

PROFITBÖRSE



PACKOUT™

DAS MODULARE AUFBEWAHRUNGSSYSTEM



ÜBER
100
KOMBINATIONSMÖGLICHKEITEN



IP 65
SCHÜTZ-
KLASSE



INDIVIDUELLE
AUFBEWAHRUNGS-
MÖGLICHKEITEN

www.milwaukeetool.de

@MILWAUKEETOOLDACH

Erstellen Sie Ihr
individuelles
PACKOUT™



► IM GESPRÄCH

EIS mit Alleinstellung

► SCHWERPUNKT

Rund um die
Oberfläche

► KOMPETENZFELD

Der perfekte
Schliff für Holz

Frühjahrsneuheiten kompakt an einem Ort

Magazin Mediadaten Kontakt - Q

PROFIBÖRSE

DAS MAGAZIN FÜR INDUSTRIE, FACHGROSSHANDEL & HANDWERK

JETZT:
Die Neuheiten kompakt

Home **Neuheiten** Im Gespräch Beratungs-Kompetenzfelder Newsletter

Neuheiten

Fester Halt und Schutz gegen Feuchtigkeit
09.12.2020 / ANZEIGE, NEUHEITEN
Mit dem Fischer DuoSeal etabliert Fischer einen innovativen Kunststoffdübel am Markt, der in Nassbereichen das sichere Befestigen mit gleichzeitigem Abdichten im Bohrloch ermöglicht. Dies erleichtert und beschleunigt Montageaufgaben von SHK-Handwerkern, Do-it-Yourselfern und allen anderen Anwendern erheblich. In einem Befestigungsvorgang erreichen...

[weiterlesen →](#)

Staubfrei mischen
09.12.2020 / ANZEIGE, NEUHEITEN
Staubfreies Arbeiten fängt bereits beim Mischen an. Aus diesem Grund bietet Festool seine neuen MX-Rührwerke mit Absaugung an. Sie sind durchdacht bis ins Detail, denn sie sind mit einem neuen Schutzbügel, komfortabler ErgoFix Höhenverstellung, stabilen Gummirollen, Sanftanlauf und mit einem...

[weiterlesen →](#)

Neues Akku-Multitool
09.12.2020 / ANZEIGE, NEUHEITEN
Für den nötigen Schwung bei der Arbeit sorgt das neue oszillierende Akku-Multitool MT 18 LTX BL QSL von Metabo. Das Multitool ist der Problemlöser für verschiedene Trenn-, Schneide- und Schleifarbeiten. „Das Gerät ist so leistungsstark wie ein Netzgerät und dabei...

[weiterlesen →](#)

Staubfrei bohren
09.12.2020 / ANZEIGE, NEUHEITEN
Mit dem Absaugbohrer „TURBOCLEAN“, steht bei Keil ab sofort ein Werkzeug zur Verfügung, das die Staubbelastung um bis zu 98 Prozent reduziert. Durch die Absaugung des Staubes vom Bohrkopf durch das Innere des Bohrers werden Staubemissionen vermieden und somit die...

[weiterlesen →](#)

Neue Holzbauschraube von HECO löst vier Sortimente ab
08.09.2020 / ANZEIGE, NEUHEITEN

Es bleibt dabei: Im Frühjahr warten die Hersteller mit Neuheiten und Innovationen auf, die Kaufimpulse setzen. Aber es bleibt alles anders: Wo und wie diese Neuheiten präsentiert werden, lässt sich derzeit noch nicht sagen – bei direkten Produktvorstellungen, bei Livestreams oder hybriden Veranstaltung.

Wir bieten Ihnen mit der kompakten Neuheitenpräsentation unter

www.fz-profiboerse.de

und ergänzend in den Printausgaben des Branchenmagazins die Plattform für den schnellen Überblick. Und mit einem Klick sind Sie bestens informiert.

Unerwartete Einblicke



Keine Frage, die Pandemie ändert vieles, liefert zunächst nicht erwartete Effekte und macht das Neu-Denken auch in Bereichen notwendig, die nicht so offensichtlich sind. Dass eine direkte Beeinflussung der Vertriebswege damit einhergehen würde, war schnell deutlich. Vielleicht wird dabei aber auch ein wenig zu tief in die Glaskugel geschaut, wie das Morning Briefing des Online-Magazins E-tailment (www.etailment.de) vom 17. März vermuten lässt: „... konnte die E-Commerce-Tochter des Bosch Konzerns, Bosch Power Tools, ihren Online-Anteil von 16 auf 23 Prozent nach

oben schrauben. ...“ Blicke die Glaskugel zu fragen, wie hoch der Anteil des stationären Geschäftes dieses Onliners in einigen Jahren ist.

Zurück zu den Realitäten und damit zu einigen Zahlen aus der Branchenanalyse des IFH, die während des PVH-Kongresses – im digitalen Format – präsentiert wurden: Die Erwartungshaltung ist bei den Produktionsverbindungshändlern aber auch sehr stark bei den Herstellern ausgeprägt, dass es in der Branche eine deutliche Zunahme des E-Commerce geben wird. Insbesondere für das B2B-Geschäft erwartet der Handel steigende Umsätze. Aus Sicht der Hersteller ist vor allem die Zusammenarbeit mit Online-Marktplätzen von großer Bedeutung und liegt in der Einschätzung auffällig vor dem eigenen Hersteller-Onlineshop. Möglicherweise hat der oben getane tiefe Blick in die Glaskugel einen Funken Realität entdeckt. Weitere Zahlen und Informationen zum PVH-Kongress finden Sie ab Seite 10.

Auch in anderen Bereichen begleiten wir wieder in dieser Ausgabe das Ausweichen auf digitale Kanäle, wie es ebenfalls beim PVH-Kongress sichtbar geworden ist. So stellt sich (und stellen wir) die Fragen nach der Möglichkeit, Messen zu ergänzen oder gar zu ersetzen (in dieser Ausgabe am Beispiel der Luzerner Hardware auf S. 12). Und Aspekte substituierender Potenziale im digitalen Schulungssektor klingen in einem Interview in unserem Schwerpunktthema an (ab Seite 20).

So wird deutlich, dass Effekt und Effektivität nah beieinander liegen.

In diesem Sinne, herzlichst

HARTMUT KAMPHAUSEN



Xtreme



LEISTUNG NEU DEFINIERT

Gute Dinge kann man noch besser machen. Vor allem, wenn es um Qualität und Leistung als die wichtigsten Merkmale herausragender Produkte geht.

Deshalb definiert Osborn jetzt Leistung neu: mit der Xtreme Produktlinie.

Entwickelt, um Aufgaben schneller, besser und intelligenter zu bewältigen und dabei Zeit und Geld zu sparen. Geschaffen für anspruchsvolle Anwendungen, wo gut einfach nicht gut genug ist.

Erleben Sie jetzt eine neue Dimension der Leistung mit den neuen Xtreme Trennscheiben und Bürsten von Osborn.

Informieren Sie sich jetzt!
xtreme.osborn.com

osborn.com

INHALT

MAGAZIN

Branchen-News 4

MANAGEMENT

WARENWIRTSCHAFT/E-COMMERCE

Oxomi mit einer Milliarde Aufrufen 6

E-Commerce-Lösungen 7

Handelskraft Konferenz 2021 8

Entscheidung für Gevis ERP 9

VERBÄNDE

PVH-Kongress goes digital 10

MESSEN

Digitale Hardware Luzern 12

IM FOKUS

Effizientes Recruiting Tool für den PVH 13

Mit Snoopstar kuratiert zum Mehrwert reisen 14

IM GESPRÄCH

Oliver Boensch, EIS: Starke Alleinstellung 16

UNTERNEHMEN

Die Zukunft der Befestigungstechnik im Fokus 18

SCHWERPUNKT TRENNEN – SCHLEIFEN – POLIEREN

Tyrolit: Gezielte und individualisierte
Marktbearbeitung 20

Klingspor: Neues Bürstensortiment 21

Pferd: Richtig Rautiefe reduzieren 22

Eisenblätter: Zunder den Kampf ansagen 24

Rhodium: Multifunktionalisten 25

Osborn: Neue performante Trennscheiben
und Bürsten 26

WERKZEUG & MASCHINEN

Neuer Stufenbohrer von Exact 27

Neuheiten im Milwaukee Packout-System 28

Neuheiten 30

Beratungs-Kompetenzfeld:
Holzbearbeitung mit Klingspor 32

LAGER & TRANSPORT

Die perfekte Rolle 34

RUBRIKEN

Editorial 3

Inserentenverzeichnis 30

Impressum 34

Vorschau 34

Digitale Erlebniswelt für Fachhandelspartner

Anfang Februar hatte Milwaukee seine Fachhandelspartner zur Neuheitenschau 2021 geladen. Doch im Zeitalter von Covid-19 gibt es keine Händlerreise an einen internationalen Veranstaltungsort. Stattdessen traf man sich im Milwaukee HUB, einem virtuell begehbaren Erlebnisraum, der neue Maßstäbe in digitaler Konferenz- und Ausstellungstechnik setzt.

Milwaukee hat seine Live-Präsentation beinahe 1:1 in den digitalen Raum umgesetzt. Wie in einem Computerspiel konnten sich die Besucher auf der virtuellen Baustelle bewegen und die verschiedenen Workstations besuchen. Der große Vorteil dabei: Die Fachhandelspartner haben die Möglichkeit, Inhalte aus der umfangreichen Mediathek des HUBs herunterzuladen, mehrfach anzuschauen und später in eigenen Kommunikations- und Schulungsprogrammen einzusetzen.

Vor der Präsentation der Neuheiten gab es einen Blick zurück. Jason Chiswell, Vizepräsident für Marketing und Key Accounts informiert in seinem Eröffnungsvideo gemeinsam mit Oliver Lerch, Leiter Produktmanagement in Europa, über ein sehr erfolgreiches Jahr 2020: „Wir hatten trotz Covid-19 ein herausragendes Jahr. Wir haben mit Innovationen und neuen Technologien weitere Marktanteile gewonnen, besonders im Akku-Bereich. Milwaukee ist die weltweit am schnellsten wachsende Marke für Elektrowerkzeuge.“

Basis des Erfolges ist der kontinuierliche Ausbau des Produktsortiments. Im kompakten 12 Volt-Bereich werden über 90 Lösungen für besonders mobile Produktivität angeboten. Weltweit Nummer 1 ist Milwaukee bereits bei Säbelsägeblättern und Lochsagen. Weiter ausgebaut wird das Programm bei Handwerkzeugen mit aktuell rund 500 Produkten und bei der persönlichen Schutzausrüstung (PSA). Hier sieht Milwaukee großes Potential für weiteres Wachstum und stellt 40 neue Produkte vor. Bei der Vermarktung setzt Milwaukee auch künftig stark auf seine Vertriebspartner im Fachhandel. Stefan Schütz blickt als Geschäftsführer der Techtronic Industries Central Europe GmbH trotz der Herausforderungen durch die Corona-Pandemie optimistisch in die Zukunft. Die Tatsache, dass man es 2020 geschafft habe, ein solides zweistelliges Wachstum zu erzielen, sei ein großartiger Erfolg.

Bei Milwaukee erwartet man, dass die Zukunft digitalen Formaten gehört. Sie spielen bei der Unterstützung der Handelspartner eine immer größere Rolle und werden weiter ausgebaut.

Rund acht Stunden Videomaterial hat Milwaukee im HUB integriert. Besucher können auf das gesamte Material auch über eine Mediathek direkt zugreifen. (Abb.: Milwaukee)



virensicherer www.honiTrade.de



TITEL

PACKOUT, das modulare Aufbewahrungssystem von Milwaukee wird noch vielfältiger und damit flexibler im Einsatz. Es umfasst jetzt über 20 Produkte mit mehr als 100 Kombinationsmöglichkeiten. Der Transport und die Lagerung von Werkzeug, Zubehör und Kleinteilen wird damit einfacher, sicherer und komfortabler. Was immer für den Einsatz auf Baustellen und Montageplätzen verstaut werden muss, in dem modularen Konzept mit Koffern gibt es stets eine clevere Lösung. (Foto: Milwaukee)

Geschäftsführung erweitert

Der Spezialkofferhersteller B&W International hat sein Managementteam verstärkt. Seit Juni 2020 unterstützt Gerhart Seichter (51) als Mitgeschäftsführer den weltweit operierenden Hersteller mit dem Ziel, die eingeschlagene Wachstumsstrategie konsequent fortzuführen. Hierdurch konnten bereits in den vergangenen Monaten die strategischen Weichen für die Fokusthemen 2021 gestellt werden, die nun in die Umsetzung gehen. Neben dem Business Development im Bereich ‚Sicherheit und Rettung‘ ist dies vor allem die vorangetriebene Digitalisierungsstrategie für B&W International. Seichters Schwerpunkte liegen in den Geschäftsbereichen Marketing und Sales für die Produktkategorien Tool und Outdoor. Für die Berei-



Gerhart Seichter ist neuer Mitgeschäftsführer bei B&W International. (Foto: B&W)

che Bike und Special Cases zeichnet nach wie vor Dirk Uhlenbrock als Co-Geschäftsführer

und geschäftsführender Gesellschafter für B&W International verantwortlich. Zudem betreut er parallel die Auslandstöchter.

Im Toolbereich vertrauen schon jetzt nahezu alle namhaften Werkzeughersteller auf B&W International als verlässlichen OEM-Ausrüster. Vor dem Hintergrund der weltweiten Corona-Pandemie ist darüber hinaus der geschützte Transport temperatur-empfindlicher Impfstoffe zur mobilen Versorgung der Bevölkerung vor Ort eine hochaktuelle Herausforderung, die das Unternehmen mit Hilfe seiner isolierten Spezialtaschen für medizinische Transporte angeht.

Gerhart Seichter: „Wir werden unsere Produkte weiter konsequent auf die konkreten Bedürfnisse unserer Kunden aus Industrie, Mittelstand und Handwerk ausrichten.“

Männerwirtschaft
oder besser mit der Biene!

Honisch & Partner · www.honiTrade.de
--- Die Software mit der Biene ---
Tel. 02845 - 9599 11 · Fax - 9599 95

Keil Profi-Werkzeuge mit neuer Vertriebsleitung

Jens Werner hat am 01.03.2021 die Vertriebsleitung der Keil Profi-Werkzeuge GmbH übernommen. Werner bringt langjährige Erfahrung aus verschiedenen Positionen im nationalen und internationalen Vertrieb von Werkzeugen für Power Tools in seine neue Tätigkeit ein, zuletzt als Vertriebsleiter Key Account bei Osborn/Dronco. Für Keil-Profiwerkzeuge ist er seit 2020 tätig und konnte bereits einige Neukunden von den Keil Qualitätswerkzeugen überzeugen. Keil sieht Werner im Wettbewerbsumfeld sowohl in der DACH-Region als auch international hervorragend positioniert: „Als mittelständisches Unternehmen legen wir besonders großen Wert auf unmittelbare Kundennähe mit persönlichem Kontakt. Durch die Zugehörigkeit zur Serafin Unternehmensgruppe kombinieren wir die Vorteile eines deutschen Mittelständlers in idealer Weise mit der Professionalität und Schlagkraft eines international aufgestellten Geschäftsführers. Mit einem breiten Portfolio an innovativen Qualitätsprodukten, optimierten PoS-Lösungen für unsere Händler sowie digitalen Services und Schnittstellen zu unseren Kunden wollen wir den eingeschlagenen Wachstumskurs der Marke Keil weiter ausbauen.“



Neuer Vertriebsleiter bei Keil: Jens Werner. (Foto: Keil Profi-Werkzeuge GmbH)

Dr. Reinhard Mann verabschiedet sich in den Ruhestand

Nach mehr als 30 Jahren Firmenzugehörigkeit verabschiedet sich Dr. Reinhard Mann, Senior General Manager bei Nilfisk für die Region EMEA Central sowie Leiter des Vertriebs in Deutschland, in seinen wohlverdienten Ruhestand. Er wird zum 31. Mai 2021 aus der Führungsriege des internationalen Reinigungsgerätespezialisten ausscheiden. „Wir verabschieden uns von einer wahren Legende bei Nilfisk. Ich persönlich habe es genossen, mit Dr. Mann zusammenzuarbeiten und bedanke mich für seinen großen Beitrag zum nachhaltigen Erfolg des Unternehmens. Ich wünsche ihm alles Gute, um den Ruhestand zu genießen“, so Hans Henrik Lund, CEO von Nilfisk. Steen Lindbo, Executive Vice President und Head of Sales ergänzt: „Dr. Reinhard Mann hat über so viele Jahre hinweg Erfolgsgeschichte für Nilfisk geschrieben. Wir verdanken ihm und dem GAS-Team eine nachhaltig starke Marktposition in der Region. Zudem hat er maßgeblich zur Entwicklung der gesamten Gruppe beigetragen.“



Dr. Reinhard Mann (Foto: Nilfisk)

eventa

Business-Software für erfolgreiche Unternehmen

www.nissen-velten.de

REKORDNUTZUNG VON OXOMI IN 2020

Eine Milliarde Aufrufe

Oxomi, die unabhängige Plattform für die Kommunikation von Produkt- und Markeninformationen, wird immer beliebter: Allein 2020 wurden über eine Milliarde Zugriffe auf Artikel und Kataloge verzeichnet. Die Plattform wird branchenübergreifend (SHK, PVH und Elektro) eingesetzt und konnte sich in den letzten Jahren für den Austausch produktbezogener Daten zwischen Handel und Industrie etablieren.

Für Handel und Industrie ist es eine große Herausforderung, stets alle artikelbezogenen Daten, die im Umlauf sind, aktuell zu halten. Hinzu kommen stetig steigende Anforderungen des Marktes an Produktinformationen. Artikel, Preise, Bilder, Videos, Dokumente – all diese Daten müssen stets auf aktuellem Stand zur Verfügung stehen. Manuell ist das eine enorm ressourcen- und damit kostenintensive Aufgabe. Mit Oxomi kann die Aktualität der ausgetauschten Daten stets gewährleistet werden. Die Industrie stellt dabei ihre Daten on demand für den Handel zur Verfügung – das umfasst Unterlagen wie Kataloge, Preislisten, technische Datenblätter und Prospekte, aber auch Artikelbilder, Stammdaten, Exposé und sogar Videos. Für beide Seiten bietet dieses „Oxomi-Prinzip“ klare Vorteile: Hersteller können die eigenen, digital produzierten Marketing- und Produktinformationen direkt am Point of Sale in bester Qualität ausliefern. Händler profitieren von einem enorm reduzierten Pflegeaufwand und stets aktuellen Daten. Und auch Handwerkern erleichtert Oxomi so die tägliche Arbeit, indem sie schnell und intuitiv an die benötigten Informationen kommen.

Dass dieses Konzept aufgeht, belegt, neben der Rekordnutzung 2020 mit über einer Milliarde Aufrufen, das stetige, starke Wachstum der Plattform. Mehr als 1.900 Unternehmen nutzen den Service inzwischen. Dazu gehören mehr als 350 Großhändler, Verbände und sonstige Partner, die auf die Daten der teilnehmenden Industrieunternehmen zugreifen.

VORTEILE FÜR INDUSTRIE UND HANDEL

Beide Seiten – Industrie und Großhandel – sehen deutliche Vorteile, die die Nutzung von Oxomi für sie mit sich bringt. Almut Buddeberg, Leiterin Vertrieb Deutschland bei der Bessey Tool GmbH & Co KG: „Dank Oxomi können wir unsere Produktinformationen viel einfacher und schneller unseren Fachhändlern bereitstellen. Wenn wir etwas auf der Plattform veröffentlichen, steht es direkt all unseren Partnern zur weiteren Verwendung zur Verfügung. Weniger Aufwand, aber größere Effektivität!“

Auch Thomas Cramer, Bereichsleiter E-Business & IT-Beratung bei der Nordwest Handel AG sagt: „Oxomi bietet uns als Verband mit unseren Händlern ein großartiges Potenzial, das wir unseren Partnern immer wieder gern ans Herz legen. Wir nutzen Oxomi über System-Integrationen sowohl für ‚NW365.Dataconnect‘, eine Verteilplattform für veredelte Artikeldaten

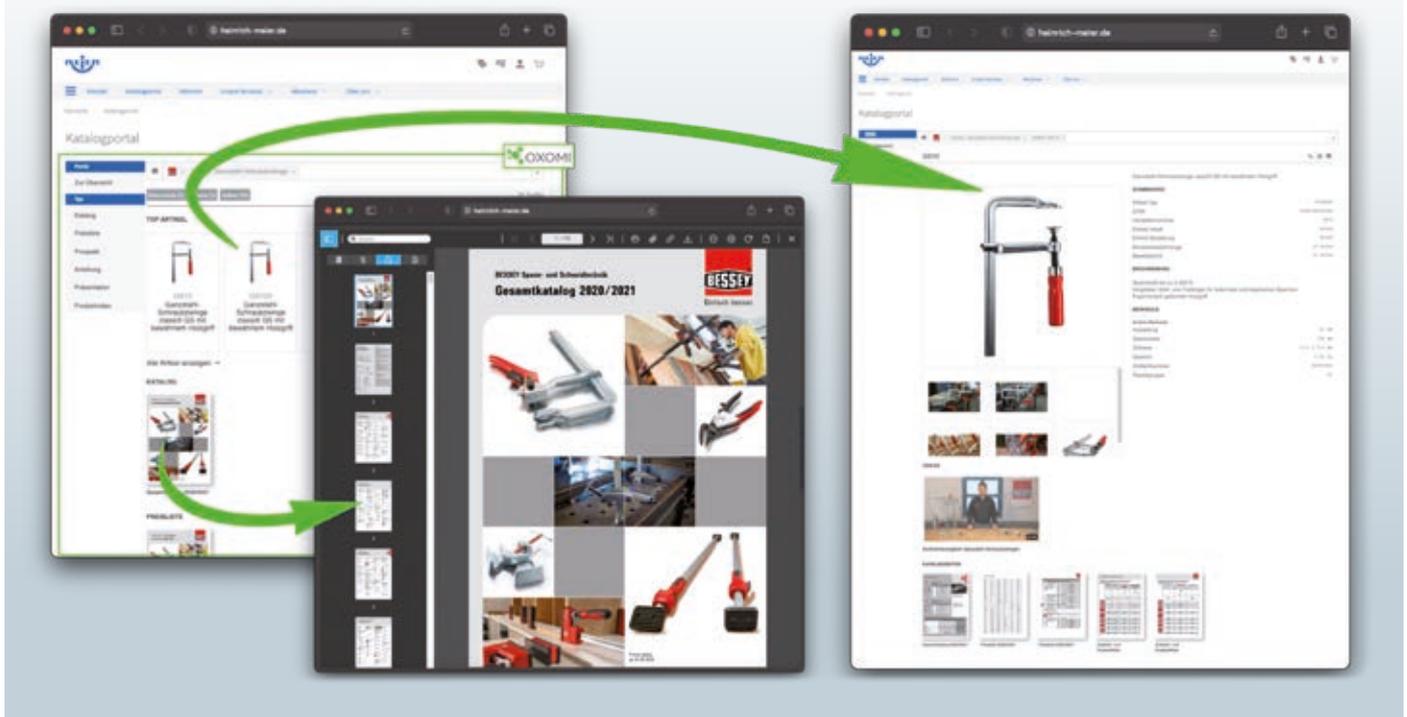
für unsere Handelspartner, als auch als individuelles Modul mit einer tiefen Verzahnung in die Prozesse unseres Nordwest ‚eSHOP‘, den unsere Händler nutzen können. Diese Flexibilität und Vielseitigkeit ist für uns einer der großen Vorteile von Oxomi.“

Das bestätigt auch Benjamin Engel, Leiter Vertrieb bei der Heinrich Meier GmbH: „Oxomi ermöglicht es uns, die Produktinformationen all unserer Partner auf einfache Weise in unseren eSHOP zu integrieren. Dies ist für uns ein gewaltiger Vorteil – auf herkömmliche Weise wäre das für uns unmöglich. Oxomi ist damit ein sehr wichtiger Bestandteil unseres Kundenservice.“

DIGITALE AUSSTELLUNG

Michael Haufler, Geschäftsführer beim Oxomi-Betreiber Scireum: „Der Schlüssel zum konstanten Wachstum von Oxomi liegt für uns darin, aufmerksam auf die Bedürfnisse unserer Nutzer zu achten. Wir analysieren, wo ein Bedarf besteht und entwickeln anhand dessen Oxomi weiter. Beispielsweise die ‚digitale Ausstellung‘, mit der unsere Kunden seit letztem Jahr Ausstellungsräume online begehbar machen können, oder die herstellerübergreifende Artikelsuche ‚Navigator Pro‘. Beide Neuerungen wurden 2020 sehr gut vom Markt angenommen, und für beides gibt es keine vergleichbare Lösung.“

So funktioniert Oxomi: Bessey-Unterlagen in der Oxomi-Integration im Onlineshop des Handelshauses Heinrich Meier. (Foto: Scireum)



E-Commerce-Lösungen

Der B2B-Webshop eNventa eGate erfreut sich wachsender Beliebtheit. In den letzten Wochen des vergangenen Jahres hat eine Reihe von eNventa ERP-Anwendern aus dem Produktionsverbundhandel neue Webshops live geschaltet. Zu ihnen zählen die Unternehmen Stingl, Von der Heydt und GH Baubeschläge.

