

Ambitionen aus Hamburg

Bekannt sind die Hamburger für ihre nüchterne und zurückhaltende Art. Das verleitet manchen dazu, die darunter versteckten Ambitionen nicht zu bemerken. Das kann einem auch leicht bei der Firma max communication geschehen. Als Satelliten Fachgroßhändler ist das Unternehmen bekannt, aber es steckt mehr dahinter!

Gegründet wurde das Unternehmen 1990 von Thomas Gühlich. Dessen Bruder führt einen erfolgreichen Großhandel mit Computern, und das animierte Thomas Gühlich dazu, einen Großhandel für Satellitenprodukte zu starten. Mit einem kleinen Transporter fuhr

Eingang zum neuen Firmensitz von max communication. Links die Büroräume, und rechts geht es weiter zum Lager



Die beiden Inhaber von max communication: Managing Director Dirk Wittenborg (links), und Thomas Gühlich (rechts), Gründer und Technischer Leiter



Frank Zimnik, Product Manager, hat gut lachen, denn er prophezeit: „2008 wird es losgehen mit HDTV: die Olympischen Spiele und die Fußball-Europameisterschaft werden dafür sorgen“, und er ergänzt: „Natürlich wird es auch von der max communication Fachhandelsmarke ‚Chess‘ einen HDTV-Receiver geben, vielleicht schon im Herbst diesen Jahres.“



Jens Kortekamp, Director Key Account, links im Vordergrund, und Jörn Dreyer, Manager Key Account.



Anrufer bei der max communication Zentrale hören die immer freundliche Stimme von Sonja Scherdin

er nach Italien und kaufte dort Spiegel ein. Aus diesen kleinen Anfängen mit nur wenigen Mitarbeitern wuchs das Unternehmen bis 2004 in einem solchen Tempo, dass es notwendig wurde, die Leitung des Unternehmens zu erweitern. Thomas Guhlich suchte einen strategischen Partner, und fand ihn in der Person von Dirk Wittenborg, der zuvor im Bank- und Consultingbereich tätig war, und die Gelegenheit ergriff, im April 2006 einen 50% Anteil von max communication zu übernehmen. Seitdem führt Thomas Guhlich das Unternehmen in den Bereichen Einkauf, Logistik und Lager, während Dirk Wittenborg für die Bereiche Finanzen, Verkauf und Strategie zuständig ist.

max communication bedient den Satellitenfachhandel. Jens Kortekamp, Director Key Account, nennt das Motto: „One face to the customer“. Das bedeutet in der Übersetzung, dass der Fachhändler am Ort keine weitere Bezugsquelle als max communication benötigt, denn dieser liefert ihm alles, was er für seine Tätigkeit benötigt, von den offensichtlichen Produkten wie Spiegel, LNB und Receiver, bis hin zu Kleinteilen wie Mastschellen und Koaxleitungen. Jens Kortekamp erläutert: „Heute legt sich ein kaufmännisch handelnder Händler kein Lager mehr an, denn dieses bindet Kapital und ist ständig in Gefahr, rasch zu veralten.“ Auch im Handel hat das Just-in-time Prinzip Einzug gehalten, und das bedeutet, der Händler muss sich darauf verlassen können, dass ein Großhändler wie max communication sofort liefern kann, und damit auch alle Produkte ständig in großen Stückzahlen vorrätig halten muss.

Um genau dies zu garantieren, ist max communication im November 2006 in ein neues Firmengelände gezogen. Neben 1000 Quadratmeter Bürofläche - genug, um weiter zu wachsen - umfasst das Lager jetzt 3000 Quadratmeter, im Gewerbegebiet Rellingen im Nordwesten Hamburgs, direkt an der Autobahn A23. Michael Sierakowitz, Marketingmanager, listet auf: „Heute arbeiten 36 Mitarbeiter bei max communication, das reicht von 10 Mitarbeitern im Verkauf über 4 Mitarbeiter im technischen Servicebereich, bis hin zu Product Manager und Director Key Account.“

