

ROBOPOLIS DEUTSCHLAND & ÖSTERREICH-GF S. KLEIN & VL/ML C. LANG IM E&W-GESPRÄCH

Erklärung & Zugeständnis

2008 importierte Sebastian Klein den ersten iRobot Roomba nach Deutschland und Österreich. Heute ist iRobot in Österreich Marktführer bei Saugrobotern. „Um dieser tollen Entwicklung ein Gesicht zu geben“, wie Robopolis-GF Sebastian Klein im E&W-Exklusivgespräch formuliert, wurde letztes Jahr eine eigene Robopolis-Niederlassung in Österreich gegründet - österreichischer Vertriebsleiter ist Christoph Lang. E&W sprach mit den beiden über das „Exklusivprodukt“ Saugroboter, über das Geschäft mit der Bodenpflege, über Österreich als Markt und über Fachhandelstreue. Letzteres wird von Robopolis ja laut eigenen Angaben hochgehalten. Das Vorgehen des Unternehmens in letzter Zeit lässt manchen Fachhändler jedoch daran zweifeln ... Klein und Lang erklären sich im E&W-Interview und kündigen dabei eine „Wiedergutmachung“ an - exklusiv für den FH.

TEXT: Stefanie Bruckbauer | FOTOS: S. Bruckbauer, iRobot | INFO: www.elektro.at

Der Markt bzw. das Geschäft in Österreich entwickelt sich toll für iRobot: „Wir sind seit letztem Jahr einer von vier Herstellern mit doppelstelligem Marktanteil am Bodenpflegegesamtmarkt und wir sind Nummer 1 bei Saugrobotern. Um dieser Entwicklung ein Gesicht zu geben und um die von uns gesetzten Ziele in einem immer härter werdenden Wettbewerbsumfeld zu erreichen, lag es nahe, hier eine eigene Niederlassung zu gründen - mit festen Mitarbeitern mit einer klaren strategischen Aufgabe“, erläutert Klein&more- bzw. Robopolis Chef Sebastian Klein gegenüber E&W.

EXTREM FRAGMENTIERT

Die Bodenpflege ist ein extrem fragmentiertes Feld, wie der Hamburger Sebastian Klein sagt: „Es gibt nicht viele Branchen, in denen sich so viele Marken tummeln – stationär und online. Das macht es dem Endkunden nicht leicht. Und auch die A-Marken haben es nicht leicht, ihre Technologien und die Unterschiede zu kommunizieren.“ Da habe es Robopolis im Segment Robotik noch leichter - „weil das Produkt Staubsaugerroboter einfach deutlich komplizierter ist als ein normaler Schlittenstaubsauger. Trotzdem ist es auch nicht ganz einfach für uns, denn wer sich heutzutage alles Roboter schimpft ... es gibt mittlerweile einige Anbieter von Saugrobotern, aber nur wenige funktionieren wirklich.“ Man könne sich anhand der vielen Onlinerevisionen diesbezüglich laut Klein ein gutes Bild machen und auch an den Abverkaufszahlen würde man sehr gut sehen: „Es gibt aktuell eigentlich nur drei ernstzunehmende Saugrobotermarktteilnehmer. Das sind wir mit iRobot, dann Miele und zuletzt der Preiseinstieg für Leute, die nicht gleich ein paar hundert Euro und mehr für ihren ersten Saugroboter ausgeben bzw. sich mit der



Die deutsch-österreichische Robopolis-Spitze: GF Sebastian Klein (li.) & Österr.-Vertriebsleiter Christoph Lang mit dem aktuellen iRobot Highend-Modell Roomba 980 im Hintergrund.

Kategorie erst anfreunden wollen.“ Natürlich gibt es laut Klein auch andere „honorige“ Saugroboter-Marken, z.B. aus Korea. „Diese Marken decken meist ein unheimlich breites Produktportfolio ab, legen den Fokus aber nicht so stark auf Saugroboter. Dabei wäre das speziell bei einem stark erklärungsbedürftigen Produkt wie einem Saugroboter so wichtig, um erfolgreich sein zu können. Dazu kommt: Einige dieser Marken tun sich bei Hausgeräten generell schwer, in Europa Fuß zu fassen und aus diesen Gründen sind sie hier im Saugroboter-Markt kaum existent.“

