

Evolution 

# Vernetzt im Verbund, stark in der Leistung

E/D/E GESCHÄFTSBERICHT 2021



## Inhalt

# 04

## Überblick

- 4 Das E/D/E
- 6 EVOLUTION
- 8 Editorial

# 14

## Berichte

- 14 Bericht der Geschäftsführung
- 20 Bericht des Beiratsvorsitzenden

### Gender-Hinweis

Wir im E/D/E legen viel Wert auf die Gleichberechtigung von Geschlechtern. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird jedoch auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. So gelten sämtliche Personenbezeichnungen gleichermaßen für alle Geschlechter.

# 24 52

## Leistungen

- 24 Entwicklung der Sortimente
- 28 E/D/E in Europa
- 30 Starke Marken, kluge Konzepte
- 36 Digitale Services
- 42 Logistik
- 44 Bankdienstleistungen
- 46 Netzwerk und Dialog

## Verantwortung

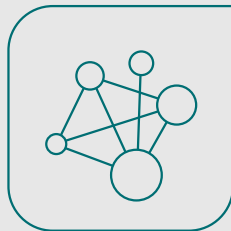
- 52 Personal
- 56 Nachhaltigkeit



Rund

**1200**

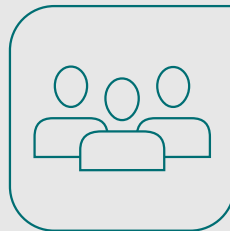
Mitglieder



Über

**3200**

Vertragslieferanten



Über

**1100**

Mitarbeiter



Aktiv in

**27**

Ländern



## Das Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler

Wir sind das Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler (E/D/E), der europäische Dienstleistungs- und Systemgeber für den Produktionsverbindungshandel (PVH). Unsere rund 1200 angeschlossenen Mitglieder sind zum größten Teil Fachgroßhändler, die vorwiegend gewerbliche Abnehmer aus Handwerk, Industrie und Kommunen beliefern. Sie handeln schwerpunktmäßig mit Werkzeugen und Maschinen, Industriebedarf, Beschlägen und Bauelementen, Produkten für Arbeitsschutz und Technischen Handel, mit Haustechnik sowie Stahl.

Als leistungsstarke Systemzentrale garantieren wir unseren Mitgliedern eine umfassende Unterstützung zur Stärkung ihrer Wettbewerbsposition mit Leistungen aus Zentraleinkauf, Logistik, Marketing, Digitale Services, E-Commerce sowie Bankdienstleistungen. Wir stellen unsere Mitglieder konsequent in den Mittelpunkt und investieren in die Leistungs- und Zukunftsfähigkeit des mittelständischen PVH. Dabei stellen wir sicher, dass die Leistungen im Tagesgeschäft gestärkt und das Kerngeschäft weiterentwickelt werden. Orientiert an den Marktanforderungen bauen wir unsere Leistungen als Organisator und Betreiber von Netzwerken für marktrelevante Versorgungssysteme des Handwerks- und Industriebedarfs kontinuierlich weiter aus.

Überzeugt davon, dass innerhalb einer starken Gemeinschaft jeder Einzelne profitieren kann, gründete Ferdinand Trautwein 1931 das Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler. Mit seiner Idee behielt er recht. Bis heute. Seit jeher ist das E/D/E das Bindeglied zwischen Herstellern und Fachhändlern im Produktionsverbindungshandel.

Das E/D/E ist mit über 1100 Beschäftigten in 27 Ländern Europas aktiv.



»Leistungs- und  
Zukunftsfähigkeit des  
E/D/E Verbunds  
kontinuierlich ausbauen«



# Evolution

## EVOLUTION – Wirkung durch Vernetzung

Vor fünf Jahren haben wir unseren bereichsübergreifenden Strategie- und Organisationsentwicklungsprozess EVOLUTION gestartet. Im Mittelpunkt stand von Beginn an das Ziel, die Leistungs- und Zukunftsfähigkeit des E/D/E Verbunds kontinuierlich auszubauen – zum Nutzen der Mitglieder, Lieferanten und Kooperationspartner. Unter dem Leitmotiv „Vernetzung im Verbund“ setzten wir im Jahr 2021 EVOLUTION fort. Aufbauend auf der weiteren Umsetzung des E/D/E Zukunftsbildes konnten wir die Organisationsentwicklung erfolgreich weiterführen, Funktionierendes festigen und Wirkung erzielen.

2021 haben wir unser Zukunftsbild konsequent umgesetzt, insbesondere mit Blick auf unser Systemleistungsportfolio. Hierbei lag der Fokus zunächst auf unseren Kern- und Basisleistungen und in der Folge auf der weiteren Skalierung von zukunftsorientierten Leistungen für unsere Partner.

Die etablierten Funktionen Mitgliedermanagement, Lieferanten-/Warengruppenmanagement und Einkaufsmanagement sind in der E/D/E Organisation strukturell verankert und entfalten spürbar Wirkung. Die Partner geben positive Rückmeldungen und profitieren vom abgestimmten Leistungsangebot. Mit neuen Ausgabesystemen haben wir Lösungen für das Handwerk geschaffen. Der auf die flexiblen Bedarfe in Handwerksbetrieben abgestimmte Ausgabeautomat ETT BASIC war hier ein wichtiger Meilenstein. Das gesamte digitale Ökosystem für Endkunden in Industrie und Handwerk wächst kontinuierlich und umfasst neben Komplementärsortimenten wie Büromaterial oder Elektroartikeln seit diesem Jahr auch eine Reihe von Dienstleistungen. Der Vernetzungsgedanke zieht sich durch unser tägliches Handeln: Neben zahlreichen virtuellen Formaten setzen wir auch auf ein digitales Leistungsportfolio.

Um die Bedürfnisse der Partner im E/D/E Verbund korrekt zu identifizieren, betrachten wir Wertschöpfungsketten und Geschäftsprozesse aus einer marktorientierten Outside-in-Perspektive. EVOLUTION wird den Verbund auch in den kommenden Jahren als Impulsgeber für die bevorstehenden Veränderungen begleiten.

Für 2022 setzen wir uns zum Ziel, die Organisation für qualitatives, nachhaltiges Wachstum weiter zu stärken und die bereits bestehende Vernetzung zu professionalisieren. Wir entwickeln Instrumente und Kompetenzen weiter, um Projekte und das Tagesgeschäft mit mehr Leichtigkeit abzuwickeln – immer im Schulterschluss mit unseren Partnern. Als Voraussetzung hierfür werden wir unser Datenmanagement weiter modernisieren – das alles immer mit einer End-to-End-Perspektive. Die Arbeitswelt des E/D/E wird sich verändern und von modernen Konzepten profitieren. Nicht zuletzt wollen wir das E/D/E noch anpassungsfähiger machen. Denn wenn uns die vergangenen zwei Jahre eines gelehrt haben, dann dies: Resilienz ist der Schlüssel zum Erfolg. Wir bleiben erfolgreich, wenn wir auch zukünftig flexibel auf Unvorhersehbares reagieren.



» 2021 konnten  
wir gemeinsam die  
Chancen nutzen «



## Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Partner und Freunde des E/D/E,

der Titel unseres diesjährigen Geschäftsberichtes lautet „Vernetzt im Verbund, stark in der Leistung“. Ein Titel, der das Jahr 2021 auf den Punkt bringt.

Wir blicken zurück auf ein Jahr, in dem sich unser E/D/E Verbund trotz der anhaltenden Corona-Pandemie ausgesprochen positiv entwickelt hat. Unsere wirksame Vernetzung und die damit verbundene Multiplikation unserer Stärken war ein wesentliches Element, um die dynamischen Rahmenbedingungen gemeinsam zu nutzen. Mit dem wachsenden Leistungsangebot und Höchstleistungen in der Logistik konnten wir uns erneut als starker Partner für führende PVH-Unternehmen unter Beweis stellen. Eine wichtige Voraussetzung hierfür war die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter. Die ergriffenen Maßnahmen erwiesen sich als wirksam und wurden konsequent laufend an aktuelle Entwicklungen angepasst. Die Leistungsfähigkeit des E/D/E blieb somit während der gesamten Pandemie ununterbrochen erhalten.

Die Herausforderungen waren indes enorm: Neben den Kontaktbeschränkungen machten unseren Mitgliedern und uns vor allem die eingeschränkte Warenverfügbarkeit und die dynamischen Preissteigerungen zu schaffen. Die sehr gute wirtschaftliche Entwicklung der E/D/E Gruppe im Geschäftsjahr 2021 freut uns daher umso mehr. Zuwächse konnte das E/D/E gleichermaßen im Inland wie im internationalen Geschäft sowie durch ein expandierendes Bankgeschäft verzeichnen und damit seine Position im Markt weiter ausbauen. Die vor zehn Jahren gegründete ETRIS BANK hat einen wichtigen Beitrag im Verbund geleistet, indem sie ihre mittelständischen Kunden in einem Markt, der in Bewegung ist, erfolgreich begleitet hat. Dabei steht das Ziel im Mittelpunkt, die unternehmerische Freiheit ihrer Kunden zu erhalten und zu fördern und somit ihre Zukunftsfähigkeit zu sichern.

Der PVH erwies sich auch 2021 als besonders robust, flexibel und anpassungsfähig. Die positiven konjunkturellen Rahmenbedingungen wurden zusätzlich gestützt von der kontinuierlichen Arbeit und der strategischen Voraussicht der Verbundgruppe: Das E/D/E unterstützte seine Mitglieder, stockte Lagerbestände insbesondere bei kritischen Artikeln auf und erschloss zusätzliche Beschaffungsquellen. Unsere eLC Logistik lieferte unter schwierigen Bedingungen Höchstleistungen, damit unsere Mitglieder verlässliche Partner für ihre Kunden bleiben konnten.

Gleichzeitig richteten wir unseren Blick nach vorne. Das E/D/E hat frühzeitig die richtigen Weichenstellungen im Bereich der digitalen Services vorgenommen. Das im Rahmen von EVOLUTION entwickelte Zukunftsbild beinhaltet die zielgerichtete Digitalisierung wichtiger Kernprozesse. Händler und Kunden ändern ihr Vertriebs- und Einkaufsverhalten derzeit fundamental. Die positiven Entwicklungen der Online-Shops unserer Mitglieder und auf unserem Online-Marktplatz Toolineo belegen dies. 2021 haben wir daher insbesondere unsere E-Commerce-Lösungen und das Datenmanagement weiterentwickelt und konnten dadurch den Mehrwert der digitalen Bestellkanäle für die Mitglieder steigern. Hierbei beraten und begleiten wir sie mit bedarfsgerechten innovativen Lösungen. So haben wir neue digitale Produkte und Tools eingeführt, wie den auf Künstlicher Intelligenz basierenden selflixx Link Tracker.



**Dr. Andreas Trautwein**

Vorsitzender der E/D/E Geschäftsführung

# Digitalisierung Nachhaltigkeit Wachstum

In der E/D/E Gruppe entwickeln wir uns stetig fort, um die Zukunftsfähigkeit des Verbundes zu sichern. Den Kurs hierfür gibt EVOLUTION vor. 2021 haben wir uns vor allem darauf fokussiert, unsere Kern- und Basisleistungen wirkungsvoll weiterzuentwickeln. Die Potenziale der Neuorganisation des E/D/E haben sich spürbar entfaltet. In unserem Veränderungsprozess leitet uns das Bild einer leistungsfähigen, effizienten, lernenden Organisation, die für den PVH Zukunft gestaltet und mit mehr Leichtigkeit nachhaltiges Wachstum realisiert. Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen in der End-to-End-Perspektive ist hierbei von zentraler Bedeutung. Wir brauchen im Verbund noch mehr Tempo und mehr digitale Systemflexibilität.

Unter dem Leitmotiv der Vernetzung haben wir die Verbindung zwischen den Partnern, Lieferanten und Mitgliedern auf allen Ebenen gestärkt und die Vorteile des hybriden Arbeitens für uns genutzt. Dabei haben persönliche Begegnungen einen neuen Stellenwert erhalten, während digitale Formate den Austausch im Verbund bereichert haben und auch zukünftig bereichern werden. Ein gutes Beispiel hierfür ist unser E/D/E Studio: Mit diesem konnten wir unsere Reichweite national, aber insbesondere auch international ausbauen, die Frequenz unserer Kontakte erhöhen sowie den Aufwand hierfür deutlich reduzieren und damit einen echten Mehrwert für den Verbund schaffen.

Auf der Basis unserer guten Entwicklung investieren wir auch 2022 mit zukunftsorientierten Initiativen und Leistungen in die Wettbewerbsfähigkeit des mittelständischen PVH. Hierzu zählen Kernleistungen wie die weitere Stärkung der Logistik und Optimierung der E/D/E Organisation für qualitatives, nachhaltiges Wachstum des Verbundes. Zudem soll die bereits bestehende digitale Vernetzung professionalisiert werden. Ein Schwerpunkt der Investitionen liegt auf den zahlreichen Digitalisierungsprojekten. Unsere Mitgliedsunternehmen profitieren zudem von der kontinuierlichen marktgerechten Weiterentwicklung des Leistungsportfolios, das neue sowie verbesserte digitale Leistungen umfasst. Darüber hinaus werden wir unser Europageschäft weiter ausbauen und das wichtige Wachstumsfeld Bankdienstleistungen forcieren. Dies stärkt die Wettbewerbsfähigkeit unseres Verbundes insgesamt. Von höchster Relevanz sind auch das Thema Nachhaltigkeit sowie die unternehmerische Leistung, ökonomische, ökologische, soziale und gesellschaftliche Ziele in Einklang zu bringen. Daher werden wir mit unseren neuen Angeboten wie dem Eco-Consulting die Voraussetzungen für unsere Mitglieder schaffen, Nachhaltigkeit weiter zu verankern, um sich im Markt glaubwürdig als nachhaltiges Unternehmen positionieren zu können.

Neben all diesen Themen beschäftigt uns natürlich die Frage, wohin der schreckliche Krieg Russlands gegen die Ukraine uns führen wird. Das, was in Europa undenkbar schien, ist nun bittere Realität mit dramatischen Folgen in erster Linie für die Menschen in der Ukraine. Der Ausgang ist offen, wir können nur spekulieren. Die aktuellen Entwicklungen zeigen uns jedoch schmerzhaft, wie wichtig Zusammenhalt, Verlässlichkeit und Solidarität sind. Lassen Sie uns genau diese Werte weiter gemeinsam praktizieren, da sie uns über Jahre hinweg gestärkt haben.



**Dr. Andreas Trautwein**

Vorsitzender der E/D/E Geschäftsführung

## Inhalt

# 04

## Überblick

- 4 Das E/D/E
- 6 EVOLUTION
- 8 Editorial

# 14

## Berichte

- 14 Bericht der Geschäftsführung
- 20 Bericht des Beiratsvorsitzenden

### Gender-Hinweis

Wir im E/D/E legen viel Wert auf die Gleichberechtigung von Geschlechtern. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird jedoch auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. So gelten sämtliche Personenbezeichnungen gleichermaßen für alle Geschlechter.

# 24 52

## Leistungen

- 24 Entwicklung der Sortimente
- 28 E/D/E in Europa
- 30 Starke Marken, kluge Konzepte
- 36 Digitale Services
- 42 Logistik
- 44 Bankdienstleistungen
- 46 Netzwerk und Dialog

## Verantwortung

- 52 Personal
- 56 Nachhaltigkeit





**Dr. Andreas Trautwein**  
Vorsitzender der  
E/D/E Geschäftsführung



**Dr. Christoph Grote**  
E/D/E Geschäftsführer  
Mitglieder- und Lieferantenmanagement,  
Werkzeug, Arbeitsschutz/Technischer  
Handel, Bau



**Peter Jüngst**  
E/D/E Geschäftsführer  
Haustechnik, Stahl, Logistik,  
Baugeräte



**Joachim Hiemeyer**  
E/D/E Geschäftsführer  
Digitale Services, Marketing,  
E-Business/E-Commerce



**Bettina Jakobi**  
E/D/E Geschäftsführerin  
Personal



**Thomas Henkel**  
E/D/E Geschäftsführer  
IT



## Gemeinsam auf Erfolgskurs

Der PVH hat sich im zweiten Corona-Jahr 2021 außerordentlich gut entwickelt. In der Industrie und im Handwerk stieg die Nachfrage. Im Marktbarometer des E/D/E bestätigen die Mitglieder die positive Entwicklung: Während sie die Auftragslage im Handwerk als anhaltend positiv oder besser bewerteten, beobachteten die Mitglieder bei ihren Industriekunden eine deutliche Verbesserung.

