

„Das Glück, nicht verschnaufen zu dürfen“

„100 Jahre Zukunft“ – so heißt das Motto, unter dem der Bundesverband des Elektro-Großhandels seinen hundertsten Geburtstag feiert.



VEG-Vorsitzender Torsten Heinje sieht den Elektro-Großhandel auf einem guten Weg.

Der VEG-Vorsitzende Torsten Heinje sieht in dem Leitwort eine kompakte Zusammenfassung von hundert Jahren VEG-Geschichte: „Egal, was der Elektro-Großhandel in den vergangenen 100 Jahren an Veränderungen bewirkt hat,

ist, hat sich der VEG-Vorsitzende schon früh Gedanken gemacht: „Pessimisten beschäftigen sich vor allem mit 100 Jahren Vergangenheit. Wahrscheinlich befürchten sie, dass sie besser war, als die Zukunft je sein kann. Optimisten

TORSTEN HEINJE

»Nach wie vor ist das Tempo auf allen Ebenen der Branche hoch und nimmt seit 100 Jahren kontinuierlich zu.«

er war immer getrieben von der Erwartung in die Zukunft. So sehen wir das heute noch. Der Elektro-Großhandel hat das Glück, nicht verschnaufen zu dürfen.“

Das Motto passt eben nicht nur für die Vergangenheit, sondern auch in Gegenwart und Zukunft. „Nach wie vor ist das Tempo auf allen Ebenen der Branche hoch und nimmt seit 100 Jahren kontinuierlich zu“, sagt Heinje. Über die Art, wie das Jubiläum zu feiern

beschäftigen sich mit der Zukunft, mit den Herausforderungen, mit neuen Ideen und neuen Märkten. Das ist unser Credo. Wir blicken nach vorn. Wir sind Optimisten.“

Die Wechselfälle des Lebens, auch des Geschäftslebens gehören dazu. Wer 100 Jahre wird wie der VEG, der hat manches kommen und gehen sehen. Der deutsche Elektro-Großhandel erlebte dramatische Strukturveränderungen. Die Zahl der Hauptniederlassungen von

VEG-Mitgliedsbetrieben ist im vergangenen halben Jahrhundert von 755 im Jahr 1957 auf heute 102 konzentriert worden, die Zahl der Niederlassungen aber von 129 auf 732 gestiegen. Sie sichert ein zuverlässiges Vertriebsnetz.

„Spezialisierung und Qualifizierung“

Auf die Frage nach den markantesten Entwicklungsschritten der vergangenen Jahre und Jahrzehnte antwortet Heinje: „Die Vielfalt der Artikel in Qualität und Quantität bestimmt seit vielen Jahren das Geschehen. Das Produktangebot wurde permanent größer, die Lebenszyklen wurden kürzer. Das technische Niveau der vielfältigen Problemlösungen erforderte eine stärkere Spezialisierung der Mitarbeiter und erhöhte den Qualifizierungsaufwand. Die Digitalisierung der Elektrotechnik steht nach meiner Überzeugung erst am Anfang. Es wird immer anspruchsvoller, den Endanwendern die richtige Lösung zu verkaufen. Die Organisationen des dreistufigen Vertriebs haben dies erkannt und die Zusammenarbeit seit Jahren intensiviert und verbessert.“

Neue Akzente wurden deshalb in jüngster Zeit gesetzt, wie mit dem Projekt eLearning des VEG. Auch in Großhandelsunternehmen unterstützt eLearning den Ausbildungsprozess und verbessert das Lernergebnis. Dieses Bildungsinstrument ist aktuell, individuell, kostengünstig, unabhängig von Zeit und Ort und wird teilweise berufsbegleitend genutzt. Der VEG bietet seinen Mitgliedern zur Unterstützung der Aus- und Weiterbildung eine Lernplattform. Dort können für

Mitarbeiter mit Bildungsbedarf Kurse über Elektrotechnik und kaufmännisches Wissen gebucht werden.

Ein Dutzend Unternehmen gründet den VEG

Als der VEG vor 100 Jahren im Sommer 1910 in Frankfurt am Main gegründet wurde, da vereinigte ein Dutzend Gründungsfirmen gerade mal 14 Millionen Mark Umsatz auf sich. Wenn die Elektro-Großhändler am 7. Mai 2010 in Bonn zu ihrer Jahrestagung zusammenkommen, um mit ihren Marktpartnern der vor- und nachgelagerten Wirtschaftsstufen aus Industrie und Handwerk ihren runden Verbandsgeburtstag zu feiern, dann repräsentieren sie einen Gesamtjahresumsatz von rund acht Milliarden Euro. Gut 75 Prozent davon entfallen auf Elektro-Installationsmaterial wie Kabel, Leitungen, Befestigungen, Steuerungen, Sicherheit, Schalter, Licht, Kommunikations- und Gebäudesysteme. Die restlichen knapp 25 Prozent machen Klein- und Großgeräte, Haustechnik, Antennen und Braune Ware wie Radio, TV und Multimedia aus.

