

35 Jahre Partnerschaft Hawa und Schukat

»Made in Germany« für Europa

»Made in Germany« ist ein Markenzeichen von Hawa. Der Hersteller arbeitet seit 35 Jahren mit Schukat zusammen. Seit etwa fünf Jahren gibt es die Möglichkeit von Sonderanfertigungen, die über Schukat mit dem Endkunden abgestimmt werden. Annette Landschoof, Produktmanagerin bei Schukat electronic, und Christian Ciron, Distribution Manager bei Hawa, geben Einblicke in ihre Partnerschaft.

Markt&Technik: Woher kommt eigentlich der Name Hawa und welche Produkte stellt Hawa her?

Christian Ciron: Die Hans Wagner (HAWA) GmbH ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen und konfektioniert seit 1960 im oberfränkischen Reichenbach Netzanschlusskabel mit angespritzten Steckern. Wir haben weltweit einen breiten Kundenstamm in der Geräteindustrie und im (Groß-)Handel.

Wir bieten auch Eigenentwicklungen an, bei denen wir gemeinsam mit unseren Kunden maschinelle Lösungen für z. B. Montageanwendungen finden. Darüber hinaus verfügen wir über ein Netzwerk von Herstellern für Sonderanfertigungen.

Wo produziert Hawa?

Ciron: Unser Europaprogramm ist Made in Germany. Das weltweite Programm wird von einem festen Partner in China nach unseren Qualitätsvorgaben produziert.

Welche technischen Besonderheiten und Qualitätsmerkmale kennzeichnen die Hawa-Produkte? Was suchen die Kunden vorrangig?

Ciron: Als einer der wenigen Hersteller in Deutschland und Europa bieten wir hohe Qualität – Made in Germany. Alle Produkte sind zu 100 Prozent elektrisch geprüft, was auch die jährlichen Werksinspektionen von VDE und KEMA bestätigen. Unsere Kunden suchen flexible Lösungen und ein weltweites Steckerprogramm zu einem fairen Preis. Dabei wird der Wunsch nach Regionalität und regionalem Sourcing immer stärker. Und gerade wenn es um größere Stückzahlen geht, ist der Kunde bei uns an der richtigen Adresse.



Für Europa werden die Produkte in Deutschland hergestellt.



Bilder: Schukat: stockphoto-graf/stock.adobe.com

Annette Landschoof: Hawa ist für uns ein wertvoller Partner aufgrund der hohen Flexibilität. Dies bezieht sich sowohl auf Mindestbestellmengen und Verpackungseinheiten als auch auf die Flexibilität bei der Herstellung der Produkte. Die Wahlmöglichkeiten in der Längenabwicklung und in der Konfiguration mit verschiedenen Steckerkombinationen bieten den Kunden neben dem Katalogportfolio auch maßgeschneiderte Lösungen, die über Schukat in kurzer Zeit zu fairen und marktgerechten Preisen angeboten werden können.

Elektromechanische Produkte sind nicht so anspruchsvolle Produkte wie Halbleiter. Inwieweit besteht dennoch Be-

ratungsbedarf beim Kunden? Und was muss der Distributor mitbringen, um diese Anforderungen zu erfüllen?

Ciron: Grundsätzlich ist jedes Produkt kundenspezifisch, da weltweit verschiedene Steckertypen verwendet werden. Es gibt einpolige, zweipolige oder dreipolige Stecker, die für unterschiedliche Netzspannungen von 100 V bis 240 V ausgelegt sind. Meistens weiß der Kunde, was er will – trotzdem muss die Beratung sehr gezielt erfolgen, da sie haftungsrelevant sein kann.

Landschoof: Für uns als Distributor ist es natürlich immer wichtig, die technischen Informationen vorab in einer gut übersichtlichen Weise

darzustellen. Viele Kunden sind auf der Suche nach einer Problemlösung, ohne zu diesem Zeitpunkt bereits einen bestimmten Artikel im Sinn zu haben. Hier ist es unsere Aufgabe, die Produkte von Hawa so übersichtlich darzubieten, dass der Kunde mit seinen technischen Anforderungen möglichst gut und ohne unnötigen Zeitaufwand fündig wird. Geht es darüber noch hinaus und ist eine technische Beratung notwendig, können wir diese bis zu einem gewissen technischen Level auch bei uns im Haus durchführen. Für die wirklich kniffligen Fälle ziehen wir dann die Spezialisten von Hawa hinzu.

In welchem Umfang sind bei Kabeln kundenspezifische Anpassungen ein Thema? Für welche Märkte bzw. Anwendungen?

Ciron: In der Geräteindustrie werden grundsätzlich kundenindividuelle Produkte eingesetzt. Die Kabel unterscheiden sich in Länge, Abmantelung und Anschlagteilen. Hinzu kommen unter Umständen verschiedenste Knickschutztüllen, Zugentlastungen und Verschraubungen sowie unterschiedliche Wicklungen des Kabels.

Landschoof: Mit den Katalogprodukten bieten wir Kunden, die nur geringe Stückzahlen benötigen, eine breite Palette an. Der Individualität sind aber kaum Grenzen gesetzt. Kabeltyp und Steckverbinder unterliegen je nach Einsatzort und Land unterschiedlichen Spezifikationen und Anforderungen. Die Kabellänge hängt von der Anwendung ab. Kein Kunde ist begeistert, wenn bei einem Tischgerät ein Kabelsalat auf dem Tisch entsteht, nur weil die Zuleitung zu lang gewählt wurde.

