



foto: Robert Pfarrwaller © Martin Hesz

## Rexel Austria: Vom Generalisten zum Spezialisten in vielen Feldern

Unternehmensgruppe lud zum Partnerabend nach Wien.

„Wir feiern konsolidiert 110 Jahre Jubiläen: 70 Jahre Schäcke, 20 Jahre Regro und 20 Jahre Rexel am österreichischen Markt. Diese Jubiläen nehmen wir zum Anlass, um einen Blick in die Vergangenheit, aber auch in unsere Zukunft zu werfen“, erklärt Robert Pfarrwaller, CEO von Rexel Austria, der Muttergesellschaft der beiden Elektrogroßhandelsunternehmen Schäcke und Regro, anlässlich des Partnerabends in Wien. Die Unternehmensgruppe sei in den letzten 20 Jahren jährlich um durchschnittlich über fünf Prozent gewachsen, und mit 600 Mitarbeitern, rund 20.000 Kunden und 327 Millionen Euro Umsatz der Branchenführer und ein zuverlässiger Partner in Österreichs Elektrobranche, so Pfarrwaller weiter.

### 50 Millionen Euro Investition in Wettbewerbsfähigkeit

Vom reinen Produktdistributor habe sich die Unternehmensgruppe längst weg entwickelt. Das deklarierte Ziel sei es, den Kunden ein Mehrwertpartner im immer härteren Wettbewerb zu sein. Pfarrwaller: „Wir sind längst kein Generalist mehr, sondern mittlerweile Spezialist in vielen Feldern.“ Um sich auf die Marktveränderungen einzustellen, wurde vor einigen Jahren die „Rexel Strategie 2020“ gestartet. In den vergangenen zehn Jahren wurden rund 50 Millionen Euro in die Wettbewerbsfähigkeit der Gruppe in Österreich investiert. Die eine Hälfte floss in den Auf- und Ausbau des Zentrallagers in Weißkirchen, die anderen fünfzig Prozent wurden in die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Standorte und in neue Technologien investiert.

„Wir fahren einen ganz klaren Multispezialisten-Ansatz. Dazu werden die Vertriebsunternehmen Schäcke und Regro konsequent weiter fokussiert“, so Pfarrwaller. „Regro in Richtung Industrie und Automatisierungslösungen, Schäcke hin zu den Gewerbe- und Fachhandelskunden. Dadurch können wir die beiden Unternehmen zielgerichtet und individuell auf die Herausforderungen und Bedürfnisse in ihren Zielmärkten ausrichten. Wir gehen aber nicht nur in Richtung Elektrotechnik, sondern wollen auch neue Felder erschließen.“ Dazu gehören unter anderem der Home Automation Bereich, die Digitalisierung des Lichts, erneuerbare Energien oder auch das IoT (Internet of Things).

### 40 Prozent elektronisch generierter Umsatz

Maßgeblich für die Entwicklung aller Services sei der Multichannel-Ansatz. Pfarrwaller: „Wir haben einen 360 Grad-Blick auf unsere Kunden. Bereits 40 Prozent unseres Umsatzes generieren wir elektronisch, also über unsere Webshops bzw. EDI-Anbindungen und die kundenorientiert aufgebauten Apps. Wir investieren aber dennoch viel in den persönlichen Kontakt und in die Kundenbindung. Von unseren 600 Mitarbeitern stehen 400 Personen mehr oder weniger im direkten Kundenkontakt.“ (as)

[www.rexel.at](http://www.rexel.at)



Foto-Galerie