Nicht erst die Corona-Pandemie hat gezeigt, wie wichtig E-Commerce-Lösungen für den Fachhandel sind. Wenn Außendienst und Kunden aber nicht mehr ohne weiteres zusammentreffen können, dann wird ein B2B-Webshop mit leistungsfähiger Produktsuche noch viel wichtiger als in „normalen“ Zeiten. Da im B2B-Geschäft relevante Informationen wie kundenindividuelle Rabatte, Rahmenverträge oder Bestandsinformationen im ERP-System gepflegt werden, hat das Softwarehaus Nissen & Velten schon sehr früh auf eigene, integrative E-Commerce-Lösungen gesetzt. Das wird von einer zunehmenden Zahl von Kunden honoriert.

Zu ihnen zählt der langjährige eNventa-Anwender Stingl GmbH aus Obersulm-Willsbach im Kreis Heilbronn. Er ist erfolgreich vom eNventa-Modul E-Commerce auf den neuen Shop eNventa eGate umgestiegen. Der Echtstart erfolgte reibungslos. Zu den Gründen für den Umstieg nennt Geschäftsführer Alexander Stingl das Responsive Design, welches sich dem genutzten Endgerät anpasst, die moderne Suchmaschine sowie die Verschmelzung von Website und Webshop. Außerdem schätzt er den verbesserten Workflow: Vom Erfassen eines Auftrags bis hin zum Kaufabschluss auf Rechnung, Vorkasse oder auch per PayPal. Auch die OCI-Schnittstelle, mit der SAP-Anwender den Stingl-Shop in ihr ERP-System integrieren können, sei eine Funktionalität, die auf Kunden-seite gewünscht werde. Die Kundensicht auf aktuelle Lieferungen und die eigene Auftragshistorie sei ein weiterer Pluspunkt des Shops.



Alexander Stingl, Geschäftsführer der Stingl GmbH, schätzt die zahlreichen Funktionalitäten seines neuen Webshops. (Foto: Stingl)



Tobias Herbig, Leiter Vertrieb und Marketing, legt den Fokus auf die Integration des Von der Heydt-Webshops in die ERP-Systeme der Kunden. (Bild: Von der Heydt)

men, berichtet Tobias Herbig, der Vertrieb und Marketing im Unternehmen verantwortet. Für ihn sei das allerdings erst der Startschuss für eine längere Entwicklung, in deren Verlauf man nach und nach neue Features dazu nehmen und kommunizieren wolle.

Wichtig seien die Schnittstellen vom Webshop zu den Kunden. Herbig führt aus: „E-Commerce ist ja nicht nur ein Webshop. Deshalb bieten wir Schnittstellen wie etwa OCI und OSD an und alles, was unsere Kunden sonst noch benötigen, um ihre ERP-Systeme mit unserem Webshop zu verknüpfen und Bestellprozesse zu digitalisieren.“ Darüber hinaus schau man sich gerade für das eigene Unternehmen potenziell interessante Online-Marktplätze jenseits von Amazon an. Schließlich lobt Herbig auch den umfassenden „Baukasten“ zur Erstellung von Webseiten in eNventa eGate, der für ihn die Perspektive eröffne, traditionelle Webpräsenz und Webshop des Unternehmens zusammenzuführen.

In der Branche kein Unbekannter ist auch das mehrfach als „Partner des PVH“ ausgezeichnete Unternehmen GH Baubeschläge. Mit Produktionsstätten in Weilheim/Teck und Werdohl bei Lüdenscheid produziert und vertreibt GH über 4.000 Produkte für den modernen Holzbau. Die Basis der B2B-E-Commerce-Aktivitäten des Unternehmens bildet seit kurzem eNventa eGate. Der neue Shop ist mehrsprachig und steht den Kunden unter www.holzverbinder.de auch

auf Englisch und Französisch zur Verfügung, da GH 28 Prozent seines Umsatzes im europäischen Ausland erzielt.

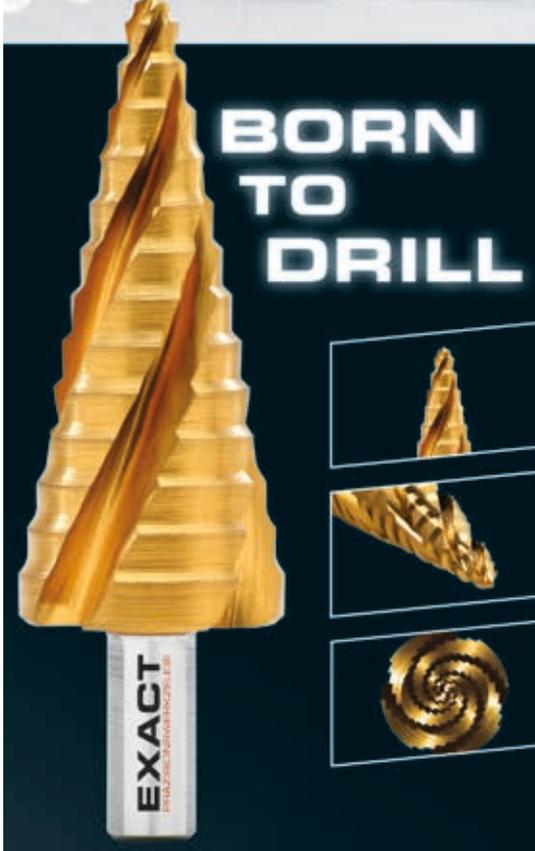
Die Bedeutung von E-Commerce wird auch nach der Pandemie weiter zunehmen. Moderne Webshops, die auf die Anforderungen des B2B-Geschäfts zugeschnitten sind, bieten die Möglichkeit, Bestandskunden durch Prozessintegration an den Fachhandel zu binden. Darüber hinaus bilden sie die Basis für weitere E-Commerce-Aktivitäten wie etwa die Teilnahme an Online-Marktplätzen. ■

SCHNITTSTELLEN VOM WEBSHOP ZU DEN KUNDEN

Kurz vor Weihnachten 2020 hat die Von der Heydt GmbH ihren Bestandskunden einen neuen Webshop auf Basis von eNventa eGate zur Verfügung gestellt. Der Produktionsverbundhandel mit Hauptsitz in Speyer sowie Niederlassungen in Mainz und Kaiserslautern habe seitdem nur positives Feedback bekom-

DER NEUE
ADVANCEDLINE®
STUFENBOHRER

NEU



INNOVATIVE 4-FACH SPIRALNUTE

- +** bis zu **30%** schnelleres Bohren
- +** bis zu **50%** höhere Standzeiten
- +** extrem ruhiger Lauf
- +** optimale Bohrerergebnisse

MEHR INFOS
WWW.EXACT.INFO

HANDESKRAFT KONFERENZ 2021

Digitale Intelligenz im Fokus

Bereits zum sechsten Mal lud die Digitalagentur dotSource Akteure des Digital Business, Partner, Kunden und langjährige Freunde zur Handelskraft Konferenz ein. Zum zweiten Mal in Folge fand die Konferenz ausschließlich online statt.

Was Anfang März 2020 noch notgedrungen online abgebildet wurde, konnte ein Jahr später schon auf High-Level-Niveau stattfinden: Mit Studio, Technik und Regie sowie einer professionellen Eventplattform und einem ebenso professionellen Coaching aller Speaker und Partner wurde die Handelskraft Konferenz 2021 zu einer durch und durch gelungenen Online-Veranstaltung.

Über zwei Tage legte die Handelskraft den Fokus dabei auf unterschiedliche Schwerpunkte: Am ersten Tag beleuchteten Speaker wie Daniel Zoll, Alexander Otto (Tradebyte) oder Robert Schmidt von Esprit das Thema »Brand Experience« von allen Seiten. Hier erfuhren die rund 350 Konferenzteilnehmer, was Nutzer auch nach 2021 von Marken erwarten und was Unternehmen tun müssen, um diesen Ansprüchen gerecht zu werden. Am Tag zwei fokussierte die Konferenz Themen, wie digitale Kompetenzentwicklung und den Weg von der Innovation zum Produkt. Speaker wie Mahsa Amoudadashi, Katharina Krenz oder Martin Kassubek von der NürnbergMesse vermittelten den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, dass neben den Kunden natürlich auch die eigenen Mitarbeiter dem Unternehmen zum Erfolg verhelfen.

Voraussetzungen für erfolgreiche Remote-Veranstaltungen wie z.B. Kunden-Events, Messen oder Konferenzen sind gutdurchdachte Konzeptionen, die Auswahl passender Tools und eine professionelle Anleitung der Teilnehmer. Aber da trotz aller Vorbereitung und Durchführung das typische Konferenz-Feeling einer physischen Veranstaltung nicht digital abgebildet werden kann, erhielten alle Teilnehmer ein kleines Care-Paket, das sie mit Snacks, Kaffee und einem Gutscheine für die Mittagspause durch die Konferenztage bringen sollte. Darüber hinaus startete Tag zwei noch vor der ersten Opening-Keynote mit einem »WarmUp«, welches seine Bezeichnung zurecht trägt. Gemeinsam mit einer Physiotherapeutin und den Moderatoren durften die Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Professionell ausgestattete Basis für die digitale Konferenz: das Studio für die zentrale Moderation. (Fotos: dotSource)



Programm des zweiten Konferenztages im Graphic Recording.

mit leichten Lockerungs- und Kräftigungsübungen in den zweiten Tag starten, was von vielen freudig angenommen wurde und für positives Feedback sorgte.

HYBRIDE AUSSICHTEN FÜR DIE ZUKUNFT

Trotz des digitalen Erfolgs, trotz des umfangreichen Know-Hows, welches innerhalb der letzten Monate aufgebaut wurde und trotz des vielen guten Teilnehmer-Feedbacks soll – sofern möglich – die Handelskraft Konferenz 2022 als Hybridevent, also sowohl physisch vor Ort als auch digital über Online-Kanäle besuchbar, stattfinden. Wer sich in der Zwischenzeit einen Eindruck von den vergangenen Veranstaltungen, den Speakern und der Umsetzung machen möchte, findet alle Aufzeichnungen auf der konferenz.handelskraft.de-Webseite.

Zudem können alle Interessierten von den Erfahrungen, Herausforderungen und bewährten Lösungs-

ansätzen profitieren: Die dotSource-Mediathek (www.dotsource.de/mediathek) bietet eine große Auswahl an Podcasts, Webinaren, Whitepapers, Success Stories und vieles mehr, bei denen u.a. die Themen Remote Work und Remote Events eine große Rolle spielen.

Event-seitig geht es Ende des Jahres mit der zweiten hauseigenen Veranstaltung weiter: Am 9. und 10. November 2021 legt die »B2B Digital Masters Convention« den Fokus wieder auf Digitalisierungsthemen im Business-to-Business-Umfeld. Ob bereits hier eine physische Veranstaltung mit zusätzlichem Stream über Online-Kanäle möglich ist, wird sich zeigen. Auch hier sind erste Einblicke über die Webseite möglich: b2b-dmc.de. ■



Warenwirtschaft

Damit die Arbeit wieder Spaß macht:

Honisch & Partner · www.honitrade.de
--- Die Software mit der Biene ---
Tel. 02845 - 9599 11 · Fax - 9599 95



ADOLF RICHTER – STAHL-METALLE-KUNSTSTOFFE GMBH
ARBEITET KÜNFTIG MIT GEVIS ERP | BC

Mitarbeitende an Entscheidung beteiligt

Die Münsteraner GWS freut sich über einen weiteren Vertriebs Erfolg im technischen Großhandel. Von der rund 50 Mitarbeiter zählenden Adolf Richter – Stahl-Metalle-Kunststoffe GmbH in Kiel kam der Auftrag, bis zum Frühjahr 2022 die Software gevis ERP | BC plus verschiedene Add-On-Lösungen in den Bereichen Dokumenten-Management sowie Controlling zu installieren.

Mit gevis ERP | BC und den verschiedenen Add-On-Programmen verändert sich die IT-Landschaft bei Adolf Richter von Grund auf. „Wir nutzen aktuell“, berichtet Prokurist und IT-Leiter Peter Schnoor, „ein Warenwirtschaftssystem, das nur auf die Stahlbranche ausgerichtet ist. Da unser Sortiment heute aber mehr Sortimentsbereiche umfasst und das System zudem relativ alt ist, können wir damit heute notwendige Funktionen schwerlich oder gar nicht umsetzen.“ Hierzu zählen zum Beispiel der einfache Datenaustausch mit dem Kunden, die Verknüpfung mit Office-Programmen oder auch leistungsstarker eCommerce.“ Das zentrale Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens, nämlich als Vollsortimenter für unterschiedliche Warengruppen zu agieren, sei damit in der IT nur noch schwer abzubilden.

FUNDAMENTALE VERBESSERUNGEN IN DER IT

Mit der neuen Software verbessert sich dies nun fundamental. Der Händler, der Handwerker, produzierendes Gewerbe und Privatkunden rund um Kiel versorgt, erhält nicht nur ein papierloses Dokumentenmanagement, sondern über die Business Intelligence-

Lösung bis auch bislang nicht gekannte Auswertungen und Controlling-Möglichkeiten. Vorteile ergeben sich zudem aus der geplanten Verknüpfung des Nordwest eShops mit der ERP-Lösung und dem Webclient, der den Zugriff auf die Systeme von jedem Punkt der Erde und mit jedem Endgerät ermöglicht.

Die geplante Einführung einer Telematik-Software gilt als weiterer wichtiger Pluspunkt. Mithilfe des Programms sollen elektronische Lieferscheine übermittelt und auch die Zeiten der Anlieferung beim Kunden exakt vorherzusagen sein.

Große Potenziale erwarten die Verantwortlichen außerdem von den Schnittstellen zu den verschiedenen Abrechnungs- und Logistikprozessen beim Einkaufsverband Nordwest Handel AG. Diese EDI-Funktionen ermöglichen unter anderem den Zugriff auf das Zentrallager, den Austausch von Katalogdaten und die papierlose Rechnungsabwicklung.

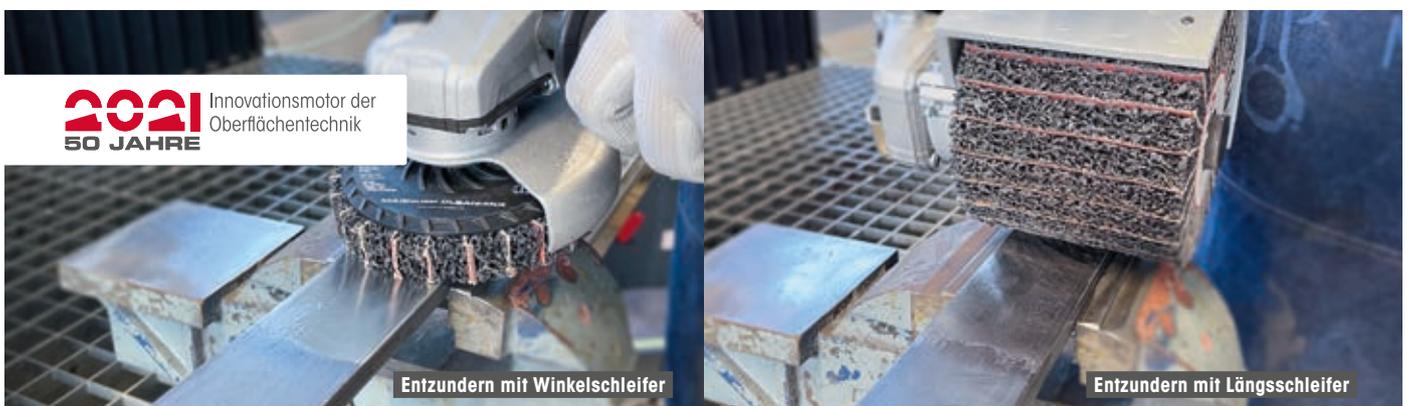
Ein wichtiger Aspekt der neuen Lösung ist laut Schnoor auch die nun mögliche verstärkte Ausrichtung auf die nächste Generation. „Junge Mitarbeiter“, betont Schnoor, „sind es heute einfach gewohnt, mit Windows-Oberflächen zu arbeiten. Gehen wir darauf



Von der Adolf Richter – Stahl-Metalle-Kunststoffe GmbH in Kiel erhielt GWS den Auftrag, bis zum Frühjahr 2022 die Software gevis ERP | BC plus verschiedene Add-On-Lösungen in den Bereichen Dokumenten-Management sowie Controlling zu installieren. Ausschlaggebend für die Beauftragung waren Microsoft als Basis, die bereits vorhandenen Schnittstellen zum Einkaufsverband Nordwest Handel AG sowie die vielen Referenzen im segmentübergreifenden Großhandel. (Foto: Adolf Richter)

nicht ein, verlieren wir sie und kommen in das Problem des Fachkräftemangels.“ Wie stark die Mitarbeiterorientierung bei Adolf Richter generell ist, zeigte sich auch bei der Auswahl der ERP-Software. Um die Wünsche der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen so stark wie möglich zu berücksichtigen und sie von Anfang an mit in Veränderungsprozesse einzubinden, wurde eine sogenannte WaWi-Gruppe gebildet. Diese war bei allen Präsentationen der Anbieter anwesend und wird auch zukünftig die neuen digitalen Prozesse maßgeblich mitgestalten.

Um das Projekt wie geplant umsetzen zu können, entschied sich die Adolf Richter – Stahl-Metalle-Kunststoffe GmbH, Fördergelder des Landes Schleswig-Holstein zu beantragen. Der Titel im Antrag lautete offiziell „Kundenbindung 2025“, der interne Slogan: „Mache Deinen Kunden zum Fan“. ■



2021 Innovationsmotor der
50 JAHRE Oberflächentechnik

Blitzschnelles Entzundern in nur einem Arbeitsschritt mit CLEAN-MIX

Der schnellste Weg, um Metalle zu Entzundern, Entrosten und Entgraten! Reinigungsscheiben und Walzen mit Schleiflamellen-Zwischenlagen! Starker Reinigungseffekt und hohe Lebensdauer.


EISENBLÄTTER
Simply better ideas.

www.eisenblaetter.de

6. PVH-Kongress
PVH-Kongress goes digital
 Freitag, 19. März 2021

- Marktuntersuchung
- Praxisbericht des Zukunftsthemas „Drohnen“
- Praxisbericht des Einsatzes von „Big Data“

09.33 Uhr Begrüßung und Einführung durch Thomas Dammann, ZHH, und Stefan Horst, FWI

09.40 Uhr – 10.30 Uhr PVH Markt- und Zukunftsanalyse – Digitalisierungsdruck in Zeiten der Krise
 Referent: Dr. Kai Hudetz, IFH in Köln

10.30 Uhr – 11.05 Uhr Big Data & Künstliche Intelligenz: Potenziale und Handlungsbedarf
 Referent: Karl Grohe, P. Grohe GmbH, Bruneck, Italien

11.05 Uhr – 11.40 Uhr Per Drohne zum Kunden – Warenlieferung von Morgen
 Referent: Norman Koerschulte, Karl Koerschulte GmbH, Lüdenschheid

11.40 Uhr Schlusswort und Zusammenfassung durch Kurt Radermacher, FDM, und Cornelius Eich, ZVEI

anschließend Ehrungen der „Partner des PVH 2020“
 Moderation: Thomas Dammann

Mit freundlicher Unterstützung von:

Programm, Akteure und Sponsoren des 6. PVH-Kongress. (Abb.: ZHH)

Unterstützt von zahlreichen Sponsoren konnte der 6. PVH-Kongress als kostenfreies Event realisiert werden. Das IFH in Köln stellte seine Räumlichkeiten zur Verfügung und brachte auch seine technische Expertise bei der Abwicklung von Konferenzen im Netz ein. So konnten Thomas Dammann vom ZHH und Stefan Horst vom FWI im Namen der veranstaltenden Verbände FDM, FWI, ZHH und ZVEI die Teilnehmerinnen und Teilnehmer an den Bildschirmen begrüßen.

Die von den Moderatoren im Eingangsstatement angesprochenen Auswirkungen der Pandemie und die starken Veränderungen hin zum Digitalen zeigten sich auch im Programm der Veranstaltung: Die Kongress-Kurzfassung widmete sich den drei Themen Marktstudie, Big Data und KI sowie der Warenlieferung per Drohne. Format und Themen also ganz im Zeichen der Zeit.

Wie gewohnt stringent führte Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des IFH in Köln, die Teilnehmerinnen und

Diese Unternehmen bewertete der Fachhandel in den einzelnen Bereichen am besten:

Arbeitsschutz:

1. Platz Lemaitre
2. Platz fhb-Original
3. Platz Mascot

Schleif-/Trennmittel:

1. Platz Rüggeberg/Pferd
2. Platz Saint-Gobain
3. Platz Klingsspor

Befestigungstechnik:

1. Platz Fischerwerke
2. Platz Gesipa
3. Platz Heco-Schrauben

Handwerkzeuge:

1. Platz Wera Werkzeuge
2. Platz Wiha Werkzeuge
3. Platz Elora-Werkzeugfabrik

Betriebsausstattung:

1. Platz Günzburger Steigtechnik
2. Platz Euroline
3. Platz Bedrunka + Hirth

Präzisionswerkzeuge:

1. Platz Projahn
2. Platz Famag
3. Platz Edessó Tools and More

Messwerkzeuge:

1. Platz Sola-Messwerkzeuge
2. Platz Stabila
3. Platz Stanley

Chemische Erzeugnisse:

1. Platz Weicon
2. Platz Beko
3. Platz Caramba

Die ausführlichen Ergebnisse mit allen Bewertungen sind unter der Rubrik „Aktuelles“ – „Partnerwahlen“ auf der Internetseite des ZHH zu finden.

6. PVH-KONGRESS

Digitale Inhalte digital umgesetzt

Kameras und Mikrofone funktionierten und auch das Netz gab keinen Grund zur Beanstandung: Um kurz nach halb zehn startete am 19. März der 6. PVH-Kongress, der erste in Form einer digitalen Veranstaltung. In der Spitze schalteten sich knapp 270 Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu. Spannende Themen, eine solide Moderation und pointierte Fragen machten die insgesamt 3-Stunden-Veranstaltung zur kurzweiligen Angelegenheit. Im Anschluss fand die Ehrung der PVH-Partner des Jahres 2020 statt – selbstverständlich auch digital.

