

«Die Zukunft bei Revox ist abgesichert!»

Sept. 1992

A. Knecht, M. Schmid

Viel wurde in der letzten Zeit über das Regensdorfer Traditionsunternehmen Revox geschrieben. Von Schulden in Höhe von 100 Millionen Franken, von Liquidation und gar Konkurs war die Rede. Handkehrum überraschte die bereits totgesagte Revox an der Fera mit einem völlig neuen Anlagenkonzept, das für einigen Wirbel sorgte. Die Verwirrung war daher natürlich gross. Aus diesem Grund galt es, den aktuellen Stand der Dinge in Erfahrung zu bringen. Als Gesprächspartner standen uns der neue Geschäftsführer Dr. Nikolaus Peters (N.P.) sowie Jakob Rohner (J.R.), neuer Marketing Manager von Revox, zur Verfügung.

Herr Peters, der Wirtschaftspressen konnte man in letzter Zeit entnehmen, dass es um Revox nicht sonderlich gut steht. Ihr Auftritt an der Fera zeichnete jedoch ein vollkommen anderes Bild. Was stimmt denn nun wirklich, wie steht's um die Firma Revox?

N.P.: Der Stand der Dinge ist folgender: Im professionellen Bereich, also Studioeinrichtungen und Komponenten für Privat-Radios, sowie im Education-Bereich, den Sprachlabors, haben wir absolut keine Probleme. Was den Konsumenten aber am meisten interessiert und daher auch am stärksten nach aussen gedrungen ist, ist natürlich die Unterhaltungselektronik. In diesem Bereich, der in etwa die Hälfte unseres Umsatzes ausmacht, haben wir schon gelitten. Verantwortlich hierfür waren zum einen Altlasten in Form von sehr teuren Produkten, zum anderen die Marktlage. Insbesondere in jenem Preis-

segment, in welchem wir aktiv sind, ist der Markt doppelt schwierig geworden. Das haben auch unsere Mitbewerber gespürt.

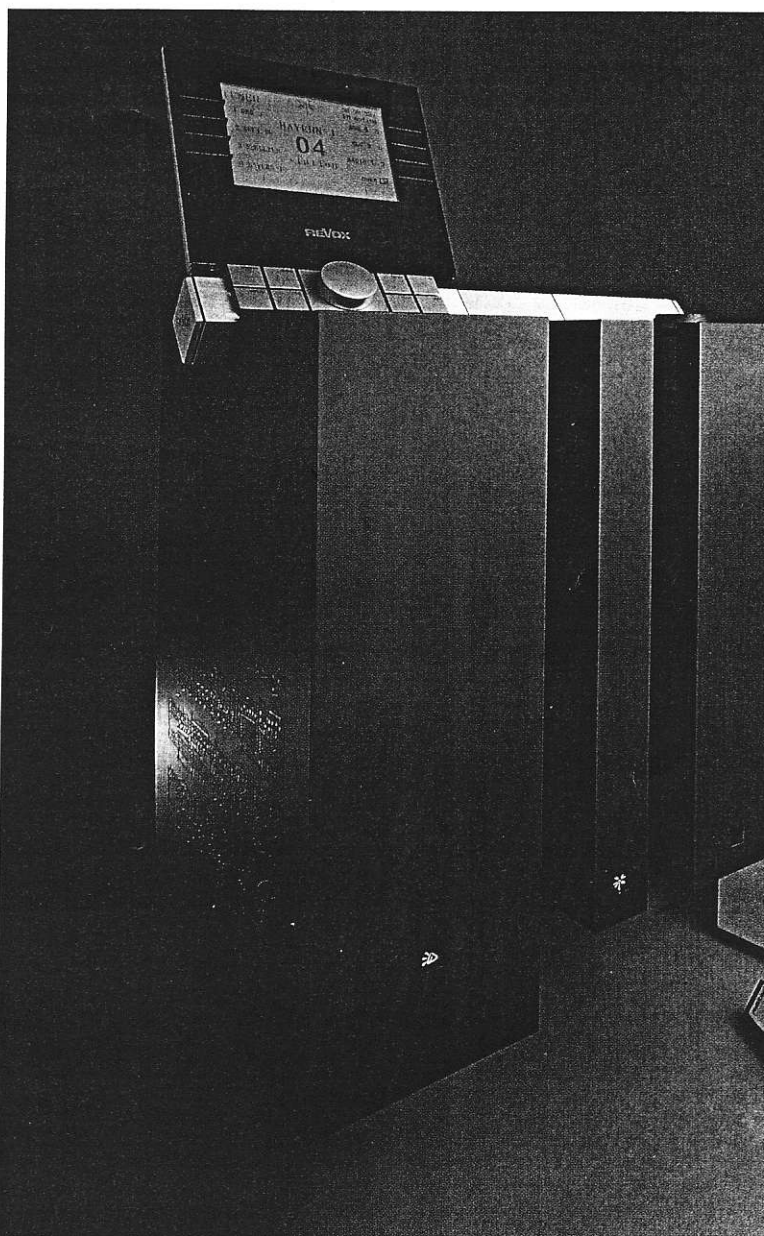
Die Konsequenzen, welche wir aus dieser Marktsituation heraus gezogen haben, sind, dass wir der Marke Revox auf dem Markt eine neue Positionierung geben müssen. Wir werden weiter in unserem angestammten Preissegment, d.h. in der Klasse 8'000 - 12'000 Franken, aktiv sein. Mit neuen Revox Hi-Fi-Systemen gehen wir verstärkt ein Segment weiter unten an (Preisklasse 4'000 - 6'000 Franken), ohne jedoch die schon sprichwörtliche Qualität unserer Produkte zu vernachlässigen. Damit sind Revox-Produkte immer noch «Top of market», ohne jedoch unerschwinglich zu sein.

