

Unter der Premium-Produktlinie AdvancedLine by Exact werden die Innovationen vermarktet, hier der Spiralbohrer mit neuartiger Spitze.



Unterscheidet sich der strategische Ansatz auf der internationalen Ebene von dem in Deutschland?

Wie die Zahlen zeigen, bewährt sich unsere Strategie sehr gut in Deutschland. Wir arbeiten hier sehr konzentriert mit großen Kunden aus dem Handelsbereich sowie den Einkaufskooperationen zusammen. Diese bereits seit vielen Jahren vorhandenen, engen Partnerschaften sorgen dafür, dass unsere Produkte den Weg zu den Mitgliedern der Handelsorganisationen und darüber dann zu den Endanwendern finden. Die Konzentration auf den Fachhandel setzen wir auch auf internationaler Ebene um, wobei wir uns zunächst verstärkt auf den Ausbau unserer Präsenz in Europa fokussieren werden. Unsere Aktivitäten, zum Beispiel in Frankreich, zeigen bereits, welchen breiten Zuspruch auch hier unsere Werkzeugkonzepte finden. Ein großer Hebel sind dabei sicherlich länderspezifische Kampagnen, die stets auf die unterschiedlichen Bedürfnisse und größtmögliche Unterstützung des Fachhandels ausgerichtet sind. Welchen Fokus wir in welchem europäischen Land setzen, ist daher im Wesentlichen von den jeweiligen Marktchancen sowie ausreichend verfügbaren personellen Ressourcen abhängig. Oft suchen aber auch große europäische Fachhändler direkt den Kontakt zu uns, um sicher über die Möglichkeiten einer gemeinsamen Zusammenarbeit zu informieren.

WACHSTUM MIT MARKE UND EIGENMARKEN

# Exact auf Kurs

Andreas Oemkes, Geschäftsführer der Exact GmbH in Remscheid, ist mit der Entwicklung des Unternehmens überaus zufrieden. Welche Maßnahmen dafür in der Vergangenheit getroffen wurden und welche Sortiments- und Vertriebsstrategie für die Zukunft geplant ist, schildert er im Interview.

**ProfiBörse:** Lieferproblematik, Energiepreise, Inflation – wie kommen Sie als Unternehmen durch diese herausfordernden Zeiten?

Andreas Oemkes: Es stimmt, die Zeiten waren und sind herausfordernd. Wir sind allerdings sehr gut durch die schwierige Phase gekommen und verzeichneten sogar – mit Ausnahme des ersten Coronajahres – kontinuierliche Umsatzsteigerungen. Allein 2022 konnten wir erstmalig knapp 2,3 Millionen Werkzeuge an den Fachhandel verkaufen. Exact wächst also deutlich schneller als der Markt und dies sehen wir durchaus als Bestätigung für unsere stark auf den Kunden ausgerichtete Unternehmensstrategie. Unser Ziel ist es, in den nächsten fünf Jahren den Umsatz um 40 Prozent zu steigern.

Ein solches Wachstum benötigt die entsprechenden Produktionskapazitäten. Sind diese denn gegeben?

Wir haben in den letzten drei Jahren die Voraussetzungen dafür geschaffen und in unsere beiden deutschen Produktionsstätten stark investiert. Am Hauptsitz Remscheid wurde beispielsweise eine neue, zusätzliche PVD-Beschichtungsanlage in Betrieb genommen und so die bisherige Leistungsfähigkeit verdoppelt. Gleiches gilt für die Kapazitäten im Bereich der Logistik und Lagerhaltung. Ich kann dadurch mit Überzeugung sagen, dass ausreichend Produktions-

und Lagerkapazitäten zur Verfügung stehen, um unsere zukünftigen Wachstumsziele zu realisieren.

In welchen Bereichen sehen Sie denn besondere Wachstumschancen?

Das lässt sich einfach beantworten: in allen. Sowohl im Marken- als auch Private Label-Geschäft sehen wir durchaus noch weiteres Expansionspotential. Diese Wachstumsmöglichkeiten gelten dabei sowohl für das Inlandsgeschäft, aber besonders auch für die Märkte außerhalb von Deutschland. Grundlage sind dabei drei entscheidende Faktoren: höchste Produktqualität, individuelle Vertriebs- und Marketingkonzepte sowie unsere ausgeprägte Innovationskraft. Wir geben damit unseren Fachhandelspartnern immer wieder neue Impulse, die sich dann natürlich auch positiv in den Abverkaufszahlen unserer Produkte widerspiegeln.

Worauf führen Sie Ihren Erfolg im Bereich der Eigenmarken zurück?

Hier spielen sicherlich verschiedene Faktoren eine Rolle, die zusammen ein rundes Gesamtkonzept ergeben. Sehr wichtig ist, dass wir den Einkäufern seit Jahren die Sicherheit geben, ihren Kunden ein bewährtes und erfolgreiches Produkt anbieten zu können. Wir gewährleisten eine verlässliche Produktqualität, die



Andreas Oemkes, Geschäftsführer der Exact GmbH in Remscheid. (Fotos: Exact)

Die Resonanz auf die plastikfreie Produktverpackung Natureline ist sehr positiv.