Diese Entwicklung zeigt sich auch in den Zahlen der E/D/E Gruppe: Unser Handelsvolumen ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,18 Milliarden Euro auf 7,62 Milliarden Euro angestiegen. Dieser Anstieg resultiert vor allem aus dem Erfolg in unserem Kernbereich: dem Warengeschäft. Das Volumen wuchs in Deutschland und in Europa annähernd mit der gleichen Rate. Im Auslandsgeschäft haben wir 1,9 Milliarden Euro erzielt und damit 25 Prozent des gesamten Handelsvolumens. Mehr als zwei Drittel des internationalen Wachstums kamen aus den Niederlanden, Österreich, der Schweiz, Belgien und Frankreich. Im Lagergeschäft erzielten wir mit 350 Millionen Euro Umsatz einen neuen Bestwert. Die ETRIS BANK konnte ihr Geschäftsvolumen in der Zentralregulierung für ihre Verbundgruppen und im Factoring deutlich steigern.

Diese insgesamt erfolgreiche Entwicklung erfolgte vor dem Hintergrund einer positiven Konjunktur. Auch die Preissteigerungen beeinflussten das Handelsvolumen. Der Konzernjahresüberschuss liegt mit 20,7 Millionen Euro deutlich über dem Vorjahresniveau. Indem wir den Großteil thesaurieren, wächst das Eigenkapital auf 439,4 Millionen Euro. Durch diese überaus gesunde Lage sind wir hervorragend aufgestellt und können die notwendigen Investitionen für den mittelständischen PVH – besonders im Bereich der Digitalisierung – stemmen. Die Rückvergütungen an unsere Mitglieder liegen mit rund 184 Millionen Euro deutlich über dem Niveau von 2020.

Als große Stärken erwiesen sich erneut die diversifizierte Verteilung der Warengruppen und die internationale Aufstellung der E/D/E Gruppe. So konnten wir auf den internationalen Märkten wiederholt neue Mitglieder und Lieferanten gewinnen und unsere zahlreichen Vertriebsaktivitäten weiter ausbauen.

Während die Umsatzentwicklung 2021 positiv ausfiel, mussten viele Mitglieder und das E/D/E gleichzeitig mit Einschränkungen bei der Warenverfügbarkeit und stark gestiegenen Preisen zurechtkommen. Im E/D/E haben wir dazu beigetragen, dass unsere Mitglieder trotz der globalen Lieferengpässe handlungsfähig blieben. Eine zentrale Rolle dabei spielten unsere guten Lieferantenkontakte und das eLC in Wuppertal mit seinen 115 000 physisch vorrätigen Artikeln. Entsprechend ist der Auftragseingang im eLC um 5,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Teilweise gingen bis zu 90 Prozent aller Lieferungen aus dem eLC direkt an Endkunden – eine spürbare Entlastung für die Logistik unserer Mitglieder.

Die Warengruppen haben sich 2021 unterschiedlich entwickelt: Im Bau verzeichnete das E/D/E eine gute Auftragslage bei seinen Mitgliedern – getrieben von einer sehr positiven Entwicklung im Handwerk sowohl im Objekt- wie auch im Privatkundengeschäft. Das starke Wachstum im Wohnungsbau und die steigenden Privatinvestitionen sorgten für eine besonders positive Entwicklung der baunahen Warengruppen. Das Industriegeschäft hat 2021 wieder deutlich an Fahrt aufgenommen. Im Einzelhandel hielt die Investitionsbereitschaft privater Konsumenten für das Heim und den eigenen Garten an. Der Stahlhandel erzielte deutlich zweistellige Handelsvolumenzuwächse.

Erfreut blicken wir darüber hinaus auf die anhaltend positive Entwicklung unseres Online-Marktplatzes Toolineo. Hier stieg sowohl die Anzahl der Händler – und zwar um über 50 Prozent – als auch der über den Marktplatz generierte Bestellwert. Das über die Multishops unserer Mitglieder gehandelte Volumen wuchs ebenfalls deutlich um über 30 Prozent. Das ist mehr als doppelt so stark wie der E-Commerce-Markt im Groß- und Einzelhandel.



## Handelsvolumen der E/D/E Gruppe nach Warenbereichen 2021

Die Aufschlüsselung nach Warenbereichen zeigt eine breite, stabile Verteilung mit hohen absoluten Werten vor allem im Kerngeschäft rund um die Ware. Dort realisiert die E/D/E Gruppe mehr als 97 Prozent des Gesamthandelsvolumens, während auf das Factoring- und Drittmarktgeschäft der ETRIS BANK 2,8 Prozent entfallen. Allein im baunahen Marktsegment und in der Haustechnik werden mit den Partnern jeweils mehr als 1,6 Milliarden Euro Handelsvolumen erzielt. Rund ein Viertel des Gesamthandelsvolumens bewegt die E/D/E Gruppe mit ihren Partnern im Ausland.



## Digital vorn mit dabei

Das Interesse der E/D/E Mitglieder an digitalen Dienstleistungen war noch nie höher als jetzt. Die Pandemie hat diesen Trend nochmals beschleunigt. Im E/D/E haben wir deshalb im vergangenen Jahr zahlreiche Innovations- und Digitalisierungsprojekte vorangetrieben. Unser Ziel bei allen Aktivitäten: Mehrwerte für die Mitglieder generieren. Unter anderem sind wir neue Produktpartnerschaften eingegangen. Ein Beispiel dafür ist nextPIM – ein Angebot, mit dem Händler ihr Produktdatenmanagement optimieren können. Bestehende Angebote wie ERPcloud360 haben sich als sehr erfolgreich erwiesen. Im eDC Datenmanagement haben wir ebenfalls weitere Verbesserungen realisiert.

In unserem Wachstumsbereich Versorgungsnetzwerke/Industrieservice haben wir unsere MRO-Vollversorgungsplattform gezielt ausgebaut und Dienstleistungen in die System-Infrastruktur integriert. Die Industriekunden der E/D/E Mitglieder können nun vereinfacht auf die Services zugreifen. Diese Entwicklungen zeigen: Neben der Weiterentwicklung der bestehenden Lösungen beschäftigen uns im E/D/E auch die Geschäftsfelder von morgen. Im Rahmen von Workshops und weiteren Austauschformaten gewannen wir 2021 wertvolle Einblicke in die Sichtweisen unserer Mitglieder. Diese Erfahrungen nutzen wir, um neue Geschäftsmodelle und digitale Services für den PVH zu entwickeln.

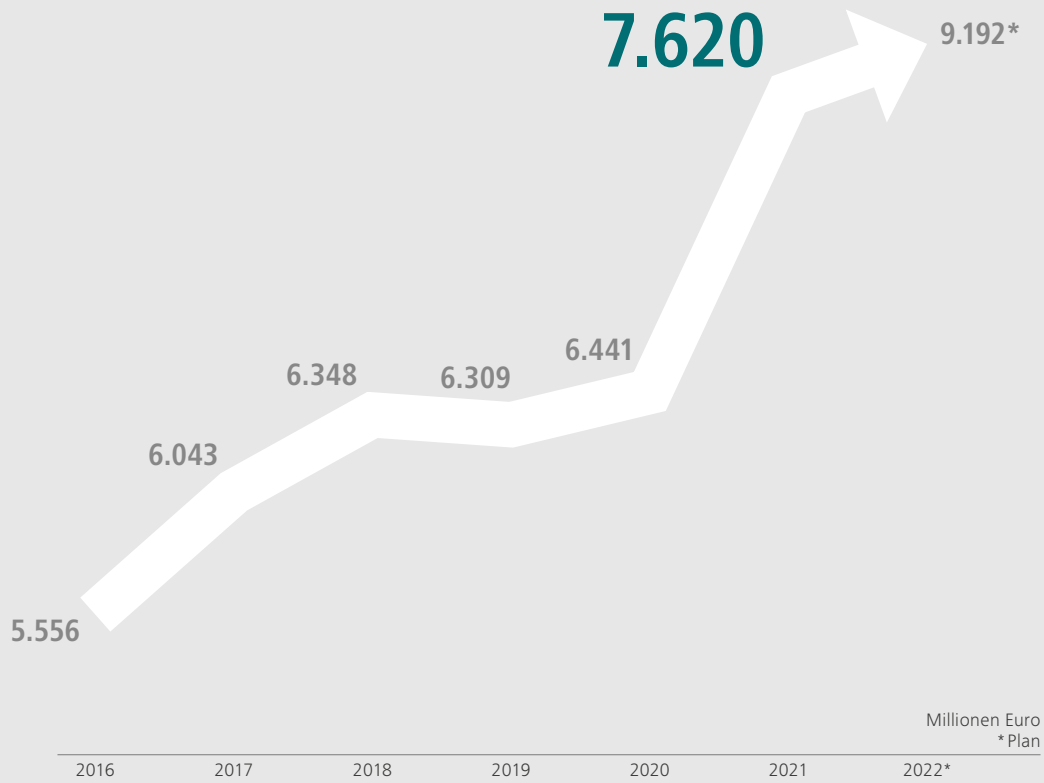
## Entwicklungen im E/D/E

Wo immer es möglich war, haben wir wieder Präsenzveranstaltungen realisiert. Denn im PVH bietet der persönliche Kontakt weiterhin einen immensen Mehrwert. Gleichzeitig haben wir viele bewährte Dialogformate virtuell durchgeführt und zusätzliche Veranstaltungen etabliert, etwa das Branchenupdate digital. Mit unserem E/D/E Studio haben wir eine innovative Plattform geschaffen, um lebendigen digitalen Austausch auf einem neuen Niveau zu ermöglichen. 2021 fanden bereits zahlreiche Katalogschulungen, Netzwerkveranstaltungen und fachliche Austauschformate zu aktuellen Themen wie Nachhaltigkeit und digitale Geschäftsmodelle statt. Wir können mit dem E/D/E Studio eine höhere Reichweite erzielen und insbesondere unsere internationalen Partner mit interessanten Angeboten erreichen.

Die Pandemie beschäftigte uns auch in ihrem zweiten Jahr. Höchste Priorität hatte dabei die Gesundheit unserer Mitarbeiter. Die im Vorjahr ins Leben gerufene Corona Policy und die installierten Schutzmaßnahmen haben wir konsequent umgesetzt. Im eLC greift seit 2020 ein effektives und effizientes Hygienekonzept. Im Rahmen der eigens initiierten betrieblichen Impfkampagne erhielten zudem mehr als 650 E/D/E Mitarbeiter sowie deren Angehörige ihre Corona-Impfung, weitere 250 Personen wurden geboostert. Das E/D/E leistete damit einen wichtigen Beitrag zur Gesundheit der Mitarbeiter und zur Eindämmung des Infektionsgeschehens.

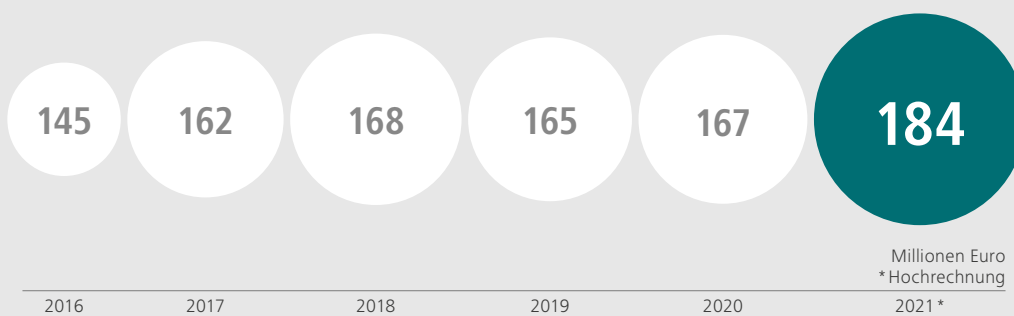
Die Auswirkungen der Pandemie spürten wir auch an anderen Stellen, zum Beispiel in der Logistik. Neben einer besonders hohen Frequenz in den Wareneingangsbereichen mussten wir in unserem Zentrallager ein hohes Paketaufkommen bewältigen. Hierbei hilft unsere neue automatische Verpackungsmaschine, die nicht nur die Leistungsfähigkeit steigert, sondern zudem dazu beiträgt, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren. Einen weiteren Effekt hatte Corona auf die Zusammenarbeit im E/D/E. Insbesondere im Personalbereich haben wir eine Vielzahl an Digitalisierungsprojekten vorangetrieben. Dazu zählt die „Lernwelt E/D/E digital“, ein spezialisiertes praxisorientiertes Trainingsprogramm für 2022, das wir mit der E/D/E AKADEMIE entwickelt haben. Unser Ziel ist es, die Chancen der Transformation stärker zu nutzen und die Erfahrungen der letzten knapp zwei Jahre in eine moderne Arbeitsrealität zu überführen.

Das E/D/E stellte neben Flexibilität auch strategische Weitsicht unter Beweis. So haben wir mit der optimierten Einkaufs- und Vermarktungsstrategie im WUPPER-RING den Fokus auf Wachstum, auf die Eigenmarke FORMAT sowie auf den weiteren Ausbau und die Sicherung von Marktanteilen gelegt. Ein zielgruppengerechter Marketingmix mit einem zunehmenden Anteil digitaler Formate begleitet alle Vermarktungsaktivitäten.



## Handelsvolumen

Das Handelsvolumen der E/D/E Gruppe beläuft sich auf 7,6 Milliarden Euro. Das Geschäft im In- und Ausland entwickelte sich 2021 gleichermaßen positiv.



## Rückvergütungen

Die positive Entwicklung des Verbunds drückt sich auch in der Höhe der Rückvergütungen aus. Diese übertrifft das Niveau der Vorjahre deutlich.

Dank dieser mitgliederorientierten Denkweise kann das E/D/E seinen Wachstumskurs fortsetzen – und führende PVH-Unternehmen von seinem Angebot überzeugen. Die gute Geschäftsentwicklung erlaubt es uns, auch weiterhin aus eigener Kraft in die Zukunft zu investieren. Im Vordergrund stehen der IT-Masterplan und ein Investitionsvolumen in zweistelliger Millionenhöhe, mit dem das E/D/E in den kommenden Jahren seine digitale Infrastruktur weiter modernisieren wird. Damit stellt sich das E/D/E zukunftsfähig auf und schafft Mehrwerte für seine Mitglieder und Lieferanten.

### Unsicherer und volatiler Ausblick

Die gute Entwicklung des PVH in Deutschland wie auch in Europa hat sich in den ersten beiden Monaten dieses Jahres nahtlos fortgesetzt. Somit entwickelte sich auch das Handelsvolumen der E/D/E Gruppe bis Ende Februar nochmal oberhalb des starken Vorjahresniveaus. Die Haltung im baunahen Handwerk und im Bau sowie auch in der Industrie war bis zum Ausbruch des Krieges in der Ukraine für 2022 grundsätzlich positiv. Dies hat sich verändert, insbesondere auch vor dem Hintergrund der drohenden Unterversorgung mit Energie und Rohstoffen sowie Störungen der globalen Lieferketten und daraus resultierenden Engpässen in allen möglichen Bereichen der vernetzten Welt. Das E/D/E Management setzt sich intensiv mit unterschiedlichen Szenarien der Gas- und Ölversorgung auseinander und bereitet diese vor.

Sämtliche Prognosen für 2022 sind in diesem Kontext von Unsicherheit und Volatilität in einer neuen Dimension geprägt. Daher sind die folgenden Einschätzungen unter dem Vorbehalt der weiteren Entwicklungen zu betrachten. Die ETRIS BANK erwartet sowohl für das Verbundgruppen-geschäft als auch für das Geschäftsfeld Factoring ein starkes Wachstum, das 2021 vorbereitet wurde. Auch dank neuer Partnerschaften sehen wir die E/D/E Gruppe für ein nachhaltiges Wachstum grundsätzlich gut aufgestellt. Dies stärkt die Wettbewerbsfähigkeit unseres Verbunds. Insgesamt rechnet die E/D/E Gruppe für das Jahr 2022 mit einem Wachstum des Handelsvolumens auf 9,2 Milliarden Euro.

Gemeinsam als Verbund blicken wir trotz dieser Unsicherheiten selbstbewusst in die Zukunft. Als verlässlicher Partner arbeiten wir konsequent daran, den mittelständischen PVH einfacher, digitaler und resistenter zu machen. Um dieses Zielbild zu erreichen, werden wir das Leistungsportfolio marktgerecht weiterentwickeln, unsere Prozesse effektiv verschlanken und unsere Logistik vorausschauend optimieren. Unser Strategie- und Organisationsentwicklungsprozess EVOLUTION bleibt der Maßstab für die weitere Transformation des Verbunds.

Die derzeitige Situation belastet uns alle sehr. Es bleibt abzuwarten, welche Entwicklungen der Krieg in der Ukraine nehmen wird und welche Folgeauswirkungen damit verbunden sein werden. Die E/D/E Geschäftsführung richtet sich dynamisch auf unterschiedliche Szenarien ein, um auch unter großer Unsicherheit ein verlässlicher Partner zu sein. Uns verbleibt nun noch, unseren Mitgliedern, Lieferanten und Kooperationspartnern für den engen Austausch und das uns entgegengebrachte Vertrauen zu danken. Ein großer Dank gilt auch unseren Mitarbeitern, die sich in einem weiteren herausfordernden Jahr mit besonderem Engagement, Loyalität und Verantwortungsbe-wusstsein für den Verbund eingesetzt haben. Das E/D/E wäre ohne sie nicht dasselbe!