Im Sommer haben Sie die Preise der H-Serie drastisch gesenkt. Wie ist das beim Handel und den Konsumenten angekommen?

N.P.: Das war einer unserer grössten Erfolge. Die Reaktionen waren weit besser, als wir uns das gedacht hatten. Und dabei sollte man immer bedenken, dass wir mit einem Preis von 5'000 Franken für drei Komponenten im Konsumentenbereich noch immer der teuer-

ste Anbieter waren. Das Ziel, welches wir uns mit dieser Aktion selbst gesteckt hatten, konnten wir um gut 50 % überschreiten.

Sind die Preise der H-Serie denn nun noch realistisch oder lagen sie früher ganz einfach zu hoch?





Nikolaus Peters, der neue Geschäftsführer der Revox.

N.P.: Sie sind realistisch. Wir sind dabei, unsere

Kostenstrukturen zu reorganisieren. Wir müssen «schlanker» werden. Unproduktivität kann man sich heute nicht mehr leisten. Wir mussten mit den Preisen runter, weil der Markt gar keine anderen Preise mehr zulässt. Durch gezielte Kostenstraffung in der Produktion werden wir diese Preise auch über Jahre hinweg halten können. Zudem muss man dabei natürlich die nun möglichen höheren Produktionsstückzahlen mit einbeziehen, die die Kosten wiederum senken helfen.

Wo wird denn heute produziert, und welche Änderungen bzgl. Produktion wurden vorgenommen?

N.P.: Wir produzieren heute an zwei Standorten: in Regensburg und in Löffingen/BRD. Die vorgenommenen Änderungen betreffen zum einen die Streichung von Stellen, die nicht direkt produktiv waren, und zum anderen eine Steigerung der Automation in der Fertigung.

Zur Fera haben Sie die neue Anlage «evolution by Revox» präsentiert. Wie waren die Reaktionen von Seiten des Handels und der Konsumenten?

N.P.: Die Fera war für uns natürlich der Prüfstein für die Akzeptanz unserer neuesten Linie. Für uns war es ganz klar ein Riesenerfolg, und zwar in jeder Beziehung.

Bei uns standen die Leute von der ersten bis zur letzten Minute Schlange, um ein bisschen mit der neuen Anlage spielen zu können. Das haben die Händler natürlich auch mitbekommen, und die Begeisterung des Publikums ist teilweise auch auf sie «übergeschwappt». Die Bestellungen von Seiten der Händler haben uns denn auch positiv überrascht. Wir haben mit der «evolution» 50 % mehr Umsatz erzielt, als je zuvor mit einem neuen Revox-Produkt an der Fera gemacht wurde.

