

## „Verlässlich verbunden“

HellermannTyton ist international bekannt als Zulieferer einer großen Bandbreite verschiedener Systemlösungen für die Elektroinstallation. Im Gespräch erläutert Stephan Jungermann, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb, was die Integration der Marke Relicon in das große Kabelmanagement-Produktportfolio bedeutet.

**ElektroWirtschaft:** *HellermannTyton bietet bereits ein sehr großes Produktsortiment. Warum haben Sie die Marke Relicon im vergangenen September übernommen?*

**Stephan Jungermann:** Wir haben Relicon schon sehr lange beobachtet. Die Marke hat sich innerhalb kurzer Zeit einen sehr guten Ruf erarbeitet – insbesondere durch ihre hochwertigen Produkte. Ziel war es, unser Produktportfolio zum Isolieren und Schützen von Kabeln und Leitungen zu vervollständigen. Mit hereingespielt hat allerdings auch der Enthusiasmus des Relicon Verkaufsteams. Dieser Spirit und die Motivation des Teams passen sehr gut zu HellermannTyton. Durch den starken Markenauftritt von Relicon, gepaart mit der Vertriebsstärke von HellermannTyton, ergeben sich tolle Synergien. Es ist eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten,

nicht zuletzt für unsere Kunden in der Elektroinstallation.

**ElektroWirtschaft:** *Wie weit sind Sie mit der Integration von Relicon gekommen?*

**Stephan Jungermann:** Zunächst mal ist es mir wichtig zu sagen, dass die Marke Relicon erhalten bleibt – als Produktfamilienname unter der Dachmarke HellermannTyton. Die Relicon-Verkaufsmitarbeiter rund um Herrn Losen und das Produktmanagement haben von uns Stellenangebote erhalten. Unsere gesamte Außendienstmannschaft verkauft jetzt die Produkte in Deutschland und den Niederlanden. Entsprechende Lagerbestände haben wir aufgebaut. Die Produkte sind inzwischen komplett in unserem medienübergreifenden Datenbanksystem angelegt. Das oberste Ziel ist es, sämtliche Daten in 19 verschiedenen Sprachen publizieren zu können. Das Bereitstellen von strukturierten Daten, unter anderem ETIM 5.0, ist dabei natürlich von großer Bedeutung. Unsere Elektrogroßhandelspartner sind mit den entsprechenden Produktdaten versorgt.

**ElektroWirtschaft:** *Welche Schritte verfolgen Sie, um den Ausbau der Relicon-Produkte zu unterstützen?*

RELICON by HellermannTyton

Fotos: HellermannTyton



Stephan Jungermann, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb der HellermannTyton GmbH

**Stephan Jungermann:** Zunächst steht für uns in diesem Jahr eine tiefere und bessere Erschließung des deutschen Marktes im Vordergrund. Ralf Losen, als Business Development Manager verantwortlich für das Relicon Portfolio und ausgewiesener Kenner des Marktes, prüft darüber hinaus die genauen technischen Anforderungen der Gießharze und Gele in anderen Ländern und plant ihre schrittweise Einführung dort in den nächsten Jahren. Relicon ist für uns nicht ein rein deutsches, sondern ein europäisches Thema. Im Kernmarkt Deutschland ist Relicon für uns ein sogenanntes „Platinum-

produkt“ – verbunden mit entsprechend hohen Investitionen in die Produktvermarktung. Zugleich überzeugen wir das Elektrohandwerk von den Vorteilen des Produktportfolios. Hierfür organisieren wir mit unseren Großhandelspartnern zahlreiche Demonstrationstage. Zudem sind unsere Promotionsfahrzeuge bereits mit dem kompletten Produktsortiment deutschlandweit im Einsatz.

**ElektroWirtschaft:** *Auf der Light + Building boten Sie den „ProfiCheck“ an? Was war dabei das Ziel?*

**Stephan Jungermann:** Unter der Flagge der HellermannTyton-Academy, unser Wissenszentrum, das wir letztes Jahr ins Leben gerufen haben, wollten wir den Praxisbezug noch näher zum Kunden bringen. Wir haben den „ProfiCheck“ auf allen unserer Messeauftritten in diesem Jahr geplant, damit die Standbesucher unsere Produkte direkt in der Praxis ausprobieren können und so die Anwendungs- und Nutzenvorteile erkennen.

**ElektroWirtschaft:** *Wurden Ihre Erwartungen an die Light + Building erfüllt?*

**Stephan Jungermann:** Es war eine tolle und sehr dynamische Messe, unsere Erwartungen wurden mehr als erfüllt. Unser Fokus auf das Vergießen von Relicon-Verbindungsgarnituren wurde fantastisch angenommen. Dieses „Handson“-Erlebnis kam beim Messepublikum sehr gut an. Probieren geht eben über studieren! Damit alle Interessenten die Installationsvorgänge bequem verfolgen konnten, wurden diese auf einer großen Videowand am Stand live übertragen.

