

# Mit 109 Jahren „fit wie ein Turnschuh“

Im Interview sprach die ElektroWirtschaft mit Rainer Rommel und Sabine Bachmann, der Geschäftsführung der Elektrogroßhandlung Emil Löffelhardt GmbH & Co. KG, über Tradition, Herausforderungen und Ziele des Familienunternehmens aus Baden-Württemberg.



Fotos: Emil Löffelhardt GmbH

01. April im Jahr 1906 – Das Gründungsdatum der Elektrogroßhandlung Emil Löffelhardt GmbH & Co. KG macht deutlich: Hier spielen Tradition, gewachsene Strukturen und zukunftsorientierte Veränderungen eine ganz wichtige Rolle. Seit dieser Zeit hat man Kriege überstanden, Deutschland wurde viermal Fußballweltmeister, der Computer löste die Schreibmaschine ab und Warenbestellungen werden liebend gern online und digital ausgeführt anstatt mit Tinte und Papier. Wenn man etwas genauer in die Firmenhistorie schaut, sieht man auch schnell den Stellenwert der Familie für das Unternehmen mit seinem Hauptsitz im schwäbischen Fellbach. Wie ein Rad in das nächste griff nämlich die generationsübergreifende Unternehmensführung seitdem Emil Löffelhardt die Firma vor 109 Jahren ins Leben rief – und ist mittlerweile erfolgreich in der vierten Generation angekommen.

## Familiendoppel für 14 Standorte

Heute wird das mittelständische Familienunternehmen mit inzwischen 14 Standorten und über 500 Mitarbeitern von einer Doppelspitze geführt. Das aktuelle Führungsduo bilden seit dem Jahr 2005 die beiden Urenkel des Firmengründers: Sabine Bachmann, geb. Rommel, und ihr Bruder Rainer Rommel. Dabei liegen Marketing und Vertrieb sowie die Lieferanten- und Kundenpolitik in Rainer Rommels Aufgabenbereich. Sabine Bachmann zeichnet sich für Personal, die kaufmännische Leitung inklusive Controlling und Qualitätsmanagement verantwortlich – eine gelungene Aufteilung. „Unsere Zusammenarbeit funktioniert sehr gut. Reibungslos wäre gelogen, aber das wäre auch nicht immer gut. Natürlich diskutieren wir auch mal kontrovers, denn es ist unsere Aufgabe alle Unternehmensbereiche ganzheitlich zu betrachten und



zu optimieren“, erläutert Rommel die interne Organisation der Inhaberfamilie. Dabei wird Kontinuität bei Löffelhardt besonders groß geschrieben. „Tradition mit Zukunft verbinden“ ist einer unserer Leitsprüche. Wir versuchen immer eine gute und gesunde Mischung aus der Kontinuität in der Vergangenheit und der Neugier auf das Neue herzustellen“, so der Geschäftsführer zur Philosophie des Unternehmens.

## Typisch schwäbisch

Bei so viel familiärem Herzblut, das im Unternehmen steckt, stellt sich schnell die Frage nach der persönlichen Verpflichtung des Generationswechsels.

„Wenn Sie mir die Frage vor 15 Jahren gestellt hätten, hätte ich gesagt, dass es eine reine Verpflichtung war. Aus der heutigen Sicht muss ich aber feststellen, dass es die Verpflichtung und mein eigener Wille waren, die in den letzten Jahren immer mehr in Einklang gebracht wurden. Die Arbeit macht richtig Spaß“, erklärt Geschäftsführer Rainer Rommel. „Dem kann ich nur zustimmen, es macht Spaß. Den Generationswechsel persönlich mitgestalten zu können, ist aber auch eine Herausforderung, vor allem als Frau und Mutter. Die Übergänge sollten dabei nach Möglichkeit fließend gestaltet werden. Das heißt, auf Bewährtem mit Neuem aufbauen. Natürlich gibt es auch Verpflichtungen. Es gibt nichts im Leben, das man tun kann, ohne dass man eine Verpflichtung eingeht, bzw. die Verantwortung für etwas übernehmen muss. Wir haben die Verpflichtung und Verantwortung für viele Mitarbeiter übernommen und natürlich benötigt es auch seine Zeit, bis man als junger Mensch in diese Verantwortung hineinwächst. Wir haben diese Zeit und auch Unterstützung bekommen und können nun unsere Aufgabe mit Herzblut und Freude wahrnehmen“, fügt Sabine Bachmann hinzu.

