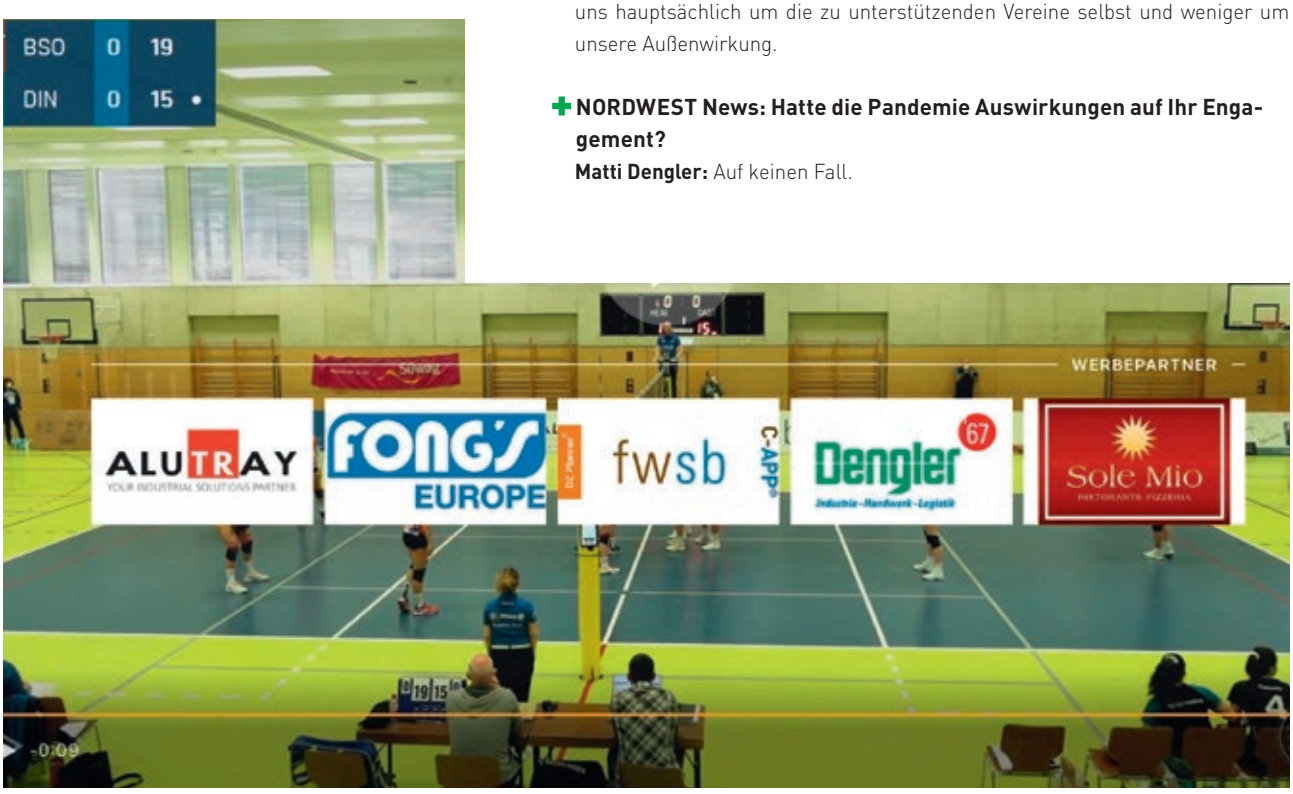


Foto: Karl Dengler GmbH

Der Traum von Tokio wird wahr!

Beim letzten Spiel vor der Handball-WM in Ägypten gab die deutsche Handball-Nationalmannschaft alles und besiegte die österreichische Mannschaft. Mit dieser überragenden Vorarbeit konnte die DHB-Auswahl gestärkt zur Weltmeisterschaft nach Ägypten fahren. Leider war der Traum vom Titel bereits in der Vorrunde ausgeträumt. Mitte März ging es weiter mit Spielen für die Tokio Handball Qualifikation. Hier gewann Deutschland souverän die Spiele gegen Slowenien und Algerien und erreichte ein Unentschieden gegen Schweden. Diese Ergebnisse sicherten der Mannschaft das Ticket nach Tokio im Sommer.

DHB Deutscher Handballbund

OFFIZIELLER PARTNER

delphis Faszinierende Bäder & Technik

Handball-Fieber mit NORDWEST

Erfolgreiche Partnerschaft verlängert

delphis, die NORDWEST-Haustechnik-Exklusivmarke, ist seit Januar 2021 bei den Spielen der deutschen Handball-Nationalmannschaft am Start! NORDWEST verlängert damit die exklusive Partnerschaft mit dem Deutschen Handballbund (DHB) und schreibt die Erfolgsgeschichte fort.

Bereits vor drei Jahren wurde die Zusammenarbeit vertraglich besiegelt. Damals stand die Exklusivmarke PROMAT im Fokus der Werbemaßnahmen. Nun geht die Partnerschaft für drei weitere Jahre in die Verlängerung. „Unsere Kooperation mit dem DHB war extrem medienwirksam und hat für ein unglaublich positives Feedback gesorgt", sagt Michael Rolf, NORDWEST-Geschäftsbereichsleiter Handwerk, Industrie & Marketing, „daran knüpfen wir jetzt gemeinsam an, mit einer starken Zusammenarbeit und vielen spannenden, temporeichen Spielen."
Dass delphis im Fokus steht, gefällt auch Mario Tröck, NORDWEST-Geschäftsbereichsleiter Haustechnik: „Wir haben delphis als Marke für unsere Fachhandelspartner weiterentwickelt und in diesem Rahmen zusätzliche Werbeaktivitäten angekündigt. Dem lassen wir jetzt Taten folgen. Wir freuen uns auf den frischen Wind, von dem unsere Fachhandelspartner immens profitieren werden."

DELPHIS BEI SPIELEN AUF GROSSER BÜHNE

Bereits am 10. Januar 2021 zum EM-Qualifikationsspiel gegen Österreich war es soweit, mit Banden- und Flächenwerbung war delphis prominent positioniert. Weiter ging es mit Auftritten bei der Weltmeisterschaft in Ägypten. Hier war delphis in der Hauptrunde ab dem 21. Januar 2021 an der Bande direkt hinter dem Tor präsent! Bei den Qualifikationsspielen für das Ticket nach Tokio vom 12. bis 14. März stand delphis dann erneut mit Banden- und Flächenwerbung im Fokus der Aufmerksamkeit.
„Ich empfehle unseren Handelspartnern, diesen Schwung mitzunehmen und auch die von uns angebotene Werbeunterstützung zu nutzen", so Geschäftsbereichsleiter Tröck. Handballbezug bieten Roll-Up's und kostenfreie Anzeigenvorlagen sowie ein Gewinnspiel, bei dem der beste delphis-Handwerker prämiert wird. | LD, Fotos: SASCHAKLAHN

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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

Mario Tröck
0231 – 2222 4332
m.troeck@nordwest.com

Corona-Virus

Rückblick auf ein Jahr Pandemie

Als vor mehr als einem Jahr das neuartige Corona-Virus auftrat, konnte sicherlich noch niemand ahnen, wie sich die Situation weltweit entwickeln würde. Jetzt, Ende April 2021, sind die Fakten hart: die Welt durchlebt eine Pandemie, mit derzeit über zwei Millionen Toten weltweit (Quelle: WHO).

Aber das Virus ist nicht nur ein Risiko für die Gesundheit aller, sondern auch für die Wirtschaft. Schon die erste Welle im März 2020 hatte gezeigt, wie sensibel das globalisierte Gefüge ist. Die NORDWEST News hat Handels- und Lieferantenpartner aus jedem Geschäftsbereich nach ihrem Resümee des letzten Jahres befragt. Lesen Sie auf den folgenden Seiten ihre Antworten. | LD, Foto: ffikretow/Shutterstock.com (bis S. 21)

Auch im Verbundfunk ist Corona ein Thema. Hören Sie rein, wenn Michael Rolf und Stefan Richlick in der dritten Folge über die Herausforderungen des Beschaffungsmarktes sprechen. In Folge 4 gibt es einen persönlichen Jahresrückblick des NORDWEST-Vorstandes.

Stefanie Fertl, Geschäftsführung Hefele GmbH & Co KG, Plattling

NORDWEST News: Auf welche Branche(n) ist Ihr Unternehmen spezialisiert?
Stefanie Fertl: Stahl, Haustechnik, Werkzeuge und Beschläge/Befestigung.

NORDWEST News: Was war für Ihr Unternehmen die größte Herausforderung im Pandemie-Jahr 2020?
Stefanie Fertl: Ad-hoc Lösungen zu finden bei Themen, in denen man bekanntermaßen noch keine Erfahrungen hat. Es war natürlich ein Kraftakt bis Schicht-Konzepte standen, um Kontakte zu vermeiden, und die technischen Gegebenheiten für Home Office-Lösungen eingerichtet waren.

NORDWEST News: Wie haben Sie diese gelöst?
Stefanie Fertl: Durch viele Gespräche mit allen Anspruchsgruppen (Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern). Es ist uns gelungen einen Spagat zu machen, zwischen den gebotenen Vorsichtsmaßnahmen und dem Wunsch der Kunden, ihren gewohnt täglichen Belieferungsservice zu genießen.

NORDWEST News: Auf welche Art haben Sie Ihre Mitarbeiter in den schweren Zeiten des vergangenen Jahres motiviert?
Stefanie Fertl: Gottseidank sind wir in der erfreulichen Lage das „Corona-Jahr 2020" als wirtschaftlich erfolgreiches für Hefele bezeichnen zu können. Das alleine hat natürlich uns und den Mitarbeitern Freude bereitet und motiviert bzw. hat uns zumindest, nachdem klar war, dass das Handwerk als systemrelevant weiterarbeiten darf, die Angst vor ausbleibenden Umsätzen und damit einhergehenden Konsequenzen wie Entlassungen etc., genommen. Aus gleichem Grund konnten wir Ende des Jahres den Mitarbeitern eine steuerfreie Prämie zukommen lassen. Außerdem haben wir versucht persönlich und via Intranet immer Kontakt zu unseren Mitarbeitern zu halten und sie auf dem Laufenden zu halten, um Ungewissheit soweit wie möglich zu vermeiden.

NORDWEST News: Ihr ganz persönliches „learning" aus einem Jahr Corona ist ...?
Stefanie Fertl: Vieles lässt sich ohne Probleme und große Einschränkungen auf digitalem Wege in unserer Branche lösen. Technisch hat alles einwandfrei funktioniert. Die Digitalisierung stößt unserer Meinung nach an Grenzen, sobald „Emotionen" transportiert werden müssen.
Alles in allem sind wir sehr stolz auf unsere Mitarbeiter, die unter den erschwerten Corona-Bedingungen auch noch ein erhöhtes Arbeitsaufkommen bewältigt haben. | Foto: Hefele

Sandra Hettinger, Key Account Manager, Villeroy & Boch AG, Mettlach

NORDWEST News: Auf welche Branche(n) ist Ihr Unternehmen spezialisiert?

Sandra Hettinger: Villeroy & Boch ist eine der weltweit führenden Premium-Marken für keramische Produkte. Das Familienunternehmen wurde im Jahr 1748 gegründet und ist mit Produkten der Bereiche Bad und Wellness sowie Dining & Lifestyle in 125 Ländern vertreten.

NORDWEST News: Was war für Ihr Unternehmen die größte Herausforderung im Pandemie-Jahr 2020?

Sandra Hettinger: Im vergangenen Jahr gab es viele große Herausforderungen, denen wir uns stellen mussten. So wurden beispielsweise Mitte März vorigen Jahres all unsere Werke – mit Ausnahme der Armaturenfabrik in Schweden – komplett heruntergefahren.

Die Lieferketten waren jedoch intakt und die Lagerbestände ausreichend hoch, um auch trotz der Produktionsunterbrechung in Europa normale Bedarfsverläufe abzudecken.

Oberste Priorität hatte und hat nach wie vor der Schutz unserer Mitarbeiter:innen. Wir versuchen, das Infektionsrisiko dauerhaft niedrig zu halten und Infektionsschleifen zu verhindern, um die operative Betriebsfähigkeit weiterhin aufrechtzuerhalten.

NORDWEST News: Wie haben Sie diese gelöst?

Sandra Hettinger: Wir haben ein konsequentes Kostenmanagement betrieben. Darüber hinaus war ein Großteil unserer Belegschaft temporär in Kurzarbeit oder von kurzarbeitsähnlichen Maßnahmen betroffen. Um für alle möglichen Entwicklungen vorbereitet zu sein, haben wir unsere Lagerbestände erhöht. So waren wir für den Fall eines erneuten Lockdowns sowie einer erneuten Stilllegung der Werke gewappnet.

Für den Schutz unserer Mitarbeiter:innen sorgt unser Health & Safety-Team, das in enger Zusammenarbeit mit unserem Betriebsarzt Schutzmaßnahmen erarbeitet und umsetzt. Zusätzlich werden durch den Betriebsmedizinischen Dienst in Mettlach regelmäßige Testungen durchgeführt, um mögliche Infektionen frühzeitig zu erkennen und einer Verbreitung entgegenzuwirken.

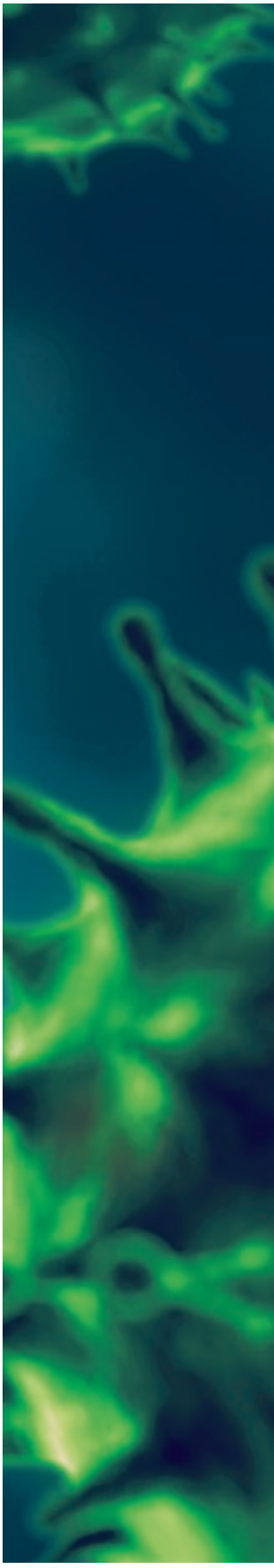
NORDWEST News: Auf welche Art haben Sie Ihre Mitarbeiter in den schweren Zeiten des vergangenen Jahres motiviert?

Sandra Hettinger: Eine transparente Kommunikation hat bei uns einen sehr hohen Stellenwert. In regelmäßigen Abständen haben wir unsere Mitarbeiter:innen über aktuelle Entwicklungen und Entscheidungen informiert, um offene Fragen direkt zu beantworten und ein positives Mindset zu schaffen. Denn in dieser schwierigen Zeit war allen klar, dass die vor uns liegenden Herausforderungen nur gemeinsam als Team gemeistert werden können.

NORDWEST News: Ihr ganz persönliches „learning" aus einem Jahr Corona ist ...?

Sandra Hettinger: Ich war erstaunt, wie schnell und problemlos alle den Switch vom persönlichen zum digitalen Kontakt gemeistert haben – gezwungenermaßen hat die Digitalisierung einen Quantensprung gemacht. Dennoch fehlt der persönliche Kontakt und ich freue mich darauf, hoffentlich in naher Zukunft unsere Partner wieder persönlich vor Ort oder in Mettlach zu treffen.

In der Gesamtbetrachtung war 2020 für den Unternehmensbereich Bad und Wellness – trotz eines kurzzeitigen Umsatzeinbruchs im zweiten Quartal – ein sehr erfolgreiches Jahr. Besonders im starken zweiten Halbjahr konnten wir die Umsatzrückstände des ersten Halbjahres komplett aufholen und das Jahr mit einem soliden Ergebnis abschließen. | Foto: Villeroy & Boch



Kerschgens
WERKSTOFFE & MEHR

Heinz Herbort, geschäftsführender Gesellschafter, Kerschgens Werkstoffe & Mehr GmbH, Stolberg

NORDWEST News: Auf welche Branche(n) ist Ihr Unternehmen spezialisiert?

Heinz Herbort: Als Werkstoffhändler sind wir in NRW, Rheinland-Pfalz, aber auch in Belgien und Luxemburg tätig. Spezialisiert sind wir dabei auf das Baugewerbe, Stahl und Metallbau, Stahlhändler, Industrieunternehmen und den Maschinenbau und beliefern Kleinstgewerbetreibende bis Großunternehmen.

NORDWEST News: Was war für Ihr Unternehmen die größte Herausforderung im Pandemie-Jahr 2020?

Heinz Herbort: Da gab es nicht nur eine! Die erste große Aufgabe war der Schutz unserer Mitarbeiter. Die zweite große Aufgabe bestand in der Sicherung unserer Lieferfähigkeit.

NORDWEST News: Wie haben Sie diese gelöst?

Heinz Herbort: Wir haben eine abteilungs- und standortübergreifende Corona-Gruppe gebildet, die wöchentlich getagt und alle weiteren Maßnahmen geplant hat, so zum Beispiel die Organisation von Schichtarbeit und Homeoffice, Hygienemaßnahmen oder den Kauf von Schutzausrüstung. Zudem gab es Besuchs- und Reiseverbote.

Hinsichtlich der Lieferfähigkeit haben wir bereits im Februar unsere Lagerbestände weiter aufgebaut, unsere Bezugsquellen auf weitere Länder ausgedehnt und engmaschiges Controlling der Lieferketten betrieben. Parallel haben wir ein Kunden-Scouting etabliert, um rechtzeitig reagieren zu können. Außerdem haben wir verschiedene Stressszenarien geprüft. Damit konnten wir prognostizieren, was bei Umsatzverlusten in verschiedenen Abstufungen passiert und ggf. Gegenmaßnahmen etablieren.

All diese Maßnahmen haben uns abgesichert, so dass wir uns auch weiterhin um das operative Geschäft kümmern konnten.

NORDWEST News: Auf welche Art haben Sie Ihre Mitarbeiter in den schweren Zeiten des vergangenen Jahres motiviert?

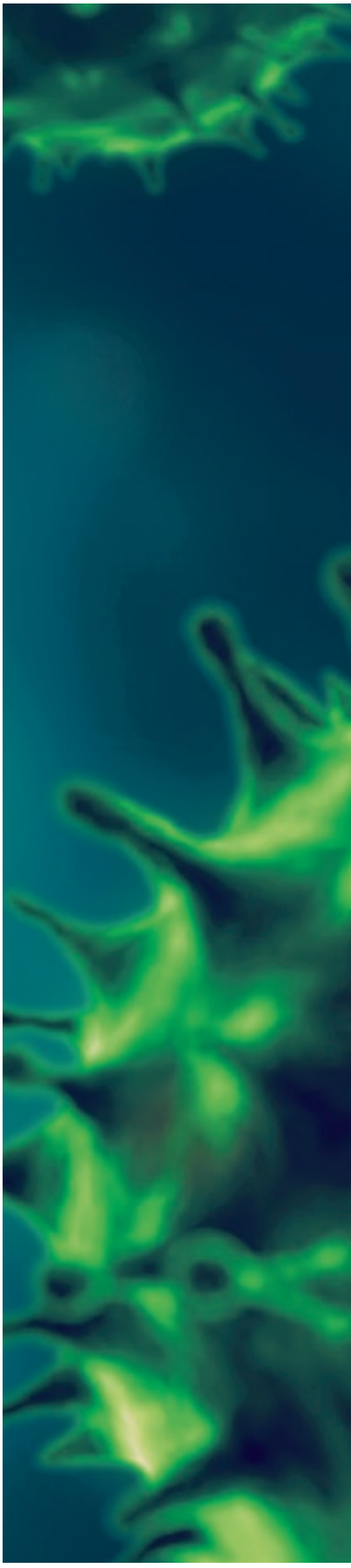
Heinz Herbort: Mit der ständigen Kommunikation aller Entwicklungen. Außerdem haben unsere Mitarbeiter gesehen, dass wir wirklich alles tun, um sie zu schützen. Wichtig ist dabei auch mit gutem Beispiel voran zu gehen und die Maßnahmen ernst zu nehmen und umzusetzen – das war ebenfalls Ansporn für die Belegschaft.

Nach der ersten Welle haben wir unsere Mitarbeiter interviewt, weil wir wissen wollten, was gut und was nicht so gut gelaufen ist. Wir sind sehr gut bewertet worden, zusätzlich gab es durchdachte Optimierungsvorschläge. Wir haben alle gemeinsam sehr viel in dieser Zeit gelernt und bewältigt und es war toll zu sehen, was für ein gutes Team wir sind.

NORDWEST News: Ihr ganz persönliches „learning" aus einem Jahr Corona ist ...?

Heinz Herbort: Ich vermisse natürlich mein altes Leben und das Zusammensein mit Menschen, kulturelle Veranstaltungen oder Restaurantbesuche. Aber trotzdem bin ich mit mir im Reinen, weil es derzeit nicht anders geht – Akzeptanz ist wichtig. Außerdem habe ich die Natur für mich wiederentdeckt, habe öfters im Garten gearbeitet und war oft mit meiner Frau wandern. Und wenn man achtsam ist und mit offenen Augen durchs Leben geht, kann man sich tatsächlich an vielen kleinen Dingen erfreuen. Diese Einstellung gibt mir Kraft und macht mich zufrieden. Aber mir ist bewusst, in welch' komfortabler Situation ich lebe – wir brauchen, insbesondere in der aktuellen Lage, noch mehr Empathie für diejenigen, denen es nicht so gut geht. | Foto: Kerschgens

FERALPI STAHL



Ralf Schilling, Geschäftsführer Feralpi Stahlhandel GmbH und Feralpi-Logistik GmbH, Riesa

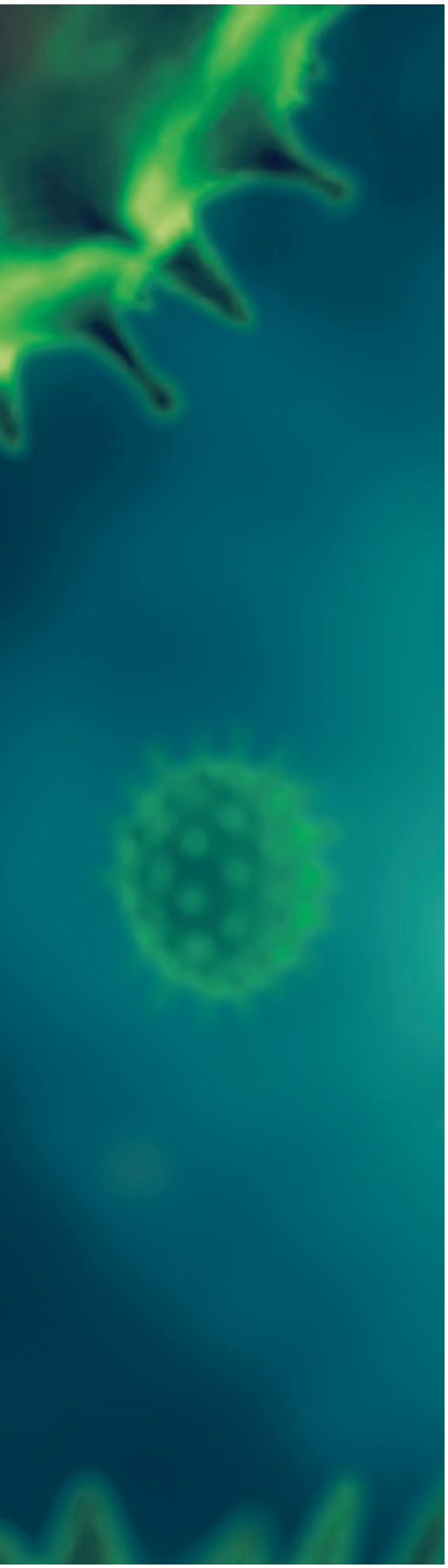
NORDWEST News: Auf welche Branche(n) ist Ihr Unternehmen spezialisiert?
Ralf Schilling: Die ESF Elbe-Stahlwerke Feralpi GmbH ist im Bereich der Baustahlproduktion spezialisiert. Seit 2002 wird in Riesa produziert. Den Baustahl verkauft die Feralpi Stahlhandel GmbH und die Feralpi-Logistik GmbH übernimmt verschiedene Transporte. Unter der Dachmarke Feralpi Stahl werden drei Firmen geführt: Die ESF Elbe-Stahlwerke Feralpi GmbH (CEO Christian Dohr), die Feralpi Stahlhandel GmbH (Geschäftsführer Ralf Schilling) und die Feralpi-Logistik GmbH (Geschäftsführer Ralf Schilling).

NORDWEST News: Was war für Ihr Unternehmen die größte Herausforderung im Pandemie-Jahr 2020?
Ralf Schilling: Die Mitarbeiter gesund, Infektionsketten aus dem Unternehmen fern und den Betrieb aufrecht zu erhalten.

NORDWEST News: Wie haben Sie diese gelöst?
Ralf Schilling: Wir haben Masken, Desinfektionsmittel und regelmäßige Schnelltests im Unternehmen bereitgestellt. Die Mitarbeiter, für die es arbeitstechnisch möglich war, haben im mobilen Office zu Hause gearbeitet. Zudem haben wir die Büroarbeitsplätze mit Trennwänden aus Plexiglas ausgerüstet.

NORDWEST News: Auf welche Art haben Sie Ihre Mitarbeiter in den schweren Zeiten des vergangenen Jahres motiviert?
Ralf Schilling: Wir haben uns verschiedene Dinge einfallen lassen, um die Motivation unserer Mitarbeiter trotz all der Belastung aufrecht zu erhalten. Darunter fällt zum Beispiel die Zahlung einer Corona-Prämie. Wichtig ist aus meiner Sicht aber auch, was generell im Arbeitsalltag geschieht. Wir hängen regelmäßige Corona-Updates in unseren Schaukästen aus, mit allgemeinen Informationen zur Pandemie-Lage, aber auch mit Mut machenden und motivierenden, persönlichen Ansprachen. Zudem fand und findet unsere firmeninterne Berichterstattung weiterhin statt. Wir haben uns nicht gescheut, Fotos mit Maske zu veröffentlichen. Es war definitiv hilfreich zu zeigen, dass es auch noch weitere Themen, unabhängig von Corona, gibt.

NORDWEST News: Ihr ganz persönliches „learning" aus einem Jahr Corona ist ...?
Ralf Schilling: In der Ruhe liegt die Kraft. Es mag zwar abgedroschen klingen, aber diese Einstellung hat sich bezahlt gemacht. Man braucht starke Nerven in solchen Zeiten und darf nicht in Panik verfallen. Wir sind im Unternehmen eine starke Gemeinschaft mit einem starken Zusammenhalt und haben die Situation bisher gut gemeistert. | Foto: Feralpi Stahl



HEDEMANN
BAUBESCHLÄGE – BAUELEMENTE – WERKZEUGE

Claus Hedemann, Geschäftsführer Claus Hedemann GmbH & Co. KG, Bad Zwischenahn

NORDWEST News: Auf welche Branche(n) ist Ihr Unternehmen spezialisiert?
Claus Hedemann: Als Baubeschlag- und Werkzeughandel zählen wir Tischlereien, Zimmereien, die allgemeine Bauindustrie, Behörden und Kommunen zu unserem Kundenkreis.

NORDWEST News: Was war für Ihr Unternehmen die größte Herausforderung im Pandemie-Jahr 2020?
Claus Hedemann: Die fehlenden Kundenkontakte durch den Außendienst und die Umsetzung der Corona-Vorgaben.

NORDWEST News: Wie haben Sie diese gelöst?
Claus Hedemann: Wir haben die telefonische Erreichbarkeit verstärkt, indem wir unsere Außendienstmitarbeiter in der Sachbearbeitung eingesetzt haben und damit weitere Kontaktmöglichkeiten geschaffen haben.

NORDWEST News: Auf welche Art haben Sie Ihre Mitarbeiter in den schweren Zeiten des vergangenen Jahres motiviert?
Claus Hedemann: Zum einen durch die Auszahlung von Corona-Prämien. Und zum anderen durch viele persönliche Gespräche, um mehr über die Belastungen unserer Mitarbeiter im privaten Umfeld zu erfahren und darauf reagieren zu können. Die Arbeitszeiten haben wir flexibel gestaltet, damit sich Familie und Beruf in Einklang bringen lassen – gerade bei Mitarbeitern mit kleinen Kindern war das extrem wichtig.

NORDWEST News: Ihr ganz persönliches „learning" aus einem Jahr Corona ist ...?
Claus Hedemann: Mehrere Dinge nehme ich aus dem letzten Jahr mit. Die Arbeit im Homeoffice hat sich absolut bewährt. Besprechungen über Teams und weitere Videokonferenzprogramme werden aus meiner Sicht auch zukünftig ein gutes Modell in der Kommunikation sein. In schwierigen Zeiten kommt es außerdem auf ein gutes Team an – ein Team mit Verständnis für die Belange des Arbeitgebers und die Belange der Kolleginnen und Kollegen; insbesondere derer mit jungen Kindern. Hier gilt mein besonderer Dank allen Mitarbeitern, die sich in dieser schwierigen Zeit als ein ganz besonders Team gezeigt haben.
Im Wesentlichen hat Corona aber eins ganz deutlich gemacht: Gesundheit steht über allem. | Foto: Hedemann

Dietmar Schake, Vertriebsleitung Burg-Wächter KG, Wetter

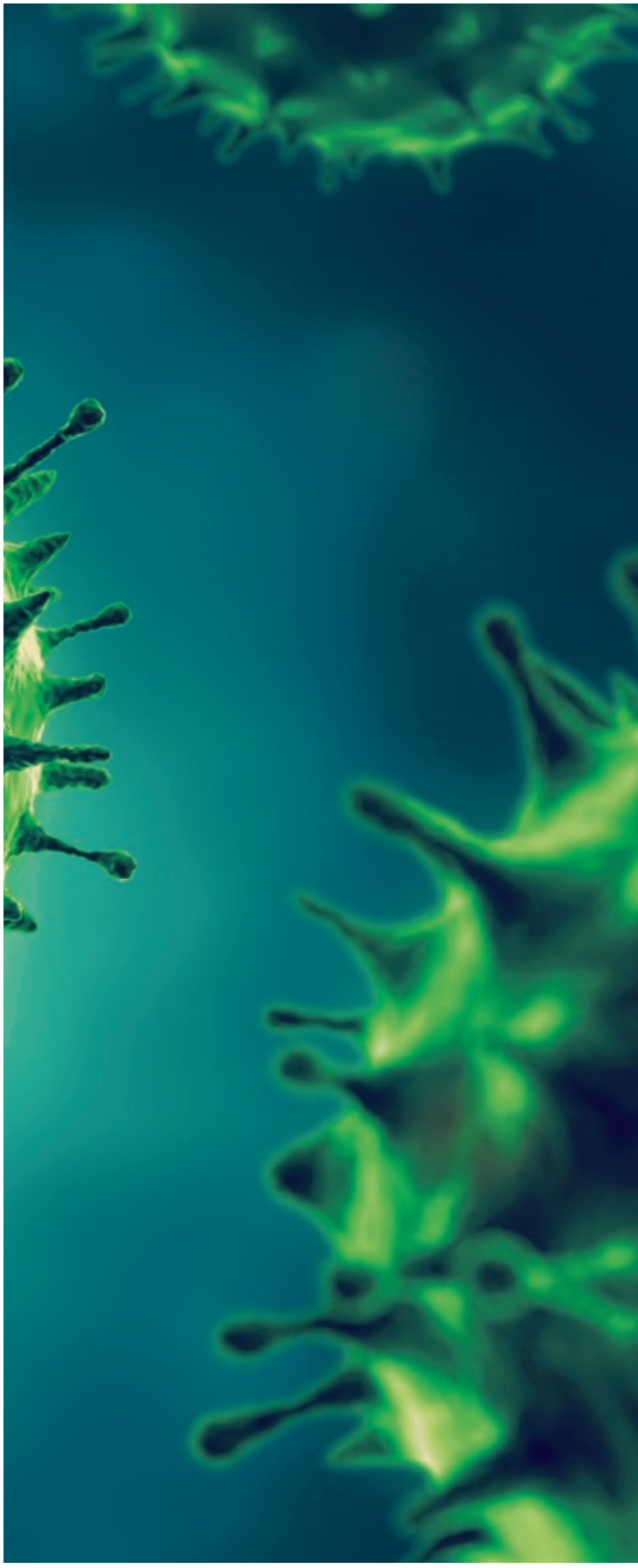
NORDWEST News: Auf welche Branche(n) ist Ihr Unternehmen spezialisiert?
Dietmar Schake: Burg-Wächter vertreibt seine Produkte über verschiedene Kanäle und für verschiedene Zielgruppen: Sicherheits-Fachhandel, Baubeschlag, Industriebedarf, aber auch DIY und eCommerce.

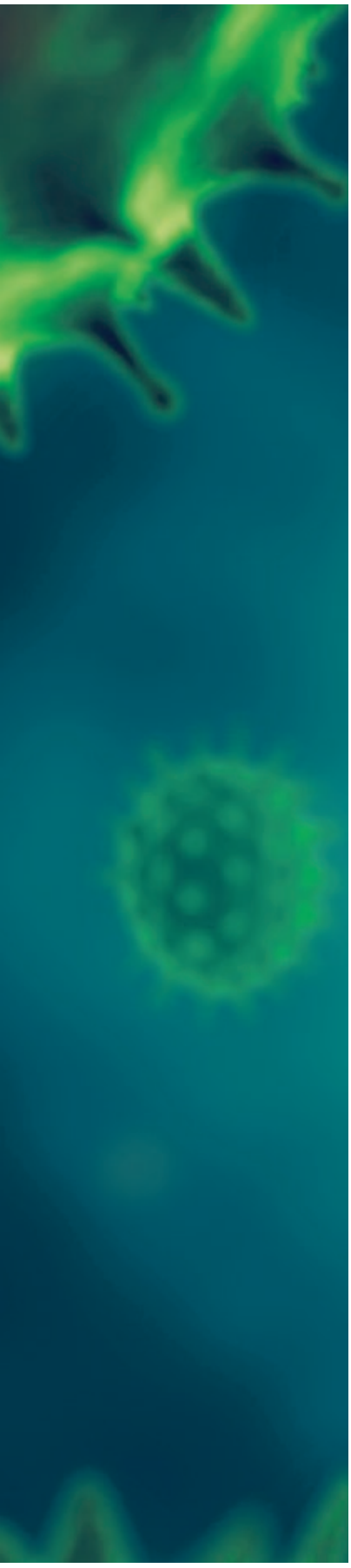
NORDWEST News: Was war für Ihr Unternehmen die größte Herausforderung im Pandemie-Jahr 2020?
Dietmar Schake: Den Kontakt zum Kunden und die gewohnte Kundenbetreuung aufrechtzuerhalten sowie die Lieferfähigkeit sicherzustellen. Darüber hinaus galt es, Corona-Schutzkonzepte für unsere verschiedenen Standorte zu entwickeln.

NORDWEST News: Wie haben Sie diese gelöst?
Dietmar Schake: Wir haben die digitalen Möglichkeiten und Weiterentwicklungen konsequent genutzt, natürlich auch im Homeoffice. Gleiches gilt für die Schutzkonzepte für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

NORDWEST News: Auf welche Art haben Sie Ihre Mitarbeiter in den schweren Zeiten des vergangenen Jahres motiviert?
Dietmar Schake: Durch den regelmäßigen Austausch in Videokonferenzen konnten wir gemeinsam unsere Projekte entwickeln und umsetzen. Durch diesen engen Austausch sind wir in dieser Ausnahmesituation noch ein Stück enger zusammengerückt.

NORDWEST News: Ihr ganz persönliches „learning" aus einem Jahr Corona ist ...?
Dietmar Schake: ... dass man auch gewohnte Arbeitsprozesse umstellen und sich auf besondere Situationen schnell einstellen kann. | Foto: Burg-Wächter





Marcel Sack, Geschäftsführer Kock & Sack GmbH, Hamburg

NORDWEST News: Auf welche Branche(n) ist Ihr Unternehmen spezialisiert?
Marcel Sack: Wir beliefern Unternehmen in den Bereichen Luftfahrt, Automobil, Industrie, Facility-Management und im Bausektor mit Arbeitsschutz, Werkzeugen und Befestigungstechnik.

NORDWEST News: Was war für Ihr Unternehmen die größte Herausforderung im Pandemie-Jahr 2020?
Marcel Sack: Dass man der eigenen Strategie kaum noch folgen konnte, sondern abhängig von politischen Entscheidungen war, die sich teilweise recht schnell verändert haben. Man konnte nur noch schlecht vorplanen und musste oft auf Sicht fahren.
Der Schutz unserer Mitarbeiter hat sich glücklicherweise als unproblematisch erwiesen. Für unsere 20 Mann konnten wir kurzfristig Schutz- und Hygienekonzepte umsetzen und Laptops für die Arbeit im mobilen Office beschaffen. Das lief glücklicherweise reibungslos.