Der Post nach dem Kongress: Dr. Kai Hudetz verlinkt sein resümierendes Gespräch mit Moderator Thomas Dammann (links im Bild) über LinkedIn. (Screenshot 25. März 2021)

Teilnehmer durch die neuesten Zahlen der Branchenstudie, die inzwischen zum sechsten Mal aufgelegt wurde und dadurch auf Vergleichszahlen mit großem Vorlauf blicken kann. Die sich daraus abzulesenden Tendenzen machen die Studie zu „einer ganz besonderen Untersuchung“, so Dr. Hudetz. Wenig überraschend war das Zahlenwerk zur Digitalisierung der Branche, auch wenn oder gerade dadurch, dass die Corona-Entwicklung noch nicht vollumfänglich eingerechnet ist und größere Veränderungen möglicherweise in den Studienzahlen noch bevorstehen. Tendenziell zeigen die aktuellen Zahlen eine Fortschreibung der in den Vorstudien festgestellten Tendenzen, von den nicht zufriedengestellten Hersteller-Erwartungen an den Handel bis hin zur hohen Bedeutung von Services bei den Kunden. Gerade hier sieht das IFH wichtiges Potenzial für die Konkurrenzfähigkeit des PVH und gleichzeitig noch viel Luft nach oben. Die Charts der Marktstudie können gegen eine Gebühr in Höhe von 95 Euro netto in der Geschäftsstelle des ZHH erworben werden. Diese Einnahmen dienen noch mit zur Refinanzierung der Studie und des Kongresses.

Die beiden anderen Präsentationen des digitalen Kongresses kamen aus der Mitte des PVH: Karl Grohe,



PVHler aus Bruneck, Italien, berichtete theoretisch und strategisch über Big Data und den Einsatz von KI im Handel. Einblicke in die Warenlieferung von Morgen gab Norman Koerschulte von der Karl Koerschulte GmbH in Lüdenscheid, der sein Projekt der Lieferung per Drohne, das bereits umgesetzt wird, darstellte. Die Charts der Praxisvorträge stehen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern kostenfrei zur Verfügung.

Warenwirtschaft

Damit die Arbeit wieder Spaß macht:

Honisch & Partner · www.honitrade.de
--- Die Software mit der Biene ---
Tel. 02845 - 9599 11 · Fax - 9599 95



Die ersten Rückmeldungen auf den Kongress fallen laut ZHH-Geschäftsführer Thomas Dammann ausgesprochen positiv aus, trotzdem wird alles daran gesetzt, den 7. PVH-Kongress dann in 2023 wieder als Präsenzveranstaltung durchführen zu können.

DIE PARTNER DES PVH 2020

Auch in Corona-Zeiten führte der Arbeitskreis Werkzeuge (AKW) im ZHH nun zum 21. Mal in den letzten Wochen die Partnerwahl des PVH in den Bereichen Handwerkzeuge, Präzisionswerkzeuge, Betriebseinrichtung, Befestigungstechnik, Arbeitsschutz, Schleif-/Trennmittel, Messwerkzeuge und Chemische Produkte durch. Der Fachhandel der Hartwarenbranche mit einem Werkzeugsortiment, unabhängig von einer Verbandszugehörigkeit zum ZHH, war zum Jahresbeginn aufgerufen, seine Industriepartner des Jahres 2020 hinsichtlich Fachhandelstreue, realisierte Marge/Marktpflege, Abverkaufsunterstützung, Produktinnovation, Daten- und Digitalisierungsqualität und Reklamationsverhalten zu bewerten. Der Rücklauf der rund 1.500 angeschriebenen Unternehmen lag bei 5,7 Prozent. ■

Schleifen ist WOW!

Von grob bis fein. So schnell, dass man nicht aufhören will!

- In **wenigen Schritten** zum optimalen Ergebnis
- Innovatives, **breites Werkzeugprogramm** mit System
- **Prozesskosten sparen** durch einzigartiges PFERD-Know-how

Finden Sie jetzt mit Ihrem PFERD-Berater - online oder vor Ort - die für Ihre Bearbeitungsaufgaben **optimalen und wirtschaftlichsten** Werkzeuglösungen.



Informationen zu unseren innovativen Produkten und Dienstleistungen finden Sie auf unserer Webseite.

www.pferd.com

VERTRAU BLAU

DIGITALE VERSION DER LUZERNER HARDWARE

Die richtigen Menschen zusammenführen

Wir alle sammeln Erfahrungen mit digitalen Veranstaltungen und dabei auch mit den Netzversionen von Branchenmessen. Nach der Münchner BAU im Januar wurde auch die für den westlichen Alpenraum wichtige Hardware, die normalerweise am Standort Luzern durchgeführt wird, digitalisiert. Die Messe war gleichzeitig der Start eines neuen Portals für die Branchenkommunikation mit Namen H3.plus.

Vom 10. bis 24. Januar 2021 fand die Hardware erstmals im digitalen Format statt. Insgesamt haben sich 1.600 Fachpersonen für die «Hardware digital» registriert. Jeder Besucher und jede Besucherin hat sich durchschnittlich achtmal an der «Hardware digital» eingeloggt und dabei 40 Beiträge der Aussteller angeschaut. Den Fachpersonen standen rund 250 Beiträge der Aussteller sowie 13 Webinare zur Verfügung. Und diese sind auf Interesse gestossen: So wurden während der «Hardware digital» rund 75.000 Seitenaufrufe verzeichnet.

Mit diesen Zahlen zeigen sich die Verantwortlichen zufrieden. Im Sommer 2020 musste die Hardware in Luzern aufgrund der Corona-Pandemie abgesagt werden. Damit sich die Eisenwaren- und Werkzeugbranche trotzdem treffen und sich über Neuheiten und Trends informieren kann, hat man mit der «Hardware digital» eine optimale Plattform geschaffen. Christoph Rotermond, Geschäftsführer Swissavant – Wirtschaftsverband Handwerk und Haushalt, zieht ein positives Fazit: «Die «Hardware digital» hat für mich Pioniergeist, Zukunftsglaube und Flexibilität bewiesen. Ich bin ein weiteres Mal unglaublich überrascht sowie stolz auf unsere vielfältige Branche.»

Mit dem Abschluss der «Hardware digital» wurde der neue digitale Branchentreffpunkt H3.plus lanciert.

Mit H3.plus steht ein permanenter Branchentreffpunkt zur Verfügung.

Auf H3.plus kommen Anbieter und Akteure aus der Eisenwaren- und Werkzeugbranche zusammen, um sich über Neuheiten, Lösungen oder Veranstaltungen zu informieren oder neues Fachwissen zu erlangen – und dies während 365 Tagen im Jahr.

Die nächste Leistungsschau der Schweizer Werkzeug- und Eisenwarenbranche, die Hardware, findet vom 15. bis 17. Januar 2023 in der Messe Luzern statt – soweit die aktuelle Planung.

DREI FRAGEN AN RENATE ULRICH, LEITERIN DER HARDWARE

Profibörse: In welcher Relation stehen die 1.600 Besucherinnen und Besucher und die Zahl der Aussteller der Hardware digital zu den Zahlen der Präsenzveranstaltung?

Ulrich: Bei der letzten Hardware in Luzern (2019) durften wir 2.000 Besucherinnen und Besucher begrüßen. An der Hardware digital hatten wir 1.600, also rund 80 Prozent. Jedoch muss man beachten, dass die 1.600 Besuchenden durchschnittlich achtmal die Hardware digital besucht haben und somit mehrmals zurückgekehrt sind. Wir sind mit den erreichten Besucherzahlen sehr zufrieden. Wir hatten auch etwas weniger Aussteller, die beim digitalen Format dabei waren.

Wodurch unterscheidet sich die Hardware digital von H3.plus?

Im Januar 2023 soll es wieder soweit sein: die nächste Hardware in der Messe Luzern.



Renate Ulrich, Messeleiterin der Hardware in Luzern. (Fotos: Messe Luzern)

Die Hardware digital war die Alternative zur analogen Messe in Luzern. Das heisst, die Hardware digital war zeitlich begrenzt (während zwei Wochen) und bot mit verschiedenen Webinaren ein Rahmenprogramm. H3.plus hingegen ist ein permanenter Branchentreffpunkt, der während 365 Tagen im Jahr zugänglich ist. Entsprechend gibt es auf H3.plus auch keine Live-Veranstaltungen. Die Funktionsweise und die Inhalte sind aber gleich.

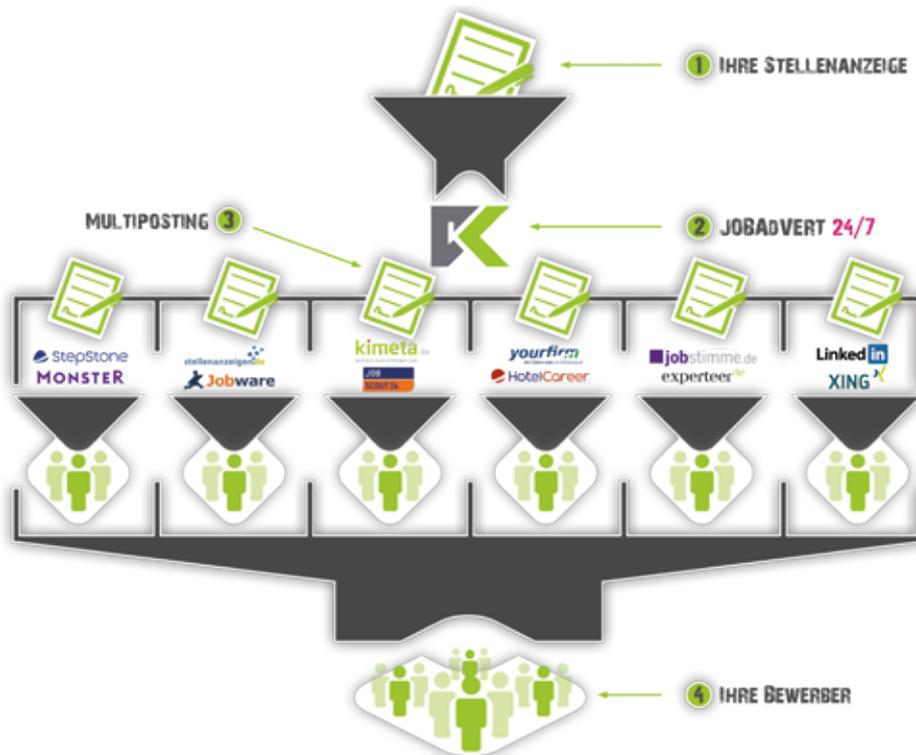
Wie hybrid werden zukünftig Messen sein und wie wird dies das Bild und die Größenordnungen von Messen verändern?

Wir setzen in Zukunft nicht auf hybride Messeformen, sondern auf eine Kombination von analogen und digitalen Kanälen. Wir wollen das Zusammenspiel von physischer Messe und digitalem Informationskanal neu gestalten – und das sehr vielversprechend für alle. Wir sind überzeugt, dass es für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit die Kombination von digital und analog braucht.

Aussteller können sich vor der Messe bereits mit wichtigen Informationen online präsentieren und die Besuchenden sich vertieft mit den Inhalten der Messe auseinandersetzen. Das Treffen an der Messe findet dann auf einem ganz anderen Level statt und führt zu qualitativ wertvollen Leads.

Aus diesem Grund wird in Zukunft der Content über dem Quadratmeter stehen. Messeplätze entwickeln sich zunehmend zu Marketing- und Kommunikationsdienstleistern, die innerhalb einer Branche die richtigen Menschen zusammenführen – analog und digital. ■





KREBS CONSULTING BIETET JOBADVERT 24/7

Effizientes Recruiting Tool für den PVH

Sichtbarkeit ist nicht allein das Stichwort für den Onlineshop und die hauseigene Website. Auch bei der Suche nach neuen Mitarbeitern (m/w/d) ist die Sichtbarkeit der Stellenausschreibung sowie eine starke Arbeitgebermarke unerlässlich. Da helfen die klassischen Kommunikationswege oft nicht sehr weit. Mit JobAdvert 24/7 hat die auf die Werkzeugbranche spezialisierte Krebs Consulting ein Tool entwickelt, das speziell den Produktionsverbindungshandel bei dieser Suche unterstützt.

Dass es einen hohen Bedarf neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im PVH gibt, ist keine leere Behauptung eines Beratungsunternehmens, Krebs Consulting kann dies im Faktencheck mit Zahlen belegen. Im Rahmen eines Marktrechercheprojektes wurden die Websites aller Mitglieder der Einkaufsverbände EDE und Nordwest im Hinblick auf die dort aufgelisteten Stellenausschreibungen durchsucht. Herausgekommen ist ein Durchschnitt von sechs bis acht offenen Stellen, die je Website offeriert wurden. Damit lässt sich schnell hochrechnen, dass hier mehrere tausend offene Stellen zu besetzen sind. Dabei konkurriert der PVH mit vielen anderen Unternehmen, bei denen der Bedarf ebenfalls groß ist und die oft im Hinblick auf die Bezahlung über ein größeres Potenzial verfügen. Deshalb ist ein zielgenaues Recruiting für den Handel immens wichtig.

„Oft werden von den Händlern noch die klassischen Wege bei der Stellenbesetzung beschritten: Die Veröffentlichung auf der eigenen Website, ja sogar die Anzeige in der regionalen Zeitung sind heute noch teil-

weise vorhanden“, berichtet Matthias Krebs, Geschäftsführer von Krebs Consulting. Über diese Wege, da ist er sich sicher, die richtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden, ist ausgesprochen schwierig bis



JobAdvert 24/7 ist das auf den PVH zugeschnittene Multiposting-Konzept für die effektive Suche nach den richtigen Mitarbeitern (m/w/d).

nahezu unmöglich. „Postings auf den Social Media-Kanälen wie zum Beispiel Facebook sind grundsätzlich der richtige Ansatz, nur ohne ein zu-Ende-gedachtes Recruiting-Konzept wenig zielführend“, so der Unternehmensberater. „Auch Einzelschaltungen über Jobportale sind verhältnismäßig teuer und bringen nur selten den gewünschten Erfolg“, führt Matthias Krebs weiter aus, „heutzutage geht es nicht mehr darum, die Masse an Bewerbungen zu erhalten, sondern das Erreichen der „Richtigen“ für die jeweilige Aufgabe und Situation ist das Ziel. Das erreicht man nur mit einem auf die Branche und Position abgestimmtes Produkt.“

Um das Lottogefühl im Bewerberglücksspiel zu minimieren, hat der Berater ein auf die Werkzeugbranche – und hier gerade auf den Produktionsverbindungshandel – hin konzipiertes Gesamtpaket entwickelt, das, wie Beispiele zeigen, mit hoher Effektivität die gewünschten Ergebnisse liefert. Der Name: JobAdvert 24/7.

KANDIDATEN WOLLEN EINBLICKE INS UNTERNEHMEN

Die Grundlage von JobAdvert 24/7 ist die zielgenaue Ansprache potenzieller Bewerberinnen und Bewerber über die zahlreichen digitalen Jobbörsen, von denen StepStone oder Monster zu den bekanntesten ihrer Art gehören. Aber auch die klassischen Businessnetzwerke wie LinkedIn oder Xing sowie Social Media insgesamt sind für das Recruiting wichtige Kanäle. Bis zu 250 davon bestückt, je nach Spezifikation der ausgeschriebenen Stelle, Krebs Consulting. Vom Gießkannenprinzip wird hier aber kein Gebrauch gemacht: „Wir richten die Auswahl je nach Region und/oder Anforderungsprofil aus und beraten die Händler, in welchen Kanälen wir aktiv werden. Darüber hinaus umfasst das Angebot das Lektorat, das bedeutet, wir optimieren die Stellenausschreibungen in Bezug auf Text, Anzeigentitel, Layout und Design.“ Die Ziele dieses Multiposting-Konzeptes sind es, einerseits über den regionalen Rahmen hinaus sichtbar zu werden, andererseits auch Zielgruppen zu erreichen, die mit den herkömmlichen Mitteln nicht angesprochen werden. „Gerade jüngere Zielgruppen, und diese werden vom Handel in vielen Fällen gesucht, sind auf den digitalen Kanälen unterwegs“, so Matthias Krebs.

Einen weiteren Vorteil sieht Krebs in den erweiterten Möglichkeiten, die diese digitalen Stellenausschreibungen bieten. So lassen sich Elemente wie beispielsweise ein Imagefilm oder ein Video zur Stellen- und Firmenbeschreibung integrieren, um ein Gesamtbild des

Josef Bröckling, Geschäftsführer bei Ullner u. Ullner in Paderborn ist mit JobAdvert 24/7 ausgesprochen zufrieden. (Foto: Ullner u. Ullner)

Unternehmens zu zeigen. Dahinter steckt die Erfahrung, dass sich Bewerberinnen und Bewerber heute intensiv mit zukünftigen Arbeitgebern befassen, bevor der Schritt zur Kontaktaufnahme erfolgt. Um hier als Handelshaus wahrgenommen und die Vorteile der oft inhabergeführten Unternehmen herauszustellen, ist es wichtig, rät Matthias Krebs, dies auch herauszustellen – frei nach dem Motto: Sei gut und rede darüber.

ZUFRIEDENE PVHLER

Im Handel liegt das Recruiting oft auf dem Schreibtisch der Geschäftsführung – neben vielen anderen Aufgabenstellungen. Da ist es ein wichtiger Vorteil von JobAdvert 24/7, auf nur einen Ansprechpartner zurückgreifen zu können, der über 20 Jahre Erfahrung aus der Werkzeugbranche mitbringt und somit die Bedürfnisse der PVHler sowie die Bandbreite der Jobbörsen im Blick hat und die spezifischen Ausrichtungen der Plattformen kennt. „Selbst dann, wenn man sich als



Matthias Krebs, Geschäftsführer von Krebs Consulting. (Fotos: Krebs)

Handelshaus entschlossen hat, über den digitalen Weg auf die Suche zu gehen, ist die Vielzahl der Angebote ein großes Hindernis“, weiß Matthias Krebs zu berichten, „das wir mit unserer Erfahrung und Überblick leicht aus dem Weg räumen.“

Ziel des Recruiting-Tools von Krebs Consulting ist es, den Händlern bei der Suche nach neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zum einen eine Auswahl zu bieten, statt notgedrungen jemanden einstellen zu müssen, zum anderen aber auch nicht nur die Zahl für

die Wahlmöglichkeit zu erhöhen, sondern durch das entsprechende Zielgruppenmarketing die richtigen Bewerberinnen und Bewerber herauszufiltern und für den zukünftigen Job zu begeistern.

Zu den Produktionsverbindungshändlern, die JobAdvert 24/7 bereits einsetzen, gehört Josef Bröckling, Geschäftsführer beim Paderborner PVHler Ullner u. Ullner. Seine Einschätzung: „Im Januar 2021 galt es bei Ullner u. Ullner GmbH die Stelle eines Technischen Vertriebsmitarbeiters für Präzisionswerkzeuge zu besetzen. Für das Stellenmarketing schalteten wir Krebs Consulting ein. Vom ersten Kontakt bis zur Umsetzung der Stellenausschreibung waren wir mit der Arbeit von Krebs Consulting sehr zufrieden. Herr Krebs kümmerte sich persönlich um die Abwicklung unseres Auftrages, der die Auswahl relevanter Job-Portale, das Lektorat, die Verschlagwortung und ATML Programmierung, die AGG Prüfung sowie das Schalten unserer Anzeige umfasste. In sehr kurzer Zeit gingen qualifizierte Bewerbungen ein, was unter anderem auf die Auswahl der „richtigen“ Job-Portale durch Krebs Consulting zurückzuführen ist. Entsprechend unseren Vorstellungen konnten wir die Stelle schnell und qualifiziert besetzen. Gern empfehlen wir Krebs Consulting als professionelle Personalberatung weiter.“ Dem ist dann nicht mehr viel hinzuzufügen. ■

DIE SNOOPSTAR-APP MACHT PRINT LEBENDIG

Kuratiert zum Mehrwert reisen

Wenn aus statischen Bildern digitale Welten werden, dann ist wahrscheinlich Snoopstar im Spiel. Denn über diese App lassen sich einzelne Fotos oder Seiten in Printmagazinen und Katalogen direkt mit dem Internet verbinden. Und dabei werden keine Umwege über Suchmaschinen und Bruchstellen gemacht: Der Interessent landet garantiert dort, wo er hin soll. Auch im B2B und der Werkzeugbranche wird die App schon eingesetzt.

Die Technik lassen wir jetzt außen vor, was zählt, ist der Effekt: kurz die Kamera des Smartphones auf die versnoopte Seite einer Zeitschrift oder eines Kataloges halten, schon taucht man in die virtuelle Welt dahinter ein – nicht irgendeine Welt, sondern genau die Welt, in der der App-Nutzer sich wiederfinden soll.

Wie ist der bislang immer noch übliche Weg von der erzielten Aufmerksamkeit in einem Printmedium hin zur digitalen Information über das entsprechende Produkt? Die Leserin oder der Leser bekundet ihr Interesse daran in einer Suchmaschine. Und von da an wird es diffus.

Denn in das Suchfeld wird sicherlich nicht der Absender des Kataloges oder Magazins eingegeben, sondern das konkrete Produkt. Und das, was sich eine durchgängige Customer Journey nennt, wird spätestens an diesem Punkt zur brüchigen Hängebrücke. Ähnlich dem „Aufgeben“ eines Briefes erfolgt hier die Abgabe der Kundin und des Kunden an das Ranking der Suchmaschine. Die Wahrscheinlichkeit, dass dann im nächsten Schritt zum ursprünglichen Absender der Botschaft zurückgefunden wird, ist gering – für die Investition in das Marketing und die Werbung auf jeden Fall zu gering.

Print wird lebendig: Mit der Snoopstar-App können Videos und andere Inhalte von einer Magazinseite oder dem Verkaufsregal einfach ins Smartphone geladen werden. Die Präsenz bei Aldi Süd-Prospekten liefert 21 Millionen Kontakte pro Woche. (Fotos: Snoopstar)





Bodo Schiefer, Geschäftsführer und verantwortlich für die Vermarktung der Snoopstar-App.

Bodo Schiefer, Geschäftsführer und verantwortlich für die Vermarktung der Snoopstar-App, beschreibt es mit einem anschaulichen Beispiel aus seinem Kundenkreis: „Die Telekom bewirbt in einem Prospekt mit hoher Druckauflage ein Smartphone zu einem Sonderpreis und löst damit einen Wunsch aus. Die normale Reaktion der Leserin und des Lesers ist es, den Typ des Smartphones in die Suchmaschine einzugeben, sicherlich (und werbetechnisch belegt) eher das, als die Telekom. Je nach Ranking kann sich dann die Konkurrenz freuen, dass der Prospekt zig tausendfach verteilt worden ist.“ Der Ansatz von Snoopstar ist deshalb der kuratierte Verlauf der Customer Journey von der Printseite bis hin zur Information mit Mehrwert, ohne die Kundin oder den Kunden auf unkontrollierte Abwege zu lassen. Von da aus ist der Schritt zum Einkauf dann nicht mehr so weit.

„Print ist eigentlich ein passives Medium“, so Bodo Schiefer, „das sich durch Snoopstar aktivieren lässt.“ Dabei geht die App einen deutlichen Schritt weiter als ein QR-Code. Dieser kann lediglich eine einzelne, begrenzte Verlinkung zu einer Website bzw. Microsite herstellen, während die App das Eintauchen in verschiedenste und auf einer versnoopten Seite auch mehrere digitale Elemente ermöglicht.