Eines soll bei Löffelhardt keineswegs verloren gehen: der typisch „schwäbische Geist“, der in der Firma seit Jahrzehnten herrscht. Das drückt sich selbstverständlich nicht nur in einem sympathischen Dialekt aus, sondern viel mehr in bedeutenden Kerneigenschaften, die das Unternehmen, seine Mitarbeiter und genauso seine Führungsspitze seit jeher charakterisieren: „Tradition, Berechenbarkeit, Bodenständigkeit, Menschlichkeit und Fleiß sind Dinge, die uns schon immer auszeichnen und hier im Unternehmen auch gelebt werden. Und vielleicht manchmal auch eine Portion Perfektionismus“, gibt Rainer Rommel zu verstehen. Ähnliche Worte hätten wohl auch Gottlieb Daimler oder



**Löffelhardt**  
Elektrotechnischer Großhandel

**Unternehmen**

**Name und Sitz**  
Emil Löffelhardt GmbH & Co.KG

**Gründungsdatum**  
1906

**Unternehmenszweck**  
Elektrotechnischer Großhandel

**Anzahl Mitarbeiter**  
Über 500

**Anzahl Standorte**  
14

Ferdinand Porsche gewählt. Ein weiterer Beleg für den kontinuierlichen Erfolgsweg des Unternehmens sind: die lange Betriebszugehörigkeit und die geringe Fluktuation in der Mitarbeiterschaft der Elektrogroßhandlung.

### Wohlüberlegte Entscheidungen

Bei Sabine Bachmann war es eine freiwillige Entscheidung ins Unternehmen einzutreten. Nach dem BWL-

Studium und Praktika in verschiedenen Elektrogroßhandlungen in Deutschland und im Ausland hat sie im elterlichen Unternehmen geschnuppert, getestet und festgestellt, dass es ihr Spaß macht. Und dabei ist es bis heute geblieben. Ihr Bruder, Rainer Rommel, hatte zunächst mit seinem Vater die Vereinbarung, dass er selbst entscheidet, ob nach erfolgreicher Ausbildung zum Kaufmann des Groß- und Außenhandels und anschließendem BWL-Studium ein Einstieg in das Unternehmen eine Option darstellt. „Eigentlich interessierte ich mich sehr für die Automobilindustrie. Alles, was zwei oder vier Räder hatte, begeisterte mich. Als ich aber merkte, dass auch die Elektrotechnik über ähnlich technische Herausforderungen verfügt, war klar, dass ich mir das vorstellen kann. Ich habe mich dann in die Branche richtig verliebt. Wohlwissend, dass man mit damals 27 Jahren noch längst nicht ausgelernt hat, habe ich versucht, mich gut auf den Einstieg in den Betrieb vorzubereiten“, so Rommel rückblickend. Die Elektrobranche kann also offenbar doch eine annähernd anziehende Wirkung haben und so „sexy“ sein wie ein „911 Carrera“.

### Erst Industrie, dann Handwerk

Ungewöhnlich für Elektrogroßhandlungen ist bei der Firma Löffelhardt schon immer die Industrie ein wesent-



liches Standbein gewesen. Der Grund hierfür liegt in der Familienhistorie. Sabine Bachmanns und Rainer Rommels Großonkel, Walter Löffelhardt, hatte zu seiner Zeit eine Vertretung der damaligen Klöckner-Werke aufgebaut. Bis nach dem zweiten Weltkrieg war das Unternehmen deshalb auf Maschinenbau und Industrie ausgerichtet. Erst Anfang der 1960er Jahre hat man das Elektroh Handwerk aktiv bedient. Somit ist die Entwicklung bei Löffelhardt eigentlich genau anders herum verlaufen als bei den meisten anderen Elektrogroßhändlern.

#### Rainer Rommel

Unabhängig davon spielt für die Firma Löffelhardt der persönliche Kontakt zu Kunden und Lieferanten eine bedeutende Rolle. „Für uns ist es sehr wichtig, dass wir bei unseren Kunden und Lieferanten die Wahrnehmung haben, ein Familienunternehmen zu sein.«

» Für uns ist es sehr wichtig, dass wir bei unseren Kunden und Lieferanten die Wahrnehmung haben, ein Familienunternehmen zu sein.«

Wir wollen vermitteln, dass wir schnelle Entscheidungswege und klare Konzepte haben und zudem ein berechenbarer Partner sind. Gegenüber vor zehn Jahren hat es sich mit zunehmender Größenordnung und inzwischen 14 Standorten verändert, dass wir nicht mehr alle Gespräche selber führen können. Wir vertrauen diesbezüglich aber unseren Führungskräften, die mit derselben Ansicht in die Gespräche gehen und ein klarer, berechenbarer Partner sind. Wir versuchen stets unsere Kontakte langjährig weiter zu prägen“, definiert Rommel die Außendarstellung des Unternehmens.

