



“Gemeinsam

Hausmann Wynen. Mit Vertriebsleiter Robert Ebert sprach die g+h-Redaktion über den ständigen Wandel des Elektromarktes sowie die Rolle des Monheimer Softwarehauses bei der Vernetzung von Industrie, Handel und Handwerk für eine weiterhin positive Entwicklung der Elektro- und Haustechnikbranche.



agieren



Unsere Aufgabe ist es, mit der ständigen Vorwärtsbewegung des Marktes Schritt zu halten, denn die Zyklen der technischen Entwicklung werden immer kürzer.

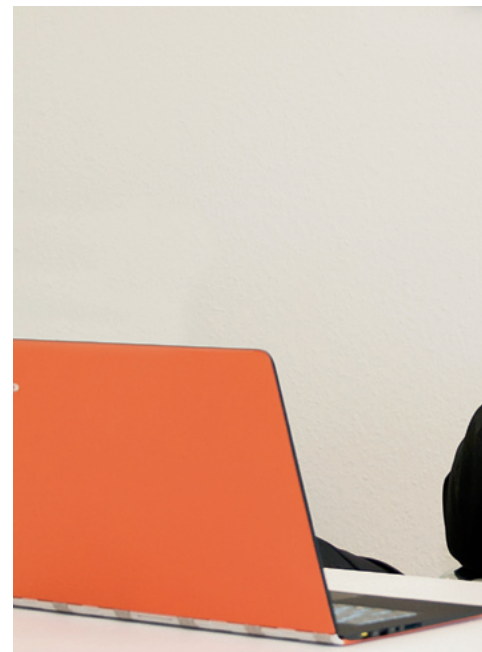
Herr Ebert, würden Sie mir zum Einstieg etwas über Ihren persönlichen Werdegang im Unternehmen und Ihren Aufgabenbereich erzählen?

Sehr gerne. Als ich 1993 auf der Suche nach einer neuen Aufgabenstellung war, fiel mir eine Stellenanzeige mit der Überschrift „Die ersten Softwaresysteme habe ich selbst verkauft, jetzt suche ich Sie“ auf. Die Perspektiven in diesem damals noch neuen Bereich und die Spezialisierung auf Elektrogroßhandel, Industrie und Handwerk reizten mich. Ich bekam einen Job als Vertriebsmitarbeiter, ein Jahr später wurde mir dann die Vertriebsleitung übertragen. Wobei diese Beförderung in Führungsstrichen zu sehen ist. Wir waren ein kleines Unternehmen mit acht Mitarbeitern, da ist jeder für alles zuständig. Aber gemeinsam konnten wir dem Unternehmen ein festes Fundament geben. Heute haben wir fast 50 Mitarbeiter, sind bundesweit tätig und der Elektro- und Haustechnikbranche treu geblieben. Das wir uns nicht in anderen Gewerken verzettelt haben, hat uns über die Jahre einen großen Vorsprung verschafft. In dieser Zeit habe ich den Vertrieb auf acht Mitarbeiter ausgebaut. Gemeinsam mit der Marketingabteilung werden Messen, Roadshows und

Events organisiert und nach immer neuen Instrumenten für eine optimale Kundenbetreuung gesucht.

Wie hat sich der Markt in diesen Jahren verändert?

Rasant. Da ist zum einen der Hardwarebereich, der sich mittlerweile im Jahresrhythmus erneuert, und zum anderen die Entwicklung der Betriebssysteme, die heute ganz andere Möglichkeiten eröffnen als vor 20 Jahren. Und allem voran die gestiegenen Anforderungen unserer Kunden. Der Markt ist in einer ständigen Bewegung und die Zyklen werden immer kleiner. Wenn man früher in eine Software einen Text schreiben sowie Menge und Einzelpreis angeben konnte und daraufhin den Gesamtpreis inklusive Mehrwertsteuer erhalten hat, dann war das ein EDV-System. Heute steht eine Software als Verbundsystem auf dem Markt. Das heißt der Kunde hat den Anspruch, alles aus einer Hand zu bekommen, von der Artikelverwaltung bis zur Bilanz und digitalen Archivierung. Dementsprechend haben wir uns aufgestellt, auch was Wegkontrolle, Aufmaß und Warenbeschaffung angeht. Früher ging man ins Lager, um zu sehen, ob ein Artikel da ist, heute setzt man voraus, dass man an jeder Stelle sei- →



