

ZGV Arbeitskreis: Internationalisierung



ZGV Arbeitskreis Internationalisierung

- I. **Kurzvorstellung E/D/E**
Zahlen, Daten, Fakten
- II. **E/D/E in Europa**
Strategische Neuausrichtung

Geschäftsmodell: Gemeinschaftseinkauf



1931



„Einigkeit macht stark“

Besonderheit:

**Keine Genossenschaft, sondern
privatwirtschaftliche
Gesellschaftsstruktur**

Geschäftsmodell: „Einmaleins Des Einkaufs“



1968

(37 Jahre jung)

120 Mitarbeiter

3 Standorte (Wuppertal, Würzburg, München)

44 Mio. Euro Umsatz

600 Mitglieder



Besonderheit:

**Mehr als gemeinsamer Einkauf
(Werbung, Lagerhaltung,
Finanzabwicklung)**

Geschäftsmodell: System- und Servicezentrale



2005 „Erfolgreich Hand in Hand“

(74 Jahre jung)



1 Standort

3,1 Mrd. Einkaufsumsatz über E/D/E

1445 Mitglieder

650 Mitarbeiter

Eigenkapital: 125 Millionen Euro

Eigenkapitalquote: 32% (Ziel 2006: 36%)

75,5 % Familie Trautwein

20,0 % eigene Anteile der GmbH

4,5 % E/D/E Stiftung



Geschäftsmodell: System- und Servicezentrale



2005

(74 Jahre jung)

„Erfolgreich Hand in Hand“



Besonderheit:

- Systemzentrale auf europäischer Ebene
- Kollektive Markterschließung (Wertschöpfungskette)
- Prozessoptimierung/Systempartnerschaften
- Unternehmerische Motivation
- Informations- und Datendrehscheibe

1. Leitsatz:

Wir wollen für unsere Mitglieder das unverzichtbare Bindeglied zu unseren Vertragslieferanten sein.

Strukturierte Mitglieder

Unit 1

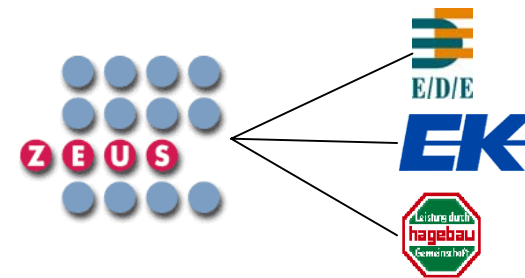
800
PVH Mitglieder



180 Werkzeug-Großhändler
100 Haustechnik-Großhändler
120 Baubeschlag-Großhändler
100 Stahl-Großhändler
60 Bauelemente-Großhändler
50 Technische-Großhändler
Arbeitsschutz-Großhändler
50 Maschinen-Großhändler
40 Schweißfach-Großhändler

Unit 1

600
EH Mitglieder



Fachmarkt – Betriebstypen



Strukturierte Mitglieder

4. Systemebene



3. Handelsmarkenebene



2. Fachkreisebene



E/D/E Fachkreis
Arbeitsschutz



E/D/E Fachkreis
Technischer Handel



1. „Uninformierte“ Eben



Strukturierte Sortimente

E/D/E

- Stahl
- Haustechnik
- Werkzeuge/Maschinen
- Betriebseinrichtungen
- Werkstattmaterial
- Beschlüge
- Sicherheitstechnik
- Bauelemente
- Arbeitsschutz
- Befestigungstechnik

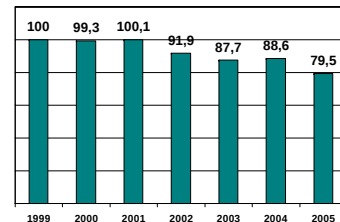
Zeus

- Eisenwaren
- Gartentechnik
- Gartenausstattung
- Lebendes Grün
- DIY
- Innendeko
- Elektroinstallation
- Sanitär / Fliesen

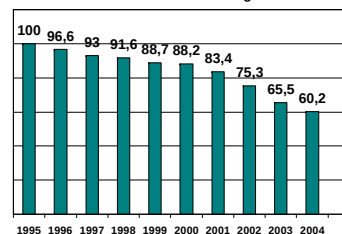
Das Problem der „Nähe zum Bau“

- Wir bewegen uns seit 1995 in schrumpfenden Märkten.
- Der Inlands-Kuchen wird jährlich kleiner!

