

Parrot GmbH

Freisprechlizenz

Jürgen Burgis, Vice President der Parrot GmbH, zur Verkaufskampagne „Licence to Talk 07“ und zum Produktportfolio und zur Strategie des Spezialisten für kabellose Bluetooth-Freisprechanlagen und Multimedia-Produkte.



Bilder: Parrot

Zu Ihrer „Licence to Talk 07“-Kampagne: Beim Kauf und Einbau einer Parrot-Freisprechanlage bei den Partnern car akustik und Bosch car Service erhielten Kunden bis Ende Januar 50 Euro. Wie kam die Zusammenarbeit zustande?

Die Zusammenarbeit mit car akustik und Bosch gab es schon vor der Kampagne. Beide Partner vertreiben und bauen unsere Bluetooth-Freisprechanlagen seit längerem ein. Unsere Anlagen sind bekannt für ihre hervorragende Produkt- und Sprachqualität sowie ihre einfache Bedienung. Um all diese Attribute und die einwandfreie Funktion sicherzustellen, ist ein professioneller Einbau sehr wichtig. Der Einbaupartner muss also gute Kenntnisse des Fahrzeugs besitzen, aber eben auch perfekt über unsere Produkte Bescheid wissen.



Was verspricht sich die Firma Parrot von der Kampagne?

Uns ist der direkte Kontakt zum Einbauer ein großes Anliegen. Mit der Kampagne haben wir eben diesen Kontakt zu den Einbauern der beiden Partner intensiviert und ausgebaut. Im Zuge der Aktion wurden die Einbauer von uns geschult. Die Verkaufsräume der Partner haben wir

umfangreich mit PoS-Material (Point of Sale-Verkaufsraum-Marketing) ausgestattet, um die Kampagne zu bewerben. Zu betonen ist auch unsere speziell auf Einbauer zugeschnittene Kampagnen-Homepage. Diese finden da Informationen zu Parrot und den beiden Freisprechanlagen, um das Produktwissen der Partner noch zusätzlich zu vertiefen. Unser Angebot stieß insgesamt auf große

Zustimmung sowohl beim Händler als auch beim Endkunden und wurde rege genutzt. Die Kampagne war ein voller Erfolg.

Auf welchen Vertriebsweg setzt Parrot im Nachrüstgeschäft? Werden Freisprechanlagen insbesondere über den Teilehandel vertrieben oder gibt es ähnliche Kooperationen, die in Richtung Direktvertrieb gehen?

Wir streben keinen Direktvertrieb an, sondern beliefern ausschließlich unsere Partner in der Distribution. Abgesehen von der Belieferung mit Ware, ist es uns aber sehr wichtig in engem Kontakt mit den Kunden unserer Distributoren zu stehen und so suchen wir den direkten Kontakt zu den Einbau-Werkstätten. Durch eine enge Zusammenarbeit versuchen wir sie bestmöglich im Abverkauf zu unterstützen. Ein Beispiel dafür ist „Licence to Talk 07“, die sich an die beiden letzten Glieder im Vertriebskanal richtet, die Werkstatt und den Endkunden. So unterstützt die Kampagne bestens den Abverkauf unserer Produkte und trägt zur Kundenbindung bei. Durch den direkten Kontakt werden die Vorteile und Highlights unserer Produkte fest beim Händler verankert, der dadurch in die Lage versetzt wird, seinem Kunden ein optimales Beratungsgespräch und anschließend den bestmöglichen Service zu bieten.

Welche Lösungen im Bereich Car Multimedia bietet Parrot?

Parrot war der erste Anbieter für Bluetooth-Freisprechanlagen und so sind unsere Produkte auch Benchmark in diesem Bereich. Über das reine Freisprechen hinaus, kümmern wir uns natürlich um alle neuen Technologien in diesem Zusammenhang. So haben wir die Parrot 3400 LS-GPS im Programm, ein Produkt mit integrierter GPS-Antenne, das die perfekte Plattform bietet, mit einem

Smartphone und dessen Navigationssoftware zusammenzuarbeiten. Außerdem haben wir mit der Parrot MK6000 und der Parrot MK6100 unsere Music-Kit-Reihe eröffnet. Diese beiden neuen, bereits prämierten Freisprechanlagen, erweitern unser Produktportfolio. Neben Sprachsteuerung und Text-To-Speech, also dem Vorlesen der Kontaktdaten, bieten die Anlagen vor allem das Bluetooth-Profil A2DP. Dieses Profil ermöglicht die kabellose Übertragung von digitalen Stereo-Musikdaten vom Mobiltelefon oder MP3-Player an die Freisprechanlage, die die Musik dann über die Radioanlage in gewohnter HiFi-Qualität abspielt.

