

Das aktuelle Interview: Eberhard Runge, Inhaber der Norddeutschen Filter Vertriebs GmbH und Vorsitzender des CDH-Forschungsverbandes

Einfach sauber ...

H&V JOURNAL: Zunächst einmal herzlichen Glückwunsch: Ihre Firma, die Norddeutsche Filter Vertriebs-GmbH erhielt Ende letzten Jahres den Innovationspreis der Stadt Hamburg. Wofür erhält eine Vertriebs-GmbH einen solchen Preis?

Eberhard Runge: Eine „Vertriebs GmbH“ kann durchaus eigene technische Innovationen entwickeln im Interesse eines Kunden oder Marktes und dann von seiner vertretenen Fabrik bauen lassen. Das hat meine Firma 40 Jahre so gemacht und nun bauen wir diese Anlagen im eigenen Haus, da wir uns vor etwas mehr als 12 Jahren von der ausländischen Firma haben trennen müssen, um unseren Kunden weiterhin gerecht werden zu können. Um den zweiten Teil Ihrer Frage zu beantworten, den Preis erhielten wir bei 64 Mitbewerbern für eine Membranfiltrations-Entölungsanlage für öl- und schwermetallbelastete Industrieabwässer. Nachzulesen im Internet unter <http://www.nfv-gmbh.de>

H&V JOURNAL: Dies war nicht der erste Preis für Ihre Firma, Sie erhielten bereits im Jahr 2000 den 2. Preis im „Innovationswettbewerb des Senats der Freien und Hansestadt Hamburg“ für die Entwicklung einer Brauchwasser-Recycling-Anlage für Autowaschwasser aus Portalwaschanlagen. Ist Ihnen der Schutz der Umwelt und die Schonung der Ressourcen ein besonderes Anliegen?

Eberhard Runge: Ja, der Schutz der Umwelt und damit der schonende Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen liegt mir und meinen Mitarbeitern sehr am Herzen. Wir haben eine große Verantwortung für unsere Kinder, Enkel und kommende Generationen. Wasser ist ein Lebensmittel und wie heute leider Kriege um Öl geführt werden, werden zukünftige Kriege um Wasser geführt, denn nur 3 Prozent aller Wasserreserven der Welt stehen als Trinkwasser zur Verfügung. Meine Firma wirbt schon seit 25 Jahren mit 3 Kernsätzen:



- ... einfach sauber
- ... wir sorgen uns um Meer
- ... water is life

H&V JOURNAL: Woher kommen die Ideen für solche technische Entwicklungen? Kommt es vor, dass eine Firma mit einem konkreten Problem an Sie herantritt, das Sie dann lösen, sozusagen maßgeschneidert?

Eberhard Runge: In der Regel ist ein Kundenproblem oder ein Problem durch gesetzliche Bestimmungen der Input für uns, um eine Lösung zu suchen und zu finden.

H&V JOURNAL: Das Beispiel Ihrer Firma zeigt ganz deutlich, dass eine Handelsvertretung

im technischen Bereich Funktionen erfüllen kann, die weit über den traditionellen Vertrieb an sich hinausgehen. Würden Sie sagen, dass dies typisch ist oder typisch sein wird für eine Handelsvertretung in den technischen Branchen? Oder nimmt Ihre Firma da eine Ausnahmestellung ein?

Eberhard Runge: Es mag sein, dass wir heute noch eine Ausnahmestellung einnehmen. Für die Zukunft sehe ich jedoch große Chancen für unseren Berufstand, insbesondere für die Handelsvertreter und Ingenieurbüros im technischen Bereich, mehr denn je zum Problemlöser und Ideengeber zu werden. Wenn dann die vertretenen Unternehmen diese Möglichkeiten nicht nutzen oder nicht entsprechend honorieren, tragen sie die Schuld für eine neue Wettbewerbssituation ganz allein.

H&V JOURNAL: Ist das Ihr Selbstverständnis: Der Handelsvertreter als Problemlöser, Dienstleister und kreativer Impulsgeber? Sehen Sie darin Erfolgsgaranten für die Zukunft Ihrer Firma?

Eberhard Runge: Wir haben uns in den letzten 12 Jahren im technischen Bereich zum Erfinder mit mehreren Patenten, zum Konstrukteur und Fertigungsbetrieb entwickelt und sind daher in diesem Bereich wohl nicht mehr die klassische Handelsvertretung. Aber diese geschah durch das Verhalten eines Mannes in einer großen Fabrik, und jeder Kollegen könnte in eine ähnliche Situation kommen. Dann muss man sich auf seine Stärken besinnen und den eigenen Weg gehen. Für andere Firmen, die wir vertreten haben oder immer noch vertreten, waren wir immer Ideengeber und für unsere Kunden Problemlöser. Das ist für jeden Handelsvertreter die Zukunft.

H&V JOURNAL: Ihr Vertriebsunternehmen besteht jetzt seit über 50 Jahren im Markt. Wie waren die Anfänge? Welche Art von Firmen haben Sie vertreten?

