

Egutec: Eine neue Marke

Großhandelsunion EGU mit eigenem Label auf dem Markt

Mit der eigenen Marke hat sich die Großhandels-Vereinigung im Ruhrgebiet einen langgehegten Wunsch erfüllt. Denn nun kann man auf neue Entwicklungen beim Hersteller direkt Einfluß nehmen, ganze Produkt-Pakete anbieten oder Geräte exklusiv in Deutschland vertreiben.

Im Gegensatz zu den vielen Großhandelskonzernen, die es mittlerweile gibt, ist die EGU ein Zusammenschluß mehrerer mittelständischer Betriebe. Alle sind selbständige Firmen, die aber miteinander kooperieren, um gemeinsam stärker zu sein.

18 Großhandelshäuser gehören heute zur Elektro Großhandels Union Rhein Ruhr - so der vollständige Name. Oberstes Ziel des Zusammenschlusses ist es, das Know-how der einzelnen Häuser zu bündeln. So unterhält man ein gemeinsames Planungsbüro und führt auch große Messen gemeinsam durch. Ein attraktiver Messestand auf der Dortmunder Fachschau wäre für einen einzelnen Betrieb kaum finanzierbar - als Zusammenschluß teilt man sich einfach die Kosten und ein repräsentativer Messeauftritt wird möglich. Auch Schulungen oder Informationsveranstaltungen für neue Produkte führt man gemeinsam durch. Vor allem gilt: Geteilte Kosten sind halbe Kosten. Trotzdem ist jedes Haus autark am Markt aktiv, so daß man sich auch gelegentlich gegenseitig Projekte streitig macht.

Die Kunden profitieren

Bislang innovativste Gemeinschaftsveranstaltung war ein Elektro-Management-Training, das zwei Jahre lang mit regelmäßigen Seminaren in kleinen Gruppen alles rund um Management und Persönlichkeit abdeckte. Technik blieb hier bewußt außen vor. Namhafte Fachreferenten führten die einzelnen Seminare durch. Im Dezember fand dann die gemeinsame Abschlußfeier des ersten Jahrgangs statt. Solche Seminare wären für einen mittelständischen Großhandel alleine niemals durchführbar. Gemeinsam lassen sich mehr Teilnehmer finden und auch mehr Sponsoren aus der Industrie für das Thema gewinnen. Letztlich profitieren so die Kunden von der Zusammenarbeit.

Besonders vorteilhaft bei der EGU: Die Anzahl der angeschlossenen Häuser ist überschaubar - man kann schnell reagieren und Neues ausprobieren, ohne daß ein gigantischer Konzern mit seinem Verwaltungsapparat erst zustimmen müßte.

So konnte auch der neueste Streich der ideenreichen Vereinigung verwirklicht werden: Das Einführen eines eigenen Labels.

Mit Hinweisleuchten fing alles an

Seit August 2002 ist der Name Egutec eingetragenes Warenzeichen der EGU. Auch wenn vorher hin und wieder im stillen Kämmerlein von einer eigenen Marke geträumt wurde, kam der Auslöser erst 2001 in Form von Hinweisleuchten. Ein Hersteller versuchte, mit seinen neuen Produkten auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen. Er suchte dafür einen kompetenten Partner, der ihn bei der Entwicklung und Markteinführung unterstützen konnte, und wandte sich an die EGU.

Ausgabe:

g+h 03/ 2003

Unternehmen:

- ⊕ EGU Elektro Großhandels Union Rhein Ruhr GmbH & Co. KG

Bilder:



Hier half man gerne - wollte sich im Gegenzug aber die exklusive Vermarktung der Leuchten sichern. Einzig praktikabler Weg, dies durchzusetzen, war ein eigenes Label. Also beantragte man den Schutz der Marke beim Patentamt und bedruckte die Leuchten mit dem eigenen Logo. So kommen sie heute ausschließlich über die EGU auf den Markt.