NORDWEST News: Wie haben Sie diese gelöst?
Marcel Sack: Wir sind glücklicherweise sehr flexibel und haben uns im März sofort auf Pandemieprodukte spezialisiert. Denn es war absehbar, dass zum Beispiel in der Luftfahrt Einschnitte drohen würden und diese kompensiert werden mussten. Über die Pandemieprodukte konnten wir zudem unseren Kundenkreis erweitern und neue Potentiale erschließen. Wir sind mit marktgerechten Preisen aufgetreten und haben mit dieser Strategie neue Kunden von uns überzeugt, die mittlerweile auch unabhängig von Corona zu unserem Kundenkreis zählen.

NORDWEST News: Auf welche Art haben Sie Ihre Mitarbeiter in den schweren Zeiten des vergangenen Jahres motiviert?
Marcel Sack: Wir haben immer offen kommuniziert, das war sehr wichtig, um Vertrauen zu schaffen. Denn es gab auch Phasen, in denen es nicht so gut wie sonst lief und das haben wir ebenfalls transparent gemacht. Zudem haben wir allen Mitarbeitern ein individuelles Angebot für ihre Arbeitssituation unterbreitet – wir haben dafür im Vorfeld abgefragt, wie die Kolleginnen und Kollegen zur Arbeit kommen und welche Situation bei unseren Beschäftigten zu Hause vorliegt. Und als das Geschäft geschlossen war, haben wir unser Personal aus dem Verkaufsraum ebenfalls im Innendienst eingesetzt, wo extrem viel zu tun war. An einem Strang zu ziehen hat uns dabei alle miteinander motiviert.

NORDWEST News: Ihr ganz persönliches „learning" aus einem Jahr Corona ist ...?
Marcel Sack: Ich kann jetzt noch besser einen kühlen Kopf in Extremsituationen bewahren. Wichtig war auch, die richtige Balance zwischen einem angepassten Einkauf und den Forderungen des Marktes zu finden, um am Ende keinen Warenüberschuss am Lager zu haben. Hier konnten wir ebenfalls gute Erfahrungen sammeln, die uns sicherlich auch in Zukunft nutzen werden. | Foto: Kock & Sack

GEDORE
WERKZEUGE FÜRS LEBEN

Mike Carlos Wolf, Geschäftsführer Gedore Werkzeugfabrik, Remscheid

NORDWEST News: Auf welche Branche(n) ist Ihr Unternehmen spezialisiert?

Mike Wolf: Gedore ist einer der weltweit führenden Partner für Premium-Werkzeuge. Seit 1919 fertigen wir als Familienunternehmen aus Remscheid hochwertige Werkzeuge, Spezialwerkzeuge und maßgeschneiderte Lösungen für den vielfältigen, sicheren und professionellen Einsatz in Industrie und Handwerk. Gedore bündelt die Kompetenzen der gesamten Unternehmensgruppe zu einer starken Marke, welche weltweit für besondere Qualität, Innovationskraft, Leistungsstärke, Zuverlässigkeit und hervorragenden Service steht.

NORDWEST News: Was war für Ihr Unternehmen die größte Herausforderung im Pandemie-Jahr 2020?

Mike Wolf: Gedore steht für Sicherheit und Qualität bei Werkzeugen und verbindet wirtschaftliche Interessen mit sozialer Verantwortung. Das heißt, dass die Sicherstellung der Gesundheit unserer Mitarbeiter und Partner oberste Priorität hat. Gleichzeitig muss aber auch die operative Leistungsfähigkeit des Unternehmens aufrechterhalten bleiben. Große Herausforderungen bestanden im Pandemie-Jahr 2020 so beispielsweise in der Verlagerung eines Großteils der Arbeitsorganisation in den digitalen Raum. Aber auch der temporär stark schwankende Bedarf durch die Lockdown-Situationen in vielen Ländern und Regionen nahmen einen großen Einfluss. Auf diese weltweiten Lockdown-Situationen musste sich das Unternehmen kurzfristig einstellen und immer sofort reagieren, damit die Fokussierung auf Teilmärkte vorgenommen werden konnte, bei denen die geringsten wirtschaftlichen Auswirkungen der Krise zu erwarten waren.

NORDWEST News: Wie haben Sie diese gelöst?

Mike Wolf: In erster Instanz wurden hohe Hygienestandards in den Arbeitsalltag integriert, die unter großem Einsatz und Mitwirken der Mitarbeiter umgesetzt wurden. Um auf die sich stetig ändernde Situation eingehen zu können, wurde ein Covid-19 Team implementiert, das sich sowohl um regelmäßig angepasste Sicherheitskonzepte kümmert als auch für persönliche Rückfragen der Mitarbeiter zur Verfügung steht und sie unterstützt. Ein weiterer Baustein war die Verlagerung eines Großteils der kaufmännischen Arbeitsplätze ins Homeoffice. Für den reibungslosen Arbeitsablauf nutzt Gedore hier Prozesse, die die virtuelle Abstimmung in Teams begünstigen.

Zur Identifikation von Marktsegmenten, die weniger von Covid-19 betroffen sind und der Fokussierung der Vertriebsaktivitäten auf diese Zielgruppe, wurden regelmäßig Analysen und Interviews der Märkte vorgenommen. Zudem wurden kurzfristige Investitionen in Daten zur Forcierung des Online Commerce getätigt und die allgemeinen vertrieblichen Aktivitäten unter und trotz erschwerter Bedingungen erhöht. Die Anpassung der Kapazitäten an die Bedarfslage wurde dabei mit großer Unterstützung unserer Mitarbeiter umgesetzt.

NORDWEST News: Auf welche Art haben Sie Ihre Mitarbeiter in den schweren Zeiten des vergangenen Jahres motiviert?

Mike Wolf: Gedore ist es wichtig das Thema Sicherheit nicht ausschließlich auf die produzierten Qualitätswerkzeuge zu beschränken. Wie eingangs erwähnt, hat die Sicherheit und Sicherstellung der Gesundheit unserer Mitarbeiter höchste Priorität. Hierzu haben wir die Möglichkeit für Einzelbüros geschaffen und bieten ebenfalls flexible Arbeitszeiten im Homeoffice. Gleichzeitig fand eine verstärkte Kommunikation zu den Sicherheitsmaßnahmen und der aktuellen Marktsituation mit den Auswirkungen auf das Unternehmen statt. Wichtig waren auch die Erläuterungen und Einbindung in die angepasste Strategie. Diese Transparenz verdeutlichte unseren Mitarbeitern, dass wir mit einem Plan und klaren Maßnahmen auf die Krise reagieren, wodurch das Sicherheitsgefühl und die Motivation unserer Mitarbeiter in diesen herausfordernden Zeiten gestärkt wurden.

Eine offizielle Bestätigung, dass unsere Bemühungen und Sicherheitsmaßnahmen funktionieren, erhielten wir zusätzlich bei einer Kontrolle der Bezirksregierung Düsseldorf im Februar 2021: Hier wurde Gedore von dem Beamten der höchste Corona Sicherheitsstandard attestiert, den er bislang bei seinen Kontrollen feststellen konnte.

NORDWEST News: Ihr ganz persönliches „learning" aus einem Jahr Corona ist ...?

Mike Wolf: Es war sehr interessant zu sehen, welche Formen der Zusammenarbeit möglich sind, die vor Covid-19 in dieser Ausprägung nicht vorstellbar waren. Beispielsweise stellt die Verlegung der Zusammenarbeit mit den Kunden in den virtuellen Raum eine echte Alternative dar, die auch auf lange Sicht gut funktionieren kann und sogar viele Vorteile bietet. Die hervorragende Zusammenarbeit in der Gruppe und die Zukunftsfähigkeit der Unternehmungen sind ebenfalls Dinge, die ich aus einem Jahr Corona mit in die Zukunft nehme. | Foto: Gedore

Corona-Pandemie

Die Herausforderungen des Beschaffungsmarktes

Die NORDWEST News traf Michael Rolf, Geschäftsbereichsleiter Handwerk, Industrie & Marketing, sowie Stefan Richlick, Bereichsleiter Operativer Einkauf und Private Label Management, zum Corona-konformen Gespräch. Das Thema: die Herausforderungen des Beschaffungsmarktes in Pandemie-Zeiten. Denn dass das Virus nicht nur Auswirkungen auf die körperliche Gesundheit hatte, sondern auch auf die globale Lieferkette, wurde schnell deutlich.

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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

Stefan Richlick
0231 – 2222 4610
s.richlick@nordwest.com

NORDWEST News: Blicken wir auf die Zeit vor ca. einem Jahr zurück. Welche Konsequenzen hatte das neuartige Corona-Virus hinsichtlich der Warenbeschaffung?

Stefan Richlick: Mit dem Beginn der Pandemie hatten wir genügend Bestände im Zentrallager in Gießen vorrätig. Diese waren aber in sehr kurzer Zeit vergriffen. Und je mehr sich das Corona-Thema verstärkte, desto größer wurde verständlicherweise die Nachfrage, vor allem nach Artikeln wie zum Beispiel Einmal-Handschuhen, Desinfektionsmitteln oder Mund-Nasen-Schutz.

Michael Rolf: Die steigende Nachfrage ließ auch die Preise steigen. Wobei man aber konstatieren muss, dass wir bei unseren vorhandenen Beständen die Preise nicht verändert bzw. angepasst haben.

NORDWEST News: Wie hat NORDWEST auf den Nachfragedruck reagiert?

Michael Rolf: Wir haben alle möglichen Quellen genutzt, um mehr Bestand zu schaffen. Wichtig war dabei, eine permanent hohe Qualität der Ware auf Basis der gesetzlichen Verordnungen und Grundlagen zu garantieren. Neue Lagerlieferanten wurden angelegt, allerdings immer unter dem Aspekt der Preisentwicklung. Teilweise haben wir Ware zu extrem hohen Preisen einkaufen müssen, da sich das Preisniveau schnell nach oben bewegt hat. Genauso schnell hat sich die Situation der Warenknappheit aber auch wieder entspannt. Dies hat zu einer zügigen Preisentspannung geführt, so dass wir Artikel, die wir in der Phase der hohen Preise eingekauft haben, entsprechend abwerten und dem neuen Preisniveau anpassen mussten.

Stefan Richlick: Corona-relevante Artikel sind in der Tat durch die Decke gegangen. Wir hatten aber auch die Sorge, dass generell viele weitere Importprodukte zeitnah nicht mehr verfügbar sein könnten. Von daher haben wir entschieden, weitere Lagerbestände aufzubauen. Das war aus unserer Sicht der einzig gangbare Weg, Sicherheitsbestände nach Produktkategorien zu schaffen. Dabei haben wir in Schnell-, Mittel- und Langsamdreher unterteilt und unseren Lagerbestand deutlich erhöht.

Michael Rolf: Mit dieser Strategie sind wir trotz der Pandemie und all ihrer Widrigkeiten und Herausforderungen gut durch das Frühjahr gekommen.

NORDWEST News: Wie ging es dann weiter?

Stefan Richlick: Die chinesische Wirtschaft normalisierte sich recht schnell und so konnten wir gestärkt in den Sommer gehen. Ein für uns weiterer positiver Faktor waren freiwerdende Produktionskapazitäten in Asien durch US-amerikanische Zollbeschränkungen. Aber im Herbst ist die Situation dann leider wieder gekippt.

NORDWEST News: Wie ist das passiert?

Stefan Richlick: Unternehmen aus den USA haben wieder vermehrt Aufträge in Asien platziert. Produktionskapazitäten wurden also von jetzt auf gleich wiederbesetzt. An sich ist das unproblematisch. Aber zu Beginn der Corona-Krise wurden unzählige Containerschiffe stillgelegt und nicht mehr benötigte Container abgewrackt. So schnell wie im Herbst 2020 die Nachfrage nach Ware stieg, konnte das frühere Transportvolumen allerdings nicht reaktiviert werden. Und das hatte Konsequenzen.

NORDWEST News: Wie müssen wir uns diese vorstellen?

Stefan Richlick: Aufgrund der Schiffs- und Containerknappheit stiegen die Preise für Container plötzlich stark an. Statt 1.500 Dollar für einen Container musste man plötzlich 10.000 Dollar zahlen. In Summe sahen wir uns mit extrem langen Lieferketten aus Asien konfrontiert.

Michael Rolf: Steigende Transportkosten und hinzukommende Währungseffekte ließen die Lieferketten durcheinandergeraten, Lieferungen verzögern sich dadurch. Diese Entwicklung konnte keiner vorhersehen. Erschwerend kam dann noch in vielen Fällen die Rohstoffpreisentwicklung hinzu.

NORDWEST News: Wie haben Sie auf diese neue Wendung reagiert?

Michael Rolf: Direkt in der ersten Woche von 2021 haben wir entschieden, unsere Bestände weiter zu erhöhen und bauen unseren Lagerbestand jetzt nochmals deutlich aus. Leider liegt unsere Lieferfähigkeit leicht unter unserem gewohnten Niveau, was auch all den vorher genannten Rahmenbedingungen geschuldet ist und mit denen der gesamte Markt konfrontiert ist. Wir arbeiten aber mit Hochdruck daran, unser früheres, starkes Level zu erreichen. Außerdem setzen wir auf Kommunikation. Der Kontakt zu Herstellern und Importeuren ist derzeit das wichtigste Mittel. Wir vereinbaren Rahmenabkommen und platzieren Aufträge frühzeitig. Dabei muss die Ware allerdings wohl kalkuliert und auf einem konstanten Niveau eingelastet werden.

NORDWEST News: Möchten Sie eine Prognose für die kommenden Monate abgeben?

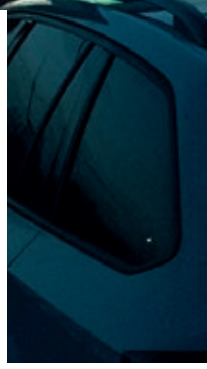
Stefan Richlick: Die Containerpreise werden sich unserer Meinung nach bald wieder einpendeln, allerdings muss zur vollständigen Normalisierung der Situation auch die Ware verfügbar sein. Der erwartete wirtschaftliche Bruch hat uns mit einer Verzögerung von einem halben Jahr getroffen und wir glauben schon, dass wir noch für einige Zeit mit dieser Art der Pandemie-Auswirkungen zu tun haben werden und sich das Problem nicht kurzfristig lösen lässt.

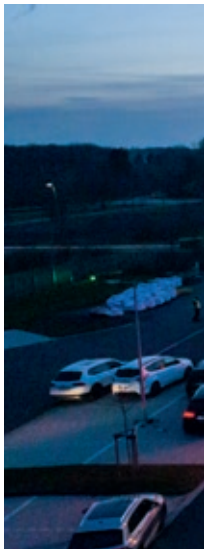
Michael Rolf: Das Preisniveau dürfte sicherlich steigen, so dass der Markt darauf mit Preisanpassungen reagieren muss und wird. Aber es wird nicht immer der günstigste Preis zählen. Auch die Warenverfügbarkeit wird zu einem wichtigen Verkaufsargument. Ja, der Beschaffungsmarkt ist herausfordernd. Aber wir sind mit einer top-motivierten Mannschaft und allen uns zur Verfügung stehenden Mitteln dabei, die Situation zum Wohle unserer Handelspartner zu bewältigen. | LD, Foto: donvictorio/Shutterstock.com

NORDWEST-
Autokino
Ihre Frequenz:
88,3 Mhz

FILM AB
NORDWEST

NORDWEST
Eingang





Cineastisches Vergnügen

NORDWEST veranstaltet Autokino

Die Popcorn-Tüten rascheln, würzige Currywurst wird verteilt und auf der Leinwand sind die Stars des deutschen Films zu sehen. Es ist Kino-Zeit bei NORDWEST auf Phoenix-West.

„Wir wollten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie weiteren Gästen in diesen Zeiten etwas Gutes tun und ihnen mit dem Autokino einfach mal Danke sagen. Es ist uns extrem wichtig, den Zusammenhalt auch weiterhin zu stärken und ein verlässlicher Arbeitgeber zu sein", so die beiden Vorstände Andreas Ridder und Jörg Simon. So hatte das Dortmunder Unternehmen im März spontan ein Autokino auf die Beine gestellt, welches an drei Abenden auf dem firmeneigenen Parkplatz veranstaltet wurde. Getränke, warmes Essen und Snacks wurden Corona-konform an die Fahrzeuginsassen verteilt, der Sound über das Autoradio übertragen. So stand einem gemütlichen und unbeschwerten Abend nichts mehr im Wege. | LD

Klappe und Action!

NORDWEST ist mit neuem Studio on air

Ob Podcasts, die beliebte Digitalisierungs-Stammtischreihe im Live-Stream, Online-Produktpräsentationen oder hybride Veranstaltungen: NORDWEST streamt ab sofort auf neuen Kanälen – mit einem eigens errichteten TV-Studio, das auf Wunsch auch von den Handels- und Lieferantenpartnern gemietet werden kann.

Mit der Installation des Studios passt sich NORDWEST mit großen Schritten dem sich ändernden Medienkonsum sowie den digitalisierten Veranstaltungswelten an, beides beschleunigt durch die Corona-Pandemie. „Unsere eSHOP-Herbstveranstaltung vergangenen November haben wir erstmals als rein digitale Veranstaltung, in einem zu dem Zeitpunkt noch improvisierten Studio, durchgeführt. Das Event war ein voller Erfolg, weswegen wir uns schnell entschieden haben, hier professionell zu investieren", erläutern Andreas Ridder, NORDWEST-Vorstandsvorsitzender, und Jörg Simon, NORDWEST-Vorstand für Haustechnik/Stahl/Finanzen. Auf den bewährten Kommunikationsmix soll aber keinesfalls verzichtet werden, das Studio ist eine wertvolle Ergänzung. „Corona hat uns gezeigt, dass wir weitere Schritte gehen und vorausschauend denken müssen, um unsere Partner zu erreichen und sie auch in herausfordernden Zeiten adäquat mit Informationen zu versorgen", so die beiden Vorstände weiter.

Die ersten digitalen Veranstaltungen wurden bereits im März über das Studio interaktiv und multimedial ausgestrahlt, so zum Beispiel E-Business-Veranstaltungen oder die Kommunikationstage mit verschiedenen Leistungsgemeinschaften.

Und auch der neu ins Leben gerufene Podcast „Verbundfunk" für Fachhandel und Industrie startete Anfang März. Hier sprechen Branchenkenner alle vier Wochen zu Themen, die den PVH bewegen. Zu hören ist er kostenfrei zum einen über newsroom.nordwest.com und das NORDWEST-N.I.S. sowie auch über die gängigen Streamingdienste Apple Podcast, Spotify, Google Podcast und Deezer.

PROFITECHNIK ERLAUBT TECHNISCHE FLEXIBILITÄT UND DYNAMIK

Das Equipment wurde im Dezember geordert und das Studio bis Ende Februar fertig gestellt. Die Umbauarbeiten und Organisation der Technik übernahmen Beke Quabeck, NORDWEST-Eventmanagement, und Christian Schuster, NORDWEST- E-Business & IT-Bera-

tung. Ton- und Videotechnik sind in TV-Studioqualität vorhanden, für die richtige Ausleuchtung sorgt eine hochmoderne LED-Lichtanlage, Profikameras setzen die Referenten im passenden Winkel in Szene und ermöglichen verschiedene Kameraperspektiven. Mit den vorhandenen Mischpulten lassen sich Vorträge live um weitere Inhalte ergänzen. Zudem ist die Technik auch flexibel im NORDWEST-Showroom einsetzbar, so dass hybriden Veranstaltungen nichts mehr im Wege steht. Eine Regie steuert bei Live-Streams und Veranstaltungen das Geschehen, so dass die Referenten entsprechend entlastet sind und sich voll und ganz auf ihre Vorträge und die Interaktion mit dem Publikum vor den Bildschirmen konzentrieren können. Ein weiterer Vorteil der Technik: Sie macht NORDWEST an dieser Stelle vollkommen Dienstleister-unabhängig. Die Vorbereitung und Erstellung verschiedener Multimedia-Formate erfolgt komplett NORDWEST-intern, wodurch das Studio flexibel und gleichzeitig kostenbewusst betrieben werden kann. So sorgt das Gesamtpaket für spannende Formate mit einer starken Dynamik.

Diesen neuen Kommunikationsformaten stehen Andreas Ridder und Jörg Simon begeistert gegenüber: „Wir setzen mit dem Studio und dessen gebotenen Möglichkeiten einen weiteren Meilenstein in unserer Digitalisierungsstrategie und in unserer Kommunikation. Davon werden unsere Partner und NORDWEST nach der Corona-Pandemie gemeinsam profitieren. Wir freuen uns auf den gemeinsamen Austausch in der virtuellen Welt." | LD

Sie möchten das Studio mieten?
Bitte kontaktieren Sie

Laura Eckebrecht
0231 – 2222 3304
l.eckebrecht@nordwest.com

Beke Quabeck
0231 – 2222 3303
b.quabeck@nordwest.com

Sie haben Fragen zur Technik?
Bitte kontaktieren Sie

Christian Schuster
0231 – 2222 5223
c.schuster@nordwest.com

Begehrtes Siegel erhalten

NORDWEST erneut als Top Employer ausgezeichnet

NORDWEST wurde bereits zum zweiten Mal als Top Employer Deutschland Mittelstand ausgezeichnet.

Top Employer Deutschland Mittelstand 2021: NORDWEST erhält in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal die begehrte Auszeichnung von internationaler Reputation. Das unabhängige Top Employer Institut mit Sitz in Amsterdam hatte das Dortmunder Unternehmen in den vergangenen Monaten, anhand verschiedener Kriterien, auf Herz und Nieren geprüft. NORDWEST wurde dabei eine herausragende Leistung im Rahmen seiner Personalarbeit, die auch in der Corona-Krise überzeugend ist, bescheinigt.

„Es war uns wichtig, unsere Personalprozesse und Mitarbeiterbedingungen in einem Krisenjahr, wie dem Corona-Jahr 2020, prüfen und zertifizieren zu lassen. Denn auch in fordernden Situationen setzen wir alles daran, unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein verlässlicher Arbeitgeber zu sein. Das wurde uns jetzt mit der erneuten Auszeichnung bestätigt, was uns extrem freut", so die NORDWEST-Vorstände Andreas Ridder und Jörg Simon.

MEHRSTUFIGES VERFAHREN UND VORBILDFUNKTION BEWERTET

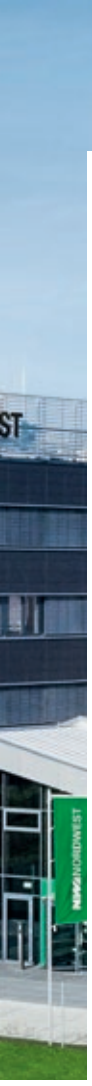
In einem sechsstufigen Zertifizierungsprozess wurde eine Vielzahl von Themenfeldern untersucht und bewertet. Dazu gehörten die Bereiche People Strategy, Work Environment, Talent Acquisition, Learning, Well-being und Diversity & Inclusion. Das Institut legte ein besonderes Augenmerk auf die Maßnahmen und deren Kommunikation, die innerhalb des Unternehmens in den einzelnen Bereichen umgesetzt werden. Und auch wie die Führungskräfte die Maßnahmen vorleben, stand im Fokus des Verfahrens. | LD

top EMPLOYER MITTELSTAND DEUTSCHLAND 2021
CERTIFIED EXCELLENCE IN EMPLOYEE CONDITIONS

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Katharina Pelz
0231 – 2222 3155
k.pelz@nordwest.com

Ann-Christin Schmitz
0231 – 2222 3153
ac.schmitz@nordwest.com



3 Fragen an ...

... Katharina Pelz und Ann-Christin Schmitz, NORDWEST-Personalentwicklung & Ausbildung

Katharina Pelz

Ann-Christin Schmitz

NORDWEST News: Warum ist die Auszeichnung „Top Employer" so wichtig und warum stellt sich NORDWEST diesem recht aufwendigen Prüfprozess?

Katharina Pelz: Um es auf den Punkt zu bringen: weil wir besser werden wollen! Auch wenn uns bereits jetzt über verschiedene unabhängige Auszeichnungen und auch über unsere jährlich stattfindenden Mitarbeitergespräche eine starke Arbeitgeberattraktivität zurückgespiegelt wird, möchten wir uns nicht auf dem bisher Erreichten ausruhen, sondern uns intern die Frage stellen, was wir besser machen können. Über den Zertifizierungsprozess erhalten wir dabei Anregungen, welche Aspekte sich intern weiter optimieren lassen.

Ann-Christin Schmitz: Als Resultat werden wir für bestehende und potentielle Mitarbeiter attraktiver und können zurecht stolz auf eine geringe Fluktuation sein. Denn mit dem Zertifizierungsprozess und der Auszeichnung zeigen wir unserer Stammbelegschaft und potentiellen, externen Fachkräften offiziell belegbar, dass wir ein attraktiver Arbeitgeber mit sehr guten Angeboten und Bedingungen sind und wir uns nicht verstecken müssen – zudem haben wir die Möglichkeit, NORDWEST mit anderen Unternehmen zu messen.

NORDWEST News: Können Sie den Zertifizierungsprozess in wenigen Worten skizzieren? Dauer und Umfang?

Ann-Christin Schmitz: In den gesamten Prozess der Zertifizierung sind sämtliche Bereiche, in denen Personalprozesse und -verantwortung verankert sind, involviert. Denn aus unserer Sicht ist die Arbeitgeberattraktivität ein Thema, das abteilungsübergreifend gelebt werden sollte und bei uns auch gelebt wird.

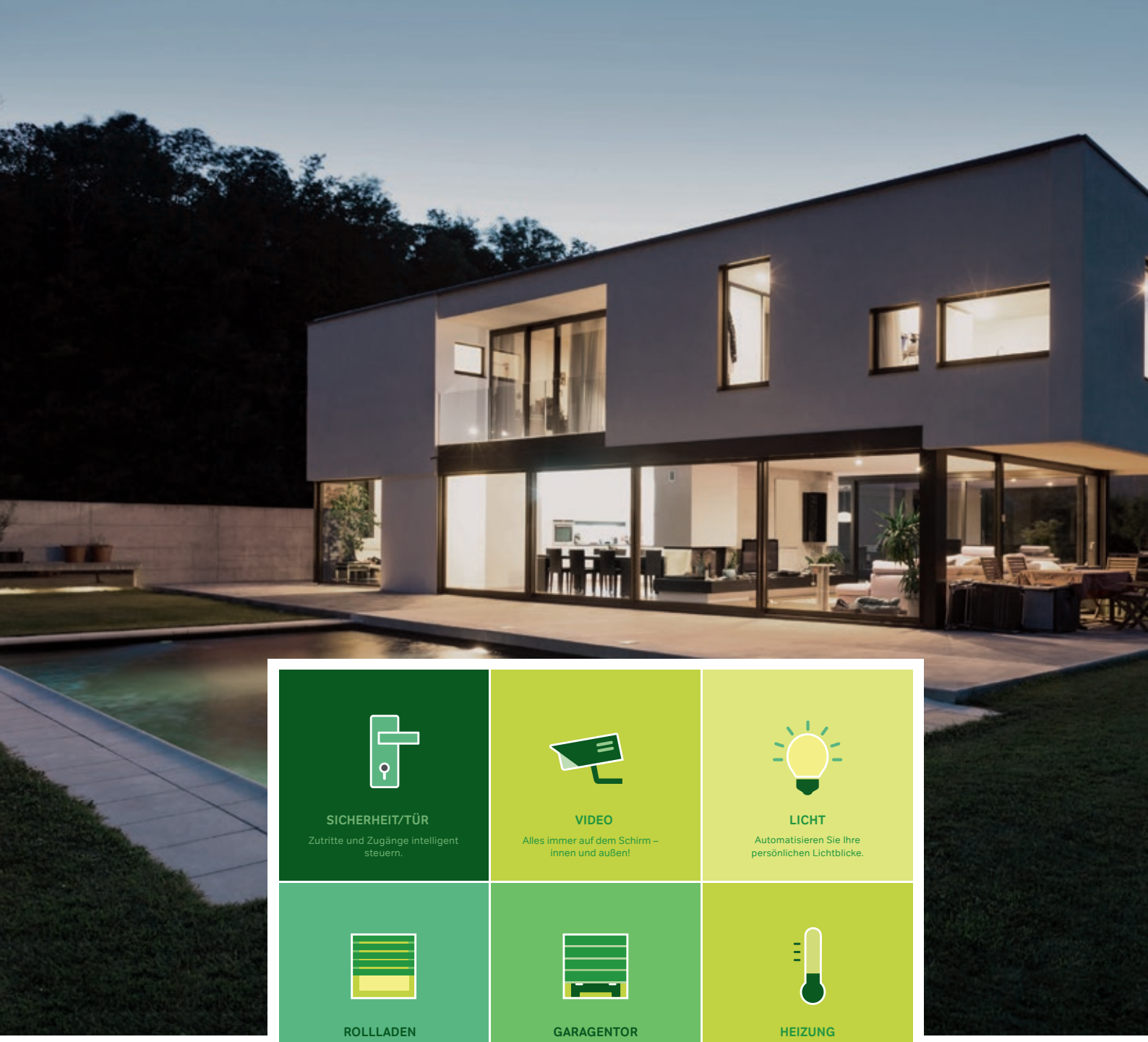
Katharina Pelz: Im finalen Zertifizierungsprozess beantworten wir im Bereich Personalentwicklung und Ausbildung in vier Wochen einen HR Best Practices Fragebogen, der 600 HR Praktiken berücksichtigt und zehn Themengebiete umfasst. Hier gilt es unter anderem, Fragen zu den Weiterbildungs- und Karrieremöglichkeiten für Mitarbeiter zu beantworten, aber auch zu weiteren Angeboten und Maßnahmen für Beschäftigte im Unternehmen und grundsätzlich zu Konzepten und Strategien der Personalarbeit. Abschließend findet ein Validierungsgespräch statt, in dem wir erneut unsere Standards und Prozesse erörtern und Rückfragen des Top Employer Instituts beantworten.

NORDWEST News: Was raten Sie unseren Handels- und Lieferantenpartnern, die sich ebenfalls um dieses Siegel bewerben möchten?

Katharina Pelz: Die Unternehmen, denen ihre Belegschaft mit das wichtigste Wirtschaftsgut ist, können sich diesem Verfahren stellen und sollten generell ihre Personalprozesse regelmäßig auf den Prüfstand stellen und bewerten. Denn nur so erhält man eine neue, frische Sicht auf den Sachstand – und einen ganzheitlichen Personalprozess.

Ann-Christin Schmitz: Wesentlich ist zunächst, dass Unternehmen, die an dem Verfahren teilnehmen möchten, ihre eigenen Personal-Prozesse analysieren und kritisch hinterfragen. Darüber hinaus ist es Top Employer wichtig, dass erkennbar ist, dass Führungskräfte des jeweiligen Unternehmens in die Prozesse miteinbezogen werden und darüber hinaus Kommunikationsstrategien und Kennzahlensystematiken in die Praxis integriert sind. Die Angebote für Mitarbeiter in Bezug auf Weiterbildungsmöglichkeiten, Gesundheitsförderung und Benefits sollten breit gefächert sein. Zum Zertifizierungsprozess zugelassen werden grundsätzlich Unternehmen, die national mehr als 250 oder international mindestens 2.500 Beschäftigte haben.

Katharina Pelz: Es ist empfehlenswert, alle Ebenen in Ihrem Unternehmen zu involvieren und abteilungsübergreifend zu arbeiten. Dann erzielen Sie nachhaltig die besten Resultate – im Sinne Ihrer Mitarbeiter. Gerne stehen wir, die Abteilung Personalentwicklung und Ausbildung, für weitere Rückfragen zur Verfügung.



SICHERHEIT/TÜR

Zutritte und Zugänge intelligent steuern.

VIDEO

Alles immer auf dem Schirm – innen und außen!

LICHT

Automatisieren Sie Ihre persönlichen Lichtblicke.

ROLLLADEN

Beschattung intelligent und effizient steuern.

GARAGENTOR

Tür und Tor nur für mehr Komfort öffnen.

HEIZUNG

Jederzeit Ihr eigenes Wohlfühlklima.

GEFAHRENMELDER

Vernetzte Sicherheit für Ihr Zuhause.

MONITORING

Überwachen und Steuern von Elektrogeräten.

NORDWEST-Smart Home-Konzept gestartet

Smarter Wohnen mit SMARTilligent

Ende Januar war es soweit: für das NORDWEST Smart Home-Konzept SMARTilligent fiel der Startschuss. Damit bringt das Dortmunder Unternehmen eine herstellerübergreifende Lösung für Hausautomation auf den Markt. Die Handelspartner können ab sofort, unterstützt von NORDWEST, mit dem Vertrieb beginnen und für die Endverbraucher einen wichtigen Beitrag leisten.

Bereits 2020 sollte das Konzept an den Start gehen, Corona machte allerdings Vor-Ort-Beratungen der Kunden unmöglich. „Wir haben die Zwangspause sinnvoll genutzt und SMARTilligent weiter optimiert", erklärt Rüdiger Bäcker, der das Konzept bei NORDWEST als Projektmanager weiter vorantreibt. So wurden z. B. einfach installierbare „Plug-and-Play"-Produkte im Sortiment ergänzt und durch eine intensivere Zusammenarbeit mit dem Kooperationspartner JF Group GmbH/Reichelsheim auch weitere Alternativen zur Zentralsteuerung in das Konzept integriert.
Mit dem Handelspartner Layer aus Tettnang wurde zudem ein Pilothändler gewonnen, der die Distribution von SMARTilligent über verschiedene Vertriebskanäle bundesweit leisten kann und in der Region, um den eigenen Standort, auch mit Beratungs- und Installationsservice vor Ort aktiv ist. Auf der Website www.smartilligent.de, die ebenfalls Ende Januar live geschaltet wurde, können sich Fachhändler und Endkunden kompakt zu den smarten Möglichkeiten des Konzepts informieren und mit Fachhandelspartnern, die das Konzept anbieten, in Kontakt treten.
„Smart Home ist zu einem wichtigen Thema in der Branche geworden. Wir qualifizieren unsere Handelspartner in diesem Segment Fuß zu fassen, ihre Kunden nachhaltig zu beraten und gemeinsam mit ihnen das Konzept umzusetzen", so Bäcker weiter. Dazu stehen künftigen SMARTilligent-Partnern auch die Serviceleistungen des Partnernetzwerks von JF weiterhin abrufbar zur Verfügung.

WAS IST SMARTILLIGENT?

SMARTilligent bietet ein vollständiges Sortiment hochwertiger Markenprodukte für das Smart Home an, von der Außenlichtsteuerung bis zur Zutrittskontrolle. Die benutzerfreundliche Bedienbarkeit und die am Markt üblichen Übertragungsstandards machen es zu einem smarten Partner für alle Nutzer. Genutzt werden kann das System über mobile Endgeräte und auch Desktop-PCs. Unterschiedliche Ausbaustufen von der reinen Inhouse-Lösung über externe Bedienung bis hin zur Sprachsteuerung sind möglich. „Wichtig zu erwähnen ist, dass SMARTilligent, je nach Betriebsmodus, auch ohne Außenverbindung arbeiten kann. Außerdem lassen sich jederzeit Ergänzungen vornehmen, ohne Insellösungen schaffen zu müssen", erläutert Projektmanager Bäcker. So spielt es keine Rolle, welcher Schwerpunkt bei der Hausautomation gesetzt wird bzw. mit welchem der Kunde beginnt. „Ob Heizung, Klima, Beleuchtung, Sicherheit, Beschattung oder Überwachung – hier bietet das Konzept vollkommene Flexibilität in der Nutzung." | LD, Foto: alexandre zveiger/Shutterstock.com ▶

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Rüdiger Bäcker
0231 – 2222 4220
r.baecker@nordwest.com

3 Fragen an ...

... Rüdiger Bäcker, Stabstelle Sonderprojekte

NORDWEST News: Warum sollten sich die Handelspartner mit dem Vertrieb von Smart Home-Produkten, im besten Fall von SMARTilligent, beschäftigen?