Welche Zielgruppe hatte man denn bei der Entwicklung der «evolution» im Auge?

N.P.: Die neue Anlage ist kein Massenprodukt, und wir hatten auch nicht den klassischen Revox-Käufer im Auge. Die Zielgruppe sind Leute zwischen ca. 25 und 40 Jahren, die eine Anlage suchen, die problemlos auch in den Lebens- bzw. Wohnbereich integrierbar ist. Zudem spricht die äußerst einfache Bedienung besonders Leute an, die sich nicht lange mit Bedienungsanleitungen herum-schlagen wollen.

J.R.: Erfreulich auch – da nicht unbedingt einkalkuliert – war das Echo der



Jakob Rohner, Marketing Manager der Revox.

weiblichen Fera-Besucher, die sich sehr schnell mit dem Design und der Handhabung der Anlage anfreundeten konnten. Wir haben wohl Tests mit weiblichen Personen durchgeführt, dies jedoch noch in einem Prototypen-Stadium. Das ist dann nie so aussagekräftig, wie jetzt an der Fera. Die Akzeptanz der weiblichen Konsumenten unterstützt den Erfolg einer derart designorientierten Anlage natürlich gewaltig.

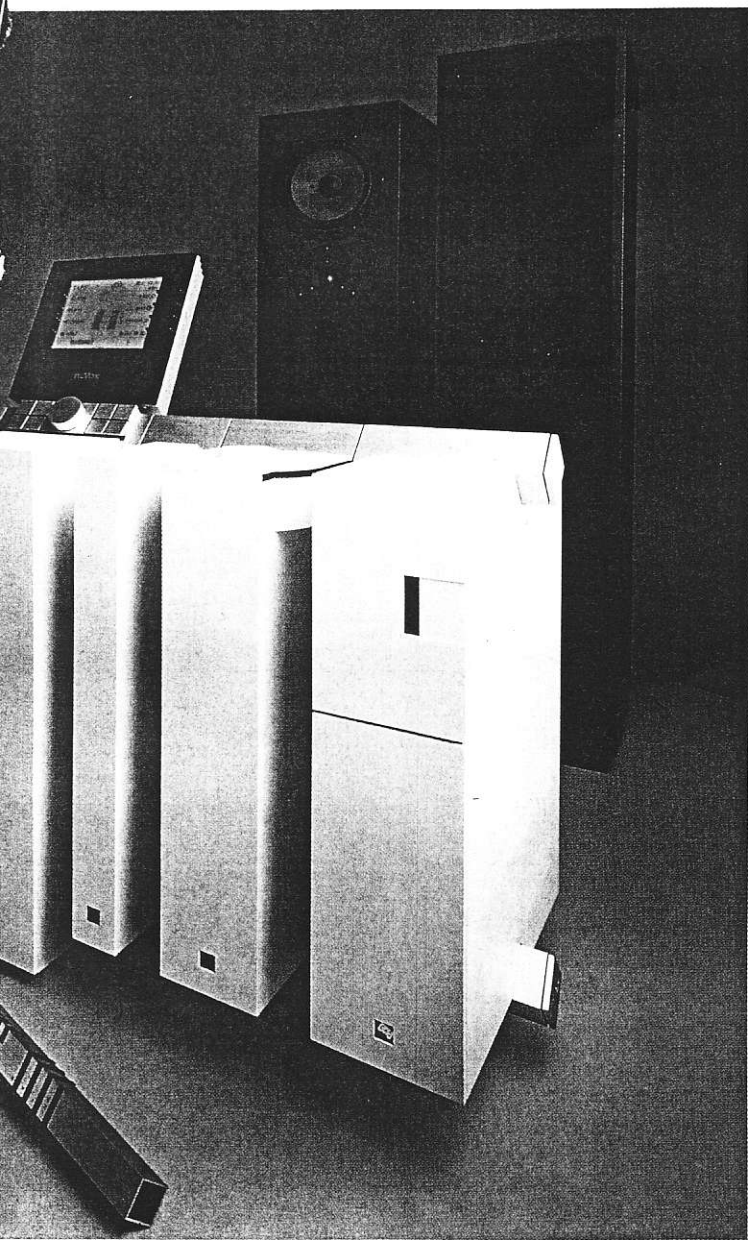
Wann werden denn nun die ersten Anlagen lieferbar sein?

