

# Brachliegende Potenziale erschließen

**ElektroWirtschaft:** *Kopp ist angetreten, neben dem Do-it-yourself-Markt auch den Fachhandelsbereich zu erschließen. Was ist der Grund für diese strategische Neuausrichtung?*

**Elmar Ender:** Kopp hatte sich bisher erfolgreich auf die Belieferung der lange Jahre stark expandierenden Bau- und Heimwerkermärkte konzentriert. Die Wachstumsmöglichkeiten, insbesondere

## Kopp

im deutschen Markt, sind aber nahezu ausgeschöpft; Markteröffnungen gehen mittlerweile nur noch auf Kosten der Flächenproduktivität. Neben diesen betriebswirtschaftlichen Aspekten sind für uns aber andere Gründe ausschlaggebend für die strategische Neuausrichtung: Das auf den „Elektro-Laien“ abzielende Geschäft über den DiY-Kanal

schafft keine ausreichenden Impulse für permanente Innovation und Verbesserung der Produkte – der Markt ist stark sortiments- und preisgetrieben. Im DiY haben nur Produkte Erfolg, die dem Konsumenten seit langem vertraut sind und deren Funktionsweise er kennt und versteht. Das birgt die Gefahr, langfristige Investitionen in Produktentwicklung zu vernachlässigen, die dann auf lange Sicht zur Einbuße der Wettbewerbsfähigkeit führen können. Umgekehrt: Wer beim deutschen Elektro-Handwerk, also im wettbewerbsintensivsten Profimarkt der Welt, bestehen kann, ist am Puls der Zeit und hält sein Produktangebot jung!

**ElektroWirtschaft:** *Wie verteilt sich Ihr Umsatz auf die verschiedenen Segmente, und welche Gewichtsverlagerung streben Sie mittel- und langfristig an?*

**Ender:** Heute erzielen wir ungefähr ein Viertel unseres Umsatzes im Elek-

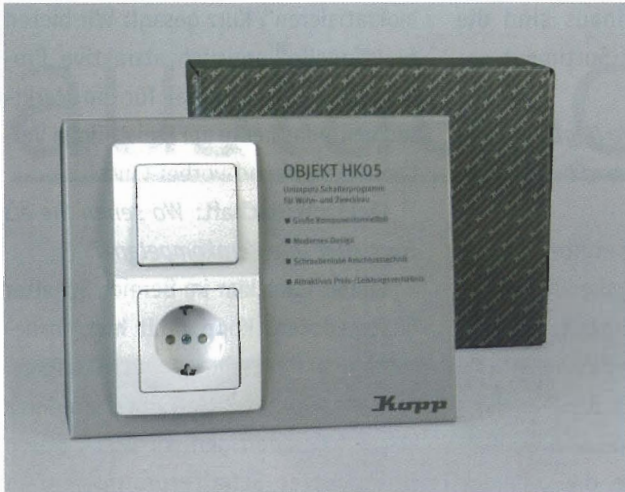


**Elmar Ender (42)** ist seit April 2007 Leiter Vertrieb&Marketing bei der Heinrich Kopp GmbH in Kahl am Main.

Der diplomierte Physiker verfügt über langjährige Erfahrung in der Elektroindustrie und war in unterschiedlichen Positionen im Marketing- und Vertriebsbereich, unter anderem bei OSRAM, ABB und Weidmüller Interface tätig, wo er zuletzt für das internationale Elektrogroßhandelsgeschäft der Weidmüller-Gruppe verantwortlich war. Während seiner Zeit als Geschäftsführer des Internet-Branchenportals Voltimum hat er sich darüber hinaus für eine intensive Kooperation zwischen Industrie, Fachhandel und Handwerk auf einer gemeinsamen Plattform stark gemacht. Einer seiner wesentlichen Aufgaben in der jetzigen Position bei Kopp ist die vertriebliche Neuausrichtung des Unternehmens auf die Belange des Fachgroßhandels bzw. Profimarktes.



Der Firmensitz der Heinrich Kopp GmbH in Kahl am Main.



