



30 Mal in 20 Jahren kollegialer Austausch

Im 20. Jahr ihres Bestehens traf sich die VTH-Fachgruppe „Persönliche Schutzausrüstungen“ zu ihrer 30. Sitzung bei SC Johnson Professional in Krefeld. Die Gastgeber nutzten die Gelegenheit, sich im Dialog mit den Fachhandelspartnern über die Pläne für die Zukunft des jüngst umbenannten Unternehmens auszutauschen. Im weiteren Verlauf des Treffens standen aktuelle Herausforderungen, wie die PSA-Verordnung oder der Umgang mit digitalen Wettbewerbern, im Mittelpunkt.

Mies van der Rohe gilt als einer der bedeutendsten Architekten der Moderne. Der ehemalige Leiter des Bauhauses in Dessau hat seine Spuren auch in Krefeld hinterlassen, wo ein ehemaliger Industriekomplex nach ihm benannt ist. In einem der markanten van der Rohe-Gebäude hat mit SC Johnson Professional seit 2015 einer der wichtigsten Lieferanten des Technischen Handels seine Basis für das Europageschäft. Dankend nahm die VTH-Fachgruppe „Persönliche Schutzausrüstungen“ (PSA) das Angebot an, das Unternehmen im Rahmen des diesjährigen Mitgliedertreffens zu besuchen.

Hohe Teilnehmerzahl

Der Teilnehmerzuspruch zur Veranstaltung im Jubiläumsjahr der Fachgruppe, die 2018 auf ihr 20jähriges Bestehen zurückblicken kann, war ausgesprochen gut. Das freute auch die Gastgeber, Vertriebsdirektor Frank Küsters und Verkaufsleiter (D, A, CH) Christopher Wicher. Gerne

nutzten beide die Gelegenheit, das Unternehmen in seinem neuen Kleid vorzustellen.

Neu ist insbesondere der Name. Zum Zeitpunkt des Besuchs der Fachgruppenmitglieder war die Umbenennung erst wenige Wochen vollzogen. Bis dahin firmierte das Unternehmen als Deb-Stoko Europe GmbH, wengleich es bereits seit 2015 Teil der S.C. Johnson Group ist. Mit der damaligen Übernahme der britischen Deb-Gruppe forcierte S.C. Johnson eine neue Strategie für ihr B2B-Geschäft. Zeitgleich mit der jüngsten Umfirmierung wurde in ganz Europa der Rollout der Marke vollzogen. Neben dem bekannten Hautschutz von Deb-Stoko vereint die Marke SC Johnson Professional heute auch Produkte aus den Bereichen professionelle Reinigung und Hygiene (auch jenseits des Hautschutzes). Man arbeite weiter an der Integration von anderen Produkten in das Portfolio, beispielsweise für Bodenpflege oder Oberflächenreinigung. Auch bekannte Marken aus dem Consumer-Bereich

sollen dem professionellen Handel bereitgestellt werden, etwa in größeren Gebinden. Das Ziel sei ein Komplettangebot in den genannten Anwendungsbereichen, kündigte Küsters an.

Wicher machte deutlich, dass die Übernahme der Deb-Group eine Investition in die Zukunft sei, um das Produktportfolio gemeinsam mit den Partnern im Fachhandel erfolgreich vertreiben zu können. Neben dem Hautschutz würden sich für die Beteiligten neue Möglichkeiten ergeben. Eines der Ziele sei der Ausbau des Geschäfts mit dem Fachhandel, wie Küsters bekräftigte. Bis 2020 sollen, nach Anwendermärkten gestaffelt, die Produkte auf SC Johnson umgelabelt werden. Die bestehenden Produktmarken sollen aber weiter unter ihren bekannten Namen vertrieben werden.

Technischer Handel soll weiter gestärkt werden

Man werde auch künftig als eine wichtige Säule im Vertrieb auf den Fachhandel, auch den Technischen Handel, setzen, betonte Küsters. Durch die Ausweitung des Portfolios auf die drei Bereiche Hautschutz, Bodenreinigung und Oberflächenreinigung sei es denkbar, dass sich der Umsatz künftig gleichmäßig auf alle Segmente verteilen werde. Neben dem bestehenden Geschäft mit Hautschutz ergebe sich also für die Zukunft ein vielversprechendes Umsatzpotenzial. Und auch beim Hautschutz setze man auf hohe Wachstumsraten.

Im weiteren Verlauf diskutierten die Händler und die Gastgeber weitere Themen zum Teil intensiv, wobei die Aussagen von SC Johnson auch nach Einschätzung von VTH-Hauptgeschäftsführer Thomas Vierhaus dankenswerterweise offen und klar waren. „Das war gelebte Partnerschaft“, bedankte er sich.

Leistungsfähigkeit der Fachgruppe in den Markt tragen

Nachhaltige Kommunikation mit den Marktteilnehmern, wozu wesentlich der Austausch mit Lieferanten gehört, hat sich der VTH verstärkt auf die Fahnen geschrieben. Im Anschluss an das Gespräch mit SC Johnson präsentierte Lars Langhans von der Medienagentur Kollaxo eine Bilanz der jüngsten Aktivitäten auf diesem Feld. Die Zuhörer zeigten sich beeindruckt, welche Früchte die Partnerschaft von Lieferanten und Händlern in der Öffentlichkeitsarbeit in den vergangenen zwölf Monaten getragen hat: Langhans präsentierte den Teilnehmern eine Vielzahl von Beispielen der Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes, die die VTH-Qualitätspartner mit großem finanziellen und inhaltlichen Engagement unterstützen.

