

## Hausbesuch bei Datatec

Hans Steiner, Geschäftsführer von Datatec, hat mit E&E über sein Unternehmen, den Geschäftserfolg durch die Devise „messbar mehr“ und das Engagement für die Menschen in seiner unmittelbaren und mittelbaren Umgebung gesprochen.

TEXT: Kathrin Veigel, E&E BILDER: Datatec

 [www.eue24.net/PDF/88489EE](http://www.eue24.net/PDF/88489EE)



Ortstermin im Schwabenland – genauer: bei Datatec in Reutlingen am Fuße der schwäbischen Alb. Ein Heimspiel für die Autorin, die nicht unweit von hier aufgewachsen ist. Beste Voraussetzungen also für das Gespräch mit Hans Steiner, dem Geschäftsführer von Datatec, denn sowohl sprachlich als auch von der Mentalität her liegen wir auf einer Wellenlänge.

Hans Steiner stellt sein Unternehmen, das im Geschäftsjahr 2013/2014 einen Gesamtumsatz von 39,5 Millionen Euro erzielt hat (ein Plus von fünf Prozent zum Vorjahr), als Fachdistributor für Mess- und Prüfgeräte vor. Das Portfolio umfasst Oszilloskope, Labormessgeräte und Stromversorgungen sowie Prüfgeräte, Datenlogger, Multimeter, Stromzangen, VDE-Prüfgeräte, Löttechnik, LAN-Messgeräte und Wärmebildkameras. Zu den Kunden zählen bundesweit Industrieunternehmen, Handwerksbetriebe, Behörden sowie Bildungs- und Forschungseinrichtungen. Aktuell sind bei der Datatec-Gruppe hundert Mitarbeiter beschäftigt, verteilt auf die vier Bereiche Datatec ATP (Autorisierter Technologie Partner), Datatec Akademie, Datatec Dialog und Datatec. Bei Letztgenanntem handelt es sich um das Distributionsunternehmen selbst, bei Datatec Dialog um eine Dialogmarketing-Sparte, wo sich Mitarbeiter um die

Adressqualifizierung und das Nachtelefonieren von Mailings kümmern. Datatec ATP gibt es seit 2010 „und ist ein exklusiver Vertriebspartner für elektronische Messtechnik von Keysight Technologies (vormals Agilent Technologies, die Redaktion). Wir haben in diesem Bereich eine sehr hohe Kompetenz, denn hier arbeiten erfahrene Applikationsingenieure, darunter auch ehemalige Agilent-Mitarbeiter“, erklärt Hans Steiner. Im Rahmen der Datatec Akademie bietet der Distributor seit zwei Jahren Seminare und Schulungen an. Hier wird theoretisches und praktisches Wissen rund um die Messtechnik vermittelt. „Diese Schulungen oder Seminare finden in unserem neu gebauten Seminarbereich im Firmengebäude oder direkt beim Kunden vor Ort statt“, wie Geschäftsführer Steiner erläutert.

### Messbar mehr

Schon nach den bisherigen Ausführungen wird klar, warum sich Datatec den Slogan „Messbar mehr“ auf die Fahnen geschrieben hat: Das Unternehmen will mehr sein als nur ein reiner Distributor. Dies unterstreicht ja bereits das umfangreiche Angebot an Seminaren und die regelmäßig bundesweit stattfindenden Measurement Days, bei denen Datatec-Exper-

Das Firmengebäude von  
Datatec am Stammsitz in  
Reutlingen



ten Kunden kostenlos Grundlagen der Messtechnik vermitteln. Zusätzlich legt man sehr viel Wert auf einen umfassenden Kundensupport. „Unser Support geht schon mit einer Erstberatung beim Kunden vor Ort durch den Außendienst los. Und bevor ein Kunde sich für ein Gerät entscheidet, kann er es erst einmal testen, denn er soll bei uns ja nicht die Katze im Sack kaufen. Während dieser Testphase besteht zudem die Möglichkeit, Unterstützung durch unseren Innendienst zu bekommen“, beschreibt der Datatec-Geschäftsführer die Dienstleistung für die Kunden. Aber damit nicht genug: Auch nach dem Verkauf

der Geräte ist man für sie da. Wenn ein Gerät repariert oder kalibriert werden muss, dann läuft das über Datatec.

Ebenfalls zum Motto „Messbar mehr“ passt der hohe Qualitätsanspruch, den Datatec an die in seinem Portfolio versammelten Produkte stellt: „Wir wollen Geräte anbieten, die eine hohe Wertschöpfung für den Kunden bieten. Das heißt, sie müssen auf dem neuesten Stand der Technik sein und eine langlebige und nachhaltige Qualität bieten“, so Hans Steiner. Daher seien derzeit zum Beispiel auch keine chinesischen Mess-

technikprodukte im Programm, da sie den Datatec-Ansprüchen nicht genügten.

## Gutes nicht nur für Kunden

Der Distributor hat aber nicht nur die Abnehmer seiner Produkte im Fokus, auch soziales Engagement gehört für die Steiners – die Frau von Hans Steiner arbeitet auch bei Datatec – dazu: „Wir fühlen uns als familiengeführtes Unternehmen verpflichtet, soziale Verantwortung zu übernehmen. Man sollte nicht nur Geschäfte machen, sondern auch etwas für die Gesellschaft tun“, macht Hans Steiner deutlich. Besondere Herzenssache ist für den Unternehmer das Datatec KidsProjekt. Hierbei werden seit mehreren Jahren bundesweit Kindersport-schulen und Sportvereine gefördert, die sich um Kinder und deren Bewegung durch Sport kümmern. Mit der finanziellen Unterstützung des Unternehmens werden Unterrichtsmaterialien, Sportgeräte und neue Konzepte finanziert.

Dass sich Hans Steiner für Außenstehende engagiert, sieht er also als selbstverständlich an. Ebenso selbstverständlich ist es für ihn, das Wohl und das Weiterkommen seiner Belegschaft im Blick zu haben. Daher ist das Thema Weiterbildung bei Datatec in der Prioritätenliste ganz oben angesiedelt: „So wie wir unsere Kunden mit Schulungen immer auf den neuesten Stand bringen, wollen wir auch unsere Mitarbeiter stets up to date halten. Wir wollen ihnen hier die Möglichkeit zu lebenslangem Lernen geben“, betont Hans Steiner. So können sich die Datatec-Angestellten zum Beispiel mit Englisch- und IT-Kursen oder Seminaren zu Gesprächsführung oder Beschwerdemanagement weiterbilden. Nicht zuletzt dieses Angebot zur Weiterentwicklung hat dazu beigetragen, dass sich der Distributor seit Juni dieses Jahres mit dem Titel „Top-Arbeitgeber“ schmücken darf. Hans Steiner erklärt sich diesen Erfolg so: „Wir leben im Unternehmen einen offenen Führungsstil und Informationsaustausch. Dazu kommt die Beteiligung der Mitarbeiter an der Verantwortung und dem Erfolg.“

Danach gefragt, was sich Datatec für die Zukunft vorgenommen hat, nennt Hans Steiner folgende Punkte: das Geschäft mit der Akademie-Sparte vorantreiben, die Vertriebsaktivitäten ausbauen – zum Beispiel mit dem Abschluss neuer Vertriebskooperationen, wie zuletzt mit SPS Electronic oder Chroma geschehen – und natürlich die Attraktivität als Arbeitgeber weiter entwickeln. □