Präsentationsbox für die Schalterserie „HK05“ von Kopp für den Fachhandel.

tro-Großhandel, und rund drei Viertel im DIY- Segment. Unser mittelfristiges Ziel ist es, den Umsatzanteil im Großhandel auf ein Drittel zu steigern. Langfristig streben wir an, rund die Hälfte unseres Umsatzes im Fachhandel zu machen.



**ElektroWirtschaft:** *Wie wollen Sie den Elektro-Großhandel von Ihrer Multichannel-Strategie überzeugen?*

**Ender:** Die Liste marktführender Unternehmen, die beide Kanäle bedienen, ist lang und sehr prominent, sodass sich Kopp mit seiner Multichannel-Strategie in guter Gesellschaft befindet. Wir

stellen uns hier nur den bereits seit langem etablierten Marktrealitäten. Schauen Sie in die Vergangenheit: Immer wieder haben ganze Branchen vergeblich versucht, sich gegen langfristige Trends zu stellen – braune Ware, weiße Ware, Leuchten, Lampen, usw. –, am Ende dominiert die Vertriebsform, die der Verbraucher favorisiert; das ist nur vordergründig eine Entscheidung des Herstellers oder Kanals. Der angebliche Kanalkonflikt, auf den Sie hier sicherlich abheben, wird in den meisten Fällen künstlich herbei geredet, leider manches Mal auch, um Mitbewerbern gezielt zu schaden. Wir haben uns jedenfalls ganz bewusst dafür entschieden, die Stärken der unterschiedlichen Kanäle in ausgewogener Form zu nutzen um die Verfügbarkeit unserer Produkte adäquat sicherzustellen. Letztendlich entscheidend ist, dass wir für den EGH

### Heinrich Kopp GmbH

Die Heinrich Kopp GmbH, Kahl am Main entwickelt, fertigt und vertreibt seit über 80 Jahren elektrotechnische Produkte. Mit über 5.000 Artikeln bietet die Heinrich Kopp GmbH ein breites Spektrum von Produkten, vom einfachen Stecker, über mobile Geräte wie Adapter und Steckerleisten, bis hin zu innovativen Funksystemen für die Elektroinstallation. Schwerpunkt der Sortimentskompetenz bildet das breite Angebot von Schalterprogrammen für den Fachhandel und den DIY-Kanal. Kopp gehört



im deutschsprachigen Raum zu den führenden Unternehmen für Elektroprodukte im Baumarktbereich und deckt dort praktisch das gesamte Spektrum der Nachfrage ab. Kopp beschäftigt derzeit im In- und Ausland ca. 800 Beschäftigte, am Standort Kahl, Hauptsitz und Zentrale, sind 280 Beschäftigte für das Unternehmen tätig. Kopp gehört seit 2002 zur börsennotierten, schnell wachsenden US-amerikanischen Technologiegruppe Actuant, die im Geschäftsbereich „Electrical“ ca. 400 Million US\$ umsetzt.

„Auf Draht sein ohne Draht“ mit Kopp „Free-control Security“: Die Markteinführung der Home Security-Komponenten von „Free-control“ rundet das Kopp-Funksystem für die Hausinstallation ab



eine interessante Alternative anbieten, mit dem er sich am Markt differenzieren kann: Eine hohe Markenbekanntheit durch „80 Jahre Erfahrung und Tradition in der Elektrotechnik made in Germany“, attraktive Spannen, und eine Menge frischer und unkonventioneller vertrieblicher Ansätze – es lohnt sich allemal, mit uns zu sprechen.



**ElektroWirtschaft:** *Entgeht dem Elektro-Handwerk durch Ihre Präsenz in Baumärkten nicht beträchtlicher Umsatz?*

**Ender:** Diese Frage stellt sich eigentlich nicht: Die Baumärkte führen seit langem ein breites Sortiment an Elektromaterial und haben sich längst als feste Größe etabliert, ganz unabhängig davon wer die Märkte letztendlich beliefert. Im Unterschied zu anderen Marktakteuren, die das Baumarktgeschäft passiv betreiben, nutzen wir die Potenziale dieses Kanals bewusst, um Zusatzumsatz auch für das Handwerk zu generieren. Beispiel „Free-control“, unser innovatives Funksystem: Der Baumarkt führt hier die Standard-Komponenten zum Schalten und Dimmen. Will der Kunde mehr, etwa eine Funkalarmanlage oder Rauchmelder mit einbinden, wird er in der Gebrauchsanweisung und auch auf unserer Homepage auf das Fachhandwerk

verwiesen. Darüber hinaus sind die Überschneidungen der Sortiment so wieso eher marginal...