Die Frage lautet nicht ob, sondern wie sich die Vernetzung des dreistufigen Vertriebs in Zukunft entwickelt und welche Rolle Hausmann Wynen dabei spielt und spielen wird.

ne eigenen Bestände und die der Grossisten sieht. Die Mündigkeit der Kunden ist rasant gestiegen in den letzten Jahren. Früher haben sie eine Software als notwendiges Übel angesehen, heute ist sie das Instrument im Unternehmen, das alle Betriebsabläufe steuert.

Wie reagiert Hausmann Wynen auf den ständigen Wandel im Markt?

Um kurzfristig reagieren zu können, ist ein großer Anteil unserer Mitarbeiter in der Programmierung tätig. In ständigen Gesprächen mit Industrie, Großhandel und Handwerk beobachten wir, wo die Trends hingehen. Unsere Aufgabe ist es, Gutes stetig weiter auszubauen und diesen engen Kontakt zum Markt, zu unseren Kunden zu halten, um neue Technologien wie zum Beispiel Smartphone und Tablet zeitnah in unsere Lösungen zu integrieren.

Wie sehen Sie die Zukunft von Industrie, Handel und Handwerk? Wie wird die Branche in fünf bis zehn Jahren arbeiten?

Das ist eine spannende Frage. Schon heute ist es nicht mehr mit dem Austausch von Artikeldaten zwischen Industrie, Großhandel und Handwerk getan. Wenn früher ein Produkt auf den Markt gekommen ist, war es dort für zehn Jahre eine feste Größe. Jeder kannte seine Eigenschaften. Heute werden Artikel im Jahresrhythmus mit neuen Features ausgestattet. Die Informationen über diese Innovationen müssen von der Industrie über den Großhandel bis zum Handwerksbetrieb wesentlich transparenter gemacht und dem heutigen Nutzerverhalten angepasst werden. Und das Bindeglied in diesem dreistufigen Vertrieb sind wir beziehungsweise unsere Software. Hier müssen technische Daten, Bedienungsanleitungen und alle Eigenschaften des Artikels in Wort, Bild und Bewegtbild, also auch in Produkt- und Anwendungsvideos, hinterlegt sein. Der Markt muss seine Stärken in Zukunft noch mehr bündeln, dann können wir als Softwarehaus Lösungen bieten. Die Vernetzung der Prozesse steht im Vordergrund.

Ist der Markt denn ausreichend darauf vorbereitet?

Wir sind so weit, dass sich alle Beteiligten Gedanken über die gestellten Anforderungen machen. Aus meiner Sicht ist die Branche auf einem guten Weg. Wir dürfen den Anschluss nicht verpassen und müssen aufpassen, dass wir nicht von einer zu schnellen Entwicklung der Produkte überholt werden. Natürlich treibt jedes Unternehmen seine Entwicklungen voran, man muss ihnen aber einfach die Zeit geben verstanden und akzeptiert zu werden. Und sie müssen für den Handwerker umsetzbar und für den Endkunden bedienbar sein. Garant für den nötigen Informationsfluss ist auch hier eine Software, die die losen Enden verknüpft.

Inwieweit und womit kann Ihr Unternehmen die Vernetzung des dreistufigen Vertriebs unterstützen?