Der Elektro-Großhandel in Deutschland ging in den 1990er Jahren nach dem Wachstumsboom seit 1945 und dem Schub durch die deutsche Wiedervereinigung 1990 zum ersten Mal auf eine länger andauernde, strukturelle Durststrecke. Umsätze stagnierten oder sanken. Die Handelsspannen gerieten unter Druck, zum Teil auch durch ruinöse Preiskämpfe vor allem in den überbesetzten Märkten der neuen Bundesländer. Kosten waren in der Regel nur schwer einzudämmen, und die Aufnahme und Vermarktung neuer, technisch anspruchsvoller Produkte stellte immer höhere Anforderungen an die Kompetenz der Elektro-Großhandelsunternehmen und ihrer 18 000 Mitarbeiter.

Nürnberger Pionierunternehmen

Zehn Jahre älter als der VEG, durchgehend in Familienbesitz und von erfolgreichen Unternehmerinnen geprägt: Das Nürnberger Traditionshaus Nägele gehört zu den Pionieren des Handels in der Elektrobranche.



Dieses Gebäude wurde 1923 zum Domizil von Nägele.



Das Team an der Deichsel beim Umzug.

Nürnberg

Hotel Deutscher Kaiser

Cafeteria 32 Belfer: Paul Eitel Cafeteria 32
Büfzug / Zentralheizung / Elektrisches Licht / Bäder

Restaurant

Rechnung für *Josann Nägele*

den 4. April 1910 Zimmer Nr. _____

	Mk.	Pfg.
63 Essen a 2,50	157,50	—
Kaffee & Kuchen	75	—
1st. Kl. Weinbräu 30	108,00	—
1st. Cigarren (Cormorant) 10	6,00	—
2 Schokolade (M. & S. Kugeln) 1,50	3,00	—
1 Cognac (1/2 Liter) 1,50	1,50	—
1 Kuchenteil	90	—
5 Bigarone	4,50	—
	412,50	—
Konstabkassierereine	20	—
Frachtkosten	8	—
	Mk. 440,50	—

München 11/11

Hotelrechnung zum 25-jährigen Jubiläum.

Firmengründer
Carl Nägele.



Hans-Valentin Klein und letzte Abenteuer

„Dennoch blieben wir immer in der festen Überzeugung, dass der Elektro-Großhandel in Deutschland für die flächendeckende Verteilung einer großen Vielfalt von Elektroartikeln unverzichtbar ist“, erinnert sich der damalige Vorsitzende Hans-Valentin Klein. Er hatte das VEG-Steuer von 1986 bis 1992 in der Hand. In seine Amtszeit gehörten der Fall der Berliner Mauer, den der am 9. November 1989 in Berlin tagende VEG-Beirat live miterlebte, und die staatliche Wiedervereinigung. Klein war ein Spitzenmann in stürmischen Zeiten. „Der Aufbau des Elektro-Großhandels in den neuen Bundesländern war eines der letzten Abenteuer unserer Zeit.“



Hans-Valentin Klein als Schirmherr des VEG.

Johannes Kraft: 110 Jahre Spannung

Keinen leichten Start hatte Firmengründer Johannes Kraft zu Beginn des 20. Jahrhunderts mit seinem „Spezialgeschäft sämtlicher Artikel für Stark- und Schwachstromtechnik“. Die Elektrizität setzte sich nur langsam durch.

Firmengründer Johannes Kraft und seine Frau.



Plakat zur Ausstellung Elektrotechnik und Kunstgewerbe aus dem Jahr 1886.



Rechnung an die Stadtwerke Mergentheim vom Mai 1910.

Strukturveränderungen hat Klein am eigenen Leib erfahren, als er sein Familienunternehmen Valentin Klein in Hannover 1989 mehrheitlich an die damalige CDME (heute Rexel) veräußerte. „Da ging ein Raunen durch die Branche, denn wir waren eine der bedeutenden Elektro-Großhandlungen in Familienbesitz.“ Dennoch wurde Klein 1990 wiedergewählt, denn er hatte sich zum Maßstab gemacht, „die unterschiedlichen Interessen im VEG auszugleichen und auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen.“ Zusammen mit dem damaligen Hauptgeschäftsführer Dr. Horst Beckers sorgte er durch Gleichbehandlung aller Mitglieder für Einigkeit und Schlagkraft



Dr. Siegfried Wacker (links) übernahm den VEG-Vorsitz von Hans-Valentin Klein.

