

# EZ

# EISENWAREN-ZEITUNG

FACHZEITSCHRIFT  
FÜR HARTWAREN &  
NEUE TECHNOLOGIEN

AUSGABE 1/2023 · 75. JAHRGANG

**JANUAR 2023**

ANZEIGE

## CEVOLUTION

made by Klingspor

## Mehr als „nur“ Keramik!

Klingspor präsentiert die neue CEVOLUTION Technologie. Das sind keramische Schleifmittel, gepaart mit 130 Jahren Know-how. Entdecken Sie CEVOLUTION bei zahlreichen Produkten im Klingspor Sortiment.



◀ Mehr dazu unter [www.klingspor.de](http://www.klingspor.de)



## Die HZ Haushaltswaren-Zeitung im neuen Design

Entdecken Sie für Ihre Handels-  
aktivitäten die neuesten Trends

### Fachinformationen aus den Bereichen

- Handel
- Industrie
- Verbände
- Messen
- Marktdaten
- Personal



Und täglich neue Meldungen auf  
[www.haushaltswaren-zeitung.de](http://www.haushaltswaren-zeitung.de)



HOHE FRACHTKOSTEN,  
WIE SIE VOR EINEM JAHR ZU  
BEKLAGEN WAREN, STELLEN  
INZWISCHEN KEIN PROBLEM  
MEHR DAR.

**N**eues Jahr, neue Gesetze – das kann man eigentlich in jedem anstehenden Januar feststellen. Zum Start dieses Jahres gilt es für einige Unternehmen, sich mit dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) auseinanderzusetzen. In unserem Schwerpunktthema „Beschaffung und Logistik“ lesen Sie, dass unsere großen PVH-Verbundgruppen vom LkSG nur mittelbar betroffen sind, da deren Mitarbeiterzahl unter der gesetzlich vorgegebenen Grenze liegt. Das Gesetz, das am 1. Januar wirksam wurde, ist seitdem auf Unternehmen in Deutschland ab 3.000 Beschäftigte anwendbar. Der Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e.V. (BGA) teilt in seinem Infobrief mit, man habe gemeinsam mit BDI, BDA, DIHK und ZDH in den vergangenen Monaten nochmal erheblichen Druck auf die Bundesregierung ausgeübt, um das LkSG zu verändern bzw. auszusetzen.

„Auch wenn es nicht gelungen ist, im Deutschen Bundestag genügend Abgeordnete von einer Aussetzung zu überzeugen, hat die Bundesregierung in den vergangenen Tagen zumindest mit einer verlangsamten Anwendung des Gesetzes auf unsere Kritik reagiert. Das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) hat auf seiner Webseite offiziell verkündet, dass erst bis zum 1. Juni 2024 geprüft werden wird, ob die Berichtspflichten für das bis dahin abgelaufene Geschäftsjahr erfüllt worden sind. Es hat angekündigt, die Einhaltung des Lieferkettengesetzes bürokratiearm und mit Augenmaß zu prüfen. Dazu gehört auch, dass gerade im ersten Prüffahr die Mehrbelastung für Unternehmen angesichts der aktuellen politischen Lage und instabiler Lieferketten im Sinne des

Angemessenheitsprinzips berücksichtigt wird. Der Start des Gesetzes soll möglichst anwendungs- und vollzugsfreundlich, insbesondere in Hinblick auf die Berichtspflicht erfolgen“, schreibt BGA-Referent Stefan Benz. Dass das BAFA zuletzt erklärt hat, dass nicht alle Sorgfaltspflichten zum Startschuss des Gesetzes umgesetzt sein müssen, kann vielleicht als Erfolg der Verbandsinitiative gewertet werden. Angeblich soll es anfänglich genügen, dass die Zuständigkeit für die Überwachung des Risikomanagements – beispielsweise durch Benennung eines Menschenrechtsbeauftragten – im Unternehmen festgelegt ist und das Unternehmen über einen funktionsfähigen Beschwerdemechanismus verfügt.

Ab Seite 20 dürfte es für Sie sehr interessant sein zu lesen, was die maßgeblichen Vertreter aus Handel, Industrie und Dienstleistung zu den besonderen Herausforderungen im Bereich Beschaffung und Logistik sowie zum LkSG zu sagen haben. Hohe Frachtkosten, wie sie beispielsweise vor einem Jahr zu beklagen waren, stellen inzwischen kein Problem mehr dar. Ab Seite 24 finden Sie dann im zweiten Schwerpunktthema nützliche Informationen zum Fachkräftemangel – eine der zentralen Herausforderungen für Unternehmen in Deutschland. Der demographische Wandel sowie der Wunsch junger Menschen, lieber ein Studium als eine Berufsausbildung zu beginnen, sind zwei wesentliche Faktoren in der Diskussion. Ich wünsche viel Freude und einen hohen Erkenntnisgewinn bei der Lektüre dieses Heftes.

Klaus Maelshagen  
maelshagen@eisenwaren-zeitung.de

# Auf einen Blick ...



**13**

**PRODUKT DES MONATS**  
Im Januar bringt Flex mit dem Bohrschrauber „DD/PD 2G 18.0-EC“ ein neues Akku-Tool in den Handel.



**15**

Die Nordwest E Shop Herbstveranstaltung brachte die Teilnehmer auf den neuesten Stand zum Thema E-Commerce.

**16**



Tobias Strehle von Manomano im Gespräch mit der EZ über Strategien und Ziele.

**20**



Wie hat sich die Situation bei der Beschaffung und dem Transport von Gütern entwickelt? Die EZ hat in der PVH-Branche nachgefragt.

<b>Magazin</b>	<b>6</b>
Kurzmeldungen aus der Branche	
<b>Marketing des Monats</b>	<b>12</b>
Frühjahrsaktion von Stihl	
<b>Produkt des Monats</b>	<b>13</b>
Flex Akku-Bohrschrauber „DD/PD 2G 18.0-EC“	
<b>Handel</b>	<b>14</b>
Nordwest Geschäftsjahreszahlen 2022	
E Shop Herbstveranstaltung von Nordwest	
Strategien und Ziele von Manomano	
BHB meldet Umsatzplus	
EDE International mit eigener Website	
<b>Schwerpunkt</b>	<b>20</b>
Beschaffung und Logistik	
Fachkräftemangel	
<b>Industrie</b>	<b>28</b>
Exact-Geschäftsführer Andreas Oemkes im Interview	
Fischer ist dem Klimaschutz-Unternehmen e.V. beigetreten	
Gedore mit neuer digitaler Geschäftseinheit	
Roto FTT hat die Lieferperformance im Fokus	
Klingspor präsentiert Cevolution-Technologie	
Nissen & Velten mit neuer Software für Enventa ERP	
<b>Tool Test</b>	<b>32</b>
Schleifscheibe und Winkelschleifer von Pferd	
<b>Messen</b>	<b>34</b>
Asia-Pacific Sourcing in Köln	
Internationale Eisenwarenmesse Italien	
BAU in München	
<b>Personalien</b>	<b>36</b>



31

Klingspor hat keramische Hochleistungsschleifmittel mit der neuen Cevolution-Technologie entwickelt.



32

Im Auftrag der EZ getestet: Schleifscheibe „CC-Grind-Robust“ von Pferd

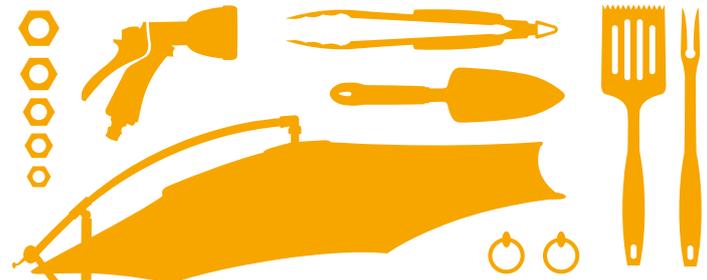


34

Vom 28. Februar bis 2. März findet in Köln die Asia-Pacific Sourcing mit rund 500 Ausstellern statt.

**Anmerkung der Redaktion**

Wir verwenden für Personenbezeichnungen im Standard die männliche Form. Diese bezieht sich ausdrücklich immer auch auf alle weiteren Geschlechteridentitäten.



**New ways of sourcing -  
Werkzeuge und Produkte  
für Haus und Garten aus  
Fernost**

Asia-Pacific Sourcing  
Köln, 28.02.-02.03.2023



Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Tel. +49 180 6000 498  
Fax +49 221 821-99 1040  
aps@visitor.koelnmesse.de

\* 0,20 EUR/Anruf aus dem dt. Festnetz;  
max. 0,60 EUR/Anruf aus dem Mobilfunknetz

## 100.000 Euro-Spende von Geze

Mit seiner Weihnachtsspende 2022 hat der Türen-, Fenster- und Sicherheitsspezialist Geze ein Bildungs- und Nachhaltigkeitsprojekt der Unicef in der Republik Elfenbeinküste unterstützt. Das Unternehmen spendet 100.000 Euro für den Aufbau nachhaltiger und lebenswerter Schulgebäude, die in dem westafrikanischen Land aus recyceltem Plastikmüll gebaut werden. Unicef hat dort ein innovatives Konzept für das Bildungs- und Müllproblem entwickelt. Seit 2018 baut die Organisation nachhaltige und preiswerte Schulgebäude mit Ziegeln aus recyceltem Plastikmüll. Hergestellt werden die Ziegel in einer Fabrik vor Ort, deren Aufbau von Unicef maßgeblich unterstützt wurde. Die recycelten Materialien sind preiswert und tragen zum Klimaschutz bei, da sie nicht umweltschädlich verbrannt werden.



Kinder auf dem Spielplatz ihrer Schule aus recycelten Plastikziegeln in Sakassou, Republik Elfenbeinküste. Foto: Unicef/Dejongh

## Expert und GFT bündeln Kräfte

Aufgrund einer im November 2022 geschlossenen Kooperationsvereinbarung zwischen der Expert Technik SE und der GFT Gemeinschaft Fernmelde-Technik eG konnte die GFT noch vor Jahresende einen Großteil der Gesellschafter der Expert Technik als Mitglied aufnehmen. Beide Vertragspartner gelten als die größten Unternehmen für Elektrotechnik in Deutschland, u.a. mit Spezialisierung

auf Sicherheitstechnik. Durch die Kooperation bündeln Expert Technik und GFT nun ihre Kräfte und ermöglichen ihren Gesellschaftern bzw. Mitgliedern seit 1. Januar 2023 Zugang zu den Vorteilen beider Verbundgruppen. „Durch die Kooperation gewinnen beide Kooperationen an Stärke“, so Gerd-Christian Hesse, Vorstandsmitglied der Expert SE. Für die GFT erklärte Vorstand Birger T.

Aasland: „Durch eine Bündelung unserer Kräfte und das konsequente Heben von Synergien können wir auch künftig erfolgreich wirtschaften. Da sind die neuen Mitglieder der Expert Technik hoch willkommen.“ Zudem würde durch den Beitritt einer so großen Anzahl an Unternehmen die Geschäftssparte der Sicherheitstechnik der GFT noch einmal signifikant gestärkt.

## Großer Wettbewerb bei Lieferzeiten

Beim Versand online georderter Waren spielen Lieferzeiten eine immer größere Rolle. Wettbewerbsdruck ist laut EHI-Studie „Versand- und Retourenmanagement im E-Commerce 2022“ der wichtigste Beweggrund für schnelle Lieferzeiten. Neben dem Wettbewerbsdruck (69%) ist die Retourenvermeidung und -senkung (34%) für Händler ein wichtiger Beweggrund für schnellen Versand; schließlich soll der Kunde die Ware zwischenzeitlich nicht andernorts beschaffen. Hinzu kommt die Händler-Devise, für den Onlinehandel ebenso schnelle Lieferzeiten anzubieten wie im stationären Handel, wo die Ware sofort mitgenommen wird. 61 Prozent der Händler bieten an, online bestellte Waren innerhalb von ein bis zwei Werktagen zu liefern. 58 Prozent nehmen dafür keinen Aufpreis, in 2021 waren dazu nur 35 Prozent der Befragten bereit. Eine Zustellung innerhalb von 24 Stunden ohne Aufpreis sicherten im Vorjahr noch 19 Prozent zu. In 2022 sind es nur noch zehn Prozent der befragten Handelsunternehmen. Kurze Lieferzeiten bedingen maximale Warenverfügbarkeit und schlüssige Ablauforganisation. Also räumen 80 Prozent der Befragten standardisierten Logistikprozessen höchste Priorität ein, um Lieferzusagen einzuhalten und Liefertreue

sicherzustellen. Wichtig ist zudem ein effizientes Warenwirtschaftssystem (66%), über das das Lager mit dem Onlineshop möglichst nahtlos verknüpft ist.



## Euro Shop 2023

Vom 26. Februar bis 2. März 2023 lockt die Euro Shop – die weltweit größte Messe für Investitionsgüter des Handels – wieder ein großes Fachpublikum nach Düsseldorf. Einige der Hauptthemen des Branchenevents werden Connected Retail, Sustainability, Smart Store, Energiemanagement, Customer Centricity und vitale Innenstädte sein. Die Messe will innovative Lösungen für alle Herausforderungen aufzeigen, die den Handel bewegen.



Logo: Messe Düsseldorf

## Siegel für Ressourceneffizienz

Der Handwerkzeug-Hersteller Wiha ist mit dem Siegel „100 Betriebe für Ressourceneffizienz“ der Baden-Württembergischen Landesregierung und der führenden Wirtschaftsverbände des Landes bedacht worden. Das Siegel soll Unternehmen mit vorbildlichen Effizienzmaßnahmen und Strategien in Sachen Ressourcenschonung sichtbar machen und weitere Unternehmen für die Entwicklung und Umsetzung von Ressourceneffizienz-Maßnahmen gewinnen. Wiha konnte für die Auszeichnung mit den „inneren Werten“ seiner Schraubendreher-Griffe überzeugen, für die in der ersten Spritzung im Zuge des Drei-Komponenten-Spritzguss-Verfahrens recyceltes Material zur Einsparung von Ressourcen verwendet

wird. Dabei werden bunt gemischte Regranulat-Materialreste aus dem eigenen Produktionsverfahren wiederaufbereitet und für die erste, am Ende nicht mehr sichtbare Spritzung wiederverwendet. Um für diese innere Spritzung gänzlich auf Neumaterial verzichten zu können, wurde außerdem auf zugekauftes Rezyklat umgestellt. Die äußere, farblich im Wiha-Design gehaltene Spritzung mit Neumaterial umschließt im zweiten Schritt die innere Spritzung vollständig, so dass die typische Optik der Werkzeuge unverändert bleibt – trotz ressourcenschonender Kernspritzung aus 100-prozentig recyceltem Kunststoff. Unterm Strich werden dadurch rund 200 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr eingespart.



Staatssekretär Andre Baumann (li.) überreicht den Wiha-Firmenvertretern (v.l.n.r.) Siegfried Duffner, Julia Henschel und Paul Bantle die Urkunde zur Auszeichnung „100 Betriebe für Ressourceneffizienz.“

Foto: Wiha



Step Drill  
Exact Advancedline 07059

# WORLD TOOL AWARDS

WINNER  
PROFESSIONAL  
2022

Test the best!



VIDEO

## Im Netzwerk der besten

„Als einziges Unternehmen der Grünen Branche“ wurde Krumpholz-Werkzeuge in die Publikation „Aus bester Familie“ aufgenommen, in der 100 herausragende deutsche Familienunternehmen porträtiert werden. Die 1799 gegründete Schmiede in Grafenegaig produziert in achter Generation u.a. hochwertige Garten- und Forstwerkzeuge für den deutschen und europäischen Markt. „Wir freuen uns sehr über diese Aufnahme in das Netzwerk der besten“, so Juniorchef Claus Krumpholz.

## Hilti: Millionen für Nachhaltigkeit

Die Hilti Gruppe verpflichtet sich zur „Science Based Targets Initiative“ (SBTi), die sich an den Zielen des Pariser Abkommens orientiert. Die Initiative verpflichtet Unternehmen weltweit, ihren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck bis 2030 deutlich zu verringern und bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen. Mit der Verbindlichkeit in der SBTi geht Hilti die Emissionen außerhalb der eigenen Geschäftstätigkeiten an, um Kunden auf diesem Weg zu unterstützen und das

Erreichen von Netto-Null zu beschleunigen. Dieses ambitionierte Ziel sei nur zu erreichen, „wenn die Geschäftsprozesse systematisch angepasst und die Weiterentwicklung von Partnern im Bereich Nachhaltigkeit gefördert werden“, so Jahangir Doongaji, CEO der Hilti Gruppe. Zu diesem Zweck will Hilti in den nächsten Jahren einen dreistelligen Millionenbetrag in Schweizer Franken investieren. Doongaji weiter: „Neben unserem Ziel, 2023 CO<sub>2</sub>-neutral zu werden, gehen wir auf unserem Weg in Richtung Netto-Null auch die Emissionen außerhalb unserer eigenen Geschäftstätigkeiten an. Mit der Verpflichtung zu Science Based Targets werden wir die Emissionen über unsere gesamte Wertschöpfungskette hinweg reduzieren. Damit unterstützen wir die Nachhaltigkeitsinitiativen unserer Kunden und leisten einen Beitrag zur dringend notwendigen Transformation unserer Branche.“



Jahangir Doongaji: „Hilti will 2023 CO<sub>2</sub>-neutral werden.“  
Foto: Hilti

## Investition in die Zukunft

Mit ihrer neuen Feuerbeschichtungsanlage setzt die Thyssenkrupp Steel Europe AG in Dortmund neue Maßstäbe. Zukünftig wird dort zusammen mit der bestehenden Anlage auf der Westfalenhütte pro Jahr ein Volumen von rund 1 Mio. Tonnen Stahlbänder vorrangig für Haushaltsgeräte- und Autohersteller feuerverzinkt. Für Dr. Heike Denecke-Arnold, COO von Thyssenkrupp Steel, ist die neue Anlage, die bereits im Oktober 2022 im Beisein von NRW-Ministerpräsident Hendrik Wüst in Betrieb genommen wurde, eine zukunftssträchtige Investition, die nicht nur die bestehenden 1.300 Arbeitsplätze am Standort Dortmund sichert, sondern zudem rund 100 neue Jobs für hochqualifizierte Mitarbeiter schafft. Feuerverzinkter Stahl schützt langanhaltend vor Korrosion. Das macht den Stahl besonders nachhaltig, „da er ohne Qualitätsverlust zu einhundert Prozent recycelt werden kann“.



Die neue Feuerbeschichtungsanlage produziert auf rund 12.600 qm vor allem Stähle für Fahrzeuge und Haushaltsgeräte.  
Foto: Thyssenkrupp Steel Europe AG

## Gestärkt ins neue Jahr 2023

Die Hagebau-Familie hat Zuwachs bekommen. Zum 1. Januar 2023 traten zehn neue Gesellschafter in die Kooperation ein, die damit insgesamt rund 360 Mitgliedsunternehmen umfasst. Durch die Neuzugänge – darunter sieben Unternehmen der Berliner Intrakustik-Gruppe – baut die Hagebau ihre Marktposition in den Segmenten Trockenbau, Dämmstoffe und technische Isolierung weiter aus und geht damit eigenen Angaben zufolge gestärkt in das neue Jahr.