WICHTIG IST DER MEHRWERT

Der direkte Weg von einem abgebildeten Produkt zum Einkauf in einem Webshop ist aber nicht das, was die Snoopstar-Initiatoren als erfolgsbringend ansehen – und die Erfahrungen, die sie mit der Verwendung der App sammeln, geben ihnen recht. Und auch digitale Gimmicks zeigen in der Resonanz wenig Erfolg. „Die Erwartungen zielen auf verwertbare Zusatzinformationen, ob im B2C- oder B2B-Umfeld“, berichtet Schiefer und führt das Beispiel eines großen Parfümeriefilialisten an, der sein Kundenmagazin in der Anfangsphase von der ersten bis zur letzten Seite versnoopt hat und in den meisten Fällen direkt zum Onlineshop „kuratierte“. Heute werden aufgrund der erhaltenen Resonanz nur einzelne Seiten im Magazin App-fähig umgesetzt und diese führen immer zu einer relevanten Zusatzinfor-

mation zum Beispiel zu Produkten, Anwendungen oder Wirkstoffen. Snoopstar verhilft so zu einer längeren und tieferen Auseinandersetzung mit Angebot und Hersteller.

Das Feedback der Nutzer auf die Angebote führte auch bei Aldi Süd, die ihre wöchentlichen Prospekte ebenfalls punktuell versnoopen, zu neuen Inhalten und praktischem Mehrwert. So wird beispielsweise heute eine Rezeptliste inklusive Einkaufszettel für den Wocheneinkauf angeboten, wo es zu Beginn nur die Rezeptideen gab. Und durch die schlanke und für die Nutzer conveniente Customer Journey werden aus Ausprobierern ganz schnell treue Snooper.

„Durch die 21 Millionen Kontakte pro Woche via Aldi Süd-Prospekt kommen immer mehr Menschen in Berührung mit der App“, berichtet Bodo Schiefer. Damit wird der „Sprung“ vom privaten in das geschäftliche Umfeld einfacher. Aber auch auf der reinen B2B-Ebene gewinnt die App immer mehr Zuspruch. Das liegt nicht zuletzt an dem umfangreichen Potenzial, das sich mit ihr erschließen lässt. Derzeit liegt die App bei knapp 200.000 Downloads, Tendenz weiter deutlich steigend.

PRINT IST NICHT NUR EIN KATALOG

Die Snoopstar-App reagiert nicht allein auf Prospekt-, Katalog- oder Magazineseiten. Nahezu alles, was als Druckerzeugnis erstellt wird, lässt sich versnoopen. Das kann eine Verpackung ebenso sein wie ein Topschild in der PoS-Präsentation oder bei einer Messe. Und auch ein Flaschenetikett – wenn die Krümmung nicht zu groß ist – funktioniert. Denn der Vorteil von Snoopstar ist es, dass keine besondere Drucktechnik eingesetzt werden muss und auch Gedrucktes, wie beispielsweise Verpackungen, im Nachhinein appfähig gemacht werden können.

„Oft ist bei den Marken umfangreiches Material vorhanden“, beschreibt Bodo Schiefer die Situation und verweist auf die oft im großen Fundus des YouTube-Kanals hinterlegten, in der Regel aufwändig und gut gemachten Videos. „Der Weg dahin ist aber für diejenigen, die als Zuschauer gewonnen werden sollen, zu lang und nur mit Durchhaltevermögen zu erreichen.“ Wenn Elemente einer Printseite dagegen direkt dort hinführen, liegen diese mehrwertigen Inhalte ganz nah.

Aufgrund der hohen Flexibilität des App-Einsatzes mit der Nutzung vorhandenen Contents und ohne zusätzlichen technischen Aufwand auf der Druckseite bezieht sich die Flexibilität auch auf die Budgets, die notwendig sind, Print lebendig zu machen. „Snoopstar eignet sich so auch beispielsweise beim Prospekt eines Händlers dafür, Aufmerksamkeit und Mehrwert zu schaffen“, so Bodo Schiefer, „und die weitere Verbreitung der App ist uns auch etwas wert.“ ■

Immer aktuell informiert!



Melden Sie sich jetzt zum neuen Branchen-N Newsletter der ProfiBörse an unter:

fz-profiboerse.de/newsletter

So erhalten Sie alle 14 Tage Neuigkeiten und Relevantes aus der und für die Werkzeugbranche.



Die EIS-Zentrale in Köln. (Fotos: EIS)

durchgeführt. Und um die Liquidität der Anschlusshäuser zu unterstützen, ist es im Gespräch mit den Lieferanten gelungen, mit weiteren Partnern aus der Industrie unterjährige Bonuszahlungen zu vereinbaren. An den grundsätzlichen Aufgabenstellungen als zentrale Vermittlungsstelle hat sich also nichts verändert. Das Ziel, Möglichkeiten der Kostendegression durch Einkaufsbündelung und Zentralregulierung, durch ein Vorantreiben der Digitalisierung sowie durch zentrale Aufgaben des Marketings für die angeschlossenen Handelshäuser zu realisieren, bleibt nach wie vor bestehen.

Die Digitalisierung auch des B2B-Handels schreitet immer weiter voran. Muss ein Einkaufsverband zukünftig mehr IT-Dienstleister und Social Media-Berater als Einkäufer sein?

Digitalisierung spielt bei unseren bisherigen Aktivitäten und bei den Überlegungen zu den zukünftigen Herausforderungen eine bedeutende Rolle. Als ein Beispiel möchte ich die Bereitstellung von qualifizierten Produktdaten nennen. Wir stellen den Mitgliedern über unser Extranet professionell klassifizierte und immer aktuell gepflegte elektronische Artikeldaten zur Verfügung. Diese liefern wir in Form von Merkmalen, Bilddaten und bei Bedarf auch als BMEcat. Wir haben dafür unter dem Titel eis-class einen eigenen Klassifizierungsstandard aufgebaut, den wir stetig weiterentwickeln. Dieser Aufwand ist notwendig, um den Handelshäusern strukturierte und sortimentsübergreifende Werbemittel zur Verfügung stellen zu können, die in unserem Gruppen-Webshop auch digital abgebildet werden. Selbstverständlich engagieren wir uns auch in der Branche für die weitere Datenqualifizierung und sind bspw. Mitglied bei ETIM, um Synergien bei der Klassifizierung zu erzielen und einen Branchenstandard mitgestalten zu können.

Ein weiteres Beispiel ist das elektronische Blätter-Katalogportal Oxomi, das bereits mehr als 80 Prozent unserer Anschlusshäuser im Einsatz haben. Mit Oxomi ist eine prozesseffiziente digitale Produktsuche in einer Vielzahl von Katalogen möglich. Zudem ist hier eine große Anzahl an Dokumenten, Videos und Bildern zu bestimmten Artikeln verfügbar.

Trifft dies auch auf den immer wichtiger werdenden Bereich des E-Commerce zu?

EIS WIRD 33 JAHRE

Starke Alleinstellung

Als Einkaufsgemeinschaft ohne Gewinnerzielungsabsicht sieht sich die EIS in der Tradition der Genossenschaft. Dass dieses Prinzip auch 33 Jahre nach der Gründung der EIS attraktiv und tragfähig ist, davon ist Geschäftsführer Oliver Boensch überzeugt, wie er im Interview klar herausstellt. Die Aufgabenstellung geht für ihn aber weit über das Bündeln von Einkaufsmengen hinaus. Sein Anspruch: Impulsgeber, Innovationstreiber und Moderator für die angeschlossenen Handelshäuser.

ProfiBörse: Mit welchen Pandemie-Auswirkungen hat die EIS es zu tun, wie startet die Einkaufsgemeinschaft ins Jubiläumsjahr?

Boensch: In der Sache wird es uns nicht anders gehen als den anderen Marktbeteiligten. Wir haben sehr früh reagiert und die persönlichen Begegnungen auf ein Minimum reduziert. Parallel wurden, um unsere Schnittstellenfunktion zwischen den Lieferanten und den Handelshäusern sicherzustellen, digitale Strukturen aufgebaut, die in der Gremienarbeit intensiv genutzt wurden und werden. Durch die Maßnahmen konnten wir den Regelbetrieb komplett aufrecht erhalten und ich möchte mich an dieser Stelle bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern noch einmal herzlich für ihren hohen Einsatz bedanken, der dies ermöglicht hat.

Auf dieser Basis hat sich das Jahr 2020 für die EIS und auch die Anschlusshäuser nach einem schwierigen Frühjahr gut entwickelt. Und auch der Start in diesem Jahr bewegt sich auf dem Vorjahresniveau, also auf dem Level vor der Pandemie.

Wir haben in der Zeit viel gelernt und sicher werden einige der Maßnahmen bestehen bleiben. Aber wir merken auch immer wieder, wie wichtig der persönliche Austausch auf allen Ebenen ist.

2017 wurde erstmalig die EIS-Hausmesse ausgerichtet. 2019 konnte bereits die doppelte Anzahl von Teilnehmern begrüßt werden.

Wie haben sich dabei die Aufgabenstellungen und Herausforderungen der Arbeit eines Einkaufsverbandes geändert?

Letztendlich haben wir unsere Aufgaben weitergeführt und sie an die Erfordernisse der Zeit angepasst. Als Informationsgeber für die Anschlusshäuser haben wir beispielsweise Themen wie Kurzarbeit, Überbrückungsgeld oder Hygienemaßnahmen zusammengefasst und in regelmäßigen Newslettern verteilt, bei den Werbemitteln haben wir u.a. spezielle Vertriebsbroschüren zu Hygieneartikeln erarbeitet und entsprechende Sortimentserweiterungen sowie spezielle Sammeleinkäufe





Oliver Boensch, Geschäftsführer der EIS.

Ja, hier sehen wir unsere Aufgabe einerseits in der Bereitstellung und Weiterentwicklung eines modernen Gruppen-Webshops, der aktuell von etwa der Hälfte unserer Mitglieder genutzt wird. Zudem bieten wir den Anschlusshäusern aber auch konzeptionelle Beratung bei der Entwicklung oder Weiterentwicklung einer spezifischen E-Commerce-Strategie. Da jeder Händler bei der Vertriebsform Onlinehandel eine mehr oder weniger unterschiedliche Ausgangslage aufweist, bieten wir den Anschlusshäusern an, die individuellen Vorstellungen im Rahmen von Workshops aufzunehmen, die jeweiligen Kundengruppen und Märkte zu analysieren und bei der Formulierung konkreter Ziele zu unterstützen. Die sich daraus ergebenden Projekte begleiten wir bis zur Umsetzung und bei Bedarf im Rahmen sich anschließender Prozess-Evaluation auch darüber hinaus.

Zum Thema Wissenstransfer im E-Commerce haben wir ganz aktuell eine Webinar-Reihe mit modularem Aufbau entwickelt, mit der den Anschlusshäusern im ersten Schritt einige Grundlagen, wie beispielsweise SEO und SEA, Newsletter-Marketing und E-Procurement vermittelt werden. Darauf aufbauend werden sich die Folge-Webinare mit den rechtlichen Rahmenbedingungen sowie auch mit einigen Praxisanwendungen, bspw. zur Webseitenoptimierung und zu Schnittstellenverknüpfungen zur Warenwirtschaft beschäftigen.

Sie arbeiten mit begrenzten Ressourcen, wie gehen Sie die Aufgabenstellungen der Kooperation an?

Für unseren Verband ist es wichtig, einen klaren strategischen Fokus zu haben, indem wir regelmäßig die relevanten Kernthemen identifizieren und diese dann planmäßig abarbeiten. Hierbei gilt es, die Ressourcen zielgerichtet einzuteilen. Wie dies aussieht, lässt sich über die letzten Jahre anhand einiger Beispiele verfolgen: 2016 sind wir ein Zentrallagerkonzept angegangen, das im Jahr darauf umgesetzt wurde, mit weitreichenden Folgen bis hin zum Beispiel in die Werbemittel. Ebenfalls seit 2016 haben wir uns intensiver als davor dem Beratungsmanagement mit den Hauptlieferanten gewidmet und jährlich bis zu 100 Jahresgespräche geführt, aus denen auch ein messbarer Zusatznutzen für die Mitglieder entstanden ist. 2017 stand dann die Erweiterung des Produktportfolios um den Bereich Baugeräte auf der Agenda, heute können wir auf eine respektable Mitgliedergruppe von renommierten Baugerätehändlern verweisen. Im gleichen Jahr haben wir unsere erste EIS-Hausmesse, den eis-profitreff, ausgerichtet, der 2019 mit doppelter Teilnehmerzahl erneut durchgeführt wurde und dessen dritte Auflage bereits für die Zeit nach der Pandemie konzipiert ist.

Als mittelständische Einheit wissen wir bei unseren vielfältigen Aufgaben die Qualität und das hohe Enga-

gleichzeitig aber auch eine hohe Konkurrenz. Als Arbeitgeber auf allen Ebenen attraktiv zu sein, ist eine wichtige Voraussetzung. Dass wir dazu in der Lage sind, beweisen die wiederholten Auszeichnungen der EIS durch das Focus Business Magazin und das Arbeitgeberbewertungsportal kununu.com als „TOP-Arbeitgeber Mittelstand“.

Welche Bedeutung hat ein zentrales Lager und entstehen durch das fehlende Lager Abhängigkeiten, die manchmal zu Kompromissen bei Strategie und Ausrichtung des Verbandes führen?

Ein Zentrallager ist für die Wettbewerbsfähigkeit insbesondere im Bereich Werkzeuge nicht zuletzt durch die Breite und Tiefe des Sortimentes unerlässlich. Dies umso mehr, als eine Entwicklung festzustellen ist, bei der die Verlässlichkeit und Vollständigkeit einer Bestellung sowie deren Lieferung innerhalb von 24 Stunden deutlich an Bedeutung gewonnen hat. Insofern stand eigentlich nicht die Frage, ob ein Zentrallager betrieben werden soll, sondern die Frage nach dem Wie. Die Entscheidung



Die EIS setzt konsequent die Digitalisierung im eigenen Haus und bei den angeschlossenen Handelshäusern fort.

für die Nutzung bestehender Strukturen im Rahmen eines Dienstleistungsvertrages zeigte für uns eine Reihe positiver Elemente und stellt für uns insgesamt eine Win-Win-Situation der Beteiligten dar. Für uns bedeutete dies, keine Konzeptions- und Erstellungskosten tragen zu müssen, keine Fixkosten zu haben und auch kein Lagerrisiko. Wir können im Gegenteil auf eingespielte Prozesse zurückgreifen, unseren Mitgliedern optimierte schlanke Prozesse bieten und uns auch hier auf unsere Kernaufgaben konzentrieren. Sicherlich sind dabei immer auch Kompromisse zu machen, aber in den gut drei Jahren, die das Konzept jetzt live ist, zeigt sich bei der Fachgruppe Werkzeuge durch das jährliche zweistellige Wachstum der Einkäufe im Zentrallager, dass es die richtige Entscheidung war.

Die EIS verzeichnet in den letzten Jahren ein Mitgliederwachstum, wie stark ist das „Non Profit“ ein Grund für den Beitritt neuer Mitgliedsunternehmen?

Das Thema ist für uns in der Tat recht erfreulich, zumal auch im zurückliegenden Jahr die Akquisitionen

unverändert weitergelaufen sind und wir seit dem Jahresbeginn fünf neue Mitgliedsunternehmen begrüßen können. Dabei stellt der Verzicht auf eine Gewinnerzielung sicher einen hohen Attraktivitätsfaktor dar, ganz sicher aber ein starkes Alleinstellungsmerkmal unter den Einkaufsorganisationen in der Branche. Der Grund für die fehlende Gewinnerzielungsabsicht ist übrigens darin begründet, dass die Inhaber der EIS ausschließlich die Mitglieder selbst sind. Deshalb werden auch die mit den Lieferanten vereinbarten Boni, das Delkredere und Skonto zeitnah in voller Höhe, also ohne jedwede Einbehalte der Zentrale, an die Mitglieder ausgeschüttet. Die EIS ist dabei rein treuhänderisch tätig, der Leistungsanspruch ist rechtlich direkt bei den Mitgliedern begründet.

Durch das Non-Profit-Prinzip entsteht auch eine besonders günstige Preisstruktur der Dienstleistungen, die wir als Zentrale unseren Mitgliedern bieten. So können zum Beispiel unsere Kataloge und alle weiteren Werbemittel, aber auch Dienstleistungen der IT und des Bereichs Marketing zu niedrigen Selbstkostenpreisen angeboten werden.

Nicht zuletzt kommt aber noch ein weiterer Punkt hinzu, der anziehend auf neue Mitgliedsunternehmen wirkt. Es handelt sich um die hohe Transparenz und die basisdemokratischen Entscheidungswege, die die EIS aufweist. Ob dies der Etatvorschlag unserer Zentrale oder die Lieferantenvereinbarungen sind, es gibt keine Grauzonen. Dadurch ist ein hohes Vertrauensverhältnis auch zu Lieferanten gewachsen, das sich wiederum auf die Zusammenarbeit auswirkt.

Unser Ziel ist es, als Organisation weiter zu wachsen und die Neuzugänge nicht allein durch das genossenschaftliche Prinzip zu gewinnen, sondern insgesamt durch unsere Leistungsfähigkeit. Aber dafür ist Non-Profit eine gute Basis.

Im Handel findet ein immenser Konzentrationsprozess statt, wie stark wirkt sich das auf die Einkaufsverbände aus und werden diese ab einem bestimmten Konzentrationsgrad obsolet und wo steht die EIS in der Branchenkonstellation in fünf oder zehn Jahren?

Die Konzentration im Handel und damit der Druck auf den mittelständischen PVH nehmen sicherlich weiter zu, aber ebenso sicher wird sich eine mittelständische Struktur wie auch in anderen Bereichen auch hier behaupten. Und deshalb ist es wichtig, dass leistungsfähige Organisationen bestehen bleiben, die zentrale Aufgaben im Hinblick auf Kostendegression und auf Kompetenzerweiterung für diese Händler übernehmen. Dabei geht es für uns vornehmlich um die Weiterentwicklung von Systemen, die im Rahmen der Digitalisierung zu effizienteren Prozessen bei allen Beteiligten beitragen.

Jedes Marktbearbeitungskonzept hat sicherlich seine Berechtigung, aber wir sind guten Mutes und sehen uns als flexiblen und schlanken Verband gut aufgestellt, die zukünftigen Anforderungen erfüllen zu können, zumal sich unsere Leistungen direkt bei den Mitgliedern auszahlen. Und deshalb bin ich durchaus optimistisch, dass die EIS auch in fünf oder zehn Jahren mit ihrem starken Alleinstellungsmerkmal weiterhin ein wichtiger Faktor in der Branche sein wird. ■

VON NEUHEITEN UND MEGATRENDS

Die Zukunft der Befestigungstechnik im Fokus

Fischer forciert 2021 und in den darauffolgenden Jahren gezielt Themen, um gestärkt aus der Corona-Krise hervorzugehen und seine Rolle am Markt zu behaupten. Themen, wie die Digitalisierung mit E-Commerce, eine smarte Produktion, das Internet der Dinge und künstliche Intelligenz, die Zusammenarbeit mit oder der Aufbau eigener Start-ups, die Internationalisierung und die Nachhaltigkeit, sind dabei längst in dem Unternehmen präsent und werden weiter vorangebracht.

Bei seinen Produktneuheiten konzentriert sich der Befestigungsspezialist auf die Bedürfnisse und Anwendungsfälle der Endkunden seiner Handelspartner zugunsten des gemeinsamen wirtschaftlichen Erfolgs. „Wir denken unsere Innovationen aus Kundensicht und entwickeln praxisnahe Lösungen“, betont Armin Heß, Sprecher der Geschäftsführung Befestigungssysteme sowie Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der Unternehmensgruppe Fischer. Nähe und Reaktionsfähigkeit zum Markt erhöht dabei auch die zunehmende Internationalisierung des Unternehmens, aktuell beispielsweise mit dem Aufbau eines Produktionswerks für Befestigungssysteme in Vietnam, wo kürzlich auch eine neue Landesgesellschaft gegründet wurde. „Konzentration auf stark nachgefragte Produkte lautet der Fahrplan für die Weiterentwicklung unseres Sortiments“, sagt Armin Heß.

Dies beweisen verschiedene Produktneuheiten, die Fischer aktuell am Markt eingeführt hat, und das Programm ist noch lange nicht abgeschlossen. Aktuell forscht das Unternehmen zusätzlich an neuen Möglichkeiten, physische und virtuelle Gegenstände im Internet der Dinge miteinander zu vernetzen, um eine höhere Sicherheit sowie die Dokumentation und das Monitoring entlang der Wertschöpfungskette von Befestigungen und Gebäuden zu ermöglichen. Veränderte Bauverfahren und zunehmend verbaute Baustoffe stehen ebenso im Fokus. Auch der Trend zur Nachhaltigkeit wirkt sich auf sämtliche Bereiche aus: Ressourcenschonende Materialien und Verpackungen sind dabei genauso gefragt, wie die Möglichkeit des vollständigen und sortenreinen Rückbaus. Nützliche Assistenten am Bau sind die digitalen Fischer Serviceleistungen für Handwerker – sei es die Fischer Professional



Armin Heß, Sprecher der Geschäftsführung Befestigungssysteme sowie Geschäftsführer Vertrieb und Marketing der Unternehmensgruppe Fischer.

App mit neuer Montageprotokollfunktion, die Fixperience Bemessungssoftware oder Unterstützung bei der Planung mit Building Information Modeling (BIM).

NEUHEITEN, BEGLEITET VON HANDELSAKTIONEN

„Jede Markteinführung begleiten wir mit umfassender Verkaufsunterstützung für unsere Handelspartner“, betont Armin Heß. „Für den starken stationären Auftritt bieten wir eine ansprechende Warenpräsentation, originelle Verkaufsaktionen, publikumswirksame Events, Vorteils-Boxen, den Einsatz digitaler Beratungslösungen und vieles mehr an. Mit Lösungen im E-Commerce stärken wir zudem den Online-Vertrieb

Kampagne für PowerFast II Schraube

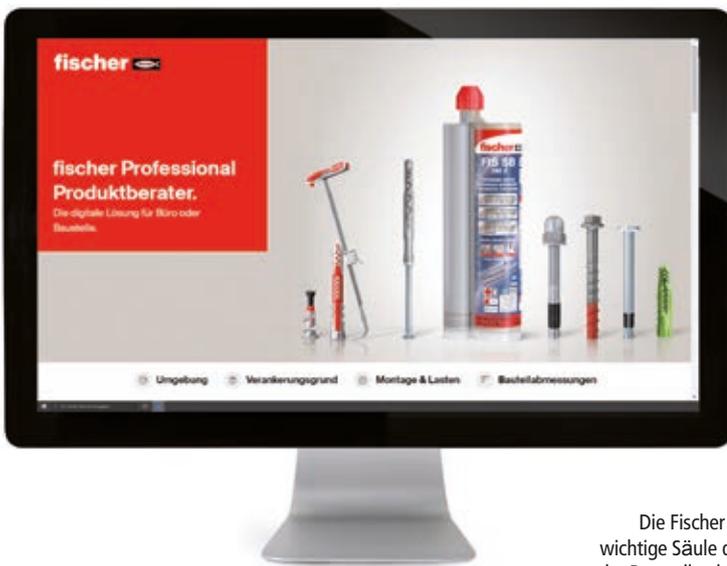
Für ihre preisgekrönte Schraube PowerFast II startet die Unternehmensgruppe Fischer eine neue Kampagne. Kernstück ist ein Action-Video mit einem spannenden Holzbau-Parcours, den ein Handwerker mithilfe der neuen Spanplattenschraube erfolgreich meistert. Durch Platzierung der Bilder auf Social Media- und Online-Kanälen erreicht Fischer gezielt Schreiner, Zimmerer, Holzbauer und andere Anwender. Die Interessenten werden weiter zum Handelspartner geleitet, den Fischer im Rahmen der Kampagne tatkräftig am Point of Sale unterstützt – sowohl online als auch im Ladenlokal.