N.P.: Wir werden ab Oktober liefern können und denken übers Weihnachtsgeschäft zwischen 2'000 und 4'000 Anlagen in der Schweiz und in Deutschland abzusetzen.

Das Evolution-System ist ja modular aufgebaut. Welche zusätzlichen Bausteine wird es geben?

N.P.: Die Basis besteht aus Verstärker, Tuner und CD-Spieler, die jeweils mit verschiedenen Lautsprechern kombiniert werden kann. Gleich zu Beginn gibt's selbstverständlich ein Kassetten-Deck und je nach Bedürfnis und abhängig vom Markterfolg sehen wir auch DCC- oder Mini Disc-Geräte als mögliche Bausteine.

J.R.: Ein Punkt scheint mir in diesem Zusammenhang



noch wichtig: Evolution ist natürlich auch Multiroom-tauglich – ein Argument, das zunehmend an Gewicht gewinnt.

Zur Evolution-Anlage gibt es auch einen im Design abgestimmten Fernseher, den wir nach unseren Spezifikationen fertigen lassen.

Stichwort DSR: Revox bietet ja auch einen DSR-Tuner an. Wie ist diese Sache angelaufen?

J.R.: Gut, wir können den letztes Jahr vorgestellten Tuner H7 nun liefern, und da sehr viele Kabelnetzbetreiber das Signal nun aufgeschaltet haben, sind wir hier sehr optimistisch.

Revox hat seit jeher ein breites Lautsprecher-Sortiment. Was kann man aus diesem Bereich erwarten?

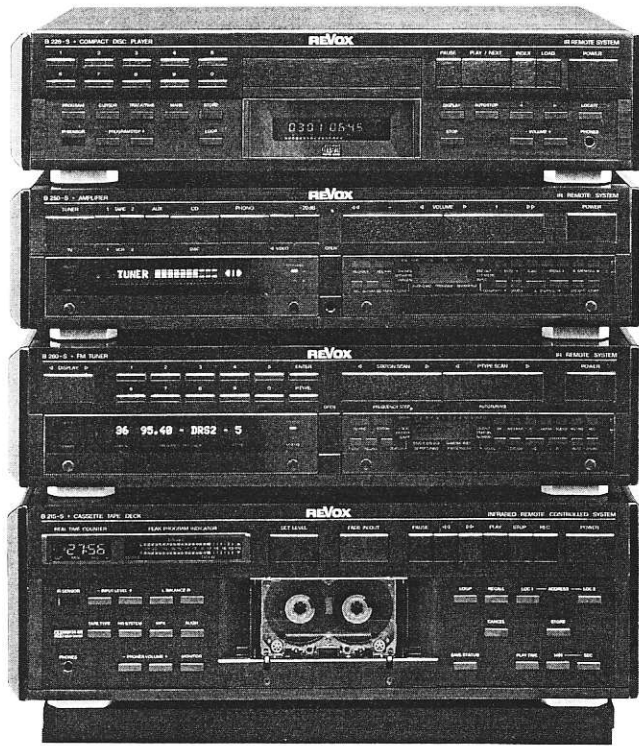
N.P.: Wir waren mit unseren Lautsprechern stets recht erfolgreich, in Deutschland etwas stärker als hier in der Schweiz. Wir werden unser Sortiment etwas straffen, nicht mehr alle Furnier-Lautsprecher anbieten. Desweiteren werden wir vermehrt optische Akzente setzen, d.h. einen Schritt in Richtung Design-Boxen tun. Auf keinen Fall aber werden wir dem Design zuliebe klangliche Abstriche in Kauf nehmen.

Unsere professionellen Monitore leisten auch für den Konsum-Bereich einiges, hier können wir viel vom Know-how profitieren. Eine der Innovationen des nächsten Jahres wird ein Lautsprecher sein, der mehr professionelle Technik beinhaltet als alles, was heute am Markt erhältlich ist.

Also ein aktiver Lautsprecher?

N.P.: Das ist bestimmt richtig.

