

# WVG setzt auf Partnerschaft mit Nozar

52 Mitarbeiter und ein Zentrallager mit mehr als 10.000 Artikeln – bei WVG in Aschaffenburg ist manches größer als bei anderen Werkzeughändlern. Der Spezialist für die SHK-Branche wächst seit 16 Jahren kontinuierlich.



*Sind gemeinsam sehr erfolgreich: WVG-Geschäftsführer Wolfgang Brunner (links) und Nozar Marketing- und Vertriebsleiter Torsten Wehnert.*

Einen großen Anteil daran hat Geschäftsführer **Wolfgang Brunner**, der das Geschäft mit der Sanitär- und Haustechnik seit 1989 kennt. Bei Diamantwerkzeugen hat er sich gemeinsam mit seinem Team für die Marke Nozar entschieden und es nicht bereut: Bereits im ersten Jahr stieg der Umsatz mit dieser Werkzeuggruppe um 50 Prozent.

Größter WVG-Kunde ist **Richter + Frenzel** mit 160 Abholmärkten, bestückt mit der Eigenmarke Optiline. „Dank diesem vor allem im Süden Deutschlands aktiven Kunden sind wir in den vielen Abholmärkten präsent“, erläutert Brunner. Auch bei der Logistik nutzt man die Stärken von Richter+Frenzel und kann so unter anderem eine 24-Stunden-Lieferung auf die Baustelle oder in die Werkstatt garantieren. Diese Schnelligkeit und Flexibilität erwartet WVG auch von seinen Lieferanten, eine Anforderung, die bei der Ausschreibung des neuen Diamantwerkzeuglieferanten vor zwei Jahren weit oben stand. Entscheidend war für Brunner und sein Team letztendlich jedoch die Qualität: „Wir haben die Produkte alle im Haus getestet und da

wurde schnell klar, in welche Richtung das gehen wird. Diamantwerkzeug ist Vertrauenssache, und dieses Vertrauen wurde gerade von unseren Außendienstmitarbeitern der Marke Nozar entgegengebracht.“ Gemeinsam mit **Torsten Wehnert**, Marketing- und Vertriebsleiter bei Nozar, hat Brunner dann die für SHK wichtigsten Produkte definiert und unter der Marke Optiline in den Verkauf gebracht. Speziell für WVG wurden auch genau auf diese Zielgruppe zugeschnittene Renner-Produkte kreiert – heute führt WVG rund 200 Nozar Artikel, die in allen wichtigen Größen, überwiegend im eigenen Design und Farbe, sofort verfügbar sind und 25 Katalogseiten füllen.

### „Markt gemacht“

Auf eine Erfolgsgeschichte sind Brunner und Wehnert besonders stolz: Sie konnten die WVG-Kunden davon überzeugen, Fliesenbohrer mit der M14-Aufnahme für den Winkelschleifer einzusetzen statt mit der Sechskantaufnahme für den Akkuschauber. Der Vorteil: Da die Materialien im Bad immer hochwertiger und Fliesen immer härter werden, ist die Drehzahl vom Winkelschleifer perfekt für diesen Einsatzbereich geeignet und ein echter Problemlöser für den Haustechniker, so Wehnert. Ein weiteres wichtiges Argument für das Verkaufsgespräch: Dieser Fliesenbohrer benötigt keine Wasserkühlung, verursacht bei Montagen also keinen Schmutz durch herunterlaufendes Wasser, so der Hersteller. Als Kühlmittel dient eine Portion Paraffin im Bohrer. „Dadurch, dass wir diese Problemlösung aktiv kommuniziert haben, haben wir tatsächlich einen Markt gemacht“, freut sich Brunner. Auch hier zeigt sich die hervorragende Zusammenarbeit, denn die Bohrer werden nicht nur lose angeboten, sondern WVG erhält individuelle Sets in professionellen Aufbewahrungssystemen.

### Künftig unter dem eigenen Namen

Auf seinen Erfolgen ruht sich Brunner aber nicht aus. Der WVG-Geschäftsführer hat bereits das nächste Ass im Ärmel: Ab Januar 2018 werden alle Kernprodukte nicht mehr unter Optiline, sondern unter WVG vertrieben. Dazu Brunner: „Wir schreiben unseren Namen drauf, weil wir von unserer Stärke überzeugt sind und wissen, dass die Qualität unserer Produkte 100prozentig stimmt.“ Auch unter dem neuen Label ist Nozar mit an Bord. Kaum hatte Nozar von der geplanten Umstellung erfahren und das dann leicht veränderte Logo gesehen, lagen schon das erste Muster und ein fertig gedrucktes Label Konzept bei Brunner im Büro – das Ganze hatte gerade einmal zwei Tage gedauert. „Jeder andere wäre davon beeindruckt, ich bin einfach begeistert“, meint der WVG-Geschäftsführer. „Aber das ist auch genau einer der Gründe, warum wir mit Nozar so gut und gerne zusammenarbeiten. Da muss nichts lange erklärt werden, da gibt es keine endlosen Abstimmungen, da wird alles sofort auf den Punkt gebracht und umgesetzt.“

Für das Sortiment mit dem WVG-Label wird Nozar auch die Anwendungsvideos neu drehen, die Brunner vor allem für die beiden Online-Shops nutzen will. WVG betreibt einen offenen Shop, in dem jeder bestellen kann, und einen geschlossenen, für den man sich via SAP anmeldet. „Für uns ist das Online-Geschäft eine ideale Ergänzung des stationären Handels. Aber der stationäre wird noch lange nicht verschwinden, denn wenn auf einer Baustelle mal etwas fehlt, dann fährt man eben schnell zu seinem Händler und besorgt das Teil. Dafür ist Online – noch – nicht schnell genug“, ist sich Brunner ganz sicher.

*Foto: Nozar*