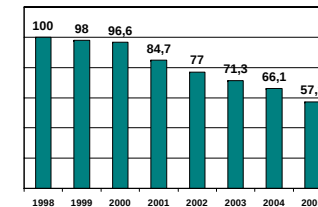
Prozentuale Umsatzentwicklung des Bereichs Haustechnik (Sanitär/Heizung)



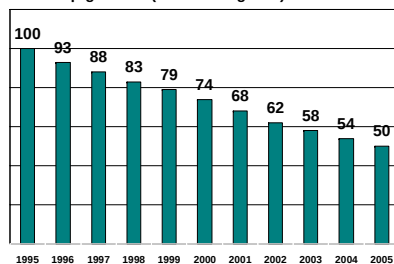
Prozentuale Umsatzentwicklung des Handels im Bereich Elektrowerkzeuge



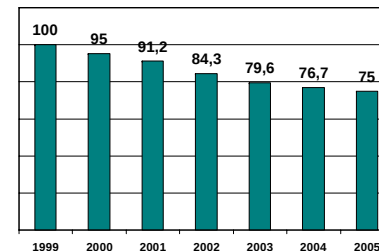
Prozentuale Marktpotenzial Türen



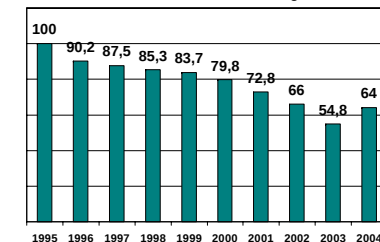
Beschäftigte im deutschen Bauhauptgewerbe (Entwicklung in %)



Beschäftigte in der deutschen Haustechnikbranche (Entwicklung in %)

