

# i-fidelity.net

## Interview mit Martin Klaassen, Geschäftsführer von IDC, dem deutschen Vertrieb von Q Acoustics.

**i-fidelity.net:** Herr Klaassen, Sie vertreiben primär Produkte englischer Hersteller. Inwieweit sind Sie beziehungsweise Ihre Lieferanten vom Brexit betroffen?

**Martin Klaassen:** Der Brexit schwebt natürlich wie ein Damokles-Schwert über vielen englischen Marken. Es ist ja nicht nur der Wechselkurs, der zu extremen kaufmännischen Anstrengungen führt. Die Kosten innerhalb Englands werden kurz- oder mittelfristig explodieren. Teilweise hat man dort Waren noch zu früheren Wechselkursen importiert und war bislang nicht zum Handeln gezwungen. Neue Importe von Fertigprodukten oder auch von Bauteilen verteuerten sich inzwischen aber um über 20 Prozent. Somit werden diese Preisentwicklungen ganz schnell zu dramatischen Verteuerungen in England und im englischen Export führen. IDC hat da vorgesorgt, wir beziehen 99 Prozent aller Waren zu Euro-Kursen. Somit sehe ich dieser Entwicklung gelassen entgegen.

**i-fidelity.net:** Q Acoustics hat sich einen Namen mit hochqualitativen Lautsprechern, die zudem günstig sind, gemacht. Mit der Concept 500 kommt jetzt ein ausgewachsener High-End-Schallwandler auf den Markt. Was ist da passiert?

**Martin Klaassen:** Genau genommen: gar nichts. Auch die Concept 500 ist ein qualitativ hochwertiger Lautsprecher zu einem günstigen Preis. Letztendlich ist das Preis-Leistungsverhältnis maßgebend, und da ist Q Acoustics in meinen Augen unschlagbar. Das beweisen wir mit der Concept 500 ganz besonders. Und diesen Beweis anzutreten, war Q Acoustics wichtig, und auch ich finde ihn mehr als gelungen. Hochwertigste Audio-Qualität bezahlbar gemacht zu haben, macht uns dabei ganz besonders stolz.

**i-fidelity.net:** Dürfen wir Sie als erfahrenen Branchenprofi ganz offen fragen, wie eigentlich das Erfolgsverhältnis zwischen Produkt- und Vertriebsqualität aussieht?

**Martin Klaassen:** Das ist eine gute Frage. Leider wird sie viel zu selten gestellt. Letztendlich geht es um zufriedene, begeisterte Kunden. Das beste Produkt nutzt ja nichts, wenn der Weg zum »Verbraucher« nicht funktioniert. Für den Vertrieb ist es wichtig, zusammen mit dem zur Beratung fähigen Fachhandel Verbrauchern Pakete anzubieten, welche diese begeistern und zum Kauf veranlassen. Wenn jedoch der Endkunde Sinn und Funktion eines Fachhändlers nicht erkennen kann, dann hat nicht nur der Fachhandel, sondern auch der Vertrieb verloren. Somit ist der Vertrieb dafür verantwortlich, für die jeweiligen Produkte den Vertriebspartner zu autorisieren, welcher die Verbindung vom Endverbraucher zum Produkt so herstellen kann, dass der Kunde auch zu einem begeisterten Produktnutzer wird. Wir unterstützen unsere Fachhändler dabei mit besonderem Engagement. Nur wenn diese gemeinsame Aufgabe erfüllt wird, kann ein Vertrieb als Einheit mit seinen Fachhändlern auch erfolgreich sein.

**i-fidelity.net:** Unsere Einkaufsgewohnheiten haben sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Sehen Sie den Online-Vertrieb eher als Chance oder als Bedrohung und ist er überhaupt für hochwertige Audio-Produkte möglich?

# i-fidelity.net

**Martin Klaassen:** »Der Kunde ist König«, hab' ich in meinem ersten Job als Auszubildender im Einzelhandel gelernt. Daran hat sich bis heute nichts verändert. Die Frage ist vielmehr, wer oder was ihn König sein lässt. Auch ein realer König hat viele Berater um sich herum. Wenn der Wunsch nach etwas Bestimmtem geweckt ist, wird der Wunsch nach Beratung auch geweckt. Da setzt das Thema Online als Allererstes an. Google hat 24 Stunden geöffnet. Und das nutzen wir doch heute alle, denke ich. Einfach, schnell und – ok, nicht immer gut. Das gilt grundsätzlich für alle Arten von Produkten. Je hochwertiger und emotionaler ein Produkt wird, desto schwieriger ist es jedoch, im Web zufriedenstellende Antworten zu finden. Aus Erfahrung und vielen Gesprächen mit Endkunden weiß ich, dass der persönliche Kontakt und das »Anfassen« trotz aller Online-Informationen eine große Rolle spielen. Für hochwertige Audio-Produkte wird Online eine immer größere Rolle spielen, klar. Allerdings nur, um vorinformiert zu sein. Ein wirklich qualifizierter Fachhändler wird hier weiterhin unersetzlich sein. Auch da hilft IDC Klaassen seinen Fachhändlern, indem wir auf unserer Webseite eine direkte Verbindung zu unseren Kunden herstellen. Online ist, richtig genutzt, für qualifizierte, beratungsfähige Händler keine Bedrohung, sondern ein unterstützendes Medium.

**i-fidelity.net:** Wo und wie kann ich eine Concept 500 erleben und wie wird sichergestellt, dass der Händler das große Potential des Lautsprechers abrufen kann?

**Martin Klaassen:** Da sind wir wieder bei meinem roten Faden. Wir achten bei der Autorisierung eines Wiederverkäufers für Concept 500 besonders darauf, dass es sich auch um einen beratungsfähigen Fachhändler handelt. Das Vergleichsumfeld, das Ambiente und das Fachwissen müssen passen. Die Vorführmöglichkeit mit der Bereitschaft, den Lautsprecher bei einem Kauf auch beim Endkunde aufzustellen, sind grundsätzliche Anforderungen. Wir werden jeden einzelnen Händler in persönlichen Gesprächen über die Besonderheiten und Vorteile der Concept 500 beraten. Denn nur wenn das oben erwähnte Paket dem Endkunden auch komplett zur Verfügung steht, wird er auch eine positive Entscheidung treffen. Wo? Diese Information steht online zur Verfügung. Ich gebe aber zu, dass wir alle bei IDC auch immer noch sehr gerne mit Lieferanten und unseren Händlern telefonieren.