

Distribution in der Messtechnik – mehr als nur »Boxen schieben«

»Ohne Mut kein Erfolg«

Der Messtechnik-Distributor dataTec hat in den vergangenen Jahren eine ungewöhnliche Entwicklung durchgemacht. Nach der Krise 2009 gründete Hans Steiner im Jahr 2010 gleich zwei neue Unternehmensbereiche – die dataTec ATP GmbH und die dataTec-Akademie – und schloss sie mit der ursprünglichen dataTec GmbH zur dataTec-Gruppe zusammen. Markt&Technik sprach mit Hans Steiner über die Entwicklung, die die Gruppe seither durchgemacht hat, und über das ganz persönliche soziale Engagement des Geschäftsführers.

Markt&Technik: Herr Steiner, wie verkraftet ein Unternehmen eine solch rasche Expansion, wie sie dataTec vor rund zwei Jahren vollzogen hat?

Hans Steiner: Am Anfang war es nicht ganz einfach. Bevor wir den Vertrieb für Agilent übernommen haben, waren wir Distributor für Tektronix-Produkte. Dieses Geschäft fiel nun weg und musste schnell kompensiert werden. Die Gründung der dataTec ATP GmbH war eine vertragliche Forderung von Agilent, um eine klare Trennung zwischen dem von Agilent betriebenen Geschäft und den anderen Bereichen zu schaffen. Wir haben auf einen Schlag 30 neue Mitarbeiter eingestellt, davon zwölf

aus dem ehemaligen Agilent-Team. Gerade in der Anfangsphase mussten wir eine hohe Flexibilität aufbringen, aber dank unseres großen Vertrauens bei den Kunden waren wir in der Lage, die Kunden schnell über die Veränderung des Agilent-Vertriebswegs zu informieren und sie auch zu beliefern. Es war eine spannende Zeit, aber wir haben es geschafft.

Wie konnten Sie sicher sein, dass das Konzept aufgeht?

Die absolute Sicherheit gibt es nicht. Aber wenn man als mittelständischer Familienunternehmer erfolgreich sein will, braucht man einfach ein gewisses Maß an Mut. Ohne Mut kein Erfolg. Darüber hinaus hatte ich ja mit Agilent einen starken Partner an der Seite. Und hoch motivierte Mitarbeiter, die gemeinsam etwas ganz Neues aufbauen konnten.

Aber eine solche Entwicklung will auch koordiniert werden.

Ja, und das geht nur, wenn man als Geschäftsführer ein Führungsteam hat, dem man voll vertrauen kann, mit dem man die Geschäftsentwicklung diskutieren und dem man die Führung dann auch bedenkenlos überlassen kann. Wir alle mussten uns ja erst in diese Situation einfinden, keiner von uns hatte Erfahrung mit einer solchen Geschäftsweiterung. Ich habe den Führungskräften Vertrauen entgegengebracht, ihnen Verantwortung übertragen und selber vieles einfach losgelassen.

Wenn Fehler gemacht wurden, haben wir eben daraus gelernt und es beim nächsten Mal besser gemacht. Meine Aufgabe ist es nach wie vor, das Zusammenwirken der einzelnen Gruppen und Abteilungen sicherzustellen und die Mitarbeiter zu motivieren. Zuweilen ist es anstrengend und manchmal geht nicht alles rund – doch wir arbeiten daran.

Kommt es zwischen den Unternehmensgruppen nicht zu Interessenskonflikten?

Nein, wir haben dafür gesorgt, dass es hinsichtlich der Produkte keinerlei Überschneidungen gibt, wohl aber ergänzende Lösungen. Der Kunde wird bei uns – egal durch welchen Unternehmenszweig – immer ganzheitlich betreut. Das setzt eine enge Zusammenarbeit intern voraus. Einige Prozesse müssen wir noch optimieren, aber auch das bekommen wir noch in den Griff.