Um das Angesehene live vor Ort erlebbar zu machen, stellt Fischer teilnehmenden Händlern eine Teststation für das Ladengeschäft zur Verfügung. So kann jeder Kunde die PowerFast II in unterschiedlichen Holzmaterialien und unter verschiedenen Bedingungen selbst testen. Ergänzend gibt es für Händler weitere Angebote zur atmosphärischen Gestaltung des Ladengeschäfts. Seien es PoS-Bildschirme, auf denen die Filme ausgestrahlt werden, die Teststationen oder die vielen weiteren Gestaltungsmittel am Point of Sale – die Verkaufsförderung vervollständigt das „PowerFast II Erlebnis“, das online begann.

Film ab! Im neuen actionreichen Fischer Video begeben sich Handwerker zusammen mit der PowerFast II auf „Mission: Possible“ – dies macht die Zuschauer neugierig darauf, die Schraube beim Handelspartner vor Ort auszuprobieren. (Foto: Fischer)

Die Customer Journey startet dabei unter anderem auf Fischer Social Media-Kanälen, wie Facebook, YouTube und Instagram, wo das Video und daraus generierte Bilder in jeweils passenden Formaten und Versionen gezeigt werden. Über die vielen unterschiedlichen Touchpoints und Kanäle leitet Fischer die Interessenten auf seine Website mit eigener Landingpage zur Kampagne weiter und von dort aus per Retail Connect in den Online-Shop seiner Handelspartner.





Der Fischer Produktberater der Fischer Professional App ist jetzt auch als Webversion für den PC verfügbar und Handelspartner können ihn in ihren Online-Shop integrieren. Professionelle Anwender können sich damit per Eingabe gängiger Parameter einfach und schnell zum jeweils passenden Einzelprodukt und zur geeigneten Systemlösung tippen. (Fotos: Fischer)

unserer Handelspartner und unterstützen sie beim Aufbau überzeugender Multi-Channel-Auftritte.“

Auf seiner Website und in seinen Apps gestaltet das Unternehmen das Einkaufserlebnis entsprechend nutzerfreundlich. Endkunden können die Abholverfügbarkeit der Artikel an den einzelnen Standorten der Fischer Handelspartner in Deutschland prüfen. Zugleich leitet der Befestigungsexperte Kaufinteressenten per Retail Connect in den Online-Shop der Partner weiter und zeigt die Produktverfügbarkeit an.

Die Fischer Professional App ist eine wichtige Säule der mobilen Beratung auf der Baustelle als auch beim Fachhändler. Der enthaltene Profi-Berater steht Handelspartnern auch als Online-Version zur Integration in ihren Online-Shop bereit. Professionelle Anwender können sich damit per Eingabe gängiger Parameter einfach und schnell zum jeweils passenden Einzelprodukt und zur geeigneten Systemlösung tippen. Damit sich weitere Erfolge ergeben, optimiert Fischer seine Apps und Website-Tools auf Grundlage des Nutzerverhaltens fortlaufend weiter und ergänzt sie um weitere Funktionen und Leistungen. Mit seinem neuen myfischer Portal eröffnet der Befestigungsexperte seinen Handelspartnern zudem rund um die Uhr digital zusätzliche Kontakt- und Bestellmöglichkeiten sowie

weitere Services. Für den stationären Point of Sale seiner Handelspartner startete Fischer aktuell wieder eine neue Aktion.

Die Fischer Professional App ist eine wichtige Säule der mobilen Beratung auf der Baustelle als auch beim Fachhändler. Kaufinteressenten werden zudem per Retail Connect in den Online-Shop der Partner weitergeleitet.

weitere Services. Für den stationären Point of Sale seiner Handelspartner startete Fischer aktuell wieder eine neue Aktion.

INNOVATIONEN GEZIELT FÖRDERN

Um passende Strukturen für Innovationen zu schaffen, hat der Befestigungsexperte Produktmanagement und Entwicklung in Business Units vereint. Durch dieses vernetzte Wissen entwickelt Fischer noch effizienter und zielgerichteter neue Lösungen für seine Kunden und den Markt. Start-ups, die das Unternehmen selbst etabliert oder mit denen es zusammenarbeitet, unterstützen den Befestigungsexperten zudem mit kurzen Durchlaufzeiten, von der Idee bis zur Markteinführung neuer Sortimente außerhalb seines Kerngeschäfts. Zusätzlich bedenkt das Unternehmen, dass es als komplette Lieferkette agiert. Somit synchronisiert der Befestigungsspezialist Markt- und Kundenbedarfe mit den Kapazitäten in seinen Produktionen und bei seinen Lieferanten. Sales & Operations Planning Process (S&OP) lautet der Prozess, der Flexibilität mit Stabilität in der Planung vereinbart.



In der Fischer Philosophie sind es die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die die Veränderung und Erneuerung umsetzen und das Unternehmen voranbringen. Entsprechend werden passende Rahmenbedingungen für die Leistungsentfaltung jedes Einzelnen geschaffen. Dabei stellte es sich bereits zu Beginn der Corona-Krise als großer Vorteil heraus, dass Fischer intern neue Kommunikationsformen schon im Vorfeld weit oben auf die Prioritätenliste gesetzt hatte. Dadurch konnte das Unternehmen problemlos Prozesse digitalisieren und in das Homeoffice verlagern, was seine Flexibilität weiter erhöht. Die Mitarbeiter loggen sich in das Firmennetzwerk ein, chatten und führen digitale Meetings durch. Dabei hat Fischer Vorkehrungen getroffen, um hohe IT-Sicherheit durch Virenschutzprogramme und Firewalls auf den zur Verfügung gestellten Firmengeräten sowie Datenschutz zu gewährleisten. All diese Maßnahmen begleitet das Unternehmen mit den passenden Weiterbildungsangeboten für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wie beispielsweise Seminaren zum Thema „Agiles Arbeiten“, um sich als Unternehmen auf Volatilität einzustellen. ■

KEIN GEREDE. EINFACH MACHEN.

Ihre Arbeit steht für absolute Qualität – dann verlassen Sie sich auf XTK6 EXACT. Trennt mit 0,6 mm Stärke nahezu graifrei und ultra-schnell bei minimaler thermischer Belastung. Das reduziert teuren Materialausschuss und lästiges Nacharbeiten.



RHODIUS
Simplify your work.

Trennscheiben Schruppscheiben Fächerschleifscheiben Bürsten Schleif- & Polierwerkzeuge Fräser Diamantwerkzeuge

VIELFACHE KOMPETENZERWEITERUNG BEI TYROLIT

Gezielte und individualisierte Marktbearbeitung

Sortimentserweiterung, eigenes TV-Studio und neuer Datenspezialist, Tyrolit baut in unterschiedlichen Bereichen gezielt Kompetenz auf. Immer dabei im Blick: der Mehrwert für Handelspartner und Anwender. Über die aktuellen Themenfelder sprachen wir mit Carsten Hildbrand, Head of International Key Account Management, Director Sales Central Europe Trade beim österreichischen Hersteller.

ProfiBörse: Tyrolit hat vor ein paar Monaten seine Kompetenz durch den Zukauf des italienischen Unternehmens Bibielle ausgebaut. Welche Anwendungsbereiche erschließen sich dadurch und welche neue Zielgruppen können angesprochen werden?

Hildbrand: Zuerst einmal zeigt der Zukauf in Zeiten von Covid, dass wir unsere Unternehmensstrategie beibehalten und weiter nach interessanten Unternehmen Ausschau halten, die in unser Portfolio passen oder, wie in diesem Fall, eine sehr gute Ergänzung darstellen. Das Produktportfolio von Bibielle ist sehr stark auf das Finishing ausgerichtet. Stellen Sie sich beispielsweise die komplette Endbearbeitung von Edelstahl vor oder den gesamten medizintechnischen Bereich von der Herstellung medizinischer Geräte bis hin zur Endoprothetik. Der Markt ist enorm und aus unserer Sicht ein absoluter Wachstumsmarkt.

Wird das Unternehmen und die Marke eigenständig weitergeführt oder können die Händler jetzt mit einer in der Kompetenz verstärkten Dachmarke agieren?

Sowohl als auch. Natürlich wird eine Marke wie Bibielle nicht von der Bildfläche verschwinden. Alle von uns in der Vergangenheit akquirierten Unternehmen sind in den Konzern eingegliedert, aber eben nicht komplett in diesem aufgegangen. Die Marke Bibielle bleibt

also aus heutiger Sicht auf jeden Fall bestehen. Gleichzeitig verstärken wir aber auch die Dachmarke mit diesem Zukauf, denn schließlich haben wir uns eine entsprechende Herstellerkompetenz ins Unternehmen geholt. Somit wird es das Bibielle-Sortiment in großen Teilen zukünftig auch unter der Dachmarke Tyrolit geben.

Die mit der Akquisition verbundene Sortimentsausweitung wäre ein klassisches Thema für eine Händlerveranstaltung, wie sie in den letzten Jahren immer wieder stattgefunden hat, gewesen. Wie sichern Sie in der aktuellen Situation die Kommunikation mit den Handelspartnern?

Das ist ein fast schon schmerzlicher Hinweis, denn leider mussten wir recht früh unsere Ambitionen bezüglich einer Händlerveranstaltung 2021 ad acta legen. Da hat uns ein ganz bestimmtes Virus einen Strich durch die Rechnung gemacht. Natürlich zwingt uns dies, oder sollte ich besser sagen, gibt es uns die Chance, neue Wege der Kommunikation zu beschreiten. Dazu gehören Online-Schulungen, Anwendungsvideos auf Plattformen wie Oxomi, aber auch unsere Live-Sendungen, die wir sowohl einem breiten Publikum als auch einzelnen Händlern exklusiv anbieten. Wie wichtig beispielsweise Plattformen wie Oxomi sind, wird ja in den Berichterstattungen unter anderem in der ProfiBörse deutlich.



Carsten Hildbrand, Head of International Key Account Management, Director Sales Central Europe Trade bei Tyrolit. (Foto: Elena van Brand)

knapp 100 Livesendungen und bereits über 150 Stunden Live-Sendezeit in nur knapp sechs Monaten. Das finde ich schon beeindruckend. Und die Resonanz ist wirklich beflügelnd.

Wie können die Handelspartner von der vorhandenen Technik profitieren und diese ggf. nutzen?

Wie bereits erwähnt kann der Händler auf ihn zugeschnittene und exklusive Schulungen buchen oder an Schulungen, die einem breiteren Publikum offeriert werden, teilnehmen. In jedem Fall ist es live und in Farbe! Spaß beiseite – jeder kann sich live ins Studio schalten und interaktiv mit uns kommunizieren. Das macht es sehr spannend aber auch kurzweilig. „Das war wie selbst vor Ort, nur besser!“, so ein Teilnehmer in seinem Feedback.

Sicherlich soll und wird es in Zukunft auch wieder persönliche Kontakte mit Handelspartnern und An-

Am Stammsitz in Schwaz wurde deutlich in die Kommunikationstechnik investiert und beispielsweise ein eigenes TV-Studio aufgebaut. Wie intensiv und wofür wird dieses eingesetzt?

Ja, das ist unser ganzer Stolz, wenn ich das so sagen darf. Mal ein paar Zahlen dazu: an die 2.000 Teilnehmer,



Der jüngste Zukauf, das italienische Unternehmen Bibielle, erweitert das Sortimentspektrum von Tyrolit. (Fotos: Tyrolit)

Am Stammsitz im österreichischen Schwaz produziert Tyrolit Livesendungen in Sachen Produktschulungen oder Neuheitenpräsentation.



wendern geben. In welcher Relation und Konstellation sehen Sie das Nebeneinander von digitaler und persönlicher Kommunikation zukünftig und welche Rolle spielen dabei Messen?

Fangen wir mal mit den Messen an, oder besser, hören wir mit den Messen auf. Ich sehe für die klassischen Messeformate in unserer Branche keine Zukunft mehr. Das mag jetzt sehr polarisieren, aber ich glaube, dass die neuen Möglichkeiten der digitalen Kommunikation in Verbindung mit dem klassischen Beziehungsmanagement zwischen unseren Mitarbeitern und den Mitarbeitern der Händler der Schlüssel sein wird. Das gilt auch und insbesondere für gemeinsame Besuche bei Endkunden, um den Händler dort zu unterstützen. Aber digitaler Veränderung können und sollten wir uns auch nicht entziehen. Zwar ist der Stand der Digitalisierung in Deutschland noch nicht der fortschrittlichste – ich würde mich fast trauen zu sagen, dass Covid bei digitaler Ausbreitung in Deutschland kein Thema wäre – aber andere Länder und irgendwann auch Deutschland werden exponentiell in der Digitalisierung voranschreiten. Da ist es zwingend notwendig, von Beginn an mitzuspielen, sonst gerät man sehr schnell ins Hintertreffen.

Es gibt in der Branche verschiedene Beteiligte, die sich um die Standardisierung und Aufbereitung von Daten kümmern. Warum hat Tyrolit einen eigenen Datenbeauftragten für die DACH-Region eingestellt?

Daten sind eines der zentralen Themen im Handel. Ihr Produkt kann noch so gut sein, wenn es von den Verbrauchern nicht gefunden wird, dann wird es ganz sicher auch nicht verkauft. Jetzt könnte man dazu neigen, zu behaupten, dass genau das, nämlich das Verkaufen des Produkts, die letzte Legitimation des Fachhandels ist. Aber auch der Händler muss seine Produkte in irgendeiner Form elektronisch verarbeiten. Sei es in seinem eigenen Shop oder Warenwirtschaftssystem, auf den Einkaufsplattformen diverser Industriekunden oder auf verschiedensten Marktplätzen. Und um ihm diese Aufgabe so leicht und so zielgerichtet als möglich zu machen, haben wir einen Kollegen eingestellt, der sich ausschließlich mit diesen Themen beschäftigt und jederzeit von unseren Händlern in Anspruch genommen werden kann. Da unser neuer Kollege bereits seit vielen Jahren in dieser Welt unterwegs ist, können wir hier auf einen sehr hohen Grad an Expertise zugreifen. Was die bisher am Markt tätigen Player anbelangt, so fehlt es diesen oft an dem hohen Individualisierungsgrad. Das können wir nun aber garantieren.

Wie weit sind die Dienstleistungen für Kunden in Sachen Daten gesteckt und lassen sich Effekte der Arbeit mit und an den Daten jetzt schon aufzeigen?

Ich hatte gehofft, dass Sie mich das fragen. Die Anforderungen sind extrem breit gefächert. Das geht von der Anfrage nach Unterstützung bei Listungen bis hin zur Gestaltung der Daten auf den händlereigenen Websites. Aber auch intern profitieren wir hier enorm. Stellvertretend genannt seien hier nur die verschiedensten Anforderungen beispielsweise in puncto e-Class oder auch diverser Kurztexte und Keywords. Letztlich ist das Spielfeld ein sehr großes und das Ziel ist immer, dem Produkt die besten Voraussetzungen mitzugeben, damit es in der digitalen Welt gefunden wird. ■



Das umfangreiche Klingspor Bürstensortiment bietet für jeden Einsatz das passende Werkzeug.

Klingspor präsentiert neues Bürsten-Sortiment

Was haben Rund-, Kegel-, Topf- und Pinselbürsten gemeinsam? Sie alle, und noch einige mehr, sind ab sofort Teil des umfangreichen Klingspor Sortiments und ab Frühjahr 2021 verfügbar. Für das Entfernen von hartnäckigen Verschmutzungen, Gratresten oder Rost können Anwender damit jetzt auf Werkzeuge in bewährter Klingspor Qualität zurückgreifen.

In der Metallverarbeitung sind Drahtbürsten ein weit verbreitetes Werkzeug, um Metalle schnell und einfach von Verschmutzungen zu befreien. Hochwertige Drahtbürsten sowohl für die Anwendung auf Elektrowerkzeugen als auch für den Handschliff sollten daher fester Bestandteil eines jeden Werkzeugkoffers sein. „Seit Jahren erreichen uns immer wieder Anfragen, ob wir technische Bürsten im Angebot haben. Wir freuen uns, unseren Kunden nun ein umfangreiches und durchdachtes Bürsten-Sortiment präsentieren zu können“, erklärt Anton Bodrin, Leiter Klingspor Produktmanagement.

VERSCHIEDENE AUSFÜHRUNGEN FÜR DAS PERFEKTE ERGEBNIS

Klingspor bietet die praktischen Alleskönner in zahlreichen Ausführungen. Ob gezopft oder gewellt, mit rostfreiem oder hochwertigem Stahldraht, mit Messingdraht oder Polyamidborsten: das umfangreiche Klingspor Bürstensortiment bietet für jeden

Einsatz das passende Werkzeug. Zudem umfasst das Sortiment verschiedenste Formen: Rundbürsten zur Vor- und Nachbearbeitung von Schweißnähten, Pipelinebürsten zur Reinigung von U-/V-Nähten im Pipeline-, Rohrleitungs- oder Behälterbau; Kegelbürsten zur Bearbeitung schwer zugänglicher Stellen; Topfbürsten zur Reinigung großer Flächen; Pinselbürsten für die Reinigung von Bohrungen oder Vertiefungen. Um das Programm abzurunden bietet Klingspor außerdem hochwertige Handbürsten für die manuelle Reinigung von Oberflächen und Schweißnähten an.

Die technischen Bürsten von Klingspor sind die perfekten Werkzeuge für eine schnelle und effiziente Oberflächenbearbeitung. Dank umfassender Qualitätsprüfungen ist sichergestellt, dass die Bürsten auch nach vielen Einsätzen zuverlässig funktionieren. Die Bürsten überzeugen durch eine hohe Rundlaufgenauigkeit; ihre Borsten sind fest im Trägerkörper verankert und halten so auch starken

Belastungen stand. Die Handbürsten sind ergonomisch geformt und liegen dadurch angenehm in der Hand. Für die korrekte Anwendung der Produkte bietet Klingspor außerdem einen umfangreichen Ratgeber zum neuen Bürstensortiment kostenfrei zum Download an.



Klingspor bietet die praktischen Alleskönner in zahlreichen Ausführungen. (Fotos: Klingspor)

PFERD BIETET SORTIMENT FÜR ALLE EINSATZSZENARIEN

Richtig Rautiefe reduzieren

Die Bearbeitung von Oberflächen gelingt nur, wenn alle Faktoren optimal aufeinander abgestimmt sind, auch wenn es eigentlich nur um die richtige Rautiefe geht, so Ralf Heimann, Spezialist für das Feinschleifen und Polieren. „Im Grunde geht es immer nur um die richtige Rautiefe, wenn wir über Oberflächen sprechen“, sagt Ralf Heimann, Produktmanager für Feinschleif- und Polierwerkzeuge beim Marienheider Werkzeughersteller Pferd, „denn darüber definieren sich Oberflächen.“

Doch was so einleuchtend wie einfach erscheint, entpuppt sich in der Praxis oftmals als hochkomplizierte Bearbeitungsaufgabe, die regelmäßig misslingt, „wenn man die Einflussfaktoren nicht kennt“, so Heimann. Da sei zunächst die Frage zu beantworten, was überhaupt eine Oberfläche ist. „Oberflächen definieren sich technisch über ihre Beschaffenheit, wie zum Beispiel die Rautiefe. Aber man kann Oberflächen auch über ihre Funktion beschreiben, zum Beispiel Schutz vor mechanischer Beschädigung durch Verschleiß oder Reibung, Schutz vor Korrosion durch eine Barrierefunktion, oder über eine optische Funktion, zum Beispiel Reflexion, Absorption oder ästhetische Gestaltung“, so Heimann. Die geplante Verwendung des jeweiligen Bauteils definiere diese Anforderungen, die es dann herzustellen gelte. Und genau da bestehe oft Unsicherheit, weiß der Produktmanager. „Die Herstellung von funktionalen Oberflächen hat eine Vielzahl von Einflussfaktoren. Und für das technisch und wirtschaftlich optimale Ergebnis gilt es, die eingesetzten Werkzeuge und Antriebe sowie das Verfahren optimal aufeinander abzustimmen.“

RAHMENBEDINGUNGEN FÜR DIE PERFEKTE OBERFLÄCHE

Wesentliche Rahmenbedingungen setzen das zu bearbeitende Material, die Ausgangssituation und das gewünschte Bearbeitungsergebnis. „Die Werkzeugauswahl für die Säuberung und Planierung einer Stahlschweißnaht sieht beispielsweise völlig anders aus, als die einer Strichmattierung von Edelstahl“, beschreibt Heimann zwei typische Anwendungen, weil die Materialien und auch die Bearbeitungsaufgaben ganz unterschiedliche Anforderungen an die verwendeten Werkzeuge stellen. Ebenso spiele die Dimension der zu bearbeitenden Fläche sowie deren Zugänglichkeit eine wichtige Rolle: „Kleine enge Stellen benötigen andere Werkzeuge, als große, gut erreichbare Flächen“, erläutert Ralf Heimann.

PROGRAMM OHNE LÜCKEN

Auch wenn jeder einzelne Faktor der Rahmenbedingungen klar zu beschreiben sei - die Komplexität der Oberflächenbearbeitung entstehe in der Kombination aller Größen. „Allein die Vielfalt der Materialien verlangt unterschiedlichste Schleifkornarten, denn nicht jedes Schleifmittel kann auf jedem Werkstoff eingesetzt werden. Je nach Ausgangssituation und dem zu erzielenden Bearbeitungsergebnis werden meist Werkzeuge von der Grobbearbeitung, über das Fein- und Feinschleifen bis hin zum Polieren eingesetzt.“ Diese



Ralf Heimann, Produktmanager Feinschleifen und Polieren bei Pferd.

breiten und tiefen Anforderungen müsse ein modernes Programm an Schleifwerkzeugen heute abdecken. Und auch innerhalb des Programmes müssten die jeweiligen Lösungen genau aufeinander abgestimmt sein, „denn für eine systematische Verringerung der Rautiefe bis zur gewünschten Oberfläche benötige ich genau aufeinander abgestimmte Werkzeuge“, so der Pferd-Mann. Deshalb orientiere sich das Pferd-Programm an Schleif-, Fein- bzw. Feinschleif- und Polierwerkzeugen an den Anforderungen der Be- und Verarbeiter und an den angestrebten Bearbeitungsergebnissen. „Da darf es keine Lücken geben.“

Ebenso müssten die Werkzeuge in ihrer Form und Ausprägung so vielseitig sein, dass sie für jede Bearbeitungsaufgabe geeignet seien. Nicht selten stehe der Anwender vor der Situation, dass er zwar das richtige Werkzeug zur Bearbeitung habe, die Stelle, die es zu bearbeiten gelte aber nicht erreichen könne, weil beispielsweise der Schaft des Werkzeuges zu kurz sei oder der Bearbeitungspunkt rückwärtig liege und mit einem Stirnschleif-Werkzeug nicht erreicht würde. „Wir denken in diesem Fall in unterschiedlichen Einsatzszenarien“, erläutert Heimann. „Wir bieten ein und dasselbe Werkzeug für den Einsatz im Stirn-, Band-, Umfangs- oder Handschleif an. Und das in vielen unterschiedlichen Abmessungen. So können wir sicher sein, dass eine Arbeit immer erfolgen kann, ganz gleich wo die zu bearbeitende Fläche liegt und wie ich sie erreichen kann.“

Aus dieser Sichtweise von grob bis spiegelpoliert und vom Stirn-, über den Band- und Umfangsschleif bis hin zum Handeinsatz in unterschiedlichsten Formen und Abmessungen ergebe sich ein nahezu alle Anwen-

dungsfälle abdeckendes Angebot an Werkzeugen für die Oberflächenbearbeitung, so Heimann. „Und: Wir kennen die jeweils beste Bearbeitungsstrategie.“

GEWUSST WIE

Im Rahmen der Fachberatung ermittele Pferd Lösungen für die jeweilige Anwendungssituation beim Kunden. „Wir schauen uns genau an, was der Kunde macht, wohin er in der Bearbeitung will und machen Vorschläge zur Verbesserung.“ In erster Linie stelle man sicher, dass technisch das bestmögliche Ergebnis erzielt werde. Und man achte zudem darauf, größtmögliche Effizienz zu erreichen und Prozesse schlank zu gestalten. Dabei spiele auch die Arbeitsergonomie eine wichtige Rolle, die sich in drei Richtungen auswirke: Auf das Arbeitsergebnis, auf die Effizienz und nicht

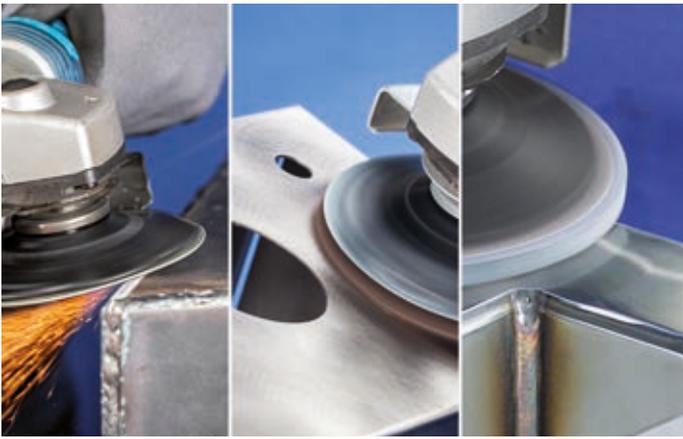


PROXXON

Werkzeug mit Charakter!