Eberhard Runge: Mein Schwiegervater war schon vor dem 2. Weltkrieg als Handelsvertreter tätig und fing nach der Gefangenschaft 1950 mit drei Kollegen in Westdeutschland mit der Vertretung einer amerikanischen Firma für Filtertechnik an. Da diese Firma führend auf dem Gebiet der Automobilfilter war, ergab es sich sehr schnell, dass andere Vertretungen im Auto-sektor hinzukamen. Das führte sehr schnell zu einer Aufspaltung in zwei Bereiche, den Automobil- und den Industriebereich.

Als ich 1965 in die Firma einstieg und für mich die NFV gegründet wurde, war der Automobilssektor sehr expansiv und wurde von mir auch stark „gepuscht“. Die NFV hat dann über Autoelektrik, Innenausstattungen, Schalldämpfer, Leichtmetallräder, Sonnendächer, Sicherheitsgurte usw. vieles vertreten und war sehr erfolgreich. Wir sind aber auch völlig neue Vertriebswege gegangen und waren die ersten Lieferanten in Kaufhäusern, bei Versendern oder im großen Tankstellennetz. Auf diesem Gebiet galten wir mal als eine der größten Handelsvertretungen Deutschlands. Der Markt hat sich aber verändert, die Autos sind heute fast komplett ausgestattet und die Wartungsintervalle bedeutend länger. Wir haben uns darauf eingestellt und vertreten heute noch einen Batteriehersteller, liefern Autotepiche, Schneeketten und Filter aller Art für die Automobilindustrie.

H&V JOURNAL: Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie heute?

Eberhard Runge: Wir haben 20 Mitarbeiter, davon sind heute noch 4 im klassischen HV-Bereich tätig. Im Industriebereich sind 50 Prozent meiner Mitarbeiter akademisch ausge-

bildet und haben teilweise, wie ich auch, zwei oder gar drei Berufe erlernt und studiert.

H&V JOURNAL: Was sind heute Ihre Kundenkreise?

Eberhard Runge: Autowerkstätten, Groß- und Einzelhandel und Exporteure im Autozubehörssektor. Im Industriebereich sind wir sehr stark im Schiffbau und bei der Marine zu Hause (teilweise weltweit), zählen die Mineralölindustrie, wie auch die metallverarbeitende Industrie (Automobilwerke und deren Zulieferer) und die Kraftwerksindustrie zu unseren Kunden.

H&V JOURNAL: Wie würden Sie Ihre Geschäftspolitik mit wenigen Worten beschreiben?

Eberhard Runge: ... einfach sauber, im Umgang mit unseren Kunden und bei unseren Produkten.

H&V JOURNAL: Welche Zukunftschancen sehen Sie heute unter den anhaltend schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen für Handelsvertretungen? Welchen Ratschlag würden Sie Ihren Kollegen geben?

Eberhard Runge: Unser Berufsstand hat eine Zukunft, aber ich glaube unter anderen Bedingungen. Wir müssen noch mehr durch Leistungen überzeugen und auch bereit sein, gewisse „Besitzstände“ neu zu überdenken. Handelsvertreter müssen sich mehr als „Tarifpartner“ zu ihren vertretenen Unternehmen verstehen und einzelne Leistungen in der Höhe des „Honorars“ aushandeln. Das Thema „Provision“ wie auch der Ausgleichsanspruch für neue Verträge muss flexibler handelbar sein. Handelsvertreter können so kreativ sein, aber in diesen Fragen sind sie manchmal sehr stur.



H&V JOURNAL: Sie sind Vorsitzender des CDH-Forschungsverbandes. Welche Bedeutung hat der Forschungsverband Ihrer Meinung nach innerhalb der CDH-Organisation?

Eberhard Runge: An meiner letzten Antwort können Sie sehr gut erkennen, was den Forschungsverband, der unabhängig von Richtlinien des Dachverbandes der CDH agiert, ausmacht. Wir können „querdenken“, wir können Dinge anpacken oder Forschungsaufträge vergeben, die morgen schon sehr relevant sein können. Wir haben in den letz-

ten Jahrzehnten viele Dinge angestoßen, die völlig neu waren und heute als ganz alltäglich hingenommen werden. Wir haben auch eine Aussage geprägt, die nie an Bedeutung für den Handelsvertreter verlieren wird: Handelsvertreter bieten „high tech“ und „high touch“.

H&V JOURNAL: Gibt es ein konkretes Forschungsprojekt, das der Forschungsverband gegenwärtig plant?

Eberhard Runge: Das Kuratorium des Forschungsverbandes hat erst kürzlich in Berlin getagt. Auf solchen Tagungen beraten wir, je nach Haushaltslage, über ein zukünftiges Projekt, wie auch über die Themen des nächsten Informationsforums. Wir haben jetzt geplant, eine Informationsbroschüre verfassen zu lassen, die die Industrie über alle Aspekte der Zusammenarbeit mit Handelsvertretungen informiert.

H&V JOURNAL: Vielen Dank für das Gespräch.