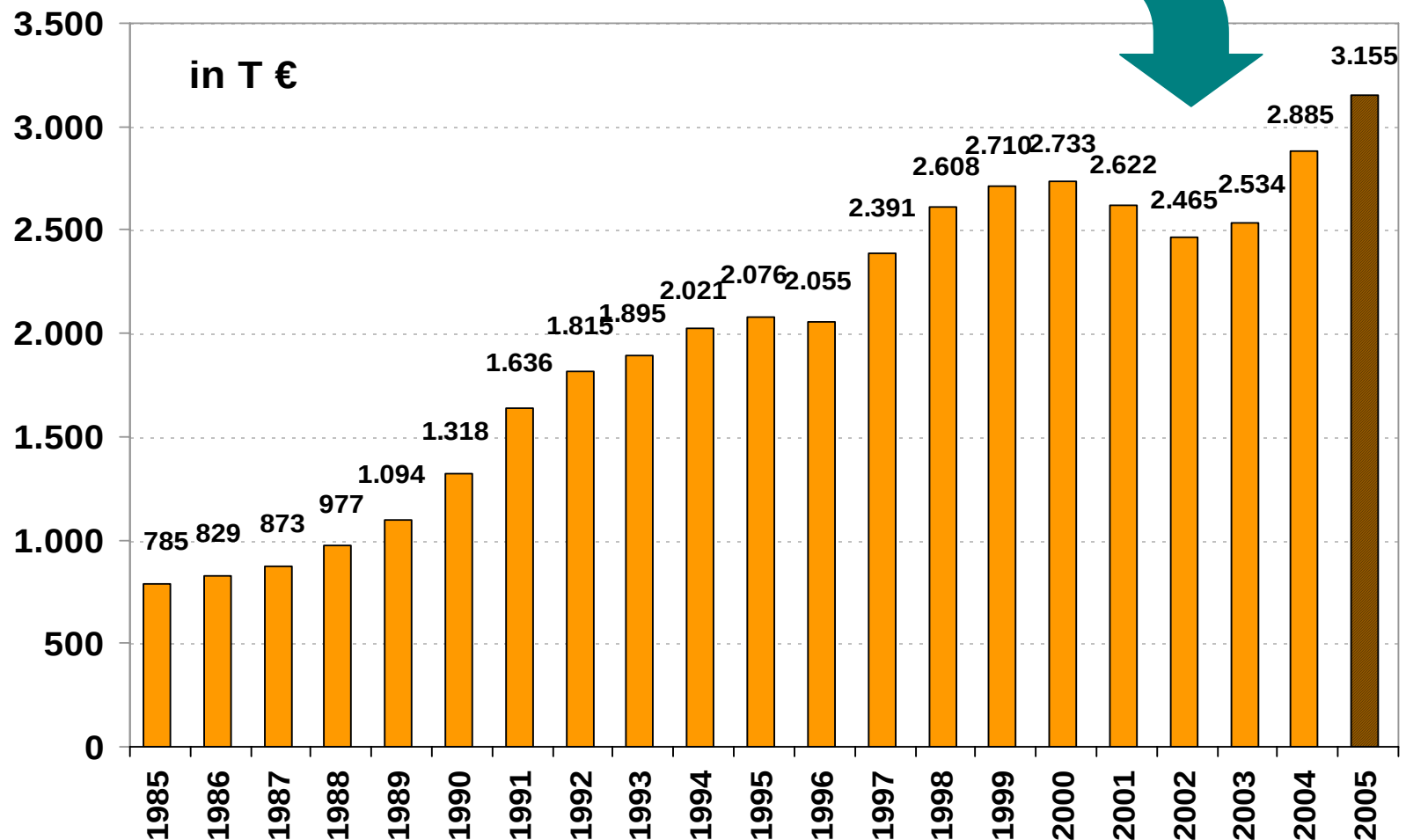


Umsatzentwicklung des Baubeschlag-Fachhandels im Bereich Fensterbeschläge



20 Jahre E/D/E Umsatzentwicklung (1985 – 2005) (Umsatz 4-fach)

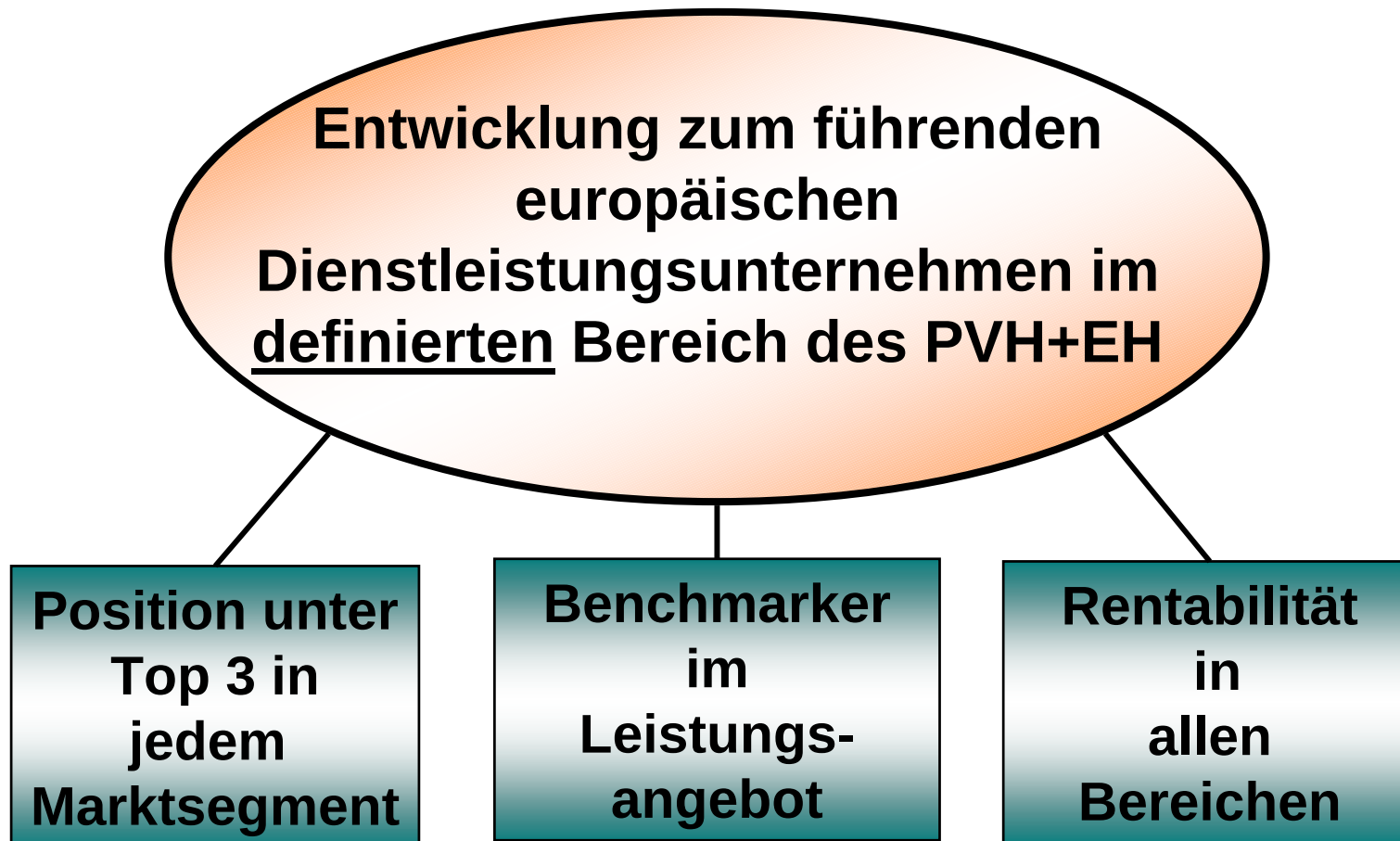
„Probleme“ zur Jahrtausendwende



Grundlagen der E/D/E-Strategie

- PVH Zukunftsstudie
- Die Zukunft der Einkaufskooperationen
- Definition „Strategische Erfolgspositionen“
- Challenge 2012

Strategische Hauptstoßrichtung des E/D/E



Auszug aus der Zukunftsstrategie

- Alle Aktivitäten gehen vom Markt aus (Vertrieb)
- Das „Denken“ in Systemen und Konzepten (Vertrieb)
- Inlandswachstum nur zu Lasten des Wettbewerbs
- **Europäische Ausrichtung**

E/D/E in Europa

1931 – 1995:	Keine Aktivitäten
1995 :	Erste Info-Reisen
2005 :	Mehrere Kooperationen Direkte Mitglieder Europa-Gesellschaften 280 Händler an 530 Standorten in 22 Ländern Umsatzanteil > 10%

Challenge 2012: Zielumsatz 1,2 Mrd. €

15 November 2005 GF1/Adorf



Strategischer Europa-Ansatz

- **Mehr-Wege-Strategie**

- Direkte Mitgliedschaften einzelner Händler
- Kooperationen mit Händlergruppen
- Dienstleister für Einkaufskooperationen (ZR, Logistik)
- Gemeinsame Europa-Gesellschaften
- Gemein. internationales Beschaffungsmarketing

E/D/E und seine Partner in Europa – Historie direkte Mitglieder

Meilensteine auf dem Weg zum europäischen Markt

1995:	Niederlande (Bus Deventer, Smeco), Frankreich (Batifer-Gruppe)
1995:	Frankreich (Batifer-Gruppe)
1996:	Österreich (Schmidt's Erben)
1998:	Belgien, Luxemburg, Polen,
1999:	Schweiz (B/R), Norwegen (Olsen)
2000:	Ungarn (Fetis und Arzenal), Slowenien (BTS)
2001:	Türkei (4)
2002:	Irland (Tucks), Dänemark (KJ), Finnland (Projekta),
2003:	Litauen (Rubikon), Slowakische Republik (Cezema)
2004:	Frankreich: (23 Format-Händler), Österreich (Weyland, Ulmer, Steiner, Odörfer)
2005:	England, Skandinavien