Rüdiger Bäcker: Der Smart Home-Markt wächst, insbesondere, weil der Wunsch nach smarten Lösungen beim Endverbraucher stetig größer wird. Bedarf, der so entsteht, wird derzeit häufig nicht über die klassischen Strukturen des Handels und Handwerks abgedeckt. Das bedeutet einerseits, es gibt Potential und andererseits drängen alternative Anbieter über das Segment Smart Home in die Märkte. Da gibt es dann die smarte Lösung für die Tür, wobei an dem Geschäft dann weder der Bauelemente-Händler noch ein Sicherheitsfachgeschäft partizipieren, wenn sie keine Smart Home-Lösungen bieten. Insgesamt ist der Markt unübersichtlich, es gibt unterschiedliche Standards und viele Insellösungen. Der Einstieg in das Geschäft ist also für den klassischen Handel und das Handwerk auch schwierig und auch die Endkunden stehen alleine da und suchen sich dann ihre „Lösung". Und da setzt SMARTilligent an. Wir liefern Know-how, Vermarktungshilfen und Lösungen, die funktionieren. Über den Kooperationspartner Jäger-Fischer unterstützen wir mit einem bundesweiten Beratungs-, Installations- und Servicenetz die NORDWEST-Handelspartner, die sich erstmalig oder intensiver mit dem Smart Home-Markt auseinandersetzen und dort Fuß fassen wollen. Mit unserem System schlagen wir auch Brücken zwischen unterschiedlichen Systemen und (Funk-) Übertragungsstandards, von der Stand-Alone-Lösung bis hin zu cloudbasierten Systemen mit Verwendung der gängigen Sprachassistenten.

NORDWEST News: Welche Chancen/ Potentiale sehen Sie für Smart Home-Komponenten im deutschen Markt?

Rüdiger Bäcker: Dem Smart Home-Markt wird von allen Seiten ein gutes Marktpotential zugeschrieben. Einer repräsentativen Studie von Splendid Research zufolge verwenden 40 Prozent der Deutschen Smart Home-fähige Anwendungen. Dabei wird das wahre Potenzial dieser Produkte immer häufiger abgerufen, während der Anteil der ablehnend eingestellten Bundesbürger stetig sinkt. Dies deutet ebenfalls auf einen weiterhin wachsenden Markt hin.

NORDWEST News: Blicken Sie zwei Jahre in die Zukunft: wo steht SMARTilligent dann?

Rüdiger Bäcker: In zwei Jahren sollte sich SMARTilligent als das führende Konzept für die Vermarktung von Smart Home-Konzepten für die NORDWEST-Handelspartner erfolgreich etabliert haben und maßgeblich dazu beitragen, dass dieses Marktsegment im Bereich Bau/ Sicherheit und Heizung/Sanitär aktiv und erfolgreich bearbeitet werden kann. SMARTilligent wird sicher zu einem wesentlichen Bindeglied zwischen unseren Partnern auf der Lieferantenseite und den NORDWEST-Handelspartnern auf der Vertriebsseite und bietet dem Endkunden so ein durchgängiges Leistungsspektrum von der Planung bis zur Montage und Service.

„Für uns ist das Thema Smart Home und damit verbunden SMARTilligent zukunftsweisend! Wir waren von der ersten Stunde an eng in die Konzeptentwicklung involviert und konnten uns aktiv einbringen, so zum Beispiel in die Sortimentsgestaltung. Mit SMARTilligent setzen wir auf ein System, das für unseren Vertrieb maßgeschneidert ist: Das Sortiment sowie die verbandsseitige Vermarktungsunterstützung und den Support in Kombination mit unserer Beratungsleistung machen das Konzept aus unserer Sicht zum Hoffnungsträger für zukünftigen Erfolg. Chancen sehen wir hier auch für den Online-Vertrieb – und das bundesweit. Unsere Mitarbeiter und wir können das Konzept und die Produkte bisher nur positiv bewerten, die Pilotinstallation gestaltete sich unkompliziert und läuft stabil."

DAVID LAYER, GESCHÄFTSFÜHRER LAYER-GROSSHANDEL GMBH & CO.KG

DIAMANT WERKZEUGE

CLEVER DIAMOND

MOVING THE WORLD WITH TOOLS

WIR SETZEN

PRIVATE-LABEL-KONZEPTE

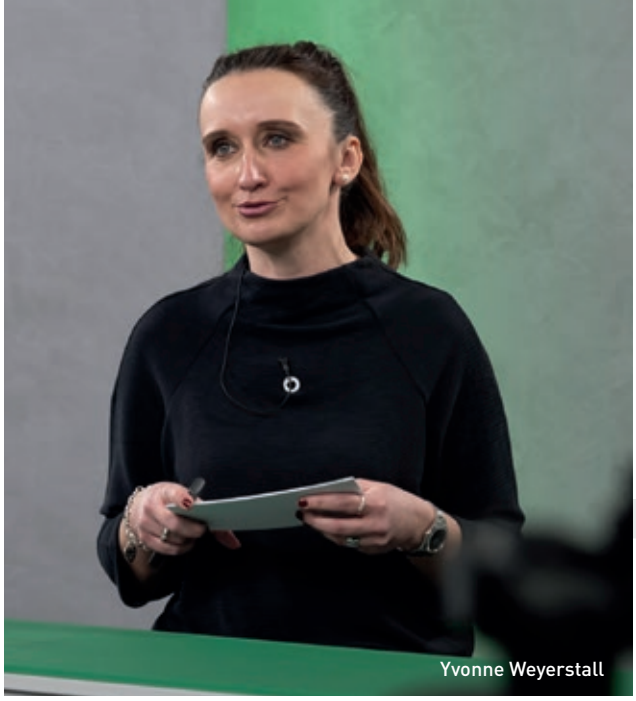
KONSEQUENT UM !

- TRENNWERKZEUGE
- SPEZIALWERKZEUGE
- BOHRWERKZEUGE
- SEGMENTE
- SÄGEWERKZEUGE
- ZUBEHÖR

Sprechen Sie uns an.
Wir beraten Sie gern!

www.clever-diamond.de | info@clever-diamond.de | Tel.: +49 (0) 21 91 9455-0

Michael Rolf


Yvonne Weyerstall

Holger Herrmann

Christian Blicke

Kommunikationstage – der Hintergrund

2015 etablierte die NORDWEST-Leistungsgemeinschaft InTECH ihre Kommunikationstage: wurden vorher in der Leistungsgemeinschaft Themen nahezu ausschließlich auf Geschäftsführer-Ebene erarbeitet, wollte man mit dem neu ins Leben gerufenen Veranstaltungsformat Informationen weiter in die Unternehmen der Handelspartner streuen und in die operative Ebene kommunizieren. „Dadurch haben die für die Händler wichtigen Themen eine höhere Durchschlagskraft. Die Mitarbeiter, die sie final am POS umsetzen müssen, profitieren letzten Endes davon, da Sie sicher in Ihren Themen vor Ort agieren können“, so Yvonne Weyerstall. Dass das Event 2021 online stattfindet, ist der Corona-Pandemie geschuldet. „Natürlich bieten Präsenzveranstaltungen die Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen und ein Netzwerk zu knüpfen, aber wir sind überzeugt, dass wir trotz der Umstände ein gutes Format geschaffen haben, um die Handelspartner mit allen wichtigen Informationen zu versorgen“, ergänzt Michael Rolf.

Daniel Brechtefeld

NORDWEST-Kommunikationstage digital

400 Teilnehmer sprechen für sich

Der Countdown zu den ersten digitalen NORDWEST-Kommunikationstagen im Bereich Handwerk & Industrie ist auf den Bildschirmen der Teilnehmer zu sehen. Noch eine Minute... Noch zehn Sekunden... Live in 3, 2, 1... und dann steht die Uhr auf Null und der Live-Stream startet.

Gesendet wurde direkt aus dem neuen NORDWEST-Studio. Michael Rolf, Geschäftsbereichsleiter für Handwerk, Industrie & Marketing, begrüßte rund 400 angemeldete Teilnehmer: „Die Kommunikationstage sind ein extrem wichtiges Medium. Wir können unsere Themen direkt an Sie, die die Themen am POS umsetzen, adressieren." Danach startete er mit einem Rundgang durch die Räumlichkeiten und bot einen spannenden Blick hinter die Kulissen. Ob die beiden Regisseure Christian Schuster und Philipp Krause oder die Technik, die sie bedienen, sowie die Referenten: die Zuschauer konnten live erleben, wie ein Online-Event auf- und umgesetzt wird.
Yvonne Weyerstall, Bereichsleiterin Technischer Handel, Arbeitsschutz & Betriebseinrichtung, übernahm im Anschluss die Moderation des Tages: „Die Gruppen erarbeiten in den Leistungsgemeinschaften tolle Themen, wir merken allerdings, dass diese im Tagesgeschäft nach der Rückreise der Verantwortlichen, in den Häusern oft untergehen. Mit den Kommunikationstagen möchten wir somit die operative Ebene der einzelnen Häuser erreichen und Themen kommunizieren und auffrischen."

VERANSTALTUNGSABLAUF

Das Online-Event richtete sich an alle Handelspartner aus den Leistungsgemeinschaften InTECH, KOMPASS, TEC-AS, Betriebseinrichtung, Präzision, Aktivkreis Schweißen und dem Werkzeugkreis. Auch Fachhandelspartner, die in keiner Leistungsgemeinschaft organisiert sind, konnten an den Vorträgen am Vormittag teilnehmen. Während der gesamten Veranstaltung hatten die User die Möglichkeit, ihre Fragen zu den Vorträgen über die Chat-Funktion einzureichen. Von dieser Möglichkeit wurde rege Gebrauch gemacht, so dass ein Teil der Fragen noch im Nachgang des Events beantwortet werden konnte. Die Veranstaltung wurde aufgezeichnet, so dass die Teilnehmer die Inhalte im Nachgang an Kollegen, die nicht teilnehmen konnten, nachträglich kommunizieren können.

DREI VORTRÄGE ZU DIGITALEN SERVICES

Christian Blicke, Teamleiter E-Business-Beratung, startete mit seinem Vortrag zum Thema Digitalisierung. „Digitalisierung bedeutet längst nicht mehr, nur den eSHOP einzusetzen. Nein, dahinter verbirgt sich ein ganzheitlicher Ansatz, den wir für Sie entwickelt haben und in dem verschiedene Zahnräder ineinander greifen", so seine These, die er mit vielen Argumenten und Beispielen untermauerte. Ob die vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten eines ERP-Systems; EDI-Clearing zur Anbindung weiterer Lieferanten; DATACONNECT als Datenverteilplattform; eSHOP und Anbindung der Endkunden sowie weitere Konzepte und Dienstleistungen wie zum Beispiel eVEND oder auch den ERP-Check-Up – Christian Blicke stellte die digitalen Möglichkeiten, die NORDWEST den Handelspartnern bietet, vor (lesen Sie auch mehr ab Seite 68).
Daniel Brechtefeld, Teamleiter Informationsmanagement, brachte den Handelspartnern das N.I.S. näher: „Mit dem N.I.S. stellen wir Ihnen eine Brückentechnologie zur Verfügung, wenn Sie noch nicht alle Voraussetzungen zur Digitalisierung umsetzen können, aber dennoch daran partizipieren möchten." Der Auftragsmonitor im N.I.S. unterstützt die Handelspartner dabei, den Status ihrer jeweiligen Lager-Bestellungen im Blick zu behalten. ▶

Philipp Krause (l.) und Christian Schuster kümmerten sich gewissenhaft um die Regie.

Die Kolleginnen und Kollegen im Einsatz bei den Tagungen der Leistungsgemeinschaft.

Individuelle Werbeflyer lassen sich mit nur wenigen Mausklicks im N.I.S. über den Flyergenerator produzieren, ausdrucken und an den Kunden verteilen. In den vergangenen vier Jahren sind so bereits 100.000 Flyer von den Handelspartnern erstellt worden. Letzter Vortragspunkt war die App N.I.S. Touch, die einen Zugriff auf das NORDWEST-Lagersortiment, den Flyergenerator und Kataloge sowie Bestellmöglichkeiten und vieles mehr bietet und die Handelspartner direkt beim Kunden unterstützt.

Holger Herrmann, Bereichsleiter Produkt-Daten-Service, erläuterte zuerst NW365.DATACONNECT (siehe auch Seite 74), eine Online-Applikation zur Bereitstellung veredelter Produktdaten für die digitalen Systeme der Handelspartner. Die NORDWEST-Vertriebskataloge und -Lagersortimente sowie die kompletten Verkaufsprogramme von 80 Top-Lieferanten werden hier gepflegt und den Handelspartnern zugänglich gemacht, so dass in Summe über 700.000 Artikeldaten verfügbar sind. In seinem zweiten Vortrag sprach der Bereichsleiter über meine-wartung.de, ein professionelles Wartungsmanagement für wiederkehrende Prüfungen mit enormer Prozesserleichterung, das online für die Handelspartner verfügbar ist. „Alle Unternehmen in Deutschland sind verpflichtet, wiederkehrende Prüfungen von Betriebsmitteln, Maschinen und Geräten durchzuführen und zu dokumentieren", so Holger Herrmann. Mit meine-wartung.de ist die Anlage von Betriebsmitteln genauso möglich wie die Durchführung wiederkehrender Prüfungen, die Platzierung regelmäßiger Aufgaben, die Meldung und Bearbeitung von Störungen sowie das Anlegen von Schulungen. Detaillierte Live-Demos rundeten die Vorträge zu N.I.S., DATACONNECT und meine-wartung.de ab und boten einen tiefen Einblick in die Möglichkeiten der verschiedenen Tools.

Zum Abschluss warb Yvonne Weyerstall für das NORDWEST-Seminarprogramm, das bereits heute mit dem PSA-Fachberater NORDWEST und den Sachkundigen-Schulungen im Bereich Arbeitsschutz ein umfangreiches Programm bietet. Ab Herbst wird es mit dem Druckluft-Fachberater NORDWEST darüber hinaus eine echte Branchenneuheit im Bereich der Seminare geben. Des Weiteren bietet NORDWEST ab Herbst neue Sachkundigen-Lehrgänge zu Leitern und Tritten sowie Ladungssicherung an.

FAZIT

Nach zwei intensiven und lehrreichen Stunden fand das Vormittagsprogramm der Kommunikationstage seinen Abschluss. Nach der Mittagspause ging es mit den einzelnen Leistungsgemeinschaften in geschlossenen Online-Räumen weiter. „Ich hoffe, dass die Veranstaltung für Sie kurzweilig, informativ und kommunikativ war und Sie den passenden Input für sich mitnehmen können", schloss Yvonne Weyerstall ihre Moderation. Und Michael Rolf ergänzte: „Wir hatten eine konstant bleibende Teilnehmerzahl. Das freut uns sehr und zeigt, dass wir hier den Nerv der Zeit getroffen haben. Kommunizieren Sie diese Themen in Ihren Häusern gerne weiter und nutzen unsere Ansprechpartner zur Vertiefung der heutigen vorgestellten Themen. Wir freuen uns auf die nächsten Kommunikationstage mit Ihnen und dann hoffentlich auch wieder in Form einer Präsenzveranstaltung." | LD

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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

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

Statements

„Die Kommunikationstage halte ich für sehr wichtig, insbesondere den dabei gelebten Austausch. Die digitale Veranstaltung ist aufgrund der Situation sinnvoll und kann auch in Zukunft eine ergänzende Möglichkeit sein, Mitarbeiter an für sie bedeutenden Themen teilhaben zu lassen. Mit dieser Veranstaltungsform konnten wir außerdem mit einer größeren Anzahl an Personen teilnehmen, wodurch auch die Kolleginnen und Kollegen an der Basis, die täglich mit den Themen in Kontakt kommen und diese dann umsetzen müssen, noch besser informiert sind. Jetzt waren wir 21 Teilnehmer aus unserem Hause. Das Event war sehr gut vorbereitet und umgesetzt worden. Gut gefallen hat mir der Vortrag zum 3D-Druck, der nachmittags in unserer LG-Tagung gehalten wurde. Wir arbeiten bereits an diesem Thema und wollen es in unser Geschäftsfeld, als weiteres Dienstleistungsmodul, integrieren. Generell haben mir die Präsentationen gezeigt, dass wir auf dem Weg der Digitalisierung gut unterwegs sind, aber auch noch Luft nach oben haben. Viele Arbeiten des Tagesgeschäfts müssen digitalisiert werden, damit wir uns um Projektgeschäfte und strategische Ausrichtungen kümmern können."

ANDREAS NIENHAUS, TEAMLEITER ANTRIEBSTECHNIK / HYDRAULIK / INDUSTRIEBEDARF
G. ELSINGHORST STAHL UND TECHNIK GMBH,
LEISTUNGSGEMEINSCHAFT INTECH / KOMPASS

„Die gesamte Darstellung im Studio und die Führung durch die Räumlichkeiten haben mir sehr gut gefallen. In Summe empfand ich die digitalen Kommunikationstage als wunderbare Alternative und hoffe zukünftig auf viele hybride Veranstaltungen. Die Veranstaltung war nämlich ein toller Weg, um weiterhin in Kontakt zu bleiben – auch wenn sich dieser natürlich anders gestaltet als bei Präsenz-Veranstaltungen. In den Tagungen der Leistungsgemeinschaften konnte man dennoch Themen diskutieren und ansprechen. Die Inhalte vom Vormittag waren mir schon durch die eSHOP-Veranstaltung bekannt, aber nichts ist statisch und die Themen entwickeln sich von Mal zu Mal weiter."

MONIKA BUCH, MARKETING & VERTRIEB BUCH TOOLS,
LEISTUNGSGEMEINSCHAFT BETRIEBSEINRICHTUNG

„Technisch hat alles einwandfrei funktioniert, die Kommunikationstage waren cool gemacht und die Inhalte sind gut rübergekommen – solche digitalen Events können gerne regelmäßig veranstaltet werden. Obwohl eine Vor-Ort-Veranstaltung natürlich schöner ist. Die zuerst allgemeineren Themen in Kombination mit den Tagungen der Leistungsgemeinschaften hat viel gebracht. Weniger Detailtiefe ist aus meiner Sicht aber auch okay. Leider fehlt aufgrund der Distanz der Austausch, den man sonst in den Workshops der Kommunikationstage (er-)lebt. Als Handelspartner können wir vom Aufwand her immerhin mehr Mitarbeiter anmelden als bei einer Präsenz-Veranstaltung."

MATTI DENGLER, GESCHÄFTSFÜHRER KARL DENGLER GMBH,
LEISTUNGSGEMEINSCHAFT KOMPASS

„Wenn ich einen Wunsch frei hätte, würde ich natürlich lieber eine Präsenzveranstaltung besuchen. Aber das Event und die Art der Umsetzung waren gelungen und das Ambiente passend. Das zeigt auch nochmal den neuen Stellenwert von Kommunikation seit dem vergangenen Jahr. Für uns gab es inhaltlich viel Neues, auch wenn die Informationen sehr geballt waren. Meine Mitarbeiter, die nicht teilgenommen haben, erhalten den Mitschnitt im Nachgang – so ist jeder von uns auf dem aktuellen Stand. Beim nächsten Mal melde ich alle meine Mitarbeiter an!"

JÖRG KLUTH, GESCHÄFTSFÜHRER FACHWERK TECHNISCHER HANDEL FGR,
LEISTUNGSGEMEINSCHAFT TEC-AS

Impressionen vor und hinter den Kulissen und bei den Teilnehmern.

Katalogwerke im Überblick

2021 erscheinen neue Auflagen des Kataloges Elektrowerkzeuge 2021/2022 und des Werkstattkataloges 2021/2022. Die NORDWEST News hat sich beide Werke genauer angesehen.

„ELEKTROWERKZEUGE 2020/2021“

Die neueste Auflage des Katalogs Elektrowerkzeuge, die am 1. Juni erscheinen wird, überzeugt mit vielen Marktneuheiten und neuen Markenteilnehmern. Mit der aktuellen Auflage sind nun erstmals Makita, Elektrowerkzeuge Eibenstock, Jepson Power und Electrostar in dem vielseitigen Werk vertreten.

„Es ist ein positives Zeichen, dass wir nun auch diese Vier für unseren Katalog gewinnen konnten. Das gibt den Handelspartnern weitere Möglichkeiten für ihren Vertrieb", ist Carsten Stattaus, Bereichsleiter Handwerkzeuge, Oberflächentechnik & Elektrowerkzeuge, überzeugt.

Auf über 450 Seiten finden sich über 2.500 Artikel, allesamt aus den Bereichen Akkuwerkzeuge, Elektrowerkzeuge, stationäre Maschinen für die Metall- und Holzbearbeitung, Reinigungsgeräte, Stromerzeuger, Schweißtechnik, Gala-Bau, Druckluftwerkzeuge, Messtechnik und Zubehör. Ein echter Katalog-Allrounder also, der jedem Handelspartner das Sortiment bietet, das er benötigt. Die angebotenen Artikel sind prominent dargestellt, besondere Highlights werden exponiert auf den Katalogseiten präsentiert.

Vielfältige Individualisierungsmöglichkeiten des Katalogwerkes, sei es mit der Darstellung der unternehmenseigenen Leistungen und des Namens samt Logo auf dem Cover, verstärken die Marktpräsenz des Fachhandelspartners. Es ist sichergestellt, dass alle teilnehmenden Fachhandelspartner auf die Katalogartikel im Direktgeschäft zugreifen können. Und noch einen Vorteil gibt es: Auch in der diesjährigen Katalogausgabe warten attraktive Zusatzkonditionen auf die Katalogteinehmer. | LD, Foto: Design tech art/Shutterstock.com

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Carsten Stattaus
0231 – 2222 4060
c.stattaus@nordwest.com

NEUE AUSGABE DES WERKSTATTKATALOGES 2021/2022

Im Mai 2021 erscheint die neue Ausgabe des NORDWEST-Werkstattkataloges 2021/22, der ein vielseitiges Sortiment zum Thema Betriebseinrichtung beinhaltet und sich seit über 30 Jahren im Markt als erfolgreiche Bestellunterlage für Handwerksunternehmen, mittelständische Betriebe und Kommunen, wie auch für die Industrie bestens bewährt hat.

Auf 1.072 Seiten werden in elf Warengruppen rund 20.000 Artikel von allen wichtigen Markenlieferanten inklusive einem repräsentativen Lagersortiment angeboten. Der Katalog ist wahlweise mit Soft- oder Hardcover-Umschlag erhältlich und kann neben zwei vorgeschlagenen Motiven auch wunschgemäß im CI des Fachhandelspartners vorgesehen werden.

„Entgegen der aktuell auf Grund der Pandemie herausfordernden Marktsituation im Bereich der Investitionsgüter freuen wir uns über einen nach wie vor hohen Zuspruch unserer Fachhandelspartner hinsichtlich des NORDWEST-Werkstattkataloges als professionelle und jahrelang erfolgreiche Vertriebsunterlage", erklärt Vertriebsmanager Matthias Mogga. Inhaltlich wurden auch dieses Jahr wieder alle wichtigen Sortimentsveränderungen seitens des Produktmanagements erfasst und umgesetzt. Darunter fallen u.a. die Erweiterung durch Produkte zur sicheren Lagerung von Lithium-Ionen Batterien, platzsparende Plattformleitern als modulares Stecksystem, Inventar für das Home Office, ein neuartiges modulares Arbeitsplatzsystem uvm..

Die neue Katalogausgabe wird von einem separaten Einleger begleitet, der auf 12 Seiten relevante Produkte zum Thema „Hygiene-Schutz" mit Bezug auf die aktuelle Covid-Situation beinhaltet.

Wie auch schon in der Vergangenheit werden mit Erscheinen der neuen Katalogausgabe vielschichtige Online-Schulungsmaßnahmen sowohl seitens des Kompetenzfeldes Betriebseinrichtung, als auch gemeinsam mit Spezialisten der Lieferantenpartner angeboten, um die erfolgreiche Beratung der Endkunden durch den Vertriebsinnendienst oder die Mitarbeiter des Außendienstes der Fachhandelspartner zu gewährleisten. | MM, Foto: Design tech art/ Shutterstock.com

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Matthias Mogga
0231 – 2222 4172
m.mogga@nordwest.com

Neue Auflage des Vertriebskataloges

Baubeschläge und noch viel mehr

Trotz immer digitaler werdender Informationsmöglichkeiten ist der klassische Printkatalog für Handwerker und Verarbeiter nicht wegzudenken. Im Gegenteil, er erfreut sich einer konstant hohen Nachfrage. So ist es nur logisch, dass im NORDWEST-Fachbereich Bau im Juni der neue Vertriebskatalog „BAU, Beschläge, Elemente, Sicherheitstechnik, Verbindungstechnik 2021-2023“ erscheint.

„Wir haben uns auch diesmal wieder dazu entschieden, die Laufzeit des Kataloges auf zwei Jahre festzulegen, um den Wüschen unserer Fachhandelspartner zu entsprechen. Und wir haben die Inhalte deutlich erweitert, um ein noch größeres Spektrum abdecken zu können. Mit 848 Seiten Umfang ist der neue Katalog im wahrsten Sinne des Wortes ein starkes Stück geworden", berichtet Siegfried große Sextro, Bereichsleiter Bau bei NORDWEST.

So wurde der komplette Inhalt des Kataloges optimiert und um aktuelle Produktneuheiten ergänzt. In 15 übersichtliche Kapitel ist das neue exklusive Standardwerk unterteilt. Neu ist beispielsweise das Kapitel Bauelemente, das auch Haustüren der Exklusivmarke PROMAT sowie Ganzglastüren umfasst. Ebenfalls neu in den Katalog aufgenommen wurden Produkte des italienischen Lieferanten L & S Lichttechnik, die speziell für den Innenausbau konzipiert sind. Auch das Sortiment des Möbelbeschlagherstellers Hettich wurde deutlich ausgebaut und umfasst aktuell nun rund 700 Artikel. Ebenfalls neu im Kapitel Verbindungstechnik ist das Sortiment der chemisch-technischen Montageprodukte, ohne die kein Verarbeiter auskommt.

HOHE SERVICEKOMPETENZ

Die Produkte sind in übersichtlichen Artikeltexten erläutert – zusätzlich geben technische Tabellen Orientierung bei der Artikelauswahl.

Bei der gesamten Katalogkonzeption kam dem Servicegedanken eine hohe Bedeutung zu: Nutzer sollen sich sofort und ohne langes Suchen zurechtfinden können, sprich alles muss selbsterklärend sein. „Zugleich untermauern die Optimierungen auch unser Motto – ‚Eine Bestellung – Eine Lieferung' – ab dem NORDWEST-Zentrallager", führt Siegfried große Sextro weiter aus. Natürlich besteht selbstverständlich die Möglichkeit einer Direktbelieferung vor Ort zu den Kunden.

Bei einer Abnahme von mindestens 250 Katalogen haben Fachhandelspartner die Möglichkeit, am Partnerkonzept „FHP 4.0⁺" für den Bereich „Beschlagsysteme & Sicherheitstechnik" teilzunehmen. Im Einzelnen bedeutet dies stark verbesserte Bezugskonditionen vom NORDWEST-Zentrallager, deutliche Liquiditäts- und Kostenvorteile sowie eine Erhöhung der Leistungsfähigkeiten gegenüber Endkunden.

Um das eigene Image über den Katalog zu transportieren, haben Händler immer schon die Möglichkeit, individualisierte Gestaltungen umzusetzen. So lassen sich beispielsweise Titelseiten mit eigenem Namen und eine Übersicht der angebotenen Leistungen oder der Darstellung firmenspezifischer Inhalte und Mehrwerte auf den Innenseiten realisieren.

„Wir sind überzeugt, dass der neue Katalog mit seinem geballten Fachwissen in Kombination mit unseren Online-Verkaufsinstrumenten ein wichtiger Baustein für die Anforderungen der Zukunft ist und bei unseren Fachhandelspartnern für eine Umsatz- und Ertragssicherung sorgen kann", so Siegfried große Sextro abschließend. | MF, Foto: Design tech art/Shutterstock.com

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Siegfried große Sextro
0231 – 2222 4211
sgr.sextro@nordwest.com

Die Kombi-Lösung für den Sommer

VELUX INTEGRA® Hitzeschutz-Markise Verdunkelung

Die solarbetriebene Markise sorgt zusätzlich zum Hitzeschutz zu jeder Tageszeit für eine optimale Verdunkelung – ganz einfach per Knopfdruck. So bleibt der Wohnraum im Sommer garantiert angenehm kühl.

Mehr auf velux.de/hitzeschutz

VELUX®

Baugerätekatalog 2021

„Exklusiv für unsere Partner“

Ende April ist es soweit – dann erscheint in der fünften Auflage der neue NORDWEST-Baugerätekatalog. Dieser Katalog des Fachbereichs Baugeräte wurde exklusiv für die Mitglieder der Leistungsgemeinschaft Baugeräte konzipiert.

Wir haben uns auch bei früheren Ausgaben bewusst zu diesem Schritt entschieden, denn unsere Partner sollen im Markt ein absolutes Alleinstellungsmerkmal erhalten, um mit diesem Katalog und dem Produktangebot bei ihren Kunden punkten zu können“, betont Gert Sauter, Kompetenzfeldleiter Baugeräte/Verbindungstechnik.
Das neue Standardwerk der Leistungsgemeinschaft erscheint im handlich kompakten Kleinformat. In einer Auflage von rund 20.000 Exemplaren wurde das neue Nachschlagewerk gedruckt, das sowohl in einer Soft- wie auch einer Hardcover-Version verfügbar ist. Beide Varianten haben je nach Einsatzzweck ihre Vorteile. So ist die flexiblere Softcover-Version oft der praktische Begleiter auf Baustellen.

Unterteilt ist der 702 Seiten starke Katalog in 12 Kapitel:

+ Absperr- und Signaltechnik
+ Baustelleneinrichtung
+ Vermessungstechnik
+ Transport- und Hebegeräte
+ Bauelemente
+ Bau- und Handwerkzeuge
+ Straßenbau
+ Hoch- und Tiefbau
+ Elektrowerkzeuge
+ Hydraulik, Luft, Wasser
+ Arbeitsschutz
+ Gala-Bau

„Wir haben auch bei dieser Auflage auf eine gute Mischung aus Lagerprogramm und ZR-Lieferanten geachtet“, führt Gert Sauter aus. Und genau diese Mischung macht den Unterschied aus, denn mit dem Katalog ist es gelungen, fast die gesamte Produktbandbreite der Leistungsgemeinschafts-Partner abzudecken und somit ein einzigartiges Branchen-Nachschlagewerk zu erstellen. Die Produkte mit ihren jeweiligen Einsatzgebieten werden anschaulich in Text und Bild beschrieben.
Wie bei allen NORDWEST-Katalogwerken haben auch hier die Mitglieder die Möglichkeit der individuellen Titelseiten- und Innenseitengestaltung, um so das eigene Image gegenüber den Kunden optimal zu transportieren.
„Aus dem Kreis unserer Fachhandelspartner hören wir immer wieder die Botschaft, dass Printkataloge in der Branche nach wie vor eine extrem hohe Bedeutung haben und intensiv genutzt werden. Denn im Prinzip sind und bleiben sie eine sinnvolle und wichtige Ergänzung zu den Online-Angeboten. Von daher sind wir sicher, dass auch diese Ausgabe wieder großen Erfolg haben wird“, ist Gert Sauter überzeugt. | MF, Foto: Design tech art/Shutterstock.com

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Gert Sauter
0231 – 2222 4261
g.sauter@nordwest.com

Sicher. Präzise. Einfach.
Crimpwerkzeuge designt für Ihre Anwendung
PZ 6 Roto
Weidmüller
901435
www.weidmueller.de/crimpen
Weidmüller
Heinz Hesse KG
Distribution
Yale Allee 17 · D-42329 Wuppertal
Telefon: 02 02 / 73 42 82 · info@heinz-hesse-kg.de
www.heinz-hesse-kg.de

Vermarktungsunterstützung im Fokus

Strategie-Update vorgestellt

Mario Tröck, Geschäftsbereichsleiter Haustechnik, und sein Team nutzten die diesjährigen Regionaltage, um den Fachhandelspartnern ein Strategie-Update für die Haustechnik vorzustellen. Neben der Exklusivmarke delphis rücken jetzt auch ausgewählte Markensortimente in den Fokus der neuen Vermarktungsoffensive. Ein wesentlicher Hebel: das Lieferanten-Konzentrationskonzept, das Einkauf und Vertrieb forciert.

„In den vergangenen zwei Jahren konnten wir hinsichtlich der Weiterentwicklung unserer Exklusivmarken delphis und base pro viele positive neue Impulse setzen. Uns war aber auch von Anfang an bewusst, dass es für unsere Fachhandelspartner herausfordernd wird, so eine Vielzahl neuer Exklusivmarkensortimente in der kurzen Zeit im regionalen Markt zu etablieren. Genau aus diesem Grund setzen wir jetzt bei delphis und base pro auf Konstanz in den Sortimenten und auf noch mehr Vermarktungsunterstützung. Im Strategie-Update erweitern wir unseren Fokus auf Markensortimente unserer Lieferantenpartner", so Geschäftsbereichsleiter Tröck. Bei der strategischen Ausrichtung liegt das Hauptaugenmerk verstärkt auf den konzeptionellen Aktivitäten, hierbei insbesondere auf der Vertriebsseite. Dazu zählt ganz klar die Vermarktung der Markensortimente der Konzentrationslieferantenpartner.

KONZENTRATIONS- UND VERTRIEBSKONZEPT DIENT HANDELS- UND LIEFERANTENPARTNERN

Gemeinsam mit den Fachhandelspartnern wurde ein Konzentrationssortiment mit ausgewählten Lieferantenpartnern geschaffen. Ziel: eine verbesserte Unterstützung der Handelspartner in ihrem regionalen Markt durch einen Fokus auf Konzentrationssortimente. Das Konzept bietet nicht nur ein vielseitiges Sortimentsportfolio, sondern auch ein überaus spannendes Anreizsystem für die Fachhandelspartner. Zudem werden die Lieferanten, die das Konzept maßgeblich unterstützen, im Zuge des neugeplanten Ausstellungskonzeptes (NORDWEST News 03/2020 berichtete) eine starke Berücksichtigung erfahren. Das neu etablierte Highlights-Prospekt (siehe Seite 50) ist die passende Verkaufsunterlage für dieses Konzept.

„Die gemeinschaftliche Vermarktung der festgelegten Konzentrationssortimente sorgt für ein wesentlich besseres Standing bei den Lieferanten als es bisher schon der Fall war – dies dient der gesamten Gemeinschaft, unseren Handels- und Lieferantenpartnern", erläutert Mario Tröck einen weiteren Vorteil des Konzepts, „wichtig dabei ist, dass wir unsere Fachhandelspartner nicht alleine lassen, sondern auf vielfältige Weise beim Strategie-Update begleiten."

REGIONALTAGE 2021

Erstmals mussten die fest etablierten Regionaltagungen Corona-bedingt online abgehalten werden. Die Agenda beinhaltete von der branchenweiten Entwicklung, über die Entwicklung der NORDWEST-Haustechnik bis hin zu den strategischen Eckpunkten interessante Themen. Zusätzlich dazu hatten die Handelspartner zum jeweiligen Veranstaltungsbeginn (sechs Termine fanden insgesamt statt) die Möglichkeit, ihre ganz persönlichen inhaltlichen Wünsche einzubringen und somit die Tagungen flexibel zu gestalten. „Dadurch glich kein Termin dem anderen, was es jedes Mal spannend gemacht hat. Das werden wir auf jeden Fall auch bei der nächsten Veranstaltungsreihe so fortsetzen", berichtet Mario Tröck abschließend. | LD, Foto: Peshkova/Shutterstock.com

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Mario Tröck
0231 – 2222 4332
m.troeck@nordwest.com

Die Keramik für unic (rechte Seite) und living (oben) ist exklusiv für die Handelspartner.

Auch 2021 bringt Neuheiten

delphis-Entwicklung mit Herzblut

Der Ausbau der Exklusivmarke delphis wird weiter konsequent und mit viel Herzblut vorangetrieben. Attraktive und vielseitige Sortimente sichern und steigern die Wettbewerbsfähigkeit der Handelspartner und bieten ihnen in ihrer Region ein starkes Alleinstellungsmerkmal. Von daher wurde auch in diesem Jahr erneut seitens der NORDWEST-Haustechnik in den Ausbau von delphis investiert – und das mit Herz und Verstand: Seit dem 1. April gibt es neue delphis-Produkte, die bei Handelspartnern und deren Kunden keine Wünsche offenlassen und das bestehende Sortiment ergänzen.