Die Zentrale der Hagebau Handelsgesellschaft für Baustoffe in Soltau  
Foto: Hagebau



## Roto übernimmt US-Marktführer

Das neue Jahr 2023 steht für die Roto Frank Fenster- und Türtechnologie erneut im Zeichen der Expansion. Das Unternehmen mit Töchtern unter anderem in Nord- und Südamerika, wächst noch einmal deutlich durch die Übernahme der Ultrafab Inc., Farmington, New York. Zum Jahreswechsel gingen 100 Prozent der Firmenanteile des in den USA und Kanada erfolgreichen Herstellers von Fenster- und Türdichtungen auf Roto Frank über. Ultrafab beschäftigt an drei Produktionsstandorten in den USA rund 300 Mitarbeiter. Dr. Eckhard Keill, Alleinvorstand Roto Frank Holding AG, zu der jüngsten Akquisition: „Strategische Übernahmen bleiben ein wichtiges Instrument zur Absicherung der Zukunftsfähigkeit von Roto.“ Interessiert sei man international vor allem an Unternehmen, die wie Ultrafab im Markt für Bauelemente und deren Komponenten tätig sind.



Die Übernahme wird besiegelt. Unterzeichner sind Thomas E. Hare (CFO Ultrafab), Marcus Sander, Alan J. DeMello (President/CEO Ultrafab), Thomas C. Horton (Chairman Ultrafab Inc.) und Roto Geschäftsführer Michael Stangier (v.l.n.r.).  
Foto: Roto

## Dachser: Anteilserwerb in Ungarn



Mit rund 31.800 Mitarbeitern an weltweit 376 Standorten erwirtschaftete Dachser 2021 einen konsolidierten Netto-Umsatz von knapp 7,1 Mrd. Euro. Der Logistikdienstleister ist mit eigenen Landesgesellschaften in 42 Ländern vertreten.  
Foto: Dachser

Zum 20. Dezember 2022 hat Dachser die restlichen 50 Prozent der Anteile an seinen ungarischen Joint Ventures Liegl & Dachser Szállítmányozási és Logisztikai Kft.' (Transport und Lagerung von Industriegütern und Lebensmitteln) sowie Liegl & Dachser ASL Hungary Kft. (Luft- und Seefracht) erworben. Damit übergab der bisherige Mitgesellschafter Engelbert Liegl seine Verantwortung als Regional Managing Director South East Europe (Road Logistics) an Roman Stoličný. Der 54-jährige Slowake war bisher für die operative Entwicklung der Ländergruppe Ungarn, Slowakei und Rumänien bei Dachser verantwort-

lich. Die Entwicklung der Joint Ventures Dachser Slovakia und Dachser Romania wird Engelbert Liegl dagegen auch weiterhin als Anteilseigner mitgestalten. Das 1999 gegründete Joint Venture Liegl & Dachser hatte seinen Schwerpunkt zunächst im Transport und der Lagerung von Konsum- und Industriegütern. 2006 kam die ungarische Luft- und Seefrachtorganisation dazu. Seit 2008 ist Liegl & Dachser auch im Segment der Lebensmittellogistik tätig. An sieben Standorten beschäftigt das Unternehmen 394 Mitarbeiter. Der Umsatz der Landesgesellschaft belief sich im Jahr 2021 auf rund 120 Mio. Euro.

## Tungaloy wächst zweistellig

Der japanische Werkzeughersteller Tungaloy ist 2022 in Deutschland prozentual zweistellig gewachsen. Das Unternehmen begründet das erneute Wachstum mit der Entwicklung neuer Werkzeuglösungen, mit hoher Liefersicherheit und der zunehmenden Bedeutung einzelner Branchen. Damit die Kunden trotz weltweiter Rohstoffknappheit immer schnell beliefert werden können, habe Tungaloy seine Lagerkapazitäten 2022 nochmals deutlich vergrößert und die Bestände in der Brüsseler Logistikzentrale erheblich ausgebaut, so Jochen Daumen, Geschäftsführer von Tungaloy Germany. Zu größerer Versorgungssicherheit tragen demnach auch neue Werkzeuglösungen bei, die auch komplexere Anwendungen mit nur noch einem Werkzeug realisierbar machen. Beispiel: AddY-axisTurn, das auf dem Hochvorschubwerkzeug AddMultiTurn basiert und Teil der Produktlinie AddForce ist, beinhaltet einige gänzlich neue Werkzeuge sowie Erweiterungen bestehender Produkte. „Damit vergrößern wir die Einsatzmöglichkeiten unserer Werkzeuge als wichtigen Baustein für unser zukünftiges Wachstum“, fügt Daumen hinzu.



Jochen Daumen freut sich über zweistelliges Wachstum.  
Foto: Tungaloy

## Fetra: Neue Kompetenz-Partner

Die Lutzgruppe, Gersthofen, und der Fuldaer Werkzeugexperte Wemag ergänzen das bundesweite Kompetenzpartnerprogramm des Transportgeräteherstellers Fetra. „Mit beiden neuen Partnern verbindet uns eine jahrzehntelange intensive Zusammenarbeit, die wir mit der Ernennung zum Kompetenzpartner offiziell anerkennen“, so Markus Rehm, Fetra-Vertriebsleiter D/A/CH, bei der Übergabe der Auszeichnungen an die Geschäftsführer der beiden Firmen. Die Zertifizierung verbessere die Beratungsqualität und verschaffe den Partnern Marktvorteile gegenüber dem Wettbewerb, fügte Rehm hinzu. Das Know-how der Fachhändler sowohl digital als auch vor Ort zu stärken und ihnen gute Verkaufsargumente an die Hand zu geben – mit diesen Kernzielen rief Fetra das Kompetenzpartnerkonzept im Jahr 2009 ins Leben. Mittlerweile gehören deutschlandweit 60 Unternehmen dazu, die etwa von speziellen Verkaufsaktionen und Produktschulungen im Fetra-eigenen Kompetenzzentrum profitieren.



Markus Rehm, Vertriebsleiter D/A/CH bei Fetra (M.), begrüßt als neue Kompetenz-Partner Markus Lutz, Geschäftsführer der Lutzgruppe (li), und Wemag-Geschäftsführer Christopher Schaus. Foto: Fetra

## Vier Milliarden Euro für grünes Stahlwerk

Das norwegische Unternehmen Blastr Green Steel (Blastr) plant die Errichtung eines grünen Stahlwerks mit integrierter Wasserstoffproduktionsanlage in Inkoo, Finnland. Blastr hat eine Absichtserklärung mit dem nordischen Energieunter-



Das Stahlwerk soll jährlich rund 2,5 Mio. Tonnen warm- und kaltgewalzten grünen Stahl produzieren. Foto: Blastr

nehmen Fortum unterzeichnet, die Blastr exklusive Rechte zur Nutzung eines bestehenden Industriestandorts in Inkoo gewährt. Die Investition in Höhe von vier Mrd. Euro soll bis zu 1.200 direkte Arbeitsplätze schaffen. Der Produktionsstart ist für Ende 2026 geplant. Grüner Stahl ist ein Schlüsselfaktor für den grünen Wandel, da er ein kritischer Rohstoff für die Entwicklung erneuerbarer Energieinfrastrukturen sowie für Wirtschaftszweige wie Bauwesen, Automobil- und Konsumgüterindustrie sein wird. Allein in Europa wird die Nachfrage nach dekarbonisiertem Stahl bis 2030 voraussichtlich 50 Mio. Tonnen erreichen, fast ein Drittel der derzeitigen europäischen Stahlnachfrage.

## Reparaturen zum Festpreis

Zusammen mit seinen Fachhändlern bietet Mafell jetzt einen Festpreis für Reparaturen von Elektrowerkzeugen und Zimmereimaschinen an. Die produkt-spezifisch ausgewiesenen Festpreise enthalten Abholung und Rücksendung des Produktes. Der Reparaturauftrag kann online erteilt werden. Abgerechnet wird die Reparatur von den Mafell-Fachhändlern. Das Angebot beinhaltet Reparatur und Instandhaltung mit allen Ersatzteilen. Auf die ausgetauschten Ersatzteile wird eine Anschlussgarantie von einem Jahr gewährt. Zudem werden alle Verschleißteile überprüft und bei Bedarf ausgetauscht. Die eingesetzten Maschinen werden gereinigt und geschmiert sowie einer funktionellen und sicherheitstechnischen Endprüfung nach DGUV 3 unterzogen. Die Festpreise sind gestaffelt. Für bis zu fünf Jahre alte Maschinen wird maximal der Festpreis oder die tatsächlich entstandenen Kosten berechnet. Für ältere Maschinen gilt der Festpreis. Wenn sich aus wirtschaftlichen Gründen eine Reparatur nicht mehr lohnt, bietet Mafell eine Entsorgungsprämie beim Kauf einer neuen Maschine an.



Das Festpreis-Reparatur-System von Mafell reduziert den Aufwand und die Durchlaufzeit bei Reparaturen. Foto: Mafell

## Schrankenlos parken, bargeldlos bezahlen

Wanzl Access Solutions, Spezialist für vollautomatisierte Zutritts- und Ticketing-Systeme, hat sich mit der Nexobility GmbH, einem der führenden Anbieter für Parkraumlösungen mit Kennzeichenerkennung, zusammengeschlossen. Gemeinsam haben die Unternehmen aus den individuell konfigurierbaren Bezahlterminals V21 und V17 von Wanzl und der digitalen Parkraumlösung

Better Park von Nexobility ein ganzheitliches Angebot zur Verbesserung des Parkplatzmanagements entwickelt. Ausgerichtet auf Smart City-Konzepte, soll diese Zusammenarbeit dazu beitragen, Städte durch Digitalisierung effizienter, technologisch fortschrittlicher und lebenswerter zu gestalten. „Wanzl Access Solutions versteht sich als Gesamtlösungsanbieter für Zutrittsysteme zum Schutz sensibler Bereiche. Gemeinsam mit dem Parkservice von Nexobility können wir unseren Kunden

ab sofort eine innovative digitale Parklösung anbieten, die sich problemlos in bestehende Strukturen einfügen lässt“, so Bilal Chaouch, Senior Account Manager bei Wanzl. Für Nexobility erklärt Geschäftsführer Sebastian Löffler zum gemeinsamen Thema schrankenlos parken und bargeldlos bezahlen: „In intensiver Zusammenarbeit mit Wanzl wollen wir alle Synergien nutzen, die sich aus der Kombination unserer Parklösung mit den Zugangssystemen und digitalen Schnittstellen von Wanzl ergeben.“



Analoge Parkscheiben, Kontrolleure und Staus vor Schranken gehören durch die neue Produktkombination von Wanzl und Nexobility der Vergangenheit an. Foto: Nexobility

### Rothenberger baut neue Halle

Den ersten Spatenstich für den Neubau einer weiteren Produktionshalle am Hauptsitz des Unternehmens in Kelkheim konnte die Rothenberger AG mit Gästen aus Wirtschaft und Politik noch im Dezember 2022 vollziehen. Im neuen Jahr nun soll die Halle für die „zukunftsweisende Erweiterung“ der Herstellung von Presswerkzeugen fertiggestellt werden. Das Vorhaben soll zudem weitere qualifizierte Arbeits- und Ausbildungsplätze schaffen. Notwendig geworden sei die Erweiterung durch die hohe Nachfrage nach Werkzeugen im Bereich Presstechnik, so Dr. Helmut Rothenberger in seiner Ansprache. Die Presstechnologie werde in Kelkheim entwickelt und produziert. In den letzten drei Jahren habe das Unternehmen in diesem Bereich das Volumen mehr als verdoppeln können. Auch die Forschung und Entwicklung in diesem Bereich sollen in der neuen Halle ausgebaut werden. Pressmaschinen werden von Betrieben für Sanitär- Heizungs- und Klimatechnik (SHK) eingesetzt.



Honoratioren aus Politik, Vertreter der Rothenberger Geschäftsführung sowie der Architekt Jens Rasche beim ersten Spatenstich in Kelkheim Foto: Rothenberger

### Schneller, einfacher, günstiger

Mit der neuen Forstmanagement-Software „Treeva“ von Stihl verschmelzen das fotooptische „Fovea“-System und „LogBuch“, das sprachbasierte Geo-Lokalisierungssystem, in einer Anwendung. Dadurch ermöglicht „Treeva“ umfassende digitale Erfassung von Objekten im Revier, von einzelnen Stämmen oder Gefahrenstellen, über die Vermessung von Holzpoltern bis hin zur Kartierung kompletter Baumbestände. Die Software dient so als Fundament einer effizienten Arbeitsorganisation im Forstbetrieb zwischen Förstern, Waldbesitzern und Dienstleistern – schneller, einfacher und kostengünstiger. Die neue Software besteht zum einen aus dem „Treeva“-Webportal, zum anderen aus der dazugehörigen Android- bzw. iOS-App, die in gängigen App-Stores downloadbar ist, und die zur digitalen Aufnahme von Daten direkt im Revier via Smartphone oder Tablet dient. Für bisherige „LogBuch“-Nutzer bietet „Treeva“ Kontinuität und neue Möglichkeiten: ihre Daten werden übernommen, Ansprechpartner und Vertragsvereinbarungen bleiben bestehen. Gleichzeitig erhalten sie zusätzliche Funktionalitäten innerhalb einer App. „Fovea“ steht den Anwendern nach wie vor zur Verfügung, ein Wechsel zu „Treeva“ ist jedoch problemlos möglich. Das „Treeva“-System steht aktuell in Deutschland, Österreich und der Schweiz zur Verfügung. Eine Erweiterung ist geplant.



„Treeva“-Geschäftsführer Manfred Ide plant bereits die nächsten Ausbaustufen der neuen Forstmanagement-Software, um die Digitalisierung im Forst weiter voranzutreiben. Foto: Stihl

# Stihl-Aktion für den Fachhandel

## Start in die Gartensaison



Auch Produkte für den Rückschnitt von Bäumen und Sträuchern im Frühjahr lassen sich im Rahmen der Aktion vor Ort ausprobieren.

Steigende Temperaturen und eine lachende Frühlingssonne locken die Hobbygärtnerinnen und Hobbygärtner nach den langen Wintermonaten endlich wieder in den Garten. Bevor sie ihren Garten frühlingsfit machen, werden Entscheidungen getroffen: Tun alle Gartengeräte noch zuverlässig ihren Dienst oder bedarf es Neuanschaffungen?

Für den Fachhandel ist der Frühjahrsbeginn daher der beste Zeitpunkt, um bestehende Kundenkontakte auszubauen und neue Kunden hinzuzugewinnen. Mit seiner Aktion zum Start in die neue Gartensaison bietet Stihl den teilnehmenden Händlern eine Möglichkeit, sich selbst und neue Produkte für den Garten im besten Licht zu präsentieren und die Kunden damit von den Vorzügen des Fachhandels zu überzeugen. Dabei punkten kompetente Beratung in entspannter Atmosphäre, die Erläuterung von Serviceleistungen sowie das Angebot für Hobbygärtnerinnen und Hobbygärtner, eine Vielzahl von Gartengeräten direkt vor Ort auf Herz und Nieren testen zu können und vielleicht das eine oder andere Aktionsangebot mitzunehmen

### Umfangreiches Marketing-Paket

Die begleitenden Maßnahmen für die teilnehmenden Händler sind zahlreich, sie reichen von

**Mit der bundesweiten Aktion „Garten-Start. Mit Stihl“ bietet Stihl teilnehmenden Fachhändlern vom 27. März bis 15. April wieder eine Plattform, um bestehende Kundenkontakte auszubauen und neue Kunden hinzuzugewinnen.**



Mit seiner Frühjahrsaktion eröffnet Stihl die Gartensaison 2023.

Aktionsprospekten und Großflächenplakaten bis zu personalisierbaren Marketing- und PR-Vorlagen, um potenzielle Kunden anzusprechen und sie im Aktionszeitraum vom 27. März bis 15. April 2023 einzuladen. Mit einer Online-Marketingkampagne sorgt das Unternehmen darüber hinaus für eine hohe Sichtbarkeit der Aktion bei Haus- und Gartenbesitzern.

Die Produkte von Stihl werden grundsätzlich über den servicegebenden Fachhandel und Stihl-eigene Onlineshops, vertrieben – mit 42 eigenen Vertriebs- und Marketinggesellschaften, rund 120 Importeuren und mehr als 55.000 Fachhändlerinnen und -händlern in über 160 Ländern.

Fotos: Stihl

Flex Akku-Bohrschrauber

# Für alle Gewerke

Der neue Akku-Bohrschrauber ist für eine Vielzahl von Materialien und Werkstoffen optimiert.

**Einen kompakten Allrounder bringt Flex im Januar mit dem 18 V-Akku-Bohrschrauber „DD/PD 2G 18.0-EC“ in den Handel. Das neue Akku-Tool ist wahlweise als Bohrschrauber oder Schlagbohrschrauber erhältlich.**

Der robuste Schrauber mit Metallbohrfutter punktet mit der kürzesten Kopflänge seiner Klasse und lässt sich mit 18 + 1 Drehmoment-Einstellungen auf jeden Werkstoff einstellen, teilt der Hersteller Flex-Elektrowerkzeuge aus Steinheim/Murr mit. Neben der kompakten Bauweise soll eine perfekte Kombination aus Stärke, Drehzahl und Kompaktheit im Mittelpunkt stehen. Ausgelegt auf bestmögliche Schraubergebnisse realisieren die Akku-Schrauber 35 Nm im weichen Schraubfall und 65 Nm im harten Schraubfall. Damit sind die Allrounder für Einsätze in allen Gewerken und für eine Vielzahl von Materialien und Werkstoffen optimiert.

## Robuste Ausstattung

Die robuste Ausstattung mit Metallbohrfutter (13 mm Spannweite) und Metallgetriebegehäuse soll das kompakte Tool zum idealen Begleiter bei mobilen Einsätzen machen. Der leistungsstarke Brushless EC-Motor 18V sichert hohe Effizienz bei langer Lebensdauer, heißt es in der Mitteilung. Für guten Halt und

eine sichere Anwendung sorgen ein ergonomisch designter Handgriff, ein integriertes LED-Licht mit Nachleuchtfunktion sowie ein Rechts-/Linkslauf mit Einschaltsperr.

Die neuen 18 V-Akku-Bohrschrauber „DD/PD 2G 18.0-EC“ sind wahlweise im Transport-Koffer mit Standard-Ladegerät und 2x 18V 2.5 Ah-Akkus inklusive Bithalter und Gürtelclip oder als Solo-Maschine erhältlich. Als Systemzubehör bietet Flex neben Schnellladegeräten und Akkus auch passende Bitsets an.

Fotos: Flex



Im Transportkoffer neben dem Akku-Bohrschrauber enthalten: ein Standard-Ladegerät, zwei Akkus sowie Bithalter und Gürtelclip.