MATHIAS NAUMANN

»An dem Auftrag, ordentliche Ergebnisse zu erzielen, hat sich bis heute nichts geändert.«

an der Verbandsspitze. Klein: „Es ist uns in jenen Jahren gelungen, dem Elektro-Großhandel insgesamt einen deutlich gesteigerten Stellenwert in der gesamten Elektrowirtschaft zu verleihen.“

VEG-Vorsitzender Dr. Siegfried Wacker übergab sein Amt an Mathias Naumann.



Mit Otto Kuhmann und seiner jungen Vorstandstruppe brach eine „neue Zeit“ im VEG an.



Für Mathias Naumann ist Kalkulation Chefsache

Seit Kleins Vorsitz haben sich zwei Unternehmenstypen im Elektro-Großhandel herausgebildet: konzernintegrierte, internationale Unternehmen mit einem verzweigten Filialnetz und überwiegend in Marktgemeinschaften zusammengeschlossene mittelständische Betriebe. Mathias Naumann, VEG-Vorsitzender von 1997 bis 2002, erinnert sich daran, dass es zu Beginn seiner Amtszeit darauf ankam, die verschiedenen Betriebstypen für die Verbandsarbeit zu harmonisieren. Damals entstand die Strategiekommision, die

alle Gruppen einbindet und sich als wichtiges Beratungsinstrument des Verbandes etabliert hat. Ein neues Leitwort der Branche prägte der damalige VEG-Chef mit seinem heute noch oft zitierten Satz „Kalkulation ist Chefsache“, als im Jahr 2000 das schlechteste Betriebsergebnis des Elektro-Großhandels erwirtschaftet worden war. „An dem Auftrag, ordentliche Ergebnisse zu erzielen, hat sich bis heute nichts geändert, und das wird auch in Zukunft die wichtigste Aufgabe sein“, sagt Naumann, unter dessen Ägide auch die Umstellung von der guten alten D-Mark auf den Euro im Jahr 2002 und die Digitalisierung und der Einfluss des Internets auf viele Geschäftsprozesse fielen.

Schon Otto Kuhmann empfahl exaktes Kostenrechnen

Schon in den 1960er Jahren hatte der älteste noch lebende frühere VEG-Vorsitzende Otto Kuhmann (1968 bis 1974) genau davon gesprochen: „Ein Fehler mancher Elektro-Großhändler ist es“, so der inzwischen 90-Jährige damals, „ständig Wechsel auf die Zukunft zu ziehen und in der Hoffnung zu leben, dass morgen alles besser wird. Rationale Einstellung und exaktes Kostenrechnen sind hier besser.“ Mit Otto Kuhmann und seiner jungen Vorstandstruppe brach eine „neue Zeit“ im VEG an. Was unter Mathias Naumann drei Jahrzehnte später IT und Internet hieß, hatte schon bei Otto Kuhmann seinen Vorläufer, damals noch nicht so hoch entwickelt und „Datenverarbeitung“ genannt.

Die unschlagbaren Vorteile des Elektro-Großhandels fasst Naumanns Nachfolger Torsten Heinje so zusammen: „Kein anderes Verteilernetz verfügt über Vertriebs- und Logistiksysteme so nah beim Kunden, eine vollständige Flächenabdeckung des Marktgebietes, Fach- und Beratungskompetenz für technisch anspruchsvolle Produkte, ein

umfassendes Serviceangebot und starke, etablierte Kundenbeziehungen wie der Elektro-Großhandel.“ Allerdings fallen nur drei Prozent der Aufwendungen an Gebäuden in den Elektro-Bereich. Dieses Investitionspotential hält man vor allem angesichts einer neuen Produktwelle im Gebäudemanagement für steigerungsfähig. Eine zukunftssichere Basis-Elektroinstallation dürfte nicht unter 3,5 bis 4,5 Prozent der Bausumme zu erreichen sein. VEG-Hauptgeschäftsführer Dr. Hans Henning sieht es so: „Erforderlich ist nach wie vor ein stärkeres Marketing für die Elektro-Branche. Dem Bauherrn ist Elektro zu oft ein Buch mit sieben Siegeln. Wenn alle Marketingaktivitäten