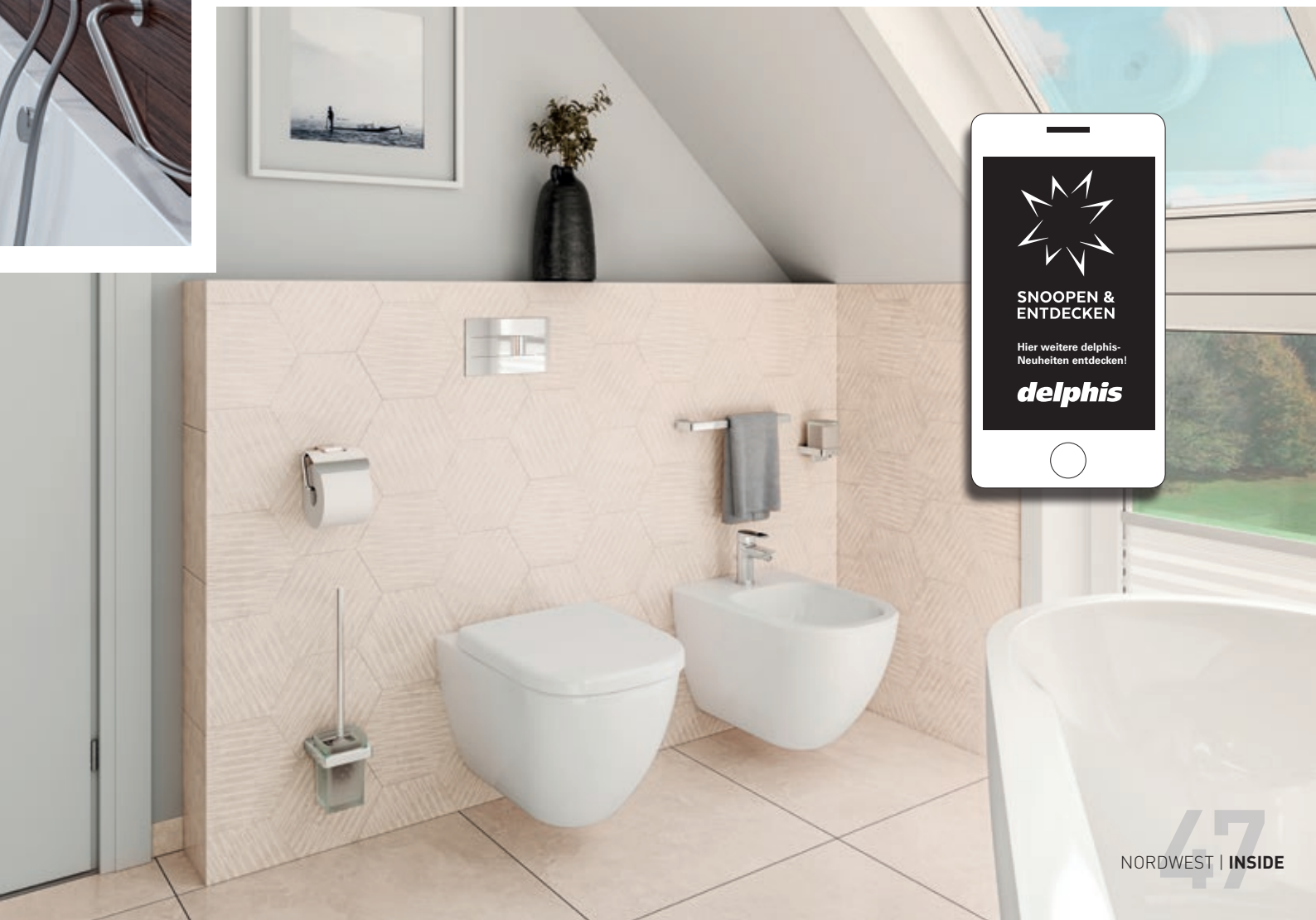
„delphis hat eine extrem positive Resonanz im Markt hervorgerufen. Aber der Status Quo reicht nicht aus, weswegen wir permanent Arbeit in unsere gemeinsame Marke investieren, um sie für unsere Handelspartner und deren Kunden attraktiv zu gestalten", berichten Ali Daour, Kompetenzfeldleiter Sanitär, und Matthias Faßbender, Kompetenzfeldleiter Heizung/Installation.
In den vergangenen Monaten haben sie mit dem gesamten Haustechnik-Team, den Handelspartnern und den Lieferanten bestehende Sortimente auf den Prüfstand gestellt, überarbeitet und schlussendlich auf den Markt gebracht. Den Händlern bieten sich somit weitere Absatzchancen.

DELPHIS UNIC UND LIVING – EXKLUSIVE KERAMIK UND MEHR

So sind bei der Produktlinie unic neue Waschtische, WCs und Badmöbel hinzugekommen. Die Keramik ist exklusiv, also nur bei den NORDWEST-Handelspartnern verfügbar. Sie ist mit oder ohne delphisClean-Beschichtung verfügbar, delphis-gelabelt und zudem einzeln in einer delphis-Kartonage verpackt. Neue Unterschränke für die unic-Keramik runden das Angebot ab. Und auch die Linie living punktet mit delphis-gelabelten Waschtischen und WCs aus Keramik. Auch hier ist die Keramik exklusiv, also nur bei den NORDWEST-Handelspartnern verfügbar. Beide Produktlinien werden zudem durch weitere Artikel, wie Eckventile und Duschrinnen, ergänzt. Die Duschrinnen in den Maßen 500 mm bis 1200 mm gibt es exklusiv bei den Handelspartnern, sind befliesbar oder in gebürstetem Edelstahl erhältlich. „Die Keramik und Duschrinnen sind sicherlich die Highlights des neuen Programms – unsere Handelspartner sind schon nach kurzer Zeit von den Artikeln überzeugt", weiß Kompetenzfeldleiter Daour zu berichten.
Sämtliche neue Artikel können die Handelspartner binnen 24 Stunden über das Zentrallager beziehen. ▶

base pro ebenfalls erweitert

Auch die Exklusivmarke base pro wurde weiter ausgebaut und um Eckventile sowie Siphons, Hahnblöcke und ein Ablaufprogramm ergänzt.



Ablaufprogramm und Fußbodenheizungszubehör sind die neuen Highlights bei delphisXpert.

DELPHISXPERT – ERWEITERUNGEN ZUM ERSTEN GEBURTSTAG

Im Frühjahr 2021 feierte die Techniklinie delphisXpert ihren ersten Geburtstag. Damit verbunden sind weitere Produktneuheiten, auf die sich die Handelspartner freuen können. „Hervorzuheben sind dabei sicherlich das Ablaufprogramm und das Fußbodenheizungszubehör", erklärt Kompetenzfeldleiter Matthias Faßbender. Das Ablaufprogramm bietet Artikel für Badewannen, Duschwannen und Waschtische, seien es Druck-Kartuschen, Funktionseinheiten wahlweise mit Zulauffunktion oder delphis-gelabelte Bedieneinheiten: die Technik hinter den Kulissen lässt keine Wünsche offen. Beim Fußbodenheizungssortiment sind Stellantrieb, Raumthermostat und Anschlussmodul delphisXpert gelabelt. Die Heizkreisverteiler sind auch mit bereits vormontierten Stellantrieben verfügbar, anschlussfertig vormontierte Verteilerstationen sind auftragsbezogen ebenfalls bestellbar.

Weitere neue Sortimente sind Auslaufarmaturen, frostsichere Außenarmaturen und Systemtrenner sowie Anschlussschläuche. Abgesehen von den vormontierten Verteilerstationen sind auch hier alle Artikel binnen 24 Stunden über das NORDWEST-Zentrallager verfügbar.

HERZBLUT BEI DER WEITERENTWICKLUNG

„Wir alle sind mit Herzblut bei der Sache und wollen delphis zu DER Marke unserer Handelspartner machen. Von daher ruhen wir uns auch nicht auf bisherigen Erfolgen aus. Die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern ist dabei ein starkes Pfund, auf das wir setzen können. Gemeinsam bringen wir delphis in den Markt", so die Kompetenzfeldleiter Daour und Faßbender. | LD

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Ali Daour
0231 – 2222 4342
a.daour@nordwest.com

Matthias Faßbender
0231 – 2222 4341
m.fassbender@nordwest.com

Neue Verkaufsunterlagen ...

... vermitteln glanzvolles Baddesign

Informationen mit Mehrwert und inspirierende Gestaltungsmöglichkeiten: das vermitteln die neuen Segmentprospekte der Exklusivmarke delphis. „faszinierend im detail – keramik“ und „faszinierend im detail – Ablaufrinnen“ sind seit dem 1. April 2021 verfügbar.

Zusätzlich wurde „faszinierende technik“ veröffentlicht. Und auch vom Gesamtprospekt „faszinierend im detail“, mit unverbindlichen Preisempfehlungen inklusive Mehrwertsteuer für den Endkunden, gibt es eine neue Auflage. Bruttopreislisten für delphis und base pro runden das Angebot an Verkaufsunterlagen für die Fachhandelspartner ab.
Die neuen Druckwerke unterstützen die Fachhandelspartner in ihrem Vertrieb und bieten eine passgenaue Argumentationsgrundlage.

„FASZINIEREND IM DETAIL – KERAMIK“

Im Mittelpunkt jeder Badgestaltung steht die Keramik. Die ästhetischen Seiten der Exklusivmarke delphis und damit verbundene kreative Verwendungsmöglichkeiten vermittelt das neue Segmentprospekt „faszinierend im detail – keramik“. Auf 12 Seiten finden sich Waschtische, WCs oder Urinale – rund oder eckig, mit oder ohne der Beschichtung delphisClean. Das Prospekt wurde komplett neu entwickelt, ebenso das dazu gehörige Bildmaterial.

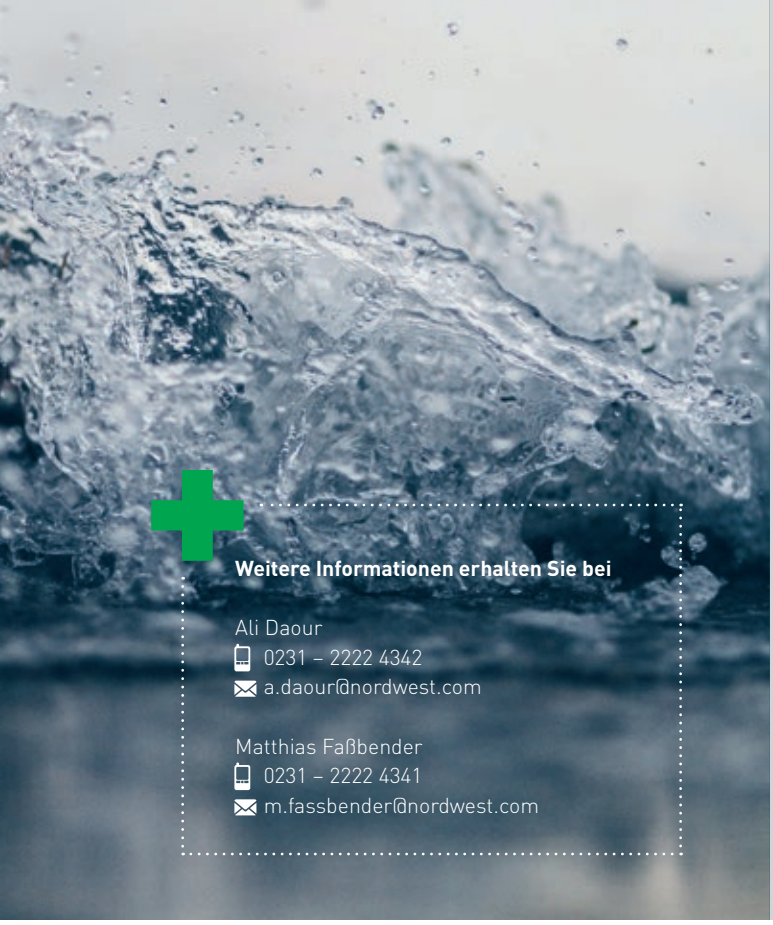
„FASZINIEREND IM DETAIL – ABLAUFRINNEN“

Über das weitere Highlight des neuen delphis-Programms können sich die Kunden der Fachhandelspartner in dem kompakten Vierseiter „faszinierend im detail – Ablaufrinnen“ informieren. Der Leser erhält eine detaillierte Übersicht über die Vorzüge der einzelnen Produktsets sowie Einbausituationen.

Alle Prospekte zum Download finden Sie auf www.delphis.de. Weitere Informationen zu den delphis-Neuheiten erhalten Sie ab Seite 46. | LD

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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



Weitere Informationen erhalten Sie bei

Ali Daour
0231 – 2222 4342
a.daour@nordwest.com

Matthias Faßbender
0231 – 2222 4341
m.fassbender@nordwest.com

„Wärme & Wasser“

Highlights aus der Haustechnik

Im April ist zum ersten Mal das Highlight-Prospekt für die Haustechnik erschienen. In der umfangreichen Verkaufsunterlage finden sich Markenartikel aus den Bereichen Sanitär sowie Heizung & Installation.

In der Gestaltung ansprechend und modern und vom Inhalt vielseitig, finden die Kunden der Handelspartner hier alle Highlights, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen. Die Artikel liegen allesamt im NORDWEST-Zentrallager und werden an den Handelspartner oder auf Wunsch auch direkt auf die Baustelle geliefert. Das neue Highlights-Prospekt für die Haustechnik lässt sich entsprechend mit dem Firmeneindruck des Handelspartners einfarbig schwarz oder vierfarbig individualisieren. Die Haustechnik-Highlights sollen viermal jährlich erscheinen und sind direkt über das NORDWEST-N.I.S. bestellbar. | LD

Weihnachtsaktion 2020

Losglück zum Jahresende

Bereits zum dritten Mal in Folge hatte die NORDWEST-Haustechnik zum Jahresende für ihre Handelspartner einen Adventskalender mit attraktiven Angeboten bereitgestellt – inklusive einer Verlosung unter allen Teilnehmern. Hinter jedem Türchen verbarg sich ein interessantes Sortiment, das die Handelspartner nutzen konnten. Pro umgesetzten 1.000 Euro Nettowarenwert erhielten die Teilnehmer ein Los. Neben Produkten aus den Bereichen Sanitär und Heizung & Installation waren auch erstmalig Artikel aus dem Bereich Handwerk & Industrie verfügbar, wie zum Beispiel Gesichtsmasken, Baustellenradios oder Werkzeuge.

Teilnehmerzahl und Umsätze konnten im Vergleich zu 2019 noch einmal gesteigert werden. Die Gewinner waren: Rudolf Ludwig GmbH & Co. KG, Fachcenter Georg Weber und Fachgroßhandel Führich und erhielten als Hauptpreise eine Grohe Blue Armatur (1.Platz), ein Netflix/Dazn Jahresabo (2.Platz) und ein Kaffeeservice von Villeroy & Boch (3.Platz). Zu gewinnen gab es zudem ein Spaghetti-Teller-Set Villeroy & Boch Tischkultur für die Plätze 4 bis 13.

„Bei den Händlern kam auch der 2020er-Kalender hervorragend an. Das Ergebnis von 2019 wurde dabei übertroffen. Wir können also allesamt mehr als zufrieden sein“, freuen sich die Projektbetreuer Kevin Keller, Gina Schröder, Johanna Schlifka und Alexander Kilian. Auch Ende 2021 ist wieder einen Kalender geplant. | LD

Diese Gewinner zogen das große Los.

Weitere Informationen erhalten Sie beim

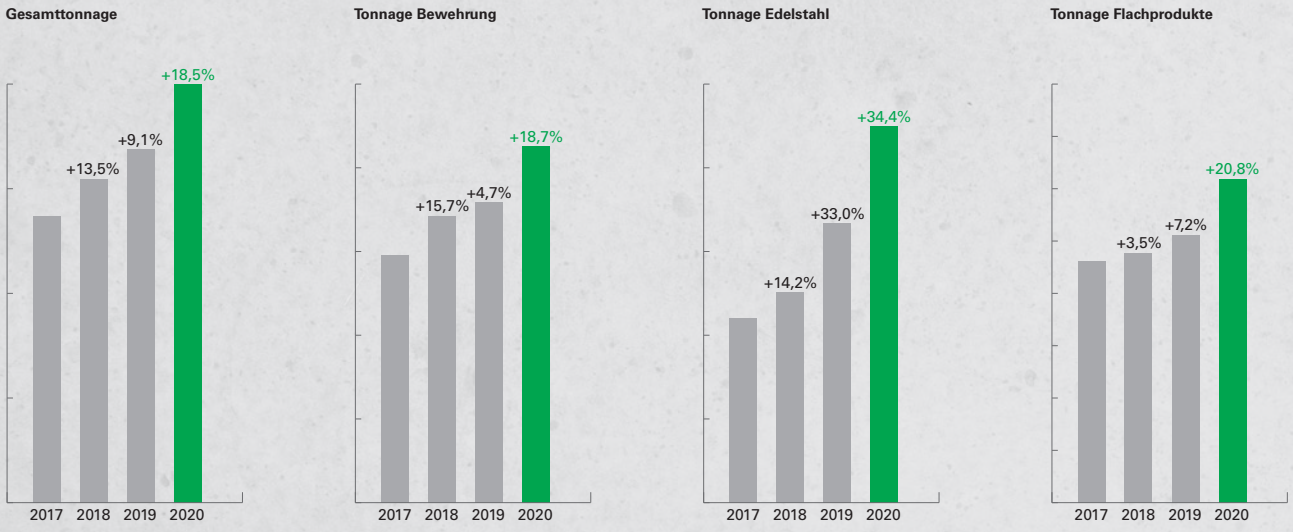
Team Weihnachtsaktion
0231 – 2222 4360
weihnachtsaktion@hagro-haustechnik.com

INTELLIGENTE POWERWERKZEUGE, DIE MIT IHNEN KOMMUNIZIEREN.

Die neue Viega Pressgun 6 Plus und Pressgun Picco 6 Plus

Die besten Fachhandwerker brauchen die besten Maschinen. Davon sind wir überzeugt – und haben mit der Pressgun 6 Plus und Pressgun Picco 6 Plus zwei neue Pressmaschinen entwickelt, die in jeder Hinsicht neue Maßstäbe setzen. In der Handhabung, der Ausdauer, der Flexibilität – und mit ihrer Intelligenz, die dank smarter Funktionen jeden Tag auf der Baustelle erleichtert und Sie mit allen relevanten Informationen versorgt.
Viega. Höchster Qualität verbunden.

Entdecken auch Sie die smarten Presswerkzeuge: **viega.de/SmartePressguns**



„Vertrauen zahlt sich aus"...

... und wird im Stahlverbund PHOENIX gelebt

Dass das für Claudio Kemper und Christopher Rüther keine bloßen Floskeln sind, wird im Gespräch mit den beiden NORDWEST-Geschäftsbereichsleitern Stahl schnell deutlich. Vielmehr ist es die Basis allen Handelns und ihr persönlicher Antrieb, um so die Handelspartner des Stahlverbunds weiter nach vorne zu bringen.

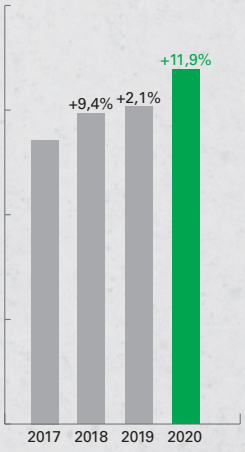
„Wir schätzen das Vertrauen, welches uns unsere Handels- und Lieferantenpartner entgegenbringen, sehr. Unsere Beziehungen sind von gegenseitigem Respekt geprägt, von einer Zusammenarbeit auf Augenhöhe. Das ist uns wichtig und nur so können wir gemeinsam erfolgreich agieren", erläutern die Geschäftsbereichsleiter ihre Maxime.

Dabei hat das vergangene Jahr allen Beteiligten viel abverlangt. Die Corona-Pandemie bestimmt das Tagesgeschäft seit langer Zeit erheblich. Persönliche Zusammenkünfte, wie zum Beispiel das alljährliche Stahltreffen, wurden gleich ganz abgesagt aus Sorge um die Gesundheit aller Anwesenden. Dennoch musste der Stahlverbund weiter arbeitsfähig bleiben und Entscheidungen getroffen werden. Persönliche Meetings, Produktkreissitzungen, Stahlbeiratssitzungen oder auch das Treffen der Silbergruppe wurden ins Virtuelle verlegt und über Videokonferenzen ausgetragen. „Es war und ist für uns alle wichtig, weiter in Kontakt zu stehen und uns auszutauschen. Auch wenn wir es schon jetzt kaum mehr abwarten können, unsere Handels- und Lieferantenpartner wieder von Angesicht zu Angesicht zu treffen. Der persönliche Faktor fehlt uns einfach allen", so die beiden Geschäftsbereichsleiter weiter.

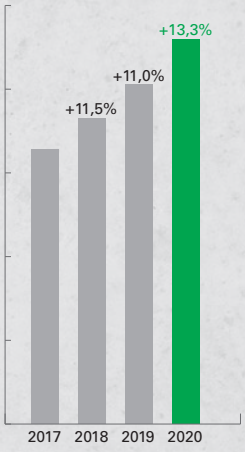
Aber nicht allein der Austausch untereinander musste kreativ verändert werden. Auch wirtschaftliche Konsequenzen erforderten Flexibilität: teilweise brachen stahlrelevante Absatzmärkte ein. Im vierten Quartal kam es dann, durch eine zuerst kaum wahrnehmbare Belebung der weltweiten Nachfrage und durch eine Verteuerung beim Vormaterial, zu stark steigenden Einkaufspreisen. „Eine seriöse Einschätzung für 2021 können wir nicht geben. Wir wissen aber, dass wir mit unserer gemeinschaftlichen Stärke im Stahlverbund ein Werkzeug an der Hand haben, um diesen herausfordernden Zeiten entsprechend zu begegnen."

Die erfolgreiche Zusammenarbeit spiegelt sich auch im Umsatz 2020 des Geschäftsbereiches wider, der im Vergleich zum Vorjahr

Tonnage Potentialprodukte

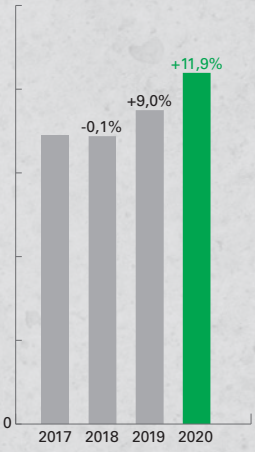


Tonnage Rohre



Tonnage Stabstahl

Tonnage Träger



um 6,3 Prozent gesteigert werden konnte, auf 1.303,3 Mio. Euro. „Darauf sind wir sehr stolz. Hier ist es an der Zeit, unseren Handelspartnern im Stahlverbund zu danken. Danke für Ihr Vertrauen und die gute Zusammenarbeit, auch in Krisenzeiten."

WEITERENTWICKLUNG DES STAHLVERBUNDS PHOENIX

Neben der erfolgreichen Entwicklung im deutschen Markt sollen auch auf europäischer Ebene Kontakte weiter vorangetrieben werden. Parallel arbeitet das Team um Claudio Kemper und Christopher Rüther kontinuierlich an verschiedenen Leistungsbausteinen im Stahlverbund. Und auch ein ausgewogenes Wachstum zwischen Bestands- und Neugeschäft hat Priorität, um die Zukunft aller Beteiligten zu sichern.

„Wir wollen nicht nur Heute auf die Herausforderungen des Marktes reagieren, sondern auch Morgen – und somit gleichzeitig ein attraktiver Partner für unsere Händler sein. Eins ist dabei gesetzt: Vertrauen wird einer der wichtigsten Bausteine bleiben", so die beiden Geschäftsbereichsleiter abschließend. | LD

STAHLVERBUND PHOENIX

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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

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

TeamFaktor NW GmbH

FactoringWerk – ein Erfahrungsbericht

Seit August 2020 bietet die TeamFaktor NW GmbH den NORDWEST-Handelspartnern mit FactoringWerk ein neues Produkt an. Dabei vermittelt der Fachhandelspartner die Factoring-Dienstleistung an seine Kunden, z.B. Handwerker. Die NORDWEST News hat mit Christian Mergenthaler, Geschäftsführer bei Eisen-Bärle in Bruchsal, gesprochen. Der Fachhandelspartner setzt seit dem vergangenen Jahr auf FactoringWerk.

NORDWEST News: Wie sind Sie auf FactoringWerk aufmerksam geworden?

Christian Mergenthaler: Wir sind bereits im Frühjahr 2020 hellhörig geworden, als NORDWEST erste Informationen kommuniziert hatte, das Thema Factoring auch für Kunden des Fachhandels anzubieten. Hintergrund ist, dass uns die Unterstützung unserer Handwerks-Kunden bei den Themen Forderungsmanagement und Liquidität schon lange ein Anliegen ist. Wir haben beispielsweise in den letzten Jahren regelmäßig gemeinsam mit Creditreform Kunden-Seminare für das Handwerk zum Thema Forderungsmanagement bei uns im Haus angeboten. Deshalb haben wir das Angebot sofort ab Marktreife Mitte letzten Jahres begleitet und potentiellen Kunden vorgestellt.

NORDWEST News: Welchen Nutzen sehen Sie in FactoringWerk?

Christian Mergenthaler: Zunächst sehen wir die Vermittlung des Factoring-Angebots als wichtigen Dienstleistungs-Baustein, mit dem man als Händler seine Kompetenzen im Sinne einer umfassenden Kundenbindung erheblich aufwerten kann. Ein weiterer positiver Effekt der Teilnahme unseres Kunden am Factoring-Verfahren ist natürlich die verbesserte Liquidität, von der wir als Lieferant profitieren können, in dem sich in Anspruch genommene Zahlungsziele verkürzen und getätigte Umsätze mit dem Kunden erhöhen.

NORDWEST News: Wie gestaltet sich die Vermarktung von FactoringWerk?

Christian Mergenthaler: Zum einen fehlt nach unserer Erfahrung vielen, gerade kleineren und mittleren Handwerksbetrieben, die Zeit bzw. personelle Kapazität für ein konsequentes Forderungsmanagement. Zum anderen genießt die Finanzdienstleistungsbranche bei vielen Handwerksbetrieben nicht gerade den Ruf, besonders kundenorientiert und unbürokratisch zu agieren. Wir als oft langjähriger Partner unserer Kunden werden da meist wesentlich vertrauenswürdiger wahrgenommen. Wenn wir also dem Kunden ein solches Angebot wie das von TeamFaktor mit all seinen Vorteilen vorstellen, hat unsere Empfehlung bezüglich einer Teilnahme an dem Verfahren oft mehr Gewicht, als dies bei der Beratung durch eine Bank der Fall wäre.

NORDWEST News: Wie viele Ihrer Kunden nutzen FactoringWerk derzeit?

Christian Mergenthaler: Seit Ende 2020 nehmen bisher zwei unserer Kunden aktiv an dem Verfahren teil. Wir sind zudem mit mehreren Interessenten in Kontakt und sind zuversichtlich, weitere Kunden für das Modell gewinnen zu können. Nach unserer Erfahrung bedarf es jedoch einer gewissen Vorlaufzeit, bis sich ein Kunde für eine aktive Teilnahme entscheidet. Im Handwerk, wo Factoring zwar grundsätzlich bekannt ist, bestehen jedoch anfangs meist gewisse Hemmungen, ein solch wesentliches Thema auszulagern. Bei vielen inhabergeführten Betrieben steht das handwerkliche Tagesgeschäft mit all seinen Herausforderungen im Mittelpunkt und es bleibt wenig Zeit, sich mit strategisch finanziellen Fragestellungen zu befassen.

NORDWEST News: Welche Vorarbeiten sind seitens des Fachhandelspartners und seitens des Kunden nötig?

Christian Mergenthaler: Die Umsetzung ist zunächst für den Fachhändler nicht besonders kompliziert. Natürlich müssen ent-

sprechende Informations-Unterlagen für den Kunden erstellt werden und die eigenen Mitarbeiter so geschult werden, dass sie dem Kunden das Thema sauber und professionell erklären können. Im nächsten Schritt sind passende Kunden zu identifizieren. Natürlich muss die benötigte Bonität gewährleistet sein und die Firmengröße zu den Voraussetzungen passen. Diese Einstufung wird für die meisten Fachhändler jedoch nicht schwierig sein, da man ja in der Regel über eine recht gute Kenntnis der Unternehmensstruktur des Kunden verfügt.

Was die konkrete Anbahnung des Vertrags betrifft, haben wir uns entschieden, diesen Prozess durch die Spezialisten von TeamFaktor abwickeln zu lassen. Unsere Erfahrungen haben gezeigt, dass interessierte Handwerks-Kunden recht schnell sehr konkrete Detailfragen zur Abwicklung stellen, die von den Factoring-Spezialisten auf direktem Wege beantwortet werden können. So behalten wir als Fachhändler auch weiterhin eine gewisse Neutralität gegenüber unseren Kunden und dringen nicht zu tief in das doch von vielen Kunden als sehr sensibel bewertetes Thema der Unternehmens-Liquidität ein. In diesem Fall stimmt sich der Kunde direkt mit dem jeweiligen Ansprechpartner von TeamFaktor ab und durchläuft den Vertragsabschluss- und Schulungsprozess ohne weiteren Input des Händlers.

NORDWEST News: Wie sieht die Kundenresonanz auf FactoringWerk aus?

Christian Mergenthaler: Viele Kunden sind interessiert und erfreut, dass wir als seriöser und langjähriger Partner ein solches Angebot vermitteln und quasi mit unserem Gütesiegel versehen können, während sie bei den zahlreichen Angeboten diverser unbekannter Finanzdienstleister etwas skeptischer sind. Dennoch sind einige Kunden weiterhin zurückhaltend und bevorzugen aus zum Teil emotionalen Gründen und dem Gefühl von Unabhängigkeit, aus grundsätzlichen Erwägungen „ihre Rechnungen weiterhin selbst in der Hand zu haben".

NORDWEST News: Können Sie etwas zum Abwicklungsprozess mit TeamFaktor sagen?

Christian Mergenthaler: Unsere bisher aktiven Kunden haben von einer sehr kompakten und reibungslosen Einführung des Factoring-Verfahrens in ihren Betrieben berichtet.

NORDWEST News: Die abschließende Frage: empfehlen Sie FactoringWerk weiter?

Christian Mergenthaler: Das Angebot ist auf jeden Fall weiterzuempfehlen, insbesondere, wenn sich der eigene Kundenkreis hauptsächlich aus kleineren und mittleren Handwerksbetrieben zusammensetzt. | Foto: G-Stock Studio/Shutterstock.com

Wie funktioniert FactoringWerk

Der Fachhandelspartner vermittelt die Factoring-Dienstleistung an seine Kunden, z.B. Handwerker. Der Handwerker tritt seine Forderungen mit Vertragsschluss an die TeamFaktor NW GmbH ab. Im Gegenzug erhält er von der TeamFaktor NW GmbH sofortige Liquidität in 100%iger Höhe des Rechnungsbetrages und eine 100%ige Absicherung gegen Zahlungsausfälle. Neben der Bonitätsprüfung, der Zahlungseingangskontrolle und dem Mahnwesen wird für den Handwerker auch der Versand der Rechnungen übernommen. FactoringWerk ist ein standardisiertes Produkt mit festen Konditionen in Form von All Inclusive-Gebühren und festen Aufnahmekriterien. Die gesamte Abwicklung des Factorings erfolgt über ein web-basiertes Portal, so dass aufwendige Papierprozesse der Vergangenheit angehören. Über das Portal hat der Kunde zudem immer die vollkommene Transparenz über seine Forderungen und kann z.B. eigenständig Korrekturen vornehmen oder auch neue Debitoren auf ihre Bonität prüfen.

Weitere Informationen erhalten Sie bei

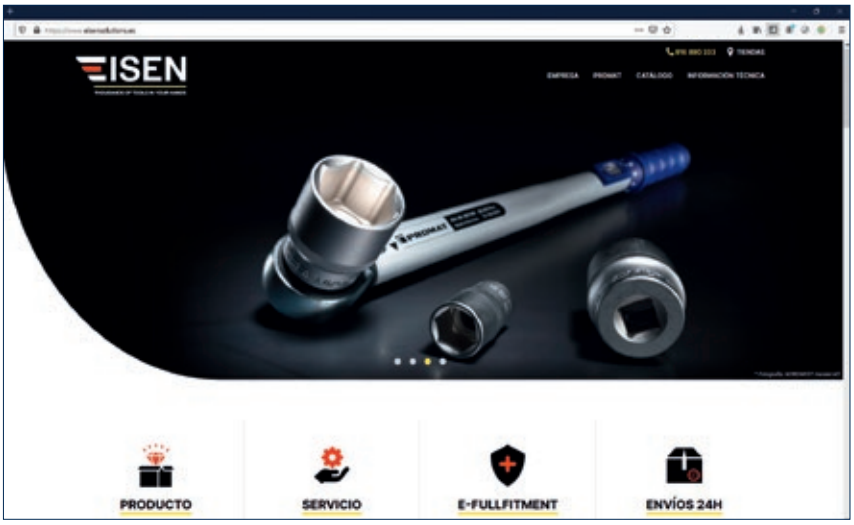
Jens Thöne
0231 – 2222 3401
thoene@teamfaktor-nw.com

Anne Bentler
0231 – 2222 3411
bentler@teamfaktor-nw.com

oder unter
www.factoringwerk.com

Engagement in Spanien

Comafe und NORDWEST arbeiten zusammen



NORDWEST erweitert sein Engagement in Europa und arbeitet seit Beginn des Jahres mit dem spanischen Handelsverband Comafe aus Madrid zusammen: ein klares Bekenntnis zur Unterstützung des Fachhandels über Landesgrenzen hinweg und zur europäischen Idee!

„Comafe suchte einen leistungsfähigen Partner, um über seine Händler verstärkt den industriellen Bereich bedienen zu können. Unser Engagement für unsere Fachhandelspartner und unsere Kommunikation auf Augenhöhe europaweit hat sie überzeugt", erläutert Volker Buschmeier, Bereichsleiter Europa.
Gemeinsam entwickelten beide Seiten ein zukunftsfähiges und erfolgversprechendes Konzept. Zu Jahresbeginn konnte die Kooperation starten. „Wir haben ein passendes Sortiment erstellt und stellen es Comafe zur Verfügung. Wichtig ist dabei die umgehende Verfügbarkeit der Ware, die wir sicherstellen können", ergänzt Stefan Thiel, Geschäftsbereichsleiter Bau & Europa. Comafe lagerte ein umfangreiches Sortiment zu Beginn der Zusammenarbeit in seinem Lager in Madrid ein. Die Händler werden damit innerhalb von 24 Stunden spanienweit beliefert. Zusätzlich zur Warenlieferung unterstützt NORDWEST das Comafe-Konzept namens „Eisen" mit einem Katalog, der in Dortmund produziert wurde und mehr als 27.000 Artikel beinhaltet. 7.500 gehören zur Exklusivmarke PROMAT, daneben finden sich regionale Hersteller wie auch international bekannte Lieferanten.

SPIRIT UND EINE KLARE VISION

„In der gesamten Vorbereitungsphase ließ sich immer wieder der besondere Spirit der spanischen Kollegen spüren, die eine neue Ära in ihrer Arbeit einleiten wollen", ergänzt Volker Buschmeier, „die Geschäftsführung hatte eine klare Vision vor Augen, die mit einem starken Invest, klarer Aufgabenteilung und Einhaltung aller Termine verwirklicht werden konnte." Comafe investierte in die unternehmenseigenen Strukturen, baute benötigtes Personal auf und modernisierte die eigene Logistik unter anderem mit einem vollautomatischen Kleinteilelager. „Das hat die gesamte Idee und Umsetzung des Konzepts extrem gefördert. Es ehrt uns sehr, dass wir daran teilhaben und das Konzept unterstützen dürfen", erklären Buschmeier und Thiel abschließend. | LD, Foto: Comafe

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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

„Wir sind sehr zufrieden mit dem erfolgreichen Start des Eisen-Projektes. Für uns ist diese Vertriebsvereinbarung zwischen NORDWEST und Comafe der Schlüssel für die Entwicklung der Marke PROMAT in Spanien und Portugal. Ein auf den Markt ausgerichtetes und innovatives Projekt, das sich durch sein breites Sortiment, den Omnichannel-Verkauf und den Kapazitäten für einen 24-Stunden-Lieferservice auf der gesamten iberischen Halbinsel auszeichnet.
Eisen ist mit einem sehr breiten Angebot mit mehr als 27.000 Referenzen von 200 führenden Marken gestartet, darunter mehr als 7.000 exklusive Produkte der Marke PROMAT, die sich durch ihre in Europa anerkannte Industriequalität auszeichnet."
ALFREDO DÍAZ MARTÍN,
GENERAL MANAGER VON COMAFE

PEDDINGHAUS
by LEBORGNE
Sicherheit an erster Stelle!
Schulter
Ellbogen
Handgelenk
• 40% weniger Vibration dank nanovib® Technologie
• Ergonomischer Griff
• Rutschfeste, breite Griffzone
• Magnetischer Nagelhalter
• Seitliche Schlagflächen
www.peddinghaus.de
SCAN ME

bedrunka+hirth
Workplace up to date – mehr Raum zum Arbeiten
ERGONOMIE AM ARBEITSPLATZ:
Der Erfolgsfaktor für eine
motivierte Belegschaft
Was Sie bei der Umsetzung beachten sollten und mit welchen Hebeln Sie etwas bewirken können,
erfahren Sie in einer persönlichen Beratung oder in unserer umfangreichen Ergonomie-Broschüre.

Im FachWerk-Flagshipstore gibt es genügend Platz für Beratungsgespräche.

Schon draußen macht Jörg Kluth auf FachWerk aufmerksam.

FachWerk

Flagship-Store öffnet seine Tore

Endlich ist es soweit: der FachWerk-Flagshipstore öffnet seine Tore. Auf rund 700 qm zeigt NORDWEST gemeinsam mit dem Handelspartner FachWerk Technischer Handel FGR GmbH die Vorteile des Systemkonzepts. Durch einen Umzug von FGR in eine größere Immobilie wurde beiden Parteien schnell klar: hier eröffnen sich neue Chancen und Möglichkeiten der Zusammenarbeit!