E/D/E und seine Partner in Europa – Historie Kooperationspartner

Meilensteine auf dem Weg zum europäischen Markt

- 1989: Österreich (3E)
- 1995: Kooperation Frankreich (Socoda)
- 1998: Kooperation Schweden mit Luna, Niederlande:
(Necomij)
- 1999: Italien (CDU), GB (Troy), Spanien (Cecofersa),
Gründung PTC
- 2001: Niederlande (Ferney Group), Schweiz: ZEEV
- 2002: EBH AG
- 2006: Kooperation Belgien (Menouquin)

**Im Jahr 2001 restrukturierte E/D/E seine
Auslandsaktivitäten und gründete einen eigenen
Geschäftsbereich Europa**

Vom Reagieren zum Agieren!

Infrastruktur für Europa

- **Eigener Geschäftsbereich mit 10 Mitarbeitern**
- **Eigene Vertriebsmitarbeiter in A, F, GB, NL**
- **Mehrsprachigkeit in SAP (WWS-Daten)**
- **Mehrsprachigkeit im Datenmanagement**
- **Zentralregulierung in Europa mit Fremdwährungen**
- **ZR-Verträge in den europäischen Ländern**
- **Logistikorganisation für Europa**

E/D/E und seine Partner in Europa

Handelsmarken – Ebene



Werkzeug: GB, I, F, NL, TR

Möbelbeschlag: NL, B, A

Schweissen: NL, B, Slo, A

Baugeräte: NL, B

Betriebseinrichtungen: NL,
Slo, B, A, Ch



E/D/E und seine Partner in Europa

Systemebene (Katalog, Sortiment, Logistik, Handelsmarken)