Aber nicht nur auf den persönlichen Kontakt zu Kunden und Lieferanten wird Wert gelegt, sondern auch auf den Kontakt zu den Mitarbeitern. „Wir legen generell Wert auf Verbindungen – technische wie menschliche. Partnerschaftliche Zusammenarbeit ist uns

auf allen Ebenen wichtig. Das ist auch ein wichtiger Grundstein für die lange Betriebszugehörigkeit und die geringe Fluktuation, wie sie bereits schon erwähnt wurde“, so Sabine Bachmann.

### Zentrale Maßnahmen für beständigen Erfolg

Traditionen werden in einem Familienunternehmen gerne gepflegt und bewahrt. Sich auf ihnen auszuruhen, ist für ein dauerhaftes Bestehen aber kaum möglich. Um dem immer fortwährenden

Wettbewerb in der Branche begegnen zu können, waren daher auch bei Löffelhardt unternehmerische Maßnahmen notwendig, die einen zu-

kunftsorientierten Anspruch erfüllen müssen. Manche Entscheidungen waren

zu starten, den man dann schnell wieder abrechnen muss. Auch das zeichnet uns aus. Natürlich werden wir in dieser spannenden Zeit mit ihren vielen technischen Neuerungen innerhalb der Elektrotechnik täglich mit der Herausforderung konfrontiert, gewachsene Traditionen verfolgen zu wollen und gleichzeitig neue Ideen und Konzepte aufbauen zu müssen. Man muss diesen nicht einfachen Spagat annehmen und ihm auch positiv begegnen. Trotzdem heißt das für uns nicht, dass man jeder ‚Mücke‘ sofort hinterherfliegt“, so Geschäftsführer Rainer Rommel.

### Mut zur Veränderung

Eine richtungweisende Maßnahme für das Unternehmen war insbesondere die Einführung der Zentrallagerlogistik im Jahr 1997 am Standort Fellbach und die Einführung von SAP auf IT-Ebene im Jahr 2004. „Das sind zwei Grundvoraussetzungen gewesen, um uns zu vergrößern und um unsere Prozesse zu optimieren. Für uns gilt der Grundsatz: ‚Größe schlägt nicht alles‘. Das ist



dabei nicht immer einfach, wenn auch stets wohl überlegt: „Wir werden immer lieber eine Entscheidung treffen, die eine längere Entscheidungszeit braucht, als einen nicht ausgearbeiteten Versuch

ebenfalls ein Punkt, der bei uns gelebt wird. Wir müssen in vielen Dingen cleverer und schneller sein. Kontinuität und die Neugier auf Neues zusammen machen es aus, dass wir den Konzernen auf



## Zu den Personen



- Frage 1: Ihr Name?**  
**Frage 2: Ihr erlernter Beruf?**  
**Frage 3: Ihre derzeitige Aufgabe im Unternehmen?**  
**Frage 4: Wollten Sie immer schon in die E-Branche?**  
**Frage 5: Haben Sie ein berufliches oder geschäftliches Vorbild?**  
**Frage 6: Unternehmensnachfolge und Generationenübergang – Chance oder Risiko?**  
**Frage 7: Ihr bestes Erlebnis im Unternehmen?**  
**Frage 8: Was erwarten Sie von der Zukunft?**  
**Frage 9: Wenn Sie einem Außerirdischen die Elektrobranche in drei Sätzen erklären sollten, was würden Sie ihm antworten?**  
**Frage 10: Was wollten Sie immer schon mal machen?**

**Zu Frage 1:** Sabine Bachmann

**Zu Frage 2:** Dipl.-Betriebswirt (BA)

**Zu Frage 3:** Geschäftsführende Gesellschafterin für den kaufmännischen Bereich, inkl. Personal und Qualitätsmanagement

**Zu Frage 4:** Nein - geschnuppert und für gut befunden.

**Zu Frage 5:** Ja, aber verschiedene.

**Zu Frage 6:** Immer Chance – für alle Beteiligten.

**Zu Frage 7:** Eigentlich eher viele kleinere, die einem die Freude für die tägliche Arbeit geben. Aber unser 100-jähriges Jubiläum und unsere el-Fiesta waren tolle Veranstaltungen.