WAS IST FACHWERK?

Mit dem Systemkonzept FachWerk standardisiert der Verband Prozesse und übernimmt eine große Anzahl an Leistungen für die Handelspartner. Diese erhalten dadurch wiederum mehr Freiraum für ihr Tagesgeschäft, ihren Vertrieb und ihre Kunden und sind damit bereit für zukünftige Herausforderungen des Marktes. FachWerk bietet Unterstützung in den Bereichen Marketing/Vertrieb, Sortimente, Ladengestaltung und Dienstleistungen – immer mit dem Ziel, die Händler substanziell zu entlasten.

FACHWERK TECHNISCHER HANDEL FGR

Das Unternehmen ist seit rund einem Jahrhundert eine feste Größe in der Region. „Von seiner Struktur her ist FGR der perfekte Kandidat für FachWerk", erklärt Jan Wasem, NORDWEST-Bereichsleiter Vertriebskonzepte. Mit einem breit aufgestellten Warenprogramm decken Geschäftsführer Jörg Kluth und sein Team Zielgruppen in den Bereichen Industrie und Handwerk ab. Warum er sich für FachWerk entschieden hat? „Wir haben unseren Fokus lange Zeit hauptsächlich auf den Industriebereich gelegt – was auch mit einer schlechteren Erreichbarkeit unseres alten Standortes für Handwerkskunden zu tun hatte. Aber wir wollten uns weiterentwickeln, also auch in Richtung Handwerk, und unseren Service optimieren. FachWerk hat uns in diesem Kontext überzeugt. Ich bin sicher, dass es uns unterstützt, unsere Ziele zu erreichen." Die Kombination aus stationären und digitalen Elementen waren für Kluth starke Argumente für das Systemkonzept. Und auch die Professionalisierung durch die NORDWEST-Zentrale hebt er ▶

Kein Aprilscherz: Seit dem 1. April 2021 ist auch die Tools Agentur für Qualitätswerkzeug aus Neukirchen-Vluyn neuer FachWerker. Wir berichten in der kommenden Ausgabe!

Der Eingangsbereich ist einladend und großzügig.

FachWerk
TECHNISCHER HANDEL FGR
WIR
MACHEN'S
EINFACH.
WILLKOMMEN
SNOOPEN &
ENTDECKEN
Hier mehr erfahren
über FachWerk!
FachWerk
TECHNISCHER HANDEL FGR

Am Eingang präsentiert sich die Click & Collect-Abholbox.

hervor: „Viele Aufgaben, wie zum Beispiel das Datenmanagement, binden sehr viel Zeit, die im Vertrieb fehlt. Jetzt haben wir aber die für uns passende Lösung gefunden. Und ich kann es nur jedem Händler-Kollegen empfehlen, sich mit dem Systemkonzept auseinanderzusetzen. Denn man kann nur gewinnen."

Mitte des letzten Jahres hatte Jörg Kluth erstmals seinen potentiellen neuen Standort besichtigt. Danach ging alles ganz schnell. Nach Vertragsunterschrift für das FachWerk-Konzept starteten POS-Planung und Umbau, organisiert von NORDWEST. Auch die Sortimentsplanung erfolgte parallel. „Wir konnten jederzeit unsere Wünsche und Anforderungen in die Planung einbringen und somit auch die für uns spezifischen Kundenanforderungen umsetzen." Mit dem Umzug an den neuen, größeren Standort wurden Sortimentserweiterungen und weitere verschiedene Highlights erst möglich.

HIGHLIGHTS SORGEN FÜR BESONDERES VERKAUFSERLEBNIS

123 Regalmeter sind auf 350 qm Verkaufsfläche verbaut, 700 qm hat der neue Standort insgesamt. Auch Arbeitsbekleidung kann anprobiert werden. Und mit dem Maschinen- und Werkzeugtestzentrum lassen sich direkt vor Ort verschiedene Produkte testen: rund 200 Elektrowerkzeugmodelle insgesamt, die Vielfalt ist groß. Dazu stehen verschiedene Materialien wie Stein, Metall oder Holz zur Verfügung, um den jeweiligen Test authentisch durchzuführen.

Jörg Kluth setzt an seinem FachWerk-POS auch voll auf digitale Möglichkeiten. Im Empfangsbereich findet sich ein wichtiges Element des Systemkonzepts: ein zentral positionierter Monitor, der aktuelle Angebote und Neuigkeiten präsentiert, zentral bespielt vom Verband. An einer anderen Stelle im Laden findet sich der digitale Touchpoint. Auf dessen Monitor können Kunden bequem und schnell Produktinformationen, Serviceleistungen und Wissenswertes abrufen, gerne auch gemeinsam mit dem Verkaufsberater.

Ein weiteres neues Highlight ist die Click & Collect-Abholbox. Das System funktioniert analog der Paketstationen großer Logistikunternehmen. Kunden holen hier rund um die Uhr, sieben Tage die Woche bestellte Ware ab. Was ebenfalls mit der Box möglich ist, ist der erweiterte Reparatur-Service. Kunden, deren Werkzeug defekt ist, geben es bei Bedarf ebenfalls zu jeder Tages- und Nachtzeit in die Box. Sie erhalten dann schnellstmöglich einen

Ein detaillierter Einblick im Rendering vor der Umsetzung vor Ort.

Kostenvoranschlag. „Dieses System ergänzt unseren bisherigen Reparatur-Service perfekt und gibt es rund um Hagen so noch nicht. Dadurch, dass wir die Reparaturen mit unseren Profis im Haus selbst durchführen, spart der Kunde zudem Zeit, da sein Werkzeug nicht erst eingeschickt werden muss", berichtet Geschäftsführer Kluth.

FUNKTION DES FLAGSHIPSTORES

Der Flagshipstore in Hagen bietet in Zusammenarbeit mit NORDWEST verschiedene Möglichkeiten. „Hier können wir allen Interessenten, die NORDWEST in Dortmund besuchen, auf kurzem Wege einen Handelspartner im FachWerk-Livebetrieb zeigen. Zudem lassen sich sämtliche aktuelle und auch zukünftige FachWerk-Leistungen im Flagshipstore testen und umsetzen", so Jan Wasem, der das Konzept mitentwickelt hat. Und Jörg Kluth ergänzt: „Die Handelspartner sind bei mir herzlich willkommen, sich die Umsetzung des Konzepts anzusehen. Ich stehe gerne jederzeit für Gespräche bereit."

ERÖFFNUNGSFEIER CORONA-BEDINGT VERSCHOBEN

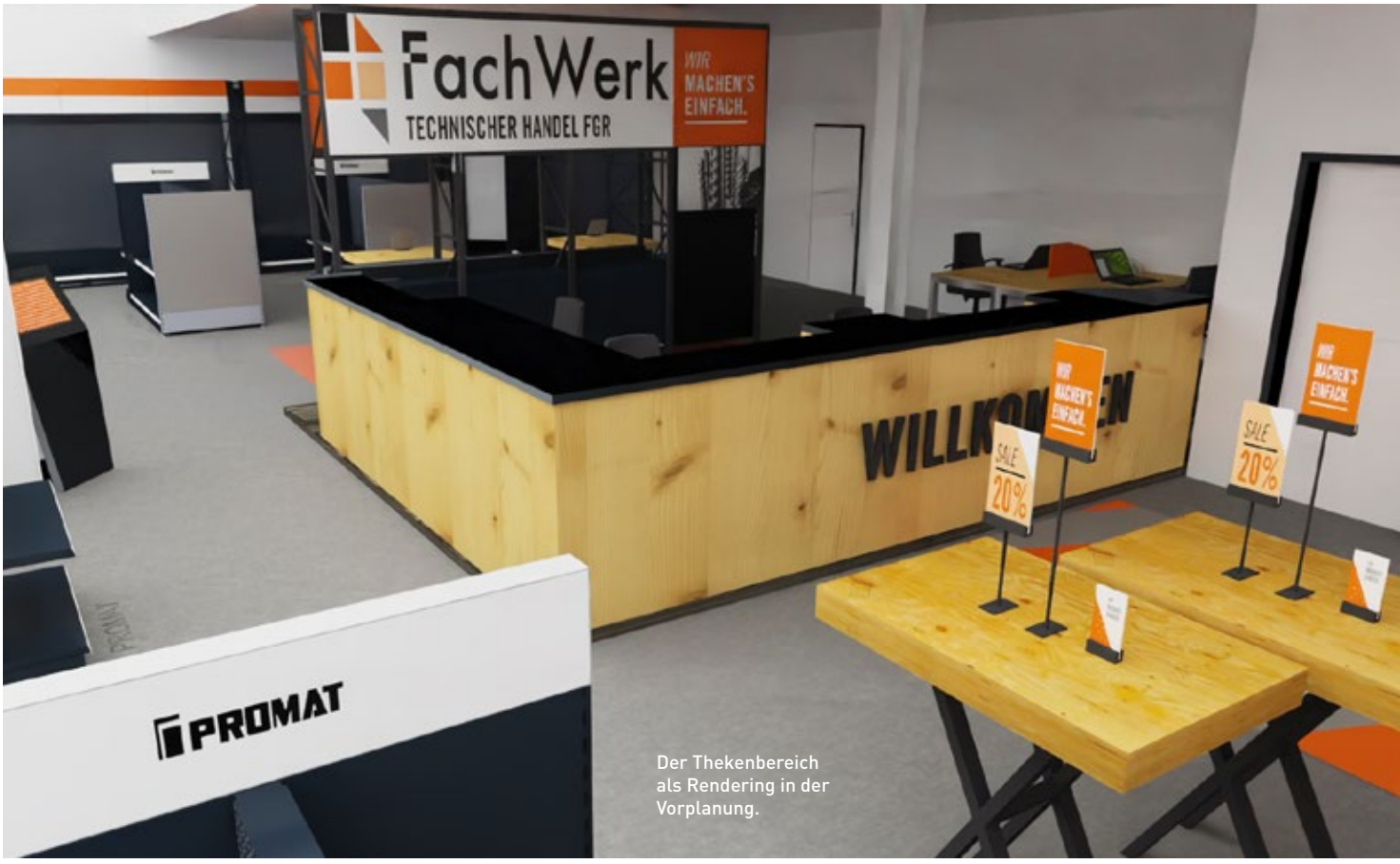
Eigentlich wollte Jörg Kluth gemeinsam mit seinem Team bereits Eröffnung feiern. Doch die steigenden Corona-Zahlen machten FGR einen Strich durch die Rechnung. „Das ist wirklich sehr bedauerlich. Wir hatten tolle Aktionen geplant und ein starkes Hygiene-Konzept ausgearbeitet. Aber: safety first! Wir holen unsere Eröffnungsfeier nach, sobald es die Umstände wieder zulassen", so der FGR-Geschäftsführer abschließend. | LD

FachWerk goes social! Seit 11. März ist FachWerk auf Instagram und Facebook präsent. Unter @dein.fachwerk erhalten die User der sozialen Netzwerke regelmäßige Einblicke in die Welt der Fach-Werker. Seien Sie dabei und klicken Sie rein – wir freuen uns auf Sie!

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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

Jan Wasem
0231 – 2222 4720
j.wasem@nordwest.com



Der Thekenbereich als Rendering in der Vorplanung.

ACCENTA
Sound & Signage Solutions

Neuer Service

Instore-Music und -TV für die Kundenkommunikation

Ab sofort können alle NORDWEST-Handelspartner den Service für Instore-Music und -TV nutzen. NORDWEST bietet gemeinsam mit Accenta Music & P.O.S. GmbH, einem Spezialisten für audiovisuelle Erlebniswelten, diese Leistung an.

Ob Multi-Room-Beschallung, digitale Menü-Boards, Infosysteme auf Monitoren (In- und Outdoor) oder Touchscreens – Accenta unterstützt die Handelspartner bei der perfekten Inszenierung ihrer Angebote und Leistungen. Abgerundet wird das Leistungspaket durch intelligente und intuitiv bedienbare Software-Lösungen für Content-Pflege.

MULTIMEDIALE MÖGLICHKEITEN

Accenta konzipiert nach Auftragsvergabe gemeinsam mit dem Handelspartner ein für ihn maßgeschneidertes Soundpaket inklusive der passenden Technik. Die Musik ist Gema-frei und umfasst verschiedene Genres, so dass nicht nur für jedes Budget, sondern auch für jeden Geschmack etwas Passendes dabei ist.

Und auch im Bereich Instore-TV bietet das Unternehmen den Handelspartnern Lösungen an. Bild-, Text- und Videomaterial wird dabei über ein spezialisiertes Content-Management-System auf Monitore im Verkaufsraum übertragen und sorgt somit für ein multimediales Einkaufserlebnis. Das so genannte digital signage ist eine besonders aufmerksamkeitsfördernde Art, wie der Handelspartner an seine Kunden kommunizieren kann. | LD

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Britt Raphael
0231 – 2222 4715
b.raphael@nordwest.com

Soziale Distanzierungs-und Hygieneprodukte

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

Bleiben Sie gesund & Stay safe!

EIN SCHRITT NACH VORNE

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

40 JAHRE
EIN SCHRITT NACH VORNE
1979 - 2019

COBA europe

„Verbände ohne marktgerechtes Leistungsportfolio werden schätzungsweise kurz- oder mittelfristig vom Markt verschwinden, weil sich die meisten nahezu ausschließlich über monetäre Vorteile definieren."
THORSTEN STIEFKEN,
HAUPTBEREICHSLEITER VERTRIEB

Leistungen haben überzeugt

Sechs neue Handelspartner arbeiten mit NORDWEST zusammen

Proaktiv meldeten sich zwei Händler einer kleinen Gruppierung im vergangenen Jahr beim NORDWEST-Vertrieb, um sich ergebnisoffen über eine Zusammenarbeit zu informieren. Am Ende wechselten insgesamt sechs Fachhändler mit den Schwerpunkten Schweißen sowie Arbeitsschutz zu NORDWEST. Auch ein weiterer Handelspartner mit dem Schwerpunkt Beschlag, ohne bisherige Verbandszugehörigkeit, kam zu NORDWEST. Die vielfältigen Leistungen, die über reine Konditionsvereinbarungen und Warenbeschaffung hinausgehen, haben die neuen Handelspartner überzeugt.

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Thorsten Stiefken
0231 – 2222 4702
t.stiefken@nordwest.com

Frank Rohaus
0231 – 2222 4702
f.rohaus@nordwest.com

„Ein Wechsel zwischen zwei Verbandssystemen ist sicherlich nicht allzu leicht. Aber wir gehen verantwortungsbewusst mit dieser Aufgabe um und sind unseren bestehenden und unseren neuen Handelspartnern ein verlässlicher Sparringspartner", erläutert Frank Rohaus, verantwortlich für Akquisition bei NORDWEST. Er war von Anfang an in die Verhandlungen der Neuaufnahme involviert und hat den gesamten Prozess begleitet.

„Als Frank Rohaus erstmalig angerufen und uns NORDWEST vorgestellt hatte, haben wir uns intensiv mit den neuen Möglichkeiten auseinandergesetzt und letztlich dieses Gespräch als Initialzündung für eine positive Veränderung genutzt. Natürlich war die erste Zeit nach dem Wechsel von unserem bisherigen Verband zu NORDWEST hinsichtlich der administrativen Veränderungen herausfordernder. Man muss sich schließlich erst in das neue System einfinden und die Ansprechpartner kennenlernen.
Aber die Vorteile überwiegen ganz klar! Der neue Verband bietet uns wesentlich mehr Möglichkeiten, insbesondere vor dem Hintergrund, weiter wachsen zu wollen. Mit den professionellen Katalogwerken und dem vielseitigen Lieferantenpool können wir ganz anders bei unseren Kunden auftreten. Die Digitalisierungsmöglichkeiten seitens NORDWEST sind uns ebenfalls eine große Unterstützung, so dass wir auch das Thema der Warenausgabeautomaten, eVEND, erstmalig in Angriff nehmen werden. Das ist gerade für einen solch kleinen Betrieb, wie dem unseren, ein großer Vorteil. Wir freuen uns auf die nächsten Schritte in unserer neuen Partnerschaft und sind uns sicher, die richtige Entscheidung getroffen zu haben."
STEFAN MAYER, GESCHÄFTSFÜHRER HMB SCHWEISSTECHNIK GMBH, SAALDORF-SURHEIM

So sind zum Beispiel Meilensteine in der eigenen Unternehmenshistorie Anlässe, um sich mit Veränderungen auseinander zu setzen und weitere Planungen anzustoßen. Wenn durchdachte Konzepte und Lösungen mit einer stimmigen Chemie einhergehen, ist das eine Win-Win-Situation für alle.

„Mein Unternehmen ist seit zehn Jahren am Markt – ein guter Zeitpunkt, den bisherigen Werdegang Revue passieren zu lassen, aber auch die Zukunft zu planen. Mein Unternehmen soll sich weiterentwickeln, ich möchte es nach vorne bringen, sei es beim Thema Produktvielfalt oder in der Digitalisierung. Bisher habe ich voll auf Schweißtechnik gesetzt, nun ist es Zeit zu wachsen und den Kunden weitere Möglichkeiten im Bereich Werkzeugtechnik zu bieten, also das Produktportfolio zu erweitern. Das war in den Strukturen, in denen mein Unternehmen vorher gebunden war, nicht so umsetzbar wie ich mir das vorgestellt hatte. Jetzt können wir aber auf ein vielschichtiges und großes Lieferantenportfolio zugreifen, zudem sind die Waren über das NORDWEST-Zentrallager extrem schnell verfügbar. Bis zum Wechsel zu NORDWEST hatte ich mir verschiedene Möglichkeiten angesehen, aber das Gesamtkonzept der Dortmunder passte einfach perfekt, so dass ich gar nicht mehr lang darüber nachdenken musste. Zusätzlich ist mir auch eine stimmige Chemie zwischen allen Beteiligten wichtig – hier hat es ebenfalls sofort gepasst. Vielen Dank in dem Rahmen auch an Sebastian Hilge (NORDWEST-Bereich Schweißtechnik), der uns gut unterstützt hat."
**CHRISTIAN SCHÜTZE, GESCHÄFTSFÜHRER
SR SCHWEISSTECHNIK GMBH, GANDERKESEE**

Insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen zahlt sich die Partnerschaft mit einem Verband, der seine Fachhandelspartner auf Augenhöhe behandelt und ihnen wichtige Arbeit abnimmt, aus. Denn damit erhält das Unternehmen mehr Freiraum für sein Tagesgeschäft und wichtige Zeit für seinen Kunden.

„Wir waren bis dato ohne Verbandsanbindung im Markt unterwegs und kamen hinsichtlich der Beschaffungsquellen und Regulierung gut zurecht. Aber Aspekte wie Kataloge, Produktdaten oder ein Warenbezug innerhalb von 24 Stunden über das Zentrallager fehlten uns im Portfolio und wurden mit der Zeit immer wichtiger. Denn insbesondere die Datenpflege oder die Katalogerstellung lassen sich mit einer solch kleinen Mannschaft von sieben Vollzeitkräften kostentechnisch und vom Arbeitsaufwand her nicht umsetzen, sind aber im Nutzen Gold wert. Die Kataloge sehen unsere Kunden als sinnvolle Nachschlagewerke, mit denen sie einen guten Überblick bekommen, welche Artikel sie über uns beziehen können. In der mittelfristigen Planung möchten wir den eSHOP einsetzen, denn ein Online-Shop wird definitiv von unseren Kunden nachgefragt.
All diese Maßnahmen werden uns helfen, weitere Märkte zu besetzen. Und ich bin fest davon überzeugt, dass die Partnerschaft mit NORDWEST gut zu uns passt und beide Seiten Positives für sich mitnehmen können."
**MARTIN SPINDLER, GESCHÄFTSFÜHRER
MBB HENSCH + SPINDLER GMBH, GÖPPINGEN**

Bei NORDWEST freut man sich auf die Zusammenarbeit mit den Neuzugängen, in Summe stießen 2020 81 neue Fachhandelspartner hinzu. „Wir danken den Handelspartnern für das in uns gesetzte Vertrauen. Jetzt werden wir uns gemeinsam an die Marktbearbeitung machen und bestmöglich unterstützen", so Frank Rohaus abschließend. | LD, Foto: KenDrysdale/Shutterstock.com

NORDWEST-Logistik

Entwicklung der Logistik von morgen

2019 ist der Startschuss für ein neues NORDWEST-Zentrallager gefallen. Seitdem arbeitet ein Projektteam aus internen und externen Fachleuten an der Entwicklung der NORDWEST-Logistik von morgen.

In den vergangenen 15 Jahren hat sich der Lagerumsatz von 51 Millionen Euro auf 150 Millionen Euro gesteigert – und schon jetzt ist klar: dieser Trend wird anhalten. „Die Kapazitätsgrenze unseres Zentrallagers in Gießen ist absehbar. Kleinlosigere Auftragsstrukturen und ein ungebrochener Trend zur Endkundenbelieferung erfordern neue Strukturen, um unseren Fachhandelspartnern auch zukünftig eine „State of the art"-Logistik anbieten und weiterhin flexibel auf Marktforderungen reagieren zu können", erläutert Bastian Wolfgarten, Hauptbereichsleiter Logistik.

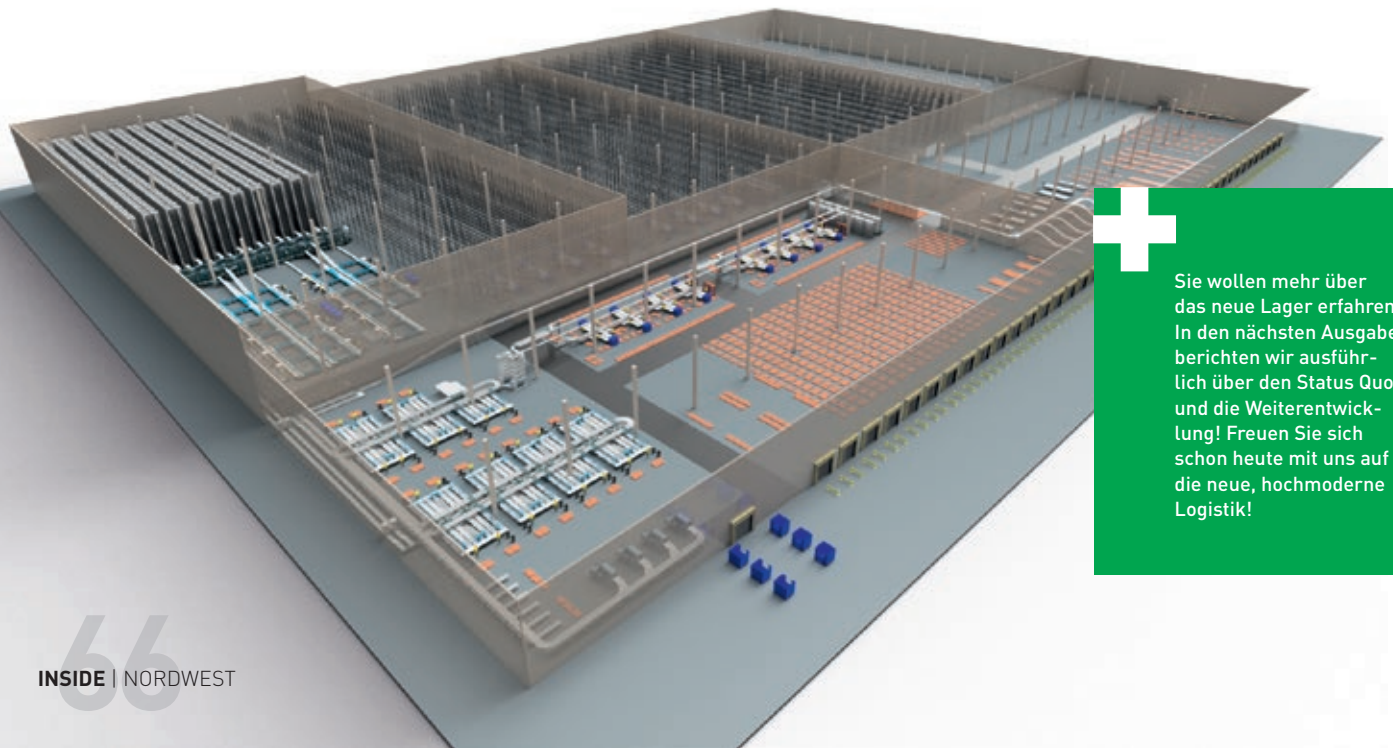
Mit der Realisierung des neuen Logistikzentrums werden weitere Vorteile für die Handelspartner generiert:

+ optimierte logistische Prozesse sorgen für eine schnelle und hoch effiziente Abwicklung kleinteiliger Versandstrukturen
+ Verlängerung der Bestellzeiten bei taggleichem Versand und Auswahl zwischen verschiedenen Paketdienstleistern
+ Steigerung der Verpackungs- und Versandqualität
+ Reduzierung der Fehlerquote durch vollständig digitalisierte Prozesse und einen höheren Automatisierungsgrad
+ individuelle Value-Added-Services (Möglichkeit, individuelle Wünsche flexibel umzusetzen)
+ Ausbau der kundenindividuellen Logistik als umfassende Logistiklösung für die Handelspartner
+ Tracking und Tracing nach den modernsten Standards

2023 soll es schon so weit sein und das neue Lager eröffnet werden. Die Planungen stehen kurz vor dem Abschluss. | LD

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Bastian Wolfgarten
0231 – 2222 4581
b.wolfgarten@nordwest.com



Sie wollen mehr über das neue Lager erfahren? In den nächsten Ausgaben berichten wir ausführlich über den Status Quo und die Weiterentwicklung! Freuen Sie sich schon heute mit uns auf die neue, hochmoderne Logistik!

NEW STYLE

TREKSTAR XP

THE NEW WORK EXPERIENCE

COA.TEX® MEMBRANES

COA.TEX® MEMBRAN
Wind- und wasserabweisend, atmungsaktiv

QUICK LOCK LACING SYSTEM

QUICK LOCK
Schnellschnürsystem

GELENKSTABILISIERUNG
in Carbon-Optik

XTS

XTS-SOHLE
trittsicher

Die TREKSTAR XP Serie - Schuhe für den härtesten Arbeitsalltag:

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

COA.TEX® MEMBRANES · evercushion · XTS

S3 · METAL FREE · FIBER · 300°C · SRC · ESD · FAP FLEXIBLE ANTI-PENETRATION

albatros® MADE TO PROTECT

albatros-work.de

Digitalisierung

WIR PACKEN ES AN!

Von DATACONNECT über EDI-Self-Service bis zum eSHOP

„Digitalisierung geht nicht auf Knopfdruck, ist aber eine gut lösbare Herausforderung!“

Die digitale Anbindung der Fachhandelspartner zu all ihren Geschäftspartnern – das ist das Herzensthema, das Hauptbereichsleiter IT & E-Business Martin Reinke an- und umtreibt. Seit fünf Jahren forciert er die Digitalisierung bei NORDWEST, im Sinne des Handels und der Industrie. Seine Aufgabe: mit praxisnahen, digitalen Lösungen und Konzepten die Handelspartner zu unterstützen. Die NORDWEST News traf Martin Reinke zum Interview über den Status Quo in der Digitalisierung.

NORDWEST News: Herr Reinke, was ist aus Ihrer Sicht das Digitalisierungsthema mit der derzeit höchsten Priorität?

Martin Reinke: Das wichtigste Thema innerhalb der Digitalisierung ist die elektronische Anbindung der Handwerker- und Industriekunden für den digitalen Vertrieb. Denn auch über verschiedene, elektronische Plattformen wird Umsatz generiert. Und auch wenn es schon x-mal Thema war: Jeder muss sich dieser Entwicklung stellen. Denn das vergangene Jahr hat gezeigt, dass kein Weg mehr an der Digitalisierung vorbeiführt.
Ebenfalls wichtig ist zudem die Optimierung interner Prozesse, etwa durch die Nutzung einer EDI-Anbindung. Dadurch verbesserte Geschäftsprozesse sparen Zeit und Geld und sind deshalb unverzichtbar.

NORDWEST News: Ganz suggestiv gefragt: Was passiert, wenn man sich nicht vollumfänglich auf die Digitalisierung einlässt?

Martin Reinke: Bietet man seinen Kunden keine adäquate, elektronische Lösung wird er im worst case zum Wettbewerb abwandern, das gilt es zu verhindern. Wichtig ist, sich mit den Themen auseinander zu setzen und auch darauf zu achten, was die eigenen Kunden aus den verschiedenen Branchen wünschen. Digitalisierung geht zwar nicht auf Knopfdruck, ist aber eine gut lösbare Herausforderung. Und dabei unterstützen wir gern.

NORDWEST News: Welchen Rat geben Sie unseren Handelspartnern?

Martin Reinke: Nutzen Sie uns! Wagen Sie sich an die Digitalisierung, Sie können nur gewinnen! Der Handelspartner muss seinen Kunden Nutzen stiften, deswegen raten wir, alle Prozesse auf den Prüfstand zu stellen und zu optimieren. Das ist auch einer der Gründe, warum wir den ERP-Check-Up eingeführt haben: um Potentiale zu wecken und Vorteile für den Fachhandelspartner zu generieren.

NORDWEST News: Welche Themen möchten Sie in diesem Jahr mit Ihrem Team vorantreiben?

Martin Reinke: Die wesentlichen Erfolgstreiber, bei denen wir unsere Handelspartner unterstützen werden, sind folgende:

+ verstärkter Auf- und Ausbau der digitalen Anbindung der Kunden an den eSHOP des Fachhandelspartners, zur Stärkung des digitalen Vertriebs
+ Bereitstellung veredelter Artikeldaten für den digitalen Vertrieb
+ Verschlankung und Automatisierung der Bestellprozesse der Fachhandelspartner in der Zentralregulierung
+ Übernahme der Organisation der Einrichtung der erforderlichen EDI-Schnittstellen zu den Verkaufsplattformen der Fachhandelspartner

Die Seminarreihe „Fit für den digitalen Handel“ finden Sie im N.I.S. unter Services / IT-Dienstleistungen / DIGI-Stammtisch.

+ Schaffen der Voraussetzungen zur Einrichtung einer automatischen Bestellanlage als auch die automatisierte Weiterverarbeitung von Auftragsbestätigungen der Lieferanten im ERP-System des Fachhandelspartners

Wir haben uns einiges vorgenommen, um unsere Handelspartner effektiv zu unterstützen und ich bin zuversichtlich, dass wir die bestehenden Herausforderungen gemeinsam lösen können. Unsere starke Investition in Fachkräfte hilft dabei immens, diese Themen zu forcieren und unserem Handelspartner die Unterstützung zukommen zu lassen, die er braucht.
Neue Instrumente wie der ERP-Check-Up, der EDI-Self-Service im EDI-Clearing, NW365.DATACONNECT sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung des eSHOP sind dabei unsere Top-Maßnahmen zur Unterstützung unserer Handelspartner. Die Online-Schulungen aus dem vergangenen Jahr und unsere neu eingeführten DIGI-Stammtische sind zudem ein wichtiges Medium, um Wissen zu vermitteln. | LD, Foto: BAIVECTOR/Shutterstock.com

Info

Weitere Informationen zum ERP-Check-Up, EDI-Clearing mit EDI-Self-Service und den digitalen Stammtischen lesen Sie auf den nachfolgenden Seiten.

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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

Digitalisierung

WIR PACKEN ES AN!

Was ist EDI?

Beim EDI wird die gesamte Prozesskette, angefangen von der Bestellung, über die Auftragsbestätigung und das Lieferavis bis hin zur Rechnung, elektronisch abgewickelt. Über dieses werden die elektronischen Geschäftsdokumente geliefert und zwar in beide Richtungen: Vom Handelspartner zum Lieferanten und wieder den gleichen Weg zurück. Der Vorteil: die Prozesse werden beschleunigt und Medienbrüche beispielsweise durch Fehler bei der manuellen Eingabe entfallen.

EDI-Clearing

Neuer Self-Service nutzt Handels- und Lieferantenpartnern!

Pilotphase: Mit dem neuen EDI-Self-Service im EDI-Clearing werden Handelspartner und Lieferant zukünftig in direktem Austausch elektronische Bestellprozesse abwickeln – ohne Zeitverzug!

NORDWEST hatte dazu in diesem Jahr seine Lagerlieferanten angeschrieben und sie motiviert, die Bestellprozesse mit NORDWEST über EDI abzuwickeln. „Wenn die Prozesse zwischen Lieferant und Verband gut funktionieren, werden sie es auch zwischen Lieferant und Handelspartner", so Martin Reinke, Hauptbereichsleiter IT & E-Business. Sind also beide Parteien, Handelspartner wie auch Hersteller, per EDI mit NORDWEST angebunden, werden die Prozesse beider Parteien im Hintergrund miteinander so verknüpft, dass der Datenaustausch auf direktem Wege erfolgt.

Der Self-Service ist über das Menü Service im N.I.S. erreichbar. Hier sieht der Handelspartner alle Lieferanten, bei denen er einkauft und die bereits per EDI an NORDWEST angebunden sind, auf einen Blick. Für seine gewünschten EDI-Anbindung kann er im Menü direkt eine Anfrage zur elektronischen Bestellabwicklung an den ausgewählten Lieferantenpartner stellen.

Die gesamte Kommunikation in diesem Rahmen erfolgt ebenfalls im N.I.S., angefangen von der Beantragung der Anbindung bis hin zum Live-Gang durch die Freigabe des Lieferanten.

DER DIGITALISIERUNGSKREIS SCHLIESST SICH

Die unterschiedlichen Bestellschritte lassen sich, je nachdem welche der Lieferant unterstützt, elektronisch abbilden: Bestellungen (ORDERS), Auftragsbestätigung (ORDSRSP) oder Lieferavis (DESADV), sind über den Self-Service realisier- und einsehbar. „Die Handelspartner bekommen über den Menüpunkt Nachrichten-Status Einblick in den realen Datenaustausch der EDI-Prozessdaten. Sie erhalten damit eine Transparenz über den Ein- bzw. Ausgang der elektronisch übermittelten Daten eines Bestellvorgangs zwischen Fachhandelspartner zum Lieferanten – und das für jeden Geschäftstag. Das ist ein absolutes Novum", so Reinke weiter. Voraussetzung für die reibungslose Abwicklung ist dabei die Fähigkeit der Warenwirtschaft des Fachhandelspartners, die Prozesse abbilden zu können. Zudem benötigt er als saubere Bestellgrundlage gepflegte Artikeldaten, die er wiederum über NW365.DATACONNECT erhält. „Damit schließt sich der Kreis zu einer vollautomatisierten Bestellung, von der Handels- wie auch Lieferantenpartner profitieren!"

DER VERBAND ALS MULTIPLIKATOR

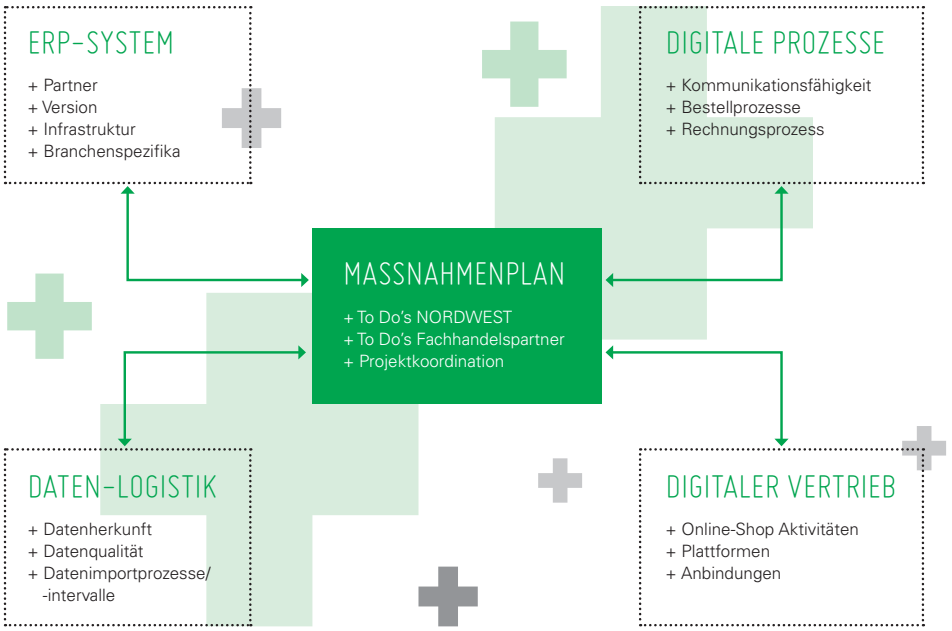
NORDWEST bietet allen beteiligten Geschäftspartnern mit jeweils einer bestehenden EDI-Anbindung die Möglichkeit, sein individuelles EDI-Netzwerk zwischen allen Beteiligten zu spinnen. Das Onboarding möglicher weiterer Lieferanten und Handelspartner ist eines der Fokus-Themen im Rahmen der Digitalisierung für 2021.