**ElektroWirtschaft:** *Wie entwickelt sich das HellermannTyton-Geschäft?*

**Stephan Jungermann:** Unser Geschäft entwickelt sich sehr positiv. Im letzten Jahr haben wir unseren weltweiten Umsatz auf 708 Millionen Euro steigern können. Das sind fast 110 Millionen

Euro mehr, als im Vorjahr. Wir sind ein weltweit agierendes Unternehmen mit inzwischen 4.200 Mitarbeitern – davon 750 in Deutschland. In Nordamerika, Asien und Europa konnten wir unsere Umsätze deutlich ausbauen. Schwieriger entwickelt sich der Markt in Südamerika. Wir investieren Jahr für Jahr sehr viel in die Entwicklung von neuen Produkten und fokussieren uns dabei auf Systemlösungen und auf kundenspezifische Anwendungen. Unser Produktportfolio entwickelt sich daher ebenfalls sehr positiv.

Zurzeit sind wir dabei, die dritte Werkserweiterung an unserem deutschen Standort in Tornesch zu bauen. Wir vergrößern dort unsere Logistikfläche um weitere 6.600 m<sup>2</sup> und bauen zusätzlich 5.400 m<sup>2</sup> Bürofläche an, die auch Praxisräume der HellermannTyton-Academy umfassen wird. Dort kann vor Ort mit den Produkten in Theorie und Praxis gearbeitet werden. Dies ist einerseits wichtig für die Weiterqualifikation unserer Mitarbeiter, aber natürlich insbesondere auch als Schulungsangebot für unsere Kunden gedacht. HellermannTyton hat mittlerweile weltweit 15 Fertigungsstätten. Wir haben 2015 in Polen und in Korea neue Fabriken aufgebaut. Außerdem entwickeln wir aktuell in Indien einen neuen Standort.

**ElektroWirtschaft:** *Welche Unternehmensstrategie verfolgen Sie aktuell? Sind weitere Übernahmen denkbar?*

**Stephan Jungermann:** Die sind durchaus denkbar, sofern wir Erweiterungsbedarf bei uns feststellen. Wir beobachten die Marktentwicklungen sehr genau und reagieren entsprechend, wenn es Handlungsbedarf gibt.

**ElektroWirtschaft:** *Welche Rolle spielt für Sie in Zukunft der dreistufige Fachvertrieb?*

**Stephan Jungermann:** Der dreistufige Vertrieb hat für uns immer eine zentrale

Rolle gespielt und wird für uns immer wichtiger. Da wir, neben dem Handwerk, auch im Industriegeschäft stark vertreten sind, helfen wir unseren Großhandelspartnern sich in diesem Markt stärker zu etablieren. Wir arbeiten sehr eng und vertrauensvoll mit unseren Partnern im Elektrogroßhandel zusammen.

**ElektroWirtschaft:** *Wo liegen Ihre Kernmärkte?*

**Stephan Jungermann:** Wir fokussieren uns stark auf das Handwerk, den allgemeinen Maschinenbau, erneuerbare Energien, die Luftfahrtindustrie, Land- und Baumaschinenteknik, Schienenfahrzeuge und Infrastruktur. Für diese Märkte haben wir jeweils eigene Key-Account-Teams, die vor Ort für die notwendigen Zulassungen und Einlistungen sorgen. Die Abwicklung wird dann mit unserem Vertriebsteam im Fachgroßhandel koordiniert. Über diesen Weg versuchen wir, unseren Großhandelspartnern die Möglichkeit zu geben, direkt in die OEM-Belieferung hineinzukommen.

**ElektroWirtschaft:** *Welche Bedeutung hat für Sie der zunehmende Digitalisierungsprozess?*

**Stephan Jungermann:** Ein Thema das natürlich in aller Munde ist. Wir beobachten hier insbesondere das Thema Industrie 4.0, hier sehen wir tolles Potential für HellermannTyton. Unsere Kernkompetenz liegt grundsätzlich auf Produkten rund um das Thema Kabelmanagement. Solange Kabel und Leitungen benötigt werden, wird es auch die Notwendigkeit geben, diese zu bündeln, zu schützen, zu verarbeiten, zu verbinden und zu Kennzeichnen. Der Trend hin zur intelligenten Gebäudetechnik und Industrie 4.0 erhöht die Nachfrage für durchdachte Kabelmanagementsysteme.



Video