Das läßt aufhorchen! Jetzt kommen die bislang versteckten Ambitionen zutage. Was macht ein Director Key Accountant? Jens Kortekamp erläutert seine Funktion: „Derzeit liefert max communication zu 70% ins Inland, und 30% gehen in den Export nach Europa. Aber das wollen wir ändern“. Die Funktion von Jens Kortekamp ist es, Kooperationen mit Großhändlern in europäischen Ländern aufzubauen. „max communication hat eine einmalige Erfahrung darin, mit dem Fachhandel zusammenzuarbeiten. Wichtig dabei sind gleichbleibende Qualität, sofortige Reaktion, und Preistreue.“ Hier sieht max communication eine Chance, seine Erfahrungen in weiteren Ländern einzusetzen, und das Qualitätsversprechen von max communication zu exportieren. „Es gibt keinen europaweit tätigen Satellitengroßhandel - nur nationale,“ gibt Jens Kortekamp zu bedenken, und zeigt damit, dass es in diesem Bereich eine Marktlücke gibt, die max communication erschließen will.

Gibt es noch mehr Marktlücken? Wir fragen Frank Zimnik, Product Manager mit vielen Jahren Erfahrung im Satellitengeschäft, und warten gespannt auf weitere versteckte Ambitionen: „max communication hat eigene Marken aufgebaut: die Marke Chess als Fachhandelsmarke, und platinum als Budget und preisaggressive Marke“, startet Frank Zimnik, „aber es geht noch weiter: Wir bieten auch die Premiummarken Topfield im Bereich PVR an, sowie als offizieller Vertriebspartner Alps im Bereich LNB und Vantage im Bereich Receiver.“ Wo führt das hin? „Als europaweiter Anbieter sind wir in der Lage, die Produkte regional- und landestypisch auszustatten, so z.B. Receiver mit Conax für den skandinavischen Markt, oder CI Geräte für den griechischen Markt“. max communication übernimmt hierbei die Adaption der Geräte in Absprache sowohl mit den Zielländern in Europa, wie mit den Herstellern, meist aus China, und kann so zielgenaue Produkte liefern.

Die Ambitionen, europaweit zu liefern, unterstreicht Geschäftsführer Dirk Wittenborg, der uns verrät: „Um die Voraussetzungen für weiteres Wachstum zu schaffen, haben wir unmittelbar nach unserem Umzug im vergangenen



Blick ins Lager: palettenweise Satellitenprodukte

November damit begonnen, die gesamte IT-Infrastruktur zu erneuern und werden dieses Projekt im März mit der Einführung einer vollständig integrierten Unternehmenssoftware abschließen. Im 3. Quartal 2007 geht dann unser neues Shopsystem online: Bestellungen können direkt von Kunden erfasst und bearbeitet werden, und ab dem 4. Quartal werden die Sprachmodule aktiv geschaltet, zunächst für Englisch und Französisch, später dann auch in weiteren Sprachen“.

Bereits mit Erscheinen dieser TELE-satellite Ausgabe wird max communication einen weiteren wichtigen Baustein für den europaweiten Handel aktiv schalten, nämlich die Anbindung an die Factoringgesellschaft Coface, um den Kunden die Möglichkeit der Einkaufsfinanzierung zu bieten. Das bedeutet, dass Kunden, aus welchem europäischen Land auch immer, mit Rechnung beliefert werden können, sofern die Bonitätsauskunft positiv ausfällt.

Das sind überraschend viele und umfangreiche Ambitionen eines Unternehmens, dass sich heute noch als einer der drei großen Satellitenhandelsunternehmen in Deutschland sieht, aber vielleicht schon bald das erste tatsächlich europaweite Handelshaus sein wird. Viel Erfolg dabei!



Die Servicetechniker sind ständig im Einsatz, und bearbeiten telefonische Anfragen oder reparieren defekte Receiver oder Multischalter. Links im Bild Saim Taskiran, in der Mitte Rainer Flemming, und rechts Manfred Schmidt



Mobile Lager werden automatisch verschoben, um mehr Platz zu erhalten. Lagerleiter Hüseyin Kök entnimmt einem der Schiebelaeger einen Satellitenspiegel