Ihre Geschäftsführung  
Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH



Dr. Andreas Trautwein  
Vorsitzender



Dr. Christoph Grote



Peter Jüngst



Joachim Hiemeyer



Bettina Jakobi



Thomas Henkel





# » Glänzende Resultate, unsichere Zeiten «



## Liebe Leserinnen und Leser,

das Handelsvolumen der E/D/E Gruppe ist 2021 um mehr als 1 Milliarde Euro gewachsen. Wenn in einer Zeit, in der uns eine weltweite Corona-Pandemie mit vielen persönlichen und wirtschaftlichen Einschränkungen konfrontiert, über außergewöhnlich glänzende Unternehmensergebnisse zu berichten ist, dann reibt man sich verwundert die Augen. Wunschvorstellung oder Realität? Wie passen die Zahlenwerte zu dieser unsicheren Zeit? Die Erklärungen sind vielfältig und vielschichtig. Grundsätzlich zeigt sich gerade in Krisenzeiten, ob das Zusammenwirken von Verbundgruppenzentrale, Vertragslieferanten und Mitgliedern stabil, zuverlässig und erfolgreich ist oder nicht. Die von der Geschäftsführung präsentierten Zahlen 2021 sprechen für sich!

7,6 Milliarden Euro Handelsvolumen, 31,0 Millionen Euro Brutto-Cash-Flow, 20,7 Millionen Euro Konzernjahresüberschuss und ein Eigenkapital von rund 440 Millionen Euro.

### Wesentliche Faktoren des Erfolgs 2021

- Eine unerwartet hoch ausgelastete Branchenkonjunktur, vor allem im Baugewerbe, sowohl im Inland als auch in zahlreichen europäischen Ländern.
- Uneingeschränkte Unterstützung der Lieferanten für die E/D/E Verbundgruppe und ihre Mitglieder im Inland und in Europa.
- Traditionell extrem pünktliche, präzise und verlässliche Zahlungsabwicklung aller Lieferantenforderungen durch das E/D/E beziehungsweise die ETRIS BANK.
- Hervorragende Marktbearbeitung und Leistungsfähigkeit der Mitglieder mit zum Teil sichtbaren Gewinnen von Marktanteilen.
- Exzellente Lieferfähigkeit durch rechtzeitige Erhöhung der Bevorratung sowohl im eLC Logistikzentrum als auch bei den Mitgliedern selbst.
- Marktwirksame Konzepte in allen Produktsegmenten für die Mitglieder, einschließlich Datenmanagement und fortschreitender Digitalisierung.
- Leistungsstarke Mitarbeiter-Teams mit ausgeprägtem Engagement in dieser besonderen Pandemiesituation.
- Beispielhaftes Corona-Maßnahmenpaket des E/D/E in allen Unternehmensbereichen.

Die Zahlen sprechen für sich! Allen „Faktoren“ gebührt ein besonderer Dank für den jeweiligen Beitrag zu einem außergewöhnlich glänzenden Gesamtergebnis in Zeiten voller Ungewissheit und Sorgen.

### Tätigkeiten des Beirats

Der Beirat hat alle geplanten Sitzungen 2021 termingerecht als Webkonferenzen absolviert. Er hat sich intensiv im Laufe des Jahres mit fundierten Unterlagen und Erläuterungen über die wirtschaftliche Entwicklung, das Zahlungsverhalten der Mitglieder, die Logistikleistungen und die wesentlichen Investitionsprojekte informieren lassen.

Die Personalsituation, die Wirksamkeit des Corona-Maßnahmenpakets und insbesondere die Zwischenergebnisse des großvolumigen IT-Masterplans standen im besonderen Blick-



Hans-Jürgen Adorf  
Vorsitzender des Beirats

punkt. Der Beirat konnte zu jeder Zeit einen guten Verlauf der Unternehmensentwicklung, sowohl im Inland als auch in Europa, oberhalb des verabschiedeten Budgets zur Kenntnis nehmen. Zu keinem Zeitpunkt gab es Sachverhalte oder außergewöhnliche Vorgänge, die Anlass zur Sorge gegeben hätten. Der Beirat hat sich zudem in der gebotenen Ausführlichkeit mit dem Jahresabschluss 2021 beschäftigt und ihn bestätigt. Der konsequente Kurs der Geschäftsführung in Richtung Zukunftsbild der E/D/E Gruppe avisiert auch für die nächsten Jahre Erfolge auf Bestwertniveau. Diese Einschätzung teilt auch der Beirat.

In der Beiratssitzung vom 9. Dezember 2021 wurde intensiv die vorgelegte Budgetplanung 2022 geprüft und genehmigt. Sie ist gekennzeichnet durch eine Stabilisierung des erreichten Höchstniveaus von rund 7,4 Milliarden Euro im Warengeschäft und einer kräftigen Expansion im Bereich der Finanzdienstleistungen auf über 1,8 Milliarden Euro, mit weiterem Wachstumspotenzial in den Folgejahren. Gründung und Aufbau der ETRIS BANK bestätigen sich nunmehr eindrucksvoll als zusätzlicher Wachstumsmotor für die E/D/E Gruppe.

Der Beirat unterstützt und bestätigt die wiederum sehr ambitionierten Ziele der Geschäftsführung mit einem Handelsvolumen oberhalb von 9 Milliarden Euro für 2022, einem Brutto-Cash-Flow von gut 33 Millionen Euro und einem Konzernjahresüberschuss in der Nähe von 25 Millionen Euro.

### Weiterer Ausblick

Zum Zeitpunkt des Verfassens dieses Berichts werden wir alle mit einer Situation konfrontiert, die zumindest in Europa niemand für möglich gehalten hätte. Es bahnt sich eine Katastrophe an, die alle Sorgen der Corona-Pandemie in den Schatten stellt und eine jahrzehntelange unbeschwertere Lebenssituation in Europa beendet. Die unmittelbaren Folgen für die Familien in der Ukraine und das Szenario für die nächsten Wochen und Monate sind für zivilisierte Europäer nicht einmal gedanklich auszumalen. Die unsicheren Zeiten haben eine neue Dimension erreicht.

Hans-Jürgen Adorf  
Vorsitzender des Beirats

## Inhalt

# 04

## Überblick

- 4 Das E/D/E
- 6 EVOLUTION
- 8 Editorial

# 14

## Berichte

- 14 Bericht der Geschäftsführung
- 20 Bericht des Beiratsvorsitzenden

### Gender-Hinweis

Wir im E/D/E legen viel Wert auf die Gleichberechtigung von Geschlechtern. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird jedoch auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. So gelten sämtliche Personenbezeichnungen gleichermaßen für alle Geschlechter.

# 24

# 52

## Leistungen

- 24 Entwicklung der Sortimente
- 28 E/D/E in Europa
- 30 Starke Marken, kluge Konzepte
- 36 Digitale Services
- 42 Logistik
- 44 Bankdienstleistungen
- 46 Netzwerk und Dialog

## Verantwortung

- 52 Personal
- 56 Nachhaltigkeit



## Entwicklung der Sortimente

2021 war ein herausforderndes Jahr für den Verbund und seine Partner. Die einzelnen Märkte entwickelten sich während der anhaltenden Corona-Pandemie unterschiedlich, waren aber überwiegend auf deutlichem Wachstumskurs. Insgesamt kam der PVH sehr gut durch das zweite Corona-Jahr. Zeitgleich mit den positiven Umsatzentwicklungen mussten das E/D/E und viele E/D/E Mitglieder mit Einschränkungen bei der Warenverfügbarkeit und stark gestiegenen Preisen umgehen. Deshalb war Flexibilität gefordert – die das E/D/E gemeinsam mit seinen Mitgliedern erfolgreich unter Beweis stellte.





## Wachstum trotz(t) Krise

- Im Bau verzeichnete das E/D/E eine hohe Auftragslage bei seinen Mitgliedern – getrieben von einer sehr positiven Entwicklung im Handwerk sowohl im Objekt- wie auch im Privatkundengeschäft.
- Das Industriegeschäft hat wieder deutlich mehr Fahrt aufgenommen: Der Maschinenbau und die Chemiebranche, aber auch der Flugzeugbau entwickelten sich gut. Steigende Umsätze waren die Folge.
- Im Einzelhandel führte der pandemiebedingte Lockdown zu einer Ausnahmesituation: Verglichen mit dem starken Vorjahr gingen die Umsätze im ersten Halbjahr – also in der eigentlich umsatzstärksten Zeit – zurück. Die Investitionsbereitschaft privater Konsumenten hielt an: Artikel für das Heim und den eigenen Garten waren beliebt. Die Aktivitäten der Systemzentrale EURO-DIY unterstützten diesen Trend.



### Flexibilität als Schlüssel zum Erfolg

2021 war gekennzeichnet durch eine deutliche Erholung der Industrie, eine gestiegene Nachfrage im Handwerk sowie eine überdurchschnittliche Preisentwicklung in vielen Segmenten. Während die Pandemie ein weiteres Jahr anhielt, haben wir die E/D/E Mitglieder dabei unterstützt, schnell und effizient auf die Herausforderungen zu reagieren. So haben wir 2021 einen besonderen Fokus auf eine bestmögliche Warenverfügbarkeit gelegt und unsere Lagerbestände deutlich ausgebaut. Dank der hochprofessionell aufgestellten Logistik im eLC konnten wir die Anzahl von Direktversendungen an die Endkunden aus Handwerk und Industrie auf deutlich über 80 Prozent steigern.

Im Bereich Versorgungsnetzwerke/Industrieservice haben 2021 insgesamt 160 Mitglieder von unserem Full-Service-Angebot profitiert – knapp 100 Projekte wurden erfolgreich durchgeführt. Im Systemgeschäft realisierten wir elf Konzernprojekte. Wir haben unsere MRO-Vollversorgungsplattform gezielt ausgebaut. Indem wir die Dienstleistungen Rapid3D, CAD-Zerspanungsanalyse, Kontraktlogistik, Consulting-Analytik in die bestehende System-Infrastruktur integriert haben, können die Industriekunden der E/D/E Mitglieder nun vereinfacht auf die Services zugreifen.

### Neue Impulse aus der Industrie

Die Nachfrage in den industrienahen Bereichen wie Präzisionswerkzeuge, Betriebseinrichtungen oder Schweißtechnik war hoch. Im Vergleich zum Vorjahr wuchs das Handelsvolumen in diesen Warengruppen zweistellig und die E/D/E Mitglieder der industrienahen Warenbereiche entwickelten sich zum wiederholten Mal oberhalb des jeweiligen Marktniveaus. Signifikante Preissteigerungen und die positive Entwicklung im Industriegeschäft sorgten zudem für ein

wachsendes Handelsvolumen im Bereich Arbeitsschutz/Technischer Handel. Pandemieartikel wie Masken waren weiterhin gefragt.

### Der Bau-Boom hält an

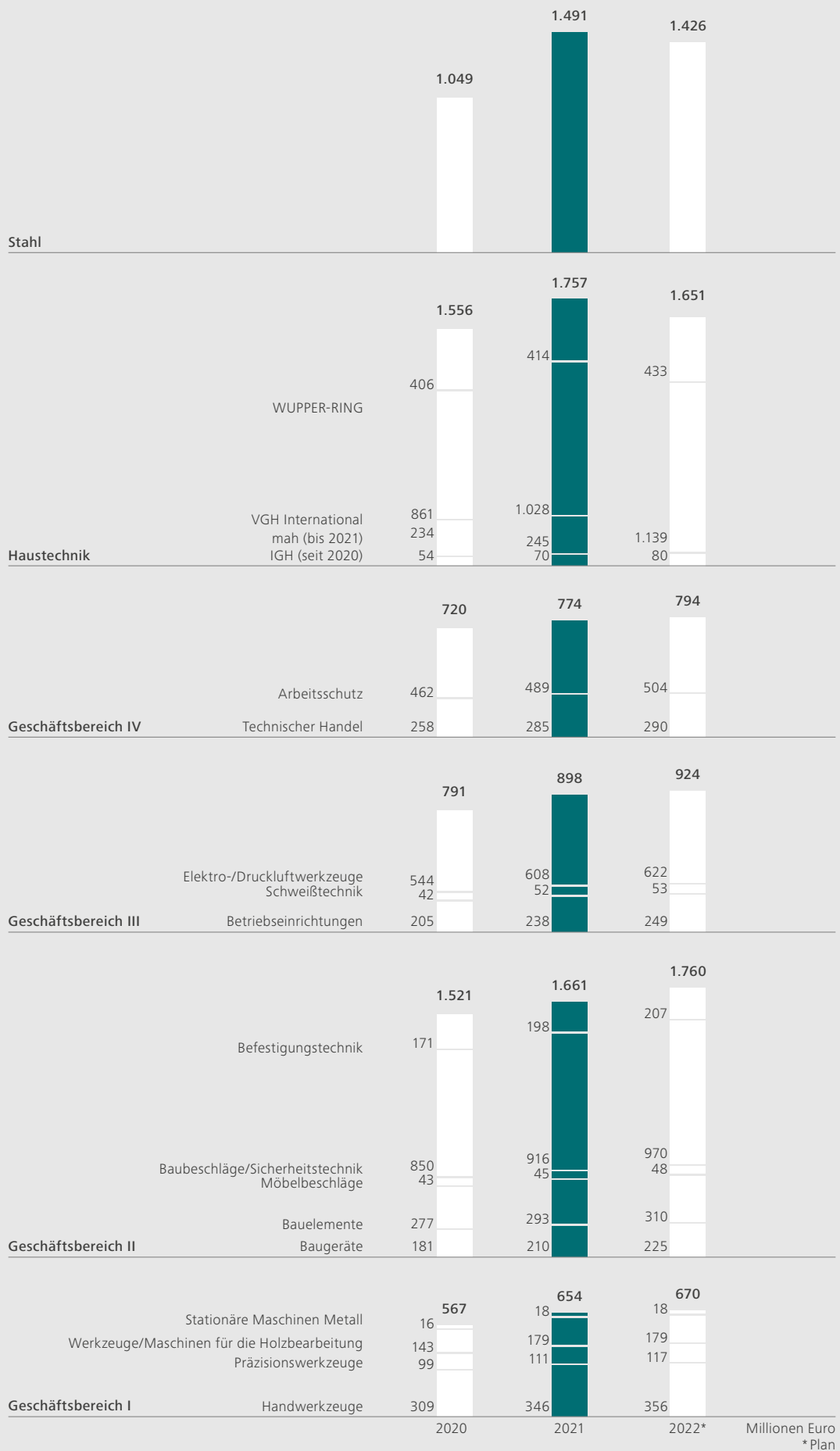
Im Bau sowie im baunahen Gewerbe blieb die Nachfrage stark und lag jeweils über dem Marktniveau. Getrieben wurde diese positive Entwicklung besonders durch ein starkes Wachstum im Wohnungsbau und steigende Privatinvestitionen.

Das stärkste Wachstum im Bereich Werkzeuge verzeichneten das Segment Elektrowerkzeuge/Maschinen und die Warengruppe Handwerkzeuge. Letztere profitierte sowohl vom wachsenden Industriegeschäft als auch von der wachsenden Nachfrage im Holz- und metallverarbeitenden Handwerk.

Die Baugeräte erzielten erneut zweistellige Wachstumsraten im Lagergeschäft. Auch die Handwerkzeuge und die industrienahen Warengruppen Präzisionswerkzeuge und Betriebs-einrichtungen entwickelten sich mit zweistelligen prozentualen Zuwächsen im eLC sehr erfreulich. Gute Ergebnisse gab es auch bei den Baubeschlägen, insbesondere im Bereich Fensterbeschlag. Das Einkaufsvolumen der EBH Mitglieder im Lagergeschäft verzeichnete 2021 ein knapp zweistelliges Wachstum. Als Wachstumstreiber erwiesen sich automatisierte und digitale Lösungen für Tür und Fenster und bilden daher zukünftige Schwerpunkte. Die E/D/E Mitglieder nutzten 2021 verstärkt die im eLC vorrätigen Standardsortimente im Beschlag, um ihre Endkunden direkt zu beliefern und so Prozesskosten zu optimieren.

Die E/D/E Haustechnik verzeichnete 2021 ebenfalls gute Wachstumsraten. Dieser Erfolg ist vor allem auf ein starkes Heizungsgeschäft zurückzuführen. Ein solches registrierte auch der europäisch ausgerichtete Partner VGH International. Alle VGH-Mitglieder verzeichneten eine sehr gute Entwicklung und erstmals wurde ein Volumen von mehr als einer Milliarde Euro mit dem E/D/E reguliert. Dies ist Ergebnis der europäischen Expansion der VGH und ein bedeutender Meilenstein in der seit 2005 bestehenden Kooperation mit dem E/D/E. Das E/D/E hat die Zusammenarbeit mit dem Kooperationspartner IGH weiter vertieft. Um Herausforderungen bei der Warenverfügbarkeit entgegenzuwirken, haben wir die Eigenmarken weiter gestärkt – insbesondere die Marke FORMAT, deren konsequenter Ausbau auch 2022 im Vordergrund steht. Der neue digitale Badplanungsassistent BADDY bietet dem SHK-Großhandel sowie den Händlern vor Ort eine innovative Lösung für die Badplanung ihrer Kunden.