# „Historische Bestmarke erzielt“

## Nordwest Geschäftsjahreszahlen 2022



*Die Nordwest Handel AG das Geschäftsjahr 2022 mit einem neuen Rekordgeschäftsvolumen abgeschlossen. Mit gut 5,8 Mrd. Euro wird erstmals in der Firmengeschichte der Dortmunder Verbundgruppe ein Geschäftsvolumen von über fünf Milliarden Euro erzielt.*

Die Umsatzmarke von 5,8 Mrd. Euro bedeutet eine Steigerung von knapp 20 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum. „Das Rekordgeschäftsvolumen ist eine historische Bestmarke, die in dieser Höhe bei den aktuellen Unwägbarkeiten so im Vorfeld nicht zu erwarten war. Wir sind stolz, dass wir trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in allen Geschäftsbereichen mit teils deutlichen Steigerungen aufwarten können. Dazu tragen selbstverständlich die vielen Innovationen im Bereich Digitalisierung und Dienstleistung bei, die wir vergangenes Jahr entwickelt und umgesetzt haben, sowie die Erweiterung des Produktportfolios. Nordwest ist es auch in 2022 wieder gelungen, namhafte Fachhandels- und Lieferantenpartner zu gewinnen“, kommentiert Nordwest-Vorstand Michael Rolf die Zahlen für 2022.

### USP Zentrallager

Die positive Entwicklung zeige sich in allen Geschäftsarten, so die offizielle Mitteilung des Unternehmens. So wird im

Lagergeschäft mit einem Volumen von 234,0 Mio. Euro, einem Plus von 11,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr, ebenso eine neue Bestmarke erreicht wie in der Zentralregulierung und im Streckengeschäft mit einem Geschäftsvolumen von gesamt 5,6 Mrd. Euro (+20,3% ggü. dem Vorjahr). Dazu Michael Rolf: „Das Wachstum des Lagergeschäftes um mehr als elf Prozent bestätigt, dass unser breit aufgestelltes und mit einer guten Lieferfähigkeit ausgestattetes Zentrallager im Bereich des C-Teile-Managements für unsere Partner ein erhebliches USP im Rahmen unserer Zusammenarbeit darstellt und speziell in schwierigeren Zeiten stark genutzt wird. Wir sind für unsere Fachhandels- und Lieferantenpartner unverändert ein verlässlicher und starker Partner.“

Vor dem Hintergrund der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, unter anderem bedingt durch den Ukraine-Krieg sowie durch die anhaltenden Herausforderungen auf dem Beschaffungsmarkt, sei diese Entwicklung umso

*Nordwest Vorstand Michael Rolf: „Wir sind stolz, dass wir trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in allen Geschäftsbereichen mit teils deutlichen Steigerungen aufwarten können.“* Foto: Nordwest

höher zu bewerten. Neben dem Geschäftsvolumen entwickelt sich auch die Anzahl der Fachhandelspartner positiv. Im Geschäftsjahr 2022 steigt diese um 71 auf 1.240 Fachhandelspartner.

### Entwicklung in den Geschäftsbereichen

Per Dezember 2022 können alle Geschäftsbereiche im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen Zuwachs verzeichnen. Dabei hebt sich zum Jahresende der Geschäftsbereich Stahl ab. Mit 2,72 Mrd. Euro wird der Vorjahreswert um 32,4 Prozent deutlich übertroffen. Im Kerngeschäftsbereich Bau-Handwerk-Industrie steigern sich sowohl der Bereich Bau mit einem Geschäftsvolumen von 506,5 Mio. Euro (+8,3 %) als auch der Bereich Handwerk-Industrie mit einem Geschäftsvolumen von 981,1 Mio. Euro (+6,6 %) weiter deutlich. Hervorzuheben ist dabei in beiden Bereichen die Entwicklung im Lagergeschäft. Mit einem Anstieg von 8,9 Prozent im Bereich Bau und 11,2 Prozent im Bereich Handwerk-Industrie werden hier deutliche Wachstumsraten erzielt. Der Geschäftsbereich Haustechnik kann seinen Wachstumskurs ebenfalls fortsetzen und überzeugt mit einem Geschäftsvolumen von 298,0 Mio. Euro (+14,2%). Auch hier sei insbesondere die Entwicklung im Lagergeschäft hervorzuheben. Mit einem Volumen von 23,8 Mio. Euro kann der Vorjahreswert um deutliche 16,4 Prozent übertroffen werden. Der Bereich TeamFactor/Services steigert sein Geschäftsvolumen auf jetzt gut 1,3 Mrd. Euro und liegt damit 14,5 Prozent über dem Vorjahreswert.

# Nordwest mit B2B E Shop

## E Shop Herbstveranstaltung



Geschäftsbereichsleiter IT & E-Business Martin Reinke und Melanie Linde stellten die organisatorischen und strukturellen Veränderungen vor. Deren Team will die digitale Transformation verstärkt vorantreiben.

Foto: Nordwest

*Die Verbundgruppe Nordwest will sich bei der Digitalisierung weiter entwickeln. Dazu fand in Dortmund die 13. Auflage der E Shop Herbstveranstaltung statt, auf der sich etwa 130 Teilnehmer zum Thema E-Commerce auf den aktuellen Stand bringen ließen.*

Nordwest hat eigenen Angaben zufolge den E Shop in den vergangenen Jahren zu einem erfolgreichen Online-Vertriebskanal für die Fachhandelspartner entwickelt. Der Shop erfülle sämtliche Anforderungen im Online-B2B-Geschäft, so das Unternehmen. Dazu gehören neben dem Shopsystem selbst, die Bereitstellung von Produktstammdaten und Schnittstellen, um die Lösung sowohl an das jeweilige ERP-System der Fachhändler als auch an das Endkunden-System anzubinden. Damit lassen sich durchgängig die Beschaffungsprozesse vom Fachhandelspartner bis zum Endkunden digitalisieren. Ergänzt wird dieses Paket durch professionelle Vermarktungsstrategien sowie um ein umfassendes Betreuungsangebot mit Administratorenschulungen und kostenlosem Support.

### Support und Service

Der E Shop Support von Nordwest könne durch die neue Gliederung in drei Support-Level künftig eine noch effizientere und einheitliche Vorgangsbearbeitung mit klaren Qualitätsvorgaben leisten, wie es heißt. Darüber hinaus würden mit einer zentralen Hotline sowie einer zentralen E-Mail-Adresse für das Helpdesk kürzere Wege für schnellere Rückmeldungen bei Support- und Serviceanfragen der Fachhandelspartner geschaffen.

Das neue Template für den E Shop wird im zweiten Quartal 2023 vorliegen. Der E Shop bietet darüber hinaus die neue Außendienst-Funktion, die es Außendienstmitarbeitern ermöglicht, sich als Kunde einzuloggen, um auf kundenindividuelle Artikelpreise und Belege im E Shop zugreifen zu können. Eine Unterstützung

für den Fachhandel ist auch das neue Konzept für Abo-Bestellungen, mit dem beispielsweise Verbrauchsmaterialien nach einem festgelegten Zeitplan automatisiert geordert werden können. Mit Klarna hat Nordwest zusätzlich einen weiteren Zahlungsdienstleister für die Endkundenabwicklung hinzugewonnen.

Erweitert hat Nordwest auch das Online-Tool „meine-wartung.de“ für wiederkehrende Prüfungen. Neu ist hier das Mietmodul, das dem Endkunden die verfügbaren Mietgeräte inklusive Preise, Kautions- und Dokumente anzeigen und eine einfache Reservierung ermöglichen soll.

### ANZEIGE

»JOKARI®  
original

## Das Kabelmesser System 4-70

Das wahrscheinlich  
sicherste Kabelmesser  
der Welt.



100%  
MADE IN GERMANY  
made by JOKARI

# „Das Beste aus beiden Welten“

## Manomano Pro



*Die Idealvorstellung von Manomano: Jeder in seiner Berufsgruppe soll schnell das Benötigte finden. Mit der App klappt das auf dem Handy, also in der Hosentasche und überall.*

*Der Online-Marktplatz des Anbieters Manomano hatte es bisher primär auf die Heimwerker in Deutschland abgesehen. Mit Tobias Strehle als neuem „Head of Seller Partnerships Germany“ und der Marke Manomano Pro soll nun folgerichtig auch der professionelle Handwerker bedient werden. Die EZ befragte den Manager nach Strategie und Zielen.*

### **EZ: Bevor wir zum Thema Manomano Pro kommen – wie geht es Manomano?**

**Tobias Strehle:** Global gesehen geht es Manomano gut. Deutschland ist unser mit Abstand am schnellsten wachsender Markt und nun unser größter Markt nach Frankreich. Unser Ziel ist es, weiter zu expandieren und damit weiter zur Digitalisierung unserer Branche beizutragen. Dies wollen wir durch den Ausbau unserer technologischen Plattform, den Aufbau eines nachhaltigen Produktsortiments und den Ausbau von Manomano Pro erreichen. Es sind natürlich schwierige Zeiten für alle, aber die Heimwerker- und Baumarktbranche ist ausgesprochen widerstandsfähig. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten konzentrieren sich viele Menschen noch mehr auf ihr Zuhause, weil es ihnen Sicherheit und Behaglichkeit bietet – deswegen sind wir weiter optimistisch.

### **Wer ist der ideale Zielkunde von Manomano Pro?**

Unser idealer Pro-Kunde ist der Chef eines kleinen oder mittleren Unternehmens. Beispielsweise ein Bauunternehmer, der eine effiziente Lieferung von Werkzeug und Material zu drei unterschiedlichen Baustellen am selben Tag benötigt. Oder

der Restaurantbetreiber, der seine Terrasse für den Sommer ausstatten möchte, aber kaum Zeit hat und deswegen sowohl Beratung bei der Kaufentscheidung als auch Hilfe bei Verwaltungsaufgaben wie zum Beispiel in der Buchführung gebrauchen könnte.

### **In Deutschland gibt es bereits eine Reihe von DIY-Marken und -Apps, was macht Manomano Pro anders?**

Manomano Pro bietet das Beste aus beiden Welten:

Einerseits die persönliche Beratung durch Experten, vergleichbar mit

der Unterstützung, die unsere Kunden in einem Ladengeschäft erhalten würden, aber darüber hinaus das riesige Katalogangebot eines Online-Marktplatzes. Mit über drei Millionen Produkten, die auf der Website und in der App verfügbar sind, können unsere Kunden auf eine außergewöhnlich breite Auswahl an Produkten für ihre Projekte zurückgreifen – im Gegensatz zu niedergelassenen Märkten, die im Durchschnitt rd. 50.000 Produkte anbieten. Über unseren speziellen Pro-Service können sie in weniger als einer Minute

mit einem Berater in Verbindung treten, der sie persönlich bei Kaufentscheidungen unterstützt. Zudem können unsere Pro-Nutzer online bequem auf zahlreiche administrative Funktionen zugreifen, wie zum Beispiel die Rechnungsverwaltung, die parallele Kontrolle mehrerer Projektbestellungen oder die Verfolgung ihrer Sendungen in Echtzeit. Zusammengefasst: Manomano Pro wurde von Profis für Profis entwickelt, um die bestmögliche Käuferfahrung zu gewährleisten.

### **Wie sehen Sie den Markt der professionellen Handwerker in Deutschland? Wie kauft die Zielgruppe ein?**

Der deutsche B2B-Markt für Handwerker hat ein Volumen von rd. 130 Mrd. Euro und bietet ein erhebliches Potenzial für unsere Manomano Pro Lösung. In der Baubranche gibt es 2,1 Millionen Unternehmen mit weniger als neun Mitarbeitern, die oft unter Zeitmangel leiden und mehrere Projekte parallel betreuen. Hinzu kommt, dass sie oft am Morgen wertvolle Zeit damit verbringen, zu unterschiedlichen Geschäften zu fahren, um das Material für das aktuelle Projekt zu besorgen. Da die meisten Gewerbetreibenden allein oder in einem kleinen Team arbeiten, besteht ein riesiger Bedarf, diesen

Fachleuten dabei zu helfen, Zeit zu sparen und so ihr Geschäft zu unterstützen.



### **Wo wollen Sie ansetzen, um die Profi-Handwerker in Deutschland noch besser zu erreichen?**

Wir haben Manomano Pro in Zusammenarbeit mit 450 Fachleuten aus der Baubranche entwickelt. Zudem haben wir eine quantitative Studie mit 200 Handwerksbetrieben in Deutschland durchgeführt, um ihre Gewohnheiten und Bedürfnisse besser zu verstehen und so ein maßgeschneidertes Angebot für sie und für den deutschen Markt zu ent-



*Tobias Strehle: „Ich arbeite daran, den deutschen Markt vom zweitwichtigsten zum größten Markt für Manomano zu machen, in den wir die Best Practices aus unseren anderen Märkten einbringen und an die deutschen Anforderungen anpassen.“*

wickeln. Daher wissen wir, dass sie für die Prozesse rund um Materialeinkauf und -koordination wenig Zeit haben und hier Hilfe benötigen, um sich besser auf ihre anstehenden Aufgaben konzentrieren zu können. Eine Möglichkeit, wie wir sie dabei entlasten können, ist unsere App, in der wir zum Beispiel ein individuelles Angebot für verschiedene Berufsgruppen bereitstellen. Wenn Sie also Maler sind, finden Sie bei uns eine zugeschnittene Homepage und erhalten auf Ihre Branche fokussierte Newsletter oder Angebote. Diese Spezialisierung hilft unseren Kunden, schnell das Benötigte zu finden und zu bestellen, sie können die Lieferung nachverfolgen und im System auf ihre organisierten Rechnungen zugreifen. Und mit unserer App klappt das alles praktischerweise auf ihrem Handy, also in ihrer Hosentasche und überall. Letztlich können sie ihren Tag dank der Vorteile der Digitalisierung erheblich vereinfachen.

#### **Werden Sie Partnerschaften, zum Beispiel mit dem Handel oder der Industrie, eingehen?**

Da wir erst im November 2022 gestartet sind, haben wir derzeit noch keine Handelspartnerschaften, aber wir werden Sie auf dem Laufenden halten.

#### **Welche Ziele haben Sie für sich persönlich und für das Unternehmen Manomano im Auge?**

Was Manomano betrifft, so wissen wir nach inzwischen fast zehn Jahren in diesem Markt, dass Wachstumsprognosen kompliziert sind. Wir wollen selbstverständlich nicht bei einem Geschäftsvolumen von 1,2 Milliarden Euro stehen bleiben – deswegen streben wir an, der führende digitale Spezialist in unserer Branche zu werden, sowohl für Privatpersonen als auch für Geschäftsleute. Persönlich arbeite ich daran, den deutschen Markt vom zweitwichtigsten zum größten Markt für Manomano zu machen, in den wir die Best Practices aus unseren anderen Märkten einbringen und an die deutschen Anforderungen anpassen; damit wir genau das liefern, was der deutsche Markt sowohl aus Kunden- als auch Verkäufersicht erwartet. Mein Ziel ist es, die effektive Zusammenarbeit mit unseren Verkaufspartnern weiter auszubauen und sie bei ihrem Wachstum zu unterstützen. Und schließlich arbeite ich ständig daran, den hervorragenden Teamgeist in meinen Teams aufrechtzuerhalten, auch wenn wir die meiste Zeit nicht physisch zusammenarbeiten, da wir als digital-first Unternehmen mit der Möglichkeit zu Remote Work oft aus verschiedenen Standorten heraus arbeiten. *Fotos: Manomano*

## 9. Internationale Fachmesse der Verbindungs- und Befestigungsbranche



## Der globale Treffpunkt der Verbindungs- und Befestigungsbranche

- Befestigungselemente / Halterungen für die Industrie
- Befestigungselemente für die Baubranche
- Montage- / Installationssysteme
- Produktionstechnologie für Befestigungselemente
- Lagerung / Vertrieb / Betriebsausrüstung
- Information / Kommunikation / Services

**21. - 23. MÄRZ 2023**  
**MESSE STUTTGART**

JETZT MEHR ERFAHREN!

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

# BHB meldet Umsatzplus

## Baumärkte



Dr. Peter Wüst:  
„Gemessen an den immensen Herausforderungen, denen die Bau- und Gartenfachmärkte im Augenblick ausgesetzt sind, bewegen sich die Umsätze auf einem guten Niveau.“

Foto:  
BHB/Thomas Götz

**Der Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. (BHB) hat die Branchenzahlen für die ersten drei Quartale des Jahres 2022 bekannt gegeben. In Deutschland und Österreich sind zum Teil deutliche Zuwächse zu verzeichnen. Schweizer Baumärkte weisen „atypische Werte“ auf.**

Die Konsumneigung war zwischenzeitlich auf den absoluten Tiefststand gesunken. Der Ukraine-Krieg, die Energiekrise, die Inflation und daraus resultierende negative psychologische Effekte konnten nicht gerade zur Verbesserung des Konsumklimas beitragen. Etwa so beschreibt der BHB die Herausforderung, vor der die Baumarktbranche in Deutschland, Österreich und in der Schweiz in den ersten drei Quartalen des letzten Jahres stand.

### Schwierige Vergleiche

In Zahlen: Nach neun Monaten im Jahr 2022 weisen die Bau- und Gartenfachmärkte in Deutschland ein Plus von 10,5 Prozent (flächenbereinigt +9,8%) aus, dies bei einem Umsatz von 17,02 Mrd. Euro. Diese Steigerung ist laut BHB allerdings dem Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum zuzuschreiben, in dem die ersten vier Monate von Gesamt- bzw. Teil-Lockdowns betroffen waren. Aussagekräftiger sei da die Gegenüberstellung der 3. Quartale: Hier wächst die Branche in Deutschland um 2,3 Prozent, auf gleicher Fläche um 1,6 Prozent.

Nicht unähnlich sieht es derzeit in Österreich aus: Zum Dreivierteljahr stehen dort Umsätze von 2,45 Mrd. Euro zu Buche, was einer Steigerung von 2,5 Prozent entspricht. „Eher atypische Werte weisen die Schweizer Branchenmärkte auf. Bei einem Gesamtumsatz von 2,86 Mrd. Schweizer Franken sinken die Werte um 6,6 Prozent (flächenbereinigt -5,0%), beschreibt der BHB die Situation bei den Eidgenossen. Dies seien ebenfalls Auswirkungen von Lockdown-Phasen, die dem Schweizer Einzelhandel allerdings in 2021 enorme Zuwächse bescherten, also – da zeitversetzt – umgekehrte Effekte bewirkt hätten.“

### Keine Abstürze zu verzeichnen

„Gemessen an den immensen Herausforderungen, denen die Bau- und Gartenfachmärkte im Augenblick ausgesetzt sind, bewegen sich die Umsätze auf einem guten Niveau. Natürlich schlagen sich auch hier die bei vielen Produktbereichen deutlich gestiegenen Preise nieder, aber Abstürze wie in anderen Konsumbereichen müssen wir glück-

licherweise derzeit nicht verzeichnen. Dennoch steht auch die DIY-Branche vor einem ungewissen Winter und muss drastisch verteuerte Betriebs- und Energiekosten verkraften“, betonte BHB Hauptgeschäftsführer Dr. Peter Wüst bei der Präsentation der Zahlen im Dezember. Und dies, obwohl die Bau- und Gartenfachmärkte schon seit einiger Zeit in Sachen Energieeffizienz und Einsparpotenzialen, beispielsweise mittels LED-Beleuchtung, Optimierung der bestehenden Heizanlagen, oder Einsatz großer Dach-Photovoltaik-Flächen, deutlich nachrücken.