Zum Beispiel durch die Integration von Visualisierung und Beschreibung von höchst erklärungsbedürftigen Produkten in die Software, sodass sie auch für

kaufmännische Mitarbeiter und damit auch für den Endverbraucher greifbar werden. Ein weiteres großes Thema ist die Ausschreibungsbearbeitung im Gaeb-Format, also die Vernetzung von Planern, Architekten über den Großhandel bis zum Handwerksbetrieb in Zusammenarbeit mit der Industrie. Dabei braucht der Großhandel die Unterstützung der Industrie, um diese Kette elektronisch geschlossen zu halten. Denn derzeit größtes Thema sind die Warenbeschaffung, Preis-anfrage, Verfügbarkeiten, Bestellungen, Lieferverfolgungen, elektronische Lieferscheine und Rechnungen. Die Instrumente dazu, wie OCI, UGL, IDS, Edifact, Gaeb, Datannorm und BME-Cat, mit ihren Schnittstellen zur Software, erhöhen den Workflow und



die elektronische Kontrollfunktion innerhalb der Betriebe dramatisch.

Wie hoch ist die Bereitschaft im Markt? Welches sind die größten Herausforderungen?

Ich glaube, dass alle Beteiligten sich große Mühe geben und sich der Herausforderung stellen. Auch hier heißt es wieder, noch intensiver „aufeinander zugehen, miteinander reden“. Leider wird hier oft mal aneinander vorbeigeredet, was Logiken angeht. Zum Beispiel sind in der Industrie noch keine, oder nicht ausreichende Systeme vorhanden, was die Gaeb-Ausschreibung angeht. Die ist eben in einem SAP-System nicht vorgesehen. Entsprechend haben wir Anfragen aus der Industrie und arbeiten intensiv an Insellösungen,

die die Vernetzung des dreistufigen Vertriebs gewährleisten. Unter dem Strich ist das ja auch immer eine Preisfrage.

Softwareprogramme sind sehr komplex. Was kann man tun, damit die vielen Möglichkeiten auch von den Anwendern genutzt werden?

Ein erster Schritt ist, dass der Kunde sich nicht gegen die EDV wehrt. Er muss erkennen, wie wichtig die Software für einen effizienten Ablauf seines Tagesgeschäfts ist, ja, dass es eigentlich gar nicht mehr ohne zu bewältigen ist. Dabei haben wir als Softwarehaus natürlich darauf zu achten, dass die Lösungen bedienbar bleiben, den Arbeitsschritten des Unternehmens gerecht werden und somit auch mit

den Arbeitsabläufen kompatibel sind. Darüber hinaus sind natürlich Schulungen unerlässlich. Dazu müssen unsere Anwender heute noch nicht einmal mehr ihren Schreibtisch verlassen. Seminare und Diskussionsrunden über Konferenzschaltungen haben in den letzten zwei Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Natürlich haben wir auch Schulungen vor Ort. Zum Beispiel sind wir einmal im Jahr in 27 Städten mit unserer Roadshow unterwegs. Hinzu kommen Schulungsangebote bei uns im Haus und unsere alljährliche Großveranstaltung, die Top Tage, an wechselnden Orten. Dort bieten wir an drei Tagen etwa 57 Seminare an, aus denen sich die inzwischen etwa 200 Teilnehmer die für sie relevanten Themen herausuchen können. Dieses Erfolgsmodell läuft seit über zwanzig Jahren, ist jedes Jahr ausgebucht und wächst kontinuierlich. Die Top Tage sind ein bisschen der Geburtsort der Hausmann-Wynen-Familie, weil zu den Schulungen ein intensiver Erfahrungsaustausch unter Kollegen stattfindet, durch den sich etliche Freundschaften und Synergien entwickelt haben. Um unseren Anwendern den täglichen Umgang mit unserer Software zu erleichtern, ist unsere neue Medienabteilung aktuell dabei, die einzelnen Module in Videos zu erklären. Anstatt trockene Handbücher zu wälzen, lehnt man sich entspannt zurück, verfolgt den Film, kann jederzeit stoppen und das Erklärte in der Software ausprobieren. Unser Anwenderbeirat, bestehend aus 12 Betrieben, sorgt zum einen dafür, dass wir den Blick für den Praxisalltag nicht verlieren, und ist zum anderen Ansprechpartner für alle Nutzer, die hier Anregungen und Änderungswünsche einbringen können, die dann in der nächsten Beiratssitzung diskutiert werden. Alles in allem erreichen wir mit diesen Maßnahmen jährlich über 1.000 Kunden in persönlichen Gesprächen.