B, NL, A

B, NL, F, GB, A

Luxenburg, Ungarn

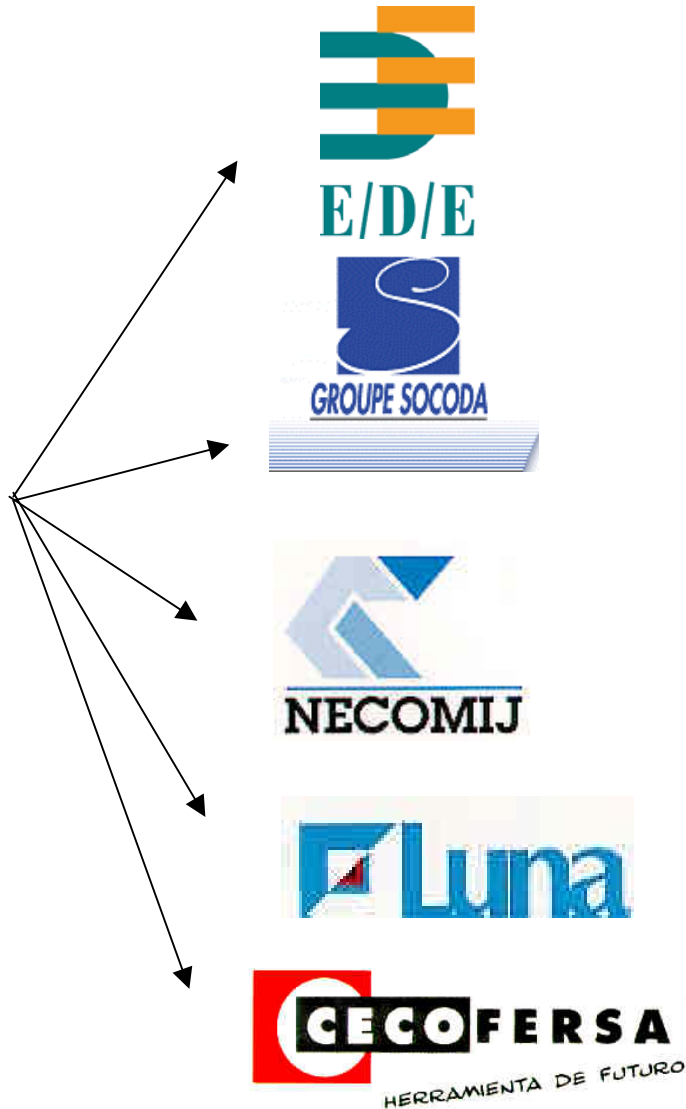


a) Verbandspartner: Troy, CDU

b) Direkte Partner: NL, B, F, I, A, SLO, L, SK, H, TR

Multi-Kooperation der Kooperationen

Gegründet in 1995
Sitz: Paris



Beispielhafte Aktivitäten

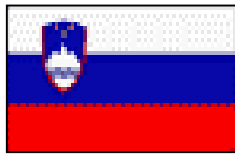
- Diverse Sammelkäufe Fa. Bosch, Dewalt, Metabo
- Europäischer Werkzeugprospekt EUROSTARS
- Fischer-Aktion
- Sondermodelle Fa. Kärcher
- Sondermodell Heckenrose
- „Quality made in Europe“ - Aktion



Multi-Spezialisten - Kooperationen



Teilnehmer



BTS Company



Fa. Van Eyle & Ruygers B.V.
Fa. Hoens Industrieel Geleen

Brütsch Rüegger AG



Fa. Baudoin



Fa. Albert E. Olsen A/S



Fa. CDU

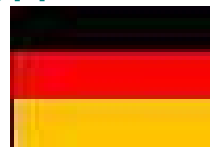
Premium Werkzeughandel

Fa. Ullner & Ullner GMBH

Wemag GmbH

IMATEC GmbH

Fa. Märklen GmbH



Fa. Schmidt's Erben



Troy Ltd.

ZIELE:



- **Informationen intern**
- **Informationen Wettbewerber**
- **Gemeinsamer Einkauf**
- **Vorträge von externen Rednern**

.... realisiert in halbjährlichen Treffen in Europa

Direkte Kooperationen

Gründung:	1. Januar 1991	1. Juli 1992	1. Januar 1907
			
Mitglieder:	65 Partner mit ca. 140 Anschlusshäusern	24 Mitglieder mit ca. 37 Anschlusshäuser	220 Mitglieder mit 240 Verkaufsstellen
Umsatz:	300 Mio. EUR	120 Mio. EUR	95 Mio. EUR

- Gemeinsame Lieferantenverhandlungen
- Gemeinsame Zentralregulierung als Dienstleister durch das E/D/E
- Bündelung der Handelsmarken
- Potenzieller internationaler Einkauf

Beispiel eines erfolgreichen Marktaufbaus: Format in Frankreich

Mitglieder

- Mecacoupe
- Langlet
- Walker
- Billet Fournier
- Difop
- Luquot
- PL Martin with 2 outlets
- Depetri
- CL Industrie
- Tréguer
- C.E.I.
- A & O
- DMI



Mitglieder

- Le Corvaisier
- Dorise, Le Mans
- Dorise, Angers
- Negotec Dorise
- SOMP

Sortiments- und Marketingkonzepte

- PREMIUM



- Handwerkstadt
- Profifachmarkt



- Handelsmarken

- Werkzeuge,
Betriebseinrichtung,
Werkstattmaterial,
Befestigungstechnik



Drehscheibe Datenmanagement

Reda-Tool I + II

500.000 Artikeldaten
150.000 Bilddaten

Printkataloge

- 42 Kataloge (10 mehrsprachig)
- mit über 268.000 Artikeln
- auf über 20.000 Seiten

Online-Kataloge



Logistik / Prozesse

- Zertifizierte und optimierte Prozesse
- Verkürzung der Logistikstrecke



- 60.000 Artikel
- Adressat: der gewerbliche Verwender
- 24 / 48 Std. Lieferzeit (Inland – Europa)
- 98,5 Lieferquote
- 0 Fehleranspruch (z. Zt zwischen 0,2 und 0,3%)
- Versandpapiere und Lieferscheine auf Händlerdrucksache
- **Mehrsprachigkeit**
- **bereits 25% Anteil nach Europa**

1995 – 2005: „Duftmarken“ in Europa ...
2005 – 2012: Professionalisierung der Europa-Strategie (zentral vs. dezentral)

- **Wir sind auf gutem Wege, aber es bleibt noch sehr viel zu tun**
- **Die Chancen sind erheblich**
- **Geduld ist erforderlich**

Herzlichen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit.