### Ausreißer nach oben

Der Blick auf die Sortimente spiegelt diesen Eindruck wider: Im messbar rückläufigen Bereich finden sich in Deutschland mit Gartenmöbeln (-3,8%), Holz (-3,2%) und Gartenausstattung (-0,1%) aber lediglich drei Sortimentsbereiche. Mit Automotive (+46,9%) und Heizung/Sanitär (+34,4%) als „Ausreißer nach oben“ wird deutlich, dass sich die Menschen im Angesicht der Preisentwicklung dementsprechend eindecken. Auch die Sortimente rund ums Renovieren (Stichwort Energetisches Sanieren) entwickeln sich zweistellig positiv. Ein Trend, der sich übrigens auch in Österreich (+17,4% bei Sanitär/ Heizung) ähnlich abbildet.

„Grundsätzlich wird es für die Branche sehr darauf ankommen, den Menschen intensiv zu erklären, dass wir mit unseren Produkten und Services helfen, ihr Zuhause winter- und krisenfest zu machen und somit auch auf diesem Sortimentssektor kompetente Ansprechpartner sind und bleiben“, so Wüst. Dies gehörte auch zu den zentralen Aussagen des BHB-Kongresses, der sich explizit mit dieser Thematik befasste.

**Die Branchenzahlen für das Gesamtjahr 2022 gibt der BHB auf seiner Pressekonferenz am 23. März 2023 bekannt.**

# Jetzt mit eigener Website

## EDE International



Screenshot vom ersten eigenen Internetauftritt der EDE International

*Seit Ende Dezember ist der erste eigene Internetauftritt der EDE International online. Und damit eine aktuelle und informative Plattform, um mit internationalen Mitgliedern, Kooperationspartnern, Lieferanten und weiteren Interessenten in Kontakt zu kommen und zu bleiben.*

„Gute Kommunikation ist der Schlüssel zum Erfolg im Verbundgruppengeschäft und dazu gehört auch ein ordentlicher und moderner Internetauftritt. Deshalb freue ich mich, dass wir diesen nun endlich als flankierendes Element einführen. Ich bin sicher, dass uns diese Art der Kommunikation in Zukunft helfen wird, Neuigkeiten schneller in den Markt zu transportieren“, betont Annegret Franzen, Geschäftsführerin der EDE International AG. Die erste eigene Website sei ein wichtiger Teil der Strategie der Tochtergesellschaft des E/D/E und ein weiterer Schritt hin zu einer verbesserten digitalen Kommunikation. Sie zahle außerdem insgesamt auf die schrittweise Digitalisierung aller Geschäftsprozesse ein, so das Unternehmen.

### In 30 Ländern aktiv

Als europaweit agierendes Unternehmen stellt EDE International die Website in englischer Sprache bereit, jedoch mit einem integrierten Übersetzungstool. „So können wir gleichzeitig eine Vielzahl an Sprachen der europäischen Länder anbieten, deren Märkte wir bedienen – zurzeit

sind das außer Deutschland 29 weitere Länder“, erklärt Mayte Jakstait, International Projects, Business Relations & Communications Manager bei EDE International.

Wie das E/D/E weiter mitteilt, erhalten Interessenten, bestehende Mitglieder, Partner und Lieferanten auf der modern gestalteten Website einen klar aufbereiteten und aktuellen Überblick über die Historie des Unternehmens, seine Leistungsbausteine, europäische Aktivitäten sowie über das Netzwerk aus europäischen

Joint Ventures, Kooperationspartnern und Mitgliedern. Natürlich sind außerdem Links zu wichtigen Seiten der E/D/E Gruppe zu finden – beispielsweise zu den Handelsmarken und zur Etris Bank.

### Weiterentwicklung statt Stillstand

„Eine Website ist ein Projekt, das nie stillsteht. Es gibt immer etwas zu tun und zu verbessern“, weiß Mayte Jakstait und kündigt an: „Wir werden die Seite bei Bedarf kontinuierlich optimieren. Und das in allen Bereichen: Inhalt, Design und technische Features.“ Die nächsten Entwicklungsschritte und Erweiterungen stehen bereits fest. So soll schon bald ein privater Login-Bereich für Mitglieder und Lieferanten entstehen und das Abonnieren von Newslettern möglich sein. In einem eigenen News-Bereich wird zudem regelmäßig über Neuigkeiten, wie beispielsweise besondere Events im Mitglieder-, Kooperationspartner- und Lieferantenbereich, berichtet oder über eigene Aktivitäten sowie über die Weiterentwicklung der Leistungsbausteine informiert.

Fotos: EDE International



*Annegret Franzen: „Gute Kommunikation ist der Schlüssel zum Erfolg im Verbundgruppengeschäft und dazu gehört auch ein ordentlicher und moderner Internetauftritt.“*

# Resiliente Lieferketten



Der Logistikdienstleister Dachser gehört mit einem konsolidierten Netto-Umsatz von 7,1 Mrd. Euro in 2021 zu den Schwergewichten in der Branche. Aktuelle Zahlen zum Geschäftsjahr 2022 sind noch nicht veröffentlicht.

Foto: Dachser

**Die Beschaffung und der Transport von Gütern ist spätestens seit dem Beginn der Corona-Pandemie Dauerthema. Handelskonflikte zwischen Staaten, Krieg in der Ukraine, steigende Energiepreise und nicht zuletzt das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) lassen es angebracht erscheinen, in der PVH-Branche nach der aktuellen Situation zu fragen.**

„Zwei Drittel der deutschen Unternehmen passen ihre Lieferketten wegen der wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie und des russischen Angriffskriegs gegen die Ukraine an. Und auch die internationalen Standorte werden in vielen Fällen kritisch überprüft“, heißt es in der Sonderauswertung „AHK World Business Outlook Herbst 2022“, die die Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) nach Befragung von 3.100 deutschen Unternehmen, mit Standorten in aller Welt, erstellt hat. Jedes dritte Unternehmen (35%) hat dem Bericht nach bereits neue oder zusätzliche Lieferanten für benötigte Rohstoffe, Vorprodukte oder Waren gefunden. Weitere 30 Prozent sind noch auf der Suche, heißt es. „Die deutsche Wirtschaft zeigt sich angesichts der enormen geopolitischen Risiken als erstaunlich anpassungs- und widerstands-

fähig. Von Schockstarre der Wirtschaft keine Spur“, kommentiert DIHK-Außenwirtschaftschef Volker Treier.

## **Lieferkettenstörungen noch nicht überwunden**

62 Prozent der Unternehmen wollen das Risiko von Ausfällen aktiv minimieren. Dieser Wert wird nur überboten vom Wunsch, die Kosten zu optimieren (64%). Aber auch ein einfacherer Zugang zu Rohstoffen beziehungsweise Vorleistungen (33%) sowie die Vermeidung von Handelshemmnissen oder die Erfüllung von Local-Content-Vorschriften (23%) spielen laut dem Bericht eine Rolle. Insgesamt haben sich die Lieferkettenstörungen den aktuellen Ergebnissen der Umfrage nach zwar verbessert, sie sind aber noch längst nicht überwunden: 42 Prozent der Unternehmen geben Störungen in Lieferketten

als das Top-Geschäftsrisiko für die kommenden Monate an. Und bei der Suche nach neuen oder zusätzlichen Lieferanten spielt die geografische Nähe (Stichwort Nachbarländer) möglicher Kooperationspartner eine herausragende Rolle.

Jedes zehnte Unternehmen hat zudem bereits seine Produktion, Teile davon oder ganze Niederlassungen an neue Standorte verlagert, beziehungsweise dort neu aufgebaut. Weitere 16 Prozent befinden sich dazu noch in der Planung. „Dass jedes vierte Unternehmen im Ausland Verlagerungen plant oder umgesetzt hat, ist angesichts des Investitions- und Planungsaufwands, der mit dem Aufbau neuer Standorte einhergeht, ein hoher Anteil an Produktionsumschichtungen“, meint Treier.

## **Geopolitik als Game Changer**

„Der Krisenmodus der vergangenen zweieinhalb Jahre hat bei unseren Kunden den Blick auf die Logistik und den Wert von Zuverlässigkeit gerade in schwierigen Zeiten geschärft“, stellt Dachser CEO Burkhard Eling fest. Die Resilienz werde daher zum entscheidenden Faktor bei der Ausgestaltung zukunftsfester

Supply Chains. Denn wann und wie sich die Konjunktur wieder erhole, und ob 2023 schon wieder neue Unwägbarkeiten und Umbrüche auf die Welt zusteuern, werde sich erst noch zeigen, gibt Eling zu bedenken. Möglicherweise werde Geopolitik zu einer Art Game Changer für Supply Chain Management. Der Dachser CEO sieht hier dringenden Handlungsbedarf. „Unsere Kunden sind massiv gefordert, ihre Sourcing-Strukturen zu ändern. Es geht nun unter anderem darum, sich regional neu aufzustellen und die Lagerhaltung zu erhöhen.“ Das heiße auch, dass Dienstleistungskonzepte angepasst würden und Kosten steigen, wenn der Aufwand für die Logistik steigt. Dass damit die Globalisierung als solche in Frage steht, sieht der Dachser CEO jedoch nicht: „Es wird immer ein Sourcing rund um die Welt geben. Aber die Rahmenbedingungen sind sehr viel komplexer und komplizierter geworden.“

Eine Neubewertung von Logistik und Supply Chain Management wirft die Frage auf, unter welchen Bedingungen sich diese Zeitenwende vollzieht, und wie Logistikdienstleister und ihre Kunden den Wandel gestalten, heißt es dazu aus dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW). „Statt einer Abkehr von globalisierten Wirtschaftsströmen ist es zielführender, wenn Unternehmen sich breiter aufstellen, um sich gegen Risiken abzusichern“, sagt Marcel Fratzscher, Professor für Makroökonomie an der Humboldt-Universität zu Berlin und Präsident des DIW. „Es ist zu gefährlich, alles



Volker Treier: „Die deutsche Wirtschaft zeigt sich angesichts der enormen geopolitischen Risiken als erstaunlich anpassungs- und widerstandsfähig.“

Foto: Werner Schuering

Burkhard Eling: „Unsere Kunden sind massiv gefordert, ihre Sourcing-Strukturen zu ändern. Es geht nun unter anderem darum, sich regional neu aufzustellen und die Lagerhaltung zu erhöhen.“ Foto: Dachser



auf eine Karte – also einen Standort – zu setzen.“ Bei Störungen gäbe es dann keine Möglichkeit für ein „backup“.

### Umbau Richtung „Dual Sourcing“

Dass im Grunde alles bleibt, wie es war, ist eher unwahrscheinlich. Denn es zeige sich, dass Arbeitsteilung und Globalisierung in Folge der Krisen veränderten „Spielregeln“ folgen, so die Meinung bei Dachser. Eine Option ist beispielsweise der Umbau der Lieferketten in Richtung „Dual Sourcing“. Das bedeutet eine breiter aufgestellte Lieferantenbasis in mehreren Ländern und vor allem auch Weltregionen. Dazu kommt bei den Unternehmen eine verstärkte vertikale Integration, das heißt, mehr Wertschöpfung wird im Unternehmen selbst generiert, weniger zugekauft. Schließlich setzen viele Betriebe auch auf einen deutlichen Ausbau der Lagerflächen. „Das Lagervolumen bei Dachser hat sich in den vergangenen zehn Jahren etwa verdoppelt“, so der Dachser-Chef Eling. Im ersten Halbjahr 2022 sei die Gesamtkapazität gegenüber dem Vergleichszeitraum im Vorjahr um zirka 90.000 auf insgesamt 2,5 Mio. Palettenstellplätze gestiegen. „Waren die Supply Chains lange Zeit auf maximale Effizienz getrimmt und so einfach strukturiert wie möglich, so werden sie nun wieder komplexer und damit aufwändiger zu managen“, so Burkhard Eling.

### Industrie beklagt lange Lieferzeiten

Gut vorbereitet auf die Herausforderungen scheint der Hersteller Bedrunka + Hirth zu sein. „Auf Grund unseres breiten Produktsortiments und der kompletten Produktion im Schwarzwald beziehen wir Rohstoffe und Halbfertigteile aus Deutschland, Europa und minimal aus China. Um das Sorti-

ment abzurunden, haben wir verschiedene Partner für Handelsware“, erklärt Firmenchef Ludwig Kellner. Das Unternehmen bezieht unter anderem Rohstoffe wie Stahl, Holz, Aluminium, Pulverlacke, Kunststoffe, Kartonagen. Halbfertigteile wie Magnete und elektronische Baukomponenten kommen teilweise aus China. Als die wesentlichen Herausforderungen in der Logistik und bei der Warenbeschaffung sieht Kellner aktuell den Klimaschutz, der zu verschärften Regularien und stärkerer Belastung der Logistikwirtschaft führt. „Das Thema Nachhaltigkeit liegt uns sehr am Herzen, sodass wir weiterhin die Zusammenarbeit mit unseren regionalen Partnern stärken, um unsere Ware schnell und nachhaltig beziehen zu können“, so Kellner. Die wichtigste Aufgabe der Warenbeschaffung sei aktuell, die langen Lieferzeiten zu reduzieren und diese der Auftragsituation anzupassen.

Der Motorgerätehersteller Stihl versorgt sich natürlich auch auf dem globalen Beschaffungsmarkt. Zu den benötigten Roh-



Marcel Fratzscher: „Statt einer Abkehr von globalisierten Wirtschaftsströmen ist es zielführender, wenn Unternehmen sich breiter aufstellen, um sich gegen Risiken abzusichern.“ Foto: DIW



Dr. Christoph Grote: „Wir optimieren seit vielen Jahren regelmäßig unsere Lieferketten, um unseren Partnern die bestmöglichen Einkaufsmöglichkeiten anbieten zu können.“ Foto: E/D/E

stoffen zählen zum Beispiel Kunststoff, Stahl und Magnesium. Zu den Kleinteilen und Vorprodukten gehören Stanz- und Drehteile, Kabelbäume, Schaltgeräte, Gummiteile, Halbleiter und Batteriezellen. „Aufgrund der seit der Corona-Pandemie vorherrschenden stark eingeschränkten Verfügbarkeit und Lieferengpässen von Bauteilen, die durch den Krieg in der Ukraine nochmals verschärft wurde, ist Stahl mit starken Preissteigerungen auf der Beschaffungsseite konfrontiert, wozu auch Frachtpreise zählen“, berichtet Marc Moser, Bereichsleiter Einkauf. Und auch die Lieferzeit sei nach wie vor herausfordernd. So hätten sich die Lieferzeiten von Spediteuren spürbar verlängert. Um die Vorschriften des Lieferkettensorgfaltspflichtengesetzes (LkSG) zu erfüllen, muss Stahl eigenen Angaben zufolge zusätzlichen Aufwand betreiben. „Schon vor der Verabschiedung des LkSG haben

wir damit begonnen, unsere Lieferketten nachhaltiger zu gestalten und zusätzliche Stellen geschaffen. Daher sind wir gut vorbereitet und rechnen mit keinen unmittelbaren Auswirkungen auf das Geschäft. Sowohl bei unseren Lieferketten als auch im eigenen Geschäftsbereich arbeiten wir im Rahmen der Stahl-Nachhaltigkeitsstrategie bereits seit einiger Zeit daran, dass Nachhaltigkeit zu einem integralen Bestandteil wird“, so Moser.

### Handel von LkSG nur mittelbar betroffen

Die Verbundgruppe E/D/E konzentriert sich bei der Beschaffung vorrangig auf die Partner in den Kernmärkten in Deutschland und Europa. „Darüber hinaus sind wir natürlich seit vielen Jahren intensiv eigenständig auf den globalen Beschaffungsmärkten aktiv – vereinzelt nutzen wir zudem Dienstleistungen von Importeuren“, erklärt Dr. Christoph Grote, E/D/E Geschäftsführer für den Bereich Mitglieder- und Lieferantenmanagement. Die Containerpreise in der Seefracht hätten sich in den letzten sechs Monaten stark rückläufig entwickelt – im Vergleich zum Corona-Jahr 2021. Für den Landverkehr sei diese Entwicklung aktuell noch nicht in aller Deutlichkeit feststellbar. „Aktuelle Herausforderungen sind in erster Linie steigende Beschaffungspreise durch höhere Kosten für Rohstoffe, Energie und Verpackungen sowie ein Mangel an Fahrern. Indessen sehen wir aktuell in vielen Warenbereichen Anzeichen für eine Entspannung der Lieferkettenprobleme“, so Grote. Auf der Nachfrageseite bestehe bereits seit längerer Zeit verstärkt der Wunsch nach einer



Stefan Richlick: „Produktionsverspätungen oder gar Lieferausfälle sowie Verzögerungen bei Schiffsabfertigungen in den Häfen sind mögliche Folgen der veränderten Covid-Strategie der chinesischen Regierung.“ Foto: Nordwest

Verkürzung der Lieferketten. Grote: „Daher optimieren wir bereits seit vielen Jahren regelmäßig unsere Lieferketten, um unseren Partnern die bestmöglichen Einkaufsmöglichkeiten anbieten zu können.“

Vom LkSG ist das E/D/E noch nicht unmittelbar betroffen, da die Mitarbeiterzahl des Unternehmens unter der gesetzlich vorgegebenen Grenze liegt. Gleiches gelte für nahezu alle E/D/E-Anschlusshäuser und auch für die meisten Lieferanten. „Wir nehmen aber Signale aus dem Markt wahr, die darauf hindeuten, dass das LkSG spätestens mit Beginn des Jahres 2024 Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit im Handel haben könnte. Daher werden wir dieses Jahr nutzen, um weiterhin die notwendigen Modifizierungen in den Einkaufsprozessen vorzunehmen“, erläutert Grote.

## Digitaler Frachtbrief

Die Mehrheit der Logistikunternehmen (77%) in Deutschland nutzt den im letzten April eingeführten E-Frachtbrief, so der Digitalverband Bitkom. Allerdings setzt erst jede zwanzigste Firma ausschließlich auf die digitale Variante des Lieferdokuments und hat die Papierform gänzlich aufgegeben. 31 Prozent nutzen E-Frachtbriefe überwiegend, aber die meisten (41%) verwenden sie erst vereinzelt oder nur zum Teil.

Die Befragung von mehr als 400 Logistikern in Deutschland zeigt zudem, dass sechs Prozent planen, digitale Frachtbriefe in den nächsten zwölf Monaten einzuführen. Sieben Prozent ziehen dies für die nächsten ein bis zwei Jahre in Erwägung.

Weitere sieben Prozent wollen ihre Frachtbriefe nicht digitalisieren. Rund die Hälfte der Unternehmen plädiert dafür, dass der Einsatz digitaler Frachtbriefe verpflichtend ist.

