

Nachgefragt

„Wir bekennen uns klar zu Markenwerten“

Seit der Verleihung des Markenpreises „Elmar“ im Dezember 2008 hat sich bei Elektrotechnik Kaya im sauerländischen Kirchhundem viel getan. Im Juni dieses Jahres wurde der neue 400 m² große Neubau mit Showroom offiziell eingeweiht. Im Gespräch erläutert Geschäftsführer Adem Kaya dieses Projekt und sein klares Bekenntnis zu Markenprodukten.

Ein moderner Neubau, wie Sie ihn realisiert haben, ist mit hohen Kosten verbunden. Wie kam es dazu, dass Sie sich für diese große Investition entschieden haben?

Adem Kaya: Die räumlichen Kapazitäten in unserem alten Gebäude haben einfach nicht mehr ausgereicht. Mit der Fertigstellung des neuen Firmengebäudes haben wir nun endlich mehr Platz. In unserem neuen Showroom können wir die technischen Möglichkeiten und die neuesten Produkte für unsere Kunden erlebbar machen. So hat der Kunde die Möglichkeit, sich ganz genau auszusuchen, was er haben will und sich mit den Produkten vertraut zu machen. Insgesamt verfügen wir jetzt über eine Fläche von 400 m². Das bedeutet mehr Lagerfläche und einen größeren Werkstattbereich. Beides ermöglicht uns, nun auch größere Aufträge zu bearbeiten. Die Besucher unserer großen Eröffnungsfeier waren ausnahmslos begeistert. Die Investition hat sich in jedem Fall gelohnt.

Worauf haben Sie bei der technischen Ausstattung der neuen Räumlichkeiten besonderen Wert gelegt?

Kaya: Von Anfang an war klar, dass der Neubau nur mit den neuesten Produkten ausgestattet wird. Es sollte ein modernes und repräsentatives Gebäude entstehen, das unsere Kompetenz und unseren hohen Qualitätsanspruch widerspiegelt. Für die technische Ausstattung haben wir daher ausschließlich Produkte von Markenherstellern verwendet. Darüber hinaus haben wir uns dem zukunftsweisenden Thema der erneuerbaren Energie angenommen und eine Wärme-

pumpe in Verbindung mit einer Fußbodenheizung sowie eine Photovoltaikanlage in den Neubau integriert.

Sie legen großen Wert auf Markenhersteller. Warum kommen Noname-Produkte für Sie nicht in Frage?

Kaya: Weil ich auf ein Markenprodukt vertrauen kann. Vor allem geht es dabei um Funktion und Sicherheit. Gutes und durchdachtes Design, Service und Zuverlässigkeit spielen ebenfalls eine entscheidende Rolle. Bei Noname-Produkten kann ich da nicht sicher sein, und in den meisten Fällen lässt hier auch der Service vom Hersteller zu wünschen übrig. Unsere Kunden setzen hohes Vertrauen in unsere Kompetenz und damit stehen wir ja auch in der Verantwortung. Fehlerhafte oder minderwertige Produkte können wir uns gar nicht leisten. Zudem kann man bei den Markenherstellern immer mit einem hervorragenden Service rechnen.

Ihrer Meinung nach ist die Verwendung von Markenartikeln also die entscheidende Voraussetzung für Qualität und Sicherheit. Wie erklären Sie Ihren Kunden den Preisunterschied zwischen Noname- und Markenprodukten?

Kaya: Markenprodukte sind innovativ, technisch ausgereift und haben ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis. Denn mittel- bis langfristig gesehen sind sie durch ihre hohe Qualität und hervorragende Verarbeitung einfach die bessere Entscheidung. Das ist vielen Kunden gar nicht bewusst. Bei Noname-Produkten ist der Kauf zunächst vielleicht günstiger, doch gibt es hier später oft Probleme durch Qualitätsmängel oder fehlende Nachkaufmöglich-



Der moderne Neubau spiegelt die Kompetenz und den Qualitätsanspruch des Kirchhundemer Unternehmens wider



Durchtrennten gemeinsam mit Yasemin und Adem Kaya feierlich das Band zur Eröffnung des neuen Firmengebäudes: Michael Grobbel (re.), Bürgermeister von Kirchhundem, und Unternehmer Walter Mennekes (li.) Fotos: Elektrotechnik Kaya

keiten. Ich empfehle unseren Kunden daher immer, sich lieber gleich für etwas Ordentliches zu entscheiden. Bei sichtbaren technischen Betriebsmitteln, wie etwa Schaltern, Steckdosen oder Sensoren, fragen Kunden mittlerweile auch schon selbst nach Produkten bekannter Markenhersteller. Bei Produkten für die Elektroinstallation, die in der Wand oder im Schaltschrank verschwinden, ist das Markenbewusstsein allerdings noch nicht so ausgeprägt.

Im Dezember 2008 hat die Initiative „Elektromarken. Starke Partner“ Sie mit dem Markenpreis „Elmar“ ausgezeichnet. Was bedeutet dieser Preis für Sie?