**ElektroWirtschaft:** *Wo liegt die Trennungslinie zwischen Baumarkt- und Großhandelsprodukten?*

**Ender:** Die Trennungslinie ergibt sich fast automatisch: Erklärungsbedürftigkeit, Preisniveau, Verpackungsart, Kaufgewohnheiten und andere Parameter entscheiden ganz natürlich darüber, über welchen Kanal unsere Produkte den Kunden erreichen. Produkte, die in beiden Kanälen vertrieben werden, sind deswegen eher die Ausnahme und spielen im Gesamtgeschehen eher eine untergeordnete Rolle. Produkte für den Profibereich erkennt man an der speziellen „Kopp professional“-Verpackung oder dem speziellen „Kopp professional“-Signet.

**ElektroWirtschaft:** *Im welchen Preissegment will Kopp sich positionieren?*

**Ender:** In der „Mitte“ sind nicht nur in der Politik die größten Potenziale. Erstaunlicherweise, und das ist im internationalen Vergleich eine absolute Anomalie, tummeln sich im deutschen Markt fast alle Marken im Premium-Segment. Dies hat letztlich auch dazu geführt, das die viel beschworenen sog. „Mehrwertkonzepte“ der Branche auch nur bedingt fruchten: Vereinfacht gesagt, werden die Produkte und Systeme von Premium-Marken für einen Premium-Preis vermarktet. Für Otto Normalverbraucher Häuslebauer bedeutet das in vielen Fällen: statt Wohnkomfort die 08/15-Standardinstallation, die sein Budget gerade noch erlaubt. Kopp positioniert sich ganz klar im mittleren Segment – wir wollen mit dem Fachhandel und dem Handwerk dieses brachliegende Potenzial erschließen – etwas pathetisch und Augen zwinkernd könnte ich auch sagen, den Markt für gute Elektroinstallationsprodukte etwas „de-

mokratisieren“. Kurz gesagt: Wir bieten funktionelle, preislich attraktive Produkte in guter Qualität für ein Marktsegment, das heute am dreistufigen Vertrieb weitgehend vorbei läuft.

**ElektroWirtschaft:** *Wo sehen Sie als Hersteller Ihre Kernkompetenz?*

**Ender:** Ganz klar im Bereich Schalter & Steckdosen. Kopp zählt hier, insbesondere in Deutschland und Österreich, eindeutig zu den Marktführern. Auch heute schon fertigen wir den größten Teil unserer Schalterprogramme in Deutschland. Im Rahmen unserer neuen „Kopp Europe“-Strategie werden wir darüber hinaus die gesamte Schalterproduktion an unserem Firmensitz in Kahl am Main konzentrieren. Um den Kern „Schalterprogramme“ gruppieren sich dann die ergänzenden Sortimentste: Dimmer, Bewegungsmelder, Funklösungen, Türkommunikation, etc. – hier folgen wir der im Markt bewährten Sortimentslogik.

**ElektroWirtschaft:** *Die Light+Building 2008 war der Startschuss für die konkrete Umsetzung Ihres Konzepts. Was ist seitdem geschehen?*

**Ender:** Die Zahl der in einem Jahr umgesetzten Maßnahmen ist - insbesondere auch dank unseres neuen Fachhandels-Verkaufleiters Frank Säger, der zeitgleich mit mir zu Kopp gestoßen ist - wirklich sehr beachtlich:

Die Verkaufsbereiche Fachhandel, Industrie und OEM wurden unter einer Führung zusammengefasst. Wir haben zwei zusätzliche Regionalleiter „installiert“, mit unseren Handelsvertretern neue Gebietsabgrenzungen und zeitgemäße Vertretungsregelungen getroffen, einen neuen Fachhandelskatalog und eine neue Fachhandelsverpackung etabliert, den Verkauf mit attraktiven, fachhandelsgerechtem Promotion- und Marketingmaterial ausgestattet und, und, und... Wie man sieht, haben wir wieder sehr viel „Fachhandel im Kopp“!