Der Stahlhandel erzielte ebenfalls deutliche zweistellige Handelsvolumenzuwächse – hier überzeugte besonders die Leistungsgruppe SteelPower innerhalb der ESH. Die Konzentration der Mengen auf die Lieferpartner des E/D/E stiegen im Jahr 2021 kontinuierlich. Die Philosophie der Transparenz und offenen Kommunikation trägt Früchte. Durch die zunehmende Mengenkonzentration auf das E/D/E beim Stahl erzielen unsere Mitglieder höhere Rückvergütungen und profitieren zudem von Preisvorteilen im Tagesgeschäft.



## Entwicklung Handelsvolumen nach Sortimenten



## Der Blick nach vorne

Die grundsätzlich optimistischen Prognosen für 2022 haben sich durch den Krieg in der Ukraine in Unsicherheit verkehrt. In welchem Ausmaß die Entwicklungen die Konjunktur und das Geschäft im PVH zusätzlich belasten werden, ist bei Redaktionsschluss dieses Berichts noch nicht abzusehen. Bereits vorhandene Einschränkungen dürften sich verschärfen, zumal die Pandemie weiterhin zu reduzierten Produktionskapazitäten führt. Wir gehen somit davon aus, dass die eingeschränkte Warenverfügbarkeit den PVH auch weiterhin belasten wird und hohe Preissteigerungen für Material und Transport die Stimmung insgesamt trüben. Wir reagieren auf die Einschränkungen mit einer signifikanten Erhöhung unserer Lagerbestände sowie der Erschließung zusätzlicher Beschaffungsquellen, um etwaige Versorgungsengpässe für unsere Mitglieder bestmöglich abzufedern. Die Sicherstellung der Warenverfügbarkeit bleibt damit ein zentrales bereichsübergreifendes Thema für 2022. Gleichzeitig müssen Entwicklungen auf der Nachfrageseite genau beobachtet werden.

Bestehende Dachmarken sollen 2022 weiter gestärkt werden. Wir planen zudem, das Volumen im Bereich Stahl weiter auszubauen. Die Gruppe SteelFocus ergänzt das Portfolio. Darüber hinaus wollen wir bei der Haustechnik unseren Kundenstamm und damit einhergehend die Marktbedeutung in Europa zukünftig deutlich ausbauen. Unter dem Motto „Betriebseinrichtung goes international“ werden wir den Ausbau der Sortimente in der Betriebseinrichtung für unsere Mitglieder im europäischen Ausland vorantreiben. Der Ausbau von Online-Shop-Systemen und digitalen Vertriebskanälen stellt für 2022 ein zentrales Projekt für viele E/D/E Mitglieder dar.

2022 wollen wir auch in der MRO-Vollversorgung weiter wachsen und weiten unsere Aktivitäten im Bereich Versorgungsnetzwerke/Industrieservice europaweit aus. Hier rechnen wir mit wachsenden Zahlen an Kundenprojekten und wollen auch vermehrt Aufträge bei Großunternehmen realisieren. Mit neuen effizienten Beschaffungslösungen für das Handwerk und der erfolgreichen Markteinführung des Automatenausgabesystems ETT BASIC haben wir auch dieses Geschäftsfeld für den PVH erschlossen und sehen dort erhebliche Potenziale. Da sich Mitglieder bei Ausschreibungen und Lieferbeziehungen zunehmend durch nachweisliche Aktivitäten im Nachhaltigkeitsmanagement konfrontiert sehen, baut der Bereich Versorgungsnetzwerke/Industrieservice in Kooperation mit dem Deutschen Institut für Nachhaltigkeit und Ökonomie das neue Leistungsfeld Eco-Consulting weiter aus.

## Digitale Weichenstellung

Ein Fokus des PVH wird im Jahr 2022 erneut auf der Digitalisierung sämtlicher Geschäfts- und Aktivitätsbereiche liegen. Das Vorjahr hat gezeigt, wie wichtig digitale Vertriebswege sind. Eines der Kernthemen für den Einzelhandel lautet deshalb, den Kundenkontakt über die sozialen Medien deutlich auszubauen. Eine weitere Säule der konsequenten Umsetzung unseres Zukunftsbilds bildet die Digitalisierung ganzer Geschäftsmodelle. Neben dem Ausbau des E-Commerce und der Steigerung der Reichweite unterstützen wir unsere Partner beispielweise bei der Digitalisierung von Bestellprozessen oder der Automatisierung von Geschäftsprozessen. Diese digitalen Weichenstellungen sind elementar, damit unsere Partner am Markt mit zukunftsorientierten Leistungen weiterhin wettbewerbsfähig sind.



## E/D/E in Europa

EDE International entwickelt europaweit länderspezifische Sortimente und zielgerichtete Konzepte für Vertrieb und Dialog – das macht den Verbund für viele europäische PVH-Unternehmen attraktiv. Bewährte Konzepte werden im engen Austausch mit dem Handel vor Ort adaptiert und schaffen auf diese Weise effizient einen Mehrwert. Dies ist ein wesentlicher Grund, weshalb die Mitgliederzahlen stetig wachsen und das Handelsvolumen beflügeln – im Jahr 2021 auf 1,9 Milliarden Euro.







## Ausweitung des europaweiten E/D/E Netzwerks

Die anhaltende Corona-Pandemie und deren direkte Auswirkungen haben sich in den europäischen Märkten unterschiedlich im Geschäft der E/D/E Mitglieder niedergeschlagen. In der Gesamtbetrachtung verzeichnete das internationale Geschäft für das Jahr 2021 ein Wachstum von 19,1 Prozent. Mehr als zwei Drittel des Wachstums kamen dabei aus den Ländern Niederlande, Österreich, Schweiz, Belgien und Frankreich. Fast alle Länder wuchsen zweistellig, lediglich Rumänien, Ungarn, Litauen, Bulgarien sowie das Vereinigte Königreich verhielten sich rückläufig. Das Vereinigte Königreich hatte insbesondere mit den Auswirkungen des Brexits zu kämpfen. Gründe für den insgesamt positiven Trend waren neue Mitglieder und Lieferanten sowie der Ausbau unserer zahlreichen Vertriebsaktivitäten. Unsere Erfolge auf den 26 Märkten außerhalb Deutschlands erzielten wir, indem wir unsere am Heimatmarkt bewährten Vertriebskonzepte länderspezifisch adaptieren sowie die Zusammenarbeit mit lokalen und internationalen Lieferanten ausbauen.

Wenn wir erfolgreiche Sortimente und Konzepte international ausrollen, richten wir uns an den Anforderungen der Märkte und Händler im jeweiligen Land aus. Um individuell erfolgreiche Programme in den Zielländern zu gestalten, stehen wir im intensiven Dialog mit unseren internationalen Mitgliedsunternehmen und Lieferanten. Dabei profitieren wir von unserer Kenntnis der einzelnen Märkte sowie unserer breiten Erfahrung mit den Warengruppen auf dem deutschen Heimatmarkt.

So kommt etwa das neu entwickelte Vertriebskonzept „Betriebseinrichtung Europa“ schon heute bei über 70 Händlern, in insgesamt sieben Sprachen und in zwölf Ländern zum Einsatz. Dieses Konzept werden wir auch in weiteren europäischen Märkten etablieren. Zudem wollen wir unsere Handelsmarken auf europäischer Ebene ausweiten. Hierzu zählen FORTIS Arbeitsschutz mit den Schwerpunkten Polen und Benelux und der geplante Ausbau der E-COLL EFFICIENT LINE durch Sortimentserweiterungen für Osteuropa und Spanien.

Auch auf technologischer Ebene erzielen wir Fortschritte. Für unser Europageschäft werden wir 2022 das „Versand Add-on“ in unserem SAP-System einführen. So können wir neue Transportdienstleister anbinden und die Anforderungen europäischer

Märkte besser berücksichtigen. Dadurch reduzieren wir Abhängigkeiten in der Logistik – ein wesentlicher Vorteil vor dem Hintergrund der beeinträchtigten Lieferketten.

Der Zusammenhalt im internationalen Netzwerk des E/D/E beruht auf einem engen Austausch mit unseren europäischen Partnern. Während der Pandemie haben wir dafür auf digitale Dialogformate zurückgegriffen. Hierzu zählt das neue E/D/E Studio an unserem Wuppertaler Standort. Von dort haben wir Produkt- und Katalogschulungen in sieben europäischen Sprachen durchgeführt. Wir unterstützten die Händler weiterhin durch passende Angebote für den digitalen Kundendialog. Damit internationale E/D/E Mitglieder die Chancen der digitalen Transformation eigenständig nutzen können, unterstützen wir sie zudem bei der Prozessoptimierung, im Datenmanagement und mit logistischen Lösungen, insbesondere aus dem eLC.

Um die erfolgreiche Entwicklung außerhalb Deutschlands fortzuschreiben, bauen wir unsere internationalen Vermarktungskonzepte und Sortimente auch im Jahr 2022 kontinuierlich aus. Ein Schwerpunkt wird dabei auf den Warenbereichen Haustechnik, Betriebseinrichtung, Baugeräte sowie Arbeitsschutz liegen.

Für 2022 gehen wir darüber hinaus davon aus, dass sich die Reisemöglichkeiten wieder verbessern, woraus sich neue Chancen im Vertrieb und in der Akquise ergeben. Während zuletzt vor allem digitale Präsenz geboten war, kommt es zukünftig wieder verstärkt auf die persönliche Nähe zu unseren internationalen Partnern an: Wir wollen mit internationalen und lokalen Lieferanten zusammenarbeiten, diese von unserem Angebot und den Vorteilen des Verbunds überzeugen sowie neue Kooperationspartner, Mitglieder und Lieferanten in den europäischen Märkten gewinnen.



## Starke Marken, kluge Konzepte

Das E/D/E hat 2021 unter den besonderen Ausgangsbedingungen der anhaltenden Corona-Pandemie und ihrer Auswirkungen auf den PVH seine Handelsmarken und Vertriebskonzepte vorangetrieben. Vorgeordnet haben wir unsere bestehenden Marken weiterentwickelt, digitale Vertriebspotenziale verfolgt und die Wahrnehmung im Markt gestärkt.



## Innovativ in Markt und Vertrieb

Das E/D/E unterstützt den PVH mit marktstarken Vertriebskonzepten und Handelsmarken. Dank dieser Angebote können sich unsere Mitglieder im Wettbewerb abgrenzen und profitieren von unserer professionellen Expertise bei Produkteinkauf, Sortimentsgestaltung, Markenbildung und Vertrieb.

### Unsere Kunden im Fokus

Mit den E/D/E Handelsmarken können Mitglieder ihr Produktangebot auf sinnvolle und attraktive Weise ergänzen. Zu den etablierten Marken, die teilweise exklusiv über Vertriebsgruppen im E/D/E vermarktet werden, zählen beispielsweise FORMAT, FORTIS und E-COLL mit einem jeweils breiten Produktportfolio in verschiedenen Warengruppen.

Wir optimieren unsere Handelsmarken konsequent mit Blick auf Sortiment, Marketing, digitale Präsenz und Vertrieb – immer in enger Abstimmung mit unseren Mitgliedern. 2021 stach die Dachmarke FORMAT im Bereich Haustechnik durch eine verbesserte Marktdurchdringung und geringeren Vermarktungsaufwand hervor: Als Teil der neuen Strategie des WUPPER-RING wurden alle Produkte aus den E/D/E Haustechnik-Bereichen Sanitär, Heizung und Installation unter der Dachmarke FORMAT gebündelt. Die beteiligten Händler profitieren von der gestärkten Marke mit ihrer guten Warenverfügbarkeit. Das steigerte die Umsatzanteile von FORMAT und sorgte bei den beteiligten Händlern für eine hohe Lieferfähigkeit und stabile Margen. Ziel ist es, den Eigenmarkenanteil bei allen WUPPER-RING Händlern kontinuierlich weiter auszubauen.

Bei der Handelsmarke E-COLL für den Technischen Handel stand 2021 die weitere Internationalisierung der E-COLL EFFICIENT LINE auf der Agenda. Die Marke ist bereits in über 20 Ländern etabliert. Damit künftig alle europäischen Partner profitieren können, stehen für 2022 Sortimentserweiterungen für Osteuropa und Spanien auf dem Programm.

E-COLL: Etabliert in  
**>20 Ländern**

Das Sortiment der Handelsmarke FORTIS Arbeitsschutz wurde 2021 weiter ausgebaut – der Bereich Atemschutz wurde überarbeitet und ergänzt die bestehenden Warengruppen Handschutz, Fußschutz, Kopfschutz und Bekleidung. Auf der neu etablierten Website [www.fortis-arbeitsschutz.de](http://www.fortis-arbeitsschutz.de) wird Händlern und Endkunden eine große Auswahl an Arbeitsschutzmaterialien präsentiert, darunter das umfassend überarbeitete Sortiment für Atemschutz. Um das Potenzial von FORTIS weiter auszuschöpfen, wollen wir den Auftritt der Marke im europäischen Raum ausweiten. Den Schwerpunkt bilden Polen und Benelux.

Unsere Baugeräte-Marken FORMAT und FORTIS Bau entwickelten sich im Zuge der positiven Umsätze in diesem Bereich hervorragend. Um diesen Trend zu nutzen, haben wir weitere Sortimente mit dem Fokus auf den Bereich Baugeräte überarbeitet, ergänzt und neu positioniert.



Vertriebskonzepte      Handelsmarken



## Synergien dank erstklassiger Vertriebskonzepte

Von den gemeinsamen Vertriebskonzepten im Verbund profitieren sowohl E/D/E Mitglieder als auch Vertragslieferanten. Die Mitglieder stärken ihre Fachkompetenz, optimieren ihre Vermarktung und verbessern ihre Wettbewerbsfähigkeit. Dabei berücksichtigen wir auch die Erwartungen der Vertragslieferanten – die dank der ausgezeichneten Konzepte von passgenauen Leistungsbeziehungen profitieren. Je nach Fachkreis, Zielgruppe, Sortiment und regionalem Schwerpunkt unterscheidet sich unsere Arbeit an den Konzepten. Langjährige Kooperationen und exklusive Handelsmarken bestehen etwa in den Vertriebsgruppen PREMIUM, UNION und FAVORIT.

- Die PREMIUM FORMAT GROUP fokussiert im E/D/E das Industrie- und Handwerksgeschäft in den Bereichen Werkzeuge, Elektrowerkzeuge, Betriebseinrichtungen und Arbeitsschutz. Auch 2021 waren Online-Lösungen für die Durchführung von Schulungen innerhalb der Gruppe gefragt. Für das Schulungsprogramm mit regelmäßig vielen Teilnehmern haben wir den Auftritt professionalisiert: Aus dem neu ausgestatteten E/D/E Studio heraus konnte die PREMIUM FORMAT GROUP aktuelle Konzepte, darunter das Ergonomiekonzept für Industriearbeitsplätze, ansprechend und gewohnt interaktiv darstellen.
- Mit dem Vertriebskonzept UNION BETRIEBSEINRICHTUNG sorgen wir im nationalen Raum schon heute für eine hohe Marktdurchdringung. 2021 entwickelten wir das Konzept Betriebseinrichtung Europa: Durch die Erstellung eines Katalogs für den Bereich Betriebseinrichtung soll das Konzept in zwölf Ländern und gemeinsam mit mehr als 70 angeschlossenen Händlern zum hilfreichen Begleiter für internationale E/D/E Mitglieder avancieren. Wichtig in Zeiten der Pandemie und darüber hinaus: Digitale Schulungsprogramme für mehr Beratungskompetenz ergänzen das Konzept.
- Die FAVORIT Gruppe (Arbeitsschutz) hat ihre Marke ForSec weiter gestärkt: ForSec führte als einer der ersten Anbieter im Bereich der Korrektorschutz- und Schutzbrillen eine virtuelle Brillenanprobe ein. Weitere Optimierungen der Homepage von ForSec haben die Reichweite der Handelsmarke deutlich erhöht. Das Angebot bildet eine ideale Ergänzung zur persönlichen Beratung vor Ort.