Kaya: Wir bekennen uns klar zu Markenwerten und verstehen uns selbst als Marke. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit unseren Kunden zusammen und versuchen immer, die individuell beste Lösung zu finden. Die Auszeichnung mit dem „Elmar“ ist für uns wie ein Qualitätszeichen, das wir in unserem Internetauftritt, auf unseren Fahr-

zeugen sowie auf sämtlichen Geschäftsunterlagen einsetzen. Die Arbeit der Elektromarken-Initiative finde ich sehr wichtig. Im Nachhinein hat uns der „Elmar“ noch einmal richtig Schwung und Selbstbewusstsein für unser Neubauprojekt gegeben, denn die Auszeichnung hat uns bestätigt, dass wir mit unserer Philosophie zu den Besten der Branche gehören.

Viele Leser werden sich jetzt fragen, wie sich ein Elektroinstallationsbetrieb als Marke verstehen kann. Können Sie das noch einmal näher erläutern?

Kaya: Das ist ganz einfach: Unsere Kunden erwarten von uns fachmännisch einwandfreie und qualitativ hochwertige Arbeit. Dabei wollen sie sich auf uns verlassen können. Genau diese Anforderungen werden auch an eine Marke gestellt. Als Marke bieten wir unseren Kunden eine Orientierungsmöglichkeit und positionieren uns als verlässlicher Partner im Bereich der Elektrotechnik. Wir müssen uns wiederum auf unsere Produkte und deren Hersteller verlassen können und

greifen daher ausschließlich auf Produkte von Markenherstellern zurück. Dabei muss jedes Produkt zunächst mich selbst überzeugen, bevor wir es bei einem Kunden einsetzen. Wichtige Kriterien für meine Beurteilung sind hier vor allem der Mehrwert für den Kunden, ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, die kundenorientierte Bedienerfreundlichkeit sowie eine schnelle und langfristige Verfügbarkeit. Fachspezifische Prüfungen und Zertifizierungen setze ich natürlich voraus.

Wie schätzen sie Ihre geschäftlichen Perspektiven zurzeit ein, und was sind Ihre Pläne für die Zukunft?

Kaya: Ausgehend von der aktuellen Auftragslage schätze ich die

Entwicklung mittel- bis langfristig positiv ein. Wir werden uns neben der herkömmlichen Gebäudeinstallation zukünftig verstärkt mit erneuerbaren und regenerativen Energien, wie etwa Wärmepumpen und PV-Anlagen, beschäftigen. Ein Geschäftsfeld von „morgen“ wird vor allem der Bereich Gebäudeautomation (KNX) sein. Zudem ist im Moment das Thema Energieeinsparung sehr aktuell. Gerade in unserer Branche ist es wichtig, heute schon daran zu denken, was morgen sein kann und sich immer über die neuesten Produkte und technischen Möglichkeiten zu informieren. Wer das nicht tut, verliert in der heutigen Zeit ganz schnell den Anschluss.

„Elmar“ – der Markenpreis der Elektrobranche

Im Rahmen des alljährlich stattfindenden „Markenforums der Elektrobranche“ wurde im Dezember 2008 erstmalig der Markenpreis „Elmar“ verliehen. Mit der Auszeichnung werden besonders herausragende Beispiele für markenbewusstes Handeln im Elektrohandwerk gewürdigt. Die Verleihung des Preises ist ein weiterer Beitrag der Initiative „Elektromarken. Starke Partner“ zur

Stärkung des Markenbewusstseins im Elektrohandwerk. Elektrohandwerker und -betriebe, die sich in besonderer Weise für das Thema Marke engagieren oder bereits engagiert haben, konnten sich für den Markenpreis bewerben. Den Gewinnern winkt neben der „Elmar“-Trophäe ein attraktives Gewinner-Paket mit individuell abgestimmten Maßnahmen in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Werbung. Der „Elmar“-Newcomer, für den sich Nachwuchsbetriebe bewerben konnten, ist zudem mit 10000 Euro Preisgeld dotiert.

Die Initiative „Elektromarken. Starke Partner“ ist ein Zusammenschluss von 18 deutschen Markenherstellern für Elektroinstallationstechnik. Gemeinsam setzen sie sich für mehr Markenbewusstsein in der Elektrobranche ein. Ein jährliches Highlight bildet das „Markenforum der Elektrobranche“, ein Branchentreff, zu dem sich Vertreter aus Elektrogroßhandel, Elektrohandwerk und Industrie sowie von Verbänden und Institutionen zum gemeinsamen Austausch zusammenfinden.



Mit dem „Elmar“ noch einmal richtig Schwung bekommen: 2008 erhielten Yasemin und Adem Kaya – hier zusammen mit Laudator Jon Christoph Berndt (rechts) – die Auszeichnung der Initiative „Elektromarken. Starke Partner“

Foto: C. Meyer

Mehr Innovationen: Moeller wird Eaton.



Innovationen von Moeller bleiben im Sortiment – die von Eaton kommen einfach hinzu.

Moeller ist Teil der Eaton Corporation, eine neue Größe in der Elektrotechnik entsteht. Schalten, Schützen, Steuern, Überwachen und Antreiben: Was Moeller auszeichnet, bleibt – und wächst. Es wird zudem ergänzt um ein Portfolio, das nur ein internationaler Konzern bieten kann. Von unterbrechungsfreier Stromversorgung bis zu UL/CSA-konformer Industrieautomation erweitert sich das Lösungspotenzial für Moeller-Kunden. Moeller wird Eaton: Freuen Sie sich auf ein durchgängiges Sortiment von der Steckdose bis zur Mittelspannung – aus einer Hand, weltweit verfügbar.

EATON

Powering Business Worldwide

MOELLER 

An Eaton Brand