

Schließen
Drucken

Der Handel als Mehrwertpartner

28.09.2016: [REXEL Austria GmbH](#)

„Wir feiern konsolidiert 110 Jahre Jubiläen: 70 Jahre Schäcke, 20 Jahre Regro und 20 Jahre Rexel am österreichischen Markt. Diese Jubiläen nahmen wir zum Anlass, um unseren Lieferanten und Partnern ‚DANKE‘ zu sagen, einen Blick in die Vergangenheit, aber auch in unsere Zukunft zu werfen“, erklärt Robert Pfarrwaller, CEO von Rexel Austria, der Muttergesellschaft der beiden marktführenden Elektrogroßhandelsunternehmen in Österreich Schäcke und Regro, anlässlich des Partnerabends in Wien.

Einen besonderen Programmpunkt des Jubiläumsabends und gleichzeitig den Abschluss des offiziellen Teils der Veranstaltung stellte die Verleihung der Lieferanten-Awards dar. In sieben Kategorien wurden die begehrten Trophäen vergeben, wobei im Vorfeld jeweils 3 Lieferpartner nominiert wurden. Je nach Kategorie waren für die Nominierung unterschiedliche Kriterien maßgeblich. Ob Kennzahlen, Umsatzsteigerungen oder das Gesamturteil aller befragten Schäcke/Regro/Rexel Mitarbeiter, die Ermittlung der Gewinner wurde sehr aufwändig gestaltet. Am Ende durften sich folgende Lieferpartner über die Trophäen freuen: Beste Produktdatenqualität: Fa. Hager Electro, Beste Supply Chain Performance: Kraus & Naimer, Bester Lieferant Konsumgüter: Miele, Beste Entwicklung: RZB Lighting, Bester Industrie-Speziallieferant: ABB, Beste Vertriebsunterstützung: Siblik Elektrik & OBO Bettermann, Lieferant des Jahres 2015: OBO Bettermann.

„Rexel ist ein Service-Power House“

Die drei Unternehmen Schäcke, Regro und Rexel sind heute eine erfolgreiche Unternehmensgruppe mit einem starken logistischen Rückgrat. „Wir sind in den letzten 20 Jahren jährlich um durchschnittlich über fünf Prozent gewachsen, und sind heute mit 600 MitarbeiterInnen, rund 20.000 Kunden und 327 Millionen Euro Umsatz der Branchenführer und ein zuverlässiger Partner in Österreichs Elektrobranche“, erläutert Pfarrwaller.

Vom reinen Produktdistributor hat sich die Unternehmensgruppe längst weg entwickelt: „Wir sind heute eigentlich eine Service-Fabrik, die Produkte und Innovationen unserer Lieferanten mit wertigen Services ergänzt und individuell vermarktet. Das deklarierte Ziel lautet, unseren Kunden ein Mehrwertpartner im immer härteren Wettbewerb zu sein. Diesen Ansatz leben wir in guter und langjähriger Kunden-Partnerschaft und wir werden diese Serviceorientierung konsequent weiter schärfen und verstärken. Wir sind längst kein Generalist mehr, sondern mittlerweile Spezialist in vielen Feldern“, so Pfarrwaller.

Rexel und die Vertriebsgesellschaften Schäcke und Regro haben ihre Services in den vergangenen Jahren massiv ausgebaut und fokussieren heute verstärkt auf den Zusatznutzen und die Qualitätssicherung für Kunden. Maßgeschneiderte Werkzeuge vereinfachen dem Kunden komplexe



Rexel, Schäcke und Regro feiern besondere Jubiläen – kumuliert ganze 110 Jahre. Diese Jubiläen nahm die Unternehmensgruppe zum Anlass, den Lieferanten und Partnern „DANKE“ zu sagen, um einen Blick in die Vergangenheit, aber auch in die Zukunft zu werfen. (Bilder: Martin Hesz)

Prozesse und liefern durch intelligente Digitalisierungsimpulse wertvolle Daten. Angereicherte Informationen von hunderttausenden Produkten, als auch spezialisiertes Produkt- und Lösungs-Know how, sind Teil der Kernkompetenz.

Die Schäcke Academy bildet flächendeckend für unterschiedliche Spezialisierungen aus, Kundenberater unterstützen heute schon Kunden u.a. bei der Erstellung von Angeboten und Ausschreibungen, helfen bei der Preiswartung und vielem mehr. Im Bereich des ISC (Industrial Service Center) bietet Regro in Salzburg seit dem Jahresbeginn ein Konfektionsservice für Kabel, Klemmblöcke und anschlussfertige Baugruppen an. Ein Service, der es Kunden ermöglicht, bei Abläufen in Produktion und Instandhaltung einzusparen und damit die Effizienz, Schnelligkeit und Prozess-Sicherheit in der Montage zu erhöhen. Auch das ENERGY SOLUTIONS Konzept zielt darauf ab, nachhaltige Lösungen in Bezug auf Energieeffizienz und Ressourceneinsatz anzubieten.

Gerade in der Elektrobranche gilt: Die einzige Konstante ist die Veränderung. „Die Transformation in den Kundenservices, in den Technologien und in den Businessmodellen sind ein ständiger Begleiter für uns, aber natürlich auch unserer Lieferanten und Partner. Und das wird in der Zukunft noch verstärkt weiter so sein. Die Digitalisierung und ‚Internet of Things‘, die Energietransformation verändern unser Business nachhaltig. Darauf haben wir uns nicht nur vorbereitet, diese Potentiale wollen wir nun auch gemeinsam mit unseren Lieferanten und Partnern nutzen“, so Pfarrwaller.