**Zu Frage 8:** Hoffentlich viel Gutes; und ich wünsche mir Herausforderungen, die uns fordern, aber nicht überfordern.

**Zu Frage 9:** Viel Technik, eine große Familie (mit allen Attributen, die zu einer großen Familie gehören), Partnerschaft und Wettbewerb zugleich.

**Zu Frage 10:** Ich bin zufrieden mit dem was ich machen kann und darf. Insofern gibt es nichts Spezielles, außer vielleicht einfach mal was „Verrücktes“ zu tun.

**Zu Frage 1:** Rainer Rommel

**Zu Frage 2:** Kaufmann im Groß- und Außenhandel, Dipl.-Betriebswirt (BA)

**Zu Frage 3:** Geschäftsführender Gesellschafter Marketing und Vertrieb

**Zu Frage 4:** Nein.

**Zu Frage 5:** Ja, aber eine Mischung aus unterschiedlichen Persönlichkeiten.

**Zu Frage 6:** Chance - ganz klar!

**Zu Frage 7:** Einzigartig waren alle unsere Aktivitäten zum hundertjährigen Jubiläum.

**Zu Frage 8:** „Früher war alles besser“, nein, alle Zeiten haben ihre Herausforderungen, denen man entgegen tritt. Es liegt an uns, was wir daraus machen; das ist das Spannende!

**Zu Frage 9:** Zum Glück kenne ich keinen...

**Zu Frage 10:** Bisher renne ich nichts hinterher. Ich hoffe, das bleibt so!

Augenhöhe begegnen können. Ja, wir haben Respekt, aber wir haben keine Angst vor den Konzernen“, konstatiert Rommel. „Nicht nur das, durch die DEHA haben wir die Möglichkeit, dort wo ein Konzern auf der Kostenseite Größenvorteile hat, konzernähnlich zusammen zu arbeiten. Und außerdem ist man als Mittelständler dann manchmal einfach flexibler, vor allem bei Entscheidungen“, ergänzt Sabine Bachmann.

Sich diesen Vorsprung an Cleverness und Schnelligkeit zu erarbeiten, ist dabei aber längst kein Selbstläufer für das Familienunternehmen, sondern erfordert eine gehörige Portion an Flexibilität. Rainer Rommel beschreibt die aktuellen Herausforderungen wie folgt: „Was wir tatsächlich feststellen, sind die Kundenanforderungen, die uns jeden Tag vor neue Herausforderungen stellen. Wir haben heute immer mehr

IT-Voraussetzungen bei unseren Kunden zu erfüllen. Die Software-Systeme der Handwerker und der Industrie sind wesentlich intelligenter geworden, so dass unsere Arbeit als Großhandel wesentlich transparenter und kritischer beim Kunden gesehen wird. Wir spüren den Einzug der digitalen Welt. Das macht es nicht immer leichter.

Zudem hat die Intensität des Wettbewerbs unter den Elektrogroßhänd-

lern in den letzten Jahren sehr stark zugenommen. Das spüren wir auch auf allen Ebenen. Ein weiterer Fakt, der uns betrifft ist, dass sich das Handwerk in den nächsten Jahren hinsichtlich des Nachwuchses schwer tun wird. Das wird uns gemeinsam in der Branche begleiten. Wir haben es außerdem noch nicht geschafft, dass der Endverbraucher den Elektriker tatsächlich nicht mehr als „Strippenzieher“ sieht, sondern als „Problemlöser“. Soweit sind wir auf Gesellschaftsebene noch nicht. Die Anforderungen, die Elektriker heute zu erfüllen haben, sind dem Endverbraucher aktuell noch nicht bewusst.“