ZWIESPALT

Nach oben endet die iRobot Roomba Saugroboterrange aktuell mit dem Modell Roomba 980. Dieser gilt – u.a. auf Grund der App-Steuerung - als Highend-Saugroboter von iRobot und ist seit Ende letzten Jahres erhältlich – in Österreich allerdings (und das ist der einzige Wermutstropfen) nur in der Großfläche,

spricht bei Media Markt und Saturn. Dieser Umstand stößt den Elektrofachhändlern sauer auf, wie man u.a. den Kommentaren auf elektro.at entnehmen kann: „Den ganzen Fachhandel seit sechs Monaten vom Vertrieb völlig auszuschließen und immer weiter zu verträsten, obwohl die kleinen Händler es waren, die sich als erstes über dieses Produkt trauten, spricht Bände (...) Wahrscheinlich dürfen wir dann im Herbst den 980er verkaufen, wenn die MSB den Nachfolger bekommt ...“, so der Kommentar von „Mittlerer Händler“, der die Stimmung im FH recht gut auf den Punkt bringt.

Die Entscheidung, Media-Saturn exklusiv mit dem Vertrieb des Roomba 980 zu betrauen, können viele nicht nachvollziehen. Immerhin gelten die Roombas 980 als sehr beratungsintensive, vorführbedürftige Produkte, was in der landläufigen Meinung nicht ganz zu Media-Saturn passt. Darüber hinaus betont das Unternehmen Robopolis immer seine hohe Fachhandelstreue ...

Die Gründe sind komplex, wie Klein und der österreichische VL Christoph Lang auf die Frage nach dem „Warum“ erläutern: „Das war eine kaufmännische Entscheidung. Wir haben bei bestimmten Preispunkten die Möglichkeit, den Fachhandel und die Großfläche vernünftig mit eigenen Produkten zu positionieren. Das ist gang und gebe in unserer Branche. Das Problem ist: Speziell bei hochtechnologischen Produkten ist es als Hersteller kaum möglich, zwei oder drei Produkte auf ein und denselben Preispunkt herauszubringen.“ Das Unternehmen Robopolis, das ja mit einem zweistufigen selektiven Vertriebssystem arbeitet, musste sich also die Frage stellen, wer denn für den Vertrieb des Roomba 980 grundsätzlich qualifiziert ist. Klein: „Das sind in unserem Fall einzelne Fachhändler und die Media-Saturn. Der Onlinekanal ist für unsere Stufe 1, also den höchsten Vertriebsvertrag, nicht qualifiziert, denn es ist eine physische Verkaufsstelle und ein signifikanter Umsatz vor Ort Voraussetzung, um den 980er zu verkaufen.“ Anmerkung: Ein „signifikanter Umsatz vor Ort“ bedeutet gemäß EuGH-Urteil, dass der Händler mindestens 30% seines Bodenpflegeumsatzes stationär erzielen muss. Damit möchte iRobot den stationären Handel und die Beratungsleistung unterstützen.

Als es letztes Jahr um den Vertrieb des 980ers ging, hat Robopolis natürlich auch mit den großen Elektrokooperationen in Österreich gesprochen, wie Klein erzählt: „Wir haben eine wirklich exzellente Beziehung zu Red Zac und Expert. Wir sind dabei sehr ehrlich zueinander, was die Einschätzung des Geschäftes und die Möglichkeiten betrifft. Was das Modell 980 angeht, gab es nur ein grundlegendes Problem: Die Kooperationen können strategisch und finanziell nicht für ihre Mitglieder unterschreiben. Soll heißen: Die Kooperationen können – bei allem Respekt – Dinge nur vorbereiten. Umsetzen muss es schlussendlich der Fachhändler, und vor allem für kleinere Fachhändler ist es nicht leicht, unsere Vorgaben zu erfüllen. Im Gegensatz zu einem Großformat wie Media-Saturn, das gewisse verbindliche Zusagen machen kann. Das war unser Dilemma und der Grund, warum wir uns zuerst für Media-Saturn als exklusiven Vertriebskanal entschieden haben.“ Was dann noch dazu kam: „Wir wurden vom Erfolg des 980er völlig überrannt. Wir sahen ja in den Jahren zuvor bei anderen Marken, dass sich Roboter um die 1000 Euro nicht durchsetzen. Wir hatten richtig Respekt und einfach nicht mit dieser hohen Nachfrage gerechnet!“, so Klein, und Lang ergänzt:

„Es wurde zu wenig produziert und das, was produziert wurde, ging zuerst auf den amerikanischen Markt. Das heißt, wir hätten gar nicht die Möglichkeit gehabt, beide Kanäle, also Großfläche UND Fachhandel, zu bedienen.“