Weitere Informationen:
proxxon.com



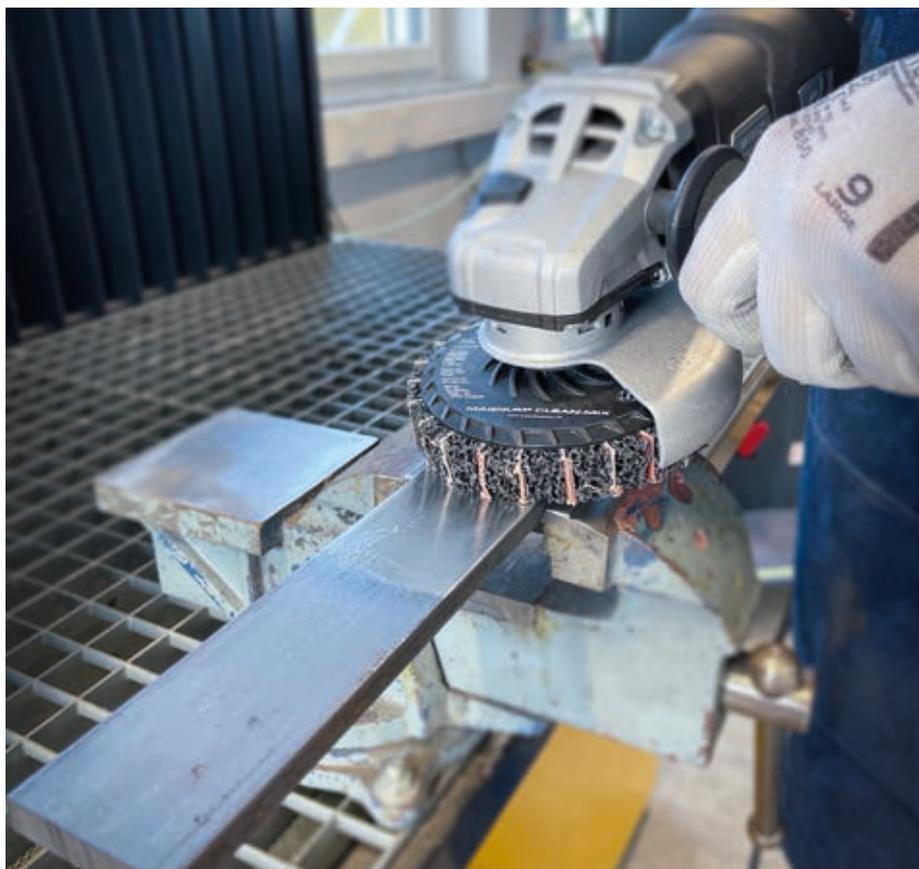
zuletzt auf den Produktionsfaktor Mensch, den es zu schonen gelte. „Kommen wir mit den Kunden sprichwörtlich an der Werkbank zusammen, gelingt es uns immer eine deutliche Verbesserung des Arbeitsergebnisses und des Prozesses zu erzielen“, beteuert Heilmann. Die hier investierte Arbeit rentiert sich bereits nach kurzer Zeit.

„Wir haben sehr viele Beratungen bei Anwendern gemacht und Problemlösungen gefunden“, erzählt der Pferd-Produktmanager. „Wenn wir dann final vor der Lösung standen, war der Kunde nicht selten überrascht, wie einfach, schnell und zielgerichtet sein Problem gelöst werden konnte. Es geht halt tatsächlich immer nur darum, die Rautiefe zu verringern. Aber eben richtig.“ ■

Von grob bis spiegelpoliert – hier mit dem Combiclick-System von Pferd. (Fotos: Pferd)

Rundfeilen sind ein Ziel – das Problem ist, wenn man weiß, wie es geht. (Fotos: Pferd/Rüggeberg)





Die neue Magnum Clean-Mix Reinigungsscheibe von Eisenblätter.

Nach zahlreichen Testreihen unterschiedlichster Schleifmittelkombinationen bringt Eisenblätter nun zwei Reinigungswerkzeuge auf den Markt. „Das ist unsere ultimative Waffe gegen Zunder. In nur einem Arbeitsschritt können Sie mit unseren neuen Clean-Mix Produkten Zunder entfernen“, so Gerd Eisenblätter. Die neue Reinigungsscheibe Magnum Clean Mix und das neue Clean-Mix Rad bestehen aus einer raffinierten Kombination aus elastischem, korndurchsetztem Clean Material aus Nylonfaser und Keramik-Schleiflamellen. Diese speziellen Keramik-Zwischenlagen im Material sorgen für die nötige, erhöhte Schleifwirkung, um Zunder in Sekunden vom blanken Grundmaterial zu entfernen. „Durch die offenen, elastischen Gewebeporen des Clean Materials setzen sich die Produkte nicht zu und erzielen auf Metalloberflächen eine Art Sandstrahleffekt. Die Zusammensetzung beider Materialien muss allerdings exakt aufeinander abgestimmt sein, sonst funktioniert es nicht“, erklärt Gerd Eisenblätter. „Mit nur reinen Clean Scheiben zu arbeiten, ist sehr mühsam, zeitaufwändig und poliert eigentlich nur den Zunder. Mit unseren neuen Clean-Mix Produkten haben Sie dagegen die idealen Werkzeuge zur Hand, Zunder, Walzhaut und andere hartnäckige Verunreinigungen blitzschnell zu entfernen. Jeder Zundergeplagte sollte diese neue Technik einmal ausprobieren und sich überzeugen lassen. Denn die Zeiteinsparung ist beispiellos!“

SCHEIBE UND RAD FÜR DIFFERENZIERTERTE AUFGABEN

Die für den Einsatz auf drehzahlregulierten Winkelschleifern oder Poliermaschinen konzipierte Reinigungsscheibe Magnum Clean-Mix überzeugt mit hoher Lebensdauer und starkem Reinigungseffekt. Der verwendete, nachhaltige und exklusiv bei Eisenblätter erhältliche Trägerteller aus Naturfaser bringt noch weitere Vorteile mit sich: Durch den Verzicht auf Glasfaserkomponenten wird nicht nur die Umwelt geschont – die Verwendung von nachwachsenden Rohstoffen bei der Herstellung sorgen für eine ausgeglichene CO₂ Bilanz – sondern auch der Anwender, da in der Atemluft keinerlei Glasfaserstäube vorhanden sind und keine Verletzungsgefahr durch scharfe Glasfaserkanten besteht. Das integrierte M14 Gewinde erlaubt einen Scheibenwechsel im Handumdrehen ohne Spannmutter. Außerdem lässt sich die Magnum Clean-Mix Reinigungsscheibe im Außendurchmesser trimmen.

Für Längsschleifgeräte wurde das Clean-Mix Rad von Eisenblätter entwickelt. Auch hier sorgen Schleiflamellen-Zwischenlagen in Verbindung mit dem Clean Material für eine hohe Schleifwirkung. Während des Schleifvorgangs nutzen sich die Schleifgewebe-Zwischenlagen zusammen mit dem Clean Material gleichmäßig ab und sorgen so für ein gleichbleibendes Schliffbild. Da die Qualität des Oberflächenfinish auch von der Rundlaufgenauigkeit der Schleifwalzen abhängig ist, wird auch das Clean-Mix Rad, wie bei vielen Eisenblätter Schleifwalzen üblich, in einem eigens dafür entwickelten Verfahren ausgewuchtet. ■

EISENBLÄTTER SAGT ZUNDER DEN KAMPF AN

Effektiv und langlebig

Mit den neuen Eisenblätter Clean-Mix Reinigungsscheiben und -rädern werden zwei innovative Produkte vorgestellt, die hervorragend zum Entfernen von Walzhaut und Zunder geeignet sind. Für Eisenblätter ist klar: Clean-Mix ist der schnellste Weg, Metalle zu entzundern – mit starkem Reinigungseffekt und hoher Lebensdauer.

Bei Walzhaut bzw. Zunder handelt es sich um eine festhaftende, blaugraue Schicht aus verschiedenen Eisenoxiden, die beim Herstellungsprozess von Stahl entsteht. Diese Schicht muss in den meisten Fällen nicht nur aus optischen, sondern auch aus technischen Gründen entfernt werden. Es gibt verschiedene mechanische, chemische oder elektro-chemische Verfahren, um Zunder von Metalloberflächen zu entfernen: Zum Beispiel sind sogenannte Zunderwäscher (mechanisch) in den Walzanlagen zur Umformung des Stahls integriert, die mit hohem Wasserdruck Zunder vom Stahl entfernen. Werkstücke können ebenfalls in Beizanlagen (chemisch) in verschiedenen Säurebädern vom Zunder befreit werden. Beim elektro-chemischen Entzundern wird der Stahl in ein stromleitendes Bad getaucht. All diese Verfahren sind entweder kompliziert, kostenintensiv oder zeitaufwändig. „Auch die

aggressivsten Reinigungsscheiben oder Bürsten beißen sich am Zunder die Zähne aus“, erläutert Gerd Eisenblätter, CEO der Gerd Eisenblätter GmbH, „hier bleibt die Arbeitszeit regelrecht auf dem Werkstück liegen. Daher haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, ein neuartiges Reinigungswerkzeug zu entwickeln – speziell für die Entfernung von hartnäckigem Zunder.“



Wie bei der Reinigungsscheibe sorgen beim Clean-Mix Rad Schleiflamellen-Zwischenlagen in Verbindung mit dem Clean Material für eine hohe Schleifwirkung. (Fotos: Gerd Eisenblätter GmbH)

RHODIUS MIT ERWEITERTEM SORTIMENT

Multifunktionalisten

Als ausgewählter Partner präsentiert nun auch Rhodius Trenn- und Schleifscheiben in X-Lock-Ausführung. Dabei setzt der Werkzeugspezialist neue Maßstäbe: Mit ihrer Einführung ist XTK8 Exact die mit 0,8mm dünnste erhältliche X-Lock-Trennscheibe. Ebenfalls neu: Eine Kombischeibe fürs Trennen und Schleifen.

Rhodius bietet seinen Kunden ab sofort eine ganze Reihe von Trenn- und Schleifscheiben mit der X-Lock-Aufspanntechnologie. Dazu gehören im Bereich der Freihandtrennscheiben die FT33, bei den extradünnen Trennscheiben sind es die XT70, die XT38 sowie die XTK8 Exact. Letztere setzt als bisher dünnste Trennscheibe des X-Lock-Systems auf dem Markt neue Maßstäbe. Darüber hinaus überzeugt sie mit ihrer gewohnt hohen Laufruhe und ihrem präzisen, nahezu gratfreien Schnitt. Durch die minimale Gratbildung sind weniger Nachbearbeitungen des Werkstücks notwendig, gleichzeitig minimiert ihr kühler Schnitt Anlauffarben sowie Materialverzug.

Auch bei den Fächerschleifscheiben können Kunden auf X-Lock-Produkte in verschiedenen Kornarten zurückgreifen. Den Anfang machen hierbei die LGZ F1 und die Vision Speed, beide wahlweise in den Stärken K40, K60 oder K80. Vor allem die Vision Speed weist mit ihrer freien Sicht auf das Werkstück beim Schleifvorgang ein echtes Alleinstellungsmerkmal auf und ist damit in X-Lock-Ausführung einzigartig. Ihr Hochleistungs-Keramik Korn ermöglicht schnelles Schleifen ohne Kraftaufwand. Ihre Bindung mit schleifaktiven Zusatzstoffen sorgt zudem für einen kühlen Schliff.

Keinen speziellen X-Lock-Winkelschleifer zur Hand? Kein Problem! Denn alle Scheiben aus dem Hause Rhodius mit der neuen Aufspanntechnologie sind rückwärtskompatibel. Damit können Schleif- und Trennscheiben auch problemlos und sicher auf herkömmlichen Winkelschleifern verwendet werden.

EINE FÜR (FAST) ALLES

Mit der XTK69 Multi Cross bringt Rhodius eine extradünne Kombi-Trennscheibe auf den Markt, die wie keine andere eine Vielzahl an Materialien meistert. Optimiert für Materialkombinationen aus Stahl, Edelstahl, Aluminium und Fliesen für den Innenbereich bietet sie professionellen Anwendern die Möglichkeit, verschiedene Arbeiten mit nur einer Maschine auszuführen. Als Kombischeibe zum Trennen und Schleifen in einem Arbeitsgang verspricht der Allrounder dabei maximale Vielseitigkeit und Sicherheit.

Egal ob Stahl, Edelstahl, NE-Metalle, Fliesen, Stein, Kunststoff oder Verbundwerkstoffe – bei der Wahl des richtigen Werkzeugs für die verschiedenen Materialien können Anwender auf die neue XTK69 Multi Cross vertrauen.



Die Fächerschleifscheibe mit Durchblick ist jetzt auch in X-Lock-Ausführung erhältlich. (Fotos: Rhodius)

Mit der Entwicklung der XTK69 Multi Cross ist es gelungen eine Scheibe zu konzipieren, die spezielle, aber zugleich auch tagtäglich auftretende Anforderungen, wie wechselnde Werkstoffe bei der professionellen Anwendung, meistert. Die Scheibe ist damit eine absolute Allround-Trennscheibe für den Sanitärbereich oder für Montagearbeiten. Das Heraustrennen von Metall aus dem Mauerwerk, wie es bei Treppengeländern der Fall ist, stellt Anwender immer wieder vor Probleme, da die Trennscheibe zwangsläufig auf Metall und Stein trifft. Dank ihrer Vielseitigkeit bewältigt die XTK69 Multi Cross auch solch anspruchsvolle Situationen. Die leistungsoptimierte Bindung ermöglicht zudem den Einsatz auf Akkumaschinen.

Dank ihrer drei vollflächigen Gewebelagen erlaubt sie ein gleichzeitiges Trennen und Schleifen in einem Arbeitsgang. Verstärkt mit starkem, qualitativ hochwertigem Glasfasergewebe ist sie für das Trennen und Schleifen mit einer Scheibe (also ohne Werkzeugwechsel) freigegeben. Die von der Organization for the Safety of Abrasives (oSa) geforderte Seitenlast wird hierbei eingehalten. Der für die Sicherheit notwendige Sandwichaufbau von Gewebe und Mischung wurde

in nur 1,9 mm Scheibenbreite untergebracht.

Das sorgt für ein besonders schnittiges Gefühl beim Trennvorgang –und auch das Schleifen erfolgt ermüdungsarm und komfortabel für den Anwender. ■

Die Kombi-Scheibe XTK69 Multi Cross mit Schruppscheibenzulassung und mit einer Scheibenbreite von 1,9 mm ist in den Durchmessern 115 mm und 125 mm erhältlich.



**Sicherheit.
Made in Germany.**

Die neue dreiteilige **Stufen-Mehrzweckleiter** ist ein Allroundtalent mit 15 Jahren Qualitätsgarantie und setzt, mit Blick auf TRBS-Konformität, Maßstäbe in Sachen Arbeitssicherheit.

Wir entwickeln stets neue Ideen für ein Plus an Sicherheit. Denn wir wissen, dass Sicherheit ein Grundbedürfnis ist.

www.steigtechnik.de

Erleben Sie unsere Neuheiten live bei Ihnen vor Ort.
www.steigtechnik.de/roadshow





PERFORMANTE TRENNSCHEIBEN UND BÜRSTEN

Osborn stellt neue Xtreme-Produktlinie vor

Osborn/Dronco steigt mit dem Xtreme Portfolio in eine neue Sortiments- und Leistungsära ein. (Foto: Osborn)

Gutes kann man immer noch besser machen. Das ist der Anspruch, mit dem Osborn Produkte in puncto Leistung und Qualität entwickelt. Osborn stellt jetzt eine neue Produktlinie unter dem Titel Xtreme vor. Sie umfasst sowohl Trennscheiben als auch Bürsten mit deutlich erhöhten Leistungsmerkmalen. Langfristig wird die Bezeichnung Xtreme zudem die Qualitätsstufe Evolution, die bislang die hochwertigsten Produkte im Osborn-Produktportfolio bezeichnete, ablösen.

Den Anfang im neuen Osborn Xtreme-Programm macht die neue Trennscheibe AS 60 X Inox. Mit einer um mindestens 25 Prozent erhöhten Standzeit setzt sie neue Maßstäbe im Premiumsegment. Der Leistungszuwachs resultiert aus dem Einsatz eines speziellen Schleifkorns in Kombination mit einer verbesserten Kunstharz-Bindung, die mit funktionellen Additiven hinsichtlich mechanischer und thermischer Stabilität optimiert ist. Vertriebsleiter Johann Michel ist überzeugt, dass die neuen Scheiben im Markt gut ankommen werden: „Die Scheiben werden etwas mehr kosten, als der Vorgänger AS 60 W, bringen jedoch 25 Prozent mehr Leistung. Damit werden nicht nur die Scheibenkosten pro Schnitt deutlich gesenkt, sondern auch die Rüstzeiten“.

BESTÄTIGTE PERFORMANCE

Die volle Leistung der Scheiben steht laut Hersteller bereits bei geringstem Kraftaufwand zur Verfügung und sorgt so für ermüdungsfreies Arbeiten. Tests im Osborn/Dronco Prüflabor und Tests eines unabhängigen Prüf- und Zertifizierungsunternehmens bestätigen der neuen Trennscheibe eine herausragende Performance in der Anwendung auf Normalstahl. In puncto Standzeit übertrifft die AS 60

X Xtreme nach Herstellerangabe klar die Produkte namhafter Top-Wettbewerber. Auch bei der Anwendung in Edelstahl V2A weiß die Neuheit zu überzeugen und platziert sich im Spitzenfeld der leistungsfähigsten Trennscheiben.

Die neuen 1,0 mm dünnen Trennscheiben sind erhältlich in den Abmessungen 105 mm, 115 mm und 125 mm - entweder im 25-Stück Schrumpack oder per zehn Stück in einer versiegelten Metalldose, welche die Premium-Trennscheiben zusätzlich bis zum ersten Öffnen der Verpackung frisch hält.

DER DRAHT MIT DEM GEWISSEN DREH

Neben den neuen Xtreme Trennscheiben bietet Osborn ein Sortiment an Xtreme Bürsten an. Damit kann die Reinigung von großflächigen Werkstücken sowie die Entgratung von Bohrungen und geometrisch komplexen Bauteilen in Angriff genommen werden. Es gibt zwei unterschiedliche Stahldrahtkonfigurationen: Bürsten mit gewelltem und gezopftem Draht. Die Einzelstränge des Drahts sind bei beiden Ausführungen in besonderer Weise miteinander verdreht. Tests haben ergeben, dass sich die Standzeit der Bürsten damit im Vergleich zu Bürsten mit herkömmlichem Draht deutlich erhöht. Torsten Hildebrandt, Vice President Indus-

trial Tools, zeigt sich begeistert: „Die Bürsten haben einen wesentlich geringeren Verschleiß. Unsere Tests haben je nach Anwendung eine bis zu achtfach verlängerte Standzeit ergeben. Außerdem sind die Bürsten vibrations- und geräuscharm.“

Während Bürsten für Winkelschleifer und schnelllaufende Maschinen auf einem Bearbeitungszentrum oder einer CNC-Maschine durch eine geringe Abtragsleistung und eine sehr begrenzte Standzeit generell wenig effektiv sind, können die neuen Xtreme Bürsten von Osborn aufgrund ihrer Drahtkonfiguration auch hier kontrolliert verwendet werden.

Der Osborn Xtreme Draht kombiniert die aggressive Reinigungsleistung von gezopftem Draht mit der Flexibilität von weichem, gewelltem Draht. Das Ergebnis ist ein einzigartiges Satinfinish.

Zum Start der neuen Xtreme Serie sind sowohl Topfbürsten, Kegelbürsten, Pinselbürsten und Rundbürsten im Portfolio.

Unter <https://xtreme.osborn.com> stellt Osborn das komplette Xtreme Portfolio vor. Merkmale und Vorteile der Trennscheiben und Bürsten werden in Text, Bild und Video erläutert. Wer sich selbst ein Bild von einzelnen Produkten machen möchte, kann auf der Webseite Testmuster ordern. ■

NEUER STUFENBOHRER VON EXACT

Leistungsstarke Innovation



Zum Marktstart des neuen AdvancedLine-Stufenbohrers werden im Rahmen der Exact „test the best“-Verkaufsfaktion dreiteilige Stufenbohrersätze zu attraktiven Vorzugspreisen für den Fachhandel angeboten.

Die Remscheider Exact GmbH & Co. KG hat einen neuen, revolutionären Stufenbohrer mit vierfacher Spiralnute auf den Markt gebracht. Das neueste Präzisionswerkzeug der seit Jahren erfolgreichen AdvancedLine-Serie zeichnet sich nach Angaben des Herstellers durch vier markante Merkmale aus: mehr Leistung, höhere Produktivität, deutlich reduzierter Zeitaufwand sowie geringere Kosten.

