



Auf Partnerschaft setzen

Gerade in Krisenzeiten ist der persönliche Kontakt zwischen Elektrohandwerk und Elektrogroßhandel besonders wichtig. Eine Partnerschaft zum gegenseitigen Vorteil ist daher auch das Credo, das 470 Mitarbeiter bei Adalbert Zajadacz (AZ) tagtäglich umsetzen wollen. Auf der AZA '09, der AZ-Messe im Jahr des 75jährigen Jubiläums, sprachen wir mit Geschäftsführer Ralf Moormann.

mit Ralf Moormann

»de«: Herr Moormann, auch im Elektrogroßhandel ist die Wirtschaftskrise längst angekommen, wie geht ein Mittelständler wie Zajadacz mit den damit verbundenen Umsatzrückgängen um?

R. Moormann: Das Handwerk hat bisher nicht mit so gewaltigen Umsatzeinbrüchen wie beispielsweise der mittelständische Maschinenbau zu kämpfen. Da der Schwerpunkt unserer Aktivitäten klar beim Elektrohandwerk liegt, sind auch wir nicht so dramatisch von Umsatzeinbußen betroffen. Hier kommt uns die Flexibilität und Innovationskraft unserer Kunden entgegen. In manchen Marktsegmenten haben wir gemeinsam mit unseren Kunden im Elektrohandwerk sogar kräftig zulegen können.

»de«: Wo liegen diese Umsatzpotenziale?

R. Moormann: Vor allem natürlich im Energiebereich. In der Reduzierung des Energieverbrauchs steckt enormes Potenzial. Die Energieberatung ist für das Elektrohandwerk ein guter Einstieg dafür, seinen Kunden Energiesparsysteme wie Wärmepumpen oder energieeffiziente Hausgeräte zu verkaufen.

»de«: Bieten energieeffiziente Hausgeräte wirklich einen interessanten Markt? Kann das Handwerk hier denn mit Mediamarkt und Co. konkurrieren?

R. Moormann: Aber auf jeden Fall. Das Elektrohandwerk verfügt über die notwendige Beratungskompetenz. Gerade im ländlichen Raum zählt der persönliche Kontakt zum Elektrofachgeschäft. Das Vertrauen des Endkunden zu seinem Elektrohandwerker ist dort teilweise über Jahrzehnte gewach-

sen. Elektrische Hausgeräte haben einen Anteil von 15 % an unserem Gesamtumsatz. Wir stellen mit unserem Lieferprogramm und Logistikservice sicher, dass energieeffiziente Hausgeräte von hervorragender Qualität zu vernünftigen Preisen verfügbar sind. Aber unsere Kunden besitzen die Beratungskompetenz beim Endkunden.

»de«: Welche Rolle spielen die Erneuerbaren Energien für Zajadacz?

R. Moormann: Das ist der Wachstumsmarkt schlechthin und wir engagieren uns entsprechend. Die Photovoltaik galt ja immer als eine Domäne des Südens. Doch nun holt der Norden auf. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Beratung vor Ort. Die Aktion »zajadacz pro umwelt« bündelt eine Vielzahl von Aktivitäten, u. a. produkt- und systembezogenen Medien. Diese setzen unsere Kunden als Argumentationshilfen im Beratungsgespräch ein. Hinzu kommt die Kampagne »CO₂control«, die durch die DEHA ins Leben gerufen wurde, um die Kooperation von Herstellern, Großhandel und Handwerk aktiv für das Geschäft mit den Erneuerbaren Energien zu nutzen. Wir als DEHA-Großhändler tragen diese Kampagne mit und bieten spezielle Schulungsprogramme an. Hier machen wir gemeinsam mit Spezialisten unserer Lieferanten Elektrohandwerker fit für Beratung und Verkauf von Lösungen für Energieeffizienz im Gebäude und die Nutzung von Erneuerbaren Energie.

»de«: Die Industrie beklagt immer mehr, dass die Zahl der Hausmessen im Elektrogroßhandel unverhältnismäßig gestiegen ist. Nun veranstalten Sie zu ihrem Jubiläum eine Hausmesse hier im

Hamburger Freihafen, wie passt das ins Bild einer Wirtschaftskrise?

R. Moormann: Wir setzen auch in unseren Beziehungen zu Lieferanten auf faire Partnerschaft und wollen niemanden überfordern. Zu unserem 75jährigen Jubiläum sagen wir »Danke« zu unseren Kunden und zu unseren Lieferanten. Wir erwarten etwa 3000 Besucher und bieten Lieferanten eine exklusive Plattform hier in Schuppen 52 des Hamburger Freihafens. Dabei zählt vor allem der persönliche Kontakt, das Sich-Kennenlernen und die Pflege von alten Freundschaften. In der Region unterstützen wir tatkräftig die Hamburger Fachmesse GetNord, die 2010 wieder stattfinden wird.

»de«: Die Get Nord vereint die alte Nordelektro und die Hamburger SHK-Messe. Dieser gewerkeübergreifende Ansatz liegt voll im Trend. Gibt es in Ihrem Hause ebenfalls Überlegungen zu einem breiteren Angebot?

R. Moormann: Wir werden uns kein Porzellan ins Lager legen, wenn Sie das meinen. Ansonsten führen wir das im Sortiment, was unsere Kundschaft im Elektrohandwerk für ihren geschäftlichen Erfolg und damit für den täglichen Einsatz bei seinen Kunden benötigt. Wenn es hier thematische Erweiterungen gibt, werden wir nachhaltige Trends natürlich mitgehen. Mit unsren 17 Standorten und 470 Mitarbeitern sind wir ganz nah am Markt. Unsere Positionierung ist klar: wir sind ein Elektrofachgroßhandel. Hier liegt unsere Kompetenz, die wir in 75 Jahren aufgebaut haben. Dabei wollen wir auch gerne bleiben.

»de«: Herr Moormann, wir danken für das Gespräch!