

# Elora – Innovation macht

„Wir wollen unsere Identität wahren! Am Blaffertsberg zählt „Made in Germany“ noch etwas. Denn hier gibt es ein eindeutiges Bekenntnis zum Standort Deutschland – genau genommen zum Standort Remscheid.“



Dieses Statement unterstreicht der bekannte Premium-Werkzeugehersteller Elora vor allem in Hinblick auf Qualität und Fertigungstechnik. Erfreulicher Nebeneffekt: „Damit lassen sich auch neue Märkte gut erschließen.“ Und dies stellt Sales und Marketing Direktor **Reinhold Reismann** im Gespräch mit der EZ Tools & Trade ebenfalls heraus: „Nicht alle Mitbewerber folgen diesen Leitsätzen“.

Das Elora-Sortiment ist mittlerweile auf fast 8.000 Artikel angewachsen. Es wird zu 90 Prozent in Deutschland entwickelt und gefertigt. „Dabei ist Präzision und Kompetenz nicht nur im metrischen, sondern auch im zölligen Bereich (eine Besonderheit!) ein ausdrückliches Elora-Qualitätsmerkmal“.

Das Restsortiment wird weitestgehend von europäischen Anbietern hinzugekauft. Auf asiatische Ware verzichtet man größtenteils. Wie Reismann weiter ausführt, wurde der Handelswarenanteil in jüngster Vergangenheit aufgestockt. Zeitgleich mit der Veröffentlichung der aktuellen Auflage des Hauptkatalogs vor rund eineinhalb Jahren wurden etwa 200 Artikel neu aufgenommen. Vor einem Jahr kamen dann noch einmal rund 700 Spezial- und Sonder-Kfz-Werkzeuge mit entsprechender Katalogergänzung hinzu. „Mit diesen Sortimentsergänzungen konnte Elora die hohen Fachhandelforderungen übertreffen. Qualitätsbewusstsein zahlt sich eben aus!“, weiß Reismann.

Mit seinen aktuell 180 Mitarbeitern befindet sich das Unternehmen im 86. Jahr seines Bestehens und entwickelte sich bis zum heutigen Tag zu einem gefragten Hersteller im Bereich von Premium-Werkzeugen. Gefertigt wird mittlerweile in der dritten Unternehmer-Generation. **Andreas Rauch** leitet das Traditionsunternehmen. Produziert wird an drei deutschen Standorten. Der Hauptsitz befindet sich in Remscheid. Angeschlossen sind das Zentrallager, der Versand und Verwaltung. Werk I befindet sich ebenfalls in Remscheid, unweit von der Hauptverwaltung, und umfasst neben der Schmiede für den Schlüssel- und Steckschlüsselbereich, die Galvanik und die Montage für Antriebswerkzeuge und Knarren. Im Werk II in Münk/Eifel sind die mechanische Bearbeitung sowie die Edelstahlwerkzeug-Produktion untergebracht.

## Kunde und Service im Mittelpunkt

Der Kontakt mit dem Handel genießt höchste Priorität. „Wir werden in Zukunft noch stärker auf die Bedürfnisse des Handels eingehen, indem wir die dortige Nachfrage nach speziellen Werkzeugen verstärkt in unsere Hersteller-Philosophie aufnehmen und verschiedensten Servicewünschen ent-

sprechen“, meint Reinhold Reismann mit Blick auf kommende Herausforderungen.

„Als Premiumanbieter stellen wir uns vehement diesem Servicegedanken und unterstützen aktiv den Handel.“ Der Sales und Marketing Direktor beabsichtigt zudem, die Corporate Identity im Markenauftritt und Design zu stärken. Was bei Schraubendrehern im Zwei-Komponentenbereich schon ins Auge fällt, soll zukünftig auch bei den Knarren in hochwertiger Form umgesetzt werden. Auch im Bereich der Drehmomentschlüssel dürfte man von Elora in nächster



Zeit noch einiges hören. Der Handel darf gespannt sein.

