



## 175 Jahre Werkzeugfabrik

Der Werkzeughersteller Cimco, Remscheid, gehört zu den führenden europäischen Anbietern von Handwerkzeugen und Befestigungstechnik für die Elektrotechnik. In diesem Jahr feiert das Familienunternehmen sein 175-jähriges Firmenjubiläum. ep sprach mit **Harold Quirl**, geschäftsführender Gesellschafter bei Cimco, aus diesem besonderen Anlass über Vergangenes und Zukunft des Remscheider Unternehmens.

**ep:** Herr Quirl, skizzieren Sie kurz die Historie Ihres Unternehmens.

**Harold Quirl:** 1827 ließ sich der Kleinschmied Christian Müller in Remscheid nieder und legte den Grundstein für eine Zangenmanufaktur. Sein Sohn Carl Julius Müller kreierte aus seinen Initialen den Markennamen Cimco.

Heute führen wir das nach wie vor selbstständige Familienunternehmen in der sechsten Generation. Zangen sind auch heute ein Schwerpunkt unserer Produktpalette, im Laufe der Jahrzehnte hat sich unser Angebot jedoch zu einem Werkzeug-Vollsortiment für die Elektrotechnik und Elektronik entwickelt.

**ep:** In Ihrer Region gibt es eine bemerkenswerte Anhäufung von Werkzeugherstellern. Welchen Grund hat das?

**Harold Quirl:** Remscheid liegt im Bergischen Land, das von Wald- und Wasserreichtum geprägt ist.

Dies waren seinerzeit die Voraussetzungen für die Metallbearbeitung in Hammerschmieden, von denen wir im Raum Remscheid, Wuppertal und Solingen noch heute zahlreiche haben. Ein ähnliches Bild finden Sie übrigens auch im Thüringer Wald, weshalb diese beiden Regionen zu den traditionellen Hochburgen der deutschen Werkzeugindustrie zählen.

**ep:** Natürlich hat sich seit den Ursprüngen Ihres Unternehmens vieles verändert. Was glauben Sie erfuhr den gravierendsten Wandel?

**Harold Quirl:** Vor über 100 Jahren sprach niemand von einer Unternehmensphilosophie, aber implizit wurde das Leitbild aller Betriebe zu dieser Zeit geprägt durch eine produkt- und fertigungsdominierte Sichtweise. Alle unternehmerischen Bemühungen strebten die Verbesserung der Produktqualität und die Mechanisierung an. Dies sind heute selbstverständliche Grundvoraussetzungen für jeden erfolgreichen Hersteller. Heute steht bei Cimco eindeutig die Problemlösung für den Kunden im Vordergrund, seien es technische Anforderungen des Anwenders an unsere Werkzeuge oder Marketingkonzepte für den Wiederverkäufer.

**ep:** Cimco sieht sich im deutschen Elektrogroßhandel als Marktführer für Handwerkzeuge. Worauf führen Sie den Erfolg zurück?

**Harold Quirl:** Ich sehe im wesentlichen drei Faktoren: Eine durchgängig hohe Produktqualität, ein möglichst breites Angebotssortiment sowie Merchandising.

**ep:** Was verbirgt sich konkret hinter diesen Faktoren?

**Harold Quirl:** Unbedingte Voraussetzung für den nachhaltigen Markterfolg von



① Sie führen das Traditionsunternehmen: die drei Geschäftsführer der Cimco-Unternehmensgruppe (v. l. n. r.: Joachim Quirl, Achim Ebbinghaus und Harold Quirl)

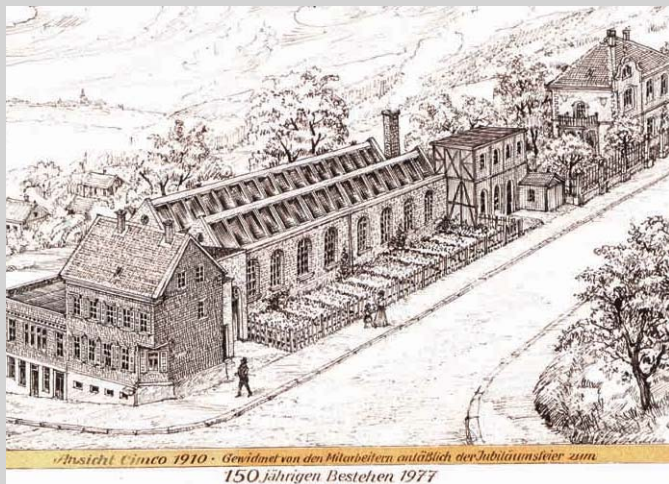
Cimco ist zunächst das sehr hohe Qualitätsniveau unserer Produkte.

Wir vertreiben unsere Werkzeuge ausschließlich über den einschlägigen Fachgroßhandel, wir liefern also weder z. B. in Baumärkte noch in den Do-it-yourself-Verbandhandel. Somit werden unsere Produkte vom professionellen Anwender in Handwerk und Industrie eingesetzt. Um hier den harten Anforderungen auch im Dauereinsatz genügen zu können, zählen Funktionalität, Ergonomie, Sicherheit und Langlebigkeit jedes einzelnen Werkzeugs in besonderem Maße.