In den Warengruppen Bauelemente und -beschläge hat das E/D/E mit den spezialisierten Mitgliedern 2021 an Konzepten zur besseren Vernetzung von Kompetenzen gearbeitet. Die neue Gruppe ELEMENTec reagiert auf das Zusammenwachsen beider Marktfelder. ELEMENTec soll durch neue Handelspartner auch 2022 weiter wachsen. Bereits etablierte Konzepte wurden ebenfalls weiterentwickelt:

- Mit dem Vertriebskonzept ELEMENTARES SERVICE unterstützen die beteiligten Fachhändler das Objektgeschäft durch ein überregionales Montage- und Service-Netzwerk. Dies sorgte 2021 für zusätzliche Wachstumsimpulse beim E/D/E im Vergleich zur Entwicklung des Gesamtmarktes.
- Die Website [www.elementares-online.de](http://www.elementares-online.de) dient der Kommunikation mit Endkunden und Bauherren. Nutzer erhalten so (Online-)Beratung, Aufmaß, Montage und Wartung aus einer Hand. Nachdem wir 2020 in höhere Nutzerfreundlichkeit und Suchmaschinenoptimierung investiert hatten, punktete die Website 2021 mit einer digitalen Ausstellungstour.
- Der Fachkreis PRO.ELEMENT hat durch seine neue Kompetenzgruppe Sonnenschutz und Fassade ein weiteres Geschäftsfeld mit neuen Lieferanten erschlossen. Damit ebnete PRO.ELEMENT den Weg für weitere Serviceleistungen, die auf das Rundum-Angebot der Mitglieder einzahlen. Die Kompetenzgruppe steigert die Kundenattraktivität der Händler und stärkt die Marktpositionierung der Mitglieder bei Montagebetrieben, Fensterbauern, Glasern und Schreincern.



A word cloud of marketing-related terms in white text on a light gray background. The words vary in size and orientation. The largest word is 'Marketing'. Other prominent words include 'Sichtbarkeit', 'Kundenbedürfnisse', 'Fortschritt', 'Serviceleistungen', 'Werbespots', 'Reichweite', 'Vertriebskanäle', 'Aktivitäten', 'Social Media', 'Vertriebskonzepte', 'Kataloge', 'Kinowerbung', 'Aktionenflyer', 'Marketinginstrumente', 'zielgruppengerecht', 'Verkaufsflächen', and 'Influencermarketing'.

Social Media  
Sichtbarkeit  
Vertriebskonzepte  
Werbespots  
Kinowerbung  
Reichweite  
Marketing  
Kundenbedürfnisse  
Aktionenflyer  
Vertriebskanäle  
Marketinginstrumente  
Aktivitäten  
Fortschritt  
zielgruppengerecht  
Influencermarketing  
Verkaufsflächen  
Serviceleistungen

Alle Vertriebskonzepte orientieren sich an den Bedürfnissen der Kunden. Sie umfassen Vereinbarungen mit Konzeptlieferanten, zielgruppengerechtes Marketing, Datenpflege, Schulungsmaßnahmen und die professionelle Gestaltung der Verkaufsflächen. Die Mitgliedsunternehmen nutzten die anhaltende Pandemie vor allem für weitere Verbesserungen und teils aufwendige Sortiments- und Prozessoptimierung. Im Bereich Sanitär, Heizung, Klima (SHK) entwickelt das E/D/E das Werkzeugkonzept SHK-Tools. Mitglieder profitieren nach dem – für das zweite Quartal 2022 geplanten – Roll-out unter anderem von einem Fachkatalog, maßgeschneiderten Schulungsmaßnahmen sowie umfassender Vertriebsunterstützung in Form einer Key-Account-Betreuung.

In den Vertriebskonzepten HANDWERKSTADT und PLUS 1 WERKZEUG haben wir 2021 die einjährige Pilotphase des onlinebasierten Aktionsflyer-Tools erfolgreich abgeschlossen. Die Plattform bietet nun allen Mitgliedern Zugriff auf vorkonfigurierte Aktionsprospekte der jeweiligen Vertriebsgruppen und ermöglicht eine effiziente und schnelle Reaktion auf Marktentwicklungen und Innovationen. Schrittweise ist eine Erweiterung der Tool-Funktionen geplant, um weitere Vertriebskanäle und Marketinginstrumente zu integrieren.

Der Fachkreis Technischer Handel hat sein neues Vermarktungskonzept „Technik kommt an“ erarbeitet. Dieses rückt bedeutende Produktsegmente in den Fokus und zielt darauf ab, das ganzheitliche Leistungsprofil des Technischen Handels noch bekannter zu machen. Unter dem Motto „Technik im Fokus“ wollen wir weitere spezialisierte Vertriebskonzepte und Serviceleistungen erschließen.

Der Fachkreis Baugeräte hat sich 2021 neu strukturiert – sein Konzept „Haus der Baugeräte“ kommt bei den Händlern und Lieferanten gut an. Unseren Baugeräte-Katalog haben wir um ein neues Angebot erweitert, den modularen Baukasten. Jedes Mitglied kann sich daraus bedienen und seinen Katalog schnell und individuell anpassen. Ein Fokus der Aktivitäten lag darauf, das Lagersortiment umzubauen und stärker auf den Bau auszurichten. Um die Warenverfügbarkeit zu verbessern, haben wir an vorausschauenden Lagerkonzepten gearbeitet. Für 2023 wird das modulare Katalogkonzept nochmal verbessert.

MIETEplus machte 2021 Fortschritte bei der Skalierung und der Erschließung weiterer Produktsegmente. Aufgrund des großen Erfolgs haben wir die Vermietplattform um Mietangebote für Schweißtechnik sowie Garten- und Landschaftsbau erweitert. E/D/E Mitglieder profitieren so von zusätzlichen Umsatzquellen, während die Plattform an Relevanz und Reichweite gewinnt. Um das Wachstum von MIETEplus zu fördern, ist das Team 2022 personell verstärkt worden.

Der WUPPER-RING war 2021 auf der „großen Leinwand“ aktiv: Alle 22 Teilnehmer des Ausstellungskonzeptes „Bäder sehen.planen.kaufen.“ warben gemeinsam mit einem Kino-Werbepot, der in 64 Kinosälen und auf 139 Leinwänden deutschlandweit ausgestrahlt wurde. Zum Vorteil der Verbundgruppe wurde lediglich der Abstand der Werbespots individuell gestaltet. Die Teilnehmer erhöhten durch den Werbespot kostengünstig ihre regionale Bekanntheit. Zusätzlich wurden die Marketingmaßnahmen der Dachmarke FORMAT deutlich ausgebaut. Neben einer erhöhten Social-Media-Präsenz setzten wir erstmalig auch auf Influencer-Kampagnen, um eine junge Zielgruppe zu erreichen und die Sichtbarkeit der Dachmarke FORMAT zu stärken.



## Digitale Services

Das E/D/E hat seine digitalen Plattformen und Services 2021 erfolgreich weiterentwickelt. Der kontinuierliche Erfolgskurs von Toolineo hielt an. Neue Angebote für Datenmanagement und Marketing erweitern das Portfolio an digitalen Services. Das PVH FUTURE LAB hat die mitgliederorientierten Services ausgebaut und den Leistungsumfang seiner erfolgreichen Produktlösungen gestärkt.





## Digitale Weichenstellung gelungen

Wer frühzeitig in digitale Services investiert, bleibt zukunftsfähig. Das E/D/E hat mit umfassenden Aktivitäten die Weichen für die digitale Transformation des PVH gestellt – im Marketing und Vertrieb genauso wie im Datenmanagement und in der digitalen Kommunikation. Wir stellen fest: Die Digitalisierung ist auf der strategischen Ebene der meisten Marktteilnehmer angekommen.

### Digitaler Handel mit Rückenwind

Auch im zweiten Corona-Jahr zeigten sich die Vorteile von digitalen Einkaufskanälen. Nicht zuletzt da erneute Lockdowns den stationären Verkauf zeitweise verhinderten, stiegen die digitalen Bestellungen. Unsere Verkaufszahlen belegen die hohe Nachfrage deutlich. Das über die Multishops gehandelte Volumen wuchs um über 30 Prozent – und damit mehr als doppelt so stark wie der E-Commerce-Markt beim Groß- und Einzelhandel. 2021 haben wir zudem 13 neue Multishops gemeinsam mit unseren Mitgliedern an den Markt gebracht. Bestehende Multishop-Betreiber profitierten von über 500 durchgeführten Prozessoptimierungen oder Funktionserweiterungen. Zudem haben wir die Shop-Teilnehmer in eine Plattform eingebunden, auf der sie sich bei technischen Weiterentwicklungen aktiv einbringen konnten. Darüber hinaus haben wir den Mitgliedern separate Shop-Umgebungen für individuelle Tests von Einstellungen und Entwicklungen bereitgestellt.

**Multishop**  
Einfach flexibel ■■■■

**+30 %**  
Zuwächse

Toolineo hat seine Position als „die erste Adresse für Handwerksbedarf“ im Jahr 2021 nachhaltig gefestigt. Trotz großer Schwankungen in der Warenverfügbarkeit lag der über den Marktplatz generierte Bestellwert nochmals über dem Wert des Vorjahres, das mit 130 Prozent Wachstum herausragend war. Die Veränderung des Kundenverhaltens zeigt sich stark darin, dass Toolineo mehr und mehr Stammkunden gewinnt. Zusammen mit den etablierten Partnern – Lieferanten, loadbee, Commerce Connector sowie mittlerweile mehr als 40 Händlern – ist die Attraktivität von Toolineo deutlich gewachsen. Die Kunden können mehr als 600 000 Artikel kaufen, die mit marktfähigen Preisen und Lieferzeiten und guten Customer Journeys Toolineo attraktiv machen.



**>600 000**  
Artikel

Das Interesse der E/D/E Mitglieder an digitalen Dienstleistungen war nie zuvor höher als aktuell. Wir gehen auch deshalb davon aus, dass sich die digitalen Bestellkanäle 2022 weiter etablieren werden. Da es für ein erfolgreiches E-Commerce auch auf die Prozesse im Hintergrund ankommt, beschäftigen uns zwei Fokusthemen besonders: eine gepflegte Stamm- und Produktdatenbank und die effektive digitale Vernetzung der PVH-Unternehmen im digitalen Ökosystem. PVH-Unternehmen verfügen über einen wichtigen Wettbewerbsvorteil, wenn ihre ERP-Systeme sowohl mit der Kunden- als auch mit der Lieferanten- und Industrieseite in Handwerk und Industrie verknüpft sind.



## Datenmanagement – die Basis des Geschäftserfolgs

Die eingeschränkte Warenverfügbarkeit bildete 2021 eine zentrale Herausforderung für die Händler. Dies brachte enorme Anforderungen an das Datenmanagement mit sich. Denn: Aktuelle und vollständige Produktdaten sind unverzichtbar für eine funktionierende Prozesskette – vom Lieferanten über den Händler bis zum Endkunden. Damit dies gelingt, müssen Daten, Technologien und Prozesse umfassend und integrativ betrachtet werden.

Um für unsere Mitglieder die Voraussetzungen für eine performante und effiziente Stammdatenpflege zu schaffen, sind wir neue strategische Partnerschaften eingegangen. Mit nextPIM haben wir einen Partner gewonnen, mit dem Händler ihr Produktdatenmanagement effizient optimieren können. nextPIM ist bereits heute eng mit dem E/D/E Ökosystem verzahnt und besitzt Schnittstellen zum Multishop und zur ERPcloud360. Zudem ist das Produktinformationsmanagement cloud-basiert und entwickelt sich laufend weiter. Damit ergänzt nextPIM das digitale Produktportfolio des E/D/E optimal.



Das E/D/E ist zudem eine Partnerschaft mit einem Spezialisten für die Beschaffung, Aufbereitung und Distribution von Produktdaten eingegangen. Ziel ist es, eine gemeinsame Produktdatenplattform auf Basis von Machine Learning aufzubauen. Lieferanten erhalten so einen einheitlichen Eingangskanal für ihre Produktdaten, der rund um die Uhr verfügbar ist und automatisch Rückmeldungen zur Qualität und Vollständigkeit der gelieferten Daten zurückspielt. E/D/E Mitglieder profitieren von einer signifikant höheren Datenqualität und Geschwindigkeit in der Datenaufbereitung und -bereitstellung. Im Rahmen erster Pilotprojekte konnte die Time-to-Market bereits um 60 bis 80 Prozent reduziert werden.



## erpcloud360.de

Als erfolgreiches Produkt hat sich ERPcloud360 bewiesen: Für eine feste monatliche Gebühr erhalten PVH-Unternehmen ein standardisiertes Komplettpaket, mit dem sie alle relevanten Geschäftsprozesse wie Einkauf, Lagerverwaltung, Produktion, Servicegeschäft, Vertrieb und Personalwesen steuern können – bei höchster IT-Sicherheit und flexiblen Konfigurationsmöglichkeiten. Nutzer des cloudbasierten ERP-Systems können dank der umfangreichen Funktionen der ERPcloud360 ihre Prozesse deutlich verschlanken und dadurch den gesamten Geschäftsbetrieb optimieren. Dieses Angebot kommt gut an: 2021 haben sich dreimal so viele Unternehmen für diese Lösung entschieden wie im Vorjahr. Damit für neue Nutzer der Umstieg auf die Cloud so einfach wie möglich ist, begleiten wir die Einführung von ERPcloud360 und schulen die Mitarbeiter der Unternehmen im Umgang mit dem System.

Auch intern erzielte das E/D/E Fortschritte beim Datenmanagement. Um den Aufwand bei Mitgliedern, Lieferanten und im E/D/E selbst zu reduzieren und gleichzeitig die Datenqualität zu steigern, haben wir die eDC Klassifikation überarbeitet. Diese wird zukünftig den Standard für alle Produktdaten im E/D/E vorgeben. Um die eDC Branchenlösungen weiter zu etablieren, haben wir im E/D/E das dritte eDC Anwendertreffen für Mitglieder durchgeführt und erstmalig einen Lieferantentag veranstaltet. Händler und Lieferanten diskutierten darüber, wie die Aktualität und Qualität von Daten weiter erhöht werden kann. Darauf aufbauend erarbeiteten sie ein gemeinsames Verständnis für die gegenseitigen Interessen und Anforderungen an das Datenmanagement. Lieferanten profitieren auch von einer weiteren Entwicklung: Das E/D/E hat die Digitalisierung in seiner Logistik 2021 vorangetrieben. So stieg der Anteil der per EDI verarbeiteten Lager-Eingangsberechnungen von etwa 30 Prozent im Jahr 2020 auf knapp 50 Prozent im Jahr 2021.



Die Anforderungen an einen Shop im Bereich Haustechnik sind umfassend anders. So gilt es, einerseits große Artikelmenen von rund 2 Millionen Artikeln vorzuhalten und andererseits die Suche für den Anwender effizient und smart zu gestalten. Datenverfügbarkeit und -qualität sind entscheidende Wettbewerbsfaktoren für nachhaltigen Markterfolg. Dafür sorgt die eDC Haustechnik-Daten GmbH & Co. KG. Um die Wettbewerbsfähigkeit und Ertragsituation der mittelständischen Haustechnikhändler zu sichern, hat der Geschäftsbereich Haustechnik im Zuge seiner Restrukturierung den Fokus auf die Digitalisierung weiter geschärft. Interessierten Mitgliedern haben wir ein attraktives Angebot unterbreitet, damit diese zukünftig noch stärker von digitalen Angeboten, Online-Marketing und Dienstleistungen im E-Commerce-Bereich profitieren können.

### Digitalisierung im Marketing schreitet voran

Während einige digitale Aktivitäten im Hintergrund geschehen, werden entsprechende Fortschritte im Marketing unmittelbar sichtbar. Nach dem Umstieg auf mobiles Arbeiten und virtuelle Meetings haben wir im E/D/E die Voraussetzungen dafür geschaffen, um passende Formate für die neue Arbeitswelt zu etablieren. Das Resultat: ein neues Studio für Videoübertragungen in unserer Zentrale in Wuppertal. Es ist mit zwei Greenscreens, einer professionellen Licht- und Tontechnik und einer modernen Bildregie ausgestattet. Das Studio ergänzt den bestehenden Kommunikationsmix des E/D/E. Die digitalen Dialogformate schaffen Nähe und unterstützen die Mitglieder im Vertrieb – auch über Ländergrenzen hinaus. Nachdem 2021 bereits zahlreiche innovative Formate auf Sendung gingen, wollen wir die Potenziale des Studios zukünftig noch stärker nutzen.

**>50 Mal**

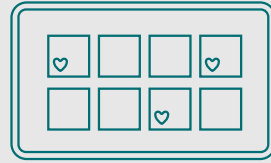
ging der Verbund im neuen Studio auf Sendung



Obwohl gedruckte Kataloge im E/D/E Netzwerk weiterhin wichtig für den Verkauf sind, haben wir 2021 weitere Schritte in Richtung digitaler Vertriebskanäle unternommen. So haben wir etwa Websites für Vertriebskonzepte wie ELEMENTARES und die PREMIUM Gruppe optimiert. Für unsere Handelsmarke FORMAT realisierten wir zudem eine Social-Media-Kampagne, die 1,5 Millionen Menschen erreicht hat. Um die Bekanntheit unserer Dachmarke FORMAT in der Haus-technik zu steigern, setzten wir erstmals eine Kooperation mit Social-Media-Influencern um. Im nächsten Jahr werden wir den eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen und das Content-Marketing für FORMAT verstärken. Eine klassische Bedarfsbündelung des E/D/E zeigt sich in der Kooperation mit unserem Partner advantago: Das gemeinsam ins Leben gerufene Angebot bietet Mitgliedern die Gelegenheit, zu besonders günstigen Konditionen Online-Marketing-Pakete zu erwerben und so unkompliziert für Sichtbarkeit und Reichweite sowie Traffic auf ihren Webshops zu sorgen.