Produkt-Pakete möglich

Mittlerweile tragen schon rund 30 Produkte den Namen Egutec, darunter Automaten, Rasterleuchten und Downlights. Aber auch Pakete, die aus Produkten unterschiedlicher Hersteller bestehen, werden so möglich.

Zur Zeit entwickelt man ein „Blitzschutzpaket“ für Wohnhäuser. Hierin soll alles enthalten sein, was man üblicherweise in einem Wohnhaus benötigt. Die Einzelgeräte bleiben natürlich trotzdem weiterhin über das Sortiment der verschiedenen Hersteller lieferbar. Das geschnürte Paket wird es aber nur als Egutec-Produkt geben. Der Vorteil: Für den Installateur wird die Planung und Kalkulation erleichtert. Er empfiehlt dem Kunden das Paket zu einem Gesamtpreis und hat dazu noch einen Endkundenprospekt zur Verfügung, der erklärt, warum Überspannungs- und Geräteschutz in Wohnhäusern überhaupt wichtig sind. Das Heraussuchen von einzelnen Geräten aus Katalogen verschiedener Hersteller entfällt. Außerdem wird das Paket so unverwechselbar und exklusiv - im Baumarkt wird der bastelfreudige Endkunde so etwas nicht finden. Der dreistufige Vertrieb wird also ganz nebenbei auch noch gestützt.

Auch für Rolläden ist so ein Paket denkbar. Hier sollte vom Motor bis zur letzten Klemme alles enthalten sein, was der Installateur braucht, um einen üblichen Rolladen zu automatisieren. So muß er sich nicht erst in die Materie einarbeiten und bei verschiedenen Herstellern die Einzelteile zusammensuchen. Man bestellt das Paket, fährt damit zur Baustelle und hat alles dabei, was man braucht. Damit wird von der Kundenberatung über die Kalkulation bis zu Montage für den Installateur alles einfacher und zeitsparender.

Das Paket deckt dann zwar nicht jeden Anwendungsfall ab - genügt aber für die Ansprüche der „normalen“ Fälle und bietet so eine echte Arbeitserleichterung.

Angst vor Kritik einzelner Hersteller hat man bei der EGU nicht. Plant man ein neues Paket oder den Vertrieb eines Gerätes unter eigenem Namen, fragt man durchaus bei mehreren namhaften Herstellern an, ob jemand Interesse an einer Kooperation hat. Wer dann nicht mitmachen möchte, habe später auch kein Recht, sich darüber zu beschweren, daß seine Produkte nicht mit dabei seien, heißt es.

Nicht nur an Rhein und Ruhr

Egutec Produkte sind nicht nur auf die 18 angeschlossenen Großhandlungen an Rhein und Ruhr beschränkt. Durch die Zugehörigkeit zum europaweiten Fegime-Netz (früher Eltring-Elgron), können die Produkte bei allen zugehörigen Großhändlern bestellt werden. Auch Fegime ist ein Zusammenschluß selbständiger, mittelständischer Großhändler, die über ein einheitliches Warenwirtschaftssystem und eine zentrale Datenbank miteinander kooperieren. Internationale Projekte können so gemeinsam geplant, beliefert und fakturiert werden. So stellt man sich als mittelständischer Händler den Herausforderungen der Globalisierung, ohne auf die selbständigen Betriebe vor Ort mit ihren bewährten Ansprechpartnern verzichten zu müssen.

Fazit:

Ob Messeauftritt, Management Training oder eigenes Label: Die EGU

hat viele Ideen, wie sie kundenorientiert und innovativ auf dem Markt agieren kann. Das eigene Label ist eine interessante Idee, die vermutlich rasch Nachahmer finden wird. Vor allem der Systemgedanke ist spannend. Im Zuge immer komplexer werdender Produkte und immer größerer Sortimente der einzelnen Hersteller ist es hilfreich, wenn jemand die Vorauswahl übernimmt und Standard-Pakete packt, in denen bereits alles, was man für eine konkrete Lösung braucht, enthalten ist.