85 Prozent der Logistiker sehen im E-Frachtbrief eine große Erleichterung für die Branche, unter den größeren Unternehmen ab 100 Beschäftigten sind es sogar 96 Prozent. Die Mehrheit gibt zudem an, dass der Einsatz digitaler Frachtbriefe den Info-Austausch beschleunigt (74%), die Lieferketten transparenter macht (71%) sowie Kosten reduziert (64%). 46 Prozent sagen, dass für eine schnelle Einführung das Know-how in der Branche fehlt.

**Container-Kosten gefallen**

Seit 2014 ist die Nordwest Handel AG eigenen Angaben zufolge selbstständig auf den globalen Beschaffungsmärkten aktiv. Von internationalen Herstellern bezieht der Händler Ware für sämtliche Fachbereiche wie Bau, Handwerk/Industrie, Stahl und Haustechnik. Die Frachtraten aus China, so meldet das Unternehmen, seien im ersten Halbjahr 2022 um ca. 40 Prozent gesunken. „In der zweiten Jahreshälfte sind die Kosten für einen Container aus Asien dann nochmals drastisch gefallen. Aktuell kostet ein 20-Fuß-Container ca. 1/10 im Vergleich zum Jahresbeginn 2022“, erklärt Bastian Wolfgarten, Geschäftsbereichsleiter Logistik. Die Entwicklung sei darin begründet, dass das Konsumverhalten in Europa aufgrund der Energiekostenexplosion und der Inflationsentwicklung im zweiten Halbjahr eher verhalten war. Ferner hätten viele Importeure noch hohe Lagerbestände und müssten aufgrund der ausbleibenden Umsätze viele bereits in Fernost platzierte Aufträge stornieren. „Die USA verzeichnen ein ähnliches Bild. Auch hier waren die Lager gut gefüllt und es kam zu einer großen Stornierungswelle in Fernost. Bereits verkaufte Frachtkapazitäten wurden erneut auf dem sogenannten Spot-Market angeboten. Das Resultat sind massiv gefallene Seefrachtraten“, so Wolfgarten.

In erster Linie sei die veränderte Covid-Strategie der chinesischen Regierung bezogen auf internationale Lieferketten jedoch ein Risikofaktor. „Stand Ende Dezember infizierten sich täglich durchschnittlich eine Millionen Chinesen pro Tag mit dem Virus. Die Situation erhöht den Druck auf globale Lieferketten. Produktionsverspätungen oder gar Lieferausfälle sowie Verzögerungen bei Schiffsabfertigungen in den Häfen sind mögliche Folgen“, weiß Stefan Richlick, Geschäftsbereichsleiter Einkaufsprozesse und Beschaffung, zu berichten. Wie in den vergangenen Pandemie Jahren bereits gelernt, sei die Resilienz der Lieferketten ein wichtiger Bestandteil in internationalen Beschaffungsstrukturen. Ein gewisser Grad an Flexibilität bezüglich Substitutionslieferanten und kurzfristig wechselnde Verschiffungshäfen

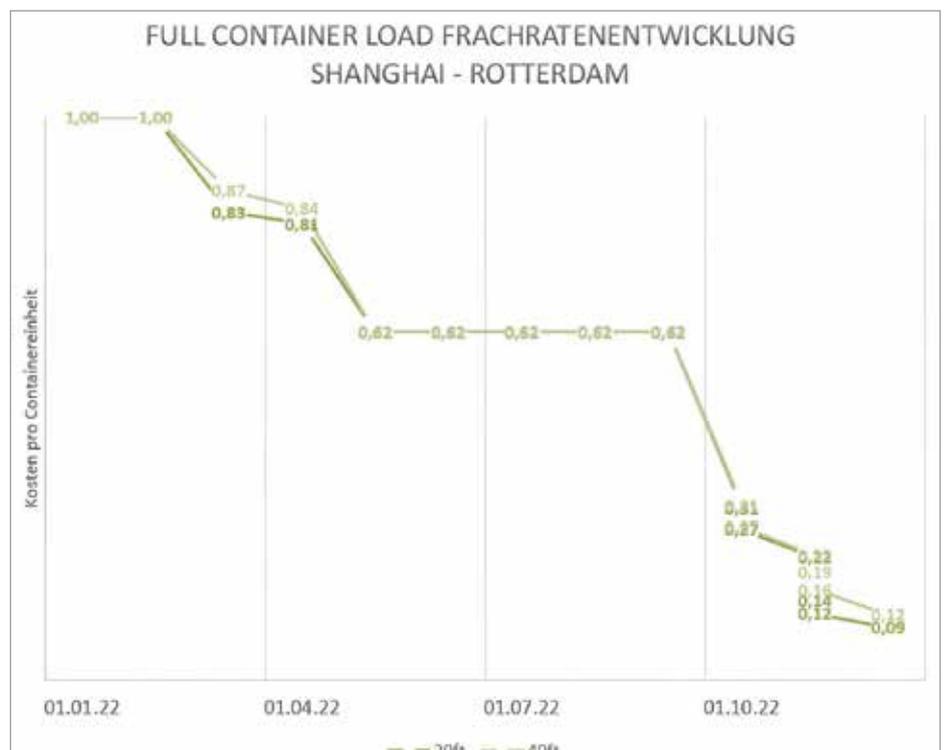
sei unabdingbar. Richlick: „Das wird sich zukünftig auch nicht ändern und bleibt ein elementar wichtiges Thema. Knappe Seefrachtkapazitäten spielen im Vergleich zu innerdeutschen Transporten eher eine untergeordnete Rolle.“ Im nationalen Logistikbereich dominierten weiterhin die Themen Personalverfügbarkeit, Energie- und Transportkosten sowie verringerte Laderaumkapazitäten. „Im Inlandverkehr haben sich die Transportkosten pro Speditionssendung um durchschnittlich 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr erhöht. Im Jahr 2023 erwartet die Speditionsbranche eine weitere Kostensteigerung um ca. fünf bis zehn Prozent. Hintergrund für anhaltende Engpässe bei Transportkapazitäten ist ein erhöhter Sanierungsstau der Infrastruktur in Deutschland – sowohl auf der Straße als auch im Schienenverkehr“, ergänzt Bastian Wolfgarten.

Ähnlich wie das E/D/E unterliegt die Nordwest nicht unmittelbar dem neuen LkSG, da zurzeit nur etwa 420 Mitarbeiter bei der Verbundgruppe beschäftigt sind. Theoretisch. „In der Praxis ist das aber zu kurz gedacht. Die Großkunden unserer Fachhandelspartner unterliegen direkt dem LkSG, und somit sind unsere



Bastian Wolfgarten: „Bereits verkaufte Frachtkapazitäten wurden erneut auf dem sogenannten Spot-Market angeboten. Das Resultat sind massiv gefallene Seefrachtraten.“ Foto: Nordwest

angeschlossenen Fachhandelspartner unmittelbar in der Lieferkette eingebunden. Verständlicherweise entsteht hier eine Erwartungshaltung dem Dienstleistungsverband gegenüber, eine marktgerechte Lösung für die Umsetzung des LkSGs anzubieten“, erläutert Richlick. Nordwest werde daher die Lieferantensstruktur schon ab 2023 gemäß den Sorgfaltspflichten überprüfen, um frühzeitig den neuen Anforderungen gerecht zu werden.



In der zweiten Jahreshälfte sind die Kosten für einen Container aus Asien drastisch gefallen. Aktuell kostet ein 20-Fuß-Container ca. 1/10 im Vergleich zum Jahresbeginn 2022. Grafik: Nordwest

# „Komm doch zu uns!“

Sowohl bei der Industrie als auch im Handel ist der Fachkräftemangel eines der dominierenden Themen. Gerade junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben gehobene Ansprüche an ihren Arbeitsplatz. Foto: Hornbach

**Es fehlen Fachkräfte. Das ist kein neues Problem, doch eine anhaltende Herausforderung für Unternehmen über alle Industriezweige hinweg. Aber schon beim Recruiting können sich Arbeitgeber einen Vorteil verschaffen, wenn sie auf der Höhe der Zeit sind.**

Laut einer ifo Konjunkturumfrage waren im Sommer 2022 knapp 50 Prozent der Unternehmen in Deutschland vom Fachkräftemangel betroffen. Damit erreicht das Land einen neuen Höchststand. Um mit dieser Schwierigkeit umzugehen, müssen Unternehmen bereit sein, sich den sich ändernden Umständen anzupassen und von sich aus Anreize liefern, nicht nur um neue Mitarbeiter anzulocken, sondern auch, um bestehende Angestellte zu halten. Ein attraktives Gehalt, betriebliche Altersvorsorge, Maßnahmen zur Gesundheitsvorsorge oder Arbeitszeit- und -ort flexibel bestimmen zu dürfen, das sind nur einige der Erwartungen, die Mitarbeiter heutzutage an ihre Arbeitgeber stellen.

Ein Grund, warum sich Unternehmen schwertun, Mitarbeitende zu finden, ist der demografische Wandel. „Laut Statis-

tiken sind in Deutschland gerade noch zehn Prozent der Einwohner unter 24 Jahre alt, gleichzeitig haben im letzten Jahr mehr als 1,4 Millionen Arbeitnehmer Rente beantragt. Hinzu kommen die vielen Corona-Erkrankten und ein verändertes Bewerbungsverhalten“, erklärt Marvin Staufenberg von der Agentur

Mission Personal. Sein Kollege Tim Haver ergänzt: „Zu den demografischen Gründen kommen viele individuelle Unternehmensgründe: falsche Medienauswahl, wenig motivierende Stellenangebote, schlechte Bewertungen im Internet. Problematisch ist häufig auch das nicht mehr zeitgemäße Verständnis von Arbeitsmotivation.“

## Electrostar/Starmix

Um den Anforderungen am Arbeitsmarkt gerecht zu werden, bietet der Hersteller Electrostar/Starmix eigenen Angaben zufolge seinen Angestellten eine Vielzahl von Benefits. Dies reicht von der



Roman Gorovoy: „Uns ist es sehr wichtig, dass sich unsere Mitarbeiter wohlfühlen und gerne zur Arbeit kommen. Das ist auch Kern unseres Führungsstils.“

Foto: Electrostar/Starmix

Förderung von sportlichen Aktivitäten über Altersvorsorge, eine Zusatzkrankenversicherung, Unterstützung bei der Gesundheitsvorsorge sowie individuelle Weiterbildungsangebote bis hin zu gemeinsamen Events und einer Kantine auf dem Werksgelände. So kann beispielsweise über das Firmenfitness-Angebot bei zahlreichen Einrichtungen vergünstigt trainiert werden, auch gemeinsam mit Kollegen, das Fahrrad-Leasing bietet besonders im Sommer eine Alternative zum Auto, und mit der Starmix Pension wird für finanzielle Unabhängigkeit im Alter gesorgt. Diese Vorteile gibt es nicht erst, nachdem Fachkräfte jahrelang Teil des Unternehmens waren, sondern vielfach bereits während der Probezeit und spätestens nach deren Ende. „Uns ist es sehr wichtig, dass sich unsere Mitarbeiter wohlfühlen und gerne zur Arbeit kommen. Das ist auch Kern unseres Führungsstils, denn Menschen streben nach Anerkennung und Selbstentfaltung, und nur, wenn man ihnen das bietet, sind sie motiviert und in der Lage, Höchstleistungen zu erbringen“, sagt Roman Gorovoy, Geschäftsführer von Electrostar/Starmix.

#### Bedrunka + Hirth

Der Hersteller Bedrunka + Hirth hingegen ist nach eigener Darstellung stolz darauf, keinen Fachkräftemangel festzustellen. Man investiere aber auch angemessen in Fachkräfte. „Zehn Prozent unseres Personals stellen Auszubildende in den Ausbildungsberufen Konstruktionsmechaniker/in, Industriekaufmann/-frau, Technischer Zeichner/-in sowie Duale Studienlehrgänge für BWL-Industrie und Onlinemedien“, fasst Geschäftsführer

Ludwig Kellner zusammen. Diese akquiriert das Unternehmen direkt von Schulen, Messen, und Berufsbildungsbörsen sowie über eigene Mitarbeiterempfehlungen. Insgesamt herrsche aber schon großer Mangel an geeigneten und willigen Auszubildenden. Die Auswahl werde zusehends dünner. „Für uns steht eine Reformierung des Ausbildungs- und Studiensystems außer Frage. Dieses muss dringend an die aktuelle Wirtschaftslage, als auch den aktuellen Lebensstil junger Menschen angepasst werden“, meint Kellner zur Lösung des Problems.

#### August Rüggeberg/Pferd

Auch der Werkzeughersteller August Rüggeberg und die Marke Pferd verzeichnen keinen akuten Mangel an Facharbeitern, man stelle aber, wie viele andere Unternehmen auch, die Dynamik des Arbeitsmarktes fest. „Wir benötigen aktuell einfach mehr Zeit, offene Stellen zu besetzen und haben insgesamt auch mehr Stellen vakant, wenn auch bestimmt in einem geringeren Maße als andere“, erklärt Matthias Huster, Leiter operatives Personalmanagement bei Rüggeberg. Bei etwa 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern am Stammsitz in Marienheide – weltweit sind es knapp 2.000 bei Rüggeberg – hat das Unternehmen derzeit elf offene Stellen für Deutschland ausgeschrieben. Laut Huster sind unterschiedliche Effekte zu beobachten: „Da ist zunächst der demografische Wandel, durch den geburtenstarke Jahrgänge aus dem Arbeitswelt ausscheiden und durch Mitglieder geburtenschwacher Altersgruppen ersetzt werden müssen. Zusätzlich erleben wir ein früheres Ausscheiden aus dem Arbeitsleben und gestiegene



Matthias Huster: „Wir erkennen klar, dass sich junge Menschen weniger oft für eine Ausbildung entscheiden, dafür eher ein Studium wählen.“

Foto: August Rüggeberg/Pferd

Anforderungen in den Jobs, was die Auswahl schwieriger macht. Und wir erkennen klar, dass sich junge Menschen weniger oft für eine Ausbildung entscheiden, dafür eher ein Studium wählen“, so der Personalmanager.

Zur Personalakquise bedient sich Rüggeberg übergreifend der üblichen Methoden der Stellenausschreibung, vornehmlich online auf verschiedenen Jobportalen, regional aber auch klassischer Maßnahmen wie Messeteilnahmen, Plakataktionen, Werbung an Hochschulen, alles im Rahmen eines strategischen Arbeitgebermarketings. „Grundsätzlich fühlen wir uns zunächst selbst verantwortlich dafür, dass wir in den Zielgruppen für Auszubildende attraktiv sind, zum Beispiel durch ein breites Angebot an Ausbildungsberufen. Wir bieten eines der modernsten Ausbildungszentren der weiteren Region und vielseitige Karrierechancen in unserer global aufgestellten Pferd-Gruppe. Aber wir würden uns freuen, wenn die Ausbildung generell wertiger dargestellt würde und dadurch für mehr Schülerinnen und Schüler interessant wäre. Diese Art der Information könnte durch die Kultusministerien als Bildungsauftrag in die Schulen getragen werden“, fordert Huster.

Ludwig Kellner: „Für uns steht eine Reformierung des Ausbildungs- und Studiensystems außer Frage. Dies muss an die aktuelle Wirtschaftslage und den Lebensstil junger Menschen angepasst werden.“

Foto: Bedrunka + Hirth





Juliane Brede: „Insgesondere in den Zukunftsfeldern Akku, Elektronik, Digitalisierung, Softwareentwicklung, Robotik, IoT und E-Commerce suchen wir Fachkräfte, und dort spüren wir auch einen starken Wettbewerb mit anderen Arbeitgebern.“ Foto: Stihl

### Stihl

Motorgerätehersteller Stihl beschäftigt mehr als 20.000 Mitarbeiter weltweit. Derzeit meldet das Unternehmen im deutschen Stammhaus mehr als 200 offene Stellen. Inklusiv Tätigkeiten für Studierende und Schüler/-innen seien es mehr als 350. „Stihl befindet sich inmitten einer Transformation vom Maschinenbauunternehmen zum Mechanik- und Softwareunternehmen. Und

um diese Transformation aktiv mitzugestalten, stellen wir uns zukunftsfähig auf. Insbesondere in den Zukunftsfeldern Akku, Elektronik, Digitalisierung, Softwareentwicklung, Robotik, Internet of Things (IoT) und E-Commerce suchen wir Fachkräfte und dort spüren wir auch einen starken Wettbewerb mit anderen Arbeitgebern“, konstatiert Juliane Brede, Abteilungsleiterin Recruiting und Employer Branding bei Stihl. Da viele Unternehmen sich derzeit auch mit neuen Technologien auseinandersetzen, seien diese Fachkräfte auf dem Arbeitsmarkt stark umworben, so dass sich Stihl, insbesondere im Großraum Stuttgart, im Wettbewerb um die talentiertesten Köpfe befinde.

Für das Personalmarketing setzen die Waiblinger auf vielfältige Social-Media-Plattformen, wie beispielsweise LinkedIn, Xing, Facebook oder Instagram. „Zudem setzen wir auf Personalmarketingkampagnen. Derzeit läuft im Großraum Stuttgart die Plakat- und Online-Kampagne „Can You Imagine“, in der wir die gesuchten Fachkräfte auf Stihl und unser vielfältiges Themenspektrum aufmerksam machen möchten. Beim Recruiting ist es uns wichtig, nahbar und auf Augenhöhe mit Bewerbenden zu kommunizieren. Wir haben zum Beispiel unsere persönlichen

Rufnummern auf der Webseite hinterlegt und haben den Anspruch, zeitnah zu antworten. Zudem setzen wir auch auf Active Sourcing“, so Brede.