Die beiden anderen Erfolgsfaktoren „Sortimentsbreite“ und „Merchandising“ erklären sich aus unserer größten Kundengruppe, dem Elektro-Fachgroßhandel.

Die Produktgruppe Handwerkzeuge gehört beim Elektrogroßhandel nicht zu den Kernsortimenten. Sie macht durchschnittlich etwa 0,3 bis 0,5 Prozent des Gesamtumsatzes mit Installationsmaterial inklusive Kabel und Leitungen aus.

Für den Elektrogroßhändler macht es wenig Sinn, dieses Randsortiment auf eine Vielzahl von Lieferanten zu splitten. Gerade in der heutigen Zeit, in der viele



② Der Standort der Cimco-Werkzeugfabrik in Remscheid hat eine lange Tradition...



③ ... und zählt heute zu den modernen und innovativen Unternehmen am Standort

Elektrogroßhändler in einer wirtschaftlich angespannten Lage stehen, streben diese eine Bedarfsbündelung im Sinne des „one-stop-shoppings“ an, um mit weniger Lieferanten die Prozesskosten in Verwaltung und Logistik zu senken und Konditionenvorteile zu erzielen.

**ep:** *Und was bedeutet dies für Cimco?*

**Harold Quirl:** Wir präsentieren uns unserem Fachhandelskunden als der „Alles-aus-einer-Hand“-Lieferant. In unserem Katalog finden Sie aktuell fast 3 000 Standardwerkzeuge, weitere 2000 Sonderartikel sind zum größtenteils lagervorrätig. Wir kennen keinen Anbieter mit einer vergleichbaren Werkzeugpalette mit allen Spezialitäten für den Elektrobereich!

**ep:** *Und diese Werkzeugvielfalt wird in Ihrem Unternehmen gefertigt?*

**Harold Quirl:** Nein, das wäre bei der Unterschiedlichkeit der Produkte nicht möglich. Wir produzieren viele unserer Werkzeuge in Remscheid – sonst dürften wir nicht als Werkzeugfabrik firmieren. Ein großer Teil wird aber von uns nur entwickelt und im Sinne der verlängerten Werkbank bei externen Spezialisten gefertigt.

**ep:** *Wie stellt Cimco die angesprochene Produktqualität dann sicher?*

**Harold Quirl:** Natürlich haben auch wir ein zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem, und in Bezug auf unsere Vorlieferanten ist langjährige partnerschaftliche Zusammenarbeit der beste Qualitätsgarant. Wir dürfen mit Stolz feststellen, dass über 95 % unserer nicht eigenproduzierten Handwerkzeuge „Made in Germany“ sind, was nach wie vor ein Gütesiegel ist.

**ep:** *Als dritten Erfolgsfaktor sprachen Sie das Merchandising an. Würden Sie dies auch kurz erläutern?*

**Harold Quirl:** Es ist verständlich, dass der Elektrogroßhandel bei Randsortimenten wie z. B. Handwerkzeugen nicht alle Kraft in die aktive Vermarktung stecken kann. Folglich nimmt Cimco eine umfassende Vorvermarktung wahr und stellt dem Fachhandel professionelle Verkaufsförderung mit allen Instrumenten des modernen Marketings zur Verfügung. Es gilt, dem Händler möglichst viel Arbeit und Risiko abzunehmen.

**ep:** *Cimco setzt also auch in Zukunft auf den dreistufigen Vertrieb über den Fachgroßhandel?*

**Harold Quirl:** Ein uneingeschränktes „Ja!“. Der persönliche Kontakt unserer Kunden zum Anwender unserer Werkzeuge sowie die Kernkompetenzen des Handels – Distribution und Beratungsservice – können durch keinen noch so gut gemachten Versandhauskatalog oder Internetshop ersetzt werden.

**ep:** *Welche Chancen auch auf zukünftige Markterfolge sehen Sie für die Cimco-Werkzeugfabrik?*

**Harold Quirl:** Trotz der bauwirtschaftlichen Misere in Deutschland, die wohl noch einige Jahre anhalten wird und die gesamte Elektrobranche strapaziert, sieht Cimco optimistisch in die Zukunft. Wir haben den Einstieg in neue Anwendungsbereiche wie z. B. Daten-Netzwerk-Technik gefunden, mit sehr aufmunternden Ergebnissen. Auch im Ausland haben wir hervorragende Expansionsmöglichkeiten. Unser Exportanteil liegt bei ca. 20 %, also deutlich unter dem Durchschnitt der deutschen Werkzeugbranche. Ich bin überzeugt, dass die Cimco-Werkzeugfabrik ihren Wachstumstrend in den kommenden Jahren fortsetzen wird.

**ep:** *Herr Quirl, danke für das Gespräch!*