Das Unternehmen Parrot erzielte im vergangenen Jahr ein deutliches Umsatzwachstum. Wie viel davon wird im Bereich Car Multimedia und wie viel davon im Aftermarket erwirtschaftet?

Der größte Anteil des Umsatzes wird mit den Freisprechanlagen für die Nachrüstung erzielt. Hier wiederum haben die Einbauanlagen den größeren Anteil vor den Plug&Play-Anlagen. Neben den Nachrüstanlagen entwickelt und vertreibt Parrot auch Bluetooth-Chipsets und andere OEM-Produkte, die einen wachsenden Anteil am Umsatz darstellen. Hier arbeitet Parrot sowohl mit den Automobilherstellern als auch mit den Zulieferern eng zusammen. Unsere Chipsets finden sich auch in vielen Bluetooth-Produkten an-

der Hersteller wieder. Der Multimediabereich hatte direkt einen guten Start und wächst kontinuierlich, wobei sich sein Anteil am Gesamtumsatz entsprechend steigert.

Welche Geschäftsfelder besetzt Parrot außer Car Multimedia?

Parrot will mit seinen Produkten vor allem kabellos Komfort rund ums Mobiltelefon schaffen. Das Mobiltelefon und andere Endgeräte, wie ein PC oder ein MP3-Player werden aber auch zu Hause oder im Büro betrieben. So erweiterte Parrot nach dem großen Freisprechanlagen-erfolg im Herbst 2006 die Produktpalette um Multimedia außerhalb des Autos.

Welche neuen Produkte und Leistungen von Parrot werden in diesem Jahr noch auf den Markt kommen?

Sowohl bei den Freisprechanlagen als auch bei den Multimediaprodukten darf man sich im Jahr 2008 auf viele Neuheiten freuen. Das Parrot RK8200 etwa ist ein Audio-Hub für das Auto. Für den Radioschacht konzipiert, weist es alle Funktionen hochwertiger moderner Autoradios auf. Darüber hinaus ist es eine Bluetooth-Freisprechanlage mit A2DP und Anschlussmöglichkeiten für USB-Sticks und MP3-Player. Unsere Entwicklungsabteilung in Paris forscht ständig nach innovativen Technologien, um noch bessere Produkte rund um das Mobiltelefon zu entwickeln. Eine Tech-



Leichte Bedienbarkeit und hohe Funktionalität stehen bei Parrot-Produkten im Vordergrund.

nologie, die noch mehr Benutzerfreundlichkeit verspricht und daher für Parrot sehr interessant ist, heißt Near Field Communications (NFC). Auf der CES (Consumer Electronics Show) in Las Vegas haben wir gerade eine komplette Produktreihe in Testversion damit vorgestellt. NFC ermöglicht die Kopplung von Mobiltelefon und Freisprechanlage oder anderen damit ausgestatteten Geräten durch einfaches Aneinanderhalten. Einfacher und benutzerfreundlicher geht es nicht.

Herr Burgis, ich bedanke mich für das Gespräch!

Das Gespräch führte Martin Schachtner



Zur Person

Jürgen Burgis

Seit August 2006 ist Jürgen Burgis bei der Parrot Deutschland GmbH als Vice President Germany tätig. Der 42-Jährige erarbeitete sich im Laufe seines beruflichen Werdeganges sowohl im kaufmännischen Bereich als auch in der Technik ein fundiertes Know-how: Nach der Schule absolvierte er eine Bankausbildung und erhielt so wichtige Einblicke in den Finanzsektor. Im Anschluss an die Lehre studierte der gebürtige Bamberger Elektrotechnik an der Friedrich-Alexander Universität Erlangen. Bevor der Diplomingenieur zu Parrot wechselte, arbeitete er für die Firma Cullmann. Das fränkische Unternehmen vertreibt Kamerazubehör. Früher produzierte Cullmann auch Freisprechanlagen, dieser Unternehmensbereich wurde jedoch an Paragon verkauft. Dort war Burgis für die Bereiche Marketing und Vertrieb verantwortlich und unter anderem in New York tätig.



Jürgen Burgis: „Der direkte Kontakt zu den Einbau-Werkstätten ist uns sehr wichtig.“