„Wenn man es so betrachtet, arbeiten wir wie eine EDI-Partnerbörse zwischen Handels- und Lieferantenpartner", erklärt der Hauptbereichsleiter mit einem Schmunzeln, „eine Partnerbörse, bei der Handelspartner und Lieferanten immens viel Zeit und Kosten einsparen."

Der ERP-Check-Up (siehe rechte Seite) hilft auf Händlerseite dabei herauszufinden, welche Rahmenbedingungen der Handelspartner mit seinen Systemen mitbringt und welche Voraussetzungen noch geschaffen werden müssen, damit er ebenfalls am Self-Service teilnehmen kann. | LD, Foto: BAIVECTOR/Shutterstock.com

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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



Vier Punkte ergeben einen starken Maßnahmenplan.

ERP-Check-Up leicht gemacht!

Schlanke digitale Prozesse wichtiger denn je

NORDWEST unterstützt seine Fachhandelspartner, die ihre digitale Strategie auf den Prüfstand stellen möchten, ab sofort mit einem ERP-Check-Up. Denn digitale Prozesse in Richtung des eigenen ERP-Systems und zu Partnern sind die Basis aller digitalen Aktivitäten: Prozessoptimierung und -Automatisierung lauten hier die Stichwörter. Denn dadurch erhält der Fachhandelspartner Freiraum, den er für seinen Vertrieb nutzen kann. Zudem sind auch der Geschwindigkeitsgewinn wie auch die Kostenersparnis durch schlanke Prozesse ernstzunehmende Aspekte.

Christian Blicke, Teamleiter E-Business-Beratung, hat den Check-Up gemeinsam mit seinem Team entwickelt. Seit Jahresbeginn kommt der detaillierte Fragebogen inkl. Maßnahmenplan zum Einsatz. Er gibt Aufschluss darüber, welches Optimierungspotential sich in der unternehmenseigenen Digitalisierungsstrategie noch bietet.
Das Team der E-Business-Beratung erarbeitet gemeinsam mit dem Fachhandelspartner die verschiedenen Punkte der Checkliste. Ist das Corona-bedingt vorerst nur telefonisch oder über Videokonferenzen erfolgt, soll es auch in naher Zukunft wieder vor Ort möglich sein.

VIER PUNKTE ERGEBEN KRAFTVOLLEN MASSNAHMENPLAN

Aber welche Aspekte prüft der ERP-Check-Up genau ab? Vier Themenblöcke ergeben den Maßnahmenplan mit To Do's für alle Beteiligten und einer Zielsetzung, die letztlich auf die Prozessoptimierung des Handelspartners und den digitalen Vertrieb – also die Anbindung seiner Kunden – einzahlt.

+ ERP-System (Partner, Version, Infrastruktur, Branchenspezifika)
+ Digitale Prozesse (Kommunikationsfähigkeit des Systems, Bestellprozesse, Rechnungsprozess)
+ Daten-Logistik (Datenherkunft, Datenqualität, Datenimportprozesse/-intervalle)
+ Digitaler Vertrieb (Online-Shop-Aktivitäten, Plattformen, Anbindung von Handwerker- und Industriekunden)

Die einzelnen Aspekte werden im Gespräch ausführlich erörtert, so dass kein Thema im Bereich ERP-Anbindung zu kurz kommt. Der Handelspartner profitiert durch einen auf ihn individuell zugeschnittenen Maßnahmenplan, der gemeinsam mit NORDWEST umgesetzt wird.

„Wir lassen unsere Handelspartner mit diesem komplexen Thema nicht allein", hebt Teamleiter Blicke hervor, „vielmehr wollen wir den Prozess engmaschig begleiten und nehmen auch gerne den Kontakt zum Systemhaus des Händlers auf, um dem Fachhandelspartner eine Entscheidungsgrundlage für die erforderlichen Aktivitäten an die Hand geben zu können. Dieses Zusammenspiel nützt am Ende unseren Händlern und wird sie für die Zukunft stärken." | LD

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Christian Blicke
0231 – 2222 5220
c.blicke@nordwest.com

Digitalisierung

WIR PACKEN ES AN!

Philipp Krause (l.) und Christian Schuster (r.) steuern die Veranstaltungen vom Regie-Pult aus.

Corinna Wiesner und Christian Blicke sind die Gastgeber des DIGI-Stammtisches, natürlich Corona-konform durchgeführt.

Neue virtuelle Veranstaltungsreihe

DIGI-Stammtisch bringt regelmäßigen Digitalisierungsinput

Am 19. März war es soweit: die Auftaktveranstaltung der neuen DIGI-Stammtischreihe wurde live aus dem NORDWEST-Studio gestreamt und über Gotowebinar den Handelspartnern zur Verfügung gestellt. In dieser virtuellen Veranstaltungsreihe werden ab sofort mehrmals im Jahr digitale Themen besprochen und Fragen der Zuschauer beantwortet. Christian Blicke, Teamleiter E-Business Beratung, und Corinna Wiesner, Vertriebsinnendienst E-Business Beratung, sind die Gastgeber der jeweils 90-minütigen Live-Sendungen.

„Wir haben in der Pandemie gelernt, Sie auf anderem Wege zu erreichen und die Themen direkt zu Ihnen nach Hause zu bringen. Das wird uns unter anderem durch dieses neu entwickelte Veranstaltungsformat möglich", begrüßte Martin Reinke, Hauptbereichsleiter IT & E-Business die über 180 angemeldeten Teilnehmer an den Bildschirmen. Danach überreichte er den Staffelstab an Christian Blicke, der den Zuschauern zuerst die Modalitäten des Events erläuterte. So waren drei verschiedene Vorträge geplant. Die User hatten dabei die Gelegenheit, über die Chat-Funktion des Gotowebinars anonym ihre Fragen zu stellen, die am Ende der Sendung beantwortet wurden.

Danach startete der Teamleiter mit einem Überblick über die Digitalisierung, erklärte welche Zahnräder ineinandergreifen sollten und wie die Handelspartner sie bedienen müssen, um erfolgreich elektronisch unterwegs zu sein. Er erläuterte zudem, wie NORDWEST zu den einzelnen Punkten unterstützen kann und jederzeit auch gern bereit ist vor Ort zu beraten, um gemeinsam mit den Handelspartnern ihre Digitalisierungsstrategie weiterzuentwickeln. In seinem zweiten Vortrag stellte er den neuen ERP-Check-Up zur Prozessoptimierung und -Automatisierung vor (siehe auch News Seite 71) anhand dessen ein konkreter Maßnahmenplan erarbeitet wird.

Ein weiterer Vortrag von Michael Kitzberger zum Thema Massenmarketing vs. Einzelkundenansprache konnte technisch bedingt leider nicht stattfinden, soll aber zeitnah nachgeholt und ebenfalls live gestreamt werden.

AUSBLICK AUF VIER WEITERE VERANSTALTUNGEN

Vier weitere DIGI-Stammtische sind bereits in Planung, zu denen jeweils separat eingeladen wird. Corinna Wiesner und Christian Blicke stellten den Fachhandelspartnern die nächsten Schwerpunkte vor:

+ 21. Mai 2021: IT-Recht und Datenschutz
+ Digitale Services (z.B. www.meine-wartung.de, NW365.DATACONNECT, Clearing-Center und Oxomi – Datum wird noch bekannt gegeben)
+ ERP und Prozesse (NW Connect, Betreuungsansatz, EDI-Projekte bei NORDWEST – Datum wird noch bekannt gegeben)
+ Veranstaltung für Lieferanten (EDI-Clearing, Datenbereitstellung – Datum wird noch bekannt gegeben) | LD, Foto: BAIVECTOR/Shutterstock.com

Weitere Informationen erhalten Sie bei

Christian Blicke
0231 – 2222 5220
c.blicke@nordwest.com

Corinna Wiesner
0231 – 2222 5224
c.wiesner@nordwest.com

Weitere Details finden Sie im N.I.S. unter Services / IT-Dienstleistungen / E-Business in der Broschüre Mehrwerk digital.

Digitalisierung

WIR PACKEN ES AN!

NW365.DATACONNECT

Anreize für mehr Digitalisierung

Die zurückliegenden Monate der Corona-Pandemie haben gezeigt, dass eine solide und gute Basis für elektronische Geschäftsprozesse – von der Bestellung bis zur Rechnung – wichtiger ist denn je. Beim Fachhandel ist der Ausbau der digitalen Strukturen das A und O, um erfolgreich im Wettbewerb bestehen zu können.

„Seit knapp anderthalb Jahren unterstützt NORDWEST seine Partner im Handel mit der Onlineplattform NW365.DATACONNECT und den dort verfügbaren Produktdaten von über 80 BHI-Lieferanten und den NORDWEST-Lagersortimenten", erläutert Holger Herrmann, Bereichsleiter Produkt-Daten-Service.

Als die Datenplattform an den Start ging, war dies ein Quantensprung in Richtung Zukunft, denn viele Fachhandelspartner haben genau auf diesen Service gewartet. „Die Pandemie hat uns allen gezeigt, dass die Online-Riesen die wahren Profiteure in der Krise sind, denn auch der stationäre Fachhandel unterlag Einschränkungen, sein Ladengeschäft wie gewohnt abzuwickeln und seine Kundschaft zu bedienen. Doch Händler, die über eine gute digitale Infrastruktur und ein leistungsfähiges Shopsystem verfügen, haben gute Chancen, gerade in solchen Krisenzeiten ihr Angebot zum Kunden weiterhin aufrecht zu erhalten. Unser Anspruch als Verband ist, möglichst alle Handelspartner ins Boot zu holen, damit praktisch jeder Händler von unserem Serviceangebot profitieren kann, um wettbewerbsfähig zu bleiben", so Holger Hermann weiter.

Denn mit NW365.DATACONNECT wurde für die Fachhandelpartner im wahrsten Sinne des Wortes ein ‚Rundum-Sorglos-Tool' geschaffen. NORDWEST kümmert sich um das komplette Thema der Datenaufbereitung und bietet dem Handel auch eine individualisierbare Datenbereitstellung für seine Systeme und damit zusätzlichen Raum für sein originäres Business.

Als besonderen Anreiz für Neukunden hat NORDWEST deshalb ein attraktives Schnupperangebot konzipiert. Interessierte Fachhandelspartner-Neukunden können bis zum 31.12.2021 ein komplettes Herstellersortiment von einem der 80-Top-Lieferanten kostenfrei nutzen.

DIE ENTSCHEIDENDEN VORTEILE DES SCHNUPPERANGEBOTS VON NW365.DATACONNECT KURZ IN FÜNF PUNKTEN ZUSAMMENGEFASST:

1. NORDWEST übernimmt das komplette Datenmanagement für die Herstellersortimente – von der Datenbeschaffung über die Prüfung und Lieferantenkommunikation bis hin zur Datenpflege und Bereitstellung. Somit stehen jedem Nutzer rund um die Uhr aktuelle und qualitativ hochwertige Produktdaten zur Verfügung.

2. Alle Produktdaten haben eine einheitliche NORDWEST-Qualität. Das bedeutet, es gibt eine einheitliche Warengruppenstruktur, eine Normierung von Texten und Einheiten, typisierte Bilddaten, Klassifizierungen nach den Standards ecl@ss, Etim und UNSPSC, einheitliche Merkmale als Filterkriterien für eine Volltextsuche in elektronischen Bestellsystemen sowie einheitliche Datenstrukturen.

3. NORDWEST informiert zu Artikel-Neuaufnahmen, Auslaufartikeln und Preisaktualisierungen. Denn als Servicepartner fragt NORDWEST die Daten bei den angeschlossenen Lieferanten ab und sichtet und pflegt sie entsprechend ein.

4. Gebuchte Lieferantensortimente sind direkt im NORDWEST-eSHOP verfügbar, wodurch der Aufwand für das Datenhandling an dieser Stelle entfällt.

5. Der Export der Daten aus NW365.DATACONNECT ist in sämtlichen Schnittstellenformaten möglich, beispielsweise für das ERP-System, für elektronische Marktplätze oder für E-Procurement-Systeme von Industriekunden und Kommunen. | MF, Foto: BAIVECTOR/Shutterstock.com

Weitere Informationen erhalten Sie bei

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

XTREME

LEISTUNG
NEU DEFINIERT

Gute Dinge kann man noch besser machen.
Vor allem, wenn es um Qualität und Leistung als die wichtigsten Merkmale herausragender Produkte geht.

Deshalb definiert Osborn jetzt Leistung neu:
mit der Xtreme Produktlinie.

Entwickelt, um Aufgaben schneller, besser und intelligenter zu bewältigen und dabei Zeit und Geld zu sparen. Geschaffen für anspruchsvolle Anwendungen, wo gut einfach nicht gut genug ist.

Erleben Sie jetzt eine neue Dimension der Leistung mit den neuen Xtreme Trennscheiben und Bürsten von Osborn.

Informieren Sie sich jetzt!
xtreme.osborn.com

osborn®

osborn.com

Ganter Norm®

Hygienic Design.

Normelemente speziell für den Einsatz in hygienisch sensiblen Bereichen.

Mehr Informationen zu **Hygienic Design** im Internet. Einfach QR-Code scannen.

www.ganternorm.com

Atos GmbH

Kreditoren-Cockpit bringt Vorteile für die Kunden

Beim NORDWEST-Fachhandelpartner Atos GmbH in Memmingen ist die Digitalisierung von Beginn an Chefsache. „Natürlich gehen wir immer nur Step-by-Step vor, denn es sind sehr viele Projekte, die umgesetzt werden müssen. Aber jetzt merken wir, dass die Rädchen immer perfekter ineinandergreifen", beschreibt Geschäftsführer Florian Reich die aktuelle Situation.

2019 hat der Fachhändler für Werkzeuge und Maschinen, der in den Vertriebsbereichen Zerspanen-Spannen-Messen, Werkzeuge, Betriebseinrichtungen und Stationär-Maschinen tätig ist, ein neues Kreditoren-Cockpit eingeführt. Seitdem werden hier alle Kreditoren-Eingangsrechnungen bis hin zur Endkundenrechnung elektronisch und automatisiert verarbeitet. Denn das Cockpit und die Warenwirtschaft sind direkt miteinander verzahnt.

Die in der Regel industriellen Kunden bestellen heute direkt über ihre Warenwirtschaft und finden dort ihre individuellen Preise und Bearbeitungszeiten hinterlegt. Aufträge lassen sich so ohne Fehler und Reibungsverluste über die Buchhaltung abwickeln und genauestens nachverfolgen.

Doch ganz ohne Kinderkrankheiten gelang die Einführung vor knapp zwei Jahren nicht, verrät Florian Reich: „Anfangs passierte es, dass Bestellungen noch ohne Preise verschickt wurden. Auch gab es immer wieder Probleme mit der Eingabe der Lieferzeiten, so dass wir die Kunden telefonisch informieren mussten. Doch gemessen am Gesamtaufwand für das Projekt waren dies nur Kleinigkeiten, die bereits nach etwa zwei Monaten beseitigt waren."

Bei der Umsetzung sämtlicher IT-Projekte vertraut der Geschäftsführer auf die Kompetenz seines Dienstleisters Orga-Soft Backnang. Bereits seit Gründung der Atos GmbH im Jahre 2003 arbeitet der Fachhändler mit dem Dienstleister erfolgreich zusammen.

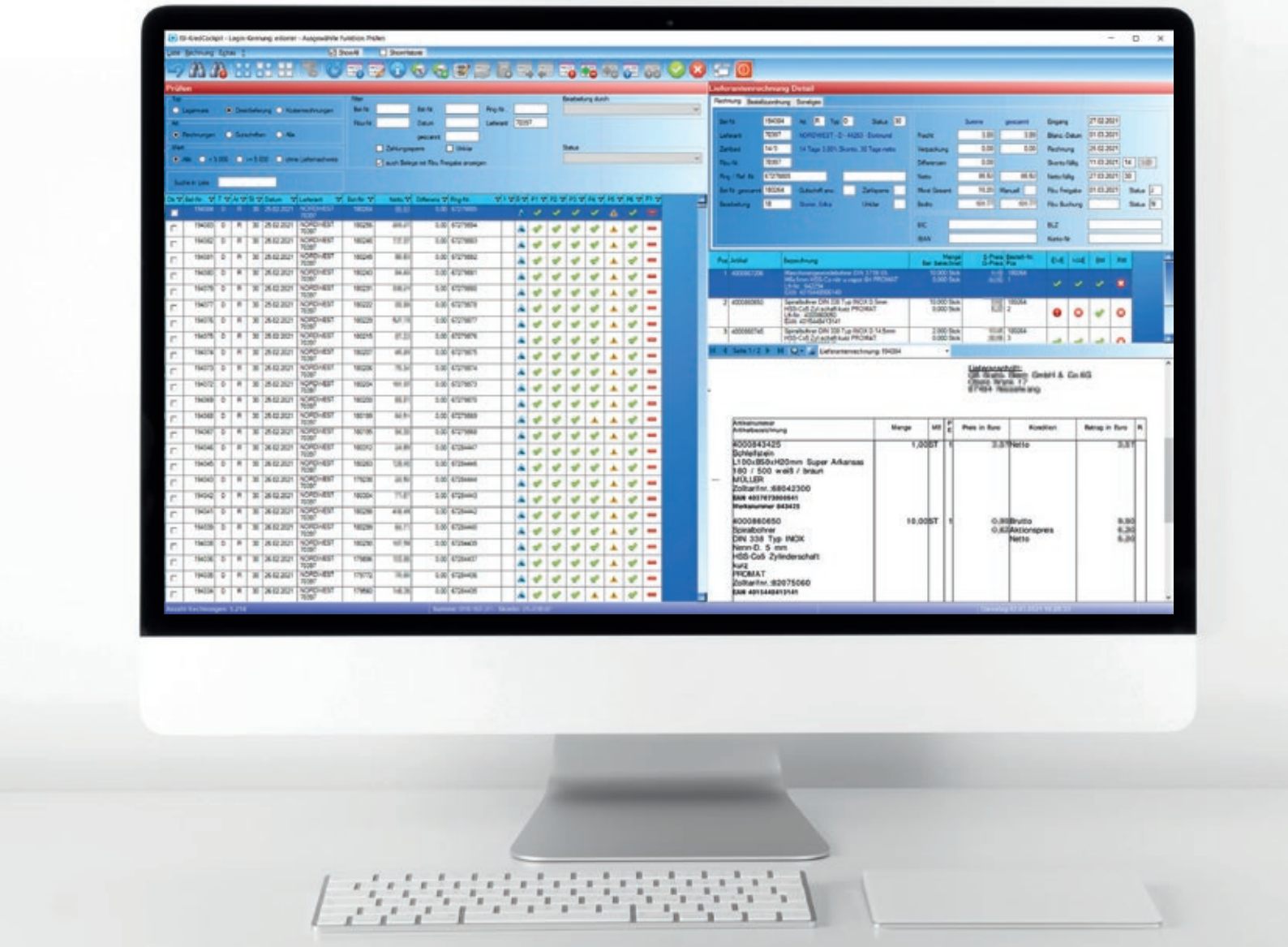
Übrigens ging bei Atos die Initialzündung für mehr Digitalisierung von NORDWEST aus. „Auf einer Tagung wurde uns Teilnehmern erläutert, dass der Verband seine Kreditorenrechnungen nur noch digital versenden wird, um schneller und vor allem papierlos zu werden. Für uns war das der sprichwörtliche Startschuss, uns ebenfalls intensiv mit der Digitalisierung des Unternehmens auseinanderzusetzen", so Florian Reich weiter.

Aber natürlich ist bei Atos in Sachen Digitalisierung noch lange nicht Schluss. Ende des letzten Jahres sollte eigentlich ein neues ERP-Systems eingeführt werden. Doch bedingt durch Corona gab es Verzögerungen, so dass der Projektstart nun auf den 1. Juni dieses Jahres verlegt werden musste. | MF, www.atos-werkzeuge.de

APP FÜR DEN AUSSENDIENST

Genau in diesem Rahmen wird es auch eine neue App-Lösung für den Vertrieb im Außendienst geben. Immer wieder kommt es vor, dass dem Außendienst vor Ort beim Kundentermin wichtige Informationen fehlen, die er eigentlich für sein Verkaufsgespräch benötigt. Mit der neuen Auftrags-App, die zusammen mit Einführung des neuen ERP-Systems im Sommer an den Start gehen soll, wird dies anders: Künftig findet der Außendienst alle für ihn relevanten Informationen zum Auftrag und zum Kunden, wie beispielsweise den gesamten Mailverkehr oder Gesprächsnotizen, komfortabel und sicher in seinem mobilen Endgerät.

Mit der App für Smartphone oder Tablet erfasst der Außendienst darüber hinaus vor Ort beim Kunden weitere Infos zum Auftrag. Diese Informationen kann er anschließend direkt zurück zu Atos schicken, wo sie umgehend bearbeitet werden. „Wir werden mit der App nicht nur wesentlich genauer in unserem gesamten Informationsfluss zwischen uns und dem Kunden, wir verbessern auch den Service und verkürzen zugleich die Bearbeitungszeit des Auftrags", freut sich Florian Reich. | Foto: Atos



Über das Kreditoren-Cockpit werden Kundenaufträge ohne Fehler und Reibungsverluste abgewickelt.

WEITERE AKTIONEN IM RAHMEN DES ATOS-DIGITALISIERUNGSPLANS:

- **2021: Schulung der Mitarbeiter im Bereich IT**
- **2021: Ausstattung des neuen ERP-Systems mit neuen Schnittstellen zu Kreditoren und Debitoren**
- **2021: Anschaffung eines neuen Clientservers samt Datensicherungssystem**
- **2022: Verheiratung der Homepage mit dem eSHOP**
- **2022: Teilnahme an digitalen Katalogportalen wie Oxomi sowie an Bestell-Plattformen wie Onventis oder Simple-Systems**

Corona-Pandemie

HKN unterstützt Stadt bei Aufbau von Impfzentrum

In diesem Jahr wird bundesweit gegen das Corona-Virus geimpft. Verschiedene Hersteller haben unter Hochdruck erfolgsversprechende Impfstoffe entwickelt und auf den Markt gebracht. In Impfzentren kann dann jeder, der möchte, das Vakzin zu einem vorgegebenen Termin erhalten.

Die Stadt Wilhelmshaven hatte für die Ausstattung seines Impfzentrums NORDWEST-Handelspartner HKN Handelskontor Nord GmbH & Co. KG beauftragt. Für Geschäftsführer Mirco Reents keine unbekannte Situation: Bereits 2015 erhielt er den Auftrag, eine Aufnahmestelle für Geflüchtete einzurichten – unter Hochdruck. Damals musste von 400 Betten, über Decken, bis hin zu Babynahrung und Toilettenwagen alles in kürzester Zeit beschafft werden. Das HKN-Team war in jener Phase bis in die Nacht unterwegs, um im Umkreis von ca. 100 Kilometern alles zusammenzukaufen, was benötigt wurde und sich nicht über NORDWEST beziehen ließ.

„Zwar war es auch jetzt wieder kurzfristig, aber nicht mehr so knapp bemessen wie 2015", berichtet Mirco Reents, „dennoch galt es natürlich sofort zu reagieren und alle Hebel in Bewegung zu setzen. Wir konnten dabei die Vorteile des NORDWEST- Zentrallagers voll ausschöpfen. Und auch bei den nicht lagernden Artikeln haben uns die Dortmunder Kollegen unterstützt, die Ware zu beschaffen und Liefertermine einzuhalten." Reents' Mannschaft konnte der Stadt also schnell und fristgerecht Lösungen anbieten, um das Gebäude zu sichern und auszustatten. Vom Bauzaun über Drehhocker, Ruheraumliegen, Notstromleuchten, Stromverteiler, Beschilderungen, Entsorgungsbehälter und vielen anderen Kleinteilen war alles dabei, um das Zentrum fertig zu stellen und medizinischem Fachpersonal und den Besuchern ein professionelles Umfeld zu bieten. Auch Mirco Reents wird dies zu gegebener Zeit in Anspruch nehmen und sich impfen lassen. | LD, www.h-k-n.de

PROXXON

Werkzeug mit Charakter!

PROXXON INDUSTRIAL

Weitere Informationen:
proxxon.com

steinicke wittlich

60. Geburtstag

Aktionen im Gedenken an Ludwig Kleiner

Am 60. Geburtstag, des leider im April 2016 verstorbenen Firmeninhabers Ludwig Kleiner, nichts zu organisieren, war keine Option für das Großhandelsunternehmen Konrad Kleiner GmbH aus Mindelheim.

Ohne vorgefertigtes Konzept, doch stets alle gesetzlichen Vorgaben im Hinterkopf, begann wenige Wochen vor dem 29. Oktober 2020 das Organisationsteam mit der Planung der verschiedenen Aktionen. Eine sehr nachhaltige Aktion war am Morgen von Ludwig Kleiners 60. Geburtstag, als 60 Patientenbetten aus den Krankenhäusern in Mindelheim und Ottobeuren in Container für den langen Weg nach Tansania verladen wurden. Dank der Initiative von Dr. Soeren Gatz, Humanitäre Hilfe in Landsberg, sind die gebrauchten Patientenbetten samt Zubehör nicht entsorgt worden, sondern können seit Mitte Dezember in einem Krankenhaus in Ndanda (Tansania) zum Einsatz kommen. Seit vielen Jahren unterstützte Ludwig Kleiner die Humanitäre Hilfe und konnte viele Leben retten.
Am Abend fand in der Stadtpfarrkirche in Mindelheim eine Andacht statt. In einem einmaligen Rahmen wurde es über 120 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Rentner/innen sowie Freunden des Hauses ermöglicht, daran teilzunehmen. In dem für alle sehr schwierigen Jahr 2020 sollte der Geburtstag von Ludwig Kleiner auch als Anlass genommen werden, den Mitarbeitern/innen, den ehemaligen Mitarbeitern/innen und Geschäftspartnern ein Dank auf einer besonderen anderen Art und Weise auszusprechen.

NACHT DER FARBEN UND LICHTER

Da alle geplanten Veranstaltungen u. a. die Hausmesse, Kundenveranstaltungen, Jahresabschlussfeiern, das Rentnertreffen und die Weihnachtsfeiern abgesagt wurden, entstand die Lichtinstallation „Nacht der Farben und Lichter" vom 29. - 31. Oktober 2020. Das komplette Firmengelände wurde abgedunkelt und ein Band aus bunten Lichtern umgab die Hallen. Auf einer markierten Rundfahrt konnten die Besucher abschalten und in eine Welt voller Farben, Lichter und Musik eintauchen. Aus unterschiedlichsten Blickwinkeln wurden Farben und Lichter in Szene gesetzt und begeisterten rund 1.600 Besucher.
Unterstützt wurde die Firma Kleiner unter anderem von der Künstlerin Nina Schmid, deren Kunstwerke in bunt ausgeleuchteten LKWs ihren Platz fanden. Auch wurde die kontaktfreie Essensausgabe auf eine sehr amüsante Art und Weise gelöst. Aus einem Oldtimer-Kiosk wurde mit Hilfe einer Rutsche aus einem Edelstahlrohr die Knabbereien in ein Waschbecken transportiert. Für eine Überraschung sorgte ein bunt blinkender Roboter, bis es weiter zur Künstlerbühne ging. Hier vereinten Trommler (Drum-Stars) und Tänzerinnen (Light of Dance) ihre Künste zu rhythmischen Klängen.

Auch die Verbindung zu NORDWEST ist seit jeher eine ganz besondere:

· Handelspartner seit 3. Juni 1931

· Ludwig Kleiner war Aufsichtsratsmitglied von von 2000 bis 2005

· Sein Vater Kurt Kleiner war von 1970 bis 1990 Aufsichtsrat, davon im Zeitraum 1973 bis 1989 Vorsitzender

„HALTET ZUSAMMEN!“

„Zusammenhalt“, das war Ludwig Kleiners Herzenswunsch, „haltet zusammen“ waren seine Worte. Wie wichtig dieses kleine Wort doch ist und wie viel wichtiger in diesen Zeiten. Dies wurde mit einer großen Buchstabeninstallation allen Besuchern verdeutlicht. Diese Installation steht am Energie-Kompetenz-Zentrum der Firma Kleiner und begrüßt die Mitarbeiter/innen bei Beginn ihres Arbeitstages und begleitet sie bei ihrem Heimweg zu ihren Familien.

FILM ÜBER AUSSERGEWÖHNLICHE PERSÖNLICHKEIT

In Erinnerung an Ludwig Kleiner wurde in einem Autokino ein Film über sein Leben gezeigt. Es wurde allen nochmals bewusst, wie traurig sein Verlust ist und auch Menschen, die ihn nicht kennenlernen durften, haben gespürt was für ein einzigartiger Mensch er war. Die anschließende Lasershow über das Universum zeigte Ludwig Kleiners Begeisterung hierfür. Wie passend, dass genau an diesem Wochenende der Blue Moon war. Nur alle paar Jahre gibt es Monate mit zwei Vollmonden.

VERBUNDENHEIT ZUM UNTERNEHMEN KLEINER

Die starke Verbundenheit der Lieferanten und Herstellern zum Unternehmen Kleiner konnte beim Aufruf für eine finanzielle Unterstützung der Aktionen sehr deutlich festgestellt werden. Die Bereitschaft zu unterstützen war überwältigend. In kürzester Zeit schafften es die Vertriebs- und Einkaufsverantwortlichen, die Lieferanten und Hersteller von der Idee zu begeistern und erhielten viele Zusagen für eine Beteiligung im Werbeblock für das Autokino.

Brigitte Kleiner zieht als Resümee: „Wir können mit Stolz behaupten, dass wir das erste Unternehmen im weiten Umkreis waren, das mit außergewöhnlichen Aktionen und einem Autokino wieder Menschen auf eine neue Art und Weise zusammengebracht haben. Wir setzten damit ein Zeichen, dass mit Mut und Kreativität vieles doch möglich sein kann." Eine Zusammenfassung der Nacht der Farben und Lichter sehen Sie auf dem YouTube Kanal der Konrad Kleiner GmbH.

| Fotos: Konrad Kleiner GmbH, www.kleiner.de

Strategische Partnerschaft im norddeutschen PVH

J.H. Jaeger & Eggers und Niemann-Laes gehen beim Handel mit Industriebedarf gemeinsame Wege

Die Industriebedarf Niemann-Laes GmbH übernahm rückwirkend zum 1. Januar 2021 die qualifizierte Mehrheit an der traditionsreichen J.H. Jaeger & Eggers Handels-gesellschaft mbH (J&E) in Bremen. Philipp Mitzscherlich, Inhaber und Geschäftsführer des in Lüneburg ansässigen Fachgroßhändlers Niemann-Laes erklärt dazu: „Die angrenzenden Vertriebsgebiete und die regionale Nähe sind optimale Voraussetzungen, um sich gemeinsam erfolgreich weiterzuentwickeln."

Niemann-Laes ist außer in Lüneburg auch in den Einzugsgebieten von Bielefeld, Kiel und Rostock mit eigenen Niederlassungen aktiv. In der mehrheitlichen Beteiligung an J&E sieht Niemann-Laes einen weiteren wichtigen Baustein seiner Expansionsstrategie als überregional tätiger technischer Händler und Industriedienstleister im norddeutschen Raum.

Im Rahmen der neuen strategischen Partnerschaft wird J&E seinen in fünf Generationen aufgebauten guten Namen weiterführen. Die Kunden, zu der seit 1855 die Schifffahrt zählt und zu der heute viele namhafte Industrieunternehmen in Norddeutschland gehören, werden von beiderseitigen Synergien profitieren, ist J&E-Geschäftsführer Marc Eggers überzeugt und nennt dafür zwei Beispiele: „Wir können unseren Kunden zusätzlich zur bisherigen fachkundigen Arbeitsschutz-Beratung ein Absturzsicherungstraining in der modernen Schulungsanlage in Lüneburg anbieten. Umgekehrt profitiert Niemann-Laes zum Beispiel von unseren Erfahrungen in der Materialversorgung 4.0 mithilfe von cloud-gebundenen Ausgabeautomaten und smarten Kanban-Regal-Systemen."

Die Firmen, deren Inhaber bereits seit vielen Jahren kollegial miteinander verbunden sind, beschäftigen nun zusammengenommen rund 140 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (40 bei J&E). Beide Unternehmen vereint die mittelständische, familiäre Unternehmensstruktur. | Foto: Niemann-Laes, www.niemann-laes.de

Philipp Mitzscherlich, Inhaber und Geschäftsführer der Industriebedarf Niemann-Laes GmbH (Lüneburg).

Über die Industriebedarf Niemann-Laes GmbH

Das im Jahr 1987 gegründete mittelständische Unternehmen Industriebedarf Niemann-Laes GmbH ist ein technischer Großhandel und Industriedienstleister im norddeutschen Raum und seit 2010 auch in der Region Ostwestfalen-Lippe vertreten. Dank eines hohen Artikelbestands können Bestellungen binnen 24 Stunden ausgeliefert werden. 2017 übernahm Niemann-Laes 75 Prozent der Geschäftsanteile der Kieler Kaiser & Stuckert Industrie- und Baubedarf GmbH. Zum 01.07.2020 ging das Unternehmen eine Verbindung mit der Inmo Industrie-Montagen GmbH in Scharnebeck ein und am 01.01.2021 mit der J.H. Jaeger & Eggers Handelsgesellschaft mbH in Bremen.

swissmade
Absolute Präzision
in Fertigung und Produktion

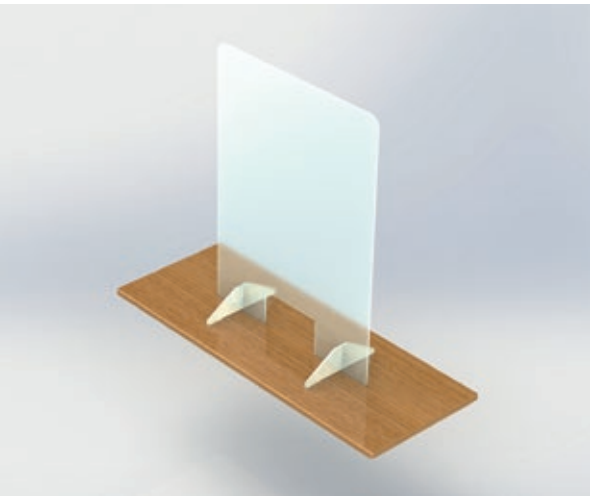
THURMETALL
Standardmässig individuell

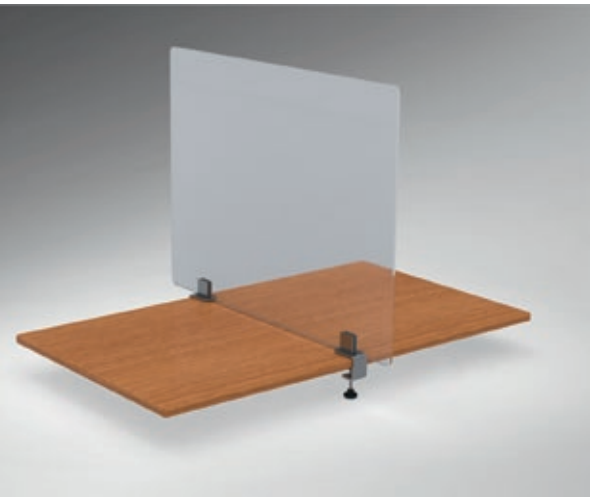
TM-Modular
Modulares Schranksystem

5 Module
für unzählige Kombinationsmöglichkeiten

Thur Metall AG bietet mit den TM-Modular Modulen ein individuell kombinierbares Schranksystem an. Diese sind problemlos erweiterbar und zeichnen sich durch die hohe Belastbarkeit aus.

www.thurmetall.com





Ein Teil der 400 verschiedenen möglichen Schutzwand-Varianten.

Protec Industriebedarf GmbH

Mit eigener Produktion gegen Corona

NORDWEST-Handelspartner Protec, zugleich Mitglied der InTECH-Gruppe, etablierte zu Beginn der Pandemie in kurzer Zeit eine eigene Produktion von Hygiene-Schutzwänden. Diese kommen heute in Arztpraxen, Gerichten, Polizeipräsidien und anderen Institutionen zum Tragen.