Planen Sie, die einzelnen Bereiche weiter auszubauen?

Grundsätzlich ja, doch muss sich dies immer an den Bedürfnissen unserer Kunden orientieren. Auch die dataTec-Akademie haben wir ins Leben gerufen, weil wir den entsprechenden Bedarf erkannt haben. Wir hören genau hin, was unsere Kunden wollen, und erst dann entscheiden wir, welcher Weg für uns der richtige ist.

Die dataTec-Akademie besteht nun seit etwa zwei Jahren. Wie haben die Kunden die Idee dieser Bildungsstätte angenommen?

Je komplexer Messgeräte werden, desto mehr suchen Kunden nach Hilfestellung in Form von praxisbezogenen Beispielen. Wer hätte noch vor fünf Jahren gedacht, dass mit einem Netzwerkanalysator ein Augendiagramm eines seriellen digitalen Datenstroms darstellbar ist? Zwischenzeitlich wollen Kunden noch mehr Seminare wie etwa die Measurement Days oder spezifische Anwendungen von Oszilloskopen, Netzwerk- und Spektrumanalysatoren und Hilfestellung bei der Auswertung oder der Aufnahme von Wärmebildern haben. Das bieten wir ihnen. Wir führen unsere Seminare zum Teil aus eigenen Reihen, aber auch mit Unterstützung unserer Lieferanten und Partner wie etwa dem TÜV Rheinland oder TÜV Süd durch.

Sie unterhalten auch einen Online-Shop. Wie hat sich die Bereitschaft der Kunden, Messgeräte online zu bestellen, in den letzten Jahren entwickelt?

Nun, ebay macht es vor. Die Bereitschaft der Kunden, über das Internet zu bestellen, ist im

Hans Steiner, Datatec

» Ich habe den Führungskräften Vertrauen entgegengebracht, ihnen Verantwortung übertragen und selber vieles einfach losgelassen. «

Großen und Ganzen gestiegen. Nicht in dem Maße, wie im privaten Bereich, aber dennoch deutlich. Man darf jedoch nicht außer Acht lassen, dass viele Kunden die Messgeräte – und auch dataTec als fairen Geschäftspartner – kennen und daher keine Bedenken gegen eine Online-Bestellung haben. Über die Bestellmöglichkeit hinaus können Kunden in unserem Online-Shop auch komplette Dokumentationen herunterladen und Angebote sowie Testgeräte anfordern. Diesen Mehrwert erwarten die Kunden heutzutage.

Denken Sie, dass das Online-Geschäft zu Lasten des Direktvertriebs steigen wird?

Nein. Ich gehe zwar davon aus, dass das Online-Geschäft wachsen wird, allerdings wird es den Direktvertrieb eher ergänzen als ersetzen. Messgeräte sind und bleiben erklärungsbedürftig. Hier ist der direkte Kontakt zum Vertriebsingenieur sehr wichtig für den Kunden. Wir beobachten jedoch, dass Kunden auch nach einer persönlichen Beratung gerne die Möglichkeit nutzen, online zu bestellen. Insofern laufen beide Vertriebswege Hand in Hand. Letztendlich erwarte ich, dass uns der Online-Shop zusätzlichen Umsatz bringt.

Die absolute Sicherheit gibt es nicht. Aber wenn man als mittelständischer Familienunternehmer erfolgreich sein will, braucht man einfach ein gewisses Maß an Mut.

Welche Umsatzentwicklung erwarten Sie für die einzelnen Bereiche?

Für dieses Geschäftsjahr, das am 30. Juni 2012 endet, wird die gesamte dataTec-Gruppe bei rund 38 Millionen Euro landen. Im Geschäftsjahr 2012/13 wollen wir mit der Akademie einen Umsatz von etwa einer Million Euro erreichen und wollen mit der dataTec-Distribution, -ATP und -Elektrik im zweistelligen Prozentbereich wachsen.