## 1 500 000 Menschen

erreichte die Social-Media-Kampagne der PREMIUM FORMAT GROUP



Die Weiterentwicklung der digitalen Services hilft uns dabei, unseren Mitgliedern Zugang zu einer breiten Auswahl an Marketingmaterialien zu verschaffen. Wir wollen den Mitgliedern verstärkt Tools an die Hand geben, damit sie „Standard-Marketing-Produkte“ so einfach wie möglich über das E/D/E beziehen können. Mit dem Marketingportal haben wir hier einen wichtigen Meilenstein erreicht. Hier können sich E/D/E Mitglieder unkompliziert ihre eigenen Flyer gestalten. Unternehmen der Konzepte HANDWERKSTADT und PLUS 1 WERKZEUG haben diese Funktion bereits schätzen gelernt. In den nächsten Ausbaustufen fügen wir Werbemittel und Online-Marketing-Elemente hinzu. In diesem Zuge wird das Marketingportal auch weiteren Vertriebskonzepten zur Verfügung stehen.

 **MARKETINGPORTAL**



# PVH FUTURE LAB

Managing innovations.

## Trends und Technologien gestalten

Das PVH FUTURE LAB befindet sich seit seiner Gründung 2018 als Innovationslabor auf dem Weg zum etablierten Digitalunternehmen für den PVH. Die Mission: Händlern auf einfache Weise Zukunftstechnologien rund um Digitalisierung und Künstliche Intelligenz (KI) zugänglich machen. Das PVH FUTURE LAB versteht sich dabei nicht nur als Dienstleister für den Vertrieb. Mehr als das: Gemeinsam mit den Händlern treiben wir die Veränderungen im PVH aktiv voran.

Im Zentrum des zukunftsorientierten Produktangebotes steht der flixxstore, eine leistungsstarke Plattform für den PVH. Das Ziel: Einmal über eine Datenschnittstelle angebunden, stehen dem Händler schnell und einfach neue Apps und Technologien zur Verfügung. Die vielfältigen Lösungen des flixxstore helfen den Händlern dabei, im Vertrieb und in der Prozessorganisation ihre Effizienz zu steigern. 2021 hat das PVH FUTURE LAB mit selfflixx Link Tracker eine für viele Händler interessante Neuentwicklung auf den Markt gebracht. Dieses zentrale Trackingsystem erlaubt Auswertungen von Zugriffszahlen auf jede Art von Verlinkung. Die Erfolgskontrollen sind direkt im gesamten Unternehmen nutzbar. Weiterentwicklungen gab es darüber hinaus bei den Tools selfflixx Recommendations für KI-basierte Produktempfehlungen sowie bei selfflixx Customer Protection. Hierbei lassen sich auf Basis von Künstlicher Intelligenz drohende Kundenabwanderungen identifizieren und verhindern. Zusätzlich wurde der Grundstein für den Aufbau des Bereiches buyflixx gelegt, der 2022 die erste App für Händler im Bereich Einkauf bereithalten wird.

Immer mehr an Bedeutung gewinnt auch ein weiterer Geschäftsbereich des PVH FUTURE LAB: Rapid3D. Dieses industrielle 3D-Druckangebot wurde 2021 gleich mehrfach optimiert. Es ist jetzt intuitiver in der Bedienung, verfügt über eine verbesserte Material- und Verfahrensauswahl und vereinfacht Nachbestellungen. Mit 13 Technologien und über 100 Materialien gilt Rapid3D unter den Mitgliedern des Verbunds als bedienungsfreundliche und leistungsstarke 3D-Drucklösung. Die wachsende Bedeutung zeigt sich auch in den Zahlen. So ist das Umsatzvolumen über alle Plattformen hinweg gegenüber dem Vorjahr um 54 Prozent gestiegen.

Für das PVH FUTURE LAB ist es wichtig, die Händler als Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und sie an Entwicklungen zu beteiligen. Im Jahr 2021 haben wir das Unterstützungsangebot für Händler daher konsequent weiterentwickelt. Das PVH FUTURE LAB steht seinen Partnern als Ansprechpartner zur Verfügung und bietet den Anwendern aktiv Unterstützung bei Support und Schulungen. Neben den Geschäftsbereichen entwickeln wir unsere Serviceleistungen zielstrebig weiter. Dazu zählt der Ausbau unserer Präsenz in den sozialen Netzwerken. Für 2022 planen wir zudem Community-Events virtuell und in Präsenz, um den direkten Austausch unter den Lizenznehmern zu fördern. Dieser dient der Entwicklung unserer Lizenznehmer sowie ihrer Aktivitäten und Erfolge, die wir als PVH FUTURE LAB proaktiv und beständig fördern wollen.







## Logistik

Mehr als 115 000 vorrätige Artikel und taggleicher Versand bei einer Bestellung bis 17 Uhr – das E/D/E Zentrallager macht Händlern das Leben leichter. In der Logistik war unser Jahr 2021 geprägt von steigenden Onlinekäufen. Die Auftragslage im eLC Wuppertal war gut und ist mit 5,1 Prozent wieder deutlich gewachsen. Um das wachsende Paketaufkommen bedienen zu können, setzen wir seit 2021 eine automatische Verpackungsmaschine ein.



## Lieferfähigkeit sicherstellen

Die schnelle und zuverlässige Belieferung unserer Mitglieder und ihrer Endkunden zählt für uns im E/D/E zu den Kernaufgaben. Mit unseren Logistikleistungen sorgen wir für eine hohe Warenverfügbarkeit und einen reibungslosen Versandprozess.

In der Logistik haben wir die weltweiten Lieferengpässe im vergangenen Jahr deutlich zu spüren bekommen. Die Folge waren verlängerte Lieferzeiten sowie Preissteigerungen für Rohstoffe und Verpackungsmaterial. Zudem verzeichneten wir signifikante Erhöhungen der Frachtraten und Transportwege. Da Lieferanten vermehrt zu Teillieferungen gezwungen waren, kam es zu einer höheren Frequenz in den Wareneingangsbereichen. Die pandemiebedingten Herausforderungen für die E/D/E Logistik hielten damit auch 2021 an.

an Privathaushalte (B2C). Für die Mitarbeiter im eLC bestand die Herausforderung darin, das hohe Paketaufkommen trotz der pandemiebedingten Vorsichtsmaßnahmen in der gewohnten Geschwindigkeit und Qualität abzuwickeln. Feste Abläufe und Sicherheitsregeln waren unverzichtbar, um die Angestellten zu schützen und Ausfälle zu vermeiden. Das von uns im Vorjahr ins Leben gerufene professionelle Hygienekonzept wurde deshalb strengstens von den Mitarbeitern berücksichtigt. Neben Puffer-Zeitfenstern zur Kontaktvermeidung setzten wir auf tägliche Corona-Tests sowie elektronische Distance-Tracker-Armbänder, die unsere Mitarbeiter vor der Unterschreitung des Mindestabstands warnen.

Wir gehen davon aus, dass der Paketversand im Auftrag unserer Mitglieder 2022 zunimmt. Zudem rech-

Bis zu **3750**

Pakete pro Tag wurden über die Verpackungsmaschine verarbeitet

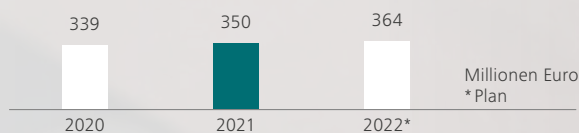
Trotz dieser Schwierigkeiten standen wir unseren Mitgliedern wie gewohnt verlässlich zur Seite. Im Mittelpunkt stand dabei das Zentrallager eLC in Wuppertal. Die Paketzahl ist gegenüber dem hohen Volumen im Vorjahr leicht zurückgegangen. Die neue Verpackungsmaschine fertigte bis zu 3750 Pakete pro Arbeitstag ab. Da sie die benötigten Paketgrößen optimal vermisst, konnten wir 2021 bei über 500 000 Packstücken vollständig auf das Füllmaterial verzichten und zusätzlich das Kartenvolumen deutlich reduzieren. Dies erleichtert das Handling für die Empfänger und verringert Entsorgungsaufwände. Die Volumenreduzierung hat circa 150 Lkw-Transporte eingespart und hilft somit, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß massiv zu reduzieren und die Nachhaltigkeitsbestrebungen des E/D/E zu unterstützen.

Mit seinen Leistungen entlastete das eLC die E/D/E Mitglieder prozessual und kostenseitig. Zu Spitzenzeiten wurden bis zu 90 Prozent der Pakete direkt an Endkunden versandt – einschließlich der Sendungen

Bis zu **90%**

Direktversand an Endkunden

nen wir damit, dass sich das Verhalten der B2B-Kunden zunehmend dem B2C-Geschäft annähert. Die Erhöhung der Lagerbestände bei kritischen Artikeln und der Aufbau von Sicherheitsbeständen zählen weiterhin zu den zentralen Maßnahmen im E/D/E. Um die Warenverfügbarkeit für unsere Mitglieder sicherzustellen, haben wir außerdem die Planlieferzeiten erhöht. Daneben planen wir, eine neue Versandsoftware einzuführen, um damit neue Frachtführer schnell und flexibel anzubinden. Ein weiterer wichtiger Schritt in Richtung Planungssicherheit unserer Mitglieder wird unsere neue und einheitliche „Track & Trace“-Plattform sein. Auch das Lager Haustechnik, das eLC II, wird 2022 strategisch weiter ausgebaut. Um das Angebot auch für neue Lagerkunden attraktiv zu machen und um die Warenverfügbarkeit sicherzustellen, lagern wir unter anderem nahezu alle FORMAT Artikel in dem Lager am Schwebheimer Standort ein. Der anhaltende Fachkräftemangel bleibt 2022 eine der zentralen Herausforderungen für die Logistik.



Entwicklung Lagerumsatz E/D/E Gruppe



## Bankdienstleistungen

Die ETRIS BANK ist bekannt als DAS Kompetenzzentrum für Forderungs- und Risikomanagement im Verbundgruppengeschäft – und eines der wenigen Bankinstitute mit Vollbanklizenz, die Factoring anbieten. Als akkreditierter Partner der NRW.BANK konnte das Kreditinstitut seinen Kunden in den anhaltend herausfordernden Zeiten zur Seite stehen. Auch für die sich verändernden regulatorischen Rahmenbedingungen ist die ETRIS BANK gut gewappnet. Das attestierte Rating „A+“ unterstreicht ihr erprobtes Geschäftsmodell.







Wir unternehmen mit.

## ETRIS BANK erhält ausgezeichnetes Rating „A+“ und feiert zehnjähriges Firmenjubiläum

Die E/D/E Mitglieder zeigten sich 2021 ungeachtet der herausfordernden wirtschaftlichen Lage robust – und befinden sich größtenteils auf Wachstumskurs. Unsere hundertprozentige Tochter ETRIS BANK begleitet den Verbund mit einem umfassenden Leistungsangebot als verlässlicher Partner und kompetenter Ansprechpartner in Sachen Finanzen und Ware.

Schwierigkeiten bei Warenverfügbarkeit und Lieferung beschäftigten 2021 die gesamte Branche. Trotzdem gestaltete sich das Geschäft der E/D/E Mitglieder außerordentlich gut. Viele Abnehmerbranchen haben sich positiv entwickelt. Das Zahlungsverhalten unserer Kunden war unverändert gut. Corona hat sich jedoch auf das Investitions- und Konsumverhalten ausgewirkt. Viele unserer Beratungsgespräche drehten sich daher weiterhin um Liquiditäts- und Risikovorsorge.

Passend zum zehnjährigen Firmenjubiläum, das die ETRIS BANK im Dezember feierte, wurde der erfolgreiche Ausbau unserer Bankdienstleistungen ausgezeichnet. Die renommierte Ratingagentur GBB-Rating attestierte der ETRIS BANK die Bonitätsstufe „A+ stabil“ für ihr „tragfähiges krisenerprobtes Geschäftsmodell“. Das solide Finanz- und Geschäftsprofil mit hohem Marktpotenzial im Zentralregulierungs- und Factoring-Geschäft der ETRIS BANK trug zu dieser ausgezeichneten Bewertung bei. Das Rating bestätigt den Erfolg des Gesamtpakets der E/D/E Tochter.

Im Jahr 2021 konnte die ETRIS BANK ihr Geschäftsvolumen in der Zentralregulierung für externe Verbundgruppen und im Factoring deutlich steigern. Mit dem Ausbau dieser Bereiche erhöht die Bank gleichzeitig ihre Eigenständigkeit und trägt damit zur Zukunftsfähigkeit der gesamten E/D/E Gruppe bei. Bankdienstleistungen bleiben ein wichtiger Erfolgsfaktor für Unternehmen in allen Phasen: für den Aufbau, zur Entlastung im Tagesgeschäft oder bei der Expansion. Uns freut umso mehr, dass wir nach zehn Jahren mit einem zukunftsorientierten Geschäftsmodell auf sehr stabilen Füßen stehen.

Neben klassischen Bankdienstleistungen, wie etwa Investitionsfinanzierung und Zahlungsverkehr, gehört auch das Factoring zum Portfolio der ETRIS BANK. Mit diesem zeitgemäßen Instrument können Unternehmen Risiken minimieren und Liquidität sichern. Gerade in der andauernden Pandemie stößt Factoring auf eine hohe Nachfrage im Verbund, weil es unseren Kunden die Sorge vor Zahlungsausfällen ihrer Debitoren nimmt. Unser Factoring-Angebot lässt sich flexibel über ein Onlineportal steuern und gewährt dem Kunden gänzlich die Kontrolle. Es ist exakt auf die Bedürfnisse und Erwartungen der E/D/E Mitglieder ausgerichtet und lässt sich auf jeden Kunden individuell abstimmen. Das im Vorjahr in die Produktpalette aufgenommene Flex-Factoring haben wir ebenfalls weiterentwickelt. Der entscheidende Vorteil für den Kunden: Er kann über den Zeitpunkt und die Höhe der Transaktion bestimmen – bei gleichzeitig reduzierten Zinsaufwendungen.

Die regulatorischen Rahmenbedingungen im Factoring-Geschäft sind gestiegen. Die ETRIS BANK erfüllt aufgrund ihrer Banklizenz diese Anforderungen. Trotz anhaltender Unsicherheit im wirtschaftlichen Umfeld gehen wir für die ETRIS BANK von einer positiven Entwicklung aus. Als das Kompetenzzentrum für Forderungs- und Risikomanagement im Verbundgruppengeschäft sind wir mit unseren krisenerprobten Leistungen hervorragend aufgestellt. Mit unseren bedarfsorientierten Angeboten werden wir auch zukünftig partnerschaftlich an der Seite unserer Kunden stehen – getreu unserem Motto „Wir unternehmen mit.“





## Netzwerk und Dialog

Der regelmäßige Austausch bildet die Grundlage des starken Netzwerks zwischen dem E/D/E und seinen Partnern. Mit neuen Dialogformaten und dank der Wiederaufnahme von Präsenzveranstaltungen wurde diese wertvolle Gemeinschaft 2021 noch weiter gestärkt. Zudem haben wir die Neuorganisation gefestigt und das Business NETZWERK erfolgreich in das Mitgliedermanagement des E/D/E integriert. Wissenstransfer und Weiterbildung bleiben wichtige Fokusthemen. Die E/D/E AKADEMIE hat ihr Weiterbildungsangebot weiter auf die Bedürfnisse der Mitglieder hin optimiert und das Leistungsportfolio ausgebaut.



## Eine starke Verbindung

Über das Mitgliedermanagement stärken wir die Verbindung zwischen den Mitgliedern und dem E/D/E. Dies war insbesondere im zweiten Pandemiejahr wichtig, da etablierte Netzwerkveranstaltungen ausfallen mussten. Stattdessen ermöglichte das Mitgliedermanagement mit innovativen Formaten einen digitalen fachlichen Austausch. Ein neues Dialogformat ist das Online-Broadcasting, mit dem das E/D/E Warengruppenmanagement aus dem neuen E/D/E Studio in der Wuppertaler Zentrale startete. Mehr als 50 Mal ging der Verbund bereits auf Sendung. Das Programm umfasste Schulungen, 30 Fachkreis- und Beiratstagungen sowie 18 Katalogschulungen, die in sieben europäischen Sprachen und in 14 Ländern ausgestrahlt wurden.

