



16 Das Branchenportal Voltimum präsentierte sich zur Light+Building auf dem ep-Forum in Halle 8

Voltimum mit Zuwachs

Mit Fachvorträgen und online-Demonstrationen präsentierte Voltimum, das europäische Internetportal für die Elektroinstallationsbranche, erstmals die Leistungsfähigkeit und die Eigenschaften seines neuartigen Produktkatalogs (Bild 16).

Die Fachmesse light+building 2002 bildete den Auftakt für die Markteinführung des Portals in Deutschland. Mit Vorträgen im Elektropraktiker-Forum in Halle 8, mit Online-Demonstrationen an den Terminals, Gewinnspielen und Interviews sowie breiter Präsenz auf den Ständen der Partnerunternehmen wurde das Fachpublikum über die „erste @dresse der elektroinstallation“ informiert. Der Zuspruch an den fünf Pressetagen zeigte deutlich, dass der Ansatz von Voltimum vielversprechend ist.

Über die sieben Gründerfirmen ABB, Legrand, Nexans, Osram, Philips, Pirelli und Schneider electric hinaus konnte Voltimum zur Light + Building weitere Partner aus Industrie und Elektrogroßhandel gewinnen und damit seinem Anspruch, ein Branchenportal für die Elektroinstallation zu werden, ein Stückchen näher kommen. Partner von Voltimum sind heute die Hersteller Hager Tehalit, Phoenix Contact, Stiebel Eltron und Zumtobel Staff, der Elektrogroßhandel Rexel sowie die Großhandelskooperationen Deha, Eltkontor und Fegime.

Mit zwei dieser neuen Partner führte der ep während der Light + Building ein Interview (siehe Kasten).

INTERVIEW

Starke Marken werden zu starken Partnern

Mit Stiebel Eltron und der Großhandelskooperation Deha haben sich zwei wichtige Marken der Elektrobranche zu einer Zusammenarbeit mit dem Branchen-Portal Voltimum entschlossen. ep führte mit dem Verkaufsleiter von Stiebel Eltron, **Karlheinz Reitze**, und dem Marketingleiter der Deha Elektrohandelsgesellschaft, **Heinrich Thye**, ein Interview und fragte nach den Erwartungen, die beide Unternehmen mit dem Engagement bei Voltimum verbinden.

ep: Was hat Sie bewogen, eine Partnerschaft mit Voltimum einzugehen?

Reitze: Wenn sich so wichtige Hersteller zusammenschließen, um ein Branchen-Portal wie Voltimum anzuschließen, hat das eine gewisse Sogwirkung. Wenn Marktführer zusammen arbeiten, können sie etwas bewegen in einer Branche. Überzeugt hat uns auch der internationale Ansatz von Voltimum. Wir als Stiebel Eltron erzielen heute 80% unseres Umsatzes in Deutschland. Voltimum kann uns beim Wachstum in anderen europäischen Ländern unterstützen, da es in allen wichtigen europäischen Märkten eine spezifische Präsenz von Voltimum gibt.

Thye: Auch für die Deha ist der europaweite Ansatz sehr interessant. Viele unserer Mitglieder sind bereits europaweit aktiv. Wir können nun unsere Leistungsfähigkeit im Verbund mit anderen starken Marken gezielt in diese Märkte kommunizieren. Für unsere Kunden im In- und Ausland ist es wichtig über

aktuelle Neuheiten informiert zu sein. Mit Voltimum haben sie unter einer einzigen Adresse alle wesentlichen Informationen gesammelt parat. Das schafft einen entscheidenden Vorteil für unsere Kunden und das ist wichtig für uns.

Reitze: Wir sehen in Voltimum auch eine Chance, den dreistufigen Vertrieb zu optimieren. Der elektronische Katalog von Voltimum wird einen Großteil der benötigten Produkte für die Elektroinstallation abbilden. Alle nötigen Informationen an zentraler Stelle zu bekommen, wird Elektroplaner und Elektroinstallateure wesentlich bei ihrer Arbeit unterstützen. Hinzu kommt die Anbindung an den Elektrogroßhandel. Hier können Bestellvorgänge beschleunigt werden. Funktionalitäten wie Order-Tracking führen darüber hinaus zu mehr Transparenz bei der täglichen Arbeit.

ep: War es für Sie ein Problem, dass Ihr Unternehmen möglicherweise mit Wettbewerbern auf dem Portal ist?

Reitze: Nein, überhaupt nicht. Wie in der wirklichen Welt, sitzen in unserer Branche alle Marken im gleichen Boot. Gemeinsam können wir den Markt mit neuen Innovationen nach vorne bringen. Ein gutes Beispiel hierfür ist die neue Energieeinsparverordnung.

Hier haben viele Hersteller und das Elektrowerk gearbeitet, um bei der Politik eine gerechte Lösung durchzusetzen, welche elektrische Systeme nicht ins faktische „Aus“ treibt.

Solche Anstrengungen kann man nur gemeinsam unternehmen, wenn sie von Erfolg gekrönt sein sollen. Ein Portal wie Voltimum ist zudem nur ein Abbild der Wirklichkeit. Die Kundenbindung an Marken besteht aber nicht im Virtuellen sondern ist real.

ep: Wo sehen Sie die Grenzen bzw. die Ergänzung zwischen Ihrem eigenen Internetauftritt und den Aktivitäten von Voltimum?

Thye: Voltimum bündelt neben den Katalogdaten, die wir ja auch vorliegen haben, interessante Zusatzangebote, die wir in der Form nicht anbieten können. Vorteilhaft ist hierbei auch die Medienpartnerschaft mit Ihrer Fachzeitschrift. Hierzu zähle ich u. a. Schulungsangebote und Servicedienstleistungen. Ständig aktuelle Informationen erhöhen den Anreiz, ein Portal wie Voltimum zu besuchen. Der Inhalt einer Internetseite ist entscheidend und hier räumen wir Voltimum gute Chancen ein.

Reitze: Auch wir sehen Voltimum als Ergänzung unserer eigenen Aktivitäten im Internet. Auf unserer Homepage werden wir sicher nicht einen so breit gefüllten Katalog wie Voltimum anbieten, aber wir tragen durch unser Know-how dazu bei, dass Voltimum ein breites Spektrum an Fachinformationen für die Elektrobranche anbieten kann. **ep:** Wir danken für das Gespräch.



ep im Gespräch mit Voltimum und seinen neuen Partnern Stiebel Eltron und Deha (v.l.n.r.: **Karlheinz Reitze**, Verkaufsleiter Stiebel Eltron, **Roland Lüders**, Redaktion ep, **Heinrich Thye**, Marketingleiter der Deha Elektrogroßhandelsgesellschaft und **Elmar Ender**, Geschäftsführer von Voltimum Deutschland)