Mit der „Rexel Strategie 2020“ hat man schon vor Jahren begonnen, sich auf die Marktveränderungen einzustellen. Alleine in den letzten zehn Jahren wurden ca. 50 Millionen Euro in die Wettbewerbsfähigkeit der Gruppe in Österreich investiert. Die eine Hälfte floss in den Auf- und Ausbau des Zentrallagers in Weißkirchen, das gänzlich neue Maßstäbe setzt. Die anderen fünfzig Prozent wurden Jahr für Jahr in die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Standorte bzw. in neue Technologien investiert. „Investitionen werden auch weiterhin Bestandteil der Strategie sein!“, betont Pfarrwaller.

Multispezialisten- und Multichannel-Ansatz weiter ausbauen

„Wir fahren einen ganz klaren Multispezialisten-Ansatz. Dazu werden die Vertriebsunternehmen Schäcke und Regro konsequent weiter fokussiert: 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“, so Pfarrwaller. Als Beispiele dafür können hier die Bereiche Pneumatik und Antriebe genannt werden.

Über die Spezialisierungen werden Kunden aktiv dabei unterstützt, komplexe technische Lösungen bei ihren Kunden zu vermarkten. Diese vielfältigen Technologien, die entweder Infrastrukturen einfacher bedienbar und/oder energieeffizienter machen, sind nicht immer selbsterklärend. Solche sinnvollen Innovationen bieten eine sehr große Wachstumschance, benötigen aber Marketingimpulse, um den Kundennutzen klar hervorzuheben. Diese Tatsache stellt eine Herausforderung dar – nicht nur für Rexel, sondern für die gesamte Branche. Zudem werden heute etwa zwanzig Prozent des Energieverbrauchs durch Strom abgedeckt, künftig aber kann man von 30 Prozent und mehr ausgehen. „Hier entstehen neue Geschäftsfelder und -modelle, für die sich die Rexel-Gruppe personell und strukturell entsprechend vorbereitet“, geht Robert Pfarrwaller ins Detail.

Mit dieser Strategie sichert die Unternehmensgruppe einerseits die Wettbewerbsfähigkeit, und formuliert andererseits eine tragfähige Wertschöpfungskette, die die Marktführung weiterhin sicherstellt. Für diese Spezialisierung werden die Fachabteilungen und Kompetenzzentren noch weiter



Robert Pfarrwaller, CEO von Rexel Austria.



Einen besonderen Programmpunkt des Rexel Austria Partnerabends und gleichzeitig den Abschluss des offiziellen Teils der Veranstaltung, stellte die Verleihung der Lieferanten-Awards dar. In sieben Kategorien wurden die begehrten Trophäen vergeben, wobei im Vorfeld jeweils drei Lieferpartner nominiert wurden. Im Bild v.l.n.r.: Heinz Haider, OBO Bettermann und Rainer Schönbauer, Vertriebsleiter Siblik bei der Übergabe des Awards für beste Vertriebsunterstützung.

ausgebaut. Starke Treiber sind unter anderem der Home Automation Bereich, die Digitalisierung des Lichts, erneuerbare Energien oder auch das IoT (Internet of Things). „Zielsetzung ist es, die Bedürfnisse des Marktes und der Endkunden frühzeitig zu erkennen und sie mit innovativen Lösungen zu beraten und zu begleiten“, so Pfarrwaller.


Ausgebaut wird daher zum Beispiel der Bereich Licht, der durch Gerhard Schwaighofer als neuem Business Manager Technische Leuchte bei Schacke eine Aufwertung erfährt. Personelle Veränderungen zur Stärkung der geschäftlichen Aktivitäten gab es auch durch die Ernennung von Indzi Kodba als neue Leiterin der Business Unit Weiß- und Braunware bei Schacke, aber auch durch die neu geschaffene Position einer Digital Adoption Managerin. Diese Position wird durch Magistra Sonja Singer besetzt und verstärkt die digitalen Marketing-Aktivitäten. Weitere personelle Veränderungen wurden in den unterschiedlichsten Feldern, wie zum Beispiel der Energie-Effizienz oder den HKLS-Kompetenzen, ebenfalls bereits umgesetzt.

Maßgeblich für die Entwicklung aller Services ist der Multichannel-Ansatz. Egal ob Innendienst, Außendienst, Webshop oder App, verspricht 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 MitarbeiterInnen stehen 400 Personen mehr oder weniger im direkten Kundenkontakt.“

Strategische Partnerschaften weiter stärken

„Wir leben von unseren Kundenbeziehungen und von guten gemeinsamen Partnerschaften. Für unsere Lieferanten sind wir ein nachhaltiger, berechenbarer, fordernder und fördernder Partner – aber in jedem Fall ein verlässlicher. Wir bieten bewusst sehr proaktiv unsere Partnerschaft an, die von Innovation getragen und getrieben wird. Neue bzw. erweiterte Allianzen im Bereich der direkten Vermarktung, aber auch mit relevanten Interessensvertretungen sind Bestandteil unseres Handelns. Unsere Zahlen zeigen, dass unser Unternehmen tragfähig und ein sicherer Arbeitgeber in Österreich ist. Wir werden uns darauf allerdings nicht ausruhen, sondern bieten dies als gute Basis an, mit uns einen erfolgreichen, gemeinsamen Weg in die Zukunft zu gehen“, schließt Pfarrwaller.



 REXEL Austria GmbH
Murbangasse 1
A-1100 Wien
Tel. 01 6 88 03 88-0

Bericht in folgender Kategorie:

[Branche aktuell](#)