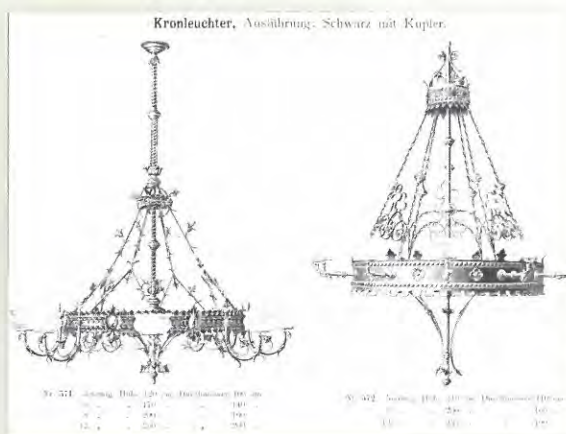
unserer Branche zusammenarbeiten, können wir unsere Ziele erreichen.“ Es soll mehr und prägnanter über Komfort, Sicherheit und Wirtschaftlichkeit informiert werden.

Nicht länger ein Buch mit sieben Siegeln

Deshalb unterstützt der Elektro-Großhandel zusammen mit der ganzen Branche die Aktivitäten des Zentralverbands der Deutschen Elektro- und Informationstechnischen Handwerke (ZVEH) für eine intensivere Marktbearbeitung wie das Konzept der E-Marke. „Wir können deshalb alle Ansätze des Elektro-Handwerks nur befürworten

J. W. Zander Essen - 131 Jahre jung

Als Thomas A. Edison 1879 die erste elektrische Glühlampe erfand, gründete Julius Wilhelm Zander in Essen, damals das Zentrum für Kohle und Stahl, das Großhandelsunternehmen J. W. Zander.



Zander Musterbuch aus der Zeit zwischen 1907 und 1910.

und unterstützen, aus eigener Kraft den Kunden ein verbindliches Serviceversprechen zu geben“, sagt Henning.

Der erste Schritt ist gemacht. An entschlossenem Einsatz für die Handwerksmarke mangelt es den Verantwortlichen nicht. Sie wollen Marktzugang und Durchdringung jetzt verbessern. Die neue E-Marke garantiert nicht nur Leistungen, sondern spricht den Endkunden auch emotional an. Aus Sicht des Elektro-Großhandels sind die Partner des dreistufigen Fachvertriebswegs Elektro für neue Herausforderungen gut vorbereitet mit ihren Kernkompetenzen Produktqualität und Produktinnovation, Logistik und Beratung, technischem Know-how und Ausbildungsstand. Auch haben viele produktnahe Serviceleistungen ein hohes Niveau erreicht. Der harte Wettbewerb auf allen Vertriebsstufen bietet dem Endkunden viel Leistung zu einem oft zu niedrigen Preis.

„An dieser Stelle müssen und können wir gemeinsam ansetzen. Wir sind im Profimarkt Elektro gefordert, anspruchsvolle und hochwertige Lösungen anzubieten, die weit mehr leisten als Standardkonzepte“, sagt Torsten Heinje. „Die Industrie stellt solche Produkte her und entwickelt stetig noch bessere und schönere. Wir erreichen das, weil wir gut ausgebildete Mitarbeiter beschäftigen. Noch bringen wir den Nutzen und das gute Verhältnis von Preis und Leistung nicht genug in das Bewusstsein der Endkunden. Es fällt eben nicht jedem leicht zu argumentieren, dass erheblich teurere elektrotechnische Lösungen trotz ihres Preises die bessere und auch nachhaltig preiswertere Wahl sind.“

Modernes Marketing mit Dr. Siegfried Wacker

Einer der Wegbereiter modernen Marketings für den Fachvertrieb Elektro ist Dr. Siegfried Wacker gewesen. Fast zwei Jahrzehnte lang hat er sich seit 1980 an

Bumke: Ein Jahr älter als der VEG

1909 gründeten Hermann Albert Bumke und Wilhelm Meier in Hannover die Fachgroßhandlung für elektrotechnische Artikel.



Blick in die Einkaufs- und Rechnungsabteilung.



In Reih und Glied: der Bumke Fuhrpark vor dem Firmengebäude.



Der tägliche Versand - ein Spektakel auch für die Nachbarn.

führender Stelle im VEG engagiert und war fünf Jahre lang bis 1997 Vorsitzender. Als er 1992 Hans-Valentin Klein folgte und an die Spitze des Verbandes gewählt wurde, waren Kontinuität, aber auch neue Akzentsetzungen sein Motiv. „Ziel und Schwerpunkt war vor allem eine ökonomisch erfolgsversprechende und zukunftsorientierte Zusammenführung der drei Wirtschaftsstufen im deutschen Elektromarkt“, so erinnert sich Wacker heute. Überlegungen für eine stärkere und nachhaltige Kooperation beim Marketing standen damals im Vordergrund, aus denen konkrete Instrumente, wie der inzwischen wieder weiterentwickelte E-CHECK, entstanden.