Revox hat mit den Hornantennen für Satellitenempfang letztes Jahr eine Neuheit auf den Markt gebracht. Wird man diese Sache weiterführen?



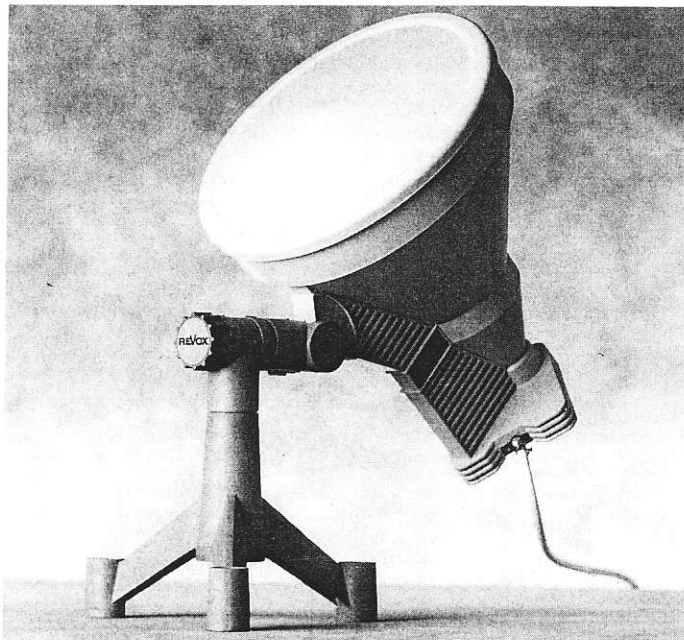
Die Alte darf bleiben: Die E-, S- (s. Bild) und H-Linien werden auch nächstes Jahr im Programm der Revox weitergeführt.

J.R.: Ja, natürlich. Diese Antennen laufen in der Schweiz, in Deutschland und Grossbritannien ausgezeichnet. Die Schweiz ist durch ihren hohen Verkabelungsgrad zwar nicht gerade für Sat-Direktempfang prädestiniert, trotzdem lassen sich die Antennen dank

ihren kompakten Abmessungen sehr gut verkaufen. Diese Produkte werden wir also eindeutig weiterführen.

Welchen Kurs wird Revox 1993 steuern?

N.P.: Nächstes Jahr werden wir die E-, S- und H-Linien



Das Geschäft mit den Hornantennen möchte man bei Revox nicht missen.

weiterführen sowie natürlich die «evolution by Revox». Und eines ist sicher: Zur Fera '93 werden wir etwas vorstellen, das ähnlich innovativ sein wird wie die Evolution-Anlage.

Wir möchten hier nochmals auf den Anfang zurückkommen. In den diversen Artikeln über Revox hat es oftmals geheissen, es sei möglich, dass der UE-Bereich von Revox in einem Jahr nicht mehr existieren werde. Ist man heute schon so weit, dass man sagen kann, dies wird mit Sicherheit nicht der Fall sein?

N.P.: Natürlich! Wir wissen, dass wir einen sehr guten Namen und eine sehr gute Marke haben. Aus den Untersuchungen der letzten Monate ergab sich, dass unsere Marke so tragfähig ist, dass wir in den nächsten Jahren damit weitergehen und Erfolg haben können. Klar ist uns aber auch, dass wir in einzelnen Bereichen noch innovativer werden und noch zielgruppenorientierter vorgehen müssen. Wir werden uns zukünftig immer weniger am Produkt selbst, sondern verstärkt am Markt orientieren.

Unsere Entwickler arbeiten mit «Vollampf» an neuen Konzepten. Niemand bei Revox muss sich über eine etwaige Einstellung des UE-Bereiches den Kopf zerbrechen, das ist heute definitiv.

Und wie stehen Sie zum Handel?

N.P.: Der ist unser wichtigster Vertriebsweg. Mit ihm wollen wir enger zusammenarbeiten, den Dialog vertiefen, ihn optimal betreuen. Wir sind überzeugt, dass der Handel gerade mit Produkten wie den unseren vernünftig verkaufen und Geld verdienen kann.

Besten Dank für Ihre Stellungnahme.

Revox
8105 Regensdorf
Tel. (01) 870 77 11