30

Fachkreis- und  
Beiratstagungen

18

Katalogschulungen

14

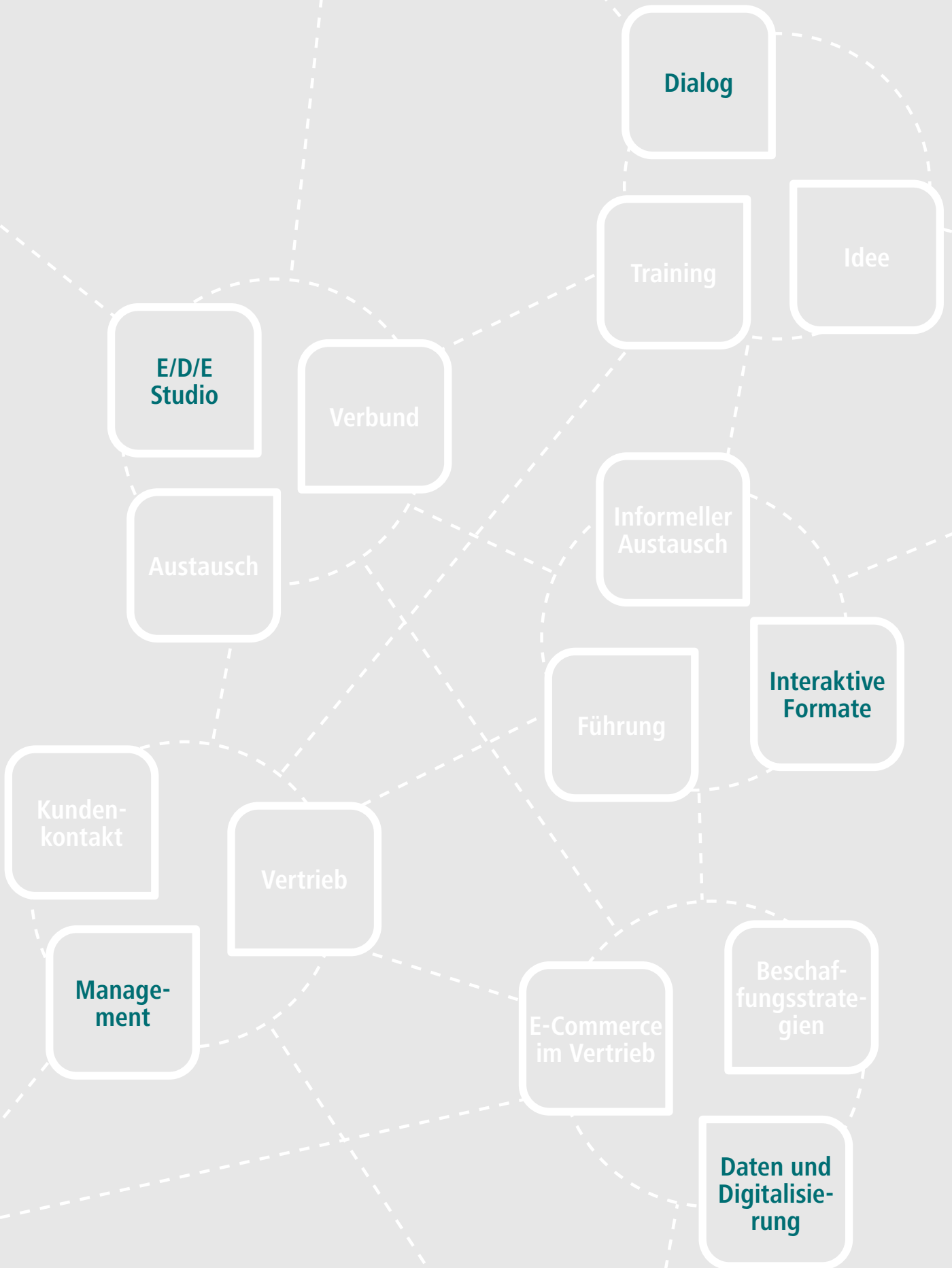
Länder

Insgesamt organisierte unser Mitgliedermanagement im vergangenen Jahr mehrere Hundert Dialoge und Arbeitsmeetings mit den E/D/E Mitgliedern. In den Gesprächen ging es um Daten- und Digitalisierungsthemen, die Perspektiven des E-Commerce für den Vertrieb oder die Entwicklung neuer Beschaffungsstrategien. Darüber hinaus veranstalteten wir im Jahr 2021 das E/D/E Branchenupdate digital für die Bereiche Baubeschlag und Haustechnik. Die zweitägige Veranstaltung zur Digitalisierung des Handwerks stieß bei den rund 400 Teilnehmern auf eine äußerst positive Resonanz. Die E/D/E Partner schätzten die neu eingeführten Formate zum Erfahrungsaustausch.

Trotz der Erfolge der neuen und weiterentwickelten Dialogangebote und dem positiven Feedback der Teilnehmer: Uns allen ist bewusst, dass alternative Angebote persönliche Netzwerkveranstaltungen nicht ersetzen können. Im Herbst 2021 konnten wir zumindest einzelne Präsenzveranstaltungen durchführen und freuten uns über direkten Kontakt mit den Mitgliedern. Nach der langen pandemiebedingten Unterbrechung machten die Motoristik-Fachhändler Ende Oktober den Anfang und trafen sich zu einem zweitägigen Erfahrungsaustausch in Trier – unter anderem zum Thema Digitalisierung. Wir hoffen für 2022, die bewährten und lebendigen Präsenzveranstaltungen bald wieder aufnehmen zu können.

### Netzwerk mit Mehrwert

Durch die enge Vernetzung und den Kontakt zu allen Mitgliedern erkennt das Mitgliedermanagement aktuelle Bedürfnisse und Anforderungen und analysiert diese in einem ganzheitlichen Kontext. Das E/D/E Mitgliedermanagement verantwortet, dass jedes Mitglied passgenaue Leistungen erhält. Dafür ist jedem Unternehmen ein Mitgliedermanager zugeordnet, der alle Themen bis zur Lösung verfolgt, Wissen vermittelt und branchenspezifische Fragen beantwortet. Zudem verbessern wir für unsere Mitglieder kontinuierlich unsere bedarfsgerechten Leistungen und fördern damit individuell und effizient die Wettbewerbsfähigkeit jedes einzelnen Mitglieds. 2021 haben wir uns weiter auf unsere identifizierten Handlungsfelder Multishop, Logistik und EDI-Prozesse in der Verbundgruppe sowie E-Business-/E-Commerce-Lösungen fokussiert und diese gemeinsam mit internen Spezialistengruppen vorangetrieben.







In Kooperation mit der E/D/E AKADEMIE haben wir Online-Trainings zu verschiedenen aktuellen Themen angeboten und uns dabei an den Bedürfnissen der Mitglieder orientiert. Neben pandemiespezifischen Beratungsangeboten waren interaktive Formate gefragt. Die Veranstaltungen stießen auf großes Interesse und wurden von den Teilnehmern des Netzwerks positiv bewertet.

### Weiterbildung ganz oben auf Agenda

Der Aus- und Weiterbildungsbedarf im Verbund ist anhaltend hoch. Dank unserer Transformation hin zu attraktiven digitalen Angeboten ist es uns gelungen, dass nur wenige Fortbildungen aufgrund der Corona-Pandemie verschoben oder abgesagt wurden. Die schnelle Verfügbarkeit dieser digitalen Angebote hat die Nachfrage beflügelt – die hohen Buchungszahlen spiegelten dies wider. Der anhaltende Fachkräftemangel verstärkt den Bedarf an Weiterbildungsangeboten auf allen Ebenen.

Das Angebot der E/D/E AKADEMIE richtet sich passgenau an den Herausforderungen der Mitglieder aus. 2021 haben wir über 100 digitale Qualifizierungsmaßnahmen erfolgreich durchgeführt. Im Fokus standen Pflichtschulungsthemen wie Arbeitssicherheit und Brandschutz sowie Seminare zu aktuellen Managementthemen. Hierzu zählen die veränderte Arbeitswelt und der daraus resultierende Kulturwandel in den Unternehmen. Zudem bietet die E/D/E AKADEMIE neue Trainings zu Nachhaltigkeit an – ein Thema, das sich großer Beliebtheit bei den Teilnehmern erfreut und das für die unternehmerischen Aktivitäten der E/D/E Partner zunehmend wichtiger wird. Mit vielfältigen Angeboten zur digitalen Führung und zu erfolgreichem Vertrieb ohne persönlichen Kundenkontakt haben wir das Portfolio 2021 deutlich ausgebaut und an die aktuellen Anforderungen angepasst.

# > 100 Qualifizierungsmaßnahmen

erfolgreich durchgeführt

Insbesondere haben wir unser Online-Kurs-Angebot ausgeweitet. Dieses Format ist bei Mitgliedern besonders beliebt, da neben den ortsunabhängigen Live-Angeboten auch ein zeitunabhängiger Zugriff auf die Wiederholungen möglich ist. Dennoch erwarten wir, dass Präsenzelemente 2022 wieder stärker in den Vordergrund rücken. Bei der Auswahl des passenden Lernformates können wir je nach Lernziel flexibel zwischen Präsenz-, Hybrid- und Digitalmodell entscheiden. Daneben wollen wir 2022 unser Beratungsangebot für Mitgliederunternehmen ausbauen, damit diese ihr Potenzial voll entfalten können.



## Inhalt

# 04

## Überblick

- 4 Das E/D/E
- 6 EVOLUTION
- 8 Editorial

# 14

## Berichte

- 14 Bericht der Geschäftsführung
- 20 Bericht des Beiratsvorsitzenden

### Gender-Hinweis

Wir im E/D/E legen viel Wert auf die Gleichberechtigung von Geschlechtern. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird jedoch auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. So gelten sämtliche Personenbezeichnungen gleichermaßen für alle Geschlechter.

# 24

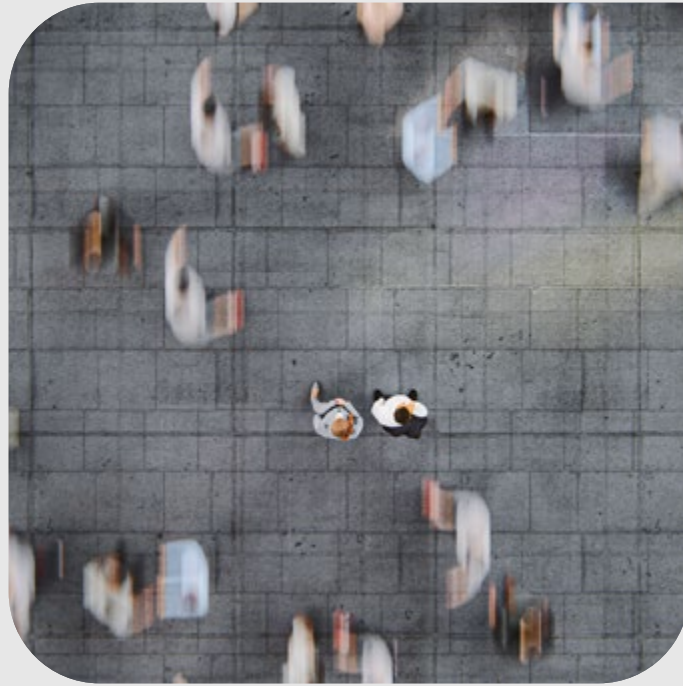
# 52

## Leistungen

- 24 Entwicklung der Sortimente
- 28 E/D/E in Europa
- 30 Starke Marken, kluge Konzepte
- 36 Digitale Services
- 42 Logistik
- 44 Bankdienstleistungen
- 46 Netzwerk und Dialog

## Verantwortung

- 52 Personal
- 56 Nachhaltigkeit



## Personal

Unsere Mitarbeiter bilden das Fundament unserer Leistungsfähigkeit – und unseres Erfolgs. Wir bieten ihnen deshalb ein attraktives Arbeitsumfeld und Freiraum für die persönliche Entwicklung. Als Arbeitgeber bauen wir unsere Attraktivität durch vielfältige Lern- und Weiterbildungsangebote für unsere Mitarbeiter kontinuierlich aus, wobei wir einen besonderen Fokus auf „lebenslanges Lernen“ setzen. Die Pandemie hat die Arbeit im Bereich Personal auch 2021 erschwert. Dank der Erfahrungen der vergangenen zwei Jahre haben wir unsere Arbeitswelt erfolgreich weiterentwickelt und die Menschen hinter dem E/D/E noch stärker in den Mittelpunkt unserer Aktivitäten gestellt.





## Arbeitswelten im Wandel

Unsere Mitarbeiter sind unsere wertvollste Ressource. 2021 haben wir viel getan, damit sie das E/D/E auch weiterhin als attraktiven Arbeitgeber schätzen. In Zeiten der Veränderung haben wir unsere resilienten Strukturen weiter gefestigt, um bestehende und neue Beschäftigte nachhaltig in unser Unternehmen zu integrieren.

### Verantwortung und Vielfalt

Im E/D/E genießt Diversität seit jeher einen hohen Stellenwert. Wir schätzen die Vielfalt unserer Belegschaft, die unserem großen Leistungsangebot und dem breit gefächerten Wissen im E/D/E entspricht. Es ist uns wichtig, durch gemischte Teams von jungen und erfahrenen Mitarbeitern aller Geschlechter eine ausgewogene Arbeitsatmosphäre zu schaffen. In der gesamten E/D/E Gruppe arbeiten Menschen aus über 26 Nationen.

Menschen aus über

# 26 Nationen

arbeiten in den Unternehmen der  
E/D/E Gruppe

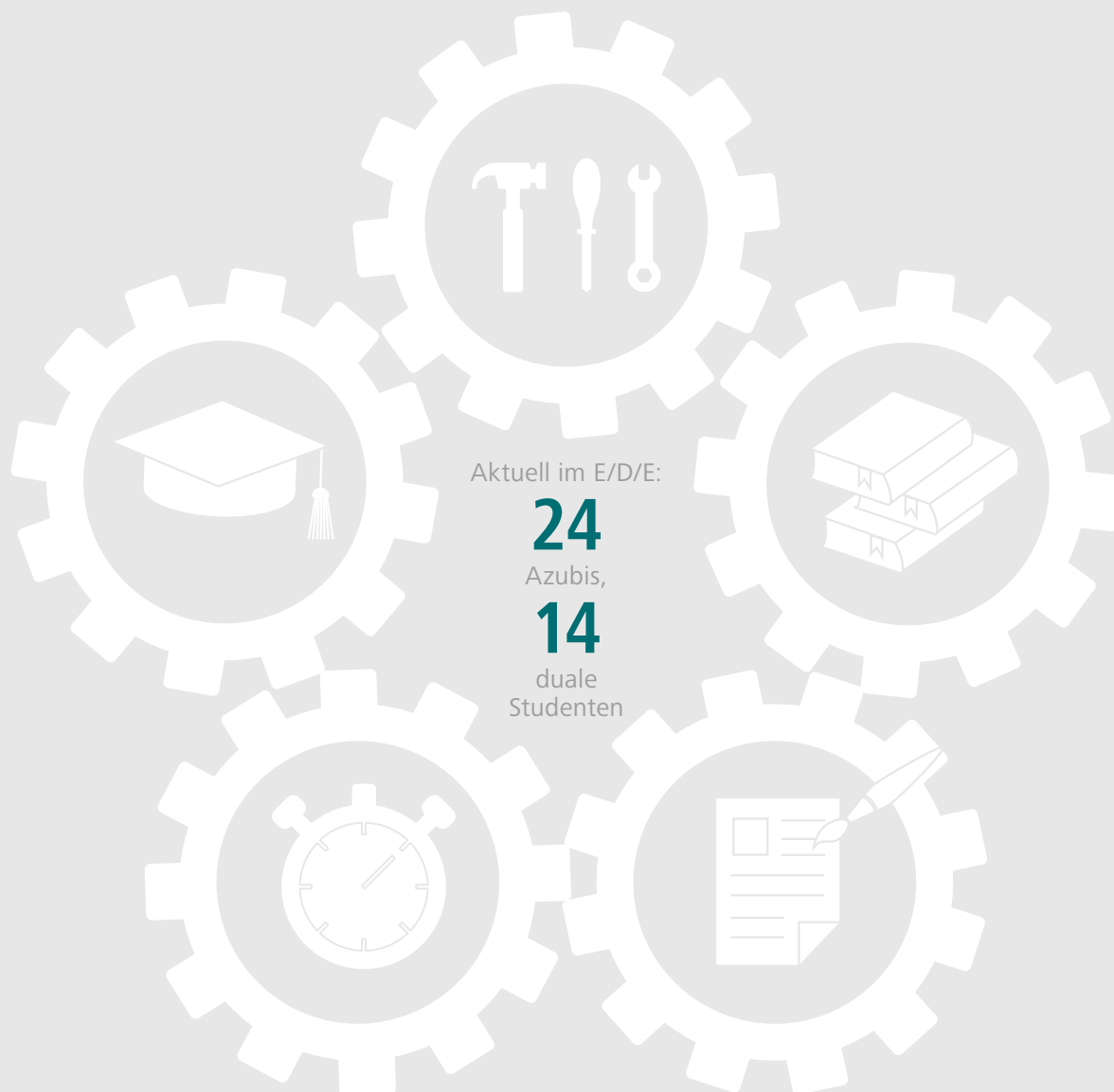
Gerade in den aktuell herausfordernden Zeiten leben wir gemeinsam mit dem mittelständisch geprägten PVH unsere soziale Verantwortung als Arbeitgeber. Daher haben wir die Mitarbeiterstruktur im Vergleich zum Vorjahr bewusst stabil gehalten. Im Gegenzug beweist unsere Belegschaft durch eine verringerte Krankenquote und eine gestiegene Verbleibequote ebenfalls beste mittelständische Eigenschaften.