1995, als der VEG seinen 85. Geburtstag feierte, konnte Wacker auf einen stürmischen Wandel seit dem 75. Jubiläum zehn Jahre zuvor zurückblicken: „Die VEG-Mitglieder haben ihre

noch ebenso wenig selbstverständlich wie der regelmäßige Austausch von Industrie, Handel und Handwerk. Manches dagegen bleibt offensichtlich eine Daueraufgabe, wie die Herausbildung eines Markenbewusstseins beim Endkunden. Qualität, Komfort, Design, Sicherheit

wichtigsten Aufgaben, „Veränderungen zu erkennen und die Mitglieder darauf vorzubereiten.“ Siegfried Wackers Wunsch für die Zukunft? „All VEG members should make all things happen!“

DR. HANS HENNING

»Erforderlich ist nach wie vor ein stärkeres Marketing für die Elektro-Branche.«

und Wirtschaftlichkeit hießen die Stichworte.

Auf diesem Weg, den der Verband unter Führung Wackers beschritt, ist der VEG mit seinen Partnern gut vorangekommen. Darin sieht Wacker noch heute seinen größten Erfolg. Er schweigt aber auch nicht auf die Frage nach weniger Erfreulichem und hat das vor Jahren

Großhandel, Kunden und Lieferanten profitieren

Der heutige VEG-Vorsitzende Torsten Heinje gehört dem VEG-Vorstand seit vielen Jahren an, seit 2002 als Vorsitzender. Wo steht der Elektro-Großhandel im hundertsten VEG-Jahr? „Wir sind heute im dreistufigen Vertrieb fester verankert denn je. Die Branche arbeitet intensiv zusammen und leistet sich mit dem VEG einen Verband, der sich regelmäßig bewähren muss. Wir sind als VEG nicht Selbstzweck, sondern stiften Nutzen. Anderes kann sich eine Branche in einem wettbewerbsintensiven, schnellen und innovativen Markt auch nicht leisten.“ Den Trend zu rückläufigen Mitgliederzahlen sieht Heinje nicht als Bedrohung oder gar Schaden für den Verband an, und schon gar nicht für die Branche. Er

TORSTEN HEINJE

»Mit immer leistungsfähigeren Großhändlern gelingt es ständig, das Innovationstempo der Prozesse und Produkte zu meistern.«

Leistungspalette verfeinert und ihr Dienstleistungsangebot stark ausdehnt, um den Trend vom Produkt zum Produktsystem Rechnung zu tragen.“ Der VEG musste mit der dynamischen Vorwärtswirtschaft seiner Mitgliedsunternehmen Schritt halten. „1985 gab es gerade mal zwei Fachausschüsse, einen für Installation und den anderen für Geräte.“ Bis 1995 waren daraus fünf verschiedene Fachausschüsse mit zahlreichen Arbeitskreisen geworden. Hinzu kam beispielsweise der Ausschuss „Logistik und Organisation“ mit den Schwerpunkten „Mehrwegtransportsysteme“, „belegloser Datenverkehr“ und „elektronische Kataloge/CD-ROM“. Heutige Standards wie ETIM und Edilekto erblickten damals das Licht der Welt.

Leistungsbezogene Konditionssysteme waren vor eineinhalb Jahrzehnten

auf den Punkt gebracht bei einer VEG-Mitgliederversammlung, indem er den Präsidenten einer internationalen Vereinigung zitierte: „Which kind of member are you? There are those who make things happen! There are those

SIEGFRIED WACKER

»Zu den wichtigsten Aufgaben des VEG zählt es, Veränderungen zu erkennen und die Mitglieder darauf vorzubereiten.«

who watch things happen! And there are those who wonder what happens!“

Siegfried Wacker heute: „Nicht immer gehörten alle aus unseren drei Wirtschaftsstufen zu jenen, who make things happen.“ Für einen Verband wie den VEG zählt es in den Augen seines früheren Vorsitzenden daher zu den

sieht darin ein Erfordernis der Gegenwart: „Mit immer leistungsfähigeren Großhändlern gelingt es ständig, das Innovationstempo der Prozesse und Produkte zu meistern. Davon profitieren nicht nur die Gesellschafter der Großhandlungen, sondern auch die Kunden und Lieferanten.“