

«Das Distanzgeschäft ist wie eine gute Filiale»

23. Juni 2003 - David Recher (Bild), CEO von Computer Express, im Interview mit IT Reseller über das hauseigene Tiefpreismodell, die Absatzstrategie und die weiteren Aussichten des Unternehmens.

Computer Express hat sich den Kampfpreis als wichtigstes Verkaufsargument auf die Fahne geschrieben. Mit Konkurrenzvergleichen überprüft das Unternehmen, ob es seine Zielvorgabe - bei über 50% des Sortiments den günstigsten Preis in der Schweiz anzubieten - einhalten kann.

Wie Chief Executive Officer David Recher im Interview mit IT Reseller aufzeigt, reicht es nicht, sich ausschliesslich auf ein Geschäftsmodell zu verlassen. Neben sieben Filialen betreibt Computer Express auch Versandhandel und Verkauf über Reseller. Neben dem Assembling steuert zudem auch der Verkauf von Komponenten einen wesentlichen Anteil zum Umsatz bei.

IT Reseller: Wollen Sie mit Computer Express (CE) so etwas wie ein helvetischer Michael Dell werden?

David Recher: Über die Kombination aus Assembling und Verkauf schlagen wir sicherlich in eine ähnliche Kerbe wie Dell. So betrachtet könnte man uns schon mit Dell vergleichen. Nur bleiben wir einheimisch - wir verfolgen keine Expansionspläne ins Ausland.

Wie hat sich der Ausstoss bei den Systemen entwickelt?

Seit ich dabei bin, sprechen wir von jährlich 6000 Geräten. Das hat sich bis heute in etwa so gehalten. Es gab aber Schwerpunktsverlagerungen. Mittlerweile machen die Tower-PCs etwa 80% und die Notebooks 20% aus.

Bei Ihrem Management-Buy-out im November 2001 haben Sie die Produktion in Tschechien aufgegeben. Hat der Rückzug keine Folgen für die Kosten gehabt?

Tschechien war noch in der Projektphase, als es zum MBO kam. Die Produktion war erst angelaufen mit ersten Spezialaufträgen. Deshalb hatte der Rückzug weder auf die Produktion noch auf die Kosten in der Schweiz einen Einfluss.

Dennoch stellt sich die Frage, wie CE die Preise auf tiefem Niveau halten kann - bezeichnen Sie sich als fairen Lohnzahler?

Ich bin der felsenfesten Überzeugung, dass wir faire Löhne zahlen. Nur wenn jemand den ultimativen Lohn in Relation zu seiner Ausbildung und zu seinem Marktwert will, kommt er vielleicht eher nicht zu uns. Wir sind aber vor allem auch ein sehr kostenbewusster Betrieb. Wir arbeiten in vernünftigen Strukturen, die bescheiden sind, aber die volle Effizienz gewährleisten.

Das allein wird kaum genügen...

Hinzu kommt sicher auch unsere Einkaufskompetenz. Einen namhaften Anteil unserer Waren importieren wir selbst. Dadurch verfügen wir über ein grosses Einkaufs- und Beziehungsnetz. Wenn die Konditionen besser sind, kaufen wir teilweise auch im Ausland ein, entweder direkt beim Hersteller oder bei einem internationalen Distributor.

Aus Sicht des Herstellers sind dies Grauimporte.

Sagen wir Parallelimporte. Grauimporte klingt so halblegal.

Wie hoch sind die Preisvorteile?

Das ist extrem unterschiedlich und hängt vor allem auch von den Produktgruppen ab. Wenn man bei einem Prozessor 3 bis 4 Franken rausholen kann, ist das bei diesen dünnen Margen viel. Die Bandbreite reicht bis zu 30% Preisvorteil.

CE selbst ist ja eine Mischung aus Assemblierer und Distributor. Können sie beziffern, welche Aktivitäten wie viel zum Umsatz beitragen?

Unser Stammgebiet ist der Retailverkauf. Damit haben wir 1997 angefangen. Über die Jahre stellten wir aber fest, dass verschiedene PC-Shops und kleine IT-Dienstleister einen Teil ihres Hardwarebedarfs über CE decken. So kamen wir, ohne etwas dafür zu tun, automatisch auch zu Resellern. Kurios war, dass sich diese Firmen gar nie nach Wiederverkaufskonditionen erkundigten.

