



# Spezialisierung als Programm

Die klare Positionierung von Hella Handel Austria am Teilemarkt erleichtert dem Unternehmen die Navigation im schwierigen Wirtschaftsumfeld, sagt Geschäftsführer Walter-Michael Jordan. Zuwächse im Pkw-Bereich stehen Rückgänge bei Nutzfahrzeugen und Fahrzeugherstellern gegenüber.

Der erfahrene Branchenteilnehmer erklärte im Gespräch mit AUTO & Wirtschaft, dass er heute nicht exakt sagen könne, wie der Teilemarkt in drei Jahren aussehen werde. Dafür seien zu viele Unbekannte im Spiel. Das gilt erstens für die Konzentrationsprozesse, die Teileanbieter in Deutschland und der Schweiz erfasst haben und die auch in Österreich aktiv sind, und zweitens für die offene Frage, welche neuen Technologien das Auto der Zukunft prägen werden. Welche Auswirkungen diese Entwicklungen haben werden, sei gegenwärtig schwer abzuschätzen.

Um in der aktuellen Lage gut zu bestehen, was für Hella Handel Austria heißt, Erträge zu erwirtschaften, sei die klare Positionierung des Unternehmens hilfreich. Das gilt insbesondere für die Bündelung des Sortiments in die vier Module bzw. die Gruppen Elektrik, Elektronik, Beleuchtung



Walter-Michael Jordan, Geschäftsführer von Hella Handel Austria

und Klima. Um in diesen Feldern als Vollsortimenter in Erscheinung treten zu können, sucht Hella die Zusammenarbeit mit Partnern, denen das hauseigene Handelsnetzwerk zugute kommt. Konkrete Beispiele sind im Fall der Beleuchtung die Kooperation mit Visteon oder Automotive Lightning, im Fall der Elektronik-Diagnose das Joint Venture mit Gutmann und im Fall der Klimatechnik das Zusammengehen mit Behr im Aftermarket.

## Alles auf dem Prüfstand

Die komplizierten geschäftlichen Rahmenbedingungen sind ferner Anlass, um Geschäftsbeziehungen aller Art zu checken und neue Kontakte zu knüpfen. Jordan weist in diesem Zusammenhang auf den erfolgreich verlaufenen Lieferantenwechsel – Banner am Batteriesektor – hin. Im Bereich der SOE (Spezial-Fahrzeug-Hersteller) hat als Beispiel die langjährige konsequente Zusammenarbeit mit einem Traktorproduzenten Früchte getragen. Grundsätzlich verhält es sich in dem Bereich so, dass Teilelieferanten an das Schicksal der Auftraggeber gekettet sind.

In der aktuellen Lage beschäftigt Jordan sich mit Analysen und Untersuchungen. Sie gelten vor allem dem Ziel, Synergien zu heben, wobei er vor allem an Allianzen denkt. Dafür kommt etwa die Logistik in Frage. Zweckmäßig erscheint es überdies, Kooperationen einzugehen, in denen die Stärken der einzelnen Partner einander ergänzen.

Das vergangene Geschäftsjahr (per Juni 2009) hat Hella Handel Austria mit einem Umsatz in der Höhe von 20,5 Millionen Euro und deutlich schwarzen Zahlen abgeschlossen. Heuer peilt der Geschäftsführer zuversichtlich ein ähnliches Ergebnis bei Umsatz und Ertrag an. Um die geschäftliche Entwicklung abzusichern, sucht Jordan in allen internen Bereichen ebenfalls nach Reserven. Fündig wurde er beispielsweise in der Optimierung des Sortiments und der Zusammenarbeit mit Lieferanten. Das hatte zur Folge, dass einzelne Anbieter ausgemustert wurden, indem sie entweder ersatzlos gestrichen oder durch stärker kundenorientierte Partner ersetzt wurden. Da und dort kam es auch zu einer Ergänzung des Programms, was etwa auf die Produktgruppe Turbolader zutrifft. Ein Ergebnis dieser Bemühung, alle Geschäftszusammenhänge nach betriebswirtschaftlicher Logik zu durchforsten, besteht in der Identifizierung von Kundengruppen, deren Direktbelieferung nicht mehr sinnvoll ist. Stattdessen bietet es sich in den Fällen an, diese Partner dem regionalen Großhandel ans Herz zu legen, ohne dass die Qualität der Zusammenarbeit darunter leidet. ● (LHO)