WIEDERGUTMACHUNG

Robopolis möchte das nun wieder gutmachen und wird im Spätsommer 2016 ein eigenes Modell nur und exklusiv für den Fachhandel launchen. Dieses „Fachhandelsmodell“ Roomba 966 ist im Grunde das gleiche Gerät wie der in der Großfläche verkaufte Highend-Saugroboter Roomba 980, allerdings ohne „Tepich Boost“-Funktion und deshalb (mit einer UVP von 899,-) um rund 100 Euro günstiger. Nur zur Erklärung: Dank dieser Teppickerkennungsfunktion erkennt der 980er, wann er sich auf einem Teppich befindet und steigert automatisch die Reinigungs- bzw. Saugleistung. Laut dem Robopolis Austria VL ein zu vernachlässigendes Feature: „Es ist zwar nett, diesen Modus zu haben, zwingend erforderlich ist er aber nicht. Eine günstigere UVP ist da weit attraktiver“, so Lang, der sich diese Meinung auch von Fachhändlern bestätigen ließ. Der VL hat übrigens schon mit vielen Fachhändlern über den bevorstehenden Launch des Fachhandels-Exklusivmodells geredet, wie er sagt, und: „Alle sind begeistert - ob die Einkäufer der Kooperationen oder einzelne Fachhändler selbst.“

ZWEISTUFIG SELEKTIV

Die Roomba 800er- und die 900er-Reihe – also auch das im Herbst kommende Fachhandelsmodell - werden wie erwähnt selektiv vertrieben, wobei beide Serien eigene Verträge haben. Das heißt: Händler, die den 800er verkaufen, sind nicht zwangsläufig für den Verkauf der 900er-Serie qualifiziert. Klein dazu: „Der Vertrag für die 800er stellt auf Grund der Gleichbehandlung von Vertriebskanälen sowohl Kriterien für den Offline- als auch für den Online-Handel dar. Die 900er-Serie muss auf Grund ihres Preispunktes und der Vielzahl an technologischen Themen – wie u.a. der App, der Lithium-Ionen-Akkutechnologie und der kamerabasierten Navigation - vorgeführt werden. U.a., damit die Konsumenten sehen, dass das Gerät wirklich in Bahnen fährt. Deswegen ist eine physische Verkaufsstelle unserer Meinung nach der Ausgangspunkt für den Vertrieb.“ Natürlich dürfen Händler, die neben ihrem stationären Geschäft einen Onlineshop führen, die 900er Modelle dann auch online verkaufen, wie Klein sagt: „Wichtig ist, dass der



Corpus delicti: Der Roomba 980 wird exklusiv über Media-Saturn vertrieben. Der EFH wird aber auch bald sein eigenes exklusives Modell bekommen - den Roomba 966.

Händler dann in beiden Kanälen die Kriterien erfüllt.“

FACHHANDELSTREUE

Robopolis betont immer seine Fachhandelstreue. Robopolis-Chef Klein erklärt auf die Frage, wie es denn darum nun bestellt ist: „Gerade in Österreich haben wir eine Dreiteilung des Marktes: Es gibt den Elektrofachhandel, es gibt die Großfläche mit Media-Saturn – die man auf Grund ihrer Größe und marktbeherrschenden Stellung als Hersteller einfach wahrnehmen muss – und es gibt das Internet. Auf Grund der Anzahl der Fachhändler und der Mannschaftsstärke, wie wir sie in Österreich momentan haben, ist es für eine moderne Markenführung nicht leicht, qualitativ vernünftig vorzugehen. Um unseren bereits bestehenden Kunden eine gute Betreuung und einen guten Service zu bieten, sind wir bedingt durch besagte geringe Mannschaftsstärke aktuell auch sehr zurückhaltend in unserem Marktausbau, der sich speziell in Österreich mit dieser extrem hohen Fachhandelsdichte nicht ganz einfach gestaltet“, erläutert Klein. Soll heißen: Auf Grund des geringen Personalstandes in Österreich kann Robopolis noch nicht ganz so, wie das Unternehmen eigentlich will. Sprich, sich mehr um den Fachhandel kümmern ...

Umso mehr freut es den Deutschen Sebastian Klein, „dass wir dem Fachhandel ab Sommer ein Produkt exklusiv in die Hand geben können, womit er richtig Spaß haben wird. Der Roomba 966 wird dabei preislich attraktiver positioniert sein als der 980. Ich hoffe, wir können dem Fachhandel damit etwas zurückgeben! Denn, grundsätzlich arbeiten wir ja sehr erfolgreich mit dem Fachhandel zusammen, und das wollen wir auch behalten!“