Erst vor einem halben Jahr begannen wir, diesen Bereich gezielter zu kultivieren und entwickelten einen Rahmenvertrag. Wir führten zudem einen Wiederverkaufsrabatt ein, der direkt vom Endkundenpreis abgeleitet wird.

Besteht nicht auch die Gefahr, dass der eigene Direktverkauf zu stark konkurrenziert wird?

Wir schätzen diese Gefahr als gering ein. Wir gehen davon aus, dass der Reseller seinen Kundenstamm bereits aufgebaut hat. Wir haben ja kein sehr dichtes Filialnetz. Der Absatz über Reseller ist eher ein Zusatzgeschäft als ein Verlust von eigenen Marktanteilen.

Wenn Sie den Resellern bereits Händlerrabatt weitergeben, müsste doch auch der Umsatz identifizierbar sein, den CE indirekt macht.

Ja, bei den bereits offiziell unter Vertrag stehenden Resellern können wir das. Es sind in etwa 15%.

Wie viel beträgt der Händlerrabatt?

Das hängt stark von der Umsatzstufe und der jeweiligen Produktgruppe ab. Bei den Halbleitern nimmt sich der Wiederverkaufsrabatt nur symbolisch aus, im tiefen einstelligen Prozentbereich. Bei Geräten, die durch uns assembliert worden sind, liegt er im zweistelligen Prozentbereich.

Sehen Sie denn im Channel mittelfristig mehr Wachstumspotential

als beim Ausbau des eigenen Filialnetzes?

Ich sehe in beidem Potential. Es ist nicht unser Ziel in jeder grösseren Ortschaft mit einer eigenen Filiale präsent zu sein. Vielmehr wollen wir regionale Schwerpunkte setzen und eigene Filialen oder einen Franchisenehmer aufbauen. Im Channel sehen wir das Potential, virtuell unser Filialnetz zu vergrössern, ohne mit dem eigenen Namen vor Ort zu sein.

Gehen wir auf den Umsatzmix ein: Wie viel erwirtschaftet CE mit dem Komponentengeschäft?

Naturgemäss liegt die Anzahl Transaktionen im Komponentengeschäft viel höher – im Vergleich mit fertigen Geräten liegt das Verhältnis in etwa bei 80% (Komponenten) zu 20% (Systeme). Beim Umsatz ist es mit einem Verhältnis von 30 zu 70% beinahe umgekehrt.

Und wie viel Prozent Umsatz macht CE via Distanzgeschäft?

Das Distanzgeschäft ist für uns wie eine sehr gute Filiale. Während wir in Zürich beispielsweise ungefähr ein Drittel des Umsatzes erzielen, trägt das Distanzgeschäft in etwa halb so viel zum Umsatz bei.

Was ist die Strategie hier, wollen Sie die Filialen noch mehr stärken?

Optimal wäre natürlich, wenn wir nur auf dem Distanzgeschäft basieren würden, da wir damit den besten Kostenrahmen hätten. Eine Filiale stärkt aber das Kundenvertrauen und hat Marketingeffekte. Wir gehen von parallelen Strukturen aus mit Schwerpunkten durch die Filialen, dort wo es wirtschaftlich sinnvoll ist und innerhalb von nützlicher Frist die nötigen Umsätze erzielt werden können. Den Rest der Deutschschweiz beliefern wir im Distanzgeschäft.

Mit welcher Umsatzentwicklung rechnen Sie im laufenden Jahr?

Das ist schwierig zu sagen. Man muss berücksichtigen, dass sich in diesem Jahr die wirtschaftliche Situation abermals verschärft hat. Wir sitzen wie andere auch zwischen zwei Bereichen, in denen die Champagnerkorken auch in diesem Jahr nicht knallen: der PC-Markt insgesamt einerseits und der Detailhandel andererseits. Wir sind zufrieden, wenn wir das Umsatzlevel von rund 13 Mio. Franken halten und unsere Strukturen festigen können.

Haben Sie sich persönlich ein Ziel gesetzt, das Sie mit CE erreichen wollen und worauf Sie dann den Hut nehmen?

Nein, das gibt es nicht und mir macht meine Arbeit sehr viel Spass.

Und Sie sind ja noch nicht Multimilliardär geworden wie Michael Dell...

(Lacht) Ja, das ist auch ein Argument.

(Interview: map)