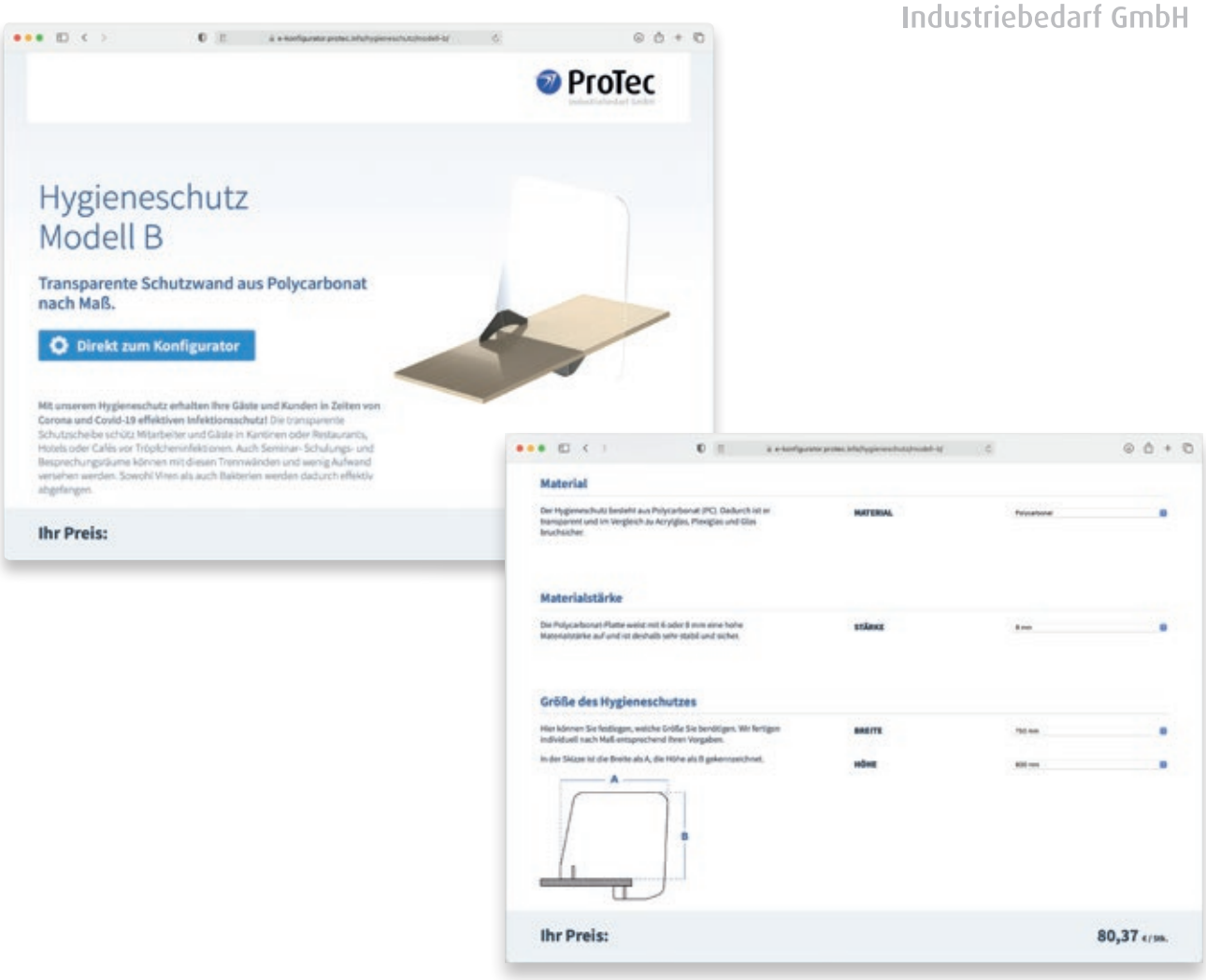
Geschäftsführer Jörg Jansen hatten kurz vor dem ersten Lockdown die provisorischen Schutzsituationen in verschiedenen Geschäften nachdenklich gemacht. „Hier muss etwas geschehen", dachte er sich und so war schnell die Idee von einer eigenen Produktion von Hygieneschutzwänden geboren. Mit einer Großformatplattensäge und einem Plotter wurden die vorhandenen Platten zurecht gesägt und gefräst. Um Sicherheit und Stabilität zu gewährleisten, wurden nur Schutzwände mit einer Stärke von mindestens sechs mm bis acht mm gefertigt. Als Pilotprojekt diente der Einsatz der Wände im eigenen Unternehmen.

KUNDENKREIS WEITERENTWICKELT

Parallel erfolgten die ersten Anfragen an den Handelspartner und das unter anderem aus Branchen, die nicht zum klassischen Protec-Kundenkreis gehören: Darunter befanden sich Gerichte, Polizeipräsidien, Arztpraxen. Schnell war klar, dass die Produktion ausgeweitet werden musste. Das geeignete Material war zwar zum Lockdown-Beginn im unternehmenseigenen Lager vorrätig, aber mit steigender Nachfrage organisierte der Handelspartner weiteren Nachschub, um allen Kunden gerecht zu werden und somit einen wertvollen Beitrag zum Schutze anderer zu leisten. In Summe wurden 400 verschiedene Varianten den Kundenbedürfnissen angepasst, angeboten und in einer Anzahl von rund 6.300 Exemplaren angefertigt. Allein im April 2020 wurden so 1.800 Wände verkauft.

STARKE KAMPAGNE

Die Produktion führte Protec im Schichtbetrieb durch, um die Nachfrage aufzufangen. Parallel dazu entwickelte man eine Marketing-Kampagne, um die Hygieneschutzwände noch optimaler zu vermarkten. Ob Google Adwords oder eine eigene Landingpage mit einem installierten Schutzwand-Konfigurator: Kunden hatten die Möglichkeit schnell und auch einfach das Angebot ausfindig zu machen und die Wände zu bestellen. „Der Konfigurator bietet unseren Kunden die Möglichkeit, die Wände individuell anzupassen in Höhe, Breite, Aufhängung und Durchreiche. Ein Mitarbeiter hat sich in der Anfangszeit um die organisatorische Abwicklung der Bestellungen gekümmert, dann wurde es aber schnell zu viel und wir haben weitere Mitarbeiter eingebunden", erläutert Katrin Petersen, Marketing- und Personal-Beauftragte bei Protec. Zusätzlich dazu wurden fertig gestellte Wände im NORDWEST-Zentrallager eingelagert, damit die Handelspartner ebenfalls von dem Angebot profitieren konnten.



Über den Online-Konfigurator konnten die Kunden konnten die Kunden individuelle Anpassungen bei ihren Bestellungen vornehmen.

EIN WERMUTSTROPFEN

Zu Beginn der Produktion und der Kampagne firmierten die Hygieneschutzwände noch unter einem anderen Begriff (Anmerkung der Redaktion: dieser ist uns bekannt, wird aber aus rechtlichen Gründen nicht genannt): „Dieser war schneller einprägsam und wurde deutschlandweit genutzt. Leider wurde er dann markenrechtlich geschützt, was eine Abmahnwelle nach sich zog. Von daher ist unser Produkt, als reine Vorsichtsmaßnahme, jetzt als Hygieneschutzwand bekannt", so Petersen weiter.

DAS HIGHLIGHT

Eine Erkenntnis aus dieser Zeit ist für die Geschäftsführer Jörg Jansen und Dirk Haaken sicherlich der Zusammenhalt ihrer Mannschaft. „Die Pandemie ist für uns alle eine schwierige Phase im Leben. Aber wir haben zusammengehalten, an einem Strang gezogen und in extrem kurzer Zeit eine starke Kampagne mit einem krassen Effekt aus dem Boden gestampft. Es macht uns unheimlich stolz, mit was für einer tollen Mannschaft wir zusammenarbeiten."

Für die Zukunft werden die Geschäftsführer auch weiterhin digitale Kampagnen in ihren Vertrieb integrieren: „Wir haben jetzt die Erfahrungswerte gesammelt, wie es funktioniert und können dieses Wissen auch in neuen Maßnahmen einbringen. Darauf freuen wir uns schon!" | LD, Fotos: Protec, www.protec.info

Michael Skora, Carsten Hillmann und Heiko Dähnenkamp (von links) freuen sich auf die Zusammenarbeit mit NORDWEST.

Hillmann & Geitz GmbH & Co. KG

Spezialist für chemisch-technische Produkte

Vor kurzem schloss sich der technische Händler Hillmann & Geitz aus Bremen der NORDWEST Handel AG an. Der Spezialist für chemisch-technische Produkte bietet seinen Kunden nach eigenen Angaben individuelle Lösungen an. Um trotz der Spezialisierung ein möglichst breites Sortiment anbieten zu können, bestand schon länger der Wunsch, einem starken Händlerverbund anzugehören.

Die Partnerschaft mit NORDWEST kommt diesem Wusch sehr entgegen. Gegenwärtig wird intensiv sondiert, welche Leistungen des Verbandes zum Portfolio passen und zum Nutzen der vorwiegend industriellen Kunden umgesetzt werden können.

HÄNDLER MIT TRADITION

Bereits 1919 wurde das Unternehmen von Dietrich Hillmann und Hugo Geitz in Bremen gegründet. Nachdem das Firmengebäude im Krieg komplett zerstört wurde, wurde der Betrieb aus unterschiedlichen Garagen und Hinterhöfen heraus weitergeführt, bis ein neues Gebäude 1952 wieder an der ursprünglichen Stelle aufgebaut war. Bis heute hat sich das Unternehmen zu einem Spezialisten mit Kunden weit über die Grenzen Deutschlands hinaus entwickelt.

Nach dem Tod von Hugo Geitz 1956 übernehmen Dietrich Hillmann und sein Sohn Helmut die alleinige Verantwortung. Bereits zu dieser Zeit spezialisieren sie das Unternehmen in Richtung chemisch-technischer Produkte, was 1975 mit der Ernennung zum Stützpunkthändler Teroson bestätigt wird. 1973 steigt auch Carsten Hillmann mit in das Unternehmen ein und übernimmt ab 1984 die alleinige Verantwortung. Er tritt dem Verband Technischer Handel (VTH) bei und übernimmt 1988 dessen stellvertretenden Vorsitz für die Region Norddeutschland. Das Unternehmen expandierte weiter. So erfolgt 1992 der Umzug ins Industriegebiet Habenhausen. Da Carsten Hillmann keinen Erben hat, wird Heiko Dähnenkamp zum zweiten Geschäftsführer bestellt. Die Zertifizierung nach DIN ISO 9001 erfolgt im Jahr 2000. Zusammen mit der Auszeichnung zum Premiumpartner von Loctite 2007 wird die Markposition weiter gefestigt. Mit der Ernennung von Michael Skora im Jahr 2010 zum Prokuristen und von Heiko Dähnenkamp zum ersten Geschäftsführer 2013 bereitet Carsten Hillmann seinen Ausstieg aus dem Alltagsgeschäft vor. Heute zählt der kompetente Fachhändler insgesamt 18 Beschäftigte.

EINSTIEG IN DIE ADDITIVE FERTIGUNG

Im Jahr 2019 wird bei Hillmann & Geitz mit der Anschaffung zweier 3D-Drucker und dem damit verbundenen Einstieg in die additive Fertigung ein neues Kapitel aufgeschlagen. Das DLP-Druckverfahren, bei dem UV-empfindliche Harze zu plastischen Formen ausgehärtet werden, dient der Erweiterung des Angebots an chemisch-technischen Produkten. Die Kunden für 3D-Druck-Produkte kommen derzeit hauptsächlich aus dem Sondermaschinenbau, für den Einzelteile oder Kleinserien gefertigt werden. Eine typische Anwendung ist beispielsweise das Erstellen von Greiferzangen für automatisierte Produktionsstraßen. Je nach Bauteil kann der Fachhändler hier für Kunden kurzfristig neue Zangen erstellen und somit unnötige Standzeiten vermeiden. Auch im Bereich Windenergie kommen zunehmend Produkte aus der additiven Fertigung zum Einsatz.

Aber natürlich wird bei Hillmann & Geitz die eigentliche Kernkompetenz nicht vernachlässigt. So wurde 2016 ein zweiter Mitarbeiter zur geprüften Klebfachkraft weiterqualifiziert. Darüber hinaus sind zwei Außendienstmitarbeiter besonders für den Bereich der persönlichen Schutzausrüstung, PSA, spezialisiert, einer davon mit Schwerpunkt Gehörschutz. | MF, Foto: Hillmann & Geitz, www.hillmann-geitz.de

Die Ersa i-CON Serie
Perfekte Löt- & Entlötwerkzeuge

kurtz ersa

Pflegetipps
Lötspitzen

Ersa GmbH
97877 Wertheim
info@ersa.de
www.kurtzersa.de

100 years
ersa
1921 – 2021

Schleifen ist **WOW!**

Schleifen von grob bis fein.

So schnell, dass man nicht aufhören will!

- In **wenigen Schritten** zum optimalen Ergebnis
- Innovatives, **breites Werkzeug-Programm** mit System
- **Prozesskosten sparen** durch einzigartiges PFERD-Know-how

Finden Sie jetzt mit Ihrem PFERD-Berater - online oder vor Ort - die für Ihre Bearbeitungsaufgaben **optimalen und wirtschaftlichsten** Werkzeuglösungen.

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

PFERD
www.pferd.com

VERTRAU BLAU

Gewinner des NORDWEST-Zukunftspreises für Nachhaltigkeit

3M unterstützt „Ärzte ohne Grenzen“

Der von NORDWEST im Rahmen des Gewinns des Lieferanten Nachhaltigkeitspreises 2020 an 3M überreichte Geldbetrag in Höhe von 6.000 Euro wird der Organisation „Ärzte ohne Grenzen“ zur Verfügung gestellt.

Ärzte ohne Grenzen setzt sich mit seinem Engagement nicht nur über geographische Grenzen hinweg für die Gesundheit der Menschen ein. Dieser Ansatz war einer der Beweggründe für 3M, die Organisation nun erneut zu unterstützen. 3M und Ärzte ohne Grenzen blicken inzwischen auf eine langjährige Partnerschaft und viele gemeinsame Projekte zurück.
Mit der „Every Life Ambition“ hat sich 3M das Ziel gesetzt, zu einer allgemeinen Verbesserung der Lebenssituationen und der Gesundheit der Menschen beizutragen. Hierbei können 3M Produkte und Technologien beispielsweise im Gesundheitswesen helfen. Seien es gerade in der Pandemie notwendige Atemschutzmasken für medizinisches Personal oder innovative Membrantechnologien für den Einsatz in externen Lungenmaschinen. Aber auch in anderen Lebensbereichen helfen 3M Innovationen dabei, das Leben sicherer zu machen: retroreflektierende Verkehrszeichen erhöhen die Sichtbarkeit und somit die Sicherheit im Straßenverkehr, Persönliche Schutzausrüstung schützt die Menschen in ihrem Arbeitsalltag oder in besonderen Situationen, Filtermedien von 3M sorgen für sauberes Wasser.
Nicht zuletzt sind es aber die 3M Mitarbeiter, welche sich mit ihrem Einsatz und sozialem Engagement in vielen Einzelprojekten für die „Every Life Ambition“ stark machen. So unterstützten sie die Ärzte ohne Grenzen beispielsweise im Rahmen einer Emea (Europe, Middle East, Africa) Walking Challenge, einer Mitarbeiter-Corona-Spenden-Aktion sowie Spenden aus der jährlichen 3M Weihnachtskartenaktion.
„Ärzte ohne Grenzen“ und 3M bedanken sich ganz herzlich für die Unterstützung durch NORDWEST! | Foto: 3M

WIR HALTEN FEST
ZUSAMMEN.

Ohne Wenn und Aber auf Nummer Sicher.

PROMAT

www.nordwest-promat.com

Bostik

Spezialist für Klebstofflösungen

Bostik hat sich auf die Entwicklung intelligenter und innovativer Klebstofflösungen spezialisiert, welche funktionaler, effizienter und anpassungsfähiger sind. Bostik entwickelt seit mehr als einem Jahrhundert funktionelle Produkte, die viel mehr können als nur Dinge zusammenzuhalten.

Dabei setzt Bostik innovative Klebstoff-Technologie ein, um auf wechselnde ökonomische, ökologische und demografische Aspekte zu reagieren, zu einer nachhaltigeren Welt beizutragen und um das tägliche Leben zu vereinfachen.
Clevere Produktformulierungen werden mit Verpackungs- und Verarbeitungsinnovationen kombiniert, um Handwerk und Handel nachhaltige, sichere und einfache Systeme an die Hand zu geben. Die Klebstoffsysteme werden auf der ganzen Welt eingesetzt. Bei der Herstellung und Montage von Komponenten für die Industrie- und Wegwerfhygiene, bei den Baukomponenten von Neubauten und Renovierungen, im täglichen Leben der Kunden und Endverbraucher bei der Bewältigung alltäglicher Reparatur-, Montage- und Handwerksprojekte.
Silikone in verschiedenen Farben sowie ein Bitumen-Klebstoff können die NORDWEST-Handelspartner jetzt auch über das Zentrallager in Gießen beziehen.
Tobias Kremer, Key Account Manager bei Bostik, sieht Chancen in der Zusammenarbeit: „Gemeinsam mit NORDWEST versorgen wir die Handelspartner mit unseren Produkten und stehen auch gerne für alle weiteren Fragen und Beratungen bereit."

KLEBEN, DICHTEN UND FÜLLEN

Mit langjähriger Erfahrung auf dem Gebiet der Kleb- und Dichtstofftechnologien verfügt Bostik über ein umfangreiches internes Fachwissen im Bereich des Klebens und Dichtens einer Vielzahl von Materialien. Das komplette Angebot an Konstruktionslösungen kam beim Bau und bei der Renovierung einiger der bekanntesten Gebäude, Sehenswürdigkeiten und Attraktionen der Welt zum Einsatz. Sie werden zur Vorbereitung, Verklebung, Versiegelung und zum Schutz unter extremsten Bedingungen eingesetzt. Für den Baubereich entwickelte Bostik das Dicht- und Klebeprogramm mit intelligenten Produkten für den Profi und produziert und vertreibt Dichtstoffe, Schäume und Klebstoffe für die Bauindustrie. Diese Produkte werden für die weltweiten Märkte produziert. | Fotos: Bostik

Das Programm für den Bereich Dichten und Kleben gliedert sich in verschiedene Kategorien:

- Bau und Fassade
- Dekoration und Farbe
- Energieeinsparung
- Montageschaum
- Garten- und Landschaftsbau
- Verglasen
- Allgemeine Anwendungen
- Montageklebstoffe
- Dämmplatten und Isolierungen
- Passiver Brandschutz
- Dach
- Sanitärbereich

Bostik
smart adhesives

Wussten Sie schon, dass...

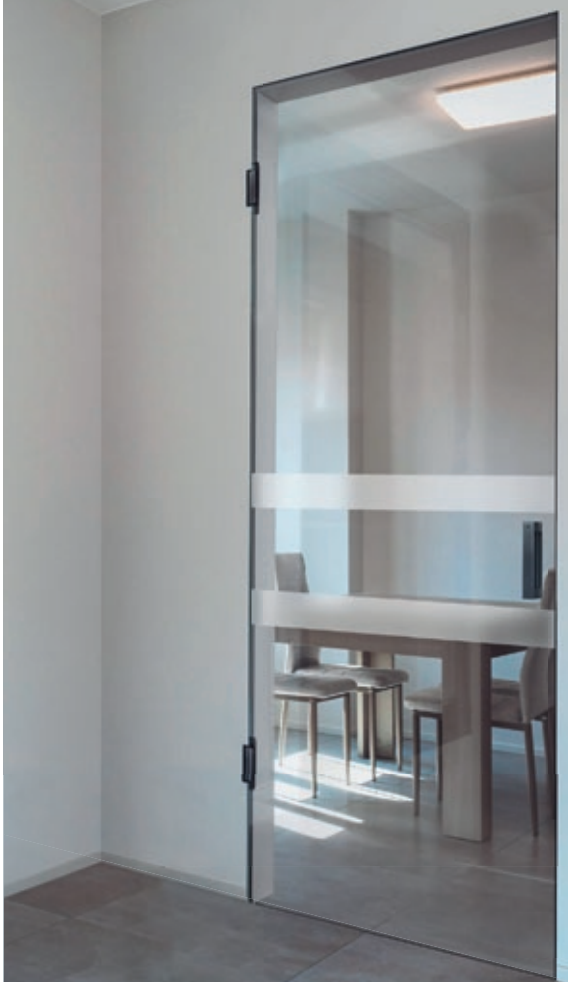
...ein Gecko mit seinen vier Füßen rund 140 kg halten kann (wenn es ihm beliebt)?
...Geckos diesen Planeten seit rund 50 Millionen Jahren bevölkern?
...dass Geckos die schwersten Lebewesen sind, die kopfüber an der Decke laufen können?

Quelle: www.heise.de, www.uni-saarland.de, www.geolino.de

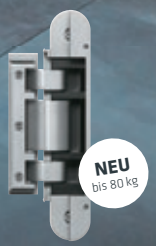
SIMONSWERK
BANDTECHNIK

TECTUS® Glas

Das Beschlagsystem für Ganzglastüren



Das Beschlagsystem TECTUS® Glas



Bandsystem

Griff

Magnetplatte

Schließmagnet

Erfahren Sie mehr:
www.tectus-glas.de

GERMAN DESIGN AWARD WINNER 2019

Feralpi Stahl engagiert sich für Umweltschutz

„Grüner“ Stahl made in Riesa

Nur zwei Stahlwerke in Deutschland tragen das Emas-Logo. Eines dieser Werke ist das zehntgrößte der Republik und hat seinen Sitz im sächsischen Riesa: Feralpi Stahl führt das höchste Gütesiegel in Umweltfragen der Europäischen Union bereits kontinuierlich seit 2012. Das Emas-Siegel erhalten Unternehmen nur, wenn ihr betrieblicher Umwelt- und Klimaschutz über den gesetzlich geforderten Standard hinausgeht. „Für uns ist ein solches Engagement eine Selbstverständlichkeit und seit jeher fest in unserer Firmenphilosphie verankert“, sagt CEO Christian Dohr. Denn bereits Unternehmensgründer Carlo Nicola Pasini hat den Leitsatz herausgegeben: „Produzieren und Wachsen mit Rücksicht auf den Menschen und die Umwelt.“ Mittlerweile in zweiter Generation gilt diese Maxime in der europaweit tätigen Feralpi Gruppe, zu der das Riesaer Werk gehört, mehr denn je.

„Wir arbeiten weiterhin an innovativen Produktionsverfahren und Recyclingmöglichkeiten, um langfristig Energie einzusparen und unsere Emissionen zu reduzieren."

CHRISTIAN DOHR, CEO FERALPI STAHL

BESTE VERFÜGBARE TECHNIK IM EINSATZ

Jährlich verlassen rund eine Million Elektrostahlerzeugnisse Feralpi Stahl in Riesa. Hergestellt werden Stranggussknüppel, Betonstahl in Stäben und Ringen, Walzdraht, Lagermatten, Listenmatten und Abstandhalter aus Schrott – unter Einsatz der weltweit „besten verfügbaren Technik" (BVT). Denn anstatt die von der Europäischen Union geforderten CO_2-Zertifikate zu kaufen, hat Feralpi Stahl in den vergangenen Jahren bereits mehr als 20 Millionen Euro in umwelt- und verfahrenstechnische Modernisierungen gesteckt. In den vergangenen fünf Jahren konnte der Energieeinsatz pro Tonne Stahl um ein Viertel, der CO_2-Ausstoß pro Tonne sogar um 30 Prozent verringert werden. Dies geschah unter anderem durch eine bessere Verknüpfung des Stahl- und Walzwerkes. Die dort früher weitestgehend getrennt ablaufenden Prozesse sind nun so miteinander verbunden, dass sich die Massen- und Energiebilanz deutlich verbessert hat.

Damit konnte sowohl Energie gespart als auch die geforderte CO_2 Reduktion erreicht werden. In den Entstaubungsanlagen arbeitet Feralpi Stahl mit einer Technologie, die fast 100 Prozent der Staubemissionen sowie der Emissionen von Dioxinen, Furanen und PCB filtert. Diese Technologie gilt derzeit als BVT zur effektiven Abgasreinigung in Elektrostahlwerken und wurde als Referenz in der aktuellen Bref-Liste der EU für die Eisen- und Stahlindustrie benannt.

WÄRME FÜR DIE STADTWERKE

Wo Stahl produziert wird, ist es heiß – diesen Umstand nutzt Feralpi Stahl, um mit der Abwärme Dampf zu erzeugen, der über eine Dampftrasse an die Riesaer Stadtwerke geliefert wird. Diese Innovation wurde 2013 mit dem sächsischen Umweltpreis geehrt.

Durch seine umweltschonende Technik, sein ökologisches Engagement und sein erfolgreiches Umweltmanagementsystem ist Feralpi Stahl nicht nur Emas- und entsprechend Tüv-zertifiziert (DIN EN ISO 14001), sondern wurde 2018 auch in die Exzellenzinitiative „Klimaschutz-Unternehmen" aufgenommen. Nur zwei Mal im Jahr werden Unternehmen Teil dieser Initiative und müssen vorher in einem Aufnahmeverfahren ihre Klimaschutzleistungen unter Beweis stellen.

MODERNSTE LOGISTIK

Kein Stahlwerk ohne die passende Logistik im Hintergrund – auch hier investiert Feralpi Stahl in die Zukunft und ersetzt im vierjährigem Turnus zwölf Zugmaschinen durch Modelle neuester Bauart, die sowohl kraftstoffsparender fahren als auch den höchsten Sicherheitsstandards, u. a. für Fußgänger und Radfahrer, entsprechen. Die Feralpi-Logistik GmbH verfügt aktuell über 26 Zugmaschinen und 28 Auflieger. Eine Dauergenehmigung erlaubt Fahrten in Überbreite bis 3 Meter und Überlängen bis 20 Meter.

EINE BESONDERE LAGE

Ein Stahlwerk in einem Wohngebiet? Was undenkbar klingt, ist in Riesa Realität. Stahlkochen hat in der Stadt an der Elbe seit 1843 Tradition. Hier grenzen industriell genutzte Flächen und Wohngebiete direkt aneinander. „Erst in dieser von zahlreichen kritischen Augen beobachteten Umgebung kann sich ein Unternehmen an den eigenen hohen Zielen messen lassen", sagt Christian Dohr. „Wir setzen hier auf absolute Transparenz."

So gibt Feralpi Stahl bereits seit 2006 jedes Jahr Nachhaltigkeits- und Umweltbilanzen heraus und veröffentlicht alle Messergebnisse, etwa zu Luftschadstoffen und Lärm, auf seiner Webseite.

Zudem setzt die Öffentlichkeitsarbeit des Unternehmens auf einen konsequenten Dialog mit Anwohnern und Medien. „Uns ist dieser Austausch sehr wichtig", betont Christian Dohr. „Gleichzeitig ist er ein großer Ansporn, nicht stehen zu bleiben oder uns auf Lorbeeren auszuruhen, sondern weiterhin in zukunftsträchtige Techniken und Innovationen zu investieren." | Foto: Feralpi

FERALPI STAHL

· Eines der größten Unternehmen unter dem Dach des italienischen Mutterkonzerns Feralpi Group
· Bestehend aus Stahlwerk, Walzwerk, Drahtwerk
· Zehntgrößtes Stahlwerk in Deutschland
· 730 Mitarbeiter, davon 32 Auszubildende

Cordless Alliance System, CAS

Herstellerübergreifendes Akku-System für über 20 Marken

Geschäftsführer Urs Langenauer.

Ein großes Thema in der heutigen Zeit ist und bleibt die Vernetzung. Um Vernetzung im übertragenen Sinne geht es auch beim Cordless Alliance System, kurz CAS. Aktuell 23 Anbieter von Elektrowerkzeugen gehören dieser 2018 von Metabo initiierten Technologieinitiative an. Das Motto: Nur noch ein Akku – herstellerübergreifend nutzbar für viele Werkzeuge der Allianz-Mitglieder. Im vergangenen Dezember trat die Gesipa Blindniettechnik GmbH der Allianz bei.

Dem Verarbeiter bringt das Konzept enorme Vorteile, denn mit nur einem 18-Volt-Akku kann er jetzt mehr als 200 unterschiedliche Elektrowerkzeuge der Allianz-Partner betreiben. Darüber hinaus reicht ihm ein Ladegerät aus, um immer einsatzfähig zu sein. Gerade vor dem Hintergrund, dass sich akkubetriebene Werkzeuge mehr und mehr durchsetzen, weil sie vom Stromnetz unabhängiges Arbeiten ermöglichen, bietet das Konzept der Allianz echten Kundennutzen. Denn in der Vergangenheit benötigten Verarbeiter für jedes Werkzeug den entsprechenden Akku plus Ladegerät, da nichts zusammenpasste. Bei Gesipa werden aktuell die Akku-Setzgeräte der Produktlinie Bird-Pro auf die Akku-Technologie der Allianz umgestellt.

„Wir haben schon sehr lange ein Auge auf Gesipa als CAS-Partner geworfen", erklärt Horst W. Garbrecht, CEO von Metabo, und führt weiter aus: „Gesipa ist führend in den Marktsegmenten rund um die Blindniettechnik. Das ist für uns ein großer Gewinn, denn insbesondere die Verbindung in die Metallindustrie passt perfekt zur Ausrichtung zur CAS."

Genauso sieht dies auch Urs Langenauer, einer der beiden Gesipa-Geschäftsführer. „Für unsere Kunden wie auch für uns als Hersteller und alle anderen CAS-Partner macht ein herstellerübergreifendes Akku-System einfach großen Sinn", betont Langenauer.

VORTEILE FÜR VERARBEITER

Denn das CAS bietet den angeschlossenen Partnern ein System mit breiter Marktstreuung, hoher Versorgungssicherheit sowie einer stabilen Geschäftsbeziehung. Das Wichtigste bei der Entscheidung pro CAS war aber aus Sicht von Urs Langenauer, dass die Kunden des Unternehmens davon gleich mehrfach profitieren können.

Da Akkus bei vielen verschiedenen, hochwertigen Markengeräten untereinander ausgetauscht werden können, spart dies dem Kunden nicht nur bares Geld in der Anschaffung, es erleichtert ihm auch erheblich das tägliche Arbeiten sowie das Handling mit den Geräten.

Besonders erfreulich erscheint der Punkt, dass viele der Maschinen und Geräte der Kooperationspartner auch für einen Großteil der Gesipa-Kunden interessant sind. Besonders gelte dies natürlich für den Metallbereich. „Nur ein Beispiel: Profis schneiden das Material mit der Akku-Kurvenschere von Trumpf und der Akku-Metall-Handkreissäge von Metabo zu und nutzen zur Verbindung dann unser Akku-Nietgerät. Und das Tolle dabei ist, dass jetzt ein Akku für alle drei Geräte passt. Einfacher geht es nicht", führt Urs Langenauer aus.

Das breite Programm, das die Akku-Allianz ihren Kunden bietet, hat nach Angaben des Geschäftsführers aber auch Vorteile für die eigene Produktentwicklung. „Es gibt uns die zusätzliche Freiheit, uns noch intensiver auf unsere Kernkompetenzen im Bereich der Niettechnologie zu konzentrieren", so Urs Langenauer. | MF, Fotos: Gesipa

Setzgeräte werden in nahezu allen Bereichen von Handwerk und Industrie genutzt.

ZENTRALE PLATTFORM FÜR DEN HANDEL

Selbst die beste Technologie und die stärksten Partner haben es schwer, wenn die Anwender die Maschinen des Akku-Systems nicht bei jedem Händler kaufen können. Durch die Spezialisierung sind Werkzeughändler meist auf einige wenige Partner fokussiert, so dass kaum einer alle über 20 CAS-Marken in seinem Standardprogramm führen wird.

Genau aus dem Grund wurde CAS-Connect entwickelt. Hierbei handelt es sich um ein neues Vertriebskonzept, mit dem Handelspartnern der Kauf von CAS-Maschinen erleichtert werden soll. Jeder Händler, der mindestens einen CAS-Partner im Programm hat, bekommt so Zugriff auf das gesamte CAS-Programm. Damit wird der Handel nicht nur gestärkt, sondern es bleibt auch die Vielfalt in den Fachgeschäften erhalten.

Über eine zentrale Plattform können Händler künftig die Produkte fast aller gelisteten CAS-Partner bestellen. Technisch gelöst wird dies über einen Zugang zu einem CAS-Katalog auf dem Fachhandelsportal Nexmart. In Kürze wird CAS-Connect in Deutschland an den Start gehen, die Internationalisierung ist für die zweite Jahreshälfte 2021 geplant.

schwarz
TRANSPORTGERÄTE GMBH

Professionelle Transportgeräte
für die Industrie!

Roggenkamp 2-4 · D-33775 Versmold
Telefon +49 5423 9468-0
info@schwarz-transportgeraete.de

www.schwarz-industrie.de

Silo- und Muldenwagen, Muldenkipper,
Transport-, Tisch- und Eurokastenwagen,
Kippbehälter, Fahrgestelle

Giampaolo Tonelli gründet GT Line vor 50 Jahren.

Heute fertigt GT Line an drei Standorten.

Technische Kofferlösungen

50 Jahre GT Line Italien

Im Jahr 1970 wurde in der Nähe von Bologna, in interessanter Nachbarschaft von Lamborghini, Bugatti und Ducati im sogenannten „Motor Valley" das Unternehmen GT Line gegründet. Aber nicht nur für die genannten Marken ist die Region bekannt, auch eine der ersten Universitäten Europas wurde in Bologna gegründet.

Nicht nur guter Wein und Pasta kommt aus der Region Emilia Romagna, die Region steht für industrielle Entwicklung. Unternehmen aus den Bereichen der Automatisierungstechnik, der Medizintechnik und des Verpackungswesens haben sich in der Nachbarschaft von GT Line etabliert.
Die Verbindung zur Industrie gab den Anstoß für Giampaolo Tonelli zur Fertigung des ersten Servicekoffers. Maschinenteile und Werkzeuge wurden in den Koffer eingepasst. Traditionell konzentrierte sich Herr Tonelli in den 70er und 80er Jahren auf den Verkauf seiner Produkte auf den heimischen Markt. In den 90er Jahren wurde der Verkauf über die Alpen forciert, Deutschland gehört heute mit zu den stärksten Exportmärkten. Federführend durch den Vertriebsdirektor Roberto Giudici wurde ein Netzwerk von Handelspartnern weltweit aufgebaut. Heute liegt der Export-Anteil des Unternehmens bei über 80 %.
Mit einer Belegschaft von über 250 Mitarbeitern wird heute an drei Standorten gefertigt. Der Stammsitz ist unverändert in Bologna, hinzu kommt die Fertigung in Rumänien und der jüngste Standort in Vietnam, wo seit 2010 zahlreiche textile Sonderlösungen, Taschen und Rucksäcke entwickelt und hergestellt werden. Ein Großteil der Belegschaft begleitet Herrn Tonelli seit mehr als 25 Jahren. Dieses In-House Know-how ist die Grundlage für den Qualitätsstandard von GT Line.

STETE WEITERENTWICKLUNG

In den zurückliegenden Jahren legte Herr Tonelli immer Wert auf einen modernen Maschinenpark und auf Kundennähe im Vertrieb. Flexibilität und eine glückliche Hand sorgten für neue Entwicklungen und setzen Maßstäbe im Markt der technischen Verpackungen. Ausnahmslos hochwertige Materialien werden in der Fertigung eingesetzt. GT Line Werkzeugkoffer stehen für Robustheit und klares Design.

Neben der Entscheidung wasserdichte Koffer mit der Explorer Line seit 2002 in einer eigenen Fertigungslinie zu entwickeln und am Standort in Bologna zu fertigen, war die Vorstellung des Koffers Turtle im Jahr 2001 mitentscheidend für den heutigen Erfolg des Unternehmens. Die Anforderung nach einem flugtauglichen, robusten, „unzerstörbaren" Servicekoffer mit TSA-Schloss, Teleskopgriff und Rollen kam vom Markt. Für diesen Koffer wurde das „Roto Moulding" – ein Rotationsfertigungsverfahren entwickelt. Der Turtle Werkzeugkoffer wird heute in verschiedenen Ausführungen, Größen und Farben weltweit im Markt verkauft.

Die Zusammenarbeit mit dem Einkaufsverband NORDWEST ist unter anderem auf den Turtle 300 PTS zurückzuführen. NORDWEST gehörte zu den ersten Partnern, die das neue Kofferkonzept Turtle im Markt eingeführt haben.
GT Line investiert einen Großteil des jährlichen Profits in Forschung und Entwicklung. Nur durch die ständige Weiterentwicklung und durch den von Herrn Tonelli vorgegebenen Weg ist es möglich, erfolgreich technische Verpackungslösungen in Europa zu fertigen. Heute wird das Unternehmen von Massimo Tonelli in zweiter Generation geführt.
Der im Jahr 2019 bezogene Neubau ist ein klares Statement und Zeichen der Familie Tonelli, wo GT Line seine Zukunft sieht. | Fotos: GT Line

rechte Seite: Der Rock Turtle in Aktion.

18

Blick in die Helm- ...

JSP Safety

Brexit und Corona beschleunigen Unternehmensentscheidungen

Ein britisches Unternehmen auf dem europäischen Festland zu sein, scheint dieser Tage kein leichtes Unterfangen. Mit dem Brexit-Votum und dessen Vollzug im Dezember 2020 ergaben sich zahlreiche neue Herausforderungen. Zudem setzt Corona Unternehmen auch weiterhin unter Druck – sei es bei der Beschaffung und dem Vertrieb von Waren oder der Gesunderhaltung der eigenen Mitarbeiter.