**Warenwirtschaft**  
 Worauf Sie sich verlassen können.  
 Honisch & Partner · www.honiTrade.de  
 --- Die Software mit der Biene ---  
 Tel. 02845 - 9599 11 · Fax - 9599 95



Stammsitz der Exact GmbH in Remscheid.

sich in keiner Weise von unseren Markenprodukten unterscheidet. Mindestens so wichtig sind aber auch die Dienstleistungen und die Services, die wir unseren Fachhandelspartnern zur Verfügung stellen. Wir entwickeln für sie spezielle Sortimente oder Sets, die die Vergleichbarkeit im Markt reduzieren und dem Fachhändler echte Exklusivität ermöglichen. Zu unseren Angeboten gehören zudem Marketingaktionen, die wir proaktiv den Einkäufern vorschlagen sowie gezielte Hilfestellung bei Produktdaten, Verpackung und Kundenansprache. Schulungen für die Mitarbeitenden sind weitere Teile unserer Fachhandelsunterstützung. Wir geben den Verkäufern und Produktmanagern damit die Kompetenz und Sicherheit, die ihre Kunden von ihnen erwarten. Zusammenfassen lässt sich das alles in einem Satz: Wir liefern im Eigenmarkenbereich kein Produkt, sondern ein umfassendes Konzept.

Oft wird die Produktion von Eigenmarken als schädlich für die eigene Marke angesehen, teilen Sie diese Einschätzung?

Keineswegs! Wir sind in beiden Bereichen sehr gut etabliert und überzeugt, dass sich die beiden Bereiche sogar gegenseitig stärken. Der stetig steigende Private Label-Anteil hat in den letzten Jahren stark zur positiven Umsatzentwicklung beigetragen und damit auch den Spielraum geschaffen, neue Projekte im Rahmen unserer Kernmarke Exact zu realisieren. Eine Angst, die bei diversen Anbietern von Eigenmarken latent vorhanden ist, ist die Austauschbarkeit ihrer Produkte. Da wir aber, wie beschrieben, hier mehr Konzept- als Produktlieferant sind, haben wir mit dem Auf- und Ausbau der Eigenmarken ein gemeinsames und in der Regel eher langfristig ausgelegtes Ziel.

Wie positionieren Sie die Marke Exact im Markt?

Das lässt sich am besten mit den Begriffen Qualität und Innovation beschreiben. Beide stehen für Präzisionswerkzeuge der Marke Exact, sind grundsätzlich „Made in Germany“ und werden dem damit verbundenen Qualitätsanspruch absolut gerecht. Bahnbrechende Innovationen vermarkten wir dabei unter unserer Premium-Produktlinie AdvancedLine by Exact. Zu den neu entwickelten oder grundlegend verbesserten Produkten dieser Serie gehören zum Beispiel der im letzten Jahr vorgestellte 4-schneidige Stufenbohrer



Produkte und Konzepte von Exact werden regelmäßig mit dem World Tool Award ausgezeichnet.

oder der aktuell präsentierte Kombi-Gewindebohrer zum Bohren, Senken und Schneiden von Gewinden in einem Arbeitsgang. In den letzten zwei Jahren wurden wir für unsere Entwicklungen sogar jeweils mit dem renommierte World Tool Award ausgezeichnet. Neben der Marke Exact beinhaltet unser Produktsortiment des Weiteren noch unsere Handelsmarke Eventus by Exact, welche insbesondere dann zum Tragen kommt, wenn ein ausgewogenes Preis-/Leistungsverhältnis im Mittelpunkt der Kaufentscheidung steht.

Sie liefern seit Kurzem auch Verpackungen ganz ohne Kunststoff aus. Wie kommen diese im Markt an und welche weiteren Schritte in Richtung Ressourcenschonung werden Sie gehen?

Die Reaktionen des Fachhandels auf unsere innovative und plastikfreie Produktverpackung Natureline ist extrem positiv, auch weil wir als erster Anbieter im Werkzeugbereich ein derartiges Nachhaltigkeitskonzept anbieten können. Über zwei Jahre haben wir die neuen Verpackungsformen mit einem spezialisierten Unternehmen entwickelt und nun können wir feststellen, dass die Mehrheit unserer Kunden gewillt ist, Verantwortung zu übernehmen und zukünftig einen aktiven Beitrag zur Reduzierung umweltschädlicher Kunststoffe zu leisten. Dies ist ein erster wichtiger Schritt in die richtige Richtung. Unser nächstes Projekt ist eine plastikfreie Produktverpackung für die gängigsten Spiralbohrer-Sortimente. Da diese Werkzeuggruppe besonders wichtig im Markt ist, können wir die Branche noch nachhaltiger verändern, als wir es heute mit Natureline bereits tun.

Auch als Unternehmen hat sich Exact das Ziel gesetzt, bis zum Ende dieses Jahres komplett energieneutral zu sein. Mittels Geothermie und Photovoltaik werden wir zukünftig unsere gesamte Energie bis hin zum Strom für unsere Dienstfahrzeuge komplett selbst erzeugen. ■



## Schneller am Ziel mit CERABOND X

- + Durchgängige Aggressivität dank der Kombination eines neuen Bindungssystems mit keramischem Korn
- + Höchste Lebensdauer und damit weniger Scheibenwechsel für den Anwender
- + Schnellstes Arbeiten aufgrund der Struktur des eingesetzten Keramikkorns

Weitere Information finden Sie auf unserer Website [www.tyrolit.com](http://www.tyrolit.com)