### Mission Personal

Mit den Aktivitäten auf den Social-Media-Plattformen ist Stihl als Arbeitgeber der Konkurrenz eine Nasenlänge voraus. Die Münsteraner Agentur Mission Personal, die auch verschiedene Unternehmen im PVH betreut, ist davon überzeugt, dass die digitale Akquise von Mitarbeitenden erfolgversprechender ist, als nur die traditionellen Wege zu beschreiten. Die Inhaber Marvin Staufenberg und Tim Haver erklären auf Anfrage die Erfolgsfaktoren: „70 Prozent der Menschen suchen heute passiv nach einem neuen Job. Das heißt: Selbst, wenn sie wechselwillig oder unzufrieden im bisherigen Umfeld sind, studieren sie keine Stellenmärkte. Sie erwarten stattdessen, dass sie ein Jobangebot automatisiert und direkt auf ihr Smartphone bekommen. Die geringeren Reichweitenverluste und die Erfolgskontrolle sprechen zudem für die sozialen Medien. Es ist nicht nur genau festzulegen, an wen und wo eine Stellenanzeige ausgespielt wird. Es lässt sich auch nachvollziehen, wie oft ein Stellenangebot geklickt wurde und welche Anzeige am besten bei der Zielgruppe ankommt“, so Staufenberg. Und Tim Haver

### Weicon auch 2023 „Top Arbeitgeber“

Zu Beginn eines jeden Jahres ist es wieder soweit: Eine Flut von mittelständischen Unternehmen wird von Focus Business als „Top Arbeitgeber“ ausgezeichnet. Seit 2019, und damit zum fünften Mal hintereinander, gehört der Hersteller von Kleb- und Dichtstoffen Weicon zu Deutschlands Top-Arbeitgebern im Mittelstand. „Es ist einfach genial, dass wir es auch 2023 ins Ranking von Focus Business geschafft haben. Im fünften Jahr in Folge zu den beliebtesten Arbeitgebern Deutschlands zu gehören zeigt, dass wir auf einem richtig guten Weg sind. Es ist jedes Mal ein tolles Zeichen der Wertschätzung, aber auch ein wichtiges Siegel, um für

neue Bewerber\*innen interessant zu sein. Heutzutage muss man einiges bieten, um als attraktiver Arbeitgeber zu gelten, neue Fachkräfte zu finden und dann auch zu halten. Die Auszeichnung zeigt, dass wir als Arbeitgeber überzeugen und Themen wie Work-Life-Balance, ein gesundes Betriebsklima, verschiedene Möglichkeiten zur Weiterbildung aber auch Benefits eine große Rolle bei uns spielen“, so Ralph Weidling, geschäftsführender Gesellschafter von Weicon, nach der Bekanntgabe des Rankings von Focus Business. Ob sich potenzielle Bewerber an dem von Focus Business kreierten Siegel orientieren, ist aus Sicht des außenstehenden Betrachters eine offene Frage.



Ann-Katrin und Ralph Weidling mit der Auszeichnung als Top Arbeitgeber 2023

Foto: Weicon



*Tim Haver und Marvin Staufenberg sind Inhaber der Münsteraner Agentur Mission Personal, die auch verschiedene Unternehmen im PVH betreut. Ihre Meinung: „Die digitale Akquise von Mitarbeitenden ist erfolversprechend.“*

*Foto: Mission Personal*

ergänzt: „Die multimediale Vernetzung unterscheidet eine digitale Stellenanzeige von einer klassischen Stellenanzeige im Print. Ein Klick auf den angegebenen Link und man ist auf der Homepage, eine Eingabe bei Google und man sieht, wie das Unternehmen online bewertet wird. Innerhalb kürzester Zeit hat man so einen Eindruck und die Grundlage, sich zu bewerben oder eben nicht. Ein weiterer Vorteil der digitalen Stellenanzeige: Ich kann den gesamten Bewerbungsprozess ohne große Hürden ebenfalls digital anbinden.“

Wer online Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden will, müsse häufig erstmal seine „digitalen“ Hausaufgaben machen. Wie sieht die Homepage aus? Gibt es einen Imagefilm, der das Unternehmen visuell darstellt? Welches Arbeitgeberimage wird transportiert? „Die Nennung eines Personalrabatts als „Vorteil“ reicht dabei genauso wenig aus wie Worthülsen à la „angemessenes Gehalt“ oder „moderner Arbeitsplatz“. Auch fehlende Gehaltsangaben sind eher kontraproduktiv. Wer weiß, dass er sich seinen Arbeitsplatz aussuchen kann, will vor der Bewerbung alle Fakten und Mehrwerte kennen“, macht Staufenberg deutlich. Wichtig sei auch das vorhandene Image im Netz. Welche Bewertungen liegen auf kununu.com vor? Oder auf Google MyBusiness? „Es ist wichtig, auf allen Kanälen sichtbar zu sein, auf denen potenzielle Mitarbeitende zu vermuten sind. eBay, Kleinanzeigen, lokale Facebook-Gruppen, Instagram oder TikTok – je mehr „Köder“ man auslegt, desto schneller kommt man zum Erfolg. Beim Auftritt in der Öffentlichkeit gilt zudem: Emotionen verkaufen sich auf Social Media besser als Produkte“, weiß Haver.

**Hahn + Kolb**

Ein ganz anderer Weg, der gerade in reinen Produktionsstätten eingeschlagen wird, ist das Automatisieren von Arbeitsabläufen und der Einsatz von Robotertechnologie. Der Werkzeug-Dienstleister und Systemlieferant Hahn + Kolb gibt an, dem Fachkräftemangel mit Automation zu begegnen. Hinter automatisierten Abläufen müsse nicht immer eine Hightech-Lösung oder ein neuer Maschinenpark stecken. Bereits kleine Veränderungen könnten dabei helfen, trotz Personalmangels produktiv zu sein. Die flexiblen Nachrüstlösungen des Unternehmens reduzieren unproduktive Nebenzeiten in bestehenden

*Hahn + Kolb setzt auf Automatisieren von Arbeitsabläufen und Robotertechnologie. Das Baukastensystem der modularen Roboterzelle passt sich jedem Produktionsspektrum an.*

*Foto: Hahn + Kolb*

Fertigungsprozessen – sogar bei kleinsten Losgrößen. Und nicht nur in der Produktion können Prozesse durch Automation effizienter gestaltet werden, sondern zum Beispiel auch in der Bestückung, der Qualitätssicherung, der Montage oder im Wareneingang und -ausgang.

Modulare Roboterzellen stellen beispielsweise eine einfache, aber sehr effektive Nachrüstlösung für bereits vorhandene Maschinen dar. Durch ihr Baukastensystem passen sie sich dem gegebenen Produktionsspektrum optimal an und können je nach Kundenanforderung variabel konfiguriert werden. Wenn ein Prozess nicht voll automatisiert werden kann oder die Zusammenarbeit mit einem Menschen erforderlich ist, sorgen kollaborierende Roboter für mehr Effizienz und Sicherheit bei der Bestückung, in der Qualitätssicherung, der Montage, im Wareneingang sowie bei Nebentätigkeiten wie Polieren oder Sortieren. Eine komplett autonome Fertigung ermöglichen maschinenunabhängige Terminals – dort wird jedes einzelne Werkstück automatisch in den Bearbeitungsraum der Maschine ein- und wieder zurückgeführt.



# Viel Neues in der Schublade

## Exact Präzisionswerkzeuge



Andreas Oemkes:  
„Die Nachfrage nach nachhaltigen Produktverpackungen im Markt ist enorm. Als erster Anbieter im Werkzeugbereich rennen wir hier aktuell offene Türen ein.“

Foto: Exact

Unternehmen noch umweltfreundlicher und ressourcenschonender zu gestalten. Im Fokus stehen dabei besonders die weitere Umstellung auf alternative Energieformen und die Minimierung von Emissionen und Abfällen. Wir sind davon überzeugt, dass jedes Unternehmen einen wichtigen Beitrag zur Schonung der Umwelt leisten kann und sollte.

*Die Exact GmbH & Co.KG blickt zuversichtlich auf das Jahr 2023. Wie Geschäftsführer Andreas Oemkes im Interview berichtet, will der Präzisionswerkzeughersteller vor allem mit Produktinnovationen, Nachhaltigkeit und seinem Markenauftritt überzeugen.*

### EZ: Herr Oemkes, wie lief 2022 für Ihr Unternehmen?

Andreas Oemkes: Nach einem hervorragenden Jahr 2021 war 2022 für uns ein gutes Jahr, vor allem angesichts der herausfordernden und unklaren Rahmenbedingungen. Da sich die weltweite Wirtschaftssituation nun wieder etwas beruhigt, sind wir für 2023 sehr zuversichtlich.

### Was genau stimmt Sie zuversichtlich?

Exact ist heute ein Unternehmen, das für klare und verbindliche Werte steht und dadurch nachhaltige Erfolge im Markt erzielt. Neben der überzeugenden Qualität unserer Präzisionswerkzeuge sowie kontinuierlicher Produktinnovationen sind das vor allem unsere Ausrichtung auf Nachhaltigkeit und einen kundenorientierten Marktauftritt. Wir legen seit Jahren extrem viel Wert darauf, dass nicht nur der Inhalt – also das Werkzeug – sondern auch die Verpackung stimmt. Also Herstellerkompetenz für unsere Kunden erlebbar und sichtbar machen.

**Stichwort Verpackung: Sie haben im vergangenen Jahr die plastikfreie Produkt-**

### verpackung „NATURELINE® by EXACT“ auf den Markt gebracht. Wie fällt die Bilanz aus?

Sehr positiv. Das Projekt hat sich bisher sowohl imageseitig als auch wirtschaftlich ausgezahlt. Die Nachfrage nach nachhaltigen Produktverpackungen im Markt ist enorm. Als erster Anbieter im Werkzeugbereich rennen wir hier aktuell offene Türen ein. Dass wir seit wenigen Wochen sogar einen eigenen Natureline-Produktkatalog haben, macht die Wirkung unseres Engagements deutlich. Derzeit arbeiten wir an einer 100 Prozent plastikfreien Produktverpackung für Spiralbohrersätze. Für diese Produkte würde aufgrund des weltweiten Verbreitungsgrades der Einsatz von nachhaltigen Verpackungen zu einer signifikanten Reduzierung von umweltschädlichen Kunststoffen führen. Genau das ist unser Ziel.

### Das heißt, Nachhaltigkeit und Umweltschutz lohnen sich für einen Präzisionswerkzeughersteller?

Unsere Erfahrung sagt eindeutig ja. Wir werden darum weiterhin große Anstrengungen unternehmen, unser

### Sie nannten Produktinnovationen als einen wichtigen Unternehmenswert. Was kommt 2023 Neues aus Ihrem Haus?

Wie schon in den vergangenen Jahren haben wir unser Produktsortiment intensiv analysiert und überlegt, wie es erweitert, verbessert oder verändert werden kann. Ich kann sagen, dass wir eine ganze Reihe von Neuerungen bereits in der Schublade haben und diese 2023 peu a peu auf den Markt bringen werden. Ein Fokus liegt dabei auch auf neuen, hochqualitativen Werkzeugbeschichtungen. Die Nachfrage nach Produkten mit höherer Standzeit nimmt weiter zu, und wir sind in diesem Bereich bekannterweise sehr gut aufgestellt.

### Können Sie jetzt schon konkret über eine Produktneuheit berichten?

Gleich zu Beginn des Jahres werden wir unseren neuen Advancedline-Kombigewindebohrer vorstellen. Er ermöglicht ein problemloses Bohren, Gewindschneiden und Entgraten in nur einem Arbeitsgang. Die optimierte Schneidengeometrie führt dabei zu einer deutlichen Reduzierung des Kraftaufwandes. Das verringert die Bruchgefahr signifikant und garantiert präzise Ergebnisse. Hinzu kommt, dass mit dem innovativen Stufenanschnitt mit 118° Spitzenwinkel kein Ankörnen oder Vorbohren des zu bearbeitenden Materials mehr notwendig ist. Der neue Kombigewindebohrer ist dabei in allen gängigen Werkstoffen wie Stahl, Guss, Aluminium, Kunststoff und Holz einzusetzen.

# Neues Klimaschutz-Unternehmen

## Fischer für Nachhaltigkeit und Umwelt



Christian Ziegler: „Wir freuen uns über die Aufnahme und auf das Netzwerken mit den über 50 weiteren Klimaschutz-Unternehmen aus verschiedenen Branchen.“

Foto: Fischer

**Die Unternehmensgruppe Fischer gehört zum Klimaschutz-Unternehmen e.V. Mit dem Beitritt in das ambitionierte Netzwerk betont der Mittelständler seine exzellenten Leistungen in den Bereichen Klimaschutz und Energieeffizienz.**

Klimaschutz-Unternehmen e.V. ist ein Zusammenschluss von Unternehmen in Deutschland, die durch eine konsequente Umsetzung herausragender Innovationen eine Vorreiterrolle bei Klimaschutz

und Energieeffizienz einnehmen. Der Hersteller Fischer durchlief im Vorfeld erfolgreich ein anspruchsvolles und mehrstufiges Aufnahmeverfahren, in dem die Klimastrategie von Experten der Initiative

untersucht wurde und die Bereiche Energie- und Ressourceneffizienz, erneuerbare Energien und das Nachhaltigkeitsmanagement im Fokus standen. Der Beirat des Vereins bestätigte die Aufnahme der Unternehmensgruppe.

„Wir freuen uns über die Aufnahme und auf das Netzwerken mit den über 50 weiteren Klimaschutz-Unternehmen aus verschiedenen Branchen. Mit Sicherheit können wir viel voneinander lernen und uns bei unseren individuellen Entwicklungen und Veränderungsprozessen gegenseitig Impulse geben“, sagt Christian Ziegler, Abteilungsleiter für Nachhaltigkeit, Umwelt und Energie bei Fischer. Eine feierliche Aufnahme in das Netzwerk und die Übergabe der Auszeichnung findet im Frühjahr 2023 in Berlin statt und wird im Moment vom Verein Klimaschutz-Unternehmen e.V. und dem Bundesumweltministerium vorbereitet.

# Gedore Digital Solutions

## Neue digitale Geschäftseinheit

**Der Remscheider Werkzeughersteller Gedore hat eine eigene digitale Geschäftseinheit gegründet. Ziel des Unternehmens sei es, mit „Gedore Digital Solutions“ die Entwicklung und Skalierung digitaler Geschäftsmodelle von Handelspartnern zu unterstützen.**

Für den Hersteller Gedore stellen digitale Geschäfts- und Vertriebsmodelle sowie dazugehörige Kanäle eigenen Angaben zufolge schon seit geraumer Zeit einen signifikanten, strategischen Schwerpunkt dar. Aus diesem Grund werden diese Fokusthemen mit der Gründung von „Gedore Digital Solutions“ seit dem 1. Januar dieses Jahres in Form einer eigenen Gesellschaft, der Dr. Jan Herstell als Geschäftsführer vorsteht, gebündelt. Als starker Partner unterstützen die Experten von Gedore Digital Solutions ihre Handelspartner mit hochwertigem, digi-

talem Content. Darüber hinaus stehen sie bei der Entwicklung und Umsetzung neuer oder Skalierung bereits vorhandener, digitaler Geschäftsmodelle beratend zur Seite und setzen die individuell optimierten, zielführenden Lösungen gemeinsam mit dem Handel um. „Der Name Gedore Digital Solutions ist bei uns Programm. Wir bündeln mit der Gründung unserer neuen strategischen Geschäftseinheit gezielt umfassendes Expertenwissen im Bereich High Quality Data und Digital Business Model Design“, konstatiert Geschäftsführer Dr. Jan Herstell.



Dr. Jan Herstell: „Wir zeigen zum Beispiel auch Chancen auf, wie sich klassische und digitale Geschäftsmodelle effizient und prozessoptimiert vereinbaren lassen.“

Foto: Gedore

# Lieferperformance im Fokus

**Roto FTT - Roto Frank Fenster- und Türtechnologie**



*Die Roto FTT arbeitet eigenen Angaben zufolge kontinuierlich an der Qualität ihrer Lieferleistung. So sei es gelungen, die „Lieferperformance trotz der schwierigen Marktgegebenheiten auf einem sehr hohen Niveau zu halten“.*

Die Grundlagen dafür legten nach Aussage von CEO Marcus Sander zum einen die solide wirtschaftliche Verfassung des Unternehmens, zum anderen aber auch die weit fortgeschrittene Digitalisierung aller Prozesse sowie die Professionalität des Supply Chain Managements. Auch das Produktionssystem der Roto FTT erweise sich als „entscheidender Erfolgsfaktor“. Es folge den Lean-Prinzipien und gewährleiste daher eine größtmögliche Flexibilität und Agilität. So passen die Werke weltweit sehr schnell und bedarfsgerecht die Personal- und Maschinenkapazitäten an. Der interne Warenfluss zwischen den weltweit 15 Produktionsstätten und 26 Logistik-Verteilzentren des FTT-Verbundes funktioniere ebenso gut wie die mehrstufige und auf Sicherheit angelegte Beschaffung.

## **Digitale Prozesse sparen Zeit**

„Wenn ein Kundenauftrag durch eine Vertriebsgesellschaft erfasst wird, weiß das Produktions- und Logistiknetzwerk

bereits kurze Zeit später, welche Komponenten wann wo benötigt werden“, erläutert Dr. Stefan Thiemermann, Director Operations, einen Nutzen der von Roto forcierten Digitalisierung. Von allen aktiven Artikeln des Unternehmens würden außerdem die in einem Markt am häufigsten nachgefragten Standard-Komponenten permanent lagernd geführt. Auch das sei zudem Ausdruck der sehr guten Lieferverfügbarkeit aller im Sortiment geführten Artikel.

Weltweit produziert und lagert Roto möglichst kundennah, um so der Kundenanforderung Nummer 1, nämlich der Lieferzuverlässigkeit, bestmöglich gerecht zu werden. Die Steuerung der Produktionsmengen und Lagerbestände erfolgt zentral mit globalem Blick auf sich entwickelnde Bedarfslagen. „Theoretisch mögliche Engpässe auf einem Kontinent werden über ein sehr sensibles Frühwarnsystem erkannt und gesteuert“, so Thiemermann.

*Fahrerlose Transportfahrzeuge: Die Automatisierung in den Werken der Roto Fenster- und Türtechnologie verkürzt die Bearbeitungszeiten von Aufträgen.*

*Foto: Roto*

## **Ausbau der Kapazitäten**

Zugleich wurde die Kommunikation mit Kunden bereits zu Beginn der Corona-Pandemie intensiviert. Durch zum Teil wöchentliche Abfragen sei es möglich gewesen, die Verteilzentren und Werke noch vor Auftragserteilung auf zu erwartende Bedarfe optimal vorzubereiten. Alle Roto-Standorte haben sich zeitlich wie personell maximal flexibel aufgestellt, um die Lieferzuverlässigkeit zu gewährleisten. Weiterhin habe das Unternehmen in den Ausbau von Produktions- und Lagerkapazitäten auf allen Kontinenten sowie in die weitere Automatisierung der Werke und Verteilzentren investiert.

Roto bleibe auf allen fünf Kontinenten nah am Kunden und immer im Gespräch. Worauf diese Aussage gründet, fasst Thiemermann zusammen: „Die Arbeit bei Roto basiert auf einer prozessübergreifenden Informationskette vom Kundenbetreuer über die Vertriebsleitungen hinein in die operative Steuerung der Werke und Bestände: Das heißt, letztlich steuert der Kunde durch seine Bestellung die Werke an.“ Einen nicht zu unterschätzenden Beitrag zur erfolgreichen Sicherung der Lieferperformance leisten auch die Produktentwicklung und Sortimentspflege, ergänzt Sander, denn: „Jedes Bauteil, das dank seiner Konstruktion für eine Vielzahl von Bauelementen gleichermaßen einsetzbar ist, kann Roto vorproduzieren und in den Verteilzentren bereithalten.“ Insofern unterstütze auch die kluge Baukastenstruktur des Produktsortiments die Lieferschnelligkeit.

# Mehr als nur Keramik

**Klingspor**



Die Produkte mit der neuen Cevolution-Technologie sind ganzheitlich optimiert.