Auch für JSP Safety gibt es dabei keine Ausnahme. Dennoch blickt man dort zuversichtlich in die Zukunft. „Wir hatten schon vor diesem extremen 2020 manche Weiterentwicklung eingeleitet, so dass wir uns trotz allem gut aufgestellt sehen. Aber ja, es waren und sind immer noch fordernde Monate", so Dr. Tilo Weiss, Geschäftsführer der deutschen JSP Safety-Dependance.

AUFBAU DER MASKENPRODUKTION AM STANDORT DÜSSELDORF

Schon bevor die Corona-Pandemie den Alltag auf den Kopf gestellt hat, befasste man sich am Düsseldorfer Standort mit der Fragestellung, eine eigene Maskenproduktion aufzubauen. Diese sollte, aufgrund des nahenden Brexits, in der Lage sein, den europäischen Kontinent mit FFP2- und FFP3-Masken (mit und ohne Ventil) zu versorgen. Kleinere Produktionseinheiten liefen bereits im Testbetrieb. Der Ausbruch des neuartigen Virus' beschleunigte die Entscheidungsfindung, um die Versorgungssicherheit der Kunden zu gewährleisten. „Mit Corona wurde unsere Supply Chain unterbrochen, denn in China waren unsere vor Ort produzierten Masken plötzlich systemrelevant. Lieferungen bekamen wir erstmals keine mehr, also war unser weiteres Vorgehen klar. Wir wollten nicht länger von externen Zulieferern abhängig sein", so Dr. Tilo Weiss. Im Januar 2020 fiel die Entscheidung, die Produktion am Düsseldorfer Standort zu erweitern. Bürokratische Hürden gab es keine – schon beim Bezug des Standortes 2017 hatte man bei der Stadtverwaltung eine Ergänzungsgenehmigung eingeholt, die jetzt zum Tragen kam und wertvolle Zeit sparte. Anlagenbauer und Automatisierungsexperten wurden hinzugezogen, mit denen das Unternehmen gemeinsam vier vollautomatische Produktionsstraßen baute. Diese sind mittlerweile in Betrieb und sollen monatlich 2,2 Millionen Masken herstellen – inklusive passender Komponenten wie zum Beispiel das obligatorische Vlies. Dabei steht die Qualität der Produkte im Vordergrund und nicht der schnelle Gewinn in der aktuellen Pandemie-Situation.

„Wichtig ist uns, auch an die Zeit nach Corona zu denken und langfristig zu planen. Wir wollen nicht der günstigste, sondern einer der hochwertigsten Anbieter sein. Die Menschen, die sich schützen müssen, erhalten von uns ein attraktives Produkt. Zeitgleich reduzieren wir unsere Abhängigkeiten von externen Anbietern", so der Geschäftsführer.

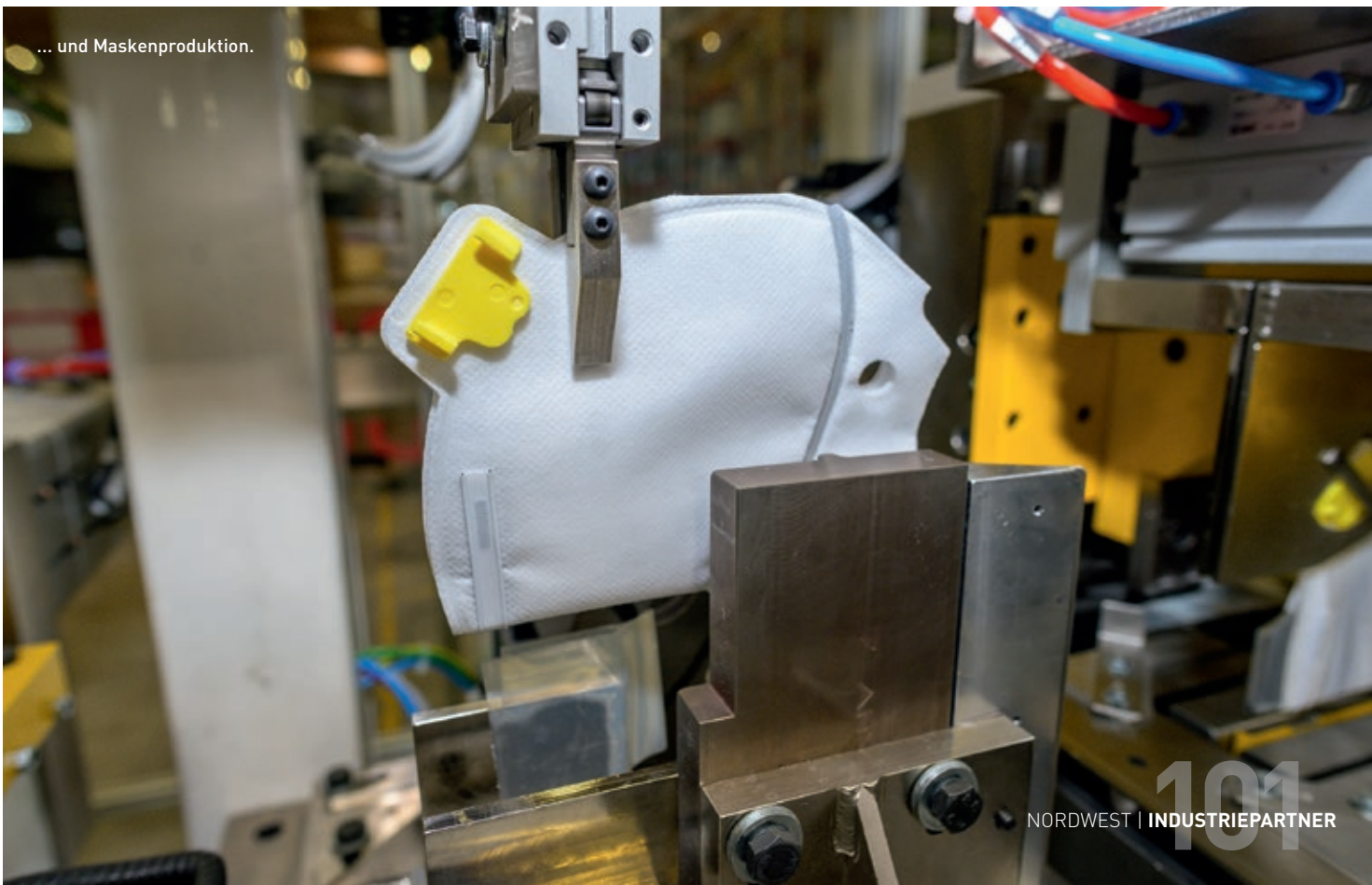
QUALITÄTSSICHERUNG SCHAFFT VERTRAUEN

Die Produktionen laufen bei JSP Safety vollautomatisch. Eine Entscheidung, die laut Dr. Tilo Weiss notwendig war, um international wettbewerbsfähig zu bleiben. Ein Anlagenführer und ein Qualitätsmanager sind je Schicht anwesend, um den Produktionsprozess und das Endergebnis zu überwachen und zu prüfen. Ein zusätzliches, unternehmensinternes Gütesiegel, das die Iso-Norm 9001 ergänzt, rundet das Qualitätsmanagement ab. Vertrauen schaffen lautet hier die Devise, die Kunden sollen wissen, auf was sie sich einlassen. So wird nicht nur das finale Produkt entsprechend überprüft, sondern auch jede einzelne Komponente.

2021 steht noch ganz im Zeichen der angestoßenen und umgesetzten Projekte. Mittelfristig soll jedoch eine Strategie für Gesamteuropa erarbeitet und umgesetzt werden. Auch weitere Produktionsstraßen werden dabei in Deutschland etabliert. | LD, Fotos: JSP Safety

JSP Safety wurde 1964 in Oxford/England gegründet.

Wurden zur Gründerzeit noch Lederhandschuhe per Hand genäht und verkauft, wandelte sich das Unternehmen in den vergangenen Jahren zum vielseitigen und modernen PSA-Produzenten. Heute werden in sieben Produktionsstandorten auf drei Kontinenten Produkte aus den Bereichen Kopfschutz, Atemschutz, Augen & Gesichtsschutz, Gehörschutz und Höhensicherung entwickelt, gefertigt und weltweit verkauft. Seit 2017 hat die deutsche Niederlassung ihren Sitz in Düsseldorf, wo rund 50 Mitarbeiter beschäftigt sind. Damals startete das Unternehmen am Ort mit einer Helmproduktion, die mittlerweile 1,3 Millionen Exemplare jährlich liefert – im Baukastensystem passend für individuelle Bedürfnisse des Anwenders und auf Wunsch mit der Nutzung des Individualisierungsservice über den JSP Logo Express. Mit diesem kann der Kunde Firmenlogo, Name etc für sein Corporate Branding auf dem Helm ergänzen. Gleiches soll es auch für die Maskenfertigung geben. Für die Masken, deren Rohstoffe ausschließlich aus der europäischen Union stammen und somit einen reduzierten CO_2-Abdruck haben, wird zudem derzeit eine Pharmazentralnummer beantragt.



... und Maskenproduktion.

Für den Handel ein Erfolgs-Hebel:

Die neue Wiha Showtime-Kampagne mit den Five Star Systems

Alexander Kratz

Handwerkzeughersteller Wiha bietet gerade mit seiner neuen Kampagne Showtime eine große mediale Bühne für sein breites Sortimentsangebot. Die 16 sogenannten Five Star Systems stehen dabei im Vordergrund – ausgewählte System-, Set- und Transportlösungen für die drei definierten Zielgruppen Electric, Mechanic und E-Mobility. Aus dieser Bandbreite können Händler nun schöpfen, um ihre Zielgruppen optimal beraten und bedarfsgerecht bedienen zu können. Alexander Kratz, Wiha Vertriebsleiter Deutschland & Benelux, sieht in Wihas durchdachten Sortimentslösungen große Chancen und Potenzial für den Handel.

NORDWEST News: Wiha erweiterte in den letzten Jahren kontinuierlich seine Angebotspalette im Sortimentsbereich. Wie kam es zu dieser Entwicklung?

Alexander Kratz: Grundsätzlich haben wir uns zwei Fragen gestellt: Wie können wir Anwendern mit unseren Profi-Lösungen noch bessere Unterstützung im Arbeitsalltag bieten? Wie lässt sich der Bereich Handwerkzeuge für unsere Fachhandelspartner noch attraktiver gestalten – sprich: einzelne Handwerkzeuge, bzw. klassische C-Produkte wie den Schraubendreher oder die Zange, in umsatzstarke A-Produkte wandeln? Diese Fragen verfolgten wir durch Bündeln unserer Profiwerkzeuge zu durchdachten, sinnvollen Sortimenten, Sets und Systemen. Für den Handel sehen wir dabei den maximierten Umsatz und Margen-Aspekt pro Stück als das entscheidende Plus. Anwender profitieren davon, dass wir für sie die zeitaufwendige Werkzeugauswahl übernehmen und gleichzeitig für komfortable Transportmöglichkeiten sorgen.

NORDWEST News: Sind unter den 16 Five Star Systems auch aktuelle Neuheiten für die drei Zielgruppen-Kategorien Electric, Mechanic und E-Mobility zu finden?

Alexander Kratz: Es war uns wichtig, für alle drei Anwendungsbereiche ein in sich stimmiges Sortimentsspektrum mit vielfältiger Abverkaufs-Unterstützung für alle Vertriebskanäle anbieten zu können. Tatsächlich sind daher noch einige neue Innovationen dazu gekommen, die nun die Zielgruppenangebote abrunden.
In unserem Kern-Bereich Electric bilden wir mit vielen Entwicklungen der letzten Jahre bereits schon eine große Bandbreite ab – wozu auch unser Flaggschiff, der XXL III Werkzeugkoffer zählt. Mit Taschen- und Set-Lösungen, über einen neuen Werkzeug-Rucksack bis hin zu Koffern im L bis XXL Format bieten wir System-Lösungen von klein bis groß – für unterschiedlichste Schwerpunkte und Präferenzen. Für unsere Handelspartner bringt dies ein sehr hohes Maß an Entscheidungsfreiheit in Sachen Angebotsgestaltung mit sich.

Der Bereich mechanische Werkzeuge ist mit einigen ganz aktuellen Neuheiten stark gewachsen, um auch hier die notwendige Vielfalt für unterschiedliche Alltagsherausforderungen dieser Zielgruppe zu bedienen. Seien es auch hier ein neuer Werkzeug-Rucksack oder weitere mechanische Werkzeug-Sets – unsere Angebotspalette bietet nun für vielerlei Anwenderbedürfnisse genau die richtige

Antwort, was dem Fachhandel in der Kundenberatung helfen wird. Im Wachstumsmarkt E-Mobility haben Händler und Anwender die Entscheidung zwischen der kleineren Koffer- und der großen Werkstattwagen-Komplett-Lösung. KFZ-Werkstätten sehen sich mehr und mehr der großen Herausforderungen gegenübergestellt, ihre Werkstatt-Ausrüstung für Reparaturen an Hybrid- oder E-Fahrzeugen komplett neu zusammenstellen, um die Sicherheit der Mitarbeiter zu gewährleisten. Unsere Sets bieten dabei die Komplettlösung mit spannungssicheren Werkzeugen, die auf unserer jahrelangen Erfahrung in diesem Bereich beruhen.

NORDWEST News: Inwiefern kann die aktuelle Showtime-Kampagne Ihre Fachhandelspartner unterstützen – was steckt genau dahinter?

Alexander Kratz: Die Showtime-Präsentation rund um unsere Five Star Systems wird Anwender in verschiedenen Medienkanälen das ganze Jahr über erreichen und für große Aufmerksamkeit sorgen. Parallel dazu stellen wir unseren Fachhandelspartnern ein vollumfängliches Paket an digitalen Daten, Bildern, Informationsmaterial und POS-Lösungen zur Verfügung. Flankiert werden diese Maßnahmen durch unser Angebot von digitalen Produktschulungen, Trainings und – sofern es die aktuelle Pandemie-Situation zulässt – Begleitreisen unseres Vertriebsteams nach individuellen Kundenwünschen. Die drei Anwender-Zielgruppen werden über unsere große Sortimentsvielfalt und deren Nutzen informiert ▶ Dadurch wird Nachfrage erzeugt ▶ Unsere Handelspartner und deren Verkaufsteams werden geschult und dadurch wird eine professionelle Beratungskompetenz ermöglicht ▶ Mit durchgängiger Online-Datenverfügbarkeit sowie attraktiven POS-Präsentationen werden Endanwender online oder stationär abgeholt und überzeugt ▶ Zuletzt steht als Ziel, das Margen-Ergebnis unserer Handelspartner durch den schnellen Abverkauf der Sortimente zu maximieren. | Fotos: Wiha

Ihr Wiha-Ansprechpartner hilft Ihnen gerne bei der für Ihre Zielgruppe passgenauen Auswahl – ob persönlich, wenn es unter Einhaltung der Hygienevorschriften und AHA-Regeln möglich ist, oder digital. Mehr zur Showtime Kampagne und den Five Star Systems finden Sie hier: www.wiha.com/showtime

Die aktuelle Showtime-Kampagne.

FHB

Zum besten Workwear-Hersteller gewählt

Auch in Corona-Zeiten führte der Arbeitskreis Werkzeuge (AKW) im Zentralverband Hartwarenhandel e.V. (ZHH) im Bereich Arbeitsschutz die Partnerwahl des PVH (Produktionsverbindungshandel) 2020 durch. Unter 1.500 Fachhandelsmitgliedern in Deutschland wurden die Besten in den jeweiligen Bereichen ausgezeichnet. Dafür wurden die Fachhandelstreue eines Unternehmens, die realisierte Marge und Marktpflege, Daten- und Digitalisierungsqualität, Produktinnovation und das Reklamationsverhalten bewertet. Den ersten Platz errang der französische Schuhhersteller Lemaitre. Das ostwestfälische Unternehmen FHB erreichte den zweiten Platz vor dem dänischen Unternehmen Mascot. Die Bekanntgabe und Ehrung der Bestplatzierten fand aufgrund der aktuellen Situation digital statt. | Foto: FHB

APD Schlauchtechnik

Übernahme des Warenangebots der Grüner Schlauch Vertriebs GmbH

Bereits seit Ende letzten Jahres vertreibt APD Schlauchtechnik die Produkte der „Grüner Schlauch Vertriebs GmbH" exklusiv. Auf 28 Linien werden schon heute ein umfangreiches Sonder- und Serienprogramm aus:

- Monoextrudierten Schläuchen
- Saug- und Druckschläuchen sowie
- Gewebe- und Gartenschläuchen produziert.

Das 18.000 qm großes Logistikzentrum von APD liefert ein großes Angebot an Schläuchen und Zubehör für den Bau, die Industrie, den Garten und die Landwirtschaft. IBC-Container und -adapter, die bekannten Laub- und Bewässerungssäcke der Marke Grüner, Abdeckplanen, Schlauchbrücken sowie Armaturen und Anschlusselemente passend zu unseren Schläuchen, wie den bekannten Plexus One und Clearwater runden das ständig aus Lagervorrat lieferbare Programm ab. | Foto: APD

Nilfisk

Vier Dimensionen der Sauberkeit

Die Anforderungen an Sauberkeit und Hygiene haben sich drastisch verändert. Unter dem Slogan „Clean is Changing" startet Nilfisk deshalb eine umfassende Informationskampagne. Im intensiven Dialog mit den Experten des Reinigungsgeräteherstellers sollen Kunden aus verschiedensten Branchen mit Wissen und Methoden ausgestattet werden, um dem Paradigmenwechsel angemessen zu begegnen. Als zentrale Faktoren hierfür identifizierte Nilfisk vier Dimensionen von Sauberkeit. Als erstes ist der massiv gestiegene Stellenwert hygienischer Reinigung zu nennen. Aus diesem Anspruch ergeben sich wiederum die drei weiteren Dimensionen: Reinigung soll technologiegestützt, transparent, sichtbar sowie nachhaltig gestaltet werden. So wird klar vermittelt, dass Hygiene höchste Priorität genießt und mit Effizienz und Umweltbewusstsein Hand in Hand gehen kann. Im Rahmen der „Clean is Changing"-Kampagne veröffentlicht Nilfisk verschiedene Fachbeiträge und Informationsmaterialen zum jeweiligen Thema. Einen ersten Überblick können sich Interessierte auf folgender Informationsseite verschaffen: https://www.nilfisk.com/de-de/campaigns/clean-is-changing | Foto: Nilfisk

GÜNZBURGER STEIGTECHNIK

Sicherheit.
Made in Germany.

Die neue dreiteilige **Stufen-Mehrzweckleiter** ist ein Allroundtalent mit 15 Jahren Qualitätsgarantie und setzt, mit Blick auf TRBS-Konformität, Maßstäbe in Sachen Arbeitssicherheit. Wir entwickeln stets neue Ideen für ein Plus an Sicherheit. Denn wir wissen, dass Sicherheit ein Grundbedürfnis ist.

Erleben Sie unsere Neuheiten live bei Ihnen vor Ort.
www.steigtechnik.de/roadshow

ROAD SHOW

www.steigtechnik.de

Stahlwille

Vom Future Champion zum Weltmarktführer

Stahlwille ist Weltmarktführer bei handgeführten Werkzeugen im Drehmomentbereich. Im aktuellen Weltmarktführer-Index wird das Unternehmen als eines von 450 gelistet, die alle Kriterien erfüllen. Die Auswahl und Bewertung erfolgt seit 2015 unter wissenschaftlicher Leitung von Prof. Dr. Christof Müller von der Universität St. Gallen. Wegen seines transparenten und objektiven Auswahlprozesses ist dieser Index branchenübergreifend anerkannt. Bereits 2019 wurde Stahlwille erstmals im Weltmarktführer-Index aufgeführt, als „Future Champion" und damit als Unternehmen auf dem Sprung zur Marktführerschaft in seinem Gebiet. Das hat der ebenso traditionsreiche wie innovative Werkzeughersteller nun innerhalb kürzester Zeit geschafft. Mit hoher Fertigungstiefe produziert das Unternehmen längst nicht nur klassisches Werkzeug, sondern gilt auch als Pionier in der Drehmomenttechnik. | Foto: Stahlwille

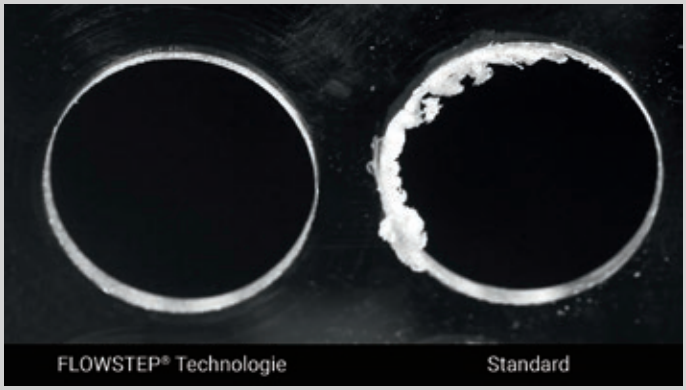
Sonax

Testsieger-Auszeichnung erhalten

Kürzlich setzte sich SX 90 Plus in einem Vergleichstest der Magazine Auto Bild und Auto Bild Klassik in Kooperation mit der Kfz-Sachverständigenorganisation Küs mit deutlichem Vorsprung als Testsieger vor namhaften Wettbewerbsprodukten durch. Das Multifunktionsöl des Neuburger Herstellers löst festgerostete oder festsitzende Muttern, Schrauben oder Schalter und schützt zugleich vor erneuter Korrosion. Auch Schlösser, Schließzylinder, Rollen, Federn und Metallführungen macht der Allrounder wieder leichtgängig. Darüber hinaus schützt, schmiert und konserviert das Sprühöl auch empfindliche Teile von Elektrowerkzeugen und Motoren. Sogar bei einer temporären Versiegelung von Metallteilen empfiehlt sich der Klassiker, denn der Ölfilm dient als leichte Übergangskonservierung und lässt sich mit einem wässrigen Reiniger im Rahmen einer Wäsche leicht wieder entfernen. Somit ist SX90 Plus aufgrund seiner Vielseitigkeit kaum aus der Werkstatt oder Produktion wegzudenken. | Foto: Sonax

Ruko

Neue Maßstäbe in der Metall-zerspanung



Die Firma Ruko hat in ihrem Werk in Holzgerlingen, in der Nähe von Stuttgart, eine Innovation im Bereich der Stufenbohrer-Technik entwickelt. Mit der sogenannten Flowstep Technologie setzt der deutsche Hersteller von Präzisionswerkzeugen neue Maßstäbe in der Metallzerspanung. Die Flowstep Technologie kennzeichnet sich durch ihre runden Stufenübergänge. Jede einzelne Stufe verfügt über einen speziell entwickelten Hinterschliff, der den Stufenbohrer nach dem Durchbohren jeder Stufe nahtlos und kontrolliert auf die nächste Stufe führt. Das ermöglicht einen wesentlich leichtgängigeren und ruhigeren Bohrvorgang. So können Anwender den Stufenbohrer bei empfindlichen Werkstoffen wie sehr dünnwandigen Blechen, Plexiglas oder Holz hervorragend kontrollieren und erzielen ein deutlich verbessertes Bohrergebnis. Zudem verkürzt die Flowstep Technologie die Dauer des Bohrvorgangs deutlich: Anwender können nun in der gleichen Zeit, bis zu doppelt so viele Bohrungen in Metall durchführen. | Foto: Ruko

Bedrunka + Hirth

Neues Alu-Profil-Stecksystem Workalu

Edel in der Optik, leicht zu reinigen und anpassungsfähig für jeden Raum und jede Anforderung – so lässt sich das neue modulare Arbeitsplatz-Stecksystem Workalu von Bedrunka + Hirth beschreiben. Workalu-Systeme gibt es mit 4-Fuß- und C-Fuß-Tischen, ein- und doppelseitigen Gestellen, verschiedenen Verkettungsvarianten, Anbaumodulen und Eckverbindungen. Arbeitsplatten werden in unterschiedlichen Maßen, Stärken und für unterschiedliche Anforderungen angeboten, ob wasserabweisend, stoß-, kratz- und abriebfest oder geeignet für elektrostatisch gefährdete Bereiche. Das System ist in 16 Standardfarben (RAL-Töne) erhältlich und lässt sich so an das Corporate Design des Kunden anpassen. Die 40x40 mm starken Alu-Profile werden nach Kundenwunsch zugeschnitten und zur einfachen Selbstmontage bereitgestellt. Das spart Transportkosten. Der entscheidende Vorteil der neuen Produktsparte liegt in der schier unbegrenzten Kombinationsvielfalt und Anpassungsfähigkeit des Alu-Profil-Stecksystems. Der Workalu Arbeitsplatz lässt sich jederzeit ergonomisch anpassen, mit neuem Zubehör ausstatten oder erweitern. Damit verkörpert er perfekt das Motto von Betriebseinrichter Bedrunka + Hirth, nach dem sich der Arbeitsplatz den Anforderungen des Menschen anpassen muss und nicht umgekehrt. „Moderne Arbeitsplätze sind variabel und flexibel zu gestalten, um Arbeitsabläufe zu optimieren". | Foto: Bedrunka + Hirth

Hörmann

Angesagter Industrial-Style

Moderner Industrie-Look ist einer der bedeutendsten Einrichtungstrends der letzten Jahre, der sich inzwischen nicht nur auf Möbel, Leuchten und Dekorationen beschränkt. Hörmann bietet mit seinen neuen Lofttüren nun eine elegante, hochwertige Lösung für die moderne Raumaufteilung an. Die Lofttüren können flexibel aus verschiedenen Elementen bis zu einer maximalen Größe von 5 x 4 Meter kombiniert werden. Dazu zählen ein- und zweiflügelige Türen, mit und ohne Seiten- und Oberteilen sowie Glastrennwände. Als Klarglas wird ein 6 mm starkes Verbundsicherheitsglas eingesetzt. Dank schmaler Profilansichten von nur 76 mm an den Türen und 20 mm an den Festverglasungen sowie den nur 15 mm breiten, aufgesetzten Sprossen wirken die Elemente sehr filigran, vor allem in Kombination mit den schmalen Glasleisten Slim. Für den besonders authentischen Industrielook bietet Hörmann eine Variante mit Winkelglasleisten und sichtbaren Schraubenköpfen an. Auf Wunsch können die sichtbaren Schraubenköpfe auch lackiert werden. | Foto: Hörmann

faszinierende bäder und technik

DHB
Deutscher Handballbund

OFFIZIELLER PARTNER

delphis Faszinierende Bäder & Technik

haustechnik_delphis

@delphis_baddesign
#gibtdirraum

delphis.de

Ideal Standard

Kontaktlose Armaturenserie Sensorflow

Ideal Standard stellt seine neue automatische und berührungslos bedienbare Armaturenserie Sensorflow vor. Die Installationsmöglichkeiten sind vielfältig: Die kontaktlose Armatur kann an der Wand, auf der Hahnbank eines Waschtischs angebracht oder auf einer Trägerplatte montiert werden. Dank der Easyfix-Technologie und der Integration der Batterie und des Magnetventils in den Armaturenkörper ist der Einbau der Armatur sehr unkompliziert und einfach. Die Umstellung von einer traditionellen Einhebelarmatur oder einer Armatur mit Push-Button-System auf Sensorflow ist problemlos möglich. Die Produkte der Serie Sensorflow sind sowohl in einer stromnetz- als auch in einer batteriebetriebenen Variante erhältlich. Die Schonung wertvoller Ressourcen spielt im Produktdesign bei Ideal Standard eine große Rolle, so auch bei Sensorflow. Die integrierte Sicherheitsabschaltung stoppt nach spätestens 55 Sekunden, auch dann, wenn der Sensor manipuliert wird, zum Beispiel durch Zukleben. Auf diese Weise werden Wasser gespart und langfristige Einsparungen im Vergleich mit traditionellen Armaturen ermöglicht. | Foto: Ideal Standard

Kermi

Frischer Look bei Duschkabinen

Die Farbe Weiß Soft zur Oberflächengestaltung ist zweifellos ein großes Thema in der Badgestaltung. Kermi huldigt dieser neuen Trendfarbe mit der besonderen Kollektion White Line. Black and white – Schwarz Matt und Weiß Matt – sind angesagte Oberflächenfarben im Bad 2021. Die Kollektion Dark Edition von Kermi begleitet bereits den Mainstream-Trend „Schwarz". Sie umfasst fünf Programme, deren Serienartikel im edlen Schwarz Soft-Look erschei nen. Kermi ist überzeugt, dass das frische und edle Weiß Soft ebenfalls bald in vielen Badezimmern den Ton angeben wird. Die Trendfarbe wurde bereits in zahlreichen Medien kommuniziert, aber leider besteht derzeit keine Möglichkeit für eine Live-Präsentation. Genau aus diesem Grund wartet auch die besondere Kollektion White Line von Kermi in 2021 auf ihren großen Live-Auftritt. Entwickelt 2020 zum 44-jährigen Duschkabinenjubiläum von Kermi Duschdesign ist sie 2021 zum unveränderten Aktionspreis erhältlich. Sie besteht aus vier modernen Walk-In-Varianten in frischem Weiß Soft-Look, mit individuell sandgestrahlten Glasdekoren und reinigungsfreundlicher Pflegeleicht-Beschichtung Kermiclean. | Foto: © Copyright by Kermi GmbH, Pankofen-Bahnhof 1, 94447 Plattling, Deutschland

Sehr Heißig.

Genau wie wir.

- Seit Ende der 1980er Jahre entwickeln wir unermüdlich Lösungen und Produkte rund um das Thema **„Abfalltrennung mit System“**.
- Als Erfinder des Farbcodes für die Wertstofftrennung, mit über Jahrzehnte erarbeiteter Expertise sind wir die Spezialisten für Entwicklung und Produktion von Abfalltrennsystemen und Abfallbehältern.
- Alle relevanten Umwelt- und Sicherheitszertifizierungen lassen sich mit unseren Produkten erreichen.
- Unsere Produkte werden TÜV-zertifiziert komplett in Deutschland entwickelt und produziert.
- Unsere Produktlinien umfassen mehrere hundert Varianten – im Standardprogramm; die meisten davon sind ab Lager verfügbar.
- Unsere Herstellergarantie beträgt mindestens 5 Jahre.

Umwelt-/Sicherheits-/Brandschutzzertifizierung oder geänderte Auflagen für Ihren Betrieb? Kostenlose Fachberatung vor Ort gehört bei uns dazu – sprechen Sie uns an!

Industrie, Handel, Gewerbe und Öffentliche Einrichtungen vertrauen europaweit auf

Die Originale von stumpf.®

stumpf®

Stumpf Metall GmbH | Bautenberger Str. 4 | 57234 Wilnsdorf | +49 (0) 2739 / 8978 - 0 | www.stumpf-metall.de

TERMINE

HANDWERK & INDUSTRIE

15.04. – 23.04.2021	Online-Seminar C+P Möbelsysteme: Produktschulung Umkleide- und Garderobenschrankanlagen
14.,15.,20. & 22.04.2021	InTECH Katalog-Workshops
05.05.2021	User-Group Treffen – www.meine-wartung.de

GEPRÜFTER PSA-FACHBERATER NORDWEST

02.05 – 07.05.2021	vor Ort in Dortmund

SACHKUNDELEHRGÄNGE

01.06.2021	Sachkundelehrgang Gehörschutz (Lehrgangsdauer 1 Tag)
02.06.2021	Sachkundelehrgang Chemikalienschutz (Lehrgangsdauer 1 Tag)
08.06. – 09.06.2021	Sachkundelehrgang PSAgA (Lehrgangsdauer 2 Tage)
10.06. – 11.06.2021	Sachkundelehrgang Atemschutz (Lehrgangsdauer 2 Tage)

VERTRIEB

Highlights-Herbst Bestellstart Ende Juni/Mitte Juli

HAUSTECHNIK

09.06.2021	Kickoff Ausstellungskonzept Haustechnik (online)

HAUPTVERSAMMLUNG (ONLINE)

20.05.2021

IMPRESSUM

Herausgeber:
NORDWEST Handel AG
Robert-Schuman-Straße 17
44263 Dortmund
T + 49 231 2222-3001
F + 49 231 2222-3099

info@nordwest.com
www.nordwest.com

Redaktion (v.i.S.d.P.):
Lea Dommel (LD)
T + 49 231 2222-3340
F + 49 231 2222-5452
l.dommel@nordwest.com

Redaktion: Lea Dommel (LD)
Grafik: Andrea Dziuba,
Leonie Theusz
freie Mitarbeit:
Matthias Fischer (MF)
Matthias Mogga (MM)

Druck:
Bösmann Medien und
Druck GmbH & Co. KG
Ohmstraße 7
32758 Detmold
www.boesmann.de

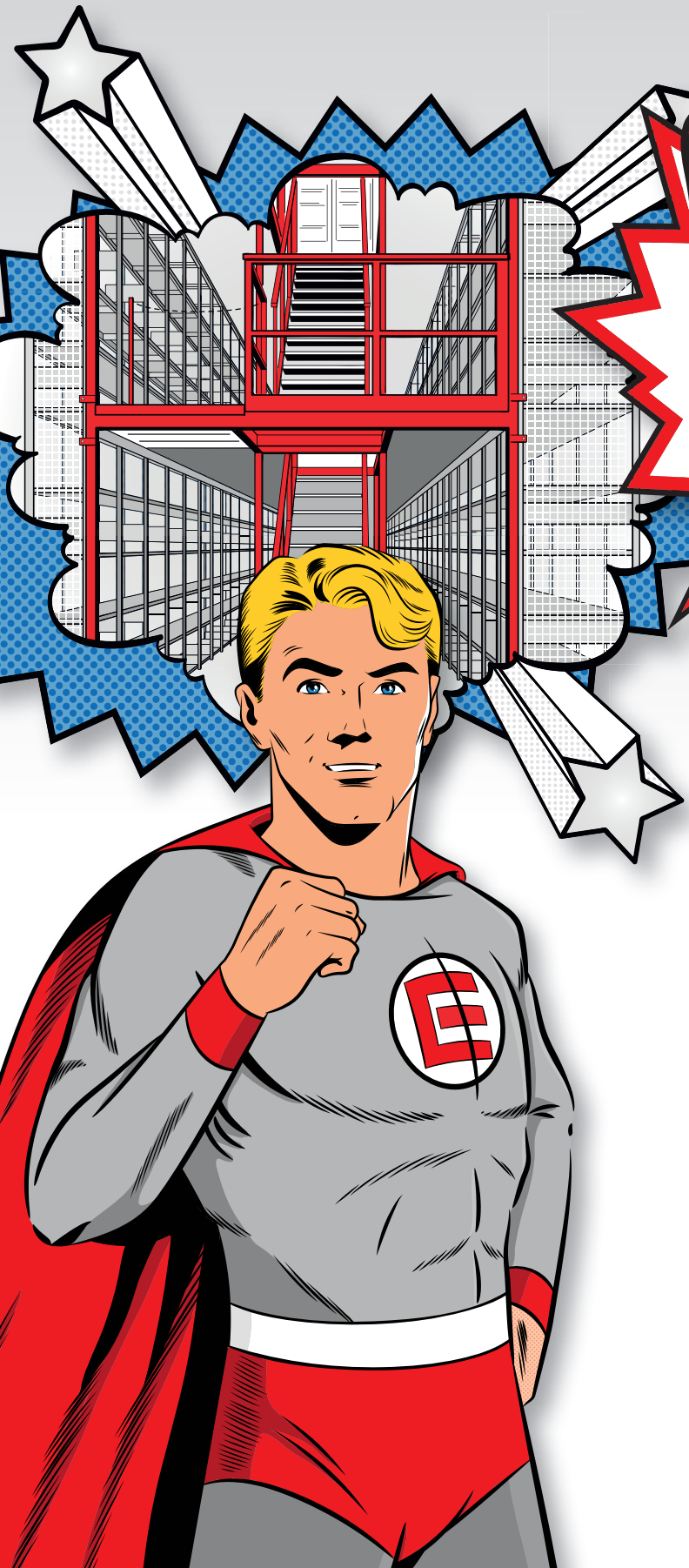
Erscheinungsweise:
3 Ausgaben pro Jahr

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

Namentlich nicht gekennzeichnete Beiträge wurden der Redaktion zugeliefert.

lieber.logisch.lagern

SCHULTE Lagertechnik



100 JAHRE
SEIT 1921
GEBRÜDER SCHULTE

Entdecken Sie unsere cleveren Lagerlösungen!

SCHULTE Lagertechnik ist einer der führenden Regalhersteller Deutschlands, mit umfangreicher Systemvielfalt für jede Art von Lager.

Von der Fertigung bis zur Montage wird auf höchste Qualität gesetzt. Innovative Produkte und kompetenter Service, bieten Ihnen eine sichere und optimale Lösung für Ihr Lager!

www.schulte-lagertechnik.de

german brand award 19 winner

german brand award 20 winner

GESIPA® SETZT AUF CAS!

EIN AKKU FÜR ALLE!

NEW

CAS CORDLESS ALLIANCE SYSTEM

Die **Bird Pro-Serie** jetzt auch dabei! Die Allianz der Besten mit dem **Cordless Alliance System!**

GESIPA®

A member of SFS