„Das Thema Fachkräftemangel ist ein Stichwort, das die Elektrobranche und unser Unternehmen beschäftigt – vor allem wenn es um Spezialisten geht. Aber auch der generelle Nachwuchs ist ein Thema. Deshalb bilden wir sehr stark aus. Nicht nur Kaufleute im Groß- und Außenhandel, sondern auch Fachkräfte für Lager und Logistik, Berufskraftfahrer sowie IT-Kaufleute. Wir haben uns hier mittlerweile sehr breit aufgestellt, um möglichst viel eigenen Nachwuchs zu generieren. Hierzu führen wir wöchentlicher interne technische Schulun-

gen durch und nutzen natürlich auch das ‚e-learning‘ des VEG“, so Sabine Bachmann. Hinsichtlich der Nachwuchsförderung ist man bei Löffelhardt also keinesfalls untätig. „Wir nehmen an Ausbildungsmessen im Raum Stuttgart teil. Auch bei der Ausbildungskampagne des BGA „Gross handeln – Gross rauskommen“ waren wir von der ersten Stunde an mit dabei. Es ist immer ein Ziel, unsere Azubis auch zu übernehmen, wenn es wirtschaftlich möglich ist“, so der Urenkel des Firmengründers.

### Fit für die Zukunft

Auf die abschließende Frage, welche Schlagzeile sich Sabine Bachmann und Rainer Rommel für ihr Unternehmen in diesem Jahr wünschen würden, entgegnet sie: „Natürlich möchten wir auch in diesem Jahr wieder sämtliche Hürden nehmen. Wir wollen „fit wie ein Turnschuh“ sein und uns weiter neugierig halten. Das bleibt eine ganz wichtige Aufgabe für unser Familienunternehmen.“

109 Jahre alt und dabei „fit wie Turnschuh“ – das klingt nach Langlebigkeit kombiniert mit Sportlichkeit. Nur zum Vergleich: Porsches „Neunelfer“ bringt

es gerade mal auf 51 Lenze und steht dennoch als Inbegriff für Tradition und unternehmerische Kontinuität. Unverkennbar vernimmt man auch eine „kleine Portion“ Stolz aus den Worten der beiden Geschäftsführer – zu Recht.



Bildergalerie

#### ElektroWirtschaft

Das Organ des Bundesverbandes des Elektro-Großhandels (VEG) e.V.

#### Verlag

Fachverlag Dr. H. Arnold GmbH  
44341 Dortmund, Postfach 150 120  
44359 Dortmund, Siegburgstraße 5-7  
Telefon (0231) 33 69-0  
Telefax (0231) 33 69-20  
E-Mail: [info@elektrowirtschaft.de](mailto:info@elektrowirtschaft.de)  
Internet: [www.elektrowirtschaft.de](http://www.elektrowirtschaft.de)

#### Gründungsherausgeber

Dr. Helmut Arnold †

#### Redaktion

Dipl.-Kffr. Gudrun Arnold-Schoenen  
(verantwortlich)  
[g.schoenen@elektrowirtschaft.de](mailto:g.schoenen@elektrowirtschaft.de)  
B.Sc. Sebastian Wehner (Assistent)  
[redaktion@elektrowirtschaft.de](mailto:redaktion@elektrowirtschaft.de)  
Dipl.-Kffr. Annika Schoenen  
MA Lena Westhoff  
Freie Mitarbeit: Peter Respondek /  
Juliane Braun

#### VEG

Dr. Hans Henning  
Judith Jakobs  
E-Mail: [info@veg.de](mailto:info@veg.de)  
Internet: [www.veg.de](http://www.veg.de)

#### Verlagsleitung und Geschäftsführung

Dipl.-Kffr. Gudrun Arnold-Schoenen

#### Anzeigen

Silke Triebtsch, Tel.: (02 31) 33 69-37  
[anzeigen@elektrowirtschaft.de](mailto:anzeigen@elektrowirtschaft.de)  
Anzeigenpreisliste: Nr. 57 vom 1.1.2015  
Nachdruck nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet.  
Auslandsbezug nur durch den Verlag.  
Mit Namen gekennzeichnete Artikel stellen nicht unbedingt die Ansicht der Redaktion dar.  
Die ElektroWirtschaft erscheint monatlich.  
Zu beziehen durch den Verlag.  
Post-Vertriebskennzeichen K 2593.  
Jahres-Bezugspreis 65,- Euro einschließlich 7,0 % Mehrwertsteuer, plus 10 Euro Versandkosten (Inland).  
Einzelheft: 5,90 Euro  
Abbestellungen mit zweimonatiger Frist zum 1. Januar möglich.  
ISSN 0013-5887

#### Druckerei

Lensing Druck  
Auf dem Brümmer 9  
44149 Dortmund