Foto: Klingspor

*Der Hersteller Klingspor präsentiert eigenen Angaben zufolge jetzt neu die so genannte Cevolution-Technologie. Dabei werden Kornmischung, Korngrößen, Kornmengen sowie die Rezeptur von Vor- und Nachlack bei den Schleifmitteln optimiert.*

Schleifmittel mit keramischem Schleifkorn sind für ihre Aggressivität und Standzeit bekannt. Der Hersteller Klingspor geht nun einen Schritt weiter und

hat keramische Hochleistungsschleifmittel mit der neuen Cevolution-Technologie entwickelt. Keramisches Schleifkorn hat gegenüber anderen Korund-Kornarten

viele Vorteile: Der mikrokristalline Aufbau sorgt für einen Selbstschärfeeffekt und ein gleichmäßiges Abbruchverhalten. Weiterhin hat keramisches Schleifkorn in der Regel einen höheren Abtrag. Doch das Korn allein reicht bei vielen Anwendungen nicht für eine perfekte Performance.

Die Produkte mit der neuen Technologie sind daher ganzheitlich optimiert: Je nach Anwendungsgebiet werden die einzelnen Komponenten, aus denen das Schleifmittel aufgebaut ist, verändert und abgestimmt, bis schließlich nach zahlreichen Tests und Versuchen die beste Performance aus dem keramischen Korn herausgeholt ist. „Unsere Entwicklungsabteilung verfolgt bei der neuen Cevolution-Technologie einen ganzheitlichen Ansatz: Sie optimiert Kornmischung, Korngrößen, Kornmengen, Rezeptur von Vor- und Nachlack“, erklärt Ibrahim Lapa, Leiter Business Development.

# Neue Software für Enventa ERP

**Nissen & Velten**

*Unternehmen, welche Enventa ERP einsetzen, können ab sofort auch die Business Intelligence-Lösung Aruba BI nutzen. Die Software bietet umfangreiche Reports für die Bereiche Einkauf, Verkauf, Lager und Finanzbuchhaltung.*

Mit Aruba BI lassen sich Ad-hoc-Analysen ebenso wie regelmäßige Standard- und Abweichungsanalysen auf einer einheitlichen Datenbasis durchführen. Mit intelligenten Drill-Down-Techniken navigieren Anwender von der höchsten bis auf die unterste Detailebene ihrer Daten. Multidimensionale Daten können strukturiert ausgewertet werden: Zum Beispiel Umsatz nach Produkt, Vertriebsgebiet oder

Kunde. So können neue Informationen und Handlungsoptionen erschlossen werden. Zudem lassen sich in wenigen Minuten individuelle Tabellen, mehrstufige Reports und multidimensionale Business Charts per Drag & Drop generieren.

Nissen & Velten plant, die Reports und Dashboards von Aruba zukünftig in die Enventa-Benutzeroberfläche einzubetten.

Ein weiterer Vorteil wird dann ein Single Sign-on sein, das heißt die Nutzung beider Lösungen nach einer einmaligen Anmeldung im ERP-System. Darüber hinaus ist mit der Unterstützung von Planzahlen etwa für Soll-Ist-Vergleiche der Geschäftsentwicklung ein weiteres attraktives Feature für die Geschäftsführung und das Controlling in der Planung. Die neue BI-Lösung für Enventa-Anwender kommt vom baden-württembergischen Unternehmen Aruba Informatik, welches wie Nissen & Velten Mitglied der Enventa Group ist.

# Extrem schnell



Ismael Fuß: „Die Schleifscheibe CC-Grind-Robust ist extrem aggressiv und lässt sich ohne Druck komfortabel führen.“

**Die Schleifscheibe „CC-Grind-Robust“ von Pferd ist extrem schnell und erledigt anfallende Schleifarbeiten damit in sehr kurzer Zeit. Eine Option für Industrie und Handwerk, Geld zu sparen und sogar auf gewisse Weise dem Fachkräftemangel zu begegnen. Intensiv getestet hat die Schleifscheibe Metallbauer Ismael Fuß.**

#### **EZ: Als Metallbauer arbeiten Sie tagtäglich mit Schleifscheiben.**

Ismael Fuß: Richtig, in der Regel arbeiten wir mit allen gängigen Scheiben wie Schrupp-, Fächer- oder Fiberscheiben, die je nach Anwendung zum Einsatz kommen. Dabei legt unser Chef großen Wert darauf, dass wir häufiger mit Schruppscheiben arbeiten, da diese günstiger und billiger sind als Fächerschleifscheiben, die oft nach zwei, drei Stunden aufgebraucht sind. Aber der Einsatz von Schruppscheiben ist nicht immer möglich, da diese zwar schnell und meist auch lange arbeiten können, aber eine Schruppscheibe macht halt kein schönes Schliffbild.

#### **Ganz anders die Schleifscheibe „CC-Grind-Robust“ von Pferd.**

Ja, wir haben die Scheibe an kräftigen und dicken Schweißnähten sowie beim Anfasen und Entgraten getestet. Sie lässt sich zusammen mit dem Winkelschleifer „UWER 18/110“ sehr einfach führen und ist vor allem super schnell. Zudem liefert die „CC-Grind-Robust“ einen schönen Schliff. Laut Hersteller soll

die stabile und äußerst robuste Scheibe sowohl Schrupp-, Fächer- als auch Fiberschleifscheiben ersetzen können – quasi als Universalscheibe dienen für diese drei gängigen Scheibenarten.

#### **Können Sie dies bestätigen?**

Ja. Aufgrund des tollen Schliffbildes der „CC-Grind-Robust“ würde ich jede Schruppscheibe sofort beiseitelegen. Fächerschleifscheiben liefern zwar auch ein sehr schönes Schliffbild, nutzen sich aber recht schnell ab. Deshalb kann man meiner Meinung nach durchaus behaupten, dass die neue „CC-Grind-Robust“ von Pferd einen Kompromiss darstellt zwischen Fächerscheibe und Schruppscheibe. Ich könnte auch mit einer Schruppscheibe die Schweißnaht wegmachen und dann noch einmal mit einer Fächerschleifscheibe drüber gehen, um ein glattes, ordentliches Schliffbild zu erzielen. Aber das würde mehr Zeit in Anspruch nehmen, und man hat zwei Scheiben in Gebrauch statt einer.



Extrem aggressiv beim Anfasen von Kanten

### Welche Vorteile gibt es gegenüber einer Schruppscheibe?

Die „CC-Grind-Robust“ ist noch wesentlich schneller als eine Schruppscheibe und liefert laut Hersteller auf Stahl den doppelten Materialabtrag. Zudem ist sie handlicher und ergonomischer als eine Schruppscheibe und nicht zuletzt hinterlässt sie ein hervorragendes Schliffbild, das eine Schruppscheibe mir nicht bieten kann. Als Ersatz für eine Fiberschleifscheibe würde ich sie allerdings nicht immer verwenden, vor allem dann nicht, wenn ich die hohe Flexibilität des Fiberschleifers benötige. Denn durch ihre Aggressivität und ihren hohen Abtrag kann es schon vorkommen, dass man aufgrund der Power von Winkelschleifer und Schleifscheibe leichte Dellen in das Werkstück schleift.

### Möglicherweise spielt die Handhabung eine entscheidende Rolle?

Zweifellos. Arbeitet man sehr sensibel mit dem Winkelschleifer, mit geringem Anpressdruck und hält man die „CC-Grind-Robust“ möglichst in einem flachen Winkel an das zu bearbeitende Werkstück, erhält man einen planen Schliff. Mit etwas Eingewöhnung sollte das für einen Metaller mit Erfahrung kein Problem sein. Für Anfänger im Metallbau ist hier sicher etwas Einweisung sinnvoll.



„CC-Grind-Robust 125 SG Steelox“

### Welche Anwendungen kommen für die „CC-Grind-Robust“ in Frage?

Die Scheibe gibt es in zwei Ausführungen: die „CC-Grind-Robust SG Steelox“ und die „CC-Grind-Robust SGP Steelox“, wobei der Unterschied darin besteht, dass die letztgenannte mit dem Hochleistungsschleifkorn Victograin ausgestattet ist, das sie im Vergleich zur normalen „CC-Grind-Robust“ noch einmal leistungsfähiger macht und die Aggressivität und Standzeit weiter erhöht. Beide Scheiben bearbeiten extrem schnell die Werkstoffe Stahl und Edelstahl (Inox) und sind lieferbar in den Durchmessern 115 und 125 mm.

### Welche Vorteile der „CC-Grind-Robust“ sind für Sie entscheidend?

Ich würde zwei beachtliche Vorteile nennen wollen: die sehr hohe Standzeit

und die extreme Schnelligkeit beider Scheiben. Beide sind stark in der Flächenbearbeitung wie auch beim Kanten und Entgraten. Dank der Aggressivität der Scheiben ist es möglich, viel Zeit zu sparen, was letztlich bedeutet, dass ein Metallbauer, der den ganzen Tag über Schweißnähte glättet, Kanten bearbeitet oder entgratet, viel mehr schafft. Damit kann er bei hohem Arbeitsanfall mit der „CC-Grind-Robust“ für eine gewisse Entlastung und eine schnellere Auftragsbearbeitung sorgen. Stehen dem Betrieb nicht genügend Arbeitskräfte zur Verfügung, muss jeder Handwerker so effizient und so effektiv wie es geht arbeiten. Und das geht mit qualitativ hochwertigen Werkzeugen besser.

### Gearbeitet haben Sie mit dem Pferd-Winkelschleifer „UWER 18/110“?

Ausgestattet mit 1.750 Watt ist er auch für härtere und längere Arbeiten ausgelegt. Der Ein- und Ausschalter lässt sich arretieren, was besonders praktisch ist, da ich mich so ganz auf die jeweilige Arbeit konzentrieren kann. Zudem ist der „UWER 18/110“ dank seines Sanftanlaufes ganz feinfühlig bedienbar, was bei schwierigen Schleifarbeiten empfindlicher

Oberflächen von Bedeutung sein kann. Die Regulierung der Drehzahl ist bequem und stufenlos möglich. Zudem besitzt der Winkelschleifer weitere Qualitätsmerkmale wie die Digitalelektronik für konstante Drehzahl, einen Überlastschutz mit Anti-Kick-Funktion sowie einen Wiederanlaufschutz bei Spannungsabfall.

Selbst dicke Schweißnähte widerstehen nur Sekunden



Agressiv und ergonomisch: doppelte Produktionskapazität

### Wie beurteilen Sie die Handhabung und Qualität des Winkelschleifers?

Der „UWER 18/110“ ist nicht der leichteste, aber sein Gewicht von 2,8 kg ist auch notwendig für die hohe Verarbeitungsqualität von Motor, Getriebe und Kuppelung. Zudem gibt es meines Wissens nach keinen leichten Winkelschleifer mit Drehzahlregulierung. Für den Werkstattgebrauch ein toller, qualitätsstarker und kraftvoller Winkelschleifer, auf der Baustelle eher weniger, da er stromgebunden ist und für ein paar schnelle Schnitte, eine Schraube kürzen oder ein kurzes Schleifen wahrscheinlich auch gar nicht gedacht ist. Vor Ort arbeiten wir nur noch mit Akku-Winkelschleifern, die härteren Arbeiten werden bei uns mit kabelgebundenen Maschinen immer in der Werkstatt durchgeführt. Sehr gut gefällt mir zudem, dass sich die Schutzhaube schnell montieren und demontieren lässt. Viel Spielraum für komfortables Arbeiten bietet das hochwertige, vier Meter Netzkabel.

### Ihr Fazit?

Ich habe bislang nicht mit einer derart schnellen Scheibe gearbeitet, die auch noch ein sehr schönes Schliffbild liefert.

Text: R. Bodmann

Fotos: Bodmann, Pferd



# Messe komplett ausgebucht

## Asia-Pacific Sourcing



Die Asia-Pacific Sourcing (APS) findet in diesem Jahr vom 28. Februar bis zum 2. März statt und ist nach Angaben der Koelnmesse mit rund 500 Ausstellern ausgebucht. Erstmals vertreten sind die Produktsegmente Automotiv und Sanitär.

Hersteller und Vertriebsunternehmen aus Fernost präsentieren ihre Werkzeuge und Produkte aus dem Haus-, Garten- und Freizeitsektor in der Halle 7 der Koelnmesse. Nach dreijähriger pandemiebedingter Pause stehen mit vollständig ausgebuchten Standflächen alle Zeichen auf einen erfolgreichen Restart der APS. „Die hohe Nachfrage bestätigt, dass Sourcing wichtiger denn je und der Wunsch nach einem Branchentreffen groß ist“, so Matthias Becker, Director der APS. „Als größte Sourcing-Plattform außerhalb Asiens führt die Asia-Pacific Sourcing die europäische Nachfrage wieder mit dem asiatischen Angebot zusammen. Die APS 2023 bietet eine einzigartige Möglichkeit, verloren gegangene Geschäftstätigkeiten mit Asien wiederaufzunehmen und bestehende Verbindungen zu stärken.“

### Treffpunkt für Geschäfte

In Zeiten von Lieferengpässen, Ressourcenmangel und dynamischen Preisgestaltungen spielt das Thema

Sourcing eine entscheidende Rolle für Unternehmen. Die APS bietet Einkäufern aus Europa und Nordamerika eine Plattform zum Aufbau und zur Pflege von Lieferantenbeziehungen nach Asien und ist Treffpunkt für multilaterale Im- und Exportgeschäfte. Auf der Suche nach Produkten, Neuheiten und Trends rund um die Bereiche Haus und Garten ist die APS ein idealer Marktplatz mit einem umfangreichen Angebot aus den asiatischen Märkten.

Erstmals stellen auch Anbieter aus den Bereichen Automotiv und Sanitär ihre Werkzeuge und Produkte auf der diesjährigen APS aus. Mit Aufnahme der beiden neuen Segmente erweitert die APS ihr ohnehin schon breites Repertoire. Neben Automotiv und Sanitär umfasst das Angebotsspektrum der APS Hardware und DIY wie Werkzeuge, Eisenkurzwaren, Befestigungstechnik sowie Schloss und Beschlag. Im Garten- und Freizeitsegment sind Gartenmöbel, Gartengeräte, Grills, Camping, Sport- und Spielwaren sowie

Bei der letzten Ausgabe der Asia-Pacific Sourcing vor drei Jahren präsentierte beispielsweise das chinesische Unternehmen Mao Jin seine Innovationen aus dem Bereich Schweißtechnik.  
Foto: Koelnmesse

Freizeit-, Geschenk- und Saisonartikel, Wohnaccessoires, Tischdekoration und Haushaltswaren, Küchenausstattung, Haushalts-Groß- und Kleingeräte sowie Heimtierbedarf und Wellness-Produkte zu finden.

### IAW läuft parallel

Tickets für die Messe sind kostenfrei im Ticket-Shop der APS erhältlich. Das Ausstellerverzeichnis ist auf der Website verfügbar. Besucher können sich zudem die offizielle Asia-Pacific Sourcing App herunterladen, um ihren Messebesuch planbar und effizient zu gestalten und diverse Vorteile vor, während und nach der Veranstaltung zu nutzen. Die kostenlose App verfügt unter anderem über Ausstellersuche, Produktverzeichnis, Eventprogramm, interaktiven Hallenplan, sowie praktische Informationen zu An- und Abreise und Unterkunftsmöglichkeiten. Das Angebotsportfolio wird durch die parallel stattfindende Internationale Aktionswaren- und Importmesse (IAW) in den Hallen 6 und 9 ergänzt. Die Besucher profitieren durch die Parallelveranstaltung von einem noch größeren Produktangebot an Aktionswaren, Trend- und Saisonartikeln.

Die alle zwei Jahre stattfindende APS ist Teil des Portfolio Hartwaren / Eisenwaren der Koelnmesse. Dazu gehören auch die Internationale Eisenwarenmesse in Köln sowie das Hardware Forum in Mailand/Italien und die CHIS – China International Hardware Show in Shanghai/China.

# Kölner Format in Bergamo

## Internationale Eisenwarenmesse Italien

*Die Internationale Eisenwarenmesse Italien, ein neuer Ableger der Koelnmesse, hat mit der European DIY Retail Association (Edra) und dem Global Home Improvement Network (Ghin) eine Vereinbarung zur Zusammenarbeit unterzeichnet.*

Die Internationale Eisenwarenmesse Italien, als ein weiteres europäisches Format, das sich an die Profis und Heimwerker in den Bereichen Eisenwaren, Bau-, Elektro- und Industriebedarf sowie Werkzeug richtet, wird erstmals am 5. und 6. Mai 2023 in Bergamo stattfinden. Die starke Synergie mit der Internationalen Eisenwarenmesse Köln soll die Grundlage für die zukünftige Entwicklung und Konsolidierung der neuen Messe auf italienischer und internationaler Ebene bilden. Das Kölner Format wird quasi auf die italienische Veranstaltung übertragen.

Die mit Edra/Ghin unterzeichnete Partnerschaft sei nun ein wichtiger Schritt zur Bestätigung der Veranstaltung auf internationaler Ebene, heißt es offiziell. Der global agierende Verband wird an der Messe teilnehmen und die Aktivitäten im Rahmen des entsprechenden Programms unterstützen. Edra/Ghin-Generalsekretär John W. Herbert wird als Redner an der Konferenz teilnehmen. Thomas Rosolia, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse Italien, freut sich: „Dank der Unterstützung von Edra/Ghin werden wir unser Ziel weiterverfolgen, die International Hardware

Fair Italy als die Plattform für die europäische Eisenwaren-, Heimwerker- und Baubranche in Italien zu etablieren.“



*Thomas Rosolia: „Dank der Unterstützung von Edra/Ghin werden wir die International Hardware Fair Italy als DIE Plattform in Italien etablieren.“*

*Foto: Koelnmesse*

# DER Treffpunkt der Branche

## BAU in München

*Die Vorbereitungen für die BAU, Weltleitmesse für Architektur, Materialien, Systeme, die von 17. bis 22. April 2023 stattfindet, sind derzeit im vollen Gange. Klimawandel und Digitalisierung werden im Fokus stehen.*

Die Messe München meldete schon vor Dezember, dass im Vergleich zu 2019 bereits 95 Prozent der Fläche fix belegt seien. Das entspricht mehr als 115.000 Quadratmeter bzw. 16 Fußballfeldern. Insgesamt hätten über 1.450 Unternehmen ihre Teilnahme bestätigt. Das unterstreiche die Bedeutung der BAU als wichtigster Treffpunkt der Baubranche. „Wir entwickeln die Veranstaltung selbstverständlich immer weiter. Unser Ziel ist es, neben der Stärkung der bestehenden Segmente auch neue Unternehmen und Besucher für die BAU zu gewinnen. Deshalb gibt es bei der Veranstaltung im kommenden April zwei neue Ausstellungsbereiche. Im Innovation Hub in der Halle B0 stehen besonders die

Themen Ressourcen und Recycling, Urban Mining, Modulares Bauen sowie innovative Bauprozesse im Fokus, erklärt Matthias Strauss, Projektleiter BAU.