Die Sitzungen der Fachgruppe machen den übrigen Marktteilnehmern stets auch deren Leistungsfähigkeit deutlich. Große Schlagkraft erzielt man am besten durch eine hohe Mitglieder- und Teilnehmerzahl. Daher zeigte sich der Vorstandsvorsitzende der Fachgruppe, Wolfgang Möwius (Möwius, Hamburg), über den diesjährigen hohen



Der Vorsitzende freute sich über hohe Teilnehmerzahl



Frank Küsters betonte, dass SC Johnson einen Ausbau des Geschäfts mit dem Fachhandel anstrebe

Zuspruch zu dem Treffen erfreut. Das hielt ihn jedoch nicht davon ab, an seine Kollegen zu appellieren, in ihrem Streben nach einer Vergrößerung der Fachgruppe nicht nachzulassen. Das Potenzial dazu sieht er auch in den Reihen der VTH-Mitglieder.

Vorstand mit noch mehr Power

Gute Voraussetzungen für eine künftig noch höhere Durchsetzungskraft der Fachgruppe ergeben sich aus den Vorstandswahlen. Nachdem das Gremium jahrelang lediglich aus dem Vorsitzenden und zwei Stellvertretern bestanden hatte, erhält der bislang schon erfolgreich arbeitende Vorstand Unterstützung durch zwei neue Stellvertreter. Während der nächsten zwei Amtsjahre verstärken Timm S. Bendinger (Roth, Wilnsdorf) und René Dengler (Dengler, Frankfurt) das bisherige Team mit Christian Coenen (Coenen, Neuss) und Leonhard Engels (Agis, Viersen) sowie dem Vorsitzenden Wolfgang Möwius.

Zu den jüngsten Erfolgsgeschichten der Fachgruppe gehört die Einführung des VTH-Prüfsiegels für PSA-



Bildquelle: Kollaxo



Bildquelle: Kollaxo

Der Vorstand der VTH-Fachgruppe PSA (v.l.): Leonhard Engels, Timm S. Bendinger, Wolfgang Möwius, Christian Coenen und René Dengler

Fachgruppenmitglieder stimmten einer entsprechenden Maßnahme zu, die von der VTH-Geschäftsstelle inzwischen bereits umgesetzt wurde.

Zu den Themen, die die Branche zuletzt besonders bewegt haben, zählt die PSA-Verordnung. Diesbezüglich war die Fachgruppe auf mehreren Ebenen aktiv. Im April 2018 wurden die PPE-Regulation-Guidelines veröffentlicht, mit denen die Kommission Unklarheiten der Verordnung präzisiert hat. Vierhaus berichtete, dass der VTH die Guidelines übersetzt hat und diese den Mitgliedern zur Verfügung stellt. Anschließend machte er auf einige Passagen des Textes aufmerksam, die auf die besonderen Verpflichtungen des Fachhandels Bezug nehmen.

Bestehende Vorteile weiter stärken

In der weiteren Aussprache wurde von Problemen mit einzelnen Lieferanten berichtet, die sich aus dem Vertrieb über elektronische Marktplätze ergeben. Nach Ansicht von Möwius könnten die Fachgruppenmitglieder diesem Wettbewerbsproblem vor allem dadurch begegnen, dass sie an der Schärfung der eigenen Identität arbeiten und ihre bestehenden Vorteile weiter stärken. Jeder Händler müsse darauf seine Kommunikation ausrichten und so als Teil einer starken Gruppe im Markt wahrnehmbar sein.

Für die nächste Mitgliederversammlung verabredete sich die Runde angesichts der Messe A+A im Herbst 2019 für das kommende Frühjahr. ■

Wolfgang Möwius warb für die Schärfung der eigenen Identität

Fachbetriebe, das inzwischen 23 Mitgliedsbetriebe vorweisen können. Ein Mitglied berichtete, dass das Siegel mittlerweile bei den Kunden für Pluspunkte in der Bewertung Sorge und sich beispielsweise bei einer europäischen Ausschreibung positiv bemerkbar gemacht habe. Möwius sieht das Siegel mittlerweile als wichtiges Kernelement der Fachgruppe. Vertrauen schaffe und den Unterschied zu manchen Wettbewerbern deutlich mache. Er appellierte an die Kollegen, die Vorzüge des Siegels mit Nachdruck zu kommunizieren. Die wenigen Fachgruppenmitglieder, die es noch nicht erworben hätten, sollten die Zertifizierung schnellstmöglich in Angriff nehmen.

Vierhaus berichtete, dass derzeit eine neue Kommunikationsmaßnahme für das Siegel vorbereitet werde. Umgesetzt wurde die Idee bereits in der Fachgruppe SAT, die das Instrument der zertifizierten Fachbetriebe schon seit einigen Jahren nutzt und sich nun entschlossen hat, auf der Fachgruppenwebseite die Betriebe mit Prüfsiegel in einer Übersicht gesondert aufzulisten und die Einträge direkt auf die Firmenwebseiten zu verlinken. Die PSA-