Neben den auffälligen Anstrengungen, die Produktdichte zu optimieren und die Sortimentsergänzung voranzutreiben, fällt besonders die Sortimentsabrundung mit Kfz-Sonderwerkzeugen, sowie das besondere Engagement für die Preiswertschiene unter dem Namen Elofort auf. „Dem Servicegedanken entsprechend präsentieren wir auf der diesjährigen Eisenwarenmesse einen neuen Elofort-Katalog.“

## Eine Handelsmarken-Alternative

„Es handelt sich hierbei um eine seit Jahrzehnten gewachsene Marke, die seit Generationen am Markt bekannt ist. Elofort ist nichts Synthetisches, was über Handelsstrategen in den Markt implementiert wurde“, stellt Reinhold Reismann klar. Denn an der 86 Jahre alten Elora-Erfolgs-Geschichte ist Elofort mindestens ebenso beteiligt. „Aufgrund der seit Jahren anerkannten und bekannten Tatsache, dass Elofort Werkzeuge

# ht den Unterschied

qualitativ den guten deutschen Industriestandard widerspiegeln, haben wir uns zu einer Auffrischung des Designs und der Produktpräsentation für den Handel entschlossen“, so Reismann. Diese Maßnahmen sind mit einer interessanten Strategieausrichtung gekoppelt: „Elofort ist als Gegenstück zu den zahlreichen Importmarken gedacht. Unsere Kunden besinnen sich der Marke und ihres guten Rufes, denn das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. Ganz nach dem Motto „Solide. Stark. Wertig.“

Nicht nur die entsprechenden Werkzeuge kommen gut an. Auch der Fachhandel ist nach den Worten Reismanns sehr zufrieden und spricht der Preiswertmarke Elofort langjähriges Vertrauen aus. „Gut für den Handel, gut für den Außendienst und gut für die Kunden“, so Reismann.

Laut Reinhold Reismann ist Elofort als ein reines Service-Programm für den Fachhandel gedacht, um Profis und Handwerkern im Aktionsbereich für gängige Artikel eine zusätzliche Vermarktungsmöglichkeit zu unterbreiten. „Dies geschieht, um dem Handel den üblichen Handelsmarken gegenüber eine gewisse Unabhängigkeit zu ermöglichen“, so Reismann.

Viele Händler litten unter der Omnipräsenz von Handelsmarken und den nahezu identischen Produktbeschaffenheiten verschiedenster Anbieter. Aufgrund der hohen Vergleichbarkeit von Waren könnten die

Händler keine attraktive Margenpolitik mehr betreiben. „Aber der Handel muss seinen Arbeitseinsatz belohnt bekommen“, betont der Sales und Marketing-Chef. „Händler, die sich für uns einsetzen, erhalten von uns auf verschiedenste Art und Weise enorme Unterstützungen – auch was das Absatzgebiet betrifft“. Mehr zu diesem Themenkomplex können interessierte Händler auf der Kölner Eisenwarenmesse erfahren. Das Unternehmen lädt herzlich zum Besuch des Messestands ein. „Stützpunktabsprachen können durchaus noch vorgenommen werden“, so Reinhold Reismann.

## Das Ohr am Fachhandel

Export und Inlandsmarkt halten sich bei Elora mittlerweile ungefähr die Waage. Glücklicherweise kann sich das Unternehmen seit Jahren auf einen soliden Kundentamm berufen, der die sich verstärkt in den letzten drei Jahren positiv abzeichnenden Entwicklungen wohlwollend begleitet. Elora exportiert – als klassischer Industrielieferant – weltweit, wobei der Schwerpunkt in den arabischen und fernöstlichen Märkten liegt. Man ist absolut fachhandelstreu und beliefert keine industriellen Endabnehmer. Wenn entsprechende Projektgeschäfte getätigt werden, so geschieht dies immer



in Absprache und unter Einbindung des lokalen Händlers. Das Unternehmen beliefert keine Baumärkte, aber ansonsten den gesamten PVH-Werkzeughandel.

Und wie geht's weiter am Blaffertsberg in Remscheid? „Wir werden in Zukunft noch genauer zuhören, um herauszufinden was der Handel genau von uns erwartet – mit welchen Neuerungen wir uns in diesem Zusammenhang als Firma aufstellen müssen. Schließlich ist unser Anteil an Stammkunden recht hoch anzusiedeln. Und denen müssen wir entsprechen“, so Reinhold Reismann.

Dies ist ein weiterer Punkt zur Wahrung der eigenen Identität, denn „Innovation macht den Unterschied. Weltweit!“

Fotos: EZ, Elora