Wie sieht die Hawa-Distributionsstrategie insgesamt aus? Wie viel Prozent in etwa macht die Distribution in Ihrem Geschäft aus und wie viel der Direktvertrieb?

Ciron: Das Gesamtvolumen verteilt sich zu etwa 80 Prozent auf den Direktvertrieb und zu 20 Prozent auf die Distributoren, da die großen Kunden aus der Geräteindustrie im Normalfall direkt auf uns zukommen. Der Onlineshop spielt bei uns eine eher untergeordnete Rolle und dient hauptsächlich der Präsentation unseres Sortiments.

Landschoof: Es handelt sich also um die klassische Aufteilung der Zusammenarbeit zwischen Hersteller und Distributor. Zwei Partner mit unterschiedlichen Ausrichtungen und damit Stärken arbeiten zusammen, um eine optimale Lösung und Unterstützung für den Kunden zu gewährleisten. Wir übernehmen den Part der Logistik mit einem modernen, vollautomatischen Lager und die Präsentation



Christian Ciron, Hawa

„*Unser Europaprogramm ist Made in Germany. Das weltweite Programm wird von einem festen Partner in China nach unseren Qualitätsvorgaben produziert.*“

der Produkte in einem auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittenen Webshop.

Die Zusammenarbeit zwischen Hawa und Schukat besteht seit 35 Jahren. Was zeichnet die Partnerschaft aus Ihrer Sicht aus?

Ciron: Unsere langjährige Partnerschaft basiert auf gegenseitigem Vertrauen und Offenheit. Ebenso auf dem gemeinsamen Vorgehen z. B. bei notwendigen Preisanpassungen, Kundenschutz und Entsendung.

Landschoof: Dem kann ich mich nur anschließen. Wir haben wirklich eine enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit, die dafür sorgt, dass auch komplexere Kundenwünsche in sehr kurzer Zeit geklärt und umgesetzt werden können. Hervorheben möchte ich auch die hohe Qualität der Produkte. In den 35 Jahren gab es noch keine Rückmeldung eines Kunden über Qualitätsmängel.

Wie hat sich Ihr Produktportfolio im Laufe der Zusammenarbeit verändert?

Ciron: Zu Beginn unserer Zusammenarbeit hatten wir nur sehr wenige Artikel im Sortiment. Im Laufe der Jahre wurde das Angebot stetig erweitert: Heute sind wir ein Vollsortimenter mit einem weltweiten Steckerprogramm. Seit etwa fünf Jahren bieten wir die Möglichkeit von Sonderanfertigungen, die über Schukat mit dem Endkunden abgestimmt werden.

Landschoof: Wir untersuchen unser Katalogportfolio in regelmäßigen Abständen auf Aktualität und Vollständigkeit. Dies hat dazu geführt, dass wir im Laufe der Jahre das Portfolio mit Standardtypen, die ein möglichst breites Anwendungsfeld haben, weiter ausgebaut haben. Spätere Katalogartikel sind nicht selten das Ergebnis individueller Kundenanfragen. So hat sich die Anzahl der Artikel vervielfacht. Und auch die Zahl der Lieferanten ist im



Annette Landschoof, Schukat

„*Hervorheben möchte ich auch die hohe Qualität der Produkte. In den 35 Jahren gab es noch keine Rückmeldung eines Kunden über Qualitätsmängel.*“

Laufe der Jahre gewachsen. Geblieben ist die eigene Ausrichtung: Unsere Kunden vom Muster bis zur Großserie zu unterstützen.

Steigende Rohstoffpreise und eingeschränkte Verfügbarkeit von Grundstoffen wie Kunststoff befeuern die knappe Verfügbarkeit. Wie handhaben Sie die aktuelle Situation in Ihrer Lieferkette?

Ciron: Um Lieferengpässe zu vermeiden, bauen wir Zweit- und Drittlieferanten auf, vor allem für direktes Produktionsmaterial wie Kabel, PVC oder Steckerbrücken. Gleichzeitig stocken wir unsere Lagerbestände – auch bei C-Teilen – massiv auf.

Landschoof: Auch wir bauen die Lagerreichweite aus und beobachten diese in den verschiedenen Allokationsphasen, um sie gegebenenfalls anpassen zu können.

Gibt es noch weitere Märkte, die Sie in Zukunft adressieren wollen, und wo sehen Sie die künftigen Trends?

Ciron: Generell kann man sagen, dass wir mit unseren Leitungen bereits alle Branchen beliefern. Es entwickeln sich aber viele neue Startups mit interessanten Produkten als Kunden. Als ein Beispiel kann ich eine Firma aus Finnland nennen, die hochwertige Steckdosenleisten mit Holzapplikationen herstellt.

Der Trend geht dahin, dass der Bedarf beim einzelnen Kunden sinkt und somit auch kleinere Stückzahlen pro Kunde bei uns nachgefragt werden. Dafür steigt die Anzahl der Kunden. Und gerade für die kleineren Kunden wird die Distribution immer wichtiger. Hier bekommt der Kunde alles aus einer Hand. Hinzu kommt, dass der Preisdruck bei den kleineren Stückzahlen nicht mehr ganz so relevant ist.

Die Fragen stellte Karin Zühlke.