Wie in der Vergangenheit werden sich auch bei der kommenden BAU Themen, die aktuell die Branche beschäftigen und bewegen wie ein roter Faden durch die Ausstellung und das Rahmenprogramm ziehen. Eine besondere Herausforderung für die Baubranche stellt der Klimawandel dar. „Wie bei allen Industriezweigen spielt die digitale Transformation auch im Baubereich eine wichtige Rolle. Nicht umsonst haben wir vor zwei Jahren mit der „digitalBAU“ eine eigene Veranstaltung zu diesem Thema initiiert. In diesem Jahr erhalten

Besucher sowohl auf der BAU im April als auch auf der „digitalBAU conference & networking“ vom 4. bis 6. Juli Einblicke in digitale Lösungsansätze innerhalb der Baubranche.



*Matthias Strauss: „Unser Ziel ist es, neben der Stärkung der bestehenden Segmente auch neue Unternehmen und Besucher für die BAU zu gewinnen.“*

*Foto: Messe München*

## Veränderungen im Mitgliedermanagement

Frank Brandenburg, Gesicht des E/D/E-Mitgliedermanagements der vergangenen Jahre, verabschiedet sich in den Ruhestand. In seiner Leitungsfunktion war er an der Einführung und Etablierung des Mitgliedermanagements maßgeblich beteiligt. „Frank Brandenburg hat großen Anteil daran, dass das Mitgliedermanagement mittlerweile strukturell fest in der E/D/E Organisation verankert ist. Er ist ein hoch angesehener Fachmann, der die Belange der Branche und des Handels kennt wie kaum ein anderer und der bei unseren Mitgliedern und Lieferanten immer präsent war. Nun wünschen wir ihm für seinen Ruhestand alles Gute“, so Dr. Christoph Grote, der als E/D/E Geschäftsführer das Mitgliedermanagement, Lieferanten-/Warengruppenmanagement Werkzeug, Arbeitsschutz/Technischer Handel und Bau verantwortet. Das Mitgliedermanagement ist ein Ergebnis des bereichsübergreifenden Strategie- und Organisationsentwicklungsprozesses „Evolution“. Die Aufgaben im Bereich Mitglieder- sowie Lieferanten-/Warengruppenmanagement wurden infolge Brandenburgs Ausscheidens neu verteilt. So übernimmt Michael Sikorski die koordinierende Leitungsfunktion für das Thema Mitgliedermanagement aller Segmente und Michael Hatke verantwortet den Aufgabenbereich Lieferanten-/Warengruppenmanagement Bau (Baubeschläge und Befestigungstechnik sowie Bauelemente). Der Fachbereich Bauelemente wird durch Christian Zenk als neuen Teamleiter verstärkt und Dirk Erhardt übernimmt die Aufgabe als Mitgliedermanager sowie die Verantwortung für den Vertrieb und die Weiterentwicklung der eDC Daten „Beschlag“ und ihre Klassifikation.

Fotos: E/D/E



Michael Sikorski



Michael Hatke



Christian Zenk



Dirk Erhardt

## WV Stahl mit neuer Chefin



Kerstin Maria Rippel

Foto: WV Stahl

Kerstin Maria Rippel (50) übernimmt in der ersten Jahreshälfte 2023 die Hauptgeschäftsführung der Wirtschaftsvereinigung Stahl. Damit sei das Führungsteam gemeinsam mit Bernhard Osburg als Präsident und Dr. Martin Theuringer als Geschäftsführer für die Zukunft gut aufgestellt, heißt es in der Mitteilung. Der bisherige Präsident und Geschäftsführer Hans Jürgen Kerkhoff ist zum 31. Dezember 2022 in den Ruhestand gegangen. Anlässlich seines Abschieds sagt er: „Es freut mich sehr, dass die Wirtschaftsvereinigung Stahl Kerstin Maria Rippel als künftige Hauptgeschäftsführerin des Verbandes gewinnen konnte. Damit übernimmt eine versierte und gut vernetzte Kennerin der Energiewende Verantwortung im neuen Führungsteam der WV Stahl. Für die anstehenden Herausforderungen wie die Gestaltung der politischen Rahmenbedingungen zur Transformation der Stahlindustrie in eine klimaneutrale Zukunft wünsche ich ihr viel Erfolg.“

## Neuer COO bei Häfele

Boris Katic ist seit November 2022 neuer Geschäftsführender Direktor (COO) der Häfele Gruppe mit dem Schwerpunkt Supply Chain Management. Nach längerer Vakanz hat Boris Katic (51) die Nachfolge von Wolfgang Schneider angetreten, der Häfele bereits im Sommer 2021 verlassen hat. Katic verfügt über eine große Expertise in den Bereichen Einkauf, Produktion sowie Logistik und Qualitätsmanagement, teilt das Unternehmen mit.

So hat er unter anderem eine Einkaufsgesellschaft in Asien aufgebaut, globale Einkaufsstrategien entwickelt und internationale Wertschöpfungsketten aufgebaut. Mehr als zehn Jahre war er außerdem als Geschäftsführer in den Bereichen Produktion und Supply Chain Management bei zwei international agierenden, großen Familienunternehmen tätig. „Diese umfassenden Erfahrungen möchten wir einsetzen, um unsere Lieferketten unter den neuen globalen Rahmenbedingungen zukunftssicher und gewinnbringend auszubauen“, so Gregor Riekema, der als Nachfolger von Sibylle Thierer am 1. Januar 2023 den Vorsitz der Geschäftsleitung (CEO) übernommen hat.



Boris Katic

Foto: Häfele

### Personelle Veränderungen bei Bosch

In der Geschäftsführung der Robert Bosch GmbH hat es zum Jahreswechsel personelle Veränderungen gegeben. Rolf Najork (60) ist zum 31. Dezember 2022 aus der Geschäftsführung ausgeschieden und hat das Unternehmen verlassen. Die Zuständigkeit für den von ihm als Geschäftsführer verantworteten Unternehmensbereich Industrial Technology mit dem Geschäftsbereich Drive and Control Technology und ATMO – Manufacturing Tools and Services übernimmt Dr. Markus Forschner (55) zusätzlich zu seinem bisherigen Verantwortungsbereich als Finanzchef. Dr. Tanja Rückert (52), Chief Digital Officer (CDO) der Bosch-Gruppe, ist zum 1. Januar 2023 in die Geschäftsführung eingetreten. Sie übernimmt als Geschäftsführerin die Zuständigkeit für den Bereich Digital Business and Services. Stefan Hartung (56) übernimmt zu seiner Funktion als Vorsitzender der Bosch-Geschäftsführung von Rolf Najork die Zuständigkeit für die Zentralabteilungen Technologie Fertigung und Quality Management. Tanja Rückert übernimmt unter Beibehaltung ihrer bis-

herigen Zuständigkeiten aus dem CDO-Bereich den Geschäftsbereich Global Service Solutions. Gleichzeitig übernimmt sie von Rolf Najork die Zuständigkeit für den Produktbereich Bosch Connected Industry sowie von Markus Forschner für den Servicebereich Global Business Services. Außerdem ist Rückert künftig zuständig für das Geschäft in Nord- und Südamerika, Australien, Japan und Korea sowie für die Region Europa 2 mit den Ländern Benelux und Frankreich, Griechenland, Italien, Portugal und Spanien sowie Schweiz.



Dr. Tanja Rückert

Foto: Bosch

### Klingspor mit neuem Vertriebsleiter

Zum 1. Januar 2023 hat Michael Lohmiller die Funktion des Vertriebsleiters Deutschland bei Klingspor Schleifsysteme übernommen. Er folgt damit auf Dirk Köpsel, der 2021 als Geschäftsführer Vertrieb & Marketing in die Geschäftsleitung berufen wurde und die Vertriebsleitung seither in Personalunion ausgeführt hatte. Michael Lohmiller startete als Verkaufsleiter Süd bei Klingspor, Anfang 2022 übernahm er die Gesamtleitung des Vertriebsaußendienstes Deutschland. Über seine neue Aufgabe sagt er: „Mein Ziel ist es, unsere Kunden mit einem Team an erfahrenen und motivierten Mitarbeitern im Bereich Außendienstbetreuung, Mitarbeiterschulung, technischem Support, Sortimentsgestaltung und Digitalisierung optimal zu unterstützen. Ein wichtiger Punkt ist für mich vor allem auch das Thema E-Commerce. Hier wollen wir uns noch weiter entwickeln und die Zukunft gemeinsam mit unseren Kunden erfolgreich gestalten.“ Dirk Köpsel: „Wir sind sehr froh, mit Herrn Lohmiller einen geeigneten Kandidaten in den eigenen Reihen gefunden zu haben. Die fundierten Bran-



Dirk Köpsel (l.) und Michael Lohmiller

Foto: Klingspor

chen- und Marktkenntnisse werden sicherlich dazu beitragen, unsere Organisation noch besser zum Partner des Handels weiterzuentwickeln.“

## Delcredit España unter neuer Leitung

Seit dem 1. Januar 2023 ist Mónica Carrascal Rioja neue Geschäftsführerin der Delcredit España S.A., einer Tochtergesellschaft der EDE International und des spanischen Einkaufsverbands Cecofersa. Mit ihrer Ernennung löst Carrascal Rioja Rafael Martín Alfonso ab, der die Position des Beraters des Verwaltungsrats von Delcredit und Cecofersa übernehmen wird. „Wir freuen uns, dass wir mit Mónica Carrascal eine langjährige Mitarbeiterin der Cecofersa gewonnen haben und somit einen reibungslosen Übergang der Geschäftsführung der Delcredit España S.A. sicherstellen können“, so Annegret Franzen, Geschäftsführerin der EDE International AG. 2007 trat Mónica Carrascal Rioja als Leiterin der Einkaufsabteilung

in die Cecofersa ein und leistete in dieser Position sowohl auf Lieferanten- als auch auf Mitgliederseite einen wertvollen Beitrag für die Organisation. Annegret Franzen: „Wir danken Mónica Carrascal für ihren Einsatz und sind uns sicher, dass sie diese Energie nun gleichermaßen für unsere Tochtergesellschaft einsetzen wird. Gleichzeitig bedanken wir uns für die zehn Jahre gemeinsame Zusammenarbeit bei Rafael Martín.“ Seit Gründung der Delcredit España im Jahr 2012 war er maßgeblich verantwortlich für die hervorragende Entwicklung in Spanien und Portugal. „Wir freuen uns, dass Rafael Martín in den nächsten Monaten weiterhin mit Rat und Tag als Berater des Verwaltungsrats zur Verfügung steht und somit seine



Mónica Carrascal Rioja  
Foto: EDE International

Erfahrung an die neue Geschäftsführerin weitergeben wird“, sagt Annegret Franzen.

ANZEIGE

**Der perfekte Allrounder für Profis!**

**BRUNOX Turbo-Spray**

**macht alles flott!**

- Schmiermittel
- Korrosionsschutz
- Kontaktspray
- Wartungsspray
- Kriechöl
- Lubrifiant
- Protection contre la corrosion
- Spray de contact
- Spray d'entretien
- Dégrissant
- Lubricant
- Anti-Corrosion
- Contact-Spray
- Maintenance Spray
- Rusted-Parts-Loosener

**www.brunox.de**  
BRUNOX Korrosionsschutz GmbH  
DE-85001 Ingolstadt

## Weicon erweitert Geschäftsführung

Beim Münsteraner Hersteller von chemischen Spezialprodukten Weicon wurde die Geschäftsführung erweitert. Als neuer Executive Management Assistant gehört Patrick Jennings (35) seit dem 1. Dezember 2022 zur vierköpfigen Führungscrew des Familienunternehmens. Er wird in Zukunft mehr und mehr den Aufgabenbereich des geschäftsführenden Gesellschafters Ralph Weidling übernehmen und damit die weltweiten Vertriebsaktivitäten lenken. Derzeit wird Jennings von Ralph Weidling eingearbeitet und macht sich mit seinem zukünftigen Aufgabenbereich vertraut. „Durch die Erweiterung unserer Geschäftsführung mit Patrick sind wir zukunftsicher aufgestellt. Er verfügt über jahrelange internationale Erfahrung, die sehr wertvoll für unser Unternehmen sein wird. Ich freue mich, ihn auf seiner neuen Position willkommen zu heißen und auf die weitere intensive Zusammenarbeit“, so Ralph Weidling. Patrick Jennings wurde in Salisbury, England, geboren und hat rund zwanzig Jahre in China, Thailand, Madagaskar und Dubai verbracht. Seit 2010 lebt er in Deutschland und war hier in den letzten Jahren für einen Hersteller von LKW-Aufliegern und ein Unternehmen im Bereich der Mess- und Regeltechnik tätig. Anfang 2021 startete er bei Weicon als Area Sales Manager und war bislang für die Betreuung der Kunden in den englischsprachigen Ländern zuständig.



Die Weicon Geschäftsführung v. l.: Sascha Beilmann, Ann-Katrin Weidling, Ralph Weidling und Patrick Jennings  
Foto: Weicon



Marc Gronau

Foto: Nordwest

### Nordwest mit neuem Geschäftsbereichsleiter

Im Geschäftsbereich Bau & Europa hat die Nordwest Handel AG eine Nachfolgeregelung für die Geschäftsbereichsleitung um Stefan Thiel getroffen. Zum 2. Januar 2023 startete als zweiter Geschäftsbereichsleiter Marc Gronau, um die operative Übergabe einzuleiten. Stefan Thiel wird Marc Gronau sukzessive in die Geschäftsbereichsleitung Bau & Europa einführen, um einen fließenden Stabwechsel im vierten Quartal 2023 zu ermöglichen. Thiel startete seine Karriere 1987 beim Nürnberger Bund, wechselte zu einem Mitbewerberverband und fand seine Heimat bei Nordwest. Seine Leitungsfunktion wird er bis 2025 planmäßig fortführen. Marc Gronau (38) bringt fundierte Branchenerfahrungen im Segment Baugeräte mit, war zuvor als Geschäftsführer im Vertrieb und Marketing erfolgreich tätig und versteht sich auf die Neukundengewinnung – auch im internationalen Umfeld.

### Hans-Jürgen Gust verstorben

Im Alter von 81 Jahren ist der langjährige Geschäftsführer der Dr. Hahn GmbH & Co. KG, Hans-Jürgen Gust, nach kurzer, schwerer Krankheit am 29. November 2022 verstorben. Hans-Jürgen Gust war nahezu 40 Jahre bei Dr. Hahn zunächst im Vertrieb später als Geschäftsführer Vertrieb beschäftigt. Nach seinem Eintritt in den Ruhestand im Jahr 2005 war er als Vorsitzender des Beirats noch viele Jahre Berater und Begleiter auf dem weiteren Weg des Unternehmens. „Das Unternehmen und wir auch persönlich verdanken ihm viel. Er war nie bequem, aber immer aufrichtig. Seine Marktkenntnis und sein Wissen um die Anforderungen unserer Kunden, haben dazu beigetragen, Dr. Hahn zu dem starken Unternehmen zu machen, das es heute ist“, drücken die geschäftsführenden Gesellschafter Walter und Michael Hahn ihre Anerkennung aus.

### Hagebau vervollständigt Geschäftsführung

Der Hagebau-Aufsichtsrat hat Tammo Bruns (50) zum neuen Geschäftsführer Vertrieb, Marketing & Digitales berufen. Damit wird die geplante Erweiterung der Geschäftsführung zum 1. Februar 2023 abgeschlossen. Bruns verfügt über mehr als 15 Jahre internationale Führungserfahrung als Vertriebsdirektor und General Manager, teilt das Unternehmen mit. Seit 2013 führte er als CEO die E & M Holding (Eyes + More) sowie anschließend die LoQu Optical Group GmbH. „Mit Herrn Bruns ist es uns gelungen, eine strategisch denkende und zugleich lösungsorientierte Führungspersönlichkeit für die Hagebau zu gewinnen. Er verfügt über ein nachgewiesenes Gespür für Kunden und Märkte, eine analytisch-konzeptionelle Arbeitsweise und die erforderliche Fähigkeit, sich auch mit Details auseinanderzusetzen“, sagt Johannes M. Schuller,

Aufsichtsratsvorsitzender der Hagebau. Der Geschäftsführung unter dem Vorsitz von Jan Buck-Emden gehört seit November 2022 auch Frank Frithjof Staffeld als Geschäftsführer Category Management Einkauf an. Den Geschäftsführungsbe- reich Finanzen & Business Support verantwortet Sven Grobrügge.



Tammo Bruns

Foto: Hagebau

## IMPRESSUM

**75. Jahrgang**  
Organ des Zentralverbandes  
Hartwarenhandel e.V. (ZHH)  
Herausgeber: Dr. Paul Kellerwessel

**Verlag**  
Eisenwaren-Zeitung GmbH  
Eichendorffstraße 3  
40474 Düsseldorf  
Telefon: 0211 47050-66  
www.eisenwaren-zeitung.de  
biller@eisenwaren-zeitung.de

**Geschäftsführender Redakteur**  
Klaus Mauelshagen

**Redaktionsassistentz**  
Andrea Biller

**Redaktionelle Mitarbeit**  
Rüdiger Bisping, Ralf Bodmann

**Anzeigen**  
Verlagsbüro Felchner  
Julia Pagelkopf  
j.pagelkopf@verlagsbuero-felchner.de  
Telefon: 0834 19 661783  
Anzeigenpreisliste  
gültig ab 1.1.2023

**Abonnementsbetreuung:**  
Leserservice Eisenwaren-Zeitung  
Postfach 810580, 70522 Stuttgart  
Telefon: 07 11 72 52-273, Fax: 0711 252-399  
eisenwaren@zenit-presse.de

**Layout und Satz**  
Nozar Ideenwerk, 59387 Herbern  
www.nozar-ideenwerk.de  
media.grafixx, 47506 Neukirchen-Vluyn  
www.media-grafixx.de

**Druck**  
Brochmann GmbH  
Im Ahrfeld 8, 45136 Essen

**Bezugspreis**  
10 x jährlich im Abo  
88,00 Euro inkl. MwSt.



Die veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Nachdruck, Vervielfältigung oder Übersetzung nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des Verlages.

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos u.a. übernehmen wir keine Gewähr.

Bei Nichtbelieferung ohne Verschulden des Verlages (wie Streik, Störung des Arbeitsfriedens, höhere Gewalt) können keine Ersatzansprüche geltend gemacht werden. Alle Rechte vorbehalten.

Gerichtsstand ist Düsseldorf. Sie haben jederzeit die Möglichkeit, der Zusendung der EZ Eisenwaren-Zeitung im Freiversand zu widersprechen.  
© Eisenwaren-Zeitung GmbH, Düsseldorf, ISSN 0945-5345

Im Verlag der Eisenwaren-Zeitung GmbH erscheint ebenfalls die HZ Haushaltswaren-Zeitung

## Ihre neu gestaltete EZ Eisenwaren-Zeitung

DAS unentbehrliche Branchen-  
magazin für den Produktions-  
verbindungshandel PVH

### Fachinformationen aus den Bereichen

- Handel
- Industrie
- Verbände
- Messen
- Marktdaten
- Personal



Täglich neue Meldungen auf  
[www.eisenwaren-zeitung.de](http://www.eisenwaren-zeitung.de)