### Moderner und attraktiver Arbeitsplatz

Der Geschäftsführungsbereich Personal hat die Einführung der neuen marktorientierten Organisationsstruktur im Zuge von EVOLUTION eng begleitet. Unser Fokus lag dabei auf der Stabilisierung und Stärkung der Neuorganisation – unter anderem, indem wir viele HR-Prozesse und -Abläufe digitalisiert haben. Die anhaltenden Pandemiebedingungen wirkten als zusätzlicher Booster für zahlreiche Digitalisierungsmaßnahmen. Die Erfahrungen der vergangenen zwei Jahre sehen wir als Chance, um neue Arbeitswelten zu entwickeln. Hierbei setzen wir auf hybride Arbeitsmodelle, die unseren Mitarbeitern mehr Eigenverantwortung und Flexibilität bieten und ihnen ermöglichen, ihre Arbeit im jeweiligen Kontext effizient und bedarfsgerecht zu erledigen. Wir unterstützen sie dabei, Beruf, Freizeit und Familie besser miteinander zu vereinbaren. Unter anderem bieten wir eine Vielzahl von Teilzeitangeboten und flexiblen Arbeitszeitmodellen. Dazu gehören mobiles Arbeiten oder die Kinderbetreuung in der eigenen Kita „Die EDefanten“.

Die „neue Arbeitswelt“ ist jedoch weder ein Programm noch ein Prozess. Sie ist eine Frage der Haltung, der Kultur und der Führung. Wir möchten einerseits unsere Performance gegenüber den Mitgliedern verbessern und andererseits von unseren Mitarbeitern als nachhaltig attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen werden. Eine Schlüsselrolle spielt dabei unser gemeinsames Verständnis vom lebenslangen Lernen – für uns eine der Voraussetzungen, um Mitarbeiter zukunftsfähig aus- und weiterzubilden und den Entwicklungen am Arbeitsmarkt zu begegnen. Dieses moderne Verständnis möchten wir unternehmensweit verankern und fördern. Unsere E/D/E AKADEMIE wird 2022 hier das neue Trainingsprogramm „Lernwelt E/D/E digital“ einführen.





## Zukunftsgerichtete Ausbildung

Abwechslungsreich und vielfältig – das ist unser Angebot für junge Menschen im E/D/E. Vom Praktikum über Werkstudentenstellen und Trainee-Angebote bis hin zur Ausbildung sowie zum dualen Studium werden Talente gezielt gefördert, im Mittelpunkt steht stets die enge Verknüpfung von Theorie und Praxis. Aktuell bildet die Verbundgruppe 24 Azubis und 14 duale Studenten in acht Ausbildungsberufen und fünf dualen Studiengängen aus. Dabei wird den Nachwuchskräften viel geboten: Durch eine individuelle Betreuung und regelmäßige Abteilungswechsel lernen die Auszubildenden und Studenten die verschiedenen Bereiche des E/D/E kennen und erhalten die Möglichkeit, ihre Stärken herauszufinden.

### Das E/D/E – Arbeitgeber mit Perspektiven

Unsere betriebliche Ausbildung ist für uns schon seit Jahren ein ausgesprochen erfolgreicher Weg, um qualifizierte Nachwuchskräfte für das E/D/E zu gewinnen und zu fördern. Im Jahr 2021 haben wir fünf Auszubildende und sechs dual Studierende in den Bereichen Handel, Logistik und Wirtschaftsinformatik eingestellt. Gleichzeitig haben wir zehn Auszubildende und fünf dual Studierende nach dem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung übernommen. Damit binden wir nicht nur junge Talente an unser Unternehmen, sondern kommen auch unserer Aufgabe als verantwortungsvoller Arbeitgeber nach. Auch im vergangenen Jahr waren die Corona-Auswirkungen auf den Bereich der Ausbildung deutlich zu spüren. Indem wir eine digitale Betreuung für unsere Auszubildenden sicherstellten, konnten wir die Ausbildungsquote trotz der Pandemie weiterhin konstant halten. Dank des virtuellen betrieblichen Unterrichts konnten wir viele Defizite durch eingeschränkten Berufsschulunterricht ausgleichen.

2021 haben wir zudem unsere Recruiting-Prozesse weiter digitalisiert und an die dynamischen Anforderungen des Arbeitsmarktes sowie an die Corona-Situation angepasst. Wir nutzen verstärkt die sozialen Medien und profitieren zunehmend von Empfehlungen aus den individuellen Netzwerken unserer Mitarbeiter. Sie sind unsere besten Botschafter, wenn es darum geht, unsere Arbeitgebermarke zu stärken.

Um die neuen Mitarbeiter und Führungskräfte nachhaltig zu integrieren, überarbeiten wir derzeit zudem unser Onboarding-Programm. Wir planen eine Lernoffensive und innovative Lerntools für unserer Führungskräfte sowie den Ausbau des Formates NE(T)WORKING, um das kollegiale Lernen für Führungskräfte zu fördern. Maßnahmen wie diese erachten wir als besonders wichtig, da weiterhin mit Einschränkungen durch die Corona-Pandemie zu rechnen ist.

### Ausnahmesituation Corona

Das Jahr 2021 hat uns als Arbeitgeber erneut vor anhaltende und außergewöhnliche Herausforderungen gestellt. Die im Vorjahr erlassene Corona-Policy haben wir dabei flexibel an die wechselnden Rahmenbedingungen angepasst – dadurch erreichten wir eine geringstmögliche „Corona-Müdigkeit“ in der Belegschaft. Dank dem konsequent eingehaltenen Hygienekonzept konnten wir Corona-Ausbrüche im Unternehmen verhindern. Neben innovativen Lösungen, wie dem Einsatz von Distance-Trackern oder DigitalKeyCode-Schnelltests, zählten hierzu die umfangreiche Ausstattung aller Mitarbeiter mit Schutzartikeln.

**> 650**



Mitarbeiter und Angehörige wurden im Rahmen der E/D/E Impfkampagne geimpft

**250**

Booster wurden in einer Folgeaktion verabreicht



Ein besonderes Highlight des Jahres war unsere betriebliche Impfkampagne. Insgesamt konnten wir im Sommer mehr als 650 Mitarbeiter und deren Angehörige impfen, zusätzlich wurden 250 Personen geboostert. Bei dieser Aktion haben viele engagierte Mitarbeiter aus den verschiedensten Unternehmensbereichen sowie dem Betriebsärzte- und Apotheker-Team beispielhaft zusammengewirkt. Der besondere Zusammenhalt bei dieser Aktion zeigte, was das E/D/E ausmacht: gemeinschaftlich im Sinne der gesamten Gruppe zu handeln. Diese Verantwortung zeichnet uns aus – als Mitarbeiter wie als Arbeitgeber.



## Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit betrachten wir im E/D/E ganzheitlich. Als Unternehmenswert ist Nachhaltigkeit seit vielen Jahren in unserer Strategie- und Organisationsentwicklung fest verankert. Das E/D/E übernimmt Verantwortung für Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt. Wir verstehen es als unsere Verantwortung, den Verbund zukunftsfähig weiterzuentwickeln. Die gemeinnützige E/D/E Stiftung leistet durch zielgerichtete Bildungsförderung einen wertvollen Beitrag für die nachhaltige Entwicklung des PVH. Im Jahr 2021 haben das E/D/E, seine Mitarbeiter und die E/D/E Stiftung zahlreiche lokale Institutionen unterstützt und Projekte realisiert.







## Nachhaltigkeit prägt unser Handeln

Einen nachhaltigen Nutzen für die Gemeinschaft stiften – für das E/D/E und die E/D/E Stiftung ist dies ein fundamentaler Grundsatz. Unser gesamtes unternehmerisches Verständnis baut darauf auf, Ressourcen und Services zu bündeln, Partner zu vernetzen und die Zukunftsfähigkeit unserer mittelständischen und familiär geprägten Mitglieder mit wettbewerbsfähigen Konzepten zu sichern. Um unseren Nachhaltigkeitsanspruch zu untermauern, engagieren wir uns mit einer Vielzahl an Initiativen und Aktivitäten entlang der Bereiche Wirtschaft, Soziales, Gesellschaft und Ökologie.

Zentral für unser Selbstverständnis ist es, einen Bildungsauftrag zu erfüllen. So fördert die vom ehemaligen Vorsitzenden der E/D/E Geschäftsführung Dr. Eugen Trautwein gegründete gemeinnützige E/D/E Stiftung etwa die berufsbegleitende Weiterbildung im PVH. Das stärkt Familienunternehmen im Wettbewerb und trägt dazu bei, ihre Existenz zu sichern. Mit Stipendien fördert die Stiftung zudem die Teilnehmer von fünf technischen Lehrgängen des ZHH-Bildungswerks vom Zentralverband Hartwarenhandel e.V. Mehr als 470 Stipendiaten haben davon in den vergangenen 17 Jahren profitiert. Im Jahr 2021 hat die E/D/E Stiftung 21 weitere Förderungen zugesagt, auch wenn aufgrund der Corona-Pandemie nicht alle Lehrgänge wie geplant durchgeführt werden konnten.

# >470

ZHH-Stipendien

Ebenfalls aktiv ist das E/D/E in der akademischen Nachwuchsförderung. Zusammen mit der Bergischen Universität Wuppertal beteiligen wir uns bereits im sechsten Jahr in Folge am Deutschlandstipendium, einem Programm des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Mit den Stipendien förderte das E/D/E auch 2021 wieder vier leistungsstarke und gesellschaftlich engagierte Studierende. Dabei wollen wir, dass die Stipendiaten ihre Potenziale voll entfalten können und sie mit unternehmerischem Denken und Handeln vertraut machen.

### Engagement vor Ort – für das E/D/E selbstverständlich

Das E/D/E und die E/D/E Stiftung sind mit dem Standort Wuppertal und der Region eng verbunden. Regelmäßig unterstützen wir sorgfältig ausgewählte Projekte für benachteiligte Kinder und Jugendliche und für hilfsbedürftige Menschen. Ein Highlight ist die jährliche Weihnachtswunschstern-Aktion. Durch die zahlreichen Spenden unserer Belegschaft kamen 2021 über 4000 Euro zusammen. Insgesamt konnten wir damit mehr als 220 Kinderwünsche erfüllen. Zu jeweils gleichen Teilen haben wir zudem eine Mitarbeiter-Spende an die Wuppertaler Kinder- und Jugendheime übermittelt. Zusätzlich haben über 60 Mitarbeiter selbst Geschenke besorgt, liebevoll eingepackt und zur Aktion beigesteuert. Im Rahmen der Weihnachtsspenden des E/D/E und der E/D/E Stiftung konnten insgesamt 14 lokale Projekte realisiert und gefördert werden. Beispielsweise auch die Junior Uni Wuppertal, in Deutschland die erste Lehr- und Forschungseinrichtung, die Kindern und Jugendlichen Kurse zum Experimentieren und Forschen anbietet. Pro Jahr werden im Schnitt knapp 5000 Kursplätze vergeben.



## Was verstehen wir unter Verantwortung?



### Ökonomisch

- Selbstverpflichtender Umgang mit wirtschaftlichem Erfolg
- Existenzsicherung für nächste Generationen
- Ressourcen und Services bündeln, Partner vernetzen und die Zukunftsfähigkeit unserer Mitglieder sichern



### Ökologisch

- Schutz der Umwelt und ihrer Ressourcen sowie Klimaschutz
- Verringern des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes und consequentes Energiesparen
- Bewusstsein für ökologische Verantwortung in den Köpfen unserer Mitarbeiter verankern



### Sozial

- Wir schaffen den Raum für Mitarbeiter, die gemeinsam etwas gestalten und erreichen wollen
- Unsere Mottos: „Fördern und Fordern“ sowie „Lebenslanges Lernen“
- Beruflich zufriedene und motivierte Mitarbeiter



### Gesellschaftlich

- Die Gesellschaft an unserem Erfolg in angemessener Form teilhaben lassen
- Gemeinsames Engagement mit der E/D/E Stiftung in der Heimatstadt Wuppertal
- Förderung von Projekten, mit denen hilfsbedürftige und benachteiligte Kinder und Jugendliche unterstützt sowie Bildungsangebote gefördert werden

Außerordentliches Engagement im Jahr 2021 erforderte die Hochwasserkatastrophe. Auch Mitglieder, Partner und Mitarbeiter in der Heimatregion Wuppertal befanden sich unter den Betroffenen. Im E/D/E konnten wir schnell und unkompliziert Hilfe anbieten. Allen voran haben wir den Dialog mit unseren Partnern in den geschädigten Regionen aufgenommen, um sie bestmöglich zu unterstützen. So haben wir etwa Geräte wie Bautrockner und Zubehör wie Kabeltrommeln und Schläuche bereitgestellt und auch pragmatische, flexible Logistiklösungen angeboten. Um auf künftige Ereignisse dieser Art vorbereitet zu sein, haben wir ein spezielles und komplett lagerverfügbares Hochwassersortiment entwickelt. Auch unsere Belegschaft unterstützten wir mit allem, was dringend benötigt wurde. Zudem haben wir die vielen Mitarbeiter, die sich persönlich bei Aufräumaktionen vor Ort engagiert haben, mit Werkzeug ausgestattet. Darüber hinaus konnten wir Betroffene aus der gesamten Region mit Spenden unterstützen.

### Nachhaltiger Erfahrungsaustausch

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit wächst – nicht nur beim E/D/E. Wir wollen bei Mitgliedern und Mitarbeitern ein gemeinsames Nachhaltigkeitsverständnis etablieren. So haben 2021 drei Mitarbeiter die Schulungsreihe „Klimaprofis“ in Kooperation mit dem Mittelstandsverbund und B.A.U.M. Consult erfolgreich abgeschlossen und können nun das Gelernte an Kollegen und Partner weitergeben. Der Vernetzungsgedanke spielt im Hinblick auf nachhaltiges Engagement eine besondere Rolle. Seit 2017 engagiert sich das E/D/E deshalb im Zukunftskreis Nachhaltigkeit<sup>3</sup> (ZN<sup>3</sup>) – einem Arbeitskreis von Nachhaltigkeitsbeauftragten und Geschäftsführern. Der E/D/E Verbund profitiert von dem Austausch zwischen zahlreichen Unternehmen aus dem Bergischen Städtedreieck Wuppertal-Solingen-Remscheid. Darüber hinaus bieten wir über die E/D/E AKADEMIE nachhaltige Trainings und Barcamps für alle Mitglieder an.

### Ökologie im Fokus

Zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung zählt auch ein schonender Umgang mit der Umwelt und natürlichen Ressourcen. In unserem Zentrallager bündeln wir Logistikprozesse und Transporte und investieren in innovative Technologien. Dazu zählt etwa die neue Verpackungsmaschine, mit der wir das Kartonvolumen deutlich reduzieren und so etwa 150 Lkw-Transporte einsparen konnten.

**1500**  **= 5000 m<sup>2</sup>**

Setzlinge

aufgeforsteter Fichtenwald

Darüber hinaus engagieren wir uns in regionalen Umweltschutzprojekten. So leitete unsere E/D/E Nachhaltigkeitsbeauftragte eine gemeinsam mit dem ZN<sup>3</sup> organisierte Baumpflanzaktion. Mit 1500 Setzlingen wurden 5000 Quadratmeter abgestorbener Fichtenwald an der Ronsdorfer Talsperre in Wuppertal aufgeforstet. Und wir streben weiter nach Verbesserungen. Auch 2022 sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter weiter für das Thema Nachhaltigkeit. Zudem wollen wir die gesamten Emissionen im E/D/E bilanzieren und uns auf dieser Basis neue ambitionierte umweltbezogene Ziele setzen. Auf unserer Nachhaltigkeitswebsite [www.ede-nachhaltigkeit.de](http://www.ede-nachhaltigkeit.de) berichten wir laufend über Projekte, mit denen wir unserer Verantwortung für Mitarbeiter, Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt nachkommen.

# Impressum

## Herausgeber, Redaktion

Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH

## Unternehmenskommunikation

EDE Platz 1, 42389 Wuppertal

## Layout, Grafik

Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH

## Geschäftsbereich Marketing

EDE Platz 1, 42389 Wuppertal

## Bildnachweis

E/D/E

Sonstige Urheber entsprechend gekennzeichnet



**Einkaufsbüro  
Deutscher  
Eisenhändler GmbH**

Hausadresse:  
EDE Platz 1  
42389 Wuppertal

Postadresse:  
42387 Wuppertal

[www.ede.de](http://www.ede.de)