Spricht man Andreas Oemkes auf den neuen AdvancedLine by Exact-Stufenbohrer an, so kann man den Stolz in seinen Worten deutlich spüren. „Wir haben lange intensiv analysiert, getüftelt und überlegt“, so der Exact-Geschäftsführer, „wie man unseren bereits jetzt maximal hochwertigen Stufenbohrer noch weiter verbessern kann.“ Was am Ende dieses Prozesses herausgekommen ist“, so Oemkes, „ist ein Präzisionswerkzeug mit außergewöhnlichen Leistungsdaten, das nach unserer Meinung als Revolution des gesamten Bohrprozesses bezeichnet werden kann.“

INNOVATIVE VIERFACH-SPIRALNUTE

Das technische Highlight des neuen Stufenbohrers ist die Kraftverteilung von bisher zwei auf jetzt vier Schneiden. Diese Weiterentwicklung sorgt nicht nur für ein deutlich verbessertes Bohrverhalten, sondern auch für reduzierte Querkräfte bei gleichzeitig extremer Laufruhe. Wie es vom Unternehmen heißt, erhöhe die innovative Geometrie das Leistungspotential des Stufenbohrers nachhaltig und ermögliche bis zu 30 Prozent schnelleres Bohren sowie bis zu 50 Prozent höhere Standzeiten aufgrund des deutlich geringeren Verschleißes. Extrem vorteilhaft für den Anwender sind zudem die zusätzlichen Vor- und Nachschneider, die die Schnittkräfte pro Schneide vergrößern, die Stand-

zeiten erhöhen und das sogenannte „Rattern“ des Bohrers verringern. „Insgesamt“, so die Informationsmaterialien von Exact, „werden deutlich höhere Schnittgeschwindigkeiten möglich und in den Bereichen Gratbildung, Rundheit und Verzug erheblich bessere Bohrqualitäten erzielt.“

NEUE TURBO-SPITZE

Eine weitere Neuheit und Besonderheit des AdvancedLine by Exact-Stufenbohrers ist die speziell entwickelte „Turbo-Spitze“. Sie bietet ein stark vereinfachtes Zentrier- und Anbohrverhalten. Dadurch wird das Verrutschen des Bohrers auf dem Material verhindert – ein „Ankönnen“ ist somit nicht mehr notwendig. Optional bietet der Remscheider Hersteller seine neueste Innovation auch mit dem patentierten Rotastop-Schaft an, der aufgrund seiner Form ein Durchdrehen des Bohrers im Bohrfutter verhindert und für eine optimale Drehmomentübertragung sorgt. „Der Kern unserer Arbeit besteht darin“, erklärt Geschäftsführer Oemkes, „Präzisionswerkzeuge zu entwickeln, die einen schnellen, sicheren und effizienten Zerspanungsprozess garantieren und dem Anwender gleichzeitig maximalen Komfort bieten. Mit dem AdvancedLine by Exact-Stufenbohrer ist es uns erneut gelungen, alle diese Ziele zu erreichen.“ Auf der neu gestalteten Unternehmens-Homepage findet man hierzu auch ein aktuelles Anwendungsvideo, welches die Vorteile des neuen Stufenbohrers im Vergleich zu herkömmlichen Stufenbohrern anschaulich verdeutlicht.

Der neue Stufenbohrer ist in Ausführungen von 4-12 / 4-20 und 6-30 mm als Einzelware sowie als Satz erhältlich. Um das volle Leistungspotenzial des Bohrers auszunutzen, empfiehlt sich je nach Zerspanungsprozess die Kombination mit den speziell abgestimmten Hochleistungsbeschichtungen von Exact. Zu den weiteren Merkmalen und Bestandteilen der AdvancedLine-Produktlinie zählen neben dem innovativen Verpackungsdesign auch zusätzliche Produktinformationen wie beigelegte Drehzahltabellen und der Zugriff über QR-Codes auf informative Anwendungsvideos. ■

Der neue AdvancedLine by Exact-Stufenbohrer ist ein Präzisionswerkzeug mit außergewöhnlichen Leistungsdaten. (Fotos: Exact)

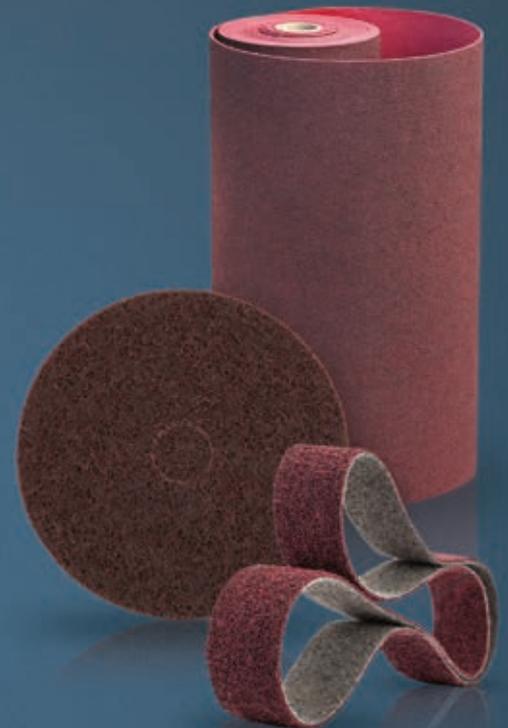


Perfekte Resultate bei der Oberflächenbearbeitung

Das Surface Conditioning Material (SCM) in TYROLIT-Herstellerqualität ermöglicht eine perfekte Bearbeitung Ihrer Oberflächen:

- + Entfernen von Rost, Farbe und Lack
- + Nachbearbeitung von Schweißnähten
- + Hochwertiges Finishing

SCM-Scheiben und Bänder sind in verschiedenen Korngrößen und Abmessungen erhältlich. Weitere Information finden Sie auf unserer Website www.tyrolit.com



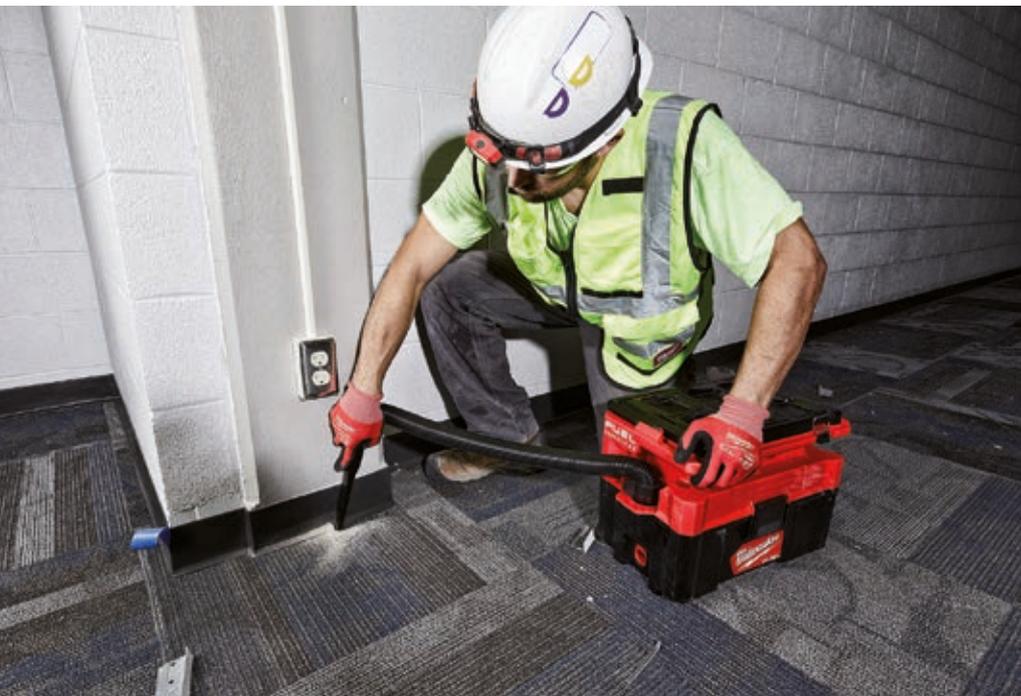
www.tyrolit.com

TYROLIT

MILWAUKEE ERWEITERT DAS AUFBEWAHRUNGSSYSTEM FÜR WERKZEUG UND ZUBEHÖR

Neue Produkte im Packout-System

Packout, das modulare Aufbewahrungssystem von Milwaukee wird noch vielfältiger und damit flexibler im Einsatz. Im Jahr 2018 mit acht Einzellösungen gestartet, wurde das Sortiment deutlich erweitert und zählt jetzt über 20 verschiedene Produkte mit mehr als 100 Kombinationsmöglichkeiten.



Der 18 Volt Akku-Nass- und Trockensauger M18 FPOVCL gehört zu den leistungsstärksten seiner Klasse. Er lässt sich vollständig ins Packout-System integrieren.

130 kg belastet werden. Zehn Lautsprecher und ein großer Subwoofer an der Rückseite sorgen für einen ausgewogenen 360°-Klang. Das Radio empfängt Sender über einen digitalen AM/FM-Tuner, verfügt über DAB+ und bietet Bluetooth-Konnektivität. In einem abschließbaren Fach lässt sich ein Smartphone verstauen und über USB laden. Betrieben wird das Radio mit einem beliebigen M18-Akku oder über ein Netzkabel. Dann funktioniert das Radio als Ladegerät für einen eingesteckten Akku.

Der 18 Volt Akku-Nass- und Trockensauger M18 FPOVCL gehört zu den leistungsstärksten seiner Klasse. Er lässt sich vollständig ins Packout-System integrieren. Anwender profitieren vom Mobilitätsplus und sparen Zeit beim Transport von Werkzeugen von und zur Baustelle. Der hocheffiziente HEPA Filter des Saugers fängt 99,97 Prozent aller Partikel bis zu einer Größe von 0,3 Mikrometer auf.

Die Packout-Einstiegslösungen Trolleykoffer und Rollbrett werden mit einer Multifunktions-Transportkarre ergänzt. Die robuste Konstruktion aus stoßfesten Kunststoffen trägt Lasten von bis zu 180 kg. Auf ihrer Bodenplatte lassen sich alle Packout-Elemente im Click-System verriegeln und stapeln. Zusätzlich gibt es am Griffbügel eine senkrecht stehende Montageplatte für die sichere Click-Befestigung von weiteren Modulen. Eine Halterung an der Rückseite nimmt lange Gegenstände wie eine Wasserwaage oder Besen auf. Auch die Karre selbst lässt sich sehr platzsparend transportieren und lagern. Dazu wird einfach ihre Bodenplatte nach oben geklappt.



Neu im Packout-System bei Milwaukee: ein DAB+-Radio mit Ladefunktion für M18-Akkus und mobile Endgeräte. (Fotos: Milwaukee)

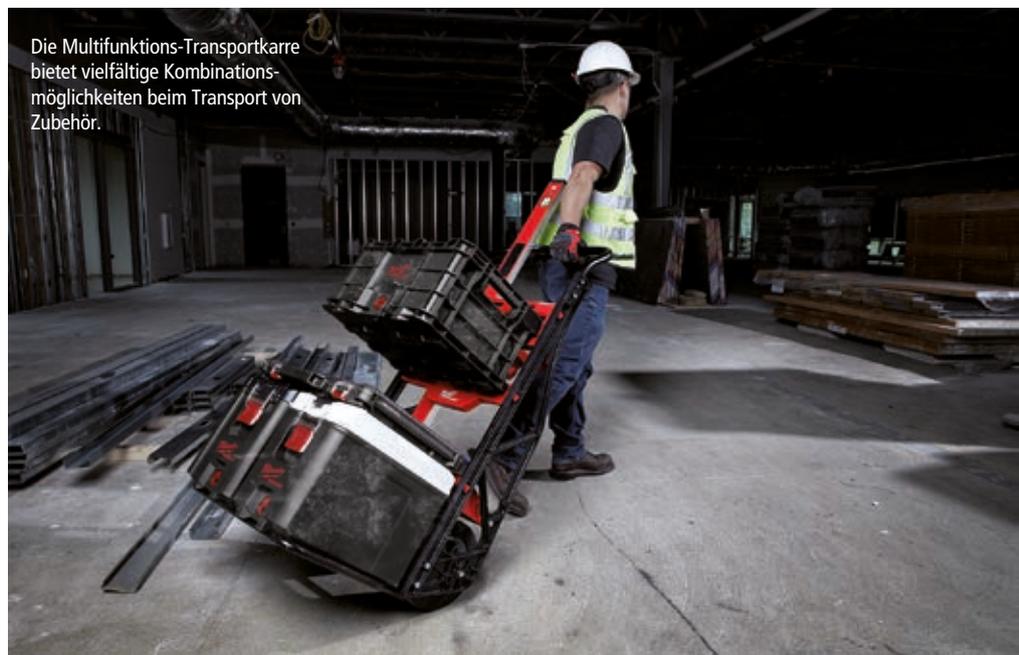


Das neue Radio ist im System stapelbar, mit bis zu 130 kg belastbar und besitzt sogar einen integrierten Flaschenöffner.

Der Transport und die Lagerung von Werkzeug, Zubehör und Kleinteilen wird mit den neuen Produkten einfacher, sicherer und komfortabler. Was immer für den Einsatz auf Baustellen und Montageplätzen verstaut werden muss, in dem modularen Konzept mit Koffern gibt es stets eine clevere Lösung. Durch die Neuheiten wird der Funktionsumfang und der Komfort im Einsatz noch einmal erweitert und verbessert.

Zu den neuen Produkten gehört das Packout Radio M18 PRCDAB+. Es lässt sich wie eine Werkzeugbox in das System integrieren und kann dabei mit bis zu

Die Multifunktions-Transportkarre bietet vielfältige Kombinationsmöglichkeiten beim Transport von Zubehör.





Auch beim Transport des Systems selbst legt Milwaukee höchsten Wert auf Funktionalität.

Die neue Holzarbeitsplatte besitzt einen stoßfesten Packout-Unterboden zum einfachen und sicheren Fixieren auf jedem Koffer oder Organizer aus dem System. Die glatte, feste Arbeitsfläche erleichtert als stabile Unterlage das Schreiben, Ausbreiten von Zeichnungen und die Arbeit mit dem Notebook auf der Baustelle. Ebenso praktisch ist die Platte als mobiler Werk Tisch für leichte Montagearbeiten oder als Unterlage für die Mittagspause.

MODULAR, FLEXIBEL UND ÄUSSERST ROBUST

Der besondere Vorteil des Packout-Systems: Alles kann in verschiedenen Größen und in nahezu beliebiger Reihenfolge bedarfsgerecht kombiniert und miteinander verbunden werden. Auch die Werkzeugtaschen lassen sich mit Schnellverschlüssen sicher befestigen. Koffer und Boxen bestehen aus stoßfesten Kunststoffen. Die Ecken und Kanten der Koffer sind mit Metallstreben verstärkt. Das Eindringen von Staub, Wasser und Schmutz wird dank hoher Schutzklasse IP 65 sehr wirkungsvoll verhindert.

Die Werkzeugboxen sind in verschiedenen Größen verfügbar. Sie können weitere Kunststoff-Boxen und Unterteilungen aufnehmen, um Kleinteile übersichtlich verstauen zu können. Eine praktische Kühlbox ergänzt das Sortiment in diesem Bereich. Ebenfalls in zwei Größen werden Organizer angeboten, die Ordnung in

Kleinteile und Zubehör bringen. Herausnehmbare Boxen helfen beim Sortieren. Transparente Deckel sichern den Inhalt im geschlossenen Zustand.

Werkzeugtaschen gibt es in drei Größen. Sie bestechen ebenso wie der Werkzeugrucksack aus äußerst reiß- und verschleißfestem Nylon-Material. Eine große Anzahl von Fächern, Schlaufen und Ösen ermöglicht eine vielseitige Verwendung. Der robuste Kunststoffboden besitzt Halterungen für die Befestigung von Deckeln der übrigen Elemente.

Durch den modularen Aufbau des Systems lassen sich die Elemente optimal an den individuellen Bedarf anpassen.



Die neue Holzarbeitsplatte erleichtert als stabile Unterlage das Schreiben, Ausbreiten von Zeichnungen und auch leichte Montagearbeiten auf der Baustelle. Ebenso praktisch ist die Platte als Tisch in der Mittagspause.

Packout wurde vor allem für mobile Einsätze entwickelt. Mit einer Montageplatte ist aber auch eine stabile und übersichtliche Anordnung des Systems in der Werkstatt möglich.

Anwender können sich online eine individuell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Konfiguration zusammenstellen. Der „Packout Konfigurator“ auf der Milwaukee Internetseite ist intuitiv bedienbar und erstellt auf Wunsch eine komplette Einkaufsliste. ■

LUKAS
lukas-erzett.com



NEXT LEVEL SOLUTIONS.

Ein Antrieb – vier Werkzeuge, jetzt auch mit Akku

Die Flex Elektrowerkzeuge GmbH hat das Trinox-System erstmals mit Akku und 230 V-Netzanschluss vorgestellt. Die Akkuvariante besteht aus der Basismaschine BME 18.0-EC, die für vier verschiedene Werkzeugaufsätze optimiert ist. Anstelle von Einzelmaschinen, die zudem vielfach nur im Karton erhältlich sind, passt sich die Akku-Trinoflex flexibel an den tatsächlichen Bedarf an. Das Set mit Basismotor, Ladegerät und zwei Akkus wird in einer L-Boxx geliefert. Den gewünschten Vorsatz kauft man sich passend dazu. Als Aufsätze gehören ein Satinierer, eine Bandfeile, ein Rohrbandschleifer und erstmals auch ein Kehlnahtschleifer zum Set. Damit benötigen Betriebe nicht mehr für jede spezifische Anwendung in der Metallbearbeitung eine Einzelmaschine. Es reicht ein ergänzender Vorsatz.

Herzstück des Akku-Trinoflex ist ein bürstenloser EC-Motor 18 V mit hohem Wirkungsgrad und langer Lebensdauer. Das Electronic Management System (EMS) schützt die Maschine, verlängert die Lebensdauer und erhöht die Effizienz. Die integrierte Mikroprozessor-Elektronik steuert den Sanftanlauf, eine Wiederanlaufsperrung nach Stromausfall, außerdem Temperaturüberwachung und Überlastungsschutz sowie die Konstantelektronik. Das ergonomische, sehr schlanke Design lässt das Basiselement optimal in der Hand liegen und unterstützt eine sichere Führung. Die variable Geschwindigkeit sorgt für eine individuelle Anpassung an die Anwendung. In die mitgelieferte L-Boxx können die Nutzer alle Vorsätze mit montiertem Werkzeug oder Schleifmittel sowie Zubehörteile einlegen.



Das Trinox-System von Flex ist mit dem Akku-Trinoflex jetzt auch mobil verfügbar. (Foto: Flex Elektrowerkzeuge)



Sicheres Lagern und Laden inklusive Diebstahlschutz

Mit dem Battery Charge bringt Asecos ein Modell mit Schließfachsystem neu auf den Markt. Den 60 cm breiten ION-Line-Sicherheitsschrank gibt es in zweifacher Ausführung: In der Ausstattungsvariante mit sieben integrierten Schließfächern lassen sich Lithium-Ionen-Akkus getrennt und vor Fremdzugriff geschützt aufbewahren. Jedes Schließfach bietet den Zugriff auf mindestens zwei Steckdosen, d.h. in jedem Abteil können Akkus über die betriebsbereiten Schutzkontaktsteckdosen geladen werden. Ein zentraler Rauchmelder im Schrank erkennt den Brand und leitet den Alarm an eine Gebäudeleittechnik weiter.

Die zweite Schrankvariante mit fünf brandgeschützten Schließfächern verhindert die Brandausweitung im gesamten Schrankinnenraum und schützt die eingelagerten Akkus vor einem Flammenübergriff. Ein weiterer Vorteil: Im Brandfall braucht der Anwender nur das betroffene Schließfach evakuieren. Der restliche Schrank und die weiteren eingelagerten Akkus werden nicht in Mitleidenschaft gezogen. So lässt sich der Schrank nach einem Brandfall in kürzester Zeit wieder in Stand setzen. In jedem Schließfach ist ein Temperatursensor verbaut. Meldet dieser eine Brandentstehung, erscheint am Schließfach eine LED-Funktionsanzeige und am Schrank ein akustischer und optischer Alarm, der an eine Gebäudeleittechnik weitergeleitet wird.

Mit den ION-Line-Sicherheitsschränken für sicheres Lagern und Laden von Akkus hat Asecos eine Lösung für die sichere Lagerung von Lithium Ionen-Akkus entwickelt. Neu auf dem Markt ist die ION-Line mit integriertem Schließfachsystem für getrennte Aufbewahrung der Energiespeicher sowie Schutz vor Fremdzugriff. (Foto: Asecos)

INSERENTEN-VERZEICHNIS ► PROFIBÖRSE 2/2021

Eisenblätter,
82538 Geretsried S. 9

Exact,
42897 Remscheid S. 7

fischerwerke,
72178 Waldachtal..... US 4

Günzburger,
89312 Günzburg..... S. 25

Hazet-Werk,
42804 Remscheid S. 31

Honisch,
47506 Neukirchen-Vluyn..... S. 4, 5, 8, 11

Lukas-Erzett,
51766 Engelskirchen..... S. 29

Media & Service Büro,
33615 Bielefeld..... US 2+3, 14

Nissen & Velten,
78333 Stockach..... S. 5

Osborn International,
35099 Burgwald..... S. 3

Pferd/Rüggeberg,
51709 Marienheide..... S. 11

Proxxon,
L-6868 Wecker S. 23

Rhodium,
56659 Burgbrohl..... S. 19

TTI-EMEA,
40724 Hilden..... TS

Tyrolit,
82216 Maisach..... S. 27



Adaptierbares Zubehör aus dem umfangreichen B+H-Programm eröffnen zusammen mit dem neuen Aluprofil-Stecksystem Workalu eine denkbar große Kombinationsvielfalt für flexible Arbeitsplätze. (Foto: Bedrunka + Hirth)

Arbeitsplätze wie aus dem Technik-Baukasten

Edel in der Optik, leicht zu reinigen und anpassungsfähig für jeden Raum und jede Anforderung – so lässt sich das neue modulare Arbeitsplatz-Stecksystem Workalu von Bedrunka + Hirth beschreiben. Der Betriebseinrichtungsspezialist aus dem Schwarzwald hat damit sein Produkt-Programm erweitert und ist, wie Geschäftsführer Ludwig Kellner betont, einem Kundenwunsch gefolgt: „Aluminium-Profile haben mittlerweile in viele Werkstattbereiche Einzug gehalten. Mit unserer Sortimentserweiterung wollen wir anpassungsfähige Arbeitsplätze zu einem optimalen Preis-Leistungsverhältnis anbieten.“ Workalu-Systeme gibt es mit 4-Fuß- und C-Fuß-Tischen, ein- und doppelseitigen Gestellen, verschiedenen Verkettungsvarianten, Anbaumodulen und Eckverbindungen. Arbeitsplatten werden in unterschiedlichen Maßen, Stärken und für unterschiedliche Anforderungen angeboten, ob wasserabweisend, stoß-, kratz- und abriebfest oder geeignet für elektrostatisch gefährdete Bereiche. Das System ist in 16 Standardfarben (RAL-Töne) erhältlich und lässt sich so an das Corporate Design des Kunden anpassen. Die 40x40 mm starken Alu-Profile werden nach Kundenwunsch zugeschnitten und zur einfachen Selbstmontage bereitgestellt. Das spart Transportkosten. Die wahren Talente der neuen Produktlinie beruhen jedoch auf der Wandlungsfähigkeit des Stecksystems und den Eigenschaften des Werkstoffs Aluminium, erläutert Kilian Mahler, der das Aluminium-Stecksystem für Bedrunka + Hirth entwickelte. Der 22-jährige Bachelor of Engineering, Schwerpunkt Konstruktion und Entwicklung, hatte sich bereits während seines Dualen Studiums bei B+H mit Alu-Profilen beschäftigt und mit einer entsprechenden Projektarbeit den Grundstein für die neue Sparte gelegt. Der entscheidende Vorteil der neuen Produktparte von Bedrunka + Hirth liegt in der schier unbegrenzten Kombinationsvielfalt und Anpassungsfähigkeit des Alu-Profilm-Stecksystems. Wie Konstrukteur Kilian Mahler erläutert, sorgen dafür nicht nur schnelle und einfache Profilverhebungen, Eckverbindungen, doppelseitige Gestelle und Anbaumodule. Hinzu kommt das große Angebot an Zubehör, das Bedrunka + Hirth für seine Arbeitsplatzsysteme anbietet und das für Workalu adaptierbar ist.