Welche Alleinstellungsmerkmale haben Ihre Produkte im Vergleich zu anderen?

Ich glaube, dass das Produkt in sich selbst ein Alleinstellungsmerkmal ist. Mit vielen kleinen und großen Features im Detail. Und natürlich unser Leistungsverzeichnis MLVIII mit über 90.000 fertigen Bauleistungen und alternativer Herstellerwahl sowie dazugehöriger Technik-DVD, die innerhalb der Software auf Knopfdruck mehr als 100.000 Bilder, Kataloge, Anschlusspläne und Montagehilfen liefert. Damit ist sie nicht nur bei erklärungsbedürftigen Produkten ein wertvolles Instrument für den Installateur, den kaufmännischen Mitarbeiter und das Verkaufsgespräch beim Kunden.

Fast 4.000 Fachbetriebe arbeiten mit einer Software aus Ihrem Haus. Wie erreichen Sie den Rest? Das heißt, wie sieht Ihre Neukunden-Akquise aus?

Hier unternehmen wir viel und unterlassen dabei nichts. Das fängt bei einer modernen Homepage mit den richtigen Keywords an. Dazu kommen Newsletter, Pressearbeit und Anzeigenpräsenz in Fachmedien und diverse Messebesuche. Geplant ist jetzt auch ein Tagesseminar für Interessenten. Aber ein sehr großer und sehr wichtiger Teil ist tatsächlich die Mund-zu-Mund-Propaganda. Das kommt daher, dass sehr viele Elektro- und Haus-technikbetriebe in verschiedenen Netzwerkgruppen organisiert sind. Natürlich wird dort auch untereinander über Software gesprochen. Und weil ein Softwarewechsel im Unternehmen ja durchaus mir Bauchschmerzen behaftet ist, sind Empfehlungen von Kollegen unbezahlbar. Auch beim Nachwuchs machen wir uns früh einen Namen. Bei den Handwerkskammern in Köln, Münster und ab dem kommenden Jahr auch in Trier sowie bei der BFE in Oldenburg finden Prüfungen mit unseren Softwareprodukten statt.

Welchen Stellenwert haben in diesem Zusammenhang internationale und regionale Messen oder auch die vielen Hausmessen des Großhandels für Sie? →



Unser Erfolg liegt auch darin begründet, dass wir intensive Kontakte mit unseren Kunden und der ganzen Branche pflegen. Aufeinander zugehen, miteinander reden ist das Motto.

Seit Gründung des Unternehmens sind wir nahezu flächendeckend auf den einschlägigen Messen unterwegs. Neben der Neukundengewinnung sind sie vor allen Dingen eine Plattform, um mit Kunden im Gespräch zu bleiben, Kontakte zum Großhandel zu knüpfen und hautnah die Innovationen der Industrie zu erleben. Hier trifft man aus allen Bereichen Ansprechpartner zur gleichen Zeit am gleichen Ort. Diese Veranstaltungen haben also einen hohen Stellenwert, stellen aber auch ein kleines mittelständisches Unternehmen wie unseres vor hohe personelle und auch kostentechnische Herausforderungen. Wir verkaufen unsere Produkte ja nicht in großen Mengen, sondern sind Dienstleister und Bindeglied zwischen Industrie, Großhandel und Handwerk.

Stichwort Multimedia. Welche Erfahrungen hat Ihr Unternehmen mit Facebook, Twitter & Co. gemacht? Wie hoch ist der Nutzfaktor für Sie?

