



ep im Gespräch mit dem Schupa-Management (v.l.n.r. Peter Hasenberg, Geschäftsführer; Michael Persy, Leiter Vertrieb & Marketing; Roland Lüders, ep-Redakteur, und Achim Lohmann (Leiter Produktmanagement))

Interview

Traditionsmarke Schupa meldet sich zurück

Mit schupa geriet vor zwei Jahren ein Traditionsunternehmen der Elektrobranche in die Krise. Nach Veränderung der Besitzverhältnisse – Schupa ist zu

100% Bestandteil der Gewiss-Gruppe – haben sich wesentliche Dinge verändert. Hinzu kam eine Erweiterung der Produktpalette, so dass man heute in Schalksmühle optimistisch in die Zukunft schaut.

ep-Redakteur Roland Lüders sprach mit der Unternehmensleitung über die Zukunft der Marke Schupa.

ep: Viele unserer Lesern haben die Entwicklung von schupa mit Sorge verfolgt. Auch die Unsicherheit im Elektrogroßhandel war sehr groß. Wie sieht die Situation Ihres Unternehmens heute aus?

Hasenberg: Vor der Unternehmenskrise waren wir einer der Marktführer in Deutschland, was den Verkauf von FI-Schutzschaltern betrifft. Sie haben es ja bereits angesprochen, dass die Verunsicherung bei unseren Partnern in Handwerk und Handel groß war. Eine Elektroinstallation ohne den Namen schupa konnte sich niemand so recht vorstellen. Natürlich ging es hier auch um Umsätze, die bisher mit der Marke schupa gemacht wurden. Heute haben wir uns neu aufgestellt und unter dem Dach unserer Muttergesellschaft Gewiss eine sichere Basis für die Zukunft gefunden. All unseren Partnern, die uns in der schweren Übergangszeit die Treue gehalten haben, möchte ich hiermit recht herzlich danken.

ep: Wer sind diese Partner?

Hasenberg: 80% unserer Partner im Elektrogroßhandel haben in der Zeit der Krise abgewartet und führen die Geräte von Schupa weiter in ihrem Programm. Und wir haben unseren Vertrieb neu organisiert: Unsere neuen Vertretungen sind etabliert und sie konnten auf einen immensen Vertrauensvorschuss aufbauen.

ep: 80 Prozent ist eine gute Basis, aber sie wollen doch bestimmt wachsen!

Persy: Natürlich wollen wir das! Wir setzen hierfür vor allem auf zwei Dinge. Die erste Säule sind innovative und qualitativ hochwertige Produkte. Darüber hinaus unterstützen wir die Vermarktungskraft unserer Partner mit aktiven Marketinghilfen.

ep: Wie sieht diese Unterstützung aus?

Persy: Wir haben z. B. eine Kundenzeitschrift ins Leben gerufen, die unter dem Namen „schupa aktuell“ über gelungene Projekte und neue Produktideen informiert. Diese Referenzen schicken wir neben unseren Kunden in Handwerk und Handel auch an EVU und Behörden sowie Architekten und Planer. Wenn die

Entscheider am Bau gut informiert sind über die Leistungsfähigkeit moderner Elektrotechnik, profitiert auch das Handwerk davon.

Eine weitere wichtige Marketingunterstützung ist die Generierung von Mehrwert als Verkaufsunterstützung und das Schnüren von nutzenoptimierten Bedarfspaketen.

ep: Was kann man sich unter nutzenoptimierten Bedarfspaketen vorstellen?

Persy: Eine Informationsserie läuft gerade zum Thema Beleuchtungssteuerung. Hier werden bedarfsgerechte Verpackungseinheiten gebildet, z.B. Beleuchtungssteuerung für 1 Klassenzimmer. Darin ist ein elektronisches Vorschaltgerät, ein Lichtsensor und ein Steuerungsmodul für den Reiheneinbau enthalten. Wir bieten also zusammen mit dem Handwerk keine reinen elektrotechnischen Komponenten an, sondern stellen unseren Kunden Problemlösungen vor, die mit Hilfe dieser nutzenoptimierten Bedarfspakete realisiert werden.

ep: Ich möchte auf die erste Säule, die innovativen Produkte, zurückkommen. Was bietet schupa hier?

Lohmann: Eine wichtige Innovation ist der FI-Schutzschalter mit Selbstüberwachung. Auf der Light & Building in Frankfurt haben wir damit für große Aufmerksamkeit gesorgt und viele Anregungen bekommen, die bereits in die Weiterentwicklung des Produktes fließen. Darüber hinaus stellen wir ein weitaus größeres Sortiment zur Verfügung.

So bieten wir heute auch Verteilerschränke, Leuchten, Installationskanäle und sogar Steckdosen und Schalter an.

ep: Wie kam es zu dieser Sortimentserweiterung?

Persy: Die Erklärung ist einfach und heißt Gewiss. Unsere italienische Muttergesellschaft verfügt über eine breite Produktpalette, die in Deutschland von schupa vertrieben wird. Heute bekommen Sie bei schupa nicht nur elektrotechnische Einzelkomponenten sondern elektrotechnische Systemlösungen.

ep: Ich danke Ihnen für das Gespräch. ■