Gäbe es weitere sinnvolle Ergänzungen für die dataTec-Gruppe? Vielleicht so etwas wie eine dataTec Systemintegration GmbH?

Wir sind ein technischer Fachhändler – das hängt mit dem Vorgehen unserer Lieferanten zusammen, und hier liegt auch unsere Kernkompetenz. Wenn unsere Partner jedoch mit einer Idee auf uns zukommen, sind wir offen und diskutieren sie mit ihnen. So will Agilent beispielsweise künftig stärker in den Bereich der modularen Messtechnik einsteigen. Den Weg werden wir auf jeden Fall gemeinsam gehen. Aber auf Ihren Geschäftsvorschlag hin muss ich sagen, dass wir sehr viele Systemintegratoren zu unserem Kundenkreis zählen – und in deren Geschäftsfeld wollen wir nicht eindringen. Vielmehr möchten

wir unsere Partnerschaft mit den Systemintegratoren weiter intensivieren und dadurch unsere Kompetenzen erweitern.

Sie sprachen die modulare Messtechnik an. Erwarten Sie, dass PXI-basierte Messgeräte die traditionellen »Boxen« ablösen werden, und welches Potential sehen Sie für dataTec in diesem Markt?

Eine Ablösung ist definitiv nicht realistisch. PXI wird die traditionellen Messgeräte aber sicherlich ergänzen. Vor allem in der Massenproduktion – etwa im Automobilbereich bzw. bei den Zulieferbetrieben – haben modulare Messsysteme eine große Zukunft. Das Potential für uns ist schwer abzuschätzen, ich würde es mit ein paar Millionen Euro bewerten.

Wer gibt die Strategien vor, wenn eine Verstärkung der Marktpräsenz in einem Gebiet wie der PXI-basierten Messtechnik geplant ist?

Die globale Strategie kommt natürlich von Agilent selber. Wie wir lokal vorgehen, erarbeiten wir gemeinsam, wobei wir aber ganz genau die Anforderungen der Kunden im Auge haben.

Noch ein paar Worte zu Ihnen persönlich: Sie unterstützen seit Jahren Kinder und Jugendliche in Projekten außerhalb der Elektronik. Woher kommt Ihre Motivation für das soziale Engagement?

Meiner Auffassung nach hat ein Unternehmer drei ganz wichtige Verantwortungen: Erstens für die Firma und ihren wirtschaftlichen Erfolg, um zweitens den Mitarbeitern eine zukunftssichere Arbeitsstätte zu bieten, und drittens hat er eine soziale Verantwortung in der Region. Vor diesem Hintergrund engagieren sich meine Frau und ich bundesweit für Kinder und Jugendliche – denn sie sind unsere Zukunft. Leider kommen sie aber oft zu kurz. In Zeiten knapper öffentlicher Budgets kommt es vor, dass der Sport- oder Schwimmunterricht ausfällt, weil sich die Kommune keine Turnhalle leisten kann oder den Badebetrieb einstellen musste. Studien zufolge ist aber gerade die körperliche Bewegung ganz wichtig für die geistige Leistungsfähigkeit von Kindern. Um dieser Bewegungsarmut entgegenzuwirken, haben wir vor etwa drei Jahren das »dataTec-Kids-Projekt« ins Leben gerufen. Es unterstützt Kinder und Jugendliche in ihren sportlichen Aktivitäten und fördert neben der Bewegung auch den Gemeinschaftssinn. All unsere Fördermittel fließen ausschließlich in dieses Projekt, denn ich halte es für ganz wichtig, nicht in vielen Projekten halbherzig mitzumachen, sondern in einem einzigen – dort aber richtig.

Sie haben viel erreicht. Gäbe es dennoch etwas, das Sie rückblickend anders machen würden?

Ein klares »Nein«. Außer, dass ich die Firma dataTec vielleicht früher hätte gründen sollen . . .

Das Interview führte Nicole Wörner