Ein ganz wichtiger Bereich, den man aber nicht nur ein bisschen mitmachen, sondern den man leben muss. Diese Medien werden in Zukunft einen Großteil von Kommunikation und Werbung bestimmen. Aus diesem Grund

haben wir vor zwei Jahren eine Mediaabteilung mit vorwiegend jungen Mitarbeitern gegründet. Natürlich gehören für sie auch regelmäßige Posts auf Facebook zum Tagesgeschäft. Der Nutzfaktor wird sich in den nächsten Jahren erweisen. Wichtig ist, dass wir frühzeitig die Weichen in Richtung Zukunft gestellt haben.

Sie sind viel draußen unterwegs. Wohin geht die Reise im Elektro- und Haustechnikmarkt im Allgemeinen?

Um den hohen Anforderungen der Endverbraucher und den schnelllebigen Innovationen der Industrie gerecht zu werden, wird eine nachhaltige Qualifizierung der Mitarbeiter in Zukunft immer wichtiger. Das Schlagwort der Stunde ist Smart Home. Es gibt so viele unterschiedliche Systeme. Jedes hat seine Berechtigung und seine spezifischen Einsatzbereiche. Die diversen Techniken so zu kennen und zu beherrschen, um dem Endverbraucher die jeweils optimale Lösung anzubieten, ist eine sehr anspruchsvolle Aufgabe für das Handwerk. Hier sehe ich einen immensen Bedarf an Schulungen und Webinaren, besonders auch im multimediale Bereich und mit Produkt- und Anwendungsvideos.



Wie geht Hausmann Wynen mit der Nachwuchsfrage um?

Nachwuchsförderung wird bei uns ganz großgeschrieben. Wir referieren in verschiedenen Bildungsstätten, unterstützen duale Studiengänge und bieten Praktika an, um das Interesse der jungen Leute für unsere Branche zu wecken. In allen Abteilungen werden Auszubildende eingesetzt, die wir möglichst auch übernehmen möchten. Man kann nicht sagen: „So, jetzt müssen wir Alt gegen Jung austauschen“, jedes Unternehmen braucht die Erfahrung der Älteren und das Spritzige der Jugend, dieser Prozess muss ein kontinuierlicher Wandel sein.

Abgesehen von den Produkten, was macht Ihr Unternehmen einzigartig?

Von draußen höre ich, dass es unter anderem unsere Spezialisierung auf den Elektro- und Haustechnikmarkt ist. Hinzu kommen unsere engagierten und kompetenten Mitarbeiter, die sich fast immer und überall

jeder Herausforderung stellen.

Zum Abschluss ein paar Stichworte:

Flüchtlingspolitik

Eine Herausforderung, die uns noch lange begleiten wird.

Volkswagen

Ein Ergebnis der maximalen Profitoptimierung.

Ihre Stärken

Ehrgeiz und Spaß an der Arbeit.

Ihre Schwächen

Ungeduld, Überpünktlichkeit, Süßigkeiten und immer und überall erreichbar zu sein.

In die Rolle welcher Person würden Sie gerne einmal schlüpfen?

Ich fühle mich in meiner Rolle sehr, sehr wohl.

Musik

Jede Musik hat ihre Zeit.

Leibgericht

Sauerbraten, Wildgerichte, Pasta. In dieser Reihenfolge.

Ihr letztes Buch

„Auto“ von Don Vanderbilt. Und im Moment „Blackout. Morgen ist es zu spät“ von Marc Elsberg.

Drei Dinge für die einsame Insel

Bei einem geplanten Abenteuer: Feuer, einen Topf und ein Schweizer Messer. Bei einem Schiffbruch: Barack Obama, Wladimir Putin und Angela Merkel. Dann wird man sicher gerettet.

Weihnachten

Im Kreis der Familie und guter Freunde in meiner Heimat, im Fichtelgebirge.

Familie

Macht das Leben aus.

Sinn des Lebens

Das, was man daraus macht.

Vielen Dank für das interessante Gespräch Herr Ebert. ■

www.powerbird.de
www.hausmannwynen.de