Tox Fallrohrbefestigung Thermo Vario

Die Befestigung von Fallrohren zur Dachentwässerung in WDV-Systemen ist eine Herausforderung – insbesondere bei nachträglich gedämmten Fassaden. Die Arbeit auf dem Gerüst oder der Leiter erschwert die Montage zusätzlich. Tox hat eine Fallrohrbefestigung für WDV-Systeme entwickelt, die einen variablen Abstand von 30 bis 60 mm zwischen Wand und Fallrohr ermöglicht. Damit kann auch bei einer unebenen Fassade das Fallrohr absolut lotrecht, sicher und thermisch getrennt befestigt werden. Möglich macht das die spezielle Schraube. Diese wird mit dem Stocksraubengewinde in den Thermo Vario bis zur Setzmarkierung eingedreht. Die am Kopf angeformte Gewindestange M10 lässt sich entsprechend des benötigten Abstandes durch Ein- und Ausdrehen exakt einstellen. Der Kunststoffdübel Thermo Vario entkoppelt die Befestigung thermisch von der Gebäudehülle.

Der Thermo Vario wird mit dem mitgelieferten Setzwerkzeug direkt in die Dämmstoffplatte eingedreht. Das Gewinde des Kunststoffdübels schneidet sich in das Material und bildet eine formschlüssige Verbindung aus. Dies ermöglicht Haltekräfte bis zu 10 kg pro Befestigungspunkt. Die Spezialschraube wird eingedreht und darüber die Schutztülle gesteckt, damit diese beim Verputzen nicht verschmutzt wird. Nach dem Verputzen wird diese abgenommen, die Schraube justiert und die Abdeckkappe Flexi Cap auf die Gewindestange aufgeschoben. Darauf wird das Gewinde für die Fallrohrschelle geschraubt. Die aus Gummi gefertigte Abdeckung lässt sich leicht montieren und verhindert das Eindringen von Feuchtigkeit in das WDV-System. Die lichtgraue Farbe der Abdeckung ermöglicht eine optisch ansprechende Befestigung des Fallrohres.



Der Tox Thermo Vario ermöglicht eine variable, lotrechte und thermisch entkoppelte Befestigung des Fallrohres. (Foto: Tox)

**HAZET
SMART
CASE**



Das Werkzeug

KOMPAKT.
VIELSEITIG.
REVOLUTIONÄR.

DESIGNED & PRODUCED
IN GERMANY





BE SMART. IN ANY CASE.

HAZET-WERK – Hermann Zerver GmbH & Co. KG
 Güldenwerther Bahnhofstraße 25 - 29 • 42857 Remscheid • GERMANY • www.hazet.de

HOLZBEARBEITUNG MIT KLINGSPOR

Perfekte Oberflächen für den natürlichen Werkstoff

Holz ist einer der ältesten Werkstoffe der Welt. Die vielseitigen Einsatz- und die guten Verarbeitungsmöglichkeiten sorgen dafür, dass an der Breite und Beliebtheit des Einsatzes nach wie vor keine Abstriche gemacht werden. Von der Außenfassade bis zum Kunstobjekt reicht das Spektrum, in dem Holz zum Einsatz kommt. In vielen Fällen ist die Oberflächenbearbeitung des Holzes elementarer Bestandteil. Die Oberflächenexperten von Klingspor haben jetzt genau dafür ein umfassendes Handbuch vorgelegt.



Im Handbuch „Klingspor-Lösungen für das Holzhandwerk und die Möbelindustrie“ ist das komprimierte Wissen rund um das Schleifen von Holz zusammengefasst und auf übersichtliche Art dargestellt, das die unterschiedlichen Aspekte der Holzbearbeitung ausmacht. „Bei dem neuen Profi-Leitfaden werden auch erfahrene Anwender Tipps und Produkte finden, die ihnen ihren Arbeitsalltag erleichtern“, verspricht Ibrahim Lapa, Leiter Business Development bei Klingspor. Die gesammelten Informationen sind damit auch eine gute Grundlage für die Beraterinnen und Berater im Handel, wenn es um die Frage nach der perfekten Oberfläche für den natürlichen Werkstoff geht.

In der neuen Broschüre haben sich die Klingspor-Produktexperten ganz in den Anwender hineinversetzt und liefern einen Ratgeber, der alle Prozessschritte vom Kalibrieren über den Vorschliff und Zwischenschliff bis hin zum Endschliff und Finish betrachtet. Somit weiß der Anwender an jedem Punkt ganz genau, welches Produkt das geeignetste für den jeweiligen Arbeitsschritt ist.

Stark konturierte Werkstücke erfordern andere Werkzeuge als glatte Flächen. (Fotos: Klingspor)



Bei der Oberflächenbearbeitung gilt es, verschiedene Einflussfaktoren zu beachten. Beim Werkstoff Holz sind dies vor allem die Faktoren Material, das Holz, Maschine sowie Schleifmittel. Je nach gewünschtem Ergebnis werden hier bereits entscheidende Weichen gestellt. Soll ein hoher Abtrag erzielt werden oder kommt es auf die finale Oberfläche an? Welche Maschine soll oder kann eingesetzt werden? Welche Form hat das Werkstück? Handelt sich um einen maschinellen Prozess oder erfolgt die Bearbeitung in Handarbeit? Diese und andere Fragen gilt es zu klären, um das richtige Werkzeug und, vor allem, das richtige Schleifwerkzeug auszuwählen.

ABTRAG CONTRA OBERFLÄCHENGÜTE

Generell lässt sich sagen: Ein hoher Abtrag lässt Wünsche bei der Qualität der Oberfläche offen, das perfekte Finish ist andererseits nicht mit einem aggressiven Schleifmittel zu erreichen.

Damit zeigt die Broschüre eine der entscheidenden Wirkkombinationen bei der Bearbeitung von Holzoberflächen auf und lässt die anderen Einflussfaktoren im Grundlagenteil, der den Abschnitten zu den unterschiedlichen Bearbeitungsmaschinen vorangestellt ist, folgen. Diese Einflussfaktoren sind das zu bearbeitende Material auf der einen, das Schleifmittel in Kombination mit der eingesetzten Maschine auf der anderen Seite.

Holz ist nicht gleich Holz: Das weiß jeder, der unterschiedliche Hölzer bearbeitet hat. In einer Übersicht stellt die Broschüre zehn exemplarische – und häufig eingesetzte – Holzarten in den Kategorien von sehr weich bis sehr hart dar und gibt entsprechende Hinweise für die Bearbeitung.

Schleifmittel ist nicht gleich Schleifmittel: Auch das ist den meisten Anwenderinnen und Anwendern bewusst, das Wissen um die Details ist zuweilen aber doch hilfreich. Und die liefert die Klingspor-Broschüre wie immer kompakt und übersichtlich. Zu beachten sind bei den Schleifmitteln das Material der Unterlage, die Art des Schleifkorns, die Streuung der Schleifkörner sowie die Beschichtung des Schleifmittels.

Das Material der Unterlage entscheidet über die Reißfestigkeit und die Flexibilität des Schleifmittels. Im We-

Die Bearbeitung von Holzoberflächen hat viele Einflussfaktoren – von der Holzart bis zur verwendeten Maschine. Klingspor stellt in einer neuen Broschüre umfangreiches Detailwissen zum Bearbeitungsprozess bereit



Bei der maschinellen Bearbeitung der Holzoberfläche kommen Schleifbänder zum Einsatz.



Neben der Körnung und dem Schleifmittel ist bei Schleifscheiben für den Exzenter-schleifer auch die passende Lochung wichtig.

sentlichen kommen vier unterschiedliche Materialien zum Einsatz: Papier, Baumwollgewebe, Polyesterweben und Polyesterfilm. Während die letztgenannten die Materialien mit der höheren Reißfestigkeit sind, müssen hier bei der Flexibilität Abstriche gemacht werden. Bei den beiden erstgenannten Materialien verhält es sich umgekehrt. Anwenderin und Anwender müssen sich ausgehend vom zu bearbeitenden Werkstück und unter Beachtung der verwendeten Maschinen entscheiden: Glatte Werkstücke und Maschinen mit hoher Leistung vertragen bzw. erfordern die reißfesten Materialien, stark profilierte oder gebogene Werkstücke sollten mit flexiblen Unterlagen bearbeitet werden.

SCHLEIFMITTEL-DETAILS

Neben dem Material bestimmen das verwendete Schleifkorn und die Streudichte das Ergebnis der Oberflächenbearbeitung beim Werkstoff Holz. Bei diesem Material kommen von den vier gebräuchlichen, allesamt synthetischen Schleifkornarten Siliziumkarbid, Aluminiumoxid, Zirkonkorund und keramisches Korn vor allem die Korunde zum Einsatz, bei Hartholz vor allem Zirkonkorund. Bei zähen Lacken oder Holz mit mineralischen Einschlüssen empfehlen die Experten bei Klingspor die Verwendung eines Schleifmittels mit Siliziumkarbid.

Da bei der Bearbeitung von Holz die Standzeit des Schleifmittels mehr durch das Zusetzen des Schleifmittels als durch die eigentliche Abnutzung der Schleifkörner beeinflusst wird, ist die Streuung bzw. die Streudichte ein wichtiger Faktor. Dabei gilt: Mit zunehmender Streudichte auf dem Schleifmittel erhöht sich das Risiko, dass sich das Schleifmittel während des Schleifvorgangs zusetzt. Andererseits garantiert die dichtere Streuung die glattere Oberfläche. Auch hier muss also wieder die Abwägung und Entscheidung je nach Gegebenheit durch Anwenderin und Anwender erfolgen.

Um ein schnelles Verstopfen des Schleifmittels zu verhindern, werden von Klingspor auch mit einem Antihafmittel beschichtete Schleifwerkzeuge angeboten. Diese Stearat-Beschichtung löst sich mit den anhaftenden Lackpartikeln vom Schleifmittel, so dass die Schleifkörner länger ihre Aufgabe verrichten können.

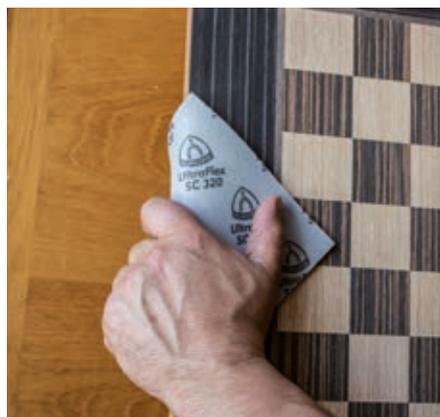
Zusätzliche Tipps, wie in diesem Umfeld der Hinweis auf Schleifmittel mit Antistatic für den Einsatz auf

Schleifmaschinen, ergänzen immer wieder die Informationen der Broschüre - aufmerksamkeitsstark in gelben Infokästen eingestreut. Damit wird der Informationsgehalt mit hohem Praxisbezug noch einmal erhöht und die Broschüre auch im Detail für spezielle Zielgruppen zum kompetenten Informationsmittel.

STATIONÄRE MASCHINEN, HANDGEFÜHRTE MASCHINEN, HANDSCHLIFF

Große Bedeutung kommt bei der Bearbeitung von Holzoberflächen den verwendeten Maschinen zu. Deshalb zeigt die Klingspor-Broschüre detailliert die unterschiedlichen Typen, der nach Einsatzbereichen sowie die je nach Werkstoffbeschaffenheit und Art des Werkstückes am besten einzusetzenden Schleifmittel auf. Jeweils folgend auf eine allgemeine Einführung zu den Bereichen stationäre Maschinen, handgeführte Maschinen und Handschliff stellt eine umfangreiche Matrix übersichtlich die jeweiligen Komponenten dar und gibt die konkreten Empfehlungen auf die geeigneten Schleifmittel.

Die spezifischen Details der einzelnen Bereiche werden in kurzen Kapiteln oder in „Gut zu wissen“-Informationskästen eingestreut, so beispielsweise bei den stationären Maschinen die verschiedenen Verschlussarten bei Schleifbändern oder die Vor- und Nachteile des Kreuzschliffs. Bei den handgeführten Maschinen wird noch einmal detailliert auf die Korngröße einge-



Nach wie vor ist immer wieder der Handschliff erforderlich. Auch dafür gilt es, das richtige Schleifmittel auszuwählen.

gangen, auf den Einfluss der Oszillation bei Schwing-schleifern und die Kompensation durch Stützteller oder auch die Stanzformen der Schleifmittel für die unterschiedlichen Maschinentypen. Beim Handschliff schließlich geht es um die Optimierung der Druckverteilung ebenso wie um die dafür zur Verfügung stehenden Hilfsmittel.

Neben den spezifischen Produktempfehlungen zeigt die jeweilige Matrix der empfohlenen Kombinationen von Schleifmittel, Holzart und Maschine eindrucksvoll die große Bandbreite des Klingspor-Sortimentes. Schon bei der schnellen Übersicht wird deutlich: Hier ist für jede Aufgabenstellung das richtige Schleifmittel garantiert.

GEBÜNDELTE KOMPETENZ

Ob in der Holzindustrie, bei Herstellern von Türen oder Bodenbelägen, Holzverarbeitenden Betrieben wie Schreinereien, Tischlereien oder Möbelbauern oder bei der Restaurierung von Möbeln und Treppen: Klingspor liefert für zahlreiche Branchen nicht nur die passenden Produkte. Wie man sie einsetzt und was zu beachten ist, wurde nun praxisnah und verständlich in dem neuen Profi-Leitfaden zusammengefasst.

Das Ergebnis der Prozesskompetenz von Klingspor wie der Broschüre stimmt überein: ein Know-how, das der Handel gezielt in der Beratung einsetzen kann sowie dadurch ein sauberer Bearbeitungsprozess, bei dem der Anwender durch den Einsatz der passenden Schleifmittel wertvolle Bearbeitungszeit und bares Geld sparen kann.

„Für uns bei Klingspor ist es wichtig, dass der Anwender sich in unseren Ratgebern wiederfindet und einen echten Mehrwert daraus ziehen kann. Mit dieser Broschüre geben wir unseren Kunden einen Berater an die Hand, der sie nicht nur bei der Wahl des passenden Schleifmittels unterstützt, sondern auch allgemeine Antworten auf die wichtigsten Fragen rund um die Holzbearbeitung liefert,“ resümiert Ibrahim Lapa.

Auf der Unternehmenswebsite www.klingspor.de steht der neue Klingspor Ratgeber kostenlos zum Download zur Verfügung. Weiterhin wird der Hersteller die Inhalte nach und nach in Form von Video-Content auf seiner Website sowie in den sozialen Netzwerken zugänglich machen. ■

Die perfekte Rolle

Die Effizienz eines handgeführten Transportgerätes hängt unter anderem wesentlich von seiner Radausstattung ab. Deshalb hat Fetra verschiedene Bereifungen für die häufigsten Anwendungen standardmäßig im Programm und berät bei der Wahl der richtigen Rolle.

„Unsere Tischwagen, Kastenwagen, Etagenwagen etc. stellen wir serienmäßig überwiegend mit Lenkrollen und Bockrollen mit TPE-Rädern und Rillenkugellagerung aus“, erklärt Ralf Brömmelsiek, Technischer Leiter bei Fetra. „Das passt für viele Anwendungen, allerdings muss man immer schauen, wie der Untergrund beschaffen ist, über den das Transportgerät bewegt wird, ob dieses im Innenbereich oder draußen zum Einsatz kommt, wie viel Gewicht es befördern soll, ob die Umgebung besondere Anforderungen stellt und so weiter.“ Diese Kriterien sind ausschlaggebend für die Wahl der passenden Radausstattung, die individuell für jedes Fetra Transportgerät konfiguriert werden kann.



Die Fetra-TPE-Rolle besteht aus thermoplastischem Elastomer. Aufgrund der harten Beschaffenheit des Materials bleibt die leichtläufige Rolle in Form, selbst bei starker Belastung. Je nach Größe hält sie Tragkräften bis zu 250 kg pro Rolle problemlos stand.

Eine Bereifung, die dabei immer wieder mit ihren Stärken überzeugt, ist die Fetra-TPE-Rolle, bestehend aus thermoplastischem Elastomer. Das geruchlose Material hält die leichtläufige Rolle stabil, selbst wenn

das Transportgerät samt Ladung für längere Zeit abgestellt wird. Aufgrund ihrer harten Beschaffenheit hält sie je nach Größe Tragkräften bis 250 kg pro Rolle problemlos stand. Sie ist ideal für Untergründe in Industriehallen, Laboren etc., da sie spurlos läuft und keine unschönen Verfärbungen auf dem Boden hinterlässt. Sind die Flächen uneben, empfiehlt sich die Ausstattung des Transportgerätes mit einer Vollgummi- oder Elastic-Bereifung. Kommen die Räder hingegen mit aggressiven Medien wie Laugen, Desinfektionsmitteln oder anderen chemischen Substanzen in Kontakt, sollte der Wagen mit Rollen aus Polyurethan oder Polyamid ausgestattet sein.

Damit der Fachhandel seine Kunden bestmöglich beraten kann, hat Fetra im hauseigenen Kompetenzzentrum einen Parcours angelegt. „Unsere Teststrecke hat verschiedene Bodenbeläge wie Kopfsteinpflaster, Fliesen oder eine Sisal-Kokos-Matte. Hier testen unsere Fachhändler in Echtzeit, mit welcher Radausstattung unsere Transportgeräte am besten zu den Anforderungen der Kunden passen“, sagt Markus Rehm, Verkaufsleiter Außendienst.

Um herauszufinden, wie sich welche Rolle auf welchem Untergrund verhält, hat Fetra im hauseigenen Kompetenzzentrum eine Teststrecke eingebaut. (Fotos: Fetra)



VORSCHAU ►► PROFIBÖRSE 3/2021

Akku- und Elektrowerkzeuge

Auch stromintensive Elektrowerkzeuge kommen inzwischen ohne Kabel aus: Akku takes it all. In der kommenden Ausgabe der ProfiBörse widmen wir uns den energiegeladenen Werkzeugen, vom Design über die Technik und die Leistungsfähigkeit bis hin zum Vertrieb.



FOTO: BOSCH

Die ProfiBörse 3/2021 erscheint am 18. Juni 2021

IMPRESSUM

PROFIBÖRSE

Das Magazin für Industrie, Fachgroßhandel und Handwerk mit den Sortimentsschwerpunkten Werkzeuge, Maschinen, Industriebedarf, Baustoffe, Baubedarf, Baugeräte, Baubeschläge, Haustechnik, Sanitär, Heizung, Klima, Sicherheitstechnik (Schloss und Beschlag), Betriebsbedarf und Arbeitsschutz

Herausgeber und Verleger:
Media & Service Büro Bernd Lochmüller
Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (05 21) 400 21-0
E-Mail: info@fz-profiboerse.de
Internet: www.fz-profiboerse.de

Redaktion:
Bernd Lochmüller (verantwortlich)
Hartmut Kamphausen

Redaktionsanschrift:
Redaktionsbüro H. Kamphausen
Kreuzgartenstraße 1
79238 Ehrenkirchen
Tel. (0 76 33) 9 33 12 62
E-Mail: profiboerse@pr-kamphausen.de

Gezeichnete Artikel decken sich nicht unbedingt mit der Meinung der Redaktion. Der Verlag haftet nicht für unverlangt eingesandte Manuskripte.

Anzeigen Service-Stelle:
Tel. (05 21) 4 00 21-0
E-Mail: info@fz-profiboerse.de

Anzeigenverkauf
Nielsen 1, 2, 3 a, 5-7
(Alle Bundesländer außer Baden-Württemberg und Bayern)
Ausland (Dänemark, Schweden, Finnland)
Media- und Servicebüro Bernd Lochmüller
Bleichstr. 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (0171) 610 26 78

Nielsen 3 b+4
(Baden-Württemberg, Bayern)
Ausland (Schweiz, Österreich, Italien)
MMS Marrenbach Medien-Service
Tucherpark 6, 85622 Feldkirchen Kr. München
Tel. (0 89) 43 08 85-55, Fax (0 89) 43 08 85-56

Vertrieb/Abonnementsservice: Nicole Strotherm
Tel. (05 21) 4 00 21-0

Layout: Overländer visuelles..., 47441 Moers

Druck: KLOCKE PrintMedienService,
Am Wittenberg 24, 33619 Bielefeld

Bezugspreis: 6 Ausgaben im Jahresabonnement (Inland) kosten 35,- € inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer; Ausland 48,- € inkl. Versandkosten und Mehrwertsteuer; Einzelheft 7,- € zzgl. Versandkosten. Bestellungen nehmen Buchhandlungen sowie der Verlag jederzeit entgegen.

Der Bezug der Zeitschriften zum vergünstigten Abonnementpreis verpflichtet den Besteller zur Abnahme eines gesamten Jahrgangs. Danach gilt eine Kündigungsfrist von 10 Wochen zum Jahresende. Bei vorzeitiger Beendigung eines Abonnementsauftrages wird der Einzelpreis nachbelastet. Preisänderungen berechtigen nicht zur vorzeitigen Kündigung.

Die Zeitschrift und alle veröffentlichten Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Herausgebers strafbar.

schlütersche

ProfiBörse ist ein geschützter Titel der Schlütersche Fachmedien GmbH

International Standard Serial Number (ISSN) 1436-9230

Wichtige Termine ProfiBörse 2021

	Anzeigenschluss	Druckunterlagenchluss	Erscheinungstermin
NR. 3/21	26.05.2021	28.05.2021	18.06.2021
NR. 4/21	28.07.2021	30.07.2021	20.08.2021
NR. 5/21	22.09.2021	24.09.2021	15.10.2021
NR. 6/21	17.11.2021	19.11.2021	10.12.2021

PROFI BÖRSE

Verlagsanschrift:

Media & Service Büro Bernd Lochmüller
Bleichstraße 77a, 33607 Bielefeld
Tel. (05 21) 400 21-0
E-Mail: info@fz-profiboerse.de
Internet: www.fz-profiboerse.de

Unsere Verlagsvertretungen beraten Sie gerne:

Nielsen 1, 2, 3 a + 5-7

(Alle Bundesländer außer Baden-Württemberg und Bayern)
Ausland (Dänemark, Schweden, Finnland)
Media & Service Büro Bernd Lochmüller
Bleichstraße 77a, 33607 Bielefeld
Tel.: (0171) 610 26 78
E-Mail: info@fz-profiboerse.de
Internet: www.fz-profiboerse.de

Nielsen 3 b + 4

(Baden-Württemberg, Bayern)
Ausland (Schweiz, Österreich, Nord-Italien)
MMS Marrenbach Medien-Service
Tucherpark 6, 85622 Feldkirchen Kr. München
Tel.: (0 89) 43 08 85 55, Fax (0 89) 43 08 85 56
E-Mail: info@mms-marrenbach.de



fischer 

PowerFast II Schrauben. Superhelden in Holz.



Die fischer PowerFast II ist so schnell, stark und vielseitig – wie ein Superheld. Mit Superkräften, die sich auf den Handwerker übertragen. Bei Anwendungen in Nadel- und Hartholz sowie Spanplatten und mit Metallbeschlägen gewährleistet die PowerFast II hohe Tragfähigkeit und sorgt für eine besonders schnelle sowie einfache

Montage. Sie bietet geprüfte Lasten im fischer Dübel – für ein sicheres Gefühl beim Dübeleinsatz. Mit ihr meistern Sie selbst größte Herausforderungen heldenhaft. Jetzt